

STRATÉGIE DE COMMUNICATION

Le partage des artisans locaux



Deco Locaux

INTRODUCTION



Deco Locaux

Déco locaux est une petite boutique où nous partageons des objets déco de petits créateurs des Pays de Loire. Nous souhaitons faire connaître les petits créateurs qui en ont le besoin et faire marcher le commerce de proximité.

SOMMAIRE

- 1 - Les concurrents
- 2 - Les cibles
- 3 - Les objectifs
- 4 - Les canaux utilisés
- 5 - La liste de sujets pertinents
- 6 - Les actions menées
- 7 - Le budget
- 8 - Les KPI
- 9 - Le planning

LES CONCURRENTS

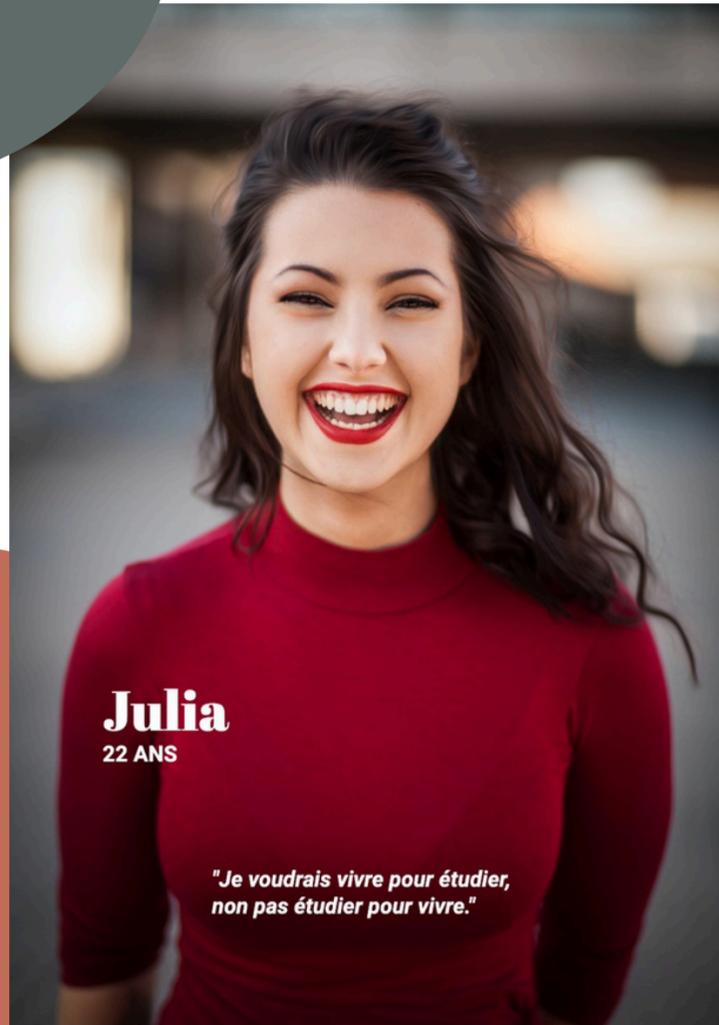


BeeShary
Concurrent web



**La Maison des
artisans**
Concurrent direct

LES CIBLES



Julia
22 ANS

*"Je voudrais vivre pour étudier,
non pas étudier pour vivre."*

Qui suis-je ?

- 👤 Je suis célibataire
- 🎓 Je suis étudiante en FAC de Tourisme
- 🏠 Je vie chez mes parents dans un quartier proche du centre-ville d'Angers
- 💼 J'ai un job étudiant en tant que serveuse le week-end, qui me permet d'avoir de l'argent de poche tous les mois, environ 200-300€

Ma personnalité

Enthousiaste Dynamique
Joviale

Mes intérêts

Mes amis Les réseaux sociaux
La Déco Ma famille Les produits locaux

Mes compétences

Les réseaux sociaux
L'art

Comment elle à découvert la marque ?

Publicité sur Pinterest

Raison d'utiliser le produit

- Articles de qualités
- Articles tendances
- Articles qui ressemblent à ma déco actuelle

Raison d'acheter le produit

- Produits réalisés par des magasins angevins
- Bon rapport qualité / prix

miro



Antoine
30 ANS

"Seuls ceux qui dorment ne commettent pas d'erreurs."

Qui suis-je ?

