

Je ne peux pas générer directement un fichier .pdf téléchargeable. Cependant, j'ai préparé ci-dessous le **contenu complet et structuré** de votre dossier.

Vous pouvez simplement **copier et coller** le texte ci-dessous dans un document Word (ou Google Docs), le mettre en page selon votre goût, et l'enregistrer sous le nom Dossier_Strategie_Botani_kae.pdf.

DOSSIER DE MARQUE & STRATÉGIE DIGITALE : BOTANIKAE

1. L'ADN DE LA MARQUE & STORYTELLING

Concept Global

BOTANIKAE est une marque dédiée à la vente de plantes rares et exotiques issues de la culture in vitro¹¹. Elle se positionne comme un sanctuaire digital, mêlant le "luxe silencieux", le savoir botanique et le désir de collectionneur².

Mission & Valeurs

- **Obsession** : Transmettre, préserver et partager la culture des plantes rares³.
- **Piliers** : Collection, Préservation, Transmission, Lancements limités⁴.
- **Promesse** : Proposer des variétés introuvables en jardinerie classique ou en dropshipping⁵.

Signification du Nom






Le nom est un équilibre entre science et poésie :

- **"BOTANI-"** : Racine scientifique évoquant l'étude, la rigueur et le sérieux (SEO friendly)⁶.
- **"-KAE"** : Variante stylisée (évoquant le grec *kai*), apportant une touche mythique et différenciante graphiquement⁷.

2. IDENTITÉ VISUELLE

Palette de Couleurs

Une palette inspirée par la nature et la science végétale⁸:

-  **Vert mousse foncé** : #2E4F3D
-  **Vert in vitro** : #8BC9A4
-  **Beige argileux** : #E5DDC5
-  **Gris pierre** : #6E6E6E
-  **Or végétal (Accent)** : #D4AF37

Typographies

- **Titres** : *Cormorant Garamond* (Élégant, sophistiqué, organique)⁹.
- **Textes** : *Inter* ou *Montserrat* (Lisible, moderne, web-friendly)¹⁰.

3. STRATÉGIE RÉSEAUX SOCIAUX

Objectif SMART

Développer une communauté engagée de 1 000 abonnés sur Instagram et 500 sur TikTok, avec un taux d'engagement supérieur à 5%, dans un délai de 90 jours après le lancement¹¹.

Plateformes Prioritaires

1. Instagram (Indispensable) :

- *Rôle* : Vitrine poétique pour créer le désir¹².
- *Contenu* : Reels immersifs, carrousels éducatifs, stories¹³.

2. TikTok (Viralité) :

- *Rôle* : Attirer massivement via une viralité brute¹⁴.
- *Contenu* : Coulisses, transformation time-lapse ("De l'éprouvette au pot"), unboxing¹⁵¹⁵¹⁵¹⁵.

3. Pinterest (Trafic & SEO) :

- *Rôle* : Moteur d'inspiration pour générer des ventes¹⁶.
- *Contenu* : Infographies, moodboards, épingles produits¹⁷¹⁷¹⁷¹⁷.
- *Note* : Facebook est déconseillé pour le démarrage¹⁸.

4. STRATÉGIE DE CONTENU & SEO

Idées de Contenus Optimisés

- **Éducatif** : "C'est quoi la culture in vitro ? (Et pourquoi c'est l'avenir)"¹⁹.
- **Liste** : "Top 5 des plantes exotiques rares à cultiver chez soi"²⁰.
- **Preuve Sociale** : Témoignages clients et "Unboxing d'une plante rare BOTANIKAE"²¹.
- **Storytelling** : "L'histoire fascinante de la Monstera obliqua"²².

Templates de Bio (Optimisation)

- **Instagram** : Mettre en avant "Plantes rares & exotiques", "Lancements limités" et un lien vers la liste d'attente²³²³²³²³²³²³²³²³²³.
- **Pinterest** : Utiliser des mots-clés SEO : "Culture in vitro", "Jungle d'intérieur", "Slow botanique", "Collection végétale"²⁴.

5. LANCEMENT DE MARQUE : STORYBOARD VIDÉO

Le scénario de la vidéo d'introduction de la marque se découpe en 6 scènes clés²⁵:

- **Scène 1** : Apparition du logo BOTANIKAE, lumineux et organique, sur fond noir avec un souffle de vent²⁶.
- **Scène 2** : Plan macro sur une plante rare (détails, nervures, rosée) avec voix off sur l'histoire des plantes²⁷.
- **Scène 3** : Animation d'ADN végétal et apparition des mots "Culture in vitro" et "Édition rare"²⁸²⁸²⁸²⁸.
- **Scène 4** : Apparition d'un terrarium ou flacon en slow motion²⁹.
- **Scène 5** : Main déposant une plante dans un écrin minimaliste³⁰.
- **Scène 6** : Conclusion avec le logo, le site web et l'appel : "Éveillez le botaniste en vous"³¹³¹³¹³¹.