

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

Équipée 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. Identifier les différents concurrents de la marque ainsi que leur communication sur le marché :

MARQUES	OFFRES	GAMMES	RESEAUX 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€
THERMOS	Respectueux de l'environnement	Bouteilles isothermes en inox Mugs en inox Gourdes isothermes en inox.	Facebook, Twitter, Instagram etc avec des vidéos images et textes comme contenu. Lien du site https://www.thermosbrand.fr/	16,80€ 18,70€
ADIDAS	Fais-toi plaisir avec jusqu'à -40 % sur une large sélection des produits Adidas	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 :

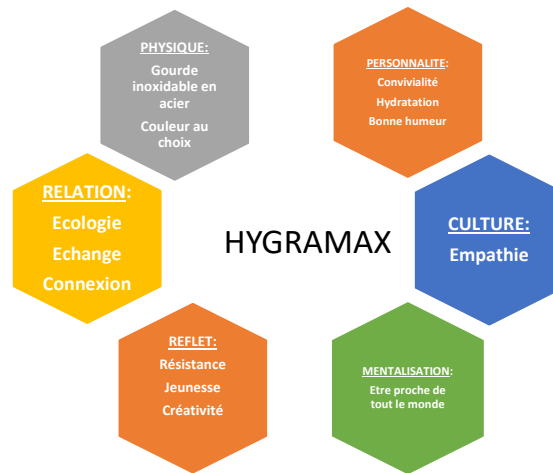
- **Cœur de cible:** Des amoureux de sport, que ce soit du football ou de la randonnée en passant par de l'escalade. Peu importe la saison, aussi bien en hiver qu'en été.
- **Cible primaire:** Tout le monde! Les travailleurs qui sont dans des bureaux, en extérieur tels que des manœuvres, des artistes, ou encore les enfants qui vont à l'école ou même encore pour aller faire des courses.
- **Cible secondaire:** Des écologistes qui préfèrent utiliser des thermos à la place des bouteilles, préservant ainsi la nature.

3. Déterminer le prisme de la marque et son slogan :

- **Le slogan de la marque Hydra max:**

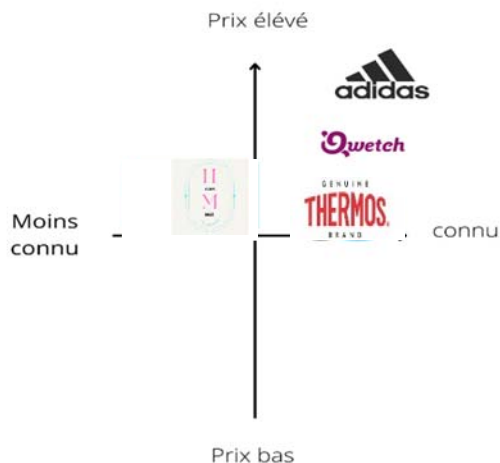
« VOTRE BOISSON COMME VOUS L'AIMEZ ! »

➤ **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. Déterminer un message de communication pour la campagne publicitaire:

Hello, Hello, Je suis HYDRAMAX,

Je te propose des gourdes super innovantes et
surtout super pratiques pour toutes tes
boissons chaudes, mais aussi froides.

En plus, les prix sont juste WOUAH !

N'hésite pas, nous ne faisons que des heureux !



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:

Quel que soit la température de votre boisson, que vous la vouliez 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 **HYDRAMAX** est très solide et sera votre compagnon sur tous les terrains.

<i>Promesse</i>	Hydra Max accompagne les athlètes sur tous les terrains, conserve vos liquides chauds en hiver et froids en été.
<i>Preuve</i>	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).
<i>Bénéfice</i>	La gourde est une valeur sûre pour préserver la planète, point écologique. Elle est résistante et à plusieurs usages.
<i>Ton</i>	Hydra Max est proche des sportifs, avec une communication beaucoup plus centrée sur le digitale.
<i>Message résiduel</i>	L'amie 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. Il faut que montrer aux athlètes que nous sommes là pour eux et que nous nous soucions d'eux!

8. Déterminer 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. Résistant et flexible comme eux, ils ne seront pas dessus !

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

La tonalité de notre communication est à la fois: comique, fun, factuelle, éducative et assez « open mind », toujours 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, Toujours avec le vouvoiement.

La fréquence de publication:

Les publications se feront par jour pour différents réseaux sociaux et avec différents contenus.

❖ Le calendrier éditorial mensuel:



<p>SEMAINE 1</p> <p><u>Lundi & Mercredi:</u> Post de motivation sur tous les réseaux sociaux</p> <p><u>Mardi & Jeudi:</u> Facebook</p> <p><u>Vendredi:</u> Youtube & Tik-Tok</p> <p><u>Samedi :</u> Photos et vidéos</p> <p><u>Dimanche:</u> Articles, blog & LinkedIn</p>	<p>SEMAINE 2</p> <p><u>Lundi & Mercredi:</u> Post de motivation sur tous les réseaux sociaux</p> <p><u>Mardi & Jeudi:</u> Facebook</p> <p><u>Vendredi:</u> Youtube & Tik-Tok</p> <p><u>Samedi :</u> Photos et vidéos</p> <p><u>Dimanche:</u> Articles, blog & LinkedIn</p>
<p>SEMAINE 3</p> <p><u>Lundi & Mercredi:</u> Post de motivation sur tous les réseaux sociaux</p> <p><u>Mardi & Jeudi:</u> Facebook</p> <p><u>Vendredi:</u> Youtube & Tik-Tok</p> <p><u>Samedi :</u> Photos et vidéos</p> <p><u>Dimanche:</u> Articles, blog & LinkedIn</p>	<p>SEMAINE 4</p> <p><u>Lundi & Mercredi:</u> Post de motivation sur tous les réseaux sociaux</p> <p><u>Mardi & Jeudi:</u> Facebook</p> <p><u>Vendredi:</u> Youtube & Tik-Tok</p> <p><u>Samedi :</u> Photos et vidéos</p> <p><u>Dimanche:</u> Articles, blog & LinkedIn</p>

9. Le contenu nécessaire pour la campagne de communication :

Quel que soit le sport que vous pratiquez,
HYDRAMAX est la solution pour vous hydrater en toute circonstance!



10. 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.