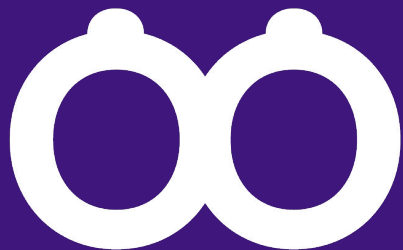




Orion.

Bien-être & épanouissement sexuel



Sommaire.

01.

oriOn.

Concept - Identité de marque
Business Model
Identité visuelle

02.

Analyse.

SWOT & Pestel
Benchmark

03.

Stratégie de communication.

Présentation des 3 Axes de
communication

04.

Réseaux Sociaux.

Charte éditoriale
Contenu sur les réseaux sociaux
Calendrier éditorial
Stratégie Inbound
Création de contenus rédactionnels

05.

Campagne Influenceurs.

Stratégie d'influence



01. orion.

Concept

Concevoir, développer et commercialiser des **sextoys** prônant la **découverte de son corps**, l'**acceptation** et la **confiance en soi**. L'épanouissement sexuel ainsi que l'écoute sont l'essence même de notre démarche.

Nous tenons à aborder les questions de la sexualité de façon **ludique** et **décomplexée**, en excluant toute vulgarité. Orion est une marque totalement **inclusive**.





“Rencontrez-vous.”

OriOn. Le plaisir passe par vous-même

Business Model

Partenaires clés :

- Comptes féministes sur les réseaux sociaux,
- Médias (journaux, blogs, tv, radio),
- Médias féministes, LGBT,...
- Influenceurs
- Toutes les personnes qui partageront leurs expériences
- Revendeurs

Activités clés :

- Développement du produit
- Marketing : données sur les comportements
- Communication
- Community management
- Contenu vidéo / photo

Ressources clés :

- Équipe Web
- Équipe Marketing
- Équipe communication vidéaste et professionnels de santé

Proposition de valeur (promesse) :

Nous proposons d'informer et éduquer sur le plaisir, la découverte de soi et la confiance en soi tout en vendant des produits silencieux qui permet cela..
Marque inclusive.

Canaux de distribution :

site internet e-commerce
Réseaux sociaux

Segment de clientèle :

Homme et femmes 25+
couples



Cibles & Personas

Hommes et femmes

coeur de cible : Personnes entre 25 et 40

cible principale : 25 + , celibataire, couple, lgbtq,...

cible secondaire : influenceurs, médias..

Camille - 26 ans

community manager chez Bigmammagroup

Célibataire

Paris

Camille aime le design, la boxe et sortir malgré le temps que son travail lui prend.

Applications :

Elle se rend quotidiennement sur Instagram, Twitter, Pinterest pour l'esthétique et l'actualité.

Elle va sur des webzines pour lire des articles et s'informer de l'actualité plus en détails.

Pas inscrite à des sites de rencontre





Téo et David - 32 & 31 ans

Agent immobilier et Restaurateur

En couple depuis 3 ans

Lyon

Téo et David aiment passer du temps ensemble, voyager et passer du temps avec leurs familles et amis.

Applications :

Ils utilisent tous les deux Instagram, LinkedIn, TikTok, Youtube et écoutent des podcasts.

Laurence - 40 ans
Psychologue
Divorcé
Toulouse



Laurence vie en profitant du moment présent, décomplexée, elle fait de la création de contenu sur le thème de la psychologie.

Applications :
médias, podcast, youtube, instagram, tiktok,
site internet blog

“ **Orion** est un chasseur géant de la mythologie grecque réputé pour sa beauté et sa violence. La légende raconte qu'il fut transformé en un amas d'étoiles par Zeus, donnant son nom à la célèbre constellation d'**Orion** ”

Wikipedia



Orion.

Identité visuelle. Logotype.

Orion: Dieu grecq signifiant “céleste”
ou du latin “oiri” signifiant “s'élever”

Violet: couleur du plaisir

Noir : apporte du design et du chic

Rond: apporte de l'élégance et de
l'intemporalité, tout en ayant un côté
charnel.

Poppins
Normal
A B C D E F G H I J K L M N O P Q
R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n o p q r
s t u v w x y z
Orion. Le plaisir passe par
vous-même

Gras
A B C D E F G H I J K L M N O P Q
R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s
t u v w x y z
Orion. Le plaisir passe par
vous-même

*Tout est ligne droite ou cercle,
et il n'y a pas de pleins ou de
déliés. Ce parti-pris
esthétique donne une
écriture élégante, simple,
mais à la forte personnalité.*

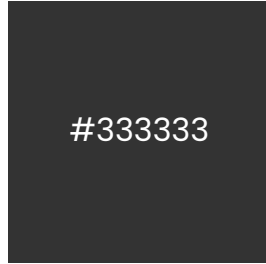
Playfair Display
Normal
A B C D E F G H I J K L M N O P Q
R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t
u v w x y z
Orion. Le plaisir passe par
vous-même

Playfair Display
A B C D E F G H I J K L M N O P
Q R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t
u v w x y z
Orion. Le plaisir passe par
vous-même

*Souvent utilisé pour les titres. Les
majuscules sont très courtes et
seulement très légèrement plus lourdes
que les minuscules. Cela permet
d'obtenir une couleur typographique
plus uniforme lors de la composition
des noms propres et des sigles.*

Typographies.

Couleurs primaires



Couleurs.

Couleurs secondaires





vibe ★★★★★
 our original 3-speed, USB-charged powerful flutter-tip external personal massager grey



add to cart — €43,95



Coco,
 le nouvel accessoire
 qui vous veut du bien !

Bien dans son corps, bien dans sa tête.

