

Activité 1 - Les leviers du Marketing Digital MARQUE : NIKE

PAID MEDIA		
	Oui : O Non : X	Liens, type de contenus, remarques...
SEA (publicité sur les réseaux sociaux)	O	Préciser les réseaux sociaux sur lesquels la marque propose de la publicité
Annonce sur moteur de recherche (Google)	x	Copier-coller l'annonce
Display (Affiche, pub dans magazine...)	O	Magazine : « RUN MAGAZINE » Mars-Avril 2016
Article sponsorisé (blog)	x	Liens vers le blog
OWNED MEDIA		
Site Internet de la marque	O	Lien : <a href="https://www.nike.com">https://www.nike.com</a>
Blog de la marque	O	Lien : <a href="https://www.nike.com/fr/articles">https://www.nike.com/fr/articles</a>
Réseaux sociaux (préciser lesquels)	O	Sur : 1-Facebook (photos, vidéos, actualités sportives) 2-twitter (discutions privilégier, message, actualité) 3-instagram (publication, vidéo) 4-NIKE+ (plateforme social qui regroupe les joggeurs, célébrité (photos catalogue))
Newsletter/emailing	O	
Vidéo	O	youtube
EARNED MEDIA		
Influenceurs	O	Nom + lien : <b>Sabrina Ionescu</b> <a href="https://www.instagram.com/p/CwqV7a-PstO/">https://www.instagram.com/p/CwqV7a-PstO/</a>
Mention sur les réseaux sociaux	O	Réseau : Instagram
Lien ou mention sur un blog	O	Lien : <a href="https://www.instagram.com/explore/tags/nikeairforce/">https://www.instagram.com/explore/tags/nikeairforce/</a>
Avis de consommateurs	O	Liens : <a href="https://fr.igraal.com/avis/Nike#:~:text=Tr%C3%A8s%20bon%20site%2C%20ne%20decoit,nous%20laisse%20beaucoup%20de%20choix.">https://fr.igraal.com/avis/Nike#:~:text=Tr%C3%A8s%20bon%20site%2C%20ne%20decoit,nous%20laisse%20beaucoup%20de%20choix.</a>
Article de presse	O	Liens : <a href="https://www.lefigaro.fr/sports/basket/nba/nba-nike-retire-la-ja1-chaussure-signature-de-ja-morant-de-tous-ses-magasins-20230518">https://www.lefigaro.fr/sports/basket/nba/nba-nike-retire-la-ja1-chaussure-signature-de-ja-morant-de-tous-ses-magasins-20230518</a>

Activité 2 : **Mise en place d'une stratégie d'Inbound Marketing :**

Tiphaine est une jeune entrepreneuse très sportive de 26 ans qui a décidé de lancer sa propre marque de déodorant « Roll-On Citron Bergamote » t à destination des sportifs.

1- Cible de communication :

La cible principale est les sportifs

Le cœur de la cible est les femmes sportives

Les cibles secondaires ce sont les prescripteurs comme coachs, salle de fitness, club de zumba

La catégorie de la cible utilisateur : ce sont des sportifs réguliers

Deux persona représentatives d'un groupe

1-

<p><b>PHOTO</b></p>	<p>Nom et prénom DESCREUX Safina Profession : Directrice commercial dans une entreprise de fabrication des jouets Agé de : 29ans Adresse : Situation financière : Aisé Situation familiale : Marié, mère d'une petite fille de 4 ans Média : canal+, netflix, retransmission sportives, Digital : Instagram, facebook et twiter Hobby : judoka, elle pratique le zomba régulièrement, soins et beauté Objectif : elle aime les défis et souhaite très performant dans tout ce qu'elle entreprend, tout en libérant du temps pour ces hobbies et familles</p>
---------------------	--

