

PROJET 3 : COMMUNICATION DIGITALE

Enoncé :

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 élevés 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.

- 1) Tout d'abord, nous identifions les différents concurrents de la marque ainsi que leur communication sur le marché.

| Qualificatifs / Marques | Offres | Gammes | Réseaux sociaux | Prix |
|-------------------------|--|---|---|-------------------|
| Qwetch | La marque propose une personnalisation de ses produits par les clients eux-mêmes. | Théières anémones Bouteilles anémones. | Facebook, Twitter, Instagram etc avec des vidéos images et textes comme contenu. Lien du site https://www.qwetch.com/corporate/ | 35€ 31€ 26€ |
| Gobilab | La livraison est offerte dès 39€. | Indoor Street Original. | Facebook, Twitter, Instagram etc avec des vidéos images et textes comme contenu. Lien du site https://www.gobilab.com/ | 23€ 20€ |
| Adidas | Fais-toi plaisir avec jusqu'à -40 % sur une large sélection de chaussures et vêtements Adidas iconiques. | gourde Adidas by Stella McCartney Gourde steel 0.75 l. | Facebook, Twitter, Instagram etc avec des vidéos images et textes comme contenu. Lien du site https://www.adidas.fr/gourdes | 45€ 30€ |

2) Hydra-max aura pour cible sur le marché :

Cœur de cible : des sportifs en herbe qui fréquentent des clubs de sport, amoureux du sport en général. Tant qu'en hiver ou en été.

Cible primaire : tous ceux ou celles qui se déplacent en journée pour le travail, du commerce, aller à l'école ou même pour faire des courses.

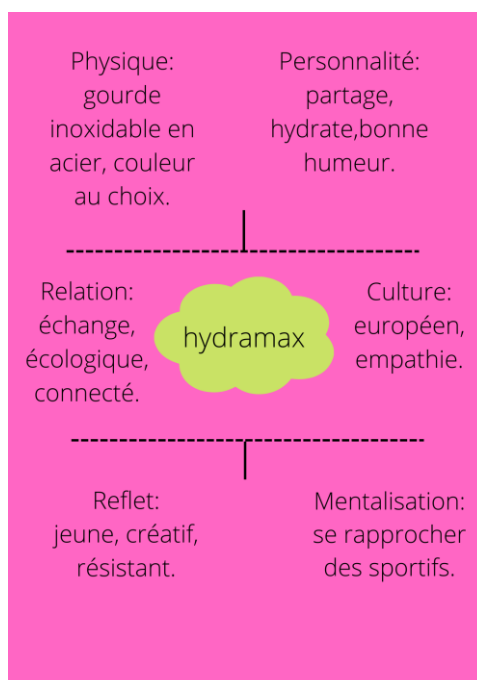
Cible secondaire : des écologistes qui préfèrent utiliser des thermos à la place des bouteilles, préservant ainsi la nature.

3) Déterminons un prisme de la marque, ainsi qu'un slogan :

- ✓ Le slogan de la marque Hydra max :

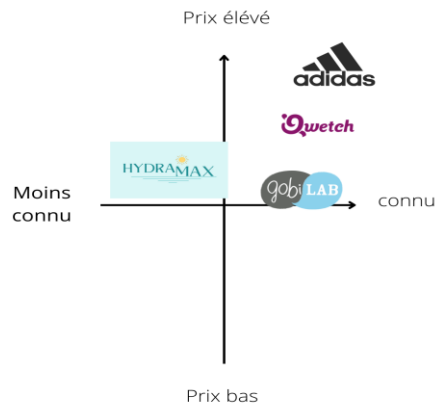
Qu'il soit chaud ou froid, votre liquide est conservé !

- ✓ Le prisme :



4) le positionnement d'Hydra max :

Nous avons mis en avant les prix et la popularité de la marchandise. En comparaison avec les différents concurrents sur le marché. Nous centrons ce positionnement ainsi car notre travail, est de faire vendre le produit sur le marché donc à chercher une stratégie marketing pour se faire connaître et si possible pour un début modéliser le prix pour accroître les ventes et attirer le plus de clientèle.



