

Stratégie de communication



Et la Saint Valentin ?
 bumble

FROUIN Oriane

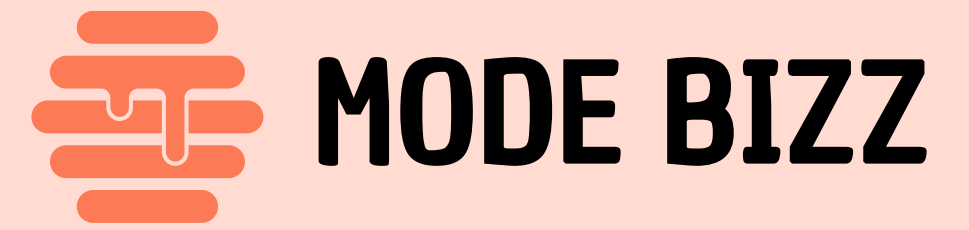
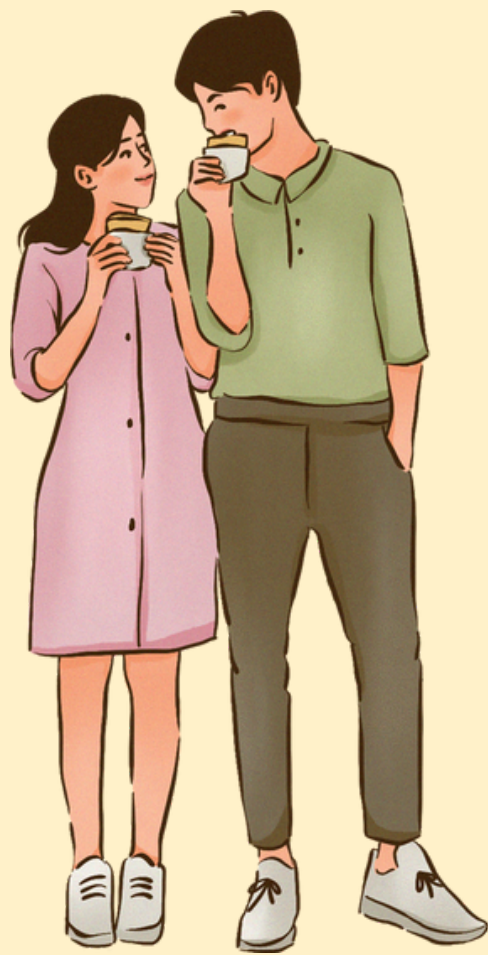
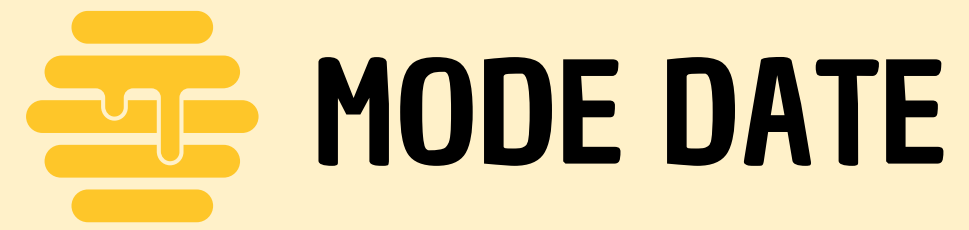
MICHAUD DE PERIER Erwann

PLATEAU Arthur

RENAUD Valentin

Et la marque ?

🏠 L'offre



Et la marque ?

⇒ La raison d'être

Défier les normes hétérosexuelles dépassées en matière de rencontres

Les femmes font le premier pas

Et la marque ?

🏠 La cible part. 1

Femmes 18-35 ans



Tous types de hobbies



Pour celles qui en ont marre qu'on les importune, qui cherche la sécurité



Pour diversifier ses relations (amicales, amoureuses et professionnelles)



Pour celles qui ont habituellement peur de faire le premier pas ou qui rêvent de le faire



Pour celles qui détestent les pressions sociales



Pour celles qui n'aiment pas les autres applis de rencontre

Et la marque ?

🏠 La cible part. 2

Hommes 18-35 ans



Pour ceux qui n'ont pas peur de leurs émotions



Pour ceux qui sont engagés et/ou ouvert d'esprit



Pour ceux qui n'ont pas peur ou qui ne s'énervent pas à cause d'un refus



Pour ceux qui aiment la nouveauté



Pour ceux qui sortent régulièrement

Et la marque ?

