

ANNEXE 1

Stratégie Social média



LETOURNEAU Lucie

SOMMAIRE

Benchmark

Taille de la communauté, thématique, modération, points forts / faibles

Charte éditoriale

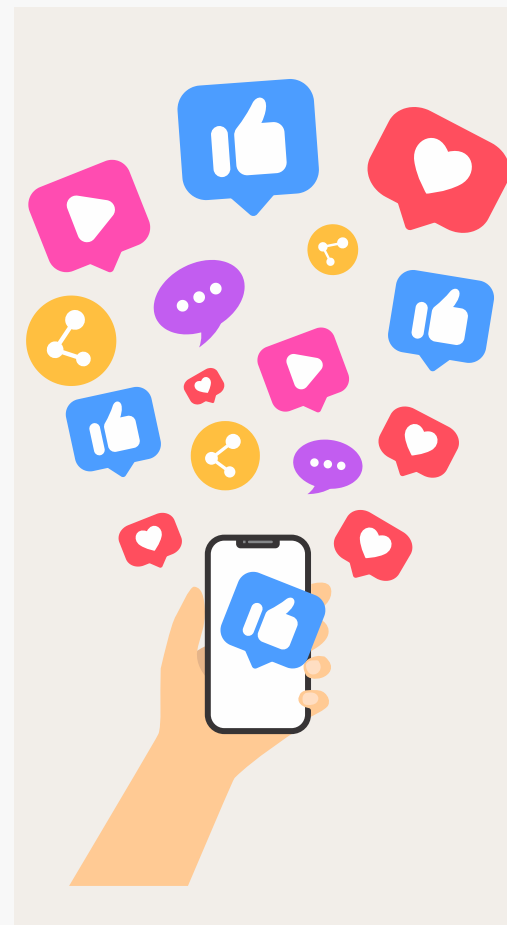
Objectifs, cibles, réseaux sociaux utilisés, fréquence de publication, thématiques identifiées, ligne éditoriale

Planning rédactionnel

Rythme de publication, thématique choisie, format utilisé

Marketing d'influence

Objectifs, influenceurs ciblés, dynamique de partenariat mise en place



Benchmark

Taille de la communauté, thématique, modération,
points forts / faibles



BENCHMARK

Ô la paulette



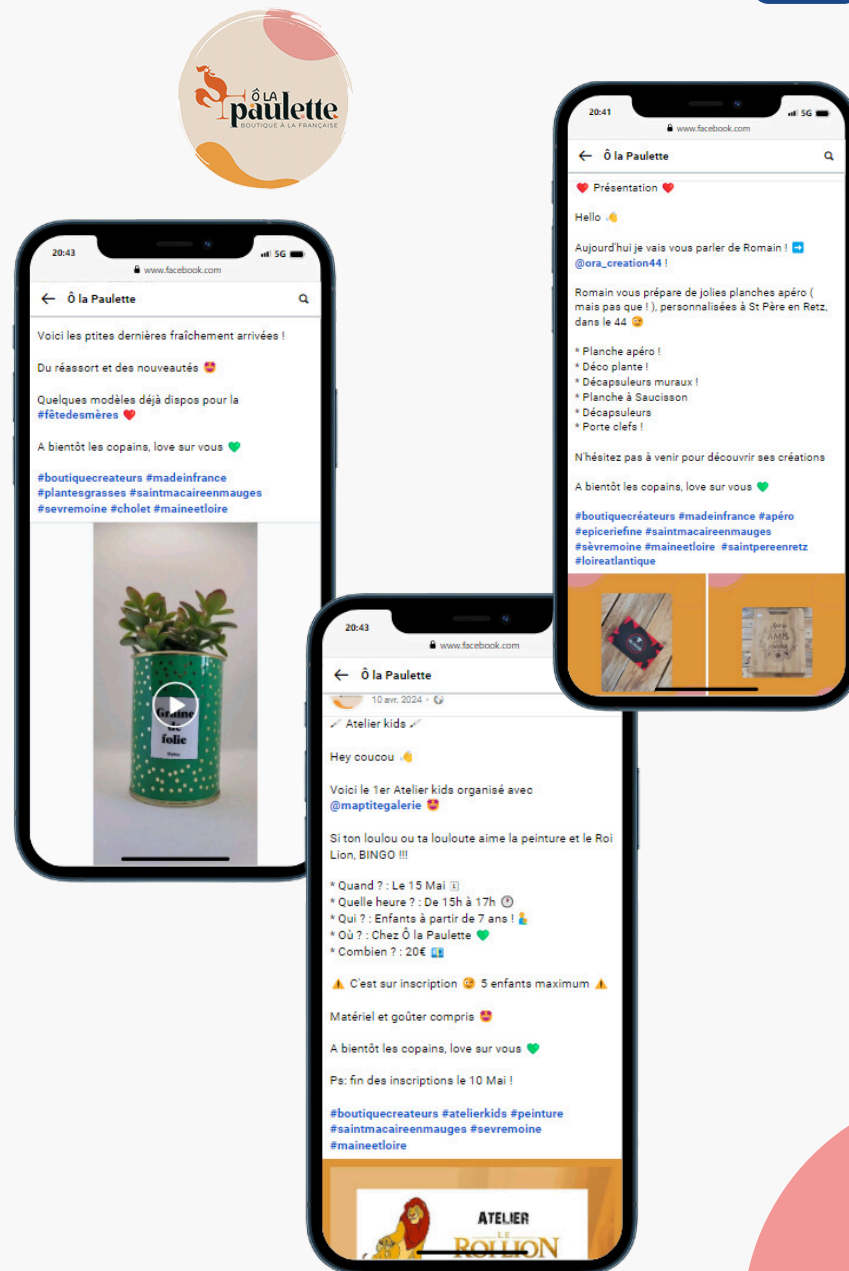
Taille de la communauté	Fréquence de publication	Thématiques	Modération
588 followers	Irrégulière 5-6 publications par mois	Nouveauté Créateurs : "Présentation" Animation enfants : "Atelier kids" Planning mensuelle Concours Événements de la boutique : marchés Photo Réels	Peu de modération car peu d'engagement

