

✓ Correction exercice chapitre 2 – Stratégie de campagne promotionnelle

1. Analyse du marché et définition des objectifs

Le marché des accessoires écoresponsables est en croissance, particulièrement chez les jeunes adultes soucieux de l'environnement. Les concurrents proposent souvent des produits similaires, mais peu d'offres ciblées pour les vacances.

Objectif SMART :

Augmenter les ventes de 25 % sur la période de juin à août, en ciblant les jeunes adultes de 18-35 ans via une campagne éco-été.

2. Segmentation de la clientèle et ciblage

Segments identifiés :

- Étudiants écoresponsables
- Jeunes actifs sensibles à l'environnement
- Familles urbaines optant pour des alternatives durables

Ciblage prioritaire : Jeunes actifs urbains (25-35 ans) utilisant les réseaux sociaux et privilégiant les achats en ligne.

3. Choix des canaux de communication

- **Marketing digital :**
 - Instagram (partages de visuels attractifs, reels, stories)
 - Email marketing (newsletter estivale avec offre personnalisée)
 - Google Ads (campagnes ciblées)
- **Marketing d'influence :**
 - Partenariats avec micro-influenceurs écoresponsables

- ✓ Correction exercice chapitre 2 – Stratégie de campagne promotionnelle

4. Conception de l'offre promotionnelle

Type d'offre : Réduction de 20 % sur les packs "été durable" (gourde + lunch box + sac en toile)

Durée : Du 1er juillet au 15 août

Conditions : Offre valable uniquement en ligne – une seule utilisation par client

5. Supports de communication à prévoir

- Visuels Instagram et stories animées
- Emailing HTML avec boutons d'appel à l'action
- Bannières publicitaires Google Ads
- Une landing page dédiée avec l'offre

6. Mise en œuvre et suivi

- Lancement prévu le 1er juillet après une semaine de teasing
- Suivi quotidien des performances (taux d'ouverture email, clics, ventes)
- Réajustement possible après 2 semaines si l'offre ne performe pas comme prévu

7. Analyse des résultats prévue

À la fin de la campagne (15 août) :

- Analyse des KPIs : chiffre d'affaires généré, taux de conversion, panier moyen
- Identification des segments ayant le mieux répondu à l'offre
- Préparation d'un rapport pour adapter les campagnes de rentrée