

Social Média Show them

By Melih, Nicolas and Mika



SOMMAIRE

- 1. La marque**
- 2. Objectif de stratégie**
- 3. La cible**
- 4. Benchmarking**
- 5. Solutions**
- 6. Présentation des posts**

1. La marque

SHOW THEM

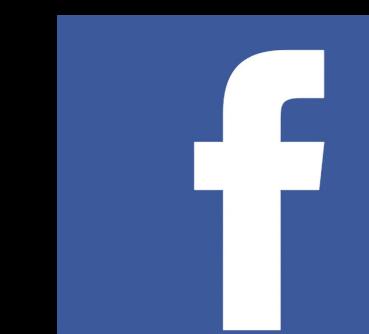
Les cibles de la marque sont les hommes âgés **entre 18 et 35 ans**.
Une tranche d'âge **jeune, urbaine et consciente** de l'environnement.

La marque se positionne comme étant **eco-friendly** & coton recyclé,
contenant aussi des packagings recyclables et des étiquettes
avec des graines de fleurs à planter.

Ce marché dit **éco-responsable** est en pleine **croissance** et les consommateurs
cherchent une alternative plus durable.

On en conclu que la marque veut être à la mode en **respectant l'environnement**.

Ils sont présent sur:

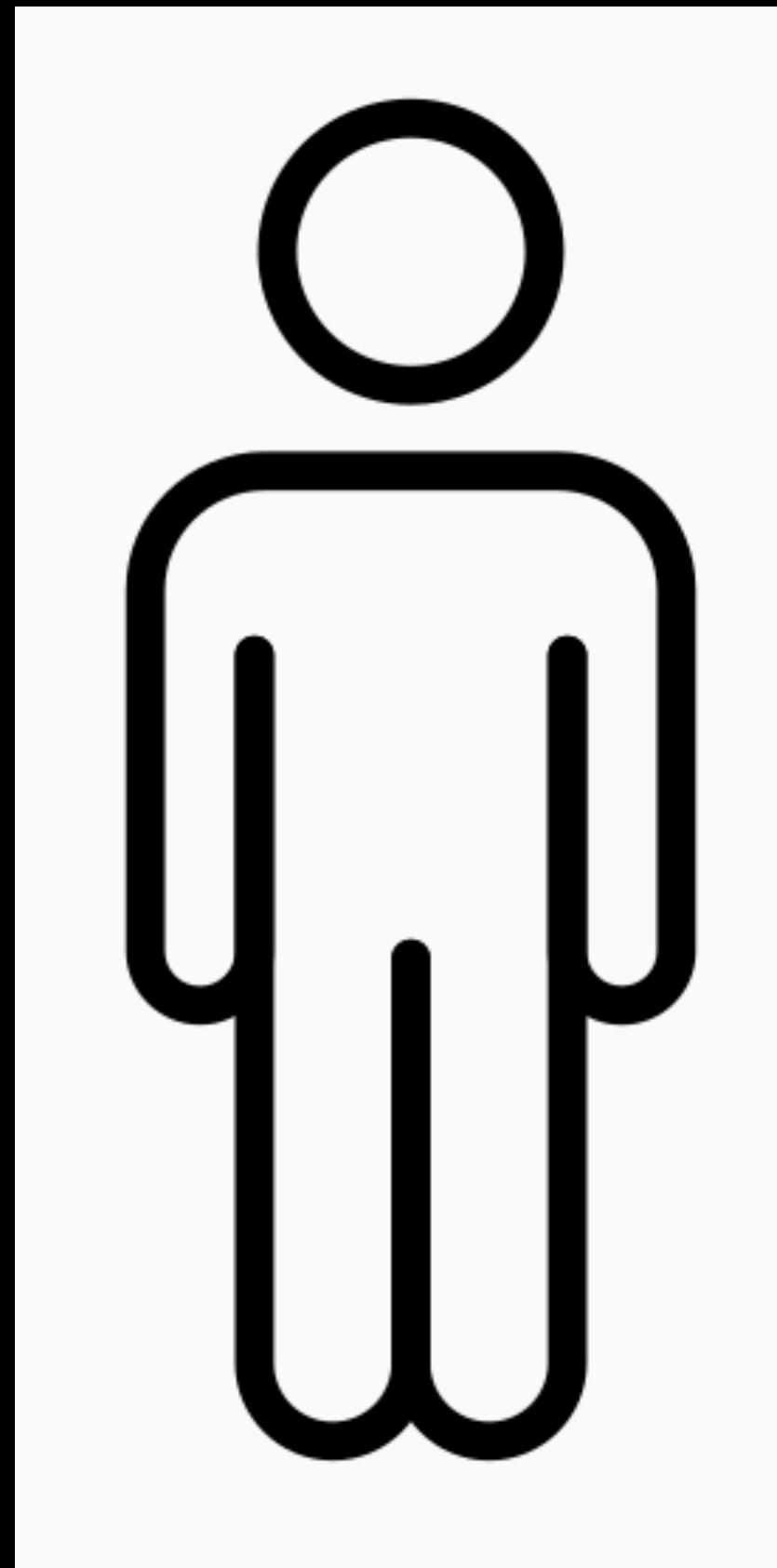


2. Objectif de stratégie

NOS OBJECTIFS :

- **Accroître la notoriété sur nos réseaux sociaux**
Créer une campagne publicitaire sur les réseaux afin de présenter sa collection de vêtement éco-responsable
- **Engagé la communauté**
Crée du contenu de qualité/pertinent tel que des vidéos de sensibilisation à l'environnement, des photos de la production des collections.
- **Fidéliser la clientèle**
Crée des programmes de fidélité et des offres exclusif pour les membres de la communauté sur les réseaux sociaux tels que des réduction, promotion et cadeaux

3. La Cible



= Homme entre 18 - 35 ans

Urbain | culture japonaise | musique | street art

+ Aime les produits éthique et de qualité, cherche des marques engagées écologiquement

70% des Français déclarent être prêt à payer plus chère pour des vêtements éco-responsable