points positifs

- Concours = Top engagement
- Bonne utilisation des @
- mis en avant équitablement des créateurs
- on repère bien les thématiques des posts
- Nombre de photos par post
- Posts dynamique avec emojis

points négatifs

- produits pas toujours mis en valeur (carrelage)
- Très peu de variations (changement de formats des posts)
- Très peu d'engagements
- Toujours le même fond d'image avec images des produits trop petit
- Même posts facebook et instagram



BENCHMARK

Ô la palette



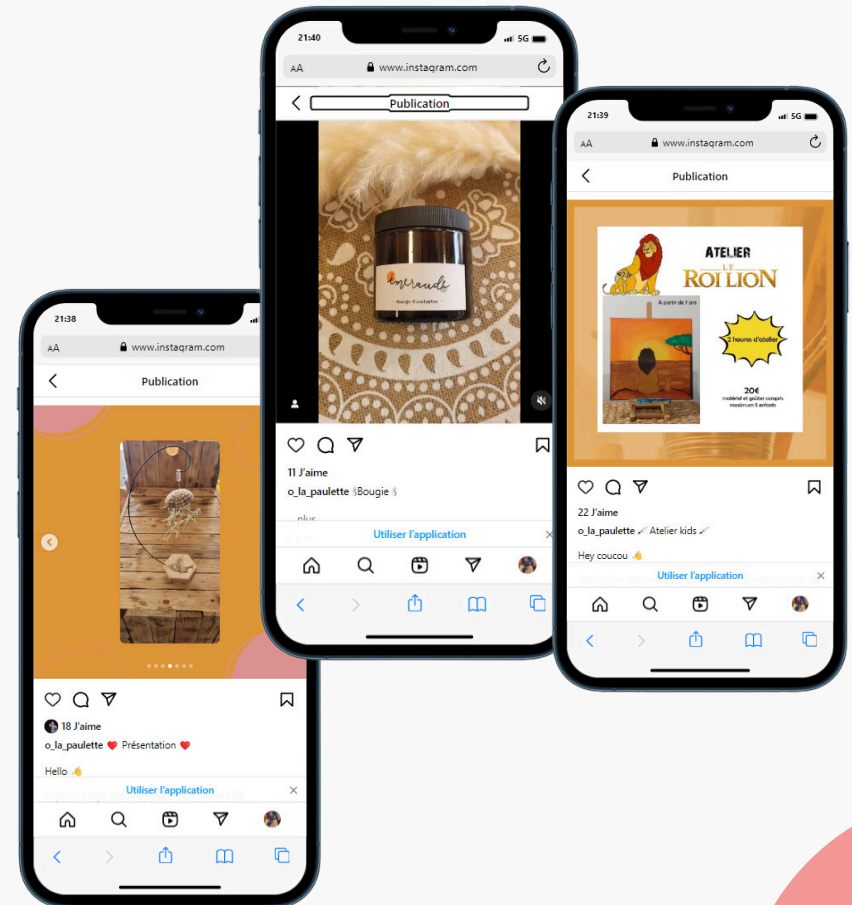
Taille de la communauté	Fréquence de publication	Thématiques	Modération
1 274 followers	irrégulière : 3 fois par semaine	Nouveauté Créateurs : "Présentation" Animation enfants : "Atelier kids" Planning mensuelle Concours Événements de la boutique : marchés Photo Réels	Peu de modération car peu d'engagement