PARFUMÉ QUAND VOUS L'ÊTES

**Un vibro qui mérite
 d'être exposé**

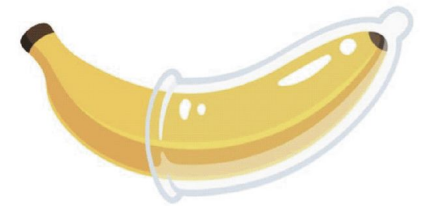
Et si elle avait une base de chargement magnifiquement conçue comme un présentoir à bijoux. Ne cachez pas votre fruit défendu, affichez-le fièrement sur votre table de nuit!

FLOWSENSE™

MAINTENEZ +/- POUR UNE TRANSITION
 ININTERROMPUE ENTRE LES INTENSITÉS

6 Intensités

8 Modes de Vibration





02.

Analyse.

<h3>Forces</h3> <ul style="list-style-type: none">• Tendances actuelles : éthique, inclusive, écologique, prône le développement personnel	<h3>Faiblesses</h3> <ul style="list-style-type: none">• Concurrence ++• Sujet difficile à aborder
<h3>Opportunités</h3> <ul style="list-style-type: none">• Taille du marché relativement importante• Législation• Marché de plus en plus porteur en voie de maturation (contexte pandémique)• Avènement nouveaux médias (les rs)• Sextoys masculin en plein développement• marché des sextoys féminin en plein boom	<h3>Menaces</h3> <ul style="list-style-type: none">• Paysage concurrentiel du marché des SexToys• Sujet encore tabou dans certaines zones• Législation et restriction à prendre en compte dans certains territoires• → Réglementation contraignante• Évolutions des nouvelles technologies (trop vite)• Évolution de la sexualité• Créer des sextoys dans l'ère du temps

SWOT

PESTEL

Politique & Légal	Économique	Social	Technologique	Écologique
<p>Réglementation contraignante Législation et restrictions différentes selon le pays/territoire Vente mineur Lois e-commerce</p>	<p>E-commerce en pleine expansion La crise n'atteint pas le marché des sextoys Taux de croissance du marché en pleine expansion</p>	<p>Tendance actuelle : découverte de soi, exploration de la sexualité Révolution de l'éducation sexuelle chez les jeunes et moins jeunes (les RS ont bcp aidé et les séries, films, etc) Santé mentale au cœur des discours Relations humaines en évolution</p>	<p>Évolutions technologiques des produits constantes et rapides Produits de plus en plus innovants Long cycle de vie des produits Accès mondial à internet et les RS</p>	<p>Mentalités de plus en plus responsables prônant l'écologie "Obligation" de fournir des produits respectueux de l'environnement Recyclage ?</p>

passage du désir

Marque de sextoys qui se veut inclusive, accessible et ludique tout en permettant d'augmenter sa confiance en soi.

Cibles : couples, grand public

Positionnement : La couleur dominante est le violet.
leurs publication sur les RS sont des illustrations ou des photos d'animaux.

Présence digitale : Site e-commerce, Facebook, LinkedIn, Twitter, Pinterest.

Points positifs :

- des réductions avec le prix club
- Un blog qui permet d'être référencé

Points négatifs :

- design non moderne du site internet

[!\[\]\(870f5d5e9c0d57485634be3ecf52f3ca_img.jpg\) site web - Passage du désir](#)



LELO

Cibles : homme et femme, les couples, classe moyenne/haute

Positionnement : produit de luxe, haute qualité, prônant la découverte de soi, au-delà du sexe, de l'orientation sexuelle, la race ou l'âge

Présence digitale : Site e-commerce, Facebook, Instagram, LinkedIn, Twitter, Pinterest.

Points positifs :

- la marque est synonyme d'innovation, haute technologie, design et donc qualité
- récompensée par de nombreux prix
- présents sur beaucoup de réseaux sociaux (Pinterest, Twitter, Instagram, Facebook)
⇒ publications classes, photographie de qualité avec des messages forts suscitant l'interaction avec leur communauté et une pointe d'humour permettant de parler ouvertement du sujet sans entrer dans la vulgarité (utilisation de mèmes)
- Image de marque assez forte

Points négatifs :

- gamme de prix assez haute



PLATANOMELÓN



Cibles : homme et femme, les couples, classe moyenne

Positionnement : produit de moyenne gamme, marque espagnole inclusive avec des prix accessibles

Présence digitale : Site e-commerce, Facebook, LinkedIn, Twitter, Instagram, Twitch, Tiktok, youtube .

Points positifs :

- la marque est engagée, féministe et inclusive
- base leur communication sur l'humour
- commercialise de nombreux produits en tout genre (sextoys pour tout le monde, accessoires en tout genre, culottes menstruelles, tenues...)
- érothèque : propose des quizz pour mieux se connaître, connaître son partenaire

Points négatifs :

- gamme de prix relativement haute,
- pas à la portée de tous
- commercialise uniquement des sextoys ainsi que des accessoires sexuels et des préservatifs



GOLIATE

Cibles : homme et femme, les couples, classe moyenne

Positionnement : produit de moyenne gamme, marque inclusive, écologique avec des prix moyens

Présence digitale : Site e-commerce, Facebook, Instagram, Twitter, Youtube.

Points positifs :

- la marque engagée au niveau environnemental
- marque française
- marque engagée au niveau de l'éducation sexuelle (publie tous types d'anecdote sur instagram)
- commercialise des sextoys, accessoires
- publie de nombreux articles sur leur site web afin de s'informer, de se connaître, ou dans le but de prendre soin de soi
- présent sur Twitter, Facebook, Instagram et Youtube

Points négatifs :

- base leur communication sur des concours
- marque non féministe et axée autour du sexe hétéro



AMORELIE

Cibles : hommes, femmes et les couples

Positionnement : produit de moyenne gamme, marque inclusive avec des prix accessibles

Présence digitale : Site e-commerce, Facebook, Instagram, Twitter, Youtube.