9% des produits d'habillage en France sont éco-responsable avec une croissance annuelle de 10%

Source:

1. Dream Act, « la consommation responsable » janvier 2021
2. IFM, « les vêtements éco-responsable en France » avril 2021

5. Solution

LES SOLUTIONS

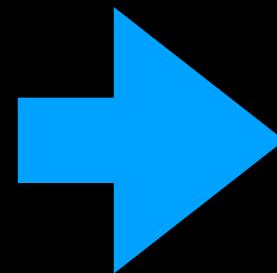
Pour toucher sa cible Show Them mise sur une stratégie de communication sur les réseaux sociaux.
Elle veut se faire connaître, engager sa communauté et fidéliser sa clientèle.

Comment ?

5. Solution partie 2

1. DES PUBLICITES PERCUTANTES

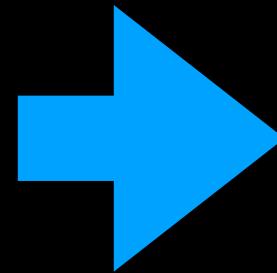
Une **campagne** mettant en avant la qualité des **matériaux éco-responsables** utilisés :



La marque peut réaliser des vidéos montrant la **qualité et la durabilité** des matériaux utilisés pour fabriquer leurs vêtements.

Service livraison écolo avec 0 pollution garantie + 1 t-shirt édition limitée offert.

Ces vidéos pourraient être partagées sur les réseaux sociaux avec des **hashtags** tels que **#QualitéResponsable** et **#DurableFashion** ...



La pub débute par un plan sur la **Tour Eiffel et Paris**, où nous pouvons voir des jeunes à la vie active portant **fièrement les habilles** de notre marque, ajouter par dessus ce plan une voix d'un **client racontant son expérience** avec la marque en la complimentant.

Puis un des individus, en mettant son t-shirt se retrouve **au Japon** dans un temple en train de combattre au katana un géant samouraï de métal. En mettant des coups, le géant s'aperçoivent que **le t-shirt le rend invincible** !

La campagne met l'accent sur **l'appartenance** de la marque auprès d'un groupe social et **caricature** la résistance du produit.