🔑 Les tendances du marché



Positivité / Authenticité

L'acceptation de soi
Vulnérabilité masculine
Moi avant les autres

Bien-être mental



Types de relation

Intimité émotionnelle
Relations amicales en avant

Pression relations sexuelles



Liberté de choix

Rencontre sans attente
Relation sans attaches
Slow dating

Pression sociale et sexuelle

Et la stratégie marketing ?

⇒ La problématique

Comment **promouvoir Bumble** comme une **plateforme sécurisée** pour créer tous **types de relations** qui soient **authentiques** à l'approche de la **Saint-Valentin** ?



Et la stratégie marketing ?

🗨️ L'insight

“ J’aimerais créer des relations saines et authentiques **parce qu’**ailleurs je ne me sens pas en sécurité, **mais** je me sens submergé par la quête excessive d'amour et des relations superficielles ”



Et la stratégie marketing ?

🏠 La promesse et le message

Rationnel



La sécurité pour les femmes est privilégiée et améliorée



Pas de fakes, seulement la vérité et de la sincérité (vérification de profil)



Système de signalement



Application gratuite

Émotionnel



Déconstruire les préjugés



Créer un environnement sûr et respectueux



Ne pas se limiter à l'amour, l'amitié et les relations professionnelles sont aussi à l'honneur



Égalité des sexes

Et la stratégie marketing ?

 RTB



Délai de réponse 24h



Système de signalement



La femme fait le premier pas = empowerment



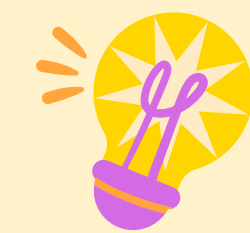
Histoire de Whitney Wolfe Herd



Rencontres qualitatives



Et la Saint Valentin ?



Big idea



 **Bumble**, des relations authentiques et sécurisées toute l'année

Bumble, le seul endroit où vous
n'aurez pas peur de la friendzone
à la **Saint Valentin** 💕

 BUMBLE

Il y a 2 min

Bao Chen

On serait pas mieux juste amis ?

 BUMBLE

À l'instant

Espérance Sabi

Tellement d'accord, j'osais pas te le dire

Et la stratégie de communication ?

Le déploiement

Sur les médias sociaux

 Où ?    

 Quoi ?


Publications qui mettent en avant la sécurité et la diversité des relations, témoignages d'utilisateurs, conseils

 Comment ?


Hashtags pertinents, Interactions avec la communauté (concours, défis, témoignages, messages).

Publicités en ligne

 Où ? Ads sur les RS et sur Google

 Quoi ?

