



## Parcours : MARKETING DIGITAL

Module : La force de la communauté dans l'univers du digital « La Comu ♥ »

### Projet 3 - La Communication Digitale



Produit de Jean et Sonia : Hydra Max, la gourde écologique dédiée aux sportifs

Dans le cadre du lancement de la marque, on va établir une stratégie de communication.

1. Les principaux concurrents pour Hydra Max sont les autres marques de gourdes isothermes similaires.
  - étude de la concurrence sur leur communication : Il serait judicieux de prendre en compte les aspects efficaces dans la communication des concurrents, tels que la durabilité, la qualité des matériaux, les performances d'isolation et les options de personnalisation.
  - Les éléments à retenir pour Hydra Max : Pour Hydra Max, il est primordial de se démarquer en mettant en avant la proposition unique d'Hydra Max pour les sportifs, en soulignant sa durabilité supérieure et la praticité de sa housse de transport à bandoulière.
2. Les cibles de communication :
  - Cœur de cible : Les sportifs passionnés, actifs sur les réseaux sociaux, soucieux de l'écologie et de la performance.
  - Cible primaire : Les sportifs amateurs et semi-professionnels, âgés de 18 à 35 ans, recherchant des produits de qualité pour améliorer leurs performances.
  - Cible secondaire : Les personnes soucieuses de l'environnement, en quête d'options durables pour leurs activités quotidiennes.
3. Le prisme de la marque pourrait se focaliser sur "Performance Écologique", avec Hydra Max offrant des produits performants tout en étant respectueux de l'environnement.

Slogan : «Réveillez vos performances, préservez la planète. » Ce slogan incite à optimiser vos performances sportives tout en prenant soin de l'environnement. Il associe l'amélioration personnelle avec la responsabilité environnementale, encourageant ainsi un mode de vie actif et durable.
4. le positionnement pour Hydra max :

Hydra Max se positionne comme la gourde isotherme ultime pour les sportifs. Son avantage concurrentiel réside dans sa résistance aux chocs, son design esthétique et sa housse de transport pratique, tout en offrant une performance d'isolation supérieure. L'accent est mis sur la durabilité et la praticité pour les sportifs actifs.

5. Le contenu de communication destiné à la campagne de communication:

"Hydra Max : Une gourde conçue pour les véritables athlètes, résistant aux conditions les plus extrêmes pour maintenir vos boissons à la température idéale, où que vous soyez. Alliant performance, robustesse et élégance en un seul produit."

Ce message met en avant Hydra Max comme la solution par excellence pour les sportifs, en soulignant sa capacité à défier les conditions météorologiques, à maintenir les boissons à la température désirée, et à fusionner performance, solidité et élégance au sein d'un seul récipient.

6. La copy stratégique :

La stratégie de communication d'Hydra Max doit saisir l'énergie des sportifs tout en mettant en lumière les particularités de la gourde qui la distinguent.

Faisons usage de formulations percutantes et empreintes de positivité pour émouvoir et éveiller l'intérêt de manière efficace:

- ❖ "Poussez vos limites avec Hydra Max, la gourde conçue pour les athlètes authentiques."
- ❖ "Excellence en performance, inégalable en durabilité. Hydra Max : toujours à vos côtés, à chaque instant."

7. Les méthodes mises en œuvre:

Pour accroître la visibilité et susciter l'engagement au maximum, une approche combinant à la fois des canaux médiatiques et non médiatiques serait optimale :

- ❖ **Publicité en ligne ciblée** : Faire usage de publicités sur les réseaux sociaux, Google Ads, et des plateformes liées au sport et à l'environnement pour atteindre avec précision les sportifs conscients de l'écologie.
- ❖ **Collaborations avec influenceurs** : Collaborer avec des influenceurs du sport, de la remise en forme et de l'écologie pour promouvoir Hydra Max. Leurs recommandations authentiques renforcent la crédibilité de la marque.
- ❖ **Vidéos promotionnelles** : Produire des vidéos courtes et captivantes mettant en avant les bénéfices de la gourde, sa performance lors d'activités sportives, et son impact écologique positif.

**Moyens Hors Médias :**

- ❖ **Événements sportifs** : Soutenir ou prendre part à des événements sportifs de niveau local ou régional afin de présenter Hydra Max aux sportifs et aux participants.
- ❖ **Partenariats écologiques** : Établir des partenariats avec des organismes environnementaux afin de sensibiliser aux enjeux écologiques et de mettre en évidence l'engagement d'Hydra Max en faveur de la durabilité.
- ❖ **Bouche-à-oreille** : stimuler les clients satisfaits à partager leurs expérience avec la gourde, générant ainsi un marketing basé sur les recommandations.