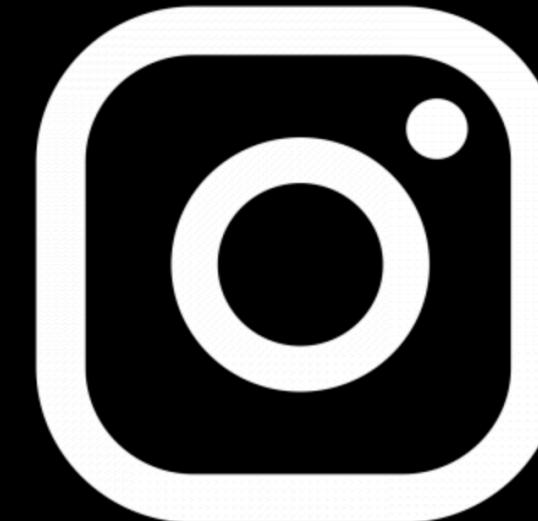
5. Solution partie 3

2. CONTENU DE QUALITE

Retravailler les contenus sur:

Instagram

- Photographe/Vidéaste officiel et qualifié pour shooting photo et vidéo
 - Studio aménagé pour nos shooting avec mannequin qualifié
 - Retravailler les descriptions et story à la une
 - Faire du contenu plus souple / élégant
-
- Créer des titres accrocheur pour chaque catégorie de story à la une. exemple: Best Sellers éco-responsable / Offre exclusive / FAQ ...
 - Des produits et des vidéos de produit mis en scène de manière artistique dans un environnement naturel ou dans un studio aménagé, accompagné d'une musique douce et d'une narration pour renforcer l'image de marque.



5. Solution partie 4

2. CONTENU DE QUALITE

Retravailler les contenus sur:

TikTok

- Photographe/Vidéaste officiel et qualifié pour shooting photo et vidéo
- Studio aménagé pour nos shooting avec mannequin qualifié
- Retravailler les effets des vidéos
- Faire du contenu plus simple avec interview



1. Réaliser des vidéos de « Behind The Scène », la marque peut montrer comment les vêtements sont conçus de manière éthique et écologique, en mettant en avant les personnes qui travaillent dans les usines et ateliers

2. Organiser des shootings photo avec des influenceurs engagés, la marque peut collaborer avec des influenceurs qui partagent les valeurs de l'éco-responsabilité et du développement durable, en leur fournissant des vêtements de la collection

5. Solution partie 5

2. CONTENU DE QUALITE

Retravailler les contenus sur:

Facebook

- Photographe/Vidéaste officiel et qualifié pour shooting photo et vidéo
- Studio aménagé pour nos shootings avec mannequin qualifié
- Retravailler les descriptions et story à la une
- Faire du contenu plus souple / élégant

1. La marque peut partager des événements éco-responsable auxquels elle participe ou qu'elle organise pour montrer son engagement envers la cause environnemental. Exemple: nettoyage de plage ou sensibilisation au tri des déchets

2. Des articles de blog sur la mode durable et écologique présentant les initiatives de la marque ainsi que des conseils pour un style plus éthique