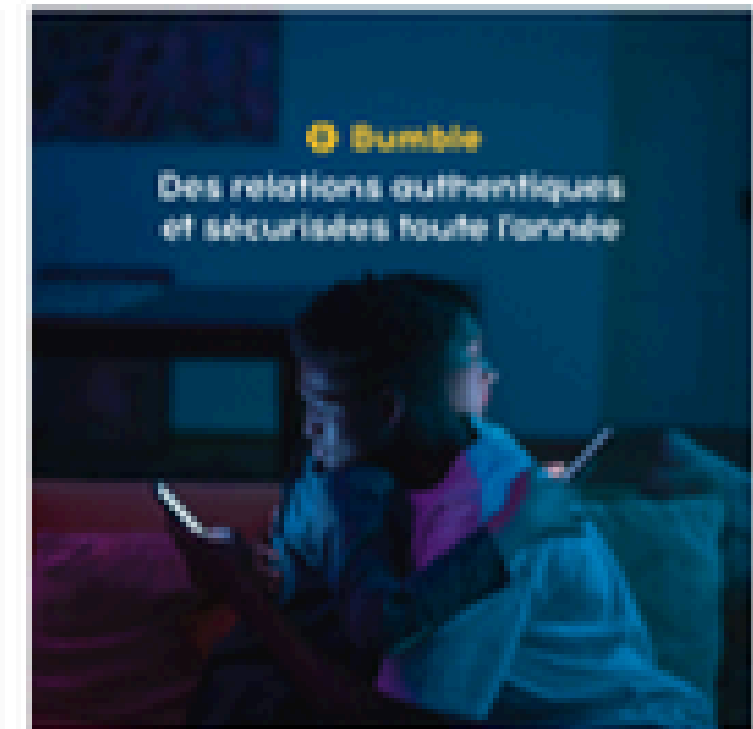
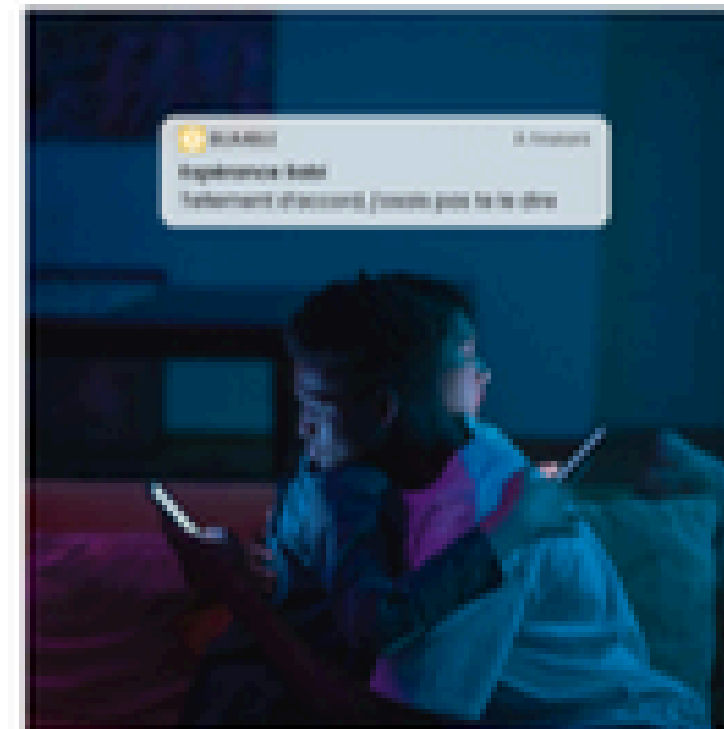
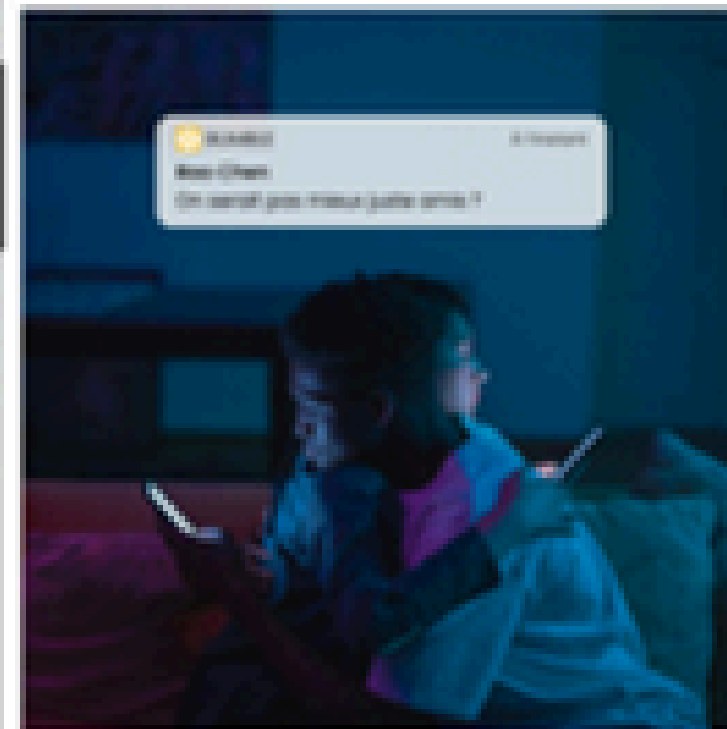
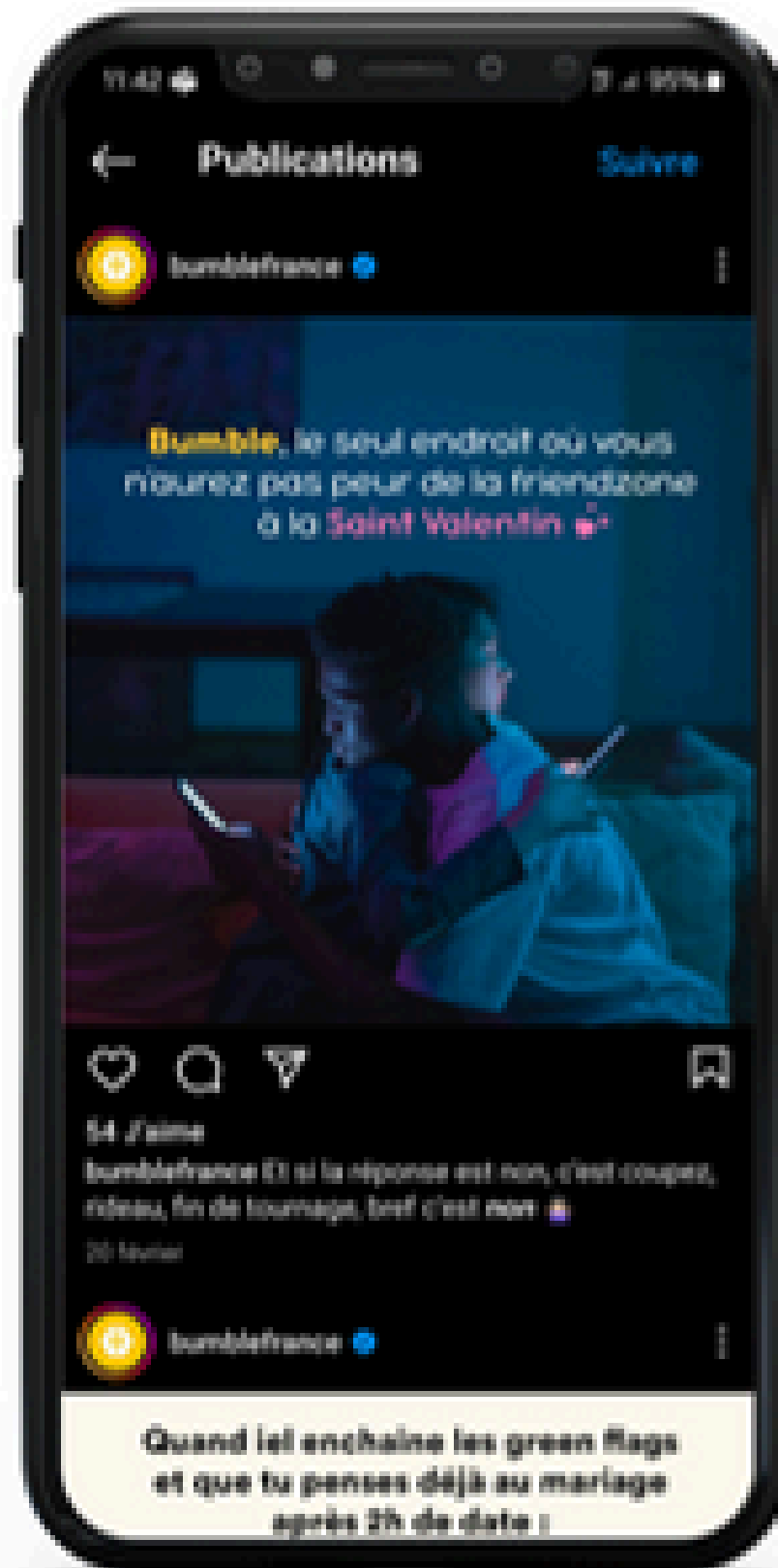
Publicités qui mettent en avant la sécurité, présence toute l'année, offres spéciales St Valentin