points positifs

- Variation de format : story - réelle - posts
- Très fort taux d'engagement sur les concours
- Mis en avant équitablement des créateurs
- # pertinents

points négatifs

- pas de Highlight
- Même posts facebook et instagram
- Très peu d'engagements
- Toujours le même fond d'image avec images du produits trop petit



BENCHMARK

La boutique 100% fée main



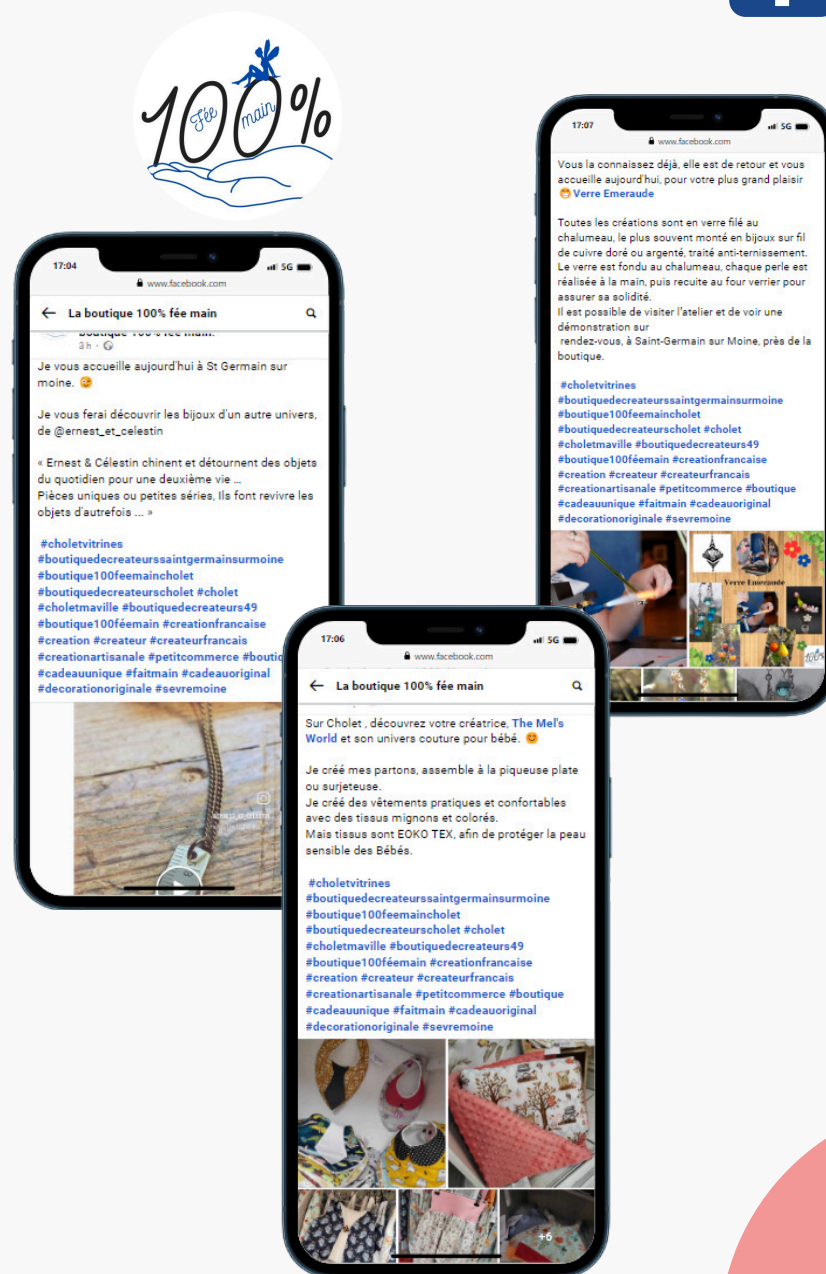
Taille de la communauté	Fréquence de publication	Thématiques	Modération
2 275 followers	Régulière 2 publications par jours	Nouveauté Créatrice Événement semaine Photo Vidéo	Pas de modération car pas d'engagement

points positifs

- Égalité dans la mise en avant des créateurs
- Interviews des créateurs
- Variation et régularité des posts (toujours un post avec photo + 1 pst avec vidéo)
- Produit bien mis en valeur
- Le texte des posts reste neutre de la part de la gérante de la boutique

points négatifs

- Trop de publications
- Post trop long (trop de texte)
- Trop de photos
- Très peu d'engagements