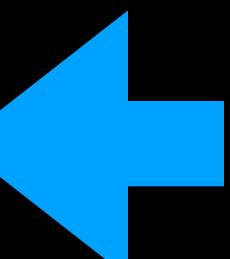
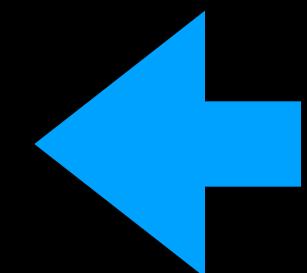
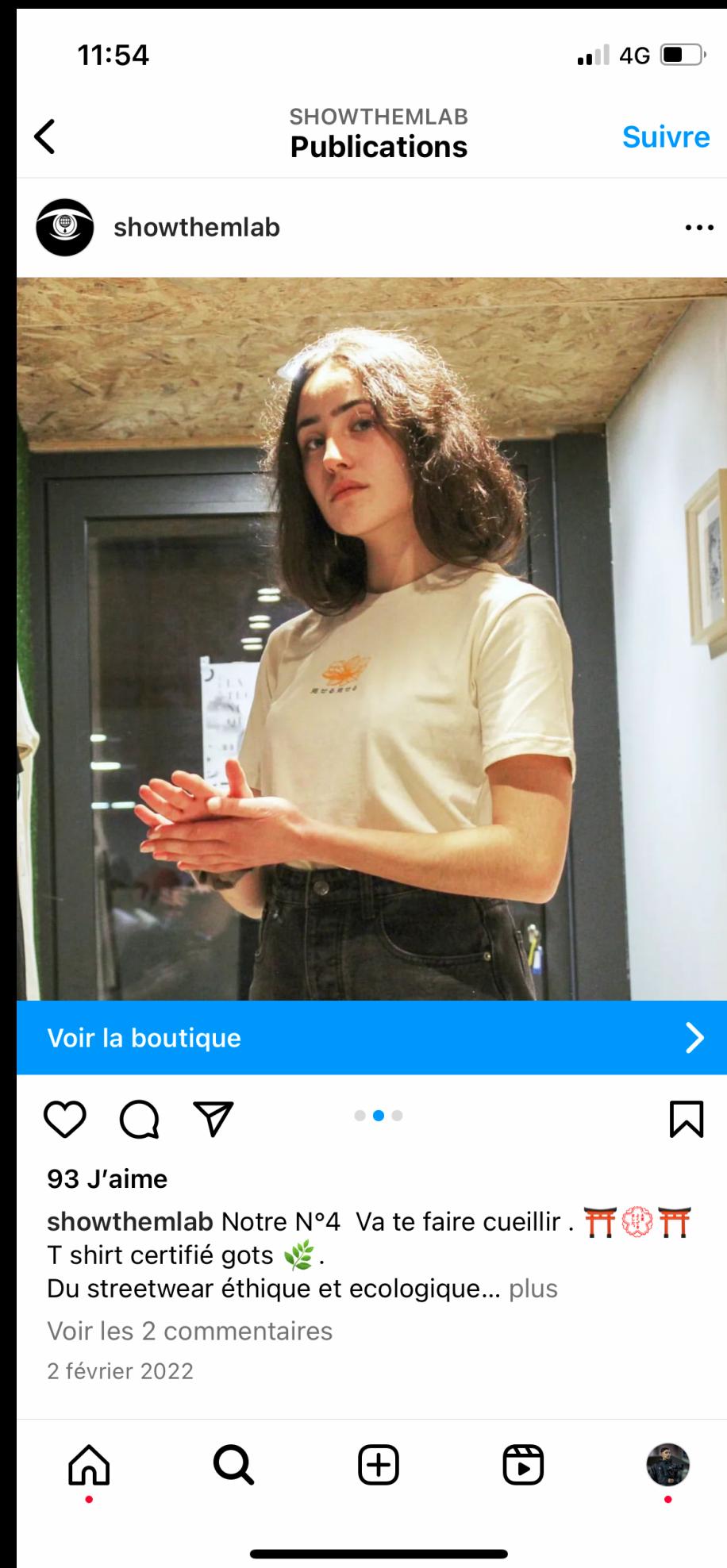
5. Solution partie 6

3. OFFRE EXCLUSIVE

- **Programme de fidélité** composé de réduction et des avantages exclusifs pour clients réguliers
(Livraison offerte, coupon de réduction ..)
- Organiser des **ventes privées** pour les clients fidèles avec un accès exclusif à des **collections en avant première** ou des produits en **édition limitée**.
- Collaboration avec des **artistes** ou avec d'autre **marque (co-branding)** pour créer des collections exclusives limitées, offrant ainsi une expérience unique et personnalisée.
- **Jeux concours** en collaboration avec « **LaRoutine** » influenceur Français de vêtement,
Afin d'augmenter sa visibilité auprès de la communauté et pour nous et de **rendre familier** le produit sur **les plateformes** qui représente nos cibles.

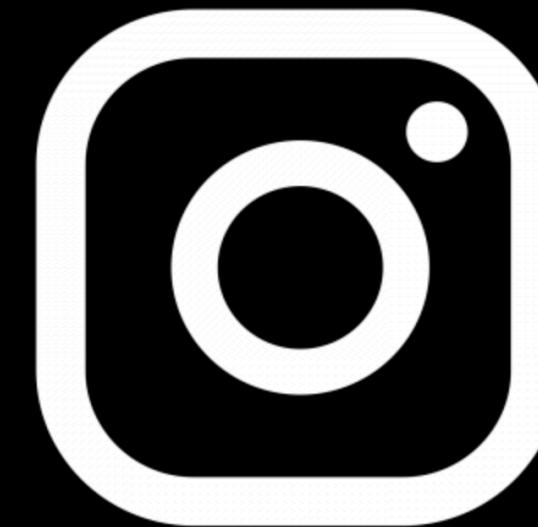
6. Présentation des Posts

Instagram :