 Comment ?

Messages clairs, percutants, ciblage en fonction de notre cible, analyse des performances pour optimiser

Et la stratégie de communication ?


📱 Le déploiement





Et la stratégie de communication ?

⇒ Le déploiement


Partenariats avec influenceurs


 Où ? YouTube, Instagram, TikTok


 Quoi ?
Collaboration influenceurs lifestyle,
domaine rencontre, bien-être,
conseils, etc...

 Comment ?
Choix influenceurs en fonction de la
cible, nombre de publications et
contenus, analyse performances

Événements spéciaux

 Où ? Espaces publics (bars, facs,
cafés, etc...)


 Quoi ?
Soirées et ateliers de rencontre,
kiosque d'informations


 Comment ?
Planifier et organiser des
événements dans des lieux locaux
et promouvoir sur les RS


Et la stratégie de communication ?

Le déploiement

Partenariats avec des entreprises


 Où ? Cafés, bars, salles de sport...


 Quoi ?
Offres spéciales, promotions
croisées, événements, partenariats

 fleuristes
Comment ?
Entreprise partageant les mêmes
valeurs, proposer des partenariats
mutuellement bénéfiques, pro-
mouvoir grâce aux canaux de ces
entreprises

Street marketing

 Où ? Quartiers jeunes, campus,
transports



 Quoi ?
Affiches, flyers, autocollants, etc...

 Comment ?
Créer des outils attractifs, choisir
des emplacements stratégiques



Et la stratégie de communication ?

Les objectifs

Garantir une communauté saine

-  Construire une image de communauté saine, qui garantit une expérience agréable pour les consommateurs.
-  Une communication claire entre les usagers qui permet le respect et le bien leurs bien ententes.

Se démarquer par une ouverture d'esprit

-  Déconstruire l'idée : appli de rencontre = relation amoureuse; Ouvrir à d'autres opportunités de relations
-  Mettre en avant un concept rarement utiliser, donner le pouvoir aux femmes de faire le premier pas pour attirer le coeur de cible.



Merci pour votre



Attention

