

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**
- ❖ **Equippée avec une housse de transport à bandoulière**
- ❖ **Fermeture étanche et hermétique**
- ❖ **Couleur au choix: Noir, Bleu ou Rose**
- ❖ **Résistante aux chocs élevée et totalement étanche**
- ❖ **Prix : 500ml à 24,90€ et 1L à 29,90€**

1. Identifier les principaux concurrents et établir une étude de la concurrence sur leur communication.

➤ AMAZON : <https://www.amazon.fr/gourde-inox/s?k=gourde+inox>

- QWETCH : <https://www.qwetch.com/categorie-produit/bouteilles-isothermes-inox/>
- Cdiscount : <https://www.cdiscount.com/le-sport/r-gourde+inox.html>
- SoifDeGourde(d) : <https://www.soif-de-gourde.fr/blog/gourde-inox-qualite-durabilite-et-sans-danger-pour-la-sante/>
- Mama Natur'elle : https://www.maman-naturelle.com/repas-bebe-enfant-gourdes-pailles-accessoires-pour-boisson-c-24_361.html
- Sans-bpa.com : <https://www.sans-bpa.com/commande>

➤ Qu'en reprenez-vous ?

Tous les concurrents ont déjà leur place du marché et ils sont actifs dans les réseaux sociaux.

➤ Quels sont les éléments que vous pouvez retenir pour Hydra Max ?

- Hydra n'a pas encore de l'autorité sur le marché
- Il est omniprésent sur les réseaux.

2. Définir les cibles de communication

- Cœur de cible : les personnes qui veulent des qualités bonnes à bas prix.
- Cible primaire : 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.
- Cible Secondaire : La gourde Hydra max est pour tous les sportifs qu'importe leur âge

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

L'ENTREPRISE

PERSONNALITE :

Agréabilité, extraversion,

CULTURE :

Moderne et style,
Aventure.

HYDRAMAX

Hydratez - vous, HYDRAttez au MAX

PHYSIQUE :

Moderne et minimalistes
Gourdes

MENTALLISATION :

Jeûne, moderne et style

RELATION :

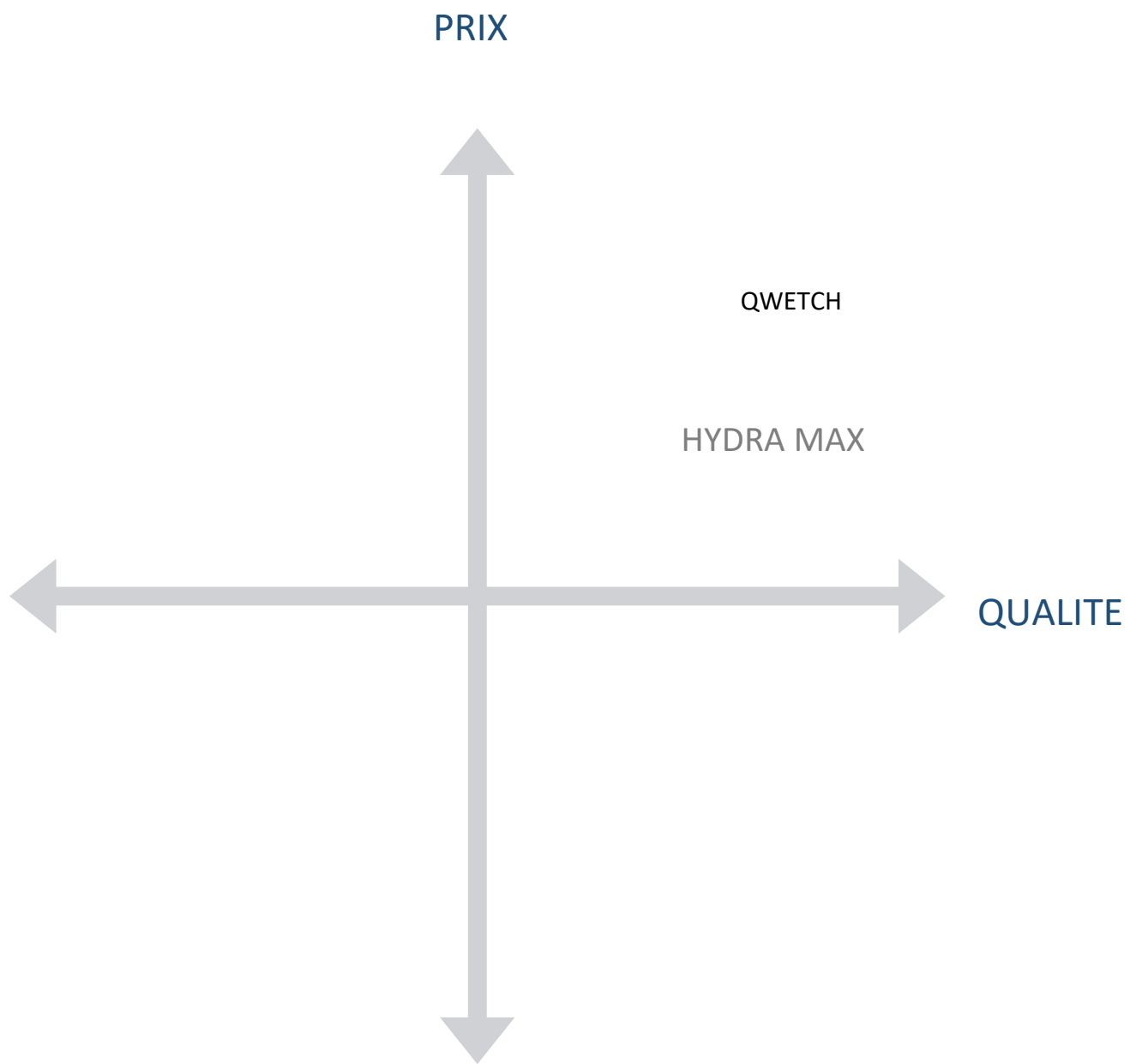
Sérieuse, fun, partage

REFLET :