Points positifs :

- communication sur les RS avec des corps authentiques
- grande variété de produits, on retrouve aussi de la lingerie et du gel

Points négatifs :

- ne se prononce pas sur la provenance des produits

 [site web - Amorelie](#)



03.

Stratégie de communication

Axe de communication I

Axe de communication I :

Information

- > chiffres clés sur la sexualité
- > éduquer sur le corps et le plaisir (fun fact)
- > briser les tabous
- > technologies



Axe de communication II

Axe de communication II :

Produits

- > présentation produit
- > avis clients sur les produits
- > comment les utiliser



Axe de communication III

Axe de communication III :

Positionnement sur l'inclusivité

- > body positivisme
- > estime de soi / développement personnel
- > découverte de soi





04.

Réseaux Sociaux

Charte éditoriale



Présentation de la marque

Domaine d'activité :

vente de produits de jouets pour adultes/objets de développement personnels

Raison d'être :

Améliorer la vie des utilisateurs en boostant leur confiance en soi.

Atout différenciant de votre marque :

Approche Premium, angle de Com différenciant (moins de présence du "sexe" au sens 1er)

Valeur de la marque :

Efficacité / Confiance / Altruisme / Diversité

Communication

Objectifs de la communication :

gagner en notoriété
atteindre des clients potentiels
convertir
fidéliser

Cibles :

personnes entre 25 et 65+

Ligne éditoriale avec axes et sous-axes de communication :

- > Les informations
- > Les produits
- > L'inclusivité

Charte éditoriale

Style rédactionnel

Ton :

Ton complice, bienveillant et décontracté

Type de langage :

Langage courant

Degré de technicité :

Explication vulgarisée des matières et techno.
Pédagogie et accessibilité afin de parler des matières et nouvelles technologies utilisées.

Manière de parler de vous :

(Nous & vous)

"Chez Orion" / Vous

Utilisation des émojis



Rédaction voie active

#orion #orionplaisir #sextoys #sextoyshop

#bodypositive #freeyourmind #expressyourself

#plaisirsolitaire #selflove #developpementpersonnel

Style visuel

Respect de la charte graphique

Éléments typographiques :

Poppins

Playfair Display

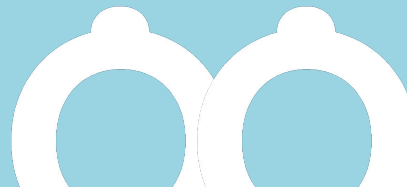
Justifications :

Orion : Dieu grecq signifiant "céleste" ou du latin "oiri" signifiant "s'élever".

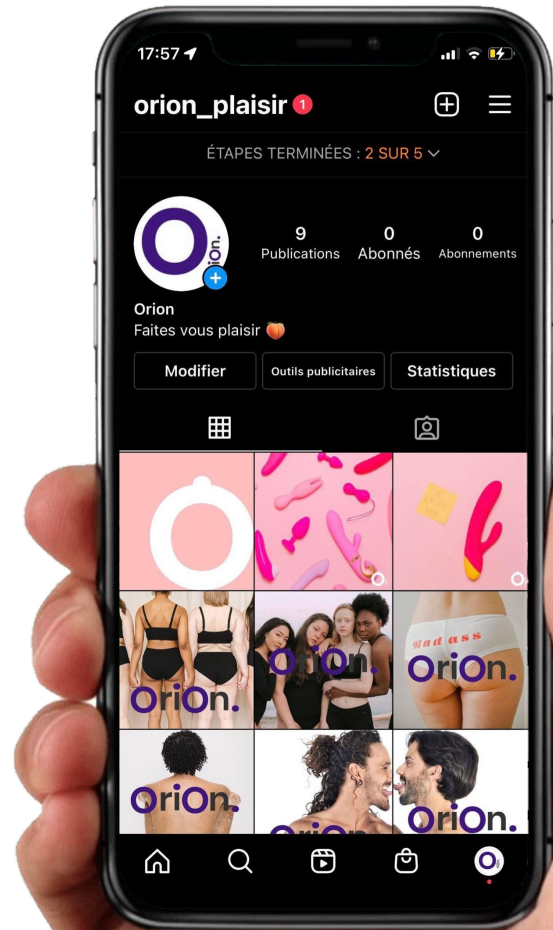
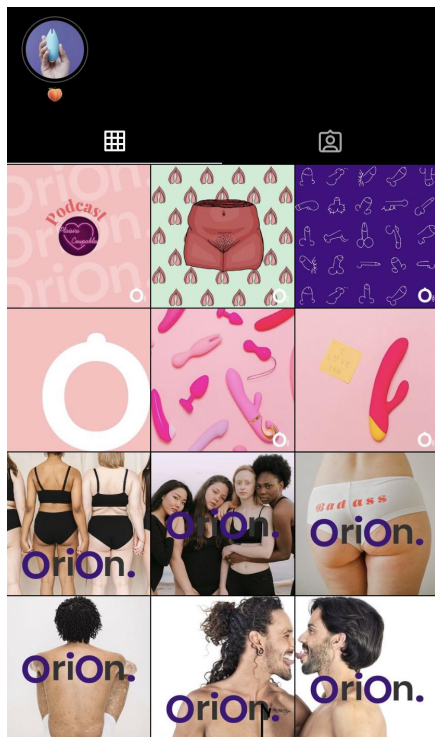
Couleurs sobres afin de pouvoir aborder tous les sujets et avoir des éléments reconnaissables.