2-

<b>PHOTO</b>	Nom et prénom : Melissa Profession : propriétaire d'une agence de mannequina Agé de : 32 ans Adresse : Situation financière : Aisé Situation familiale : Marié, mère de deux enfants un petit garçon de 7 ans et d'une petite fille de 3 ans Personnalité : Assurance, sait ce qu'elle veut, ne pas perdre du temps Média : canal+, netflix, retransmission sportives, Digital : Instagram, facebook , tik tok et les influenceurs Hobby : voyagé, athlète sprinter, jogging , shopping Objectif : mettre en synchrone sa vie professionnel et sa vie quotidienne, resté toujours au top du forme et de la beauté
--------------	---

## 2- Etude sur la concurrence :

Prenant le cas de NIVEA comme concurrent... leur force est de son ancienneté dans le secteur des cosmétiques, mais Ils ont beaucoup de gamme de produits sur le marché ca rend un peu plus compliquée pour des cible qui s'attende une offre précise ce qui donne plus de force au nouveau produit de Tiphaine car elle offre une produits précise sans ambiguïté à ces cible et futur cibles.

Sur facebook exemple NIVEA proposent des produit tout confondu celui qui est dédié pour les sportifs se fond avec d'autre produit.

### Parcours clients

Prenons le cas de Melissa Personna n°2 comme cible idéal pour passé à l'acte d'achat

1<sup>ère</sup> étapes : nous allons l'attirer par nos contenus, qui conviendraient à ces attentes, ses intérêts

2<sup>ème</sup> étapes : la convertir en une lead qualifiées, à ce stade le contenu est beaucoup plus précis, net, détaillés

3<sup>ème</sup> étapes : transformation de Melissa en client, on va la proposé a ce stade une proposition commercial

4<sup>ème</sup> étapes : fidéliser Melissa

## 3- Concernant la visibilité :

1-participer activement a des forums en lien avec son activité :

L'objectif c'est de nouer des relations, fournir des réponses éclairantes et mettre en avant sa marque.

2- Être actif sur les réseaux sociaux :

C'est un média a haute visibilité qui peu atteindre des millions de personnes tel est l'objectifs

3-Organiser des jeux et des concours :

Exemple sur les réseaux sociaux : les internautes pourrait réagir liker et partager sa publication Cette action a l'avantage d'avoir un faible coût et permet de toucher un grand public qui ne la connaissait pas auparavant

4-utilisé du communiqué de presse (blog)

Cette action permet aux journalistes et blogs de parler de Tiphaine, une astuce qui la rapportera sans doute gros, avec peu de moyens dépensés.

4- Les média proposé à Tiphaine :

Réseau sociaux : facebook, Instragram ,tik tok , twiter et les influenceurs

Article invité sur des sites

Blog

Comme est en phase de lancement ce sont des outils qui peu atteindre largement du public et peu couteuse

5- Les contenus qu'elle va mettre en place :

1-Pour Tik-Tok et youtube, twiter, facebook :

Vidéo moins de 60s

Le contenu :

« Aujourd'hui je t'explique de bien comment choisir ton Déo, se qui te permettra d'évité d'une transpiration et de resté élégant afin déjà choisissez un déo conçue par des ingrédient BIO , qui en phase avec votre activité physique notamment le sport le bien être absolue , le Rool on bergamote est votre produit 48h d'efficacité, sans laissé des traces et fait a partir - Extrait de romarin - Extrait d'aloë vera - Extrait de fleur de souci qui est testé et approuvé par Serge Corp »

2- photos de haute définition, du produit avec un bref légende

3- sur tik tok et stories twiter : short video témoignage des clients

4-blog : avec quelques photos des produits en appuie

### **Un déodorant rafraîchissant :**

Pour une trousse de sportive, rien de plus évident qu'un déodorant efficace, oui mais on choisit une formule douce afin de limiter les agressions de la peau dues aux frottements répétés durant l'effort.

**Notre idée :** Rool on bergamote propose une gamme de déodorants pensée pour les peaux sensibles, sans sels d'aluminium et sans alcool. On opte pour la formule à base d'extrait d'aloë vera , d'extrait romarin et d'extrait fleur de souci assurer efficacité et sensorialité.

*Prix XX € 100 ml*

*Prix XX € 50 ml*

