

PROJET AKEO

Projet entrepreneurial Marjorie Gabillon

1. BRIEF DU PROJET

Contexte de la situation de travail :

Dans le cadre d'une démarche entrepreneuriale de la part de Marjorie Gabillon, le développement de son projet de communication permettrait de développer son réseau et son activité à plus grande échelle.

Acteurs :

- Marjorie Gabillon
- Eric
- Léa Chevalier

Missions :

- Création d'un plan de communication avec :
 - a. Création d'une page Facebook professionnelle
 - b. Création d'un compte Instagram professionnel avec des contenus digitaux dynamiques et variés (vidéo, photos, promotions ((à voir pour la législation)))
 - c. Création d'une carte de visite
 - d. Développement du réseau via les liens faibles

Démarche de projet :

Problème de communication : développer la visibilité de Marjorie tout en abordant une démarche qui vise tous ses liens faibles.

2. PLAN DE COMMUNICATION

Prise de brief :

Le groupe AKEO propose des produits de divers domaines à des prix attractifs et de qualité supérieure. Il donne sa chance aux personnes qui souhaitent se lancer dans une démarche entrepreneuriale et développer l'activité à temps plein.

Tel est le cas de Marjorie Gabillon qui souhaite promouvoir ses produits tout en aidant son entourage à consommer autrement, c'est-à-dire, de manière plus économique et écologique !

L'objectif de cette communication est de développer le réseau de Marjorie afin d'accroître son portefeuille client et voire même la possibilité de parrainer d'autres personnes prêtes à se lancer dans ce projet.

L'entreprise est basée sur une économie de partage dont les 80% sont reversés aux partenaires.

Diagnostic :

Problème à résoudre :

Développer un réseau large tout en ayant une démarche entrepreneuriale permettant à Marjorie d'être indépendante sur cette activité.

Hierarchisation des cibles :

- Cible principale : personne active qui souhaite consommer tout en alliant économie et écologie
- Cœur de cible : jeune femme active
- Cibles secondaires : jeunes travailleurs

Stratégie créative :

Afin de répondre aux besoins de Marjorie Gabillon, il est nécessaire de développer une charte graphique en coordination avec tous les domaines de vente exposés sur AKEO.

L'utilisation d'Instagram permet de proposer des supports digitaux dynamiques et informatifs et Facebook servira de relai.

3. STRATEGIE DES MOYENS

Stratégie des moyens

Annonceur : Marjorie Gabillon (conseillère AKEO)

Problème de communication : Développer un réseau large tout en ayant une démarche entrepreneuriale permettant à Marjorie d'être indépendante sur cette activité.

Environnement : Budget réduit mais investissement possible dans les cartes de visite

Cibles : hiérarchisation

- **Cible principale :** personne active qui souhaite consommer tout en alliant économie et écologie
- **Cœur de cible :** jeune femme active
- **Cibles secondaires :** jeunes travailleurs

Choix des moyens

Moyens

1. Edition (hors-média)

Justification

1. L'édition est le moyen de base car il peut être présenté sous divers supports. De plus, son champ est large et il se distribue rapidement, il permet de laisser un lien physique entre l'offreur et le demandeur.

Budget : 20 €

Planification de la diffusion : Marjorie disposera d'un support print : une carte de visite permettant de créer un lien entre elle et les acheteurs. Elle pourra les distribuer autour de son réseau et l'impression doit se faire avant janvier 2021.

2. Réseaux sociaux (hors média)

2. Marjorie aura une page Facebook permettant de relayer les informations et d'offrir des contenus dynamiques telles que des vidéos de présentation.

Planification : La page Facebook doit être lancée courant décembre voire janvier afin de relayer rapidement le lien du premier contact de ton réseau avec les contenus informatifs du projet.

3. Un compte Instagram professionnel avec des contenus courts et dynamiques, style vidéos, storys, lives permettant aux personnes qui suivent le compte de participer aux réunions de présentation des produits.