BENCHMARK

La boutique 100% fée main



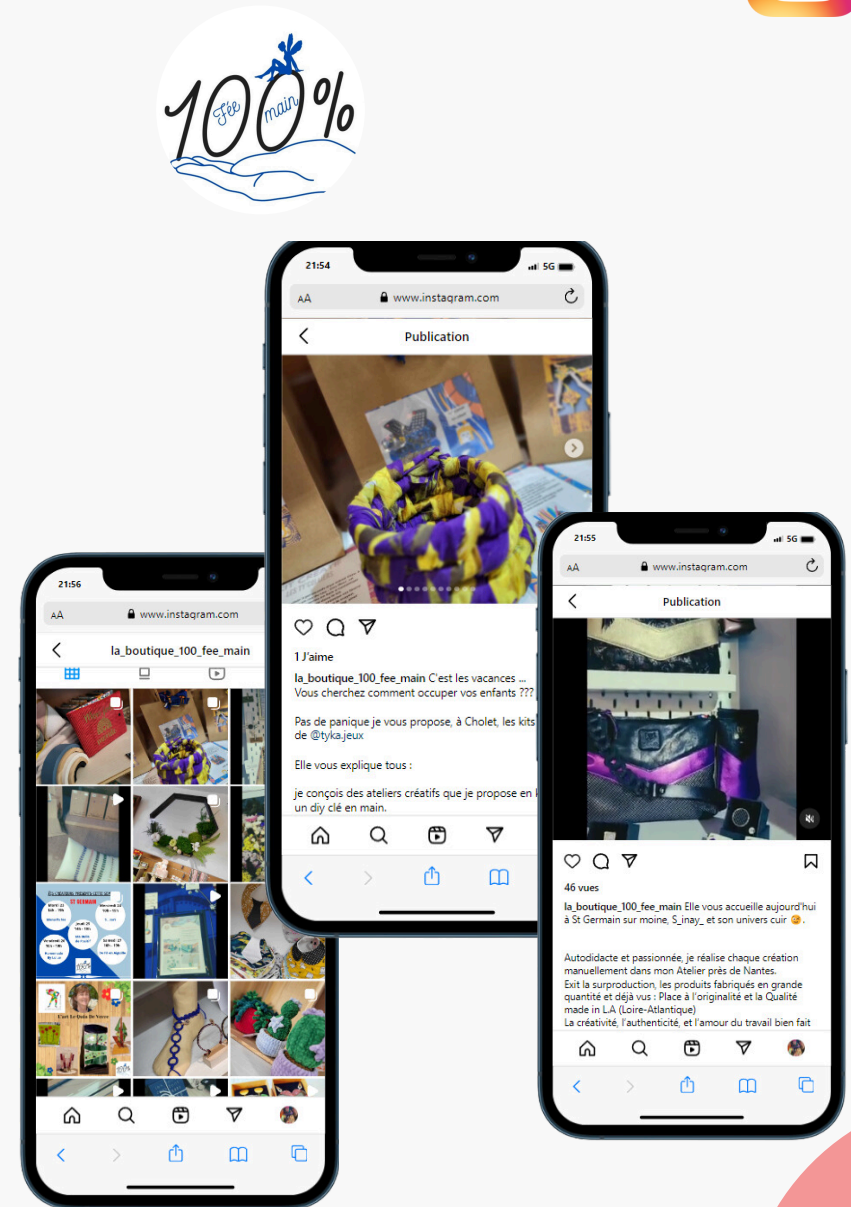
Taille de la communauté	Fréquence de publication	Thématiques	Modération
1 278 followers	deux fois par jours	Nouveauté Créatrice Événement semaine Photo Vidéo	Pas de commentaire très peu de j'aime = très peu d'engagement

points positifs

- Annonce présentation de la semaine
- Égalité dans la mise en avant des créateurs
- Interviews des créateurs
- Variation et régularité des posts
- Produit bien mis en valeur
- Le texte des posts reste neutre de la part de la gérante de la boutique

points négatifs

- Pas de @ pour identifier les créateurs
- Même publication Facebook et Instagram



BENCHMARK

Le panier des créations



