

✓ Correction exercice chapitre 3 – Stratégie de contenu efficace

1. Objectif principal :

Augmenter la notoriété de la marque et générer des ventes en ligne via un contenu attractif.

2. Cible :

Jeunes adultes urbains (18–30 ans), actifs ou étudiants, sensibles à la santé, au développement durable et aux tendances alimentaires. Intéressés par : bien-être, alimentation saine, sport, réseaux sociaux.

3. Types de contenu :

- **Contenu direct (push) :**
Une publicité sponsorisée Instagram mettant en avant une **offre promotionnelle de lancement** (« 2 smoothies achetés = 1 offert »), avec un visuel accrocheur du produit et un lien vers le site.
- **Contenu subtil (pull) :**
Une **série de courtes vidéos TikTok** montrant des recettes santé, dans lesquelles les smoothies GreenBoost sont utilisés comme ingrédients. Pas de message commercial direct, mais présence subtile de la marque.

✓ Correction exercice chapitre 3 – Stratégie de contenu efficace

4. Canaux de diffusion :

- Pour le **contenu direct** :
 - Instagram (sponsorisé)
 - Emailing ciblé (offre exclusive pour les abonnés à la newsletter)
- Pour le **contenu subtil** :
 - TikTok
 - Blog sur le site de GreenBoost avec des articles « lifestyle » (ex : « Comment booster ton énergie naturellement ? »)

5. Mesure de l'efficacité :

- Pour le contenu direct :
 - Taux de clic sur les publicités
 - Nombre de conversions (achats via le lien)
- Pour le contenu subtil :
 - Nombre de vues, partages et commentaires sur TikTok
 - Temps passé sur le blog et trafic organique généré (via Google Analytics)