

IV - Activité 1 - Les leviers du Marketing Digital

Choisir une marque connue et remplir le tableau suivant.

L'objectif est de constater comment cette marque utilise différents supports du modèle POEM

MARQUE (au choix) : <https://www.garnierusa.com/>

| 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 proposent de la publicité Facebook Pinterest Instagram Twitter |
| Annonce sur moteur de recherche (Google) | O | Garnier commits to Greener beauty & your goals Enter for the chance to WIN \$10 000 Toward your education Enter now |
| Display (Affiche, pub dans magazine...) | O | Visuel Video Panneau publicitaire |
| Article sponsorisé (blog) | O | https://www.garnierusa.com/about-garnier/greener-beauty |
| | | |
| OWNED MEDIA | | |

| | | |
|-------------------------------------|---|---|
| Site Internet de la marque | O | https://www.garnierusa.com/ |
| Blog de la marque | O | https://www.garnierusa.com/tips-how-tos/ha-ir-care |
| Réseaux sociaux (préciser lesquels) | O | Instagram : infographie, texte, photo, reels, video Facebook : infographie, texte, photo Pinterest : Infographie, texte, photo Twitter : Texte, photo, infographie Youtube : video |
| Newsletter/emailing | O | |
| Vidéo | O | https://www.youtube.com/user/GarnierUSA |
| | | |

EARNED MEDIA

| | | |
|---------------------------------|---|---|
| Influenceurs | O | https://instagram.com/marinelorphelin_off?igshid=YmMyMTA2M2Y=marinelorphelin_off |
| Mention sur les réseaux sociaux | O | instagram Facebook Twitter |
| Lien ou mention sur un blog | O | Lien : |
| Avis de consommateurs | X | https://www.beaute-test.com/garnier.php |
| Article de presse | O | https://www.lesechos.fr/industrie-services/conso-distribution/garnier-sengage-sur-le-naturel-145466 |

V - 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 à destination des sportifs.

Son déodorant a été élaboré avec l'aide d'un laboratoire pharmaceutique.

Son 1er produit est un déodorant Roll-On Citron Bergamote Certifié Bio disponible en 50ml ou 100ml efficace durant 48h (testé et approuvé par Serge Corp). Ce dernier contient 3 ingrédients phares pour assurer efficacité et sensorialité :

- Extrait de romarin
- Extrait d'aloë vera
- Extrait de fleur de souci

Elle souhaite toucher des sportifs, mais n'arrive pas encore à segmenter sa clientèle.

Dans le cadre du lancement de son produit, elle fait appel à vous pour l'aider à construire sa stratégie d'inbound Marketing (elle connaît ce dernier point, car elle a lu un article récemment).

Tâches à réaliser :

1. Déterminer les cibles de communication : cœur de cible, cible primaire (avec des personae, elle adore les personae) et enfin cible secondaire.

| | |
|------------------|--|
| Coeur de cible | Pratiquant sport : basket, foot, handball, |
| Cible primaire | Pratiquant yoga, passionnés d'art martiaux |
| Cible secondaire | Travailleur en bureau |

2. Étudiez la concurrence sur leur communication (étude des réseaux sociaux, ont-ils eu une communication traditionnelle ? Déterminez 1 parcours client pour passer à l'acte d'achat (Tunnel de conversion Inbound Marketing).

Concurrent **Yves Rocher** <https://www.yves-rocher.fr/>
Communication :

- **Instagram**
- **Facebook**
- **Youtube**
- **Twitter**

3. Sachant qu'elle vient de se lancer, elle souhaite augmenter en visibilité. Quel(s) est/sont selon vous les objectifs que vous conseillerez à Tiphaine ? Justifiez votre choix

Selon moi, l'objectif sera d'augmenter le nombre d'abonnés sur les réseaux pour accroître les ventes.

4. En triant via Owned, Paid et earned média, déterminez quels sont les médias que vous utiliserez. (Sélection des Réseaux sociaux, blog, newsletter, site, influenceur) Justifiez votre choix.

J'utiliserai d'abord les réseaux sociaux car c'est un moyen moins cher mais très efficace pour accroître les ventes puis création de site web avec des blogs et des newsletters.

5. Quels sont les contenus que vous mettrez en place selon les médias sélectionnés ?

Sur les Facebook : texte, infographie, vidéo

Instagram : Photo, texte, infographie, réel

6. Déterminez les actions mises en place selon le tunnel de conversion de l'inbound Marketing.

7. Quelles sont les KPi que vous prendrez en compte dans votre stratégie à chaque niveau du tunnel de conversion d'Inbound Marketing.