

✓ Correction exercice chapitre 6 – Promotion d'animations commerciales

## 1. Choix des canaux

### Réponse attendue :

- **Emailing** : pour informer les clients fidèles et abonnés de la sortie de la nouvelle gamme avec une offre exclusive.
- **Réseaux sociaux (Instagram & Facebook)** : pour toucher une cible large, visuelle et engagée, en particulier les jeunes adultes intéressés par le bio et le naturel.
- **SMS marketing** : pour envoyer un rappel court et impactant juste avant le lancement ou les derniers jours.
- **Partenariats** : avec des influenceurs green ou des blogs de cosmétiques bio pour élargir la portée.
- **Publicité locale (affichage magasin)** : pour attirer les passants vers la boutique physique.

**Justification** : Le public cible (utilisateurs de produits bio, jeunes actifs) est présent sur les réseaux sociaux et sensible aux messages personnalisés. L'approche multicanal permet de maximiser la visibilité.

✅ Correction exercice chapitre 6 – Promotion d’animations commerciales

## 2. Emailing

### Exemple attendu :

**Objet :** 🌿 Découvrez notre nouvelle gamme bio en avant-première !

**Contenu :**

Bonjour [Prénom],

Nous avons une surprise pour vous !

En avant-première, venez découvrir notre toute nouvelle gamme de soins certifiés bio, conçue pour révéler la beauté naturelle de votre peau.

♥ Offrez-vous -15% pendant notre animation exclusive du 5 au 20 juillet, en boutique et sur notre site.

👉 [Je découvre la gamme]

Naturellement vôtre,

*L'équipe BelleNature*

*(Conformément au RGPD, vous pouvez à tout moment modifier vos préférences de communication)*

### Critères respectés :

- Objet clair, émotionnel et incitatif
- Message personnalisé, concis, avec un avantage client explicite
- Call-to-action clair
- Respect de la législation RGPD

- ✓ Correction exercice chapitre 6 – Promotion d’animations commerciales

### 3. Idées de publications Instagram

#### Réponses attendues :

- **Post 1 (teasing visuel) :**

*Image attrayante de la nouvelle gamme, style épuré, fond végétal*

Texte :

« Prêtes à révéler votre éclat naturel ? 🌿 ✨

Notre nouvelle gamme bio arrive en boutique... avec une surprise !

»

#cosmetiquebio #nouveautebelle #soinvisage

- **Post 2 (vidéo témoignage client ou format “avant/après”) :**

*Vidéo d’une cliente testant le produit avec une courte interview ou réaction spontanée*

Texte :

« Marie a testé notre nouveau sérum bio... et voici ce qu’elle en pense 💬

Vous aussi, rejoignez-nous pour une animation 100% nature du 5 au 20 juillet 🌸 »

### 4. Analyse de performance

#### KPI à suivre :

- Taux d’ouverture des emails
- Taux de clics sur les liens
- Conversions (achats effectués après clic)
- Engagement sur les réseaux sociaux (likes, partages, commentaires)
- Nombre de visites en boutique pendant l’animation
- ROI global de la campagne

#### Utilisation des données :

- Identifier quel canal génère le plus de trafic/ventes
- Ajuster les horaires et jours d’envoi des emails selon les taux d’ouverture
- Réallouer le budget pub sur les formats et plateformes les plus performants
- Tester des variantes de messages via A/B testing