Tons pastels afin de différencier les cibles auxquelles on s'adresse.

Violet : couleur du plaisir. Rond : apporte de l'élégance et de l'intemporalité, tout en ayant un côté charnel.



Instagram



Instagram



orion_plaisir • S'abonner

orion_plaisir Qu'est ce que vous êtes belles, avec vos poils, vos cicatrices, vos vergetures, vos bourrelets, vos dents pas alignés. Vous êtes toutes belles comme des humaines. ❤️

#orion #orionplaisir #sextoy #developpementpersonnel #selflove

Modifié · 5 h

1 J'aime
18 FÉVRIER

Ajouter un commentaire... Publier



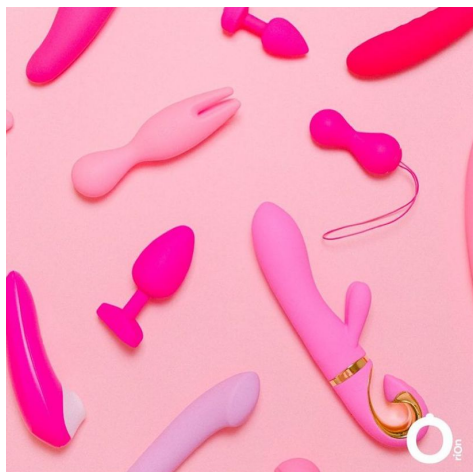
orion_plaisir • S'abonner

orion_plaisir TOUS les vagins sont beaux 🍑
🔦 Et le saviez-vous ? Le clitoris a 8 000 capteurs sensoriels. (Soit 2x plus que le pénis)

Modifié · 4 h

Soyez la première personne à aimer ça
IL Y A 1 JOUR

Ajouter un commentaire... Publier



orion_plaisir • S'abonner

orion_plaisir 🍷 Les petits nouveaux 🍷
Orion a quelques surprises pour vous.. En effet nous avons de nouveaux jouets à vous présenter.

#sexe #orion #plaisirsolitaire #selflove #developpementpersonnel

Modifié · 18 h


1 J'aime
18 FÉVRIER



Ajouter un commentaire... Publier



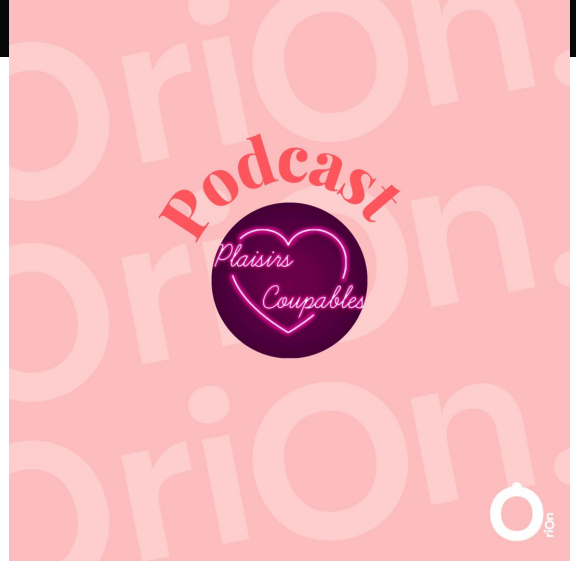
Twitter

Axe information

Orion  @Orion_Plaisir · Now ⋮

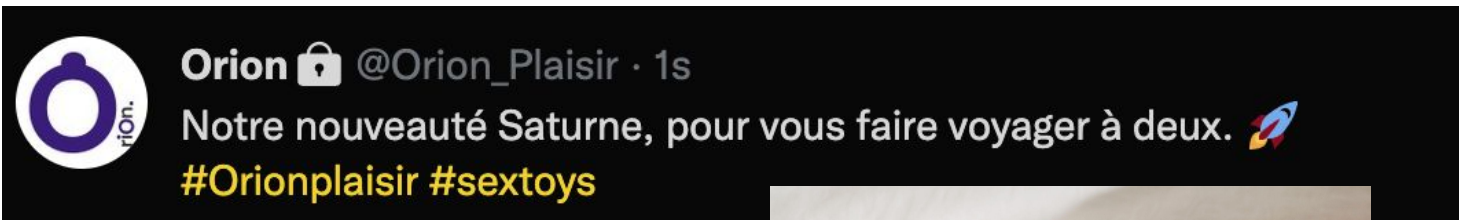
Un nouvel épisode de notre podcast est sorti ✨
Nous avons été interrogés par @plaisir_coupable, on vous révèle les nôtres
 