AVANT

APRES



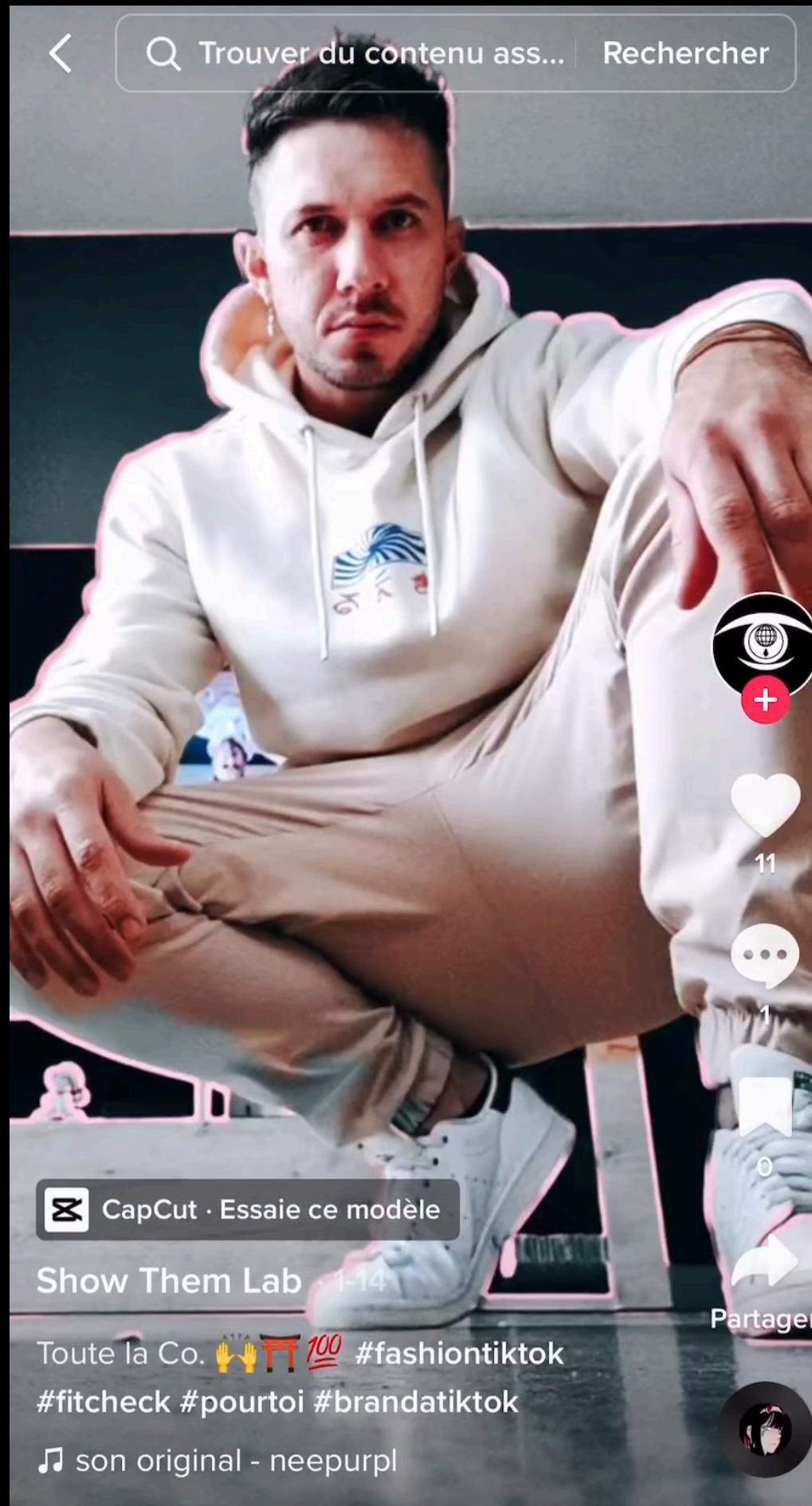
Bio :

Loading ...