5) Déterminons un message de communication pour la campagne publicitaire :



Nous nous sommes basés sur le fait que notre équipe s'arrangera sur le SEO pour avoir un meilleur positionnement lors des recherches, puis partager une communication digitale attrayante pour que les internautes continuent à visiter notre site.

6) construire une Copy Stratégique :

Contexte ;

Vous aimez siroter votre eau ou toute autre boisson à une température particulière (chaude ou froide) ? Avec cette **gourde isotherme**, vos breuvages glacés (jus, eau, soda..) ou chauds (thé, café) le resteront pendant plusieurs heures. Disponible en 2 formats : 500ml et 1l sous 3

couleurs. La gourde Hydra Max est très solide appropriée pour vous accompagner sur tous les terrains.

| | |
|-------------------------|---|
| Promesse | Hydra Max accompagne les athlètes sur tous les terrains, conserve vos liquides chauds en hiver et froids en été. |
| Preuve | Après analyse des experts, l'on a pu évaluer la durée de conservation de vos liquides (48h pour eau froide et 14h pour eau chaude). |
| Bénéfice | La gourde est une valeur sûre pour préserver la planète, point écologique. Elle est résistante et à plusieurs usages. |
| Ton | Hydra Max est proche des sportifs, avec une communication beaucoup plus centrée sur le digitale. |
| Message résiduel | L'ami des sportifs, ne cherchez plus trop mes chères athlètes Hydra Max est là pour vous accompagner. |

7) les médias mis en place lors de la communication publicitaire seront principalement les réseaux sociaux : Facebook, LinkedIn, Instagram, Twitter, Youtube, TikTok, Pinterest et autres pour déjà toucher la majeure partie des sportifs connectés. Puis faire recours aux chaînes de télévision et également panneaux publicitaires, faudrait qu'on montre à nos amis athlètes que nous sommes là et nous nous soucions d'eux !

8) déterminons la ligne éditoriale ainsi qu'un calendrier éditoriale :

- La ligne éditoriale ;

Tout d'abord, nous voulons faire comprendre aux jeunes sportifs connectés qu'ils ont un nouvel ami qui peut les assister lors de leurs exercices physiques tous les jours et sur tous les terrains. Résistants et flexibles comme eux ils ne seront pas dessus !

Nous sommes une entreprise connectée, on fera des communications sur les réseaux sociaux tout type confondu avec pour contenu des photos, vidéos, textes, audio etc...

La tonalité de notre communication est à la fois comique, factuelle, éducative et ouvert à toute sorte d'imagination dans le but de vous faire plaisir.

Les mots clés pour Google : thermos isotherme, gourde écologique, sportifs, connectés, noir-bleu-rose, 500ml-1l, Hydra Max...

Adresse : personnelle, avec vouvoiement.

La fréquence de publication : les publications se feront par jour pour différents réseaux sociaux et différents contenus.

- Le calendrier éditorial mensuel :

| Monthly Planner d'Hydra Max | |
|--|--|
| Week 1 | Week 2 |
| Monday and Wednesday: Facebook Tuesday and Thursday: Instagram images Friday: Youtube Saturday: TikTok; les vidéos Sunday: blogs, LinkedIn; textes | Monday and Wednesday: Facebook Tuesday and Thursday: Instagram images Friday: Youtube Saturday: TikTok; les vidéos Sunday: blogs, LinkedIn; textes |
| Week 3 | Week 4 |
| Monday and Wednesday: Facebook Tuesday and Thursday: Instagram images Friday: Youtube Saturday: TikTok; les vidéos Sunday: blogs, LinkedIn; textes | Monday and Wednesday: Facebook Tuesday and Thursday: Instagram images Friday: Youtube Saturday: TikTok; les vidéos Sunday: blogs, LinkedIn; textes |



8) le contenu nécessaire pour la campagne de communication :



9) Les KPI à prendre en compte pour le suivi de la campagne seront :

- Coût par lead (CPL)
- Nombre de clients
- Nombre de Marketing Qualified Leads (MQL)
- Temps passé par page
- Taux de rebond
- Taux de clic (CTR) en fonction de votre position sur les SERP
- Nombre de backlinks.