- 👤 Je suis marié et dans quelques mois, je serais papa
- 🏢 Je suis entrepreneur dans le domaine du trading
- 🏡 J'ai acheté une maison dans la périphérie angevine
- 💰 J'ai un bon train de vie et je ne m'en plains pas. Je profite de ce que je gagne pour gâter mes proches et profiter de la vie. Mon salaire moyen est de 3 100€

Ma personnalité

- | | |
|------------|-----------------|
| Déterminé | Dynamique |
| Bon vivant | Perfectionniste |

Mes intérêts

- | | | |
|-------------|---------------------|--|
| Mes amis | Le sport automobile | |
| Les voyages | Ma famille | Intérêt pour tous ce qui est local (entreprise, produits...) |

Mes compétences

- La finance
- Les langues étrangères

Comment il a découvert la marque ?

Il a lu un article de presse sur le journal présentant notre magasin
Sa femme a découvert notre marque sur Pinterest

Raison d'utiliser le produit

- Produits utiles pour ajouter de la déco à ces logements locatifs
- Décoration intemporelle / à tout les goûts

Raison d'acheter le produit

- Produits locaux et artisanaux
- Produits tendance et design
- Diversité de produits

miro

OBJECTIFS

Nous avons pour but de faire connaître la marque et d'attirer des visiteurs dans notre boutique. Pour cela, nous avons diverses objectifs qui sont :

1

Développer une communauté sur différents réseaux sociaux

2

Inciter les gens à devenir clients

3

Développer une image de marque

4

Devenir un lieu incontournable angevin

LES CANAUX UTILISÉS



Les réseaux sociaux :
Instagram, Facebook et
LinkedIn



Influenceurs de la
région



La radio



Les magazines : Angers
ma ville, Courrier de
l'ouest



Affiches

LISTE DE SUJETS PERTINENTS

Cette liste reste exhaustive et peut être amené à s'améliorer au fil du temps.

- Vie dans l'entreprise
- Savoir faire
- Nouveaux créateurs
- Nouveaux produits
- Tendances déco
- Les artisans locaux
- Association de couleurs
- Avis clients

LES ACTIONS MENÉES

Les actions menées se feront sur la création d'un événement et la vie de la boutique

1

Créations d'événements

2

Démarchage d'influenceurs pour relayer la marque + invitation aux événements

3

Article dans des magazines / journaux pour présenter la marque et évoquer l'événement

4

Création d'affiches puis distribution

5

Partages de newsletter pour informer de l'événement

6

Événementiel : aménagement du lieu : décoration, grignotage, boisson,

7

Distribution de goodies lors de l'événement : Tote Bag

LE BUDGET

Le budget alloué pour cette période de 6 mois se fait en fonction des objectifs définis. Celui-ci peut varier entre 2000 et 5000 € l'année.

LES KPI

- Nombre de clients venus et de tote bag distribués
- Utilisation du code promo
- Impressions/Engagements sur les posts réalisés
- La satisfaction
- Taux de rebond sur notre site
- Nombre de leads obtenus

PLANNING

03 - MARS

Début mars arrivé d'un ou d'une nouvelle créatrice

Print : Affiche + flyer de l'arrivée d'une nouvelle créatrice

Digital :

- Annonce de la créatrice sous format photo ou vidéo des produits
- Post tous les 2 jours sur la vie de la boutique (voir liste des sujets p9 à alterné)
- Story tous les jours

04 - AVRIL

Print :

- imprimer et distribuer les flyers de l'événement du 15 mai
- Afficher les affiches dans la ville

Digital :

- Post sur les réseaux sociaux de l'événement de la journée des créateurs
- Post tous les 2 jours sur la vie de la boutique (voir liste des sujets p9 à alterné)
- Story tous les jours

05 - MAI

15 mai journée des créateurs à la boutique Deco
Locaux

Print :

- distribution de flyers des divers créateurs le jour j
- préparation des affiche + flyers de l'arriver d'une nouvelle créatrice

Goodies : distribution des tog bag le jour j

Digital :

- Annonce de l'événement 2 semaines avant, 1 semaine avant , la veille, puis le jour j en story
- Sinon post tous les 2 jours sur la vie de la boutique (voir liste des sujets p9 à alterné)
- Sinon story tous lcs jours

06 - JUIN

Début juin arrivé d'un ou d'une nouvelle créatrice

Print : Affiche + flyer de l'arriver d'une nouvelle créatrice

Digital :

- Annonce de la créatrice sous format photo ou vidéo des produits
- Post tous les 2 jours sur la vie de la boutique (voir liste des sujets p9 à alterné)
- Story tous lecs jours

07 - JUILLET

Print : Affiche + flyer de l'arrivée d'une nouvelle créatrice

Digital :

- Post tous les 2 jours sur la vie de la boutique (voir liste des sujets p9 à alterné)
- Story tous les jours

08 - AOÛT

Print : préparation des affiche + flyers de l'arrivée d'une nouvelle créatrice

Digital :

- Post tous les 2 jours sur la vie de la boutique (voir liste des sujets p9 à alterné)
- Story tous les jours



Deco Locaux