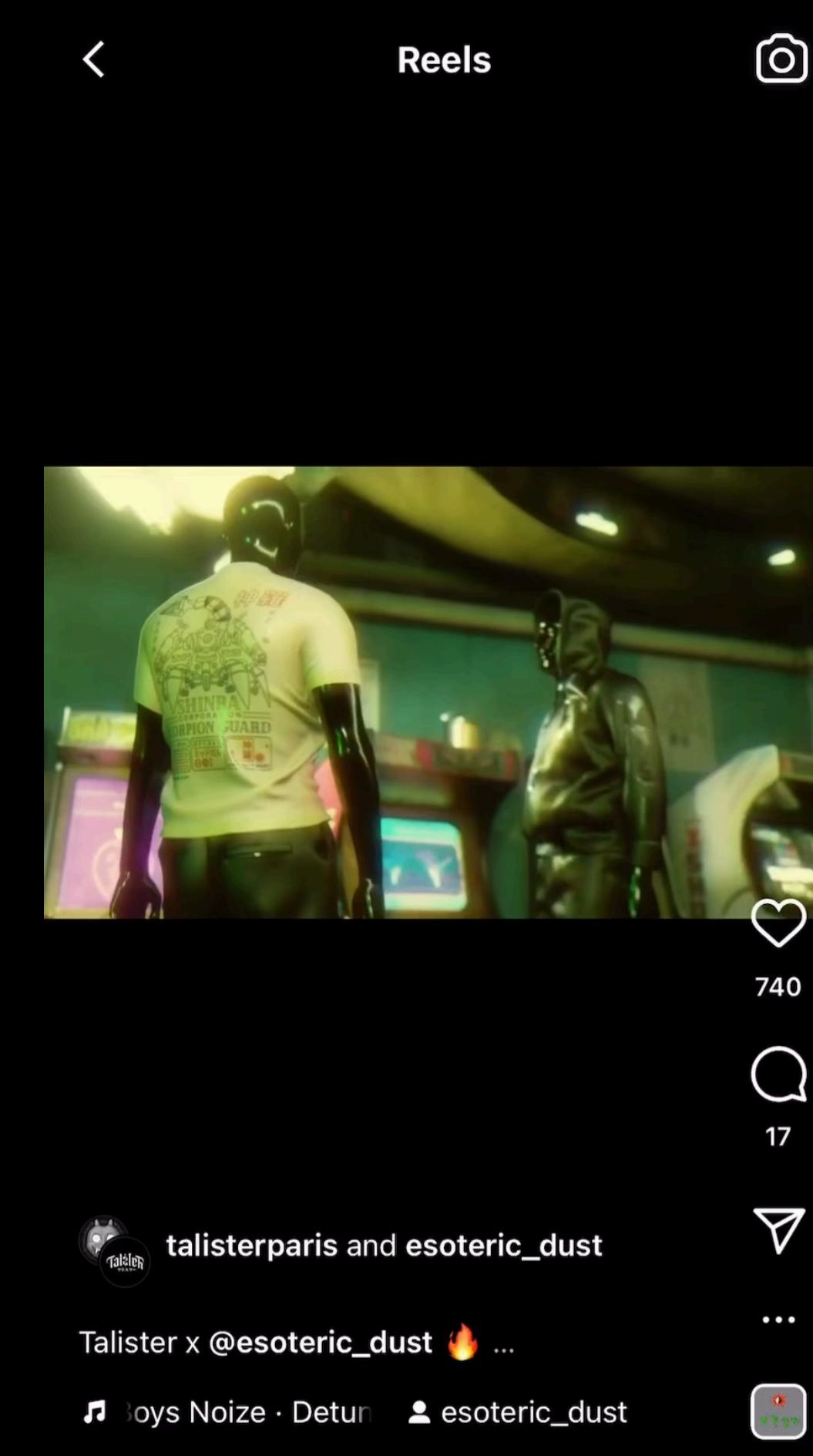
#inprocess #showthem

6. Présentation des Posts

TikTok :



AVANT



APRES

- + Simple
- + Typographie
- + Authentique
- + Fluide
- + A la mode

Bio :

Nouvelle collection sur notre Site
encore + écolo et encore - chère !

Venez découvrir des offres
exclusives tout en respectant
l'environnement

#outfits #ecoresponsable
#showthem



THANK YOU