

# Programme D-CLIC

## Module : Marketing Digital

### Projet 3 - La Communication Digitale

#### IV - Énoncé

Jean, 26 ans, et Sonia, 24 ans, sont deux entrepreneurs très sportifs, lancent Hydra Max, la gourde écologique dédiée aux sportifs. Cette gourde en inox garde leurs boissons à la bonne température pour une eau rafraîchissante en été ou une boisson chaude durant l'hiver.

Quelques infos sur la gourde

2 formats : 500 ml ou 1 litre

Bouteille isotherme en acier inoxydable de haute qualité

Conserve au froid 28h et au chaud 14h

Equipée avec une housse de transport à bandoulière

Fermeture étanche et hermétique

Coloris au choix: Noir, Bleu ou Rose

Résistante aux chocs élevée et totalement étanche

Prix : 500ml à 24,90€ et 1L à 29,90€

La gourde Hydra max s'adresse principalement pour les sportifs en herbe. Ils souhaitent toucher une cible connectée et qui aime partager leur performance et leur aventure. La gourde est disponible sur le site E-commerce.

Dans le cadre du lancement de la marque, Jean fait appel à vous (agence de communication) pour établir une stratégie de communication. Ils misent énormément sur les réseaux sociaux pour se démarquer et gagner en visibilité ! « On attend de vous de l'originalité, de la créativité et du dépassement de soi » dixit Sophie.

#### **Le cadre de votre travail**

1- Identifier les principaux concurrents et établir une étude de la concurrence sur leur communication. Qu'en reprenez-vous ? Quels sont les éléments que vous pouvez retenir pour Hydra Max ?

2- Définir les cibles de communication (Cœur de cible, cible primaire, cible Secondaire)

3- Déterminez le prisme de la marque ainsi qu'un slogan. (Expliquez votre choix)

- 3- Quel est le positionnement pour Hydra max ? Pourquoi ?
- 4- Déterminez le message de communication pour la campagne de communication. Expliquez votre choix.
- 5- Construire la copy stratégique.
- 6-Quels sont les moyens (médias ou hors médias) mis en place ? Justifiez votre choix.
- 7- Déterminez la ligne éditoriale et un calendrier éditorial.
- 8- Créer le contenu nécessaire pour la campagne de communication.
- 9- Quels sont les KPI à prendre en compte pour le suivi de la campagne