#plaisircoupable



Twitter

Axe produits

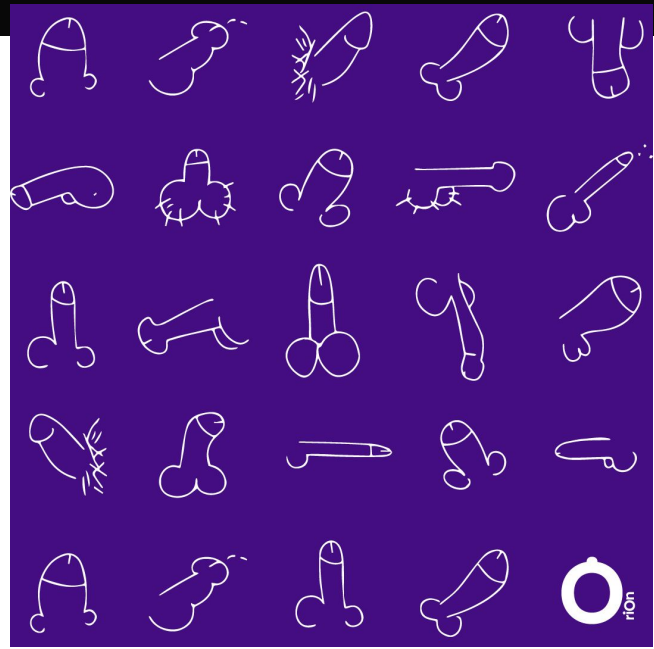
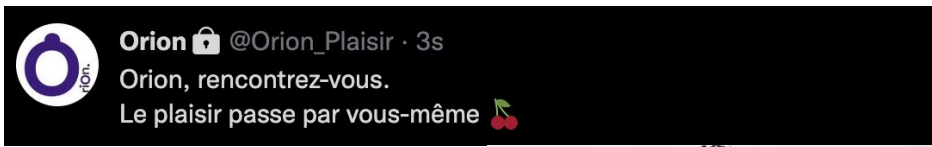
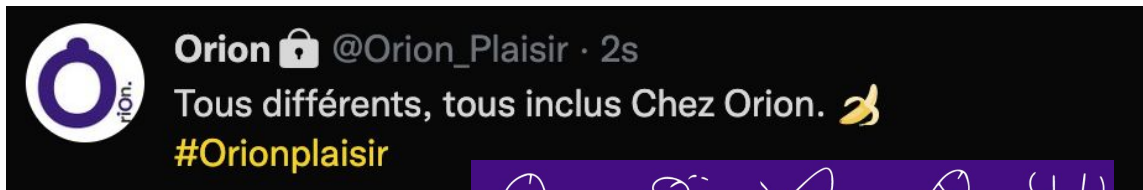


 Orion  @Orion_Plaisir · 1s
Notre nouveauté Saturne, pour vous faire voyager à deux. 
[#Orionplaisir](#) [#sextoys](#)



Twitter

Axe inclusivité



Calendrier éditorial

Instagram

LUN. 28	MAR. 1 mars	MER. 2	JEU. 3	VEN. 4	SAM. 5	DIM. 6
		STORY Tedx		Article Siteweb		
7	8 Journée des droits c ● 08:45 STORY - IG/I ● 08:45 STORY - IG/I	9 STORY	10 Annonce Podcast ● 20:15 POST - IG/TV ● 20:15 STORY - IG/I	11	12	13
14 Lilo nouveauté ● 21:00 Post - IG/TW ● 21:00 STORY - IG/I	15 STORY	16 Chiffres clef ● 08:45 POST - IG/TV ● 08:45 STORY - IG/I	17	18 Avis clients ● 20:15 POST - IG/TV ● 20:15 STORY - IG/I	19	20
21	22 Tutos ● 21:00 Post - IG/TW ● 21:00 STORY - IG/I	23	24 Meme ● 08:45 POST - IG/TV ● 08:45 STORY - IG/I	25	26	27
28	29	30 illustration ● 20:15 POST - IG/TV ● 20:15 STORY - IG/I	31	1 avr.	2	3



Calendrier éditorial Twitter

Calendrier éditorial Twitter							
Fréquence de publication : 2 à 3 publications par semaine							
Semaine 1 : du 28/02 au 06/03							
	lundi 28.02	mardi 01.03	mercredi 02.03	jeudi 03.03	vendredi 04.03	samedi 05.03	dimanche 06.03
Axe		Axe de com 3		Axe de com 1		Axe de com 3	
Sous Axe		Sous Axe B		Sous Axe A		Sous Axe A	
Sujet envisagé							
Semaine 2 : du 07/03 au 13/03							
	lundi 07.03	mardi 08.03	mercredi 09.03	jeudi 10.03	vendredi 11.03	samedi 12.03	dimanche 13.03
Axe	Axe de com 2		Axe de com 2		Axe de com 1		
Sous-Axe	Sous Axe C		Sous Axe A		Sous Axe C		
Sujet envisagé							
Semaine 3 : du 14/03 au 20/03							
	lundi 14.03	mardi 15.03	mercredi 16.03	jeudi 17.03	vendredi 18.03	samedi 19.03	dimanche 20.03
Axe		Axe de com 3		Axe de com 1		Axe de com 2	
Sous-Axe		Sous Axe C		Sous Axe A		Sous Axe A	
Sujet envisagé							
Semaine 4 : du 21/03 au 27/03							
	lundi 21.03	mardi 22.03	mercredi 23.03	jeudi 24.03	vendredi 25.03	samedi 26.03	dimanche 27.03
Axe	Axe de com 3		Axe de com 1		Axe de com 2		
Sous-Axe	Sous Axe B		Sous Axe B		Sous Axe C		
Sujet envisagé							

Stratégie Inbound

OWNED MEDIA

site e-commerce
 Twitter & Instagram
 Newsletter
 Podcast

EARNED MEDIA

influenceur
 affiliation
 netlinking

SHARED MEDIA

UGC

Nous produisons du contenu pour générer de la visibilité.

Communiquer sur Instagram et twitter, nous permet d'augmenter le trafic vers le site web et augmente notre e-reputation..

+ analyse des performances

Article SEO

Parler de plaisir solitaire n'est jamais chose aisée.

Rares sont les conversations ouvertes évoquant les bienfaits de cette pratique, pourtant vieille comme le monde. S'astiquer le poireau, lire le braille, faire un 5 contre un, défriser la chicorée, nombreuses sont les expressions pour désigner cette activité très stimulante et naturelle, que les femmes (et les hommes) adorent.

Si étymologiquement, le terme masturbation vient de la contraction des mots *manu*, qui signifie main, et *stupration*. "Se souiller" en vieux français.

Classe. Bien heureusement, la vision de cette pratique a quelque peu changé. En plus des réelles études montrant les bienfaits sur le corps et la santé physique, comme mentale, les mentalités s'émancipent, et le tabou tend à se libérer.