8. La stratégie rédactionnelle et le planning éditorial:

La stratégie de contenu d'Hydra Max devrait être le reflet de la passion, du dévouement sportif et de l'engagement environnemental. Les publications doivent être inspirantes, informatives et divertissantes pour notre audience cible.

➤ **Sujets de Contenu:**

- **Témoignages sportifs :** Mettre en lumière les récits inspirants d'athlètes qui intègrent Hydra Max dans leur routine pour améliorer leurs performances.
- **Conseils de santé et d'hydratation :** Fournir des astuces utiles pour rester bien hydraté et performant.
- **Voyages et aventures** Présenter la gourde Hydra Max dans des endroits exotiques ou lors d'activités en plein air.
- **Impact environnemental :** Mettre en lumière les bénéfices environnementaux de la gourde et les actions pour la durabilité.

➤ **Programme Éditorial :**

- **Lundi: Publier une histoire inspirante mettant en avant des athlètes qui utilisent Hydra Max.**
- **Mercredi : Offrir des conseils en matière de santé, de nutrition et d'hydratation.**
- **Vendredi : Mettre en avant les aventures et les voyages avec Hydra Max.**
- **Dimanche : Communiquer sur l'engagement écologique et les actions en faveur de la planète.**

9. Les éléments de contenu requis pour la campagne de communication:

❖ **Vidéos de Performance** : Nous produirons des vidéos qui mettent en scène des athlètes en pleine action, utilisant Hydra Max lors de leurs entraînements et compétitions, afin d'illustrer comment la gourde les soutient dans leurs performances sportives.

❖ **Témoignages d'Athlètes** : **Conduire des interviews avec des athlètes influents utilisant Hydra Max pour partager leurs récits de réussite et démontrer comment la gourde a enrichi leur expérience sportive.**

❖ **Guides d'Hydratation** : Élaborer des articles ou des infographies qui expliquent l'importance de l'hydratation dans les performances sportives et donnent des conseils sur l'utilisation d'Hydra Max pour maintenir une hydratation optimale.

❖ **Histoires Écologiques** : **Communiquer des articles qui mettent en avant les démarches écologiques d'Hydra Max, notamment l'utilisation de matériaux durables et des méthodes de production respectueuses de l'environnement.**

❖ **Comparaisons** : Élaborez des articles ou des vidéos comparatives mettant en évidence les atouts distinctifs d'Hydra Max par rapport à d'autres gourdes concurrentes.

❖ **Concours et Jeux** : **Mettez en place des concours en ligne permettant aux participants de remporter des gourdes Hydra Max pour susciter engagement et excitation.**

❖ **Contenu Utilisateur** : Incitez les clients à partager leurs photos et expériences personnelles avec Hydra Max, puis republiez ces contenus pour cultiver un sentiment de communauté.

❖ **Publiez des photos de la gourde Hydra Max dans des cadres sportifs et naturels exceptionnels pour mettre en avant sa polyvalence.**

❖ **Conseils d'Entretien** : Donnez des astuces pour prendre soin de votre gourde et soulignez ainsi que Hydra Max est un choix durable.

10. Pour évaluer l'efficacité de la campagne de communication d'Hydra Max, voici les indicateurs clés de performance (KPI) à considérer :

- ✓ **Taux d'Engagement sur les Réseaux Sociaux** : Mesurer les interactions telles que les "likes," les commentaires, les partages et les clics sur les publications de la campagne pour évaluer l'intérêt du public envers le contenu.
- ✓ **Trafic Web et Taux de Conversion** : Analyser le nombre de visiteurs sur le site web d'Hydra Max depuis différents canaux de communication, tout en examinant le pourcentage de visiteurs effectuant une action souhaitée, comme un achat ou une inscription, pour évaluer la conversion.
- ✓ **Participation aux Concours** : Quantifier le nombre de participations aux concours et jeux organisés afin d'évaluer l'engagement et l'attrait suscités par la campagne.
- ✓ **Partage de Contenu Utilisateur** : Suivre combien de clients partagent leurs propres photos ou expériences avec Hydra Max pour évaluer l'adhésion à la marque et l'efficacité de la campagne.
- ✓ **Nombre de Nouveaux Abonnés et Followers** : Sur les médias sociaux, surveiller le nombre de nouveaux abonnés et followers pour mesurer l'expansion de la portée de la campagne.
- ✓ **Nombre de Partenariats ou Collaborations** : Mesurer le nombre et la qualité des partenariats établis avec des influenceurs ou d'autres marques pour évaluer leur impact sur la visibilité de la campagne.
- ✓ **Sentiment et Réputation de la Marque** : Utiliser des outils de surveillance en ligne pour évaluer le sentiment général et la réputation de la marque en suivant les mentions positives, neutres et négatives.
- ✓ **Taux d'Abandon de Panier** : Mesurer le taux d'abandon de panier pour améliorer le processus d'achat et optimiser la conversion des visiteurs en clients.