Jeûne, style, cool

LES CONSOMMATEUR

4. Quel est le positionnement pour Hydra max ? Pourquoi



5. Déterminez le message de communication pour la campagne de communication. Expliquez votre choix.

✂ L'eau est une source de vie. : puisque le produit est une gourde, il est évident que le principe c'est de boire de l'eau alors ce message reflète non seulement que la marque vend des produits, mais également prendre soin de votre santé.



6. Construire la copy stratégique.

Promesse : Hydra Max a pour but de mettre votre confort avant tout. Il veille à votre santé à ce que vous soyez toujours au forme en buvons de l'eau chaude tout au long de votre trajet tel que soit votre âge ou que vous été amateur.

Preuve : Hydra Max a été déjà testé et recommandé par des professionnelles pour vous donner de la satisfaction.

Bénéfice : vous pouvez conserver de l'eau pendant 24h au froid et 14 au chaud sans vous inquiéter.

Ton : Hydra Max vous plonge dans l'esprit des aventuriers.

Contrainte : Hydra Max est idéal pour vous même si vous étiez des amateurs ou professionnels.

7. Quels sont les moyens (médias ou hors médias) mis en place ?

Justifiez votre choix.

- Internet : tout le monde est maintenant sur les réseaux et bien sur le moyen le plus facile est d'être sur la page.
- Relation publique : tout le monde imite les grandes figures et c'est un bon moyen de faire valoir si on a des connections.
- Salons, foires : un des moyens de faire connaître une chose est les salons ou foire, presque tout le monde va pour découvrir des choses nouveaux.

8. Déterminez la ligne éditoriale et un calendrier éditorial.

❖ La ligne éditoriale

- Les thèmes à traiter : le thème sera l'avantage d'utiliser Hydra Max et en quoi il est différent des autres produits existants.
- Le niveau de technicité : Hydra Max est pour les sportifs. Il faut donc leur donner des termes qu'il connaisse.
- Les mots-clés pertinents : gourde en inox, gourde pour les sportifs, meilleure choix pour les sportifs, tous les mots composant des <<gourdes>> et les mots des familles de <<sport>>.
- Le ton adopté : décontracté, fun
- La fréquence de publication : des articles, blogs et poste par jours pour tous les réseaux tel qu'il soit.
- Les types de contenu et les rubriques : infographie, vidéos, image, articles

❖ Un calendrier éditorial.

CALENDRIER EDITORIAL JUNE 2022

MONDAY

27 JUIN :

LANCEMENT DU
PRODUIT SUR
TOUT LES
RESEAUX
SOCIAUX ET
PLATEFORMES

SUIVIS DES
PROGRES ET
PROMOTION

TUESDAY

28 JUIN :

SUIVIS DES
PROGRES ET
DIFFUSION DES
PUBLICATION

ORGANISER
DES JEU

WEDNESDAY

29 JUIN :

SUIVIS DES
PROGRES ET
DIFFUSION DES
PUBLICATION

PUBLICATION
DES VIDEOS ET
PROMOTION

THURSDAY

30 JUIN :

SUIVIS DES
PROGRES ET
DIFFUSION DES
PUBLICATION

PUBLICATION
DES VIDEOS ET
PROMOTION

FRIDAY

31 JUIN :

SUIVIS DES
PROGRES ET
DIFFUSION DES
PUBLICATION

PROMOTION ET
VERIFICATION DES
KPI

9. Créer le contenu nécessaire pour la campagne de communication.

- Newsletter

hydra
max



« Je suis un guerrier et un insatisfait permanent, c'est ça l'apanage du champion. »

André Panza, champion de sports de combat



Découvrez nos produit haut de gamme à bas prix, 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.

Alors qu'attendez-vous pour commander les vôtres tout de suite.

www.HydraMax.com

10. Quels sont les KPI à prendre en compte pour le suivi de la campagne.

❖ KPI Marketing

- > Pages par session
- > Taux de rebond
- > Répartition desktop/tablette/mobile
- > Taux d'abandon de panier
- > Taux de retour produits
- > La géolocalisation des internautes
- > La langue des internautes

❖ KPI SEO

- > Taux de click
- > Nombre de MQL ET SQL par page
- > Nombre de backlink
- > Autorité de domaine
- > Vitesse de chargement

❖ KPI RESEAUX SOCIAUX

- > Le nombre d'abonnés, fans, followers, lead
- > Porte de publication, nombre de vue, clics sur les liens ou médias
- > Nombre de partages ou de commentaires ou like