Dans cet article, nous allons justement nous intéresser aux vertus liées aux plaisirs solitaires. Bienfaits physiques, mentaux, nous allons apprendre par quel biais ces pratiques ont un impact direct sur tout notre corps. Et parce que pour arriver à ces résultats, il est important d'avoir accès aux bons outils, Orion vous dévoilera sa sélection de jouets pour adultes, développés dans le seul et unique but, de vous rendre la vie plus belle et plus confiante.

Comment l'utilisation d'un sextoy peut booster sa confiance en soi ?



Parler de plaisir solitaire n'est jamais chose aisée. Rares sont les conversations ouvertes évoquant les bienfaits de cette pratique, pourtant vieille comme le monde. S'astiquer le poireau, lire le braille, faire un 5 contre un, défriser la chicorée, nombreuses sont les expressions pour désigner cette activité très stimulante et naturelle, que les femmes (et les hommes) adorent.

Si étymologiquement, le terme masturbation vient de la contraction des mots *manu*, qui signifie main, et *stupration*. "Se souiller" en vieux français. Classe. Bien heureusement, la vision de cette pratique a quelque peu changé. En plus des réelles études montrant les bienfaits sur le corps et la santé physique, comme mentale, les mentalités s'émancipent, et le tabou tend à se libérer.

Dans cet article, nous allons justement nous intéresser aux vertus liées aux plaisirs solitaires. Bienfaits physiques, mentaux, nous allons apprendre par quel biais ces pratiques ont un impact direct sur tout notre corps. Et parce que pour arriver à ces résultats, il est important d'avoir accès aux bons outils, Orion vous dévoilera sa sélection de jouets pour adultes, développés dans le seul et unique but, de vous rendre la vie plus belle et plus confiante.

Fiche produit



90 €

Caractéristique : Lilo dispose d'une technologie renversante. En effet, la discrétion fait partie de notre quête ultime. Une première sur le marché, cet accessoire de bien-être est totalement silencieux. Ce vibromasseur est également résistant à l'eau et est entièrement fabriqué en France, en silicone hypoallergénique, protégeant ainsi votre peau.

Description : Un sextoxy unique pour les plaisirs solitaires, ou à deux et tout ça, sans les mains ! C'est un sextoxy phare qui allie vibrations et rotations, révolutionnant ainsi vos moments intimes. Sa technologie innovante lui permet de disposer de plus de 8 modes de vibrations, réglables grâce à la télécommande ronde, sans fil. Vous pouvez donc contrôler la vitesse ainsi que l'intensité des rotations et vibrations, vous guidant ainsi sur le chemin de l'orgasme. Outre le plaisir solitaire avec l'exploration simultanée de votre clitoris et de votre point G, Lilo vous offrira l'occasion de pimenter votre vie de couple.

Comment l'utiliser : La femme insère la partie plus longue et plus fine dans son vagin, afin de laisser l'autre partie directement en contact sur le clitoris. Petit bonus, le sextoxy peut également être utilisé avec un homme. En effet, il reste suffisamment de place pour que l'homme puisse insérer son pénis et ressentir ainsi par ailleurs les vibrations et sensations délivrées par Lilo.

Découvrez Lilo dans son coffret OriOn, accompagné d'une petite pochette et son chargeur. Deux heures de charges pour six heures d'autonomie.

Copywriting

Technique de copywriting :

”nous leur faisons une promesse véridique”

- nous leur promettons un plaisir et un orgasme intense

“utiliser un langage simple et direct”

- les instructions sont claires, concises, tout comme la description du produit

“exposer les bénéfices et créer un besoin”

- afin de convaincre votre prospect/client nous exposons les bénéfices qu’il va en retirer

“répondre aux objections”

- nous essayons de répondre à toutes les objections susceptibles de freiner le passage à l’action.

“utiliser le “vous””

- le discours est centré sur l’utilisateur dans le but de lui donner des chances de se projeter et donc d’apprécier nos produits.

Nous avons donc listé les objections :

- le bruit des vibrations
- produit totalement silencieux
- ne pas oser à cause des idées reçues
- nous essayons d’opter pour un discours ouvert
- peur de ne pas savoir utiliser
- nous fournissons un tuto textuel et imagé afin que son utilisation soit intuitive
- peau sensible
- silicone hypoallergénique
- les mecs : peur que la meuf kiffe trop, voire plus qu’avec le mec



05.

Campagne Influenceurs

Campagne Influenceurs

01 Brief Orion.

02 Stratégie : l'influence

03 Influenceurs pressentis

04 Planning

05 Budget

06 Retombées estimées

07 Accompagnement



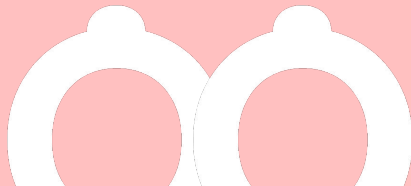
Contexte, Brief Orion.

Mettre en tête l'image de marque Orion, à travers nos valeurs.

Faire parler de Orion en s'appuyant sur le pouvoir de prescription et la notoriété d'influenceurs spécialisés

Les enjeux :

- Faire connaître la marque Orion dans le domaines des jouets pour adulte
- Diffuser nos valeurs, notamment le culte de son intimité et son corps
- Eduquer nos cibles aux bonnes pratiques et décomplexer nos audiences



80%

des consommateurs
ont déjà acheté grâce
à un influenceur.



