

1. Les principaux concurrents de Hydra max sont les autres types de gourde écologique comme la gourde fabriquée en bambou qui est aussi écologique tout comme l'Hydra Max. les concurrences sur la communication sont l'inbound sur les sites internet ou réseaux sociaux qui existent déjà sur les gourdes et l'outbound comme les publicités sur la télévisions. Les éléments que je retiens sur Hydra Max sont :

- elle est écologique c'est-à-dire elle ne nuit pas l'environnement, coloré en bleu, noir, rose, étanche

- Equipée d'une housse de transport, idéal pour les sportifs

- on peut l'utiliser tout au long de l'année de l'été comme de l'hiver car elle est en inox et garde la température

- il existe deux formats de ce gourde l'une 500 ml de 24,90€ et l'autre 1 litre 29,90€ à recommander sur le site E-commerce

2. Les cibles de communication sont :

Cœur de cible : les sportifs pour leur aider à s'hydrater avec une gourde écologique

Cible primaire : les utilisateurs de gourde qui peuvent être des étudiants, écolières ou des travailleurs

Cible secondaire : les sportifs fameux comme les cyclistes, les athlètes etc

3. Le prisme de la marque :

Avec des personnels et cultures sportifs vu que les cibles sont des sportifs, la mentalisation et le reflet écologique parce que les produits sont écologiques, la relation saine pour toujours illustrer l'écologie, et le physique des sportifs qui peuvent le transporter facilement tout au long de l'effort physique.

Le slogan : « Hydratons au max » ça reflète le nom du marque et aussi c'est une gourde pour les sportifs et ils ont besoin de l'eau ou de boisson pour s'hydrater.

4. Le message de communication :

Hydra Max : « Hydratons au max »

Une gourde écologique isotherme idéale pour porter votre boisson en sport ou autre. Facile à porter car elle est équipée par un housse de transport à bandoulière. Avec 3 types de couleur, résistante aux chocs.

J'ai choisi ceci car c'est simple court et clair et attirant pour les clients cibles.

#### 5. Copy stratégique :

La promesse : c'est une gourde écologique, qui protège l'environnement par rapport à la bouteille plastique et facile à porter

La preuve : parce qu'elle est isotherme et équipée d'une housse de transport et résiste aux chocs

Le bénéfice consommateur : sa forme est attirante et on peut le porter n'importe où

Le ton du message : ça fait du bien de le porter à chaque activité physique et la température est gardée

Le message résiduel : Hydra Max est fait pour faciliter le transport de boisson.

#### 6. Les moyens mis en place sont :

Le site internet E-commerce qui existe déjà car le produit est disponible sur ce site

Les réseaux sociaux comme Facebook, Instagram, TikTok etc car ils veulent toucher une cible connectée à ce réseaux sociaux afin de gagner la visibilité.

#### 7. La ligne éditoriale:

Positionnement : Lancer Hydra Max, une gourde écologique

Cible : cette gourde est dédiée aux sportifs

Cible principal : les athlètes de la ville

Objectif des articles de blog : persuader les clients à acheter cette gourde et à l'utiliser

Ton : argumentatif

Adresse : personnelle avec vouvoiement

Fréquence de publication : une fois par semaine

Un calendrier éditorial :

Construire ses personas : qui sont des personnes fameuses en sport ou un influenceur par exemple

Lister l'ensemble des questions que nos personas posent, comme est ce que c'est efficace pour le sport...

Formaliser le plan éditorial

Evaluer et réajuster son planning en permanence

#### 8. Le contenu nécessaire pour la campagne de communication :

Dire que Hydra Max est écologique car le monde d'aujourd'hui à une tendance à protéger l'écologie

Dire qu'elle est destinée au sportif car c'est le cible

Dire qu'elle est isotherme car elle permet de garder la température de la boisson voulu

#### 9. Les KPI à prendre en compte pour le suivi de la campagne sont :

Le taux de conversion pour le nombre de visiteur chaque jour

Le taux d'ouverture pour évaluer ceux qui lisent les mails

Le taux de clic pour évaluer ceux qui cliquent sur le CTA pour visiter le site

Les nombres des likes aussi sont indispensables