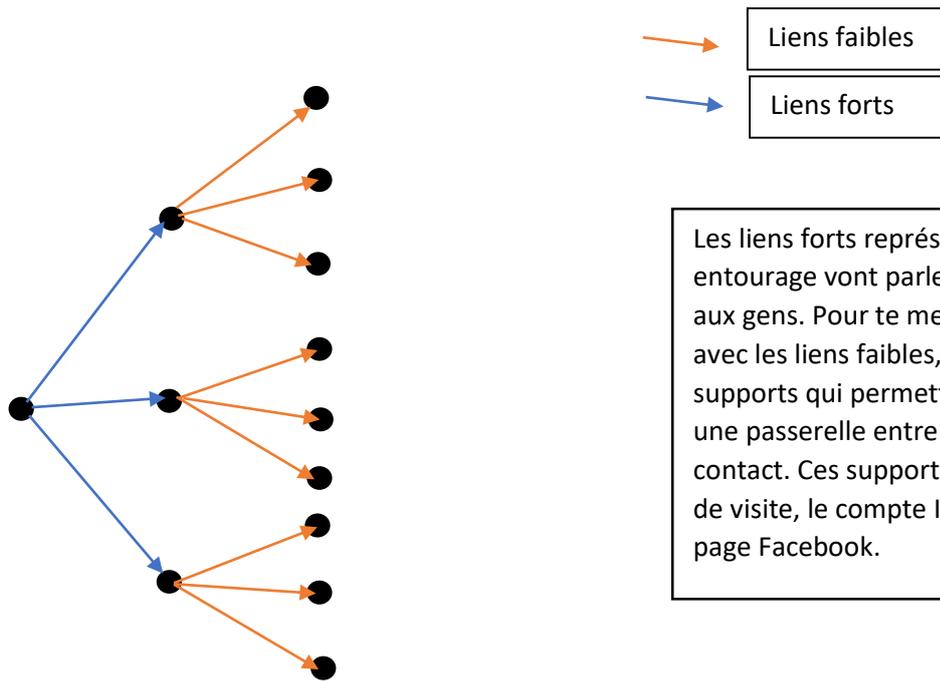
Planification : Le compte doit être lancé courant décembre voire janvier afin de relayer rapidement le lien du premier contact de ton réseau avec les contenus informatifs du projet. Et si possible relayer des offres pour Noël.

Budget moyen d'impression pour la carte de visite : 15 €

Prévoir un temps de formation avec Marjorie sur Canva et l'impression se fera avec Vistaprint (500 cartes)



Comment développer son réseau de liens forts vers les liens faibles ?

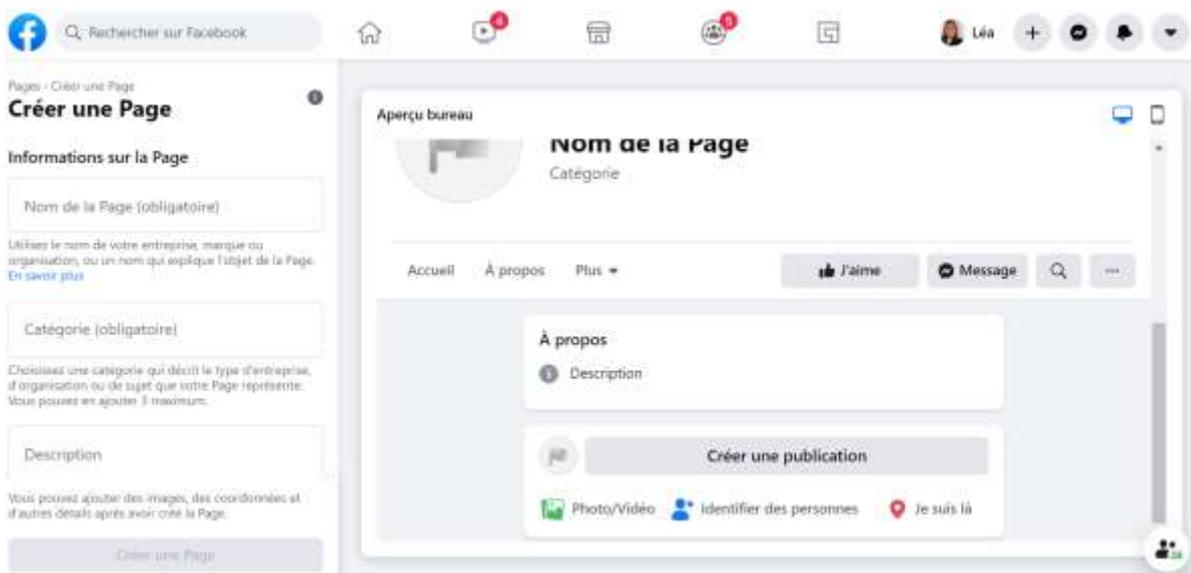


Les liens forts représentant ton entourage vont parler de ton projet aux gens. Pour te mettre en relation avec les liens faibles, il faut des supports qui permettront de faire une passerelle entre toi et le contact. Ces supports seront la carte de visite, le compte Instagram et la page Facebook.

4. Contenu des supports

Concernant la page Facebook, nous allons créer une page professionnelle qui contiendra une galerie photo, un texte de présentation du projet, des courtes vidéos de l'utilisation des produits au quotidien et des données pratiques dans le à-propos (site AKEO, adresse mail professionnelle ...). Le lien sera présent sur la carte de visite pour renforcer l'accessibilité.

L'utilisation de la page permettra d'accéder aux données statistiques d'ouverture de la page, le nombre de partages... qui permettront d'analyser l'évolution du réseau.



Instagram est un réseau en pleine expansion qui touche un public large, 15-35 ans du coup on pourra toucher un large panel de personnes.

Marjorie va pouvoir créer un compte Instagram professionnel qui sera visible par tout le monde sur la part de recherche et qui permettra aux personnes qui relayent l'information dans leurs Storys d'informer leurs liens faibles qui pourront accéder directement au compte professionnel (photo 1). Si tu utilises un compte privé, tu vas limiter l'accès instantané et peut-être perdre des personnes intéressées.

Concernant le contenu, les publications se feront sous plusieurs formes :

- 1) IGTV : ce sont de courtes vidéos qui peuvent dépasser les 10 min si besoin. Ici tu pourras poster des vidéos de l'utilisation des produits d'entretien par exemple. L'avantage de ces vidéos c'est qu'elles restent sur ton compte comme une publication traditionnelle.
- 2) Publication photo : des photos des nouveaux produits offres pour Noël... (voir photo 3)
- 3) Story : c'est un relai des autres publications, tu peux aussi mettre l'arrivée de nouvelles livraisons...
- 4) Archives de story : (petit rond rouge) à long terme, tu peux par exemple mettre un onglet promotion ou différencier les story selon les produits concernés.

[Modifier profil](#)[Changer de mot de passe](#)[Apps et sites web](#)[E-mail ou texto](#)[Notifications push](#)[Gérer les contacts](#)[Sécurité et confidentialité](#)[Activité de connexion](#)[E-mails d'Instagram](#)

Confidentialité du compte

✓ Compte privé

Lorsque vous avez un compte privé, seules les personnes que vous approuvez peuvent voir vos photos et vidéos sur Instagram. Vos abonnés existants ne seront pas affectés.

Statut en ligne

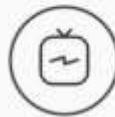
✓ Afficher le statut en ligne

Autorisez les comptes que vous suivez et toute personne à qui vous avez envoyé un message à voir la dernière fois que vous étiez en ligne sur les applications Instagram. Lorsque cette fonctionnalité est désactivée, vous n'êtes pas en mesure de voir l'activité en ligne des autres comptes.

Partage de stories

✓ Autoriser le partage

Autorisez le partage de votre story sous forme de message.

[PUBLICATIONS](#)[IGTV](#)[ENREGISTREMENTS](#)[IDENTIFIÉ\(E\)](#)

Importer une vidéo

Les vidéos doivent durer entre 1 et 60 minutes.

[Importer](#)

[À propos](#) [Blog](#) [Emplois](#) [Aide](#) [API](#) [Confidentialité](#) [Conditions](#) [Comptes principaux](#) [Hashtags](#) [Lieux](#)

Français  © 2020 Instagram par Facebook



sosenz

S'abonner

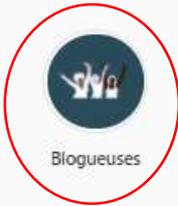


2 016 publications

2 129 abonnés

497 abonnements

Cosmétique naturelle & bio
Pour toutes les Couleurs de Peau
Made in France FR
Efficacité / simplicité / élégance ✨
Vegan & cruelty-free
www.sosenz.fr



Blogueuses



Eau nettoy...



Éclat lumière



Hydra Natu...



YUBAI égérie



Nos valeurs

PUBLICATIONS

IDENTIFIÉ(E)



Adresse mail professionnelle à créer

5. Planification

Planification sur le mois de décembre :