68%

des marketeurs
prévoient de
dépenser plus de
budget en
influence que
n'importe quel
autre canal



10x

plus
d'engagements
sur un post
sponso avec la
présence d'un
influenceur qu'un
post traditionnel



75%

des Français ont
déjà acheté un
produit après
avoir vu des
contenus
proposés par des
influenceurs

Comment ?

Créer avec vos ambassadeurs, auquel notre cible pourra s'identifier, des contenus pédagogiques, instructifs & percutants apportant les bienfaits de l'offre Orion.

01.

Collaboration avec un groupe de 2 micro/mid influenceurs spécialisés

02.

Création de contenus incarnés et sur-mesure sur Instagram

03.

Exploitation des contenus avec une médiatisation ciblée

Qui ?

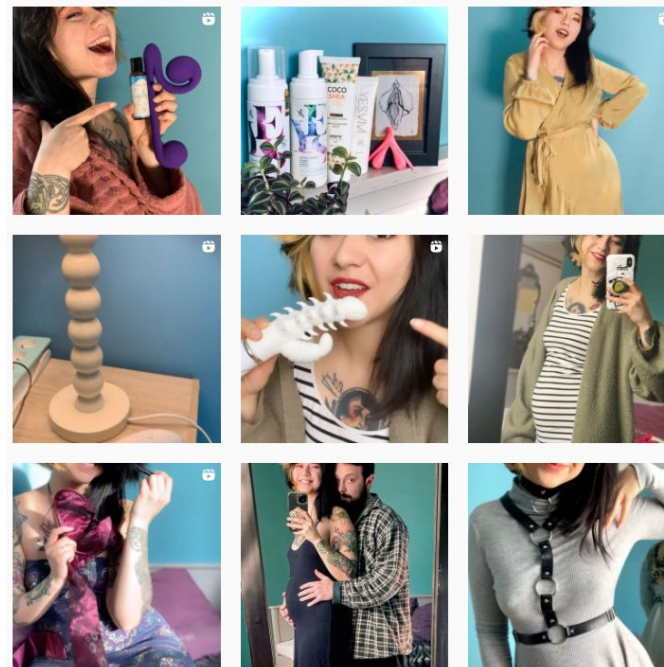


@clemityjane

33,7K

AVG LIKES 2,653.56
ENG RATE 5,47%

Créatrice sexo sans tabou #plaisir
#bodypositive. Enceinte de 4mois
#grossesse, elle vit à Grenoble et est fan
de tattoo.



Illustration



@charnelement_votre

4K

Illustratrice

ENG RATE 4,88%

“Love♥Respect♥18+”



Contenu

Adopter un discours de preuve avec des contenus qualitatifs & pédagogiques sur les produits, leurs fonctionnalités et nos valeurs grâce au ton de proximité des influenceurs sourcés .

Formats

1 post IG : Post ancré sur le feed de notre influenceuse (obj : Reach)

1 réels IG : vidéo courte et dynamique mettant en avant la confiance en soi et le fait de se connaître

Des stories IG : susciter l'envie de mieux se connaître, de profiter de son corps et se sentir bien dans sa tête

Utilisation des contenus : Des contenus que vous pouvez utiliser sur vos pages et dans le temps

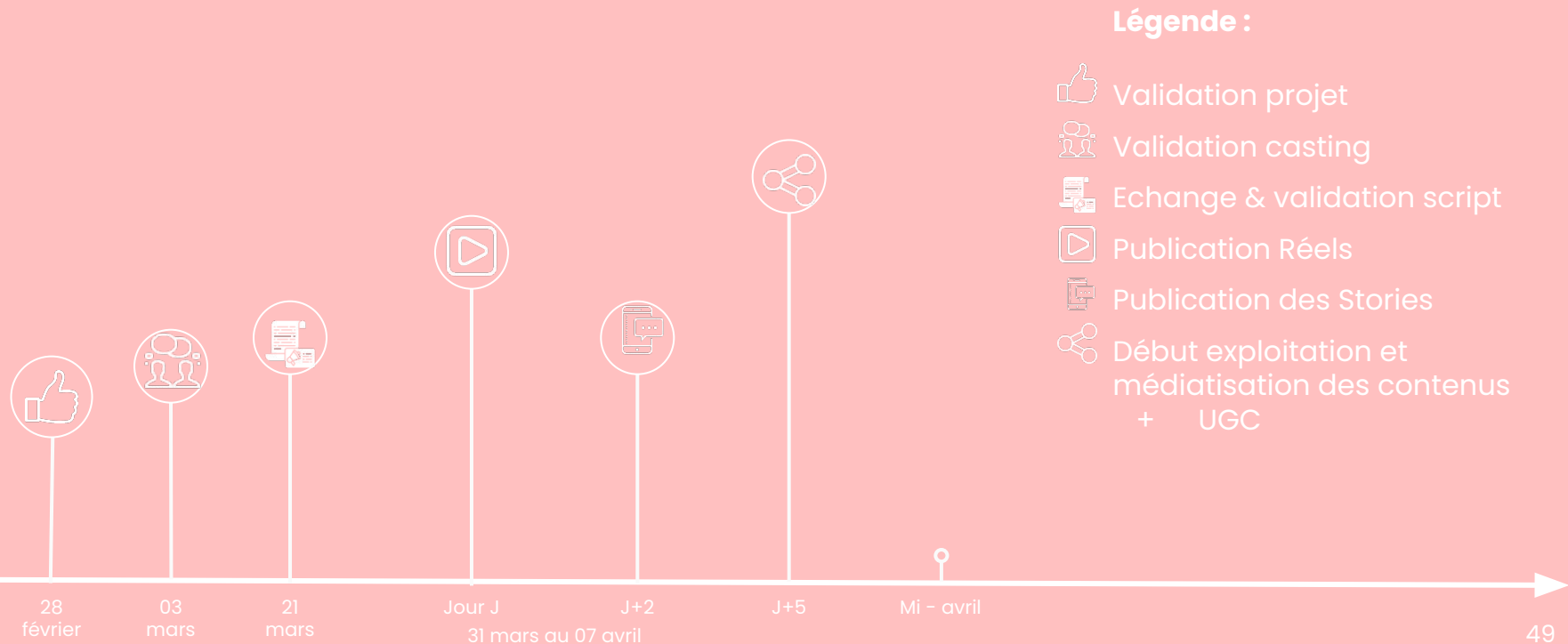
Messages clés

- Produits innovants
- Rapport bénéfice/utilisation
- Des clients satisfaits + Partage de l'offre spéciale du moment avec un **code personnalisé** par influenceur pour tracker les performances

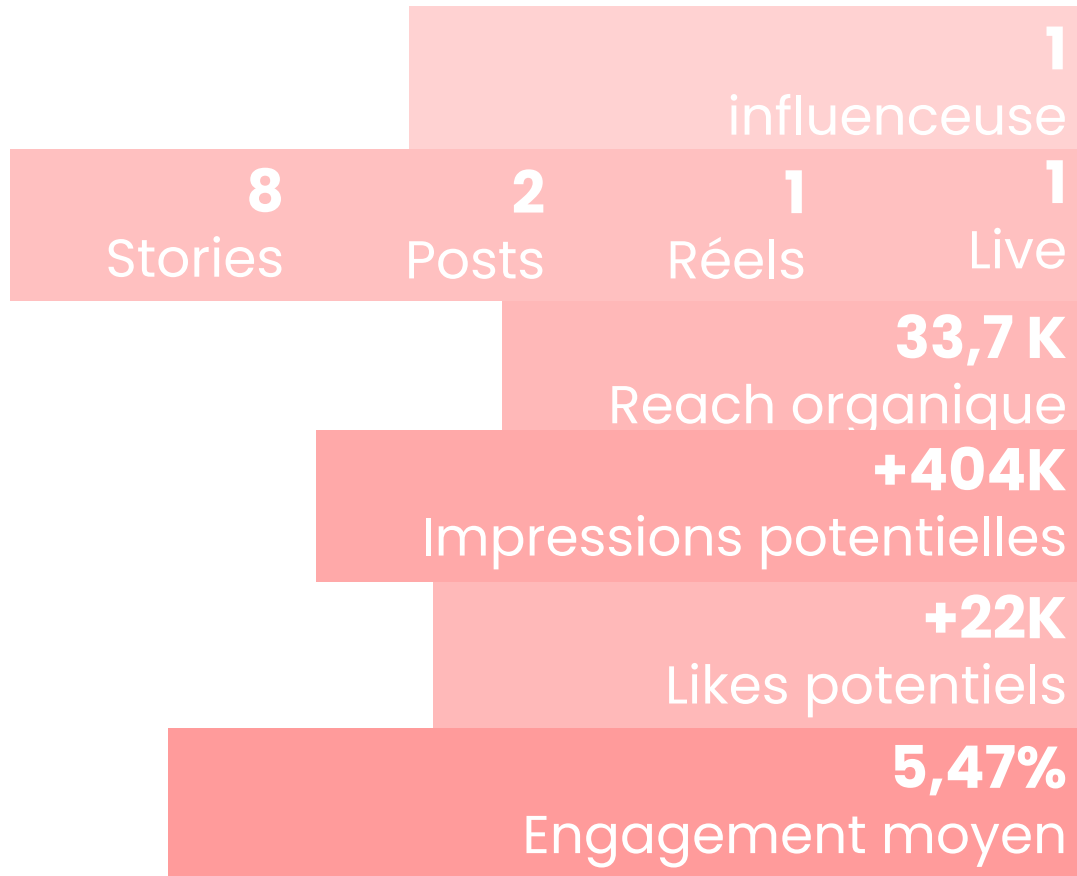
Amplification : Mise en place d'une stratégie de social media pour pousser les contenus auprès de notre cible (ciblage travaillé par profil et géoloc)



Publication & Planning



12 contenus



Les étapes

1.

Avant la campagne

Recruter et informer

- Identification des influenceurs pertinents et validation
- Prise de contact
- Négociation et contractualisation avec les profils retenus
- Détermination des guidelines et briefing influenceurs

Les missions

Les livrables

- Casting avec présentation des profils comprenant une bio, leurs datas, et leurs infos pertinentes
- Brief influenceur
- Rétroplanning

2.

Pendant la campagne

Mobiliser et réaliser

- Echange opérationnel avec les influenceurs : cadrage du contenu via un brief détaillant toutes les guidelines à respecter
- Suivi de la création des contenus par les influenceurs

- Tous les contenus influenceurs (y compris les stories)
- Un suivi en continu du projet

3.

Après la campagne

Capitaliser et partager

- Diffusion et optimisation média des contenus influenceurs
- Réalisation et présentation des reportings influence et média
- Analyse des retombées via le code promo tracké

- Reporting influence
- Feedbacks des influenceurs sur la campagne et les retours
- Reporting média

ANALYSE QUANTITATIVE

Impressions	Nombre total d'affichage des contenus créés
Taux de vues	Nombre de vues stories/Reach
Interactions	Interactions/Impressions
Conversion	Visites de page & achats via les codes promos
Interactions	Engagement de la communauté sur le contenu de l'influenceur (like, commentaire, partage, clic, enregistrement)

ANALYSE QUALITATIVE

Verbatims	Analyse des commentaires et de l'intégration du message commercial clé auprès des communautés
Learnings	Extraction de learnings suite aux retombées et identification des axes d'amélioration



Merci.
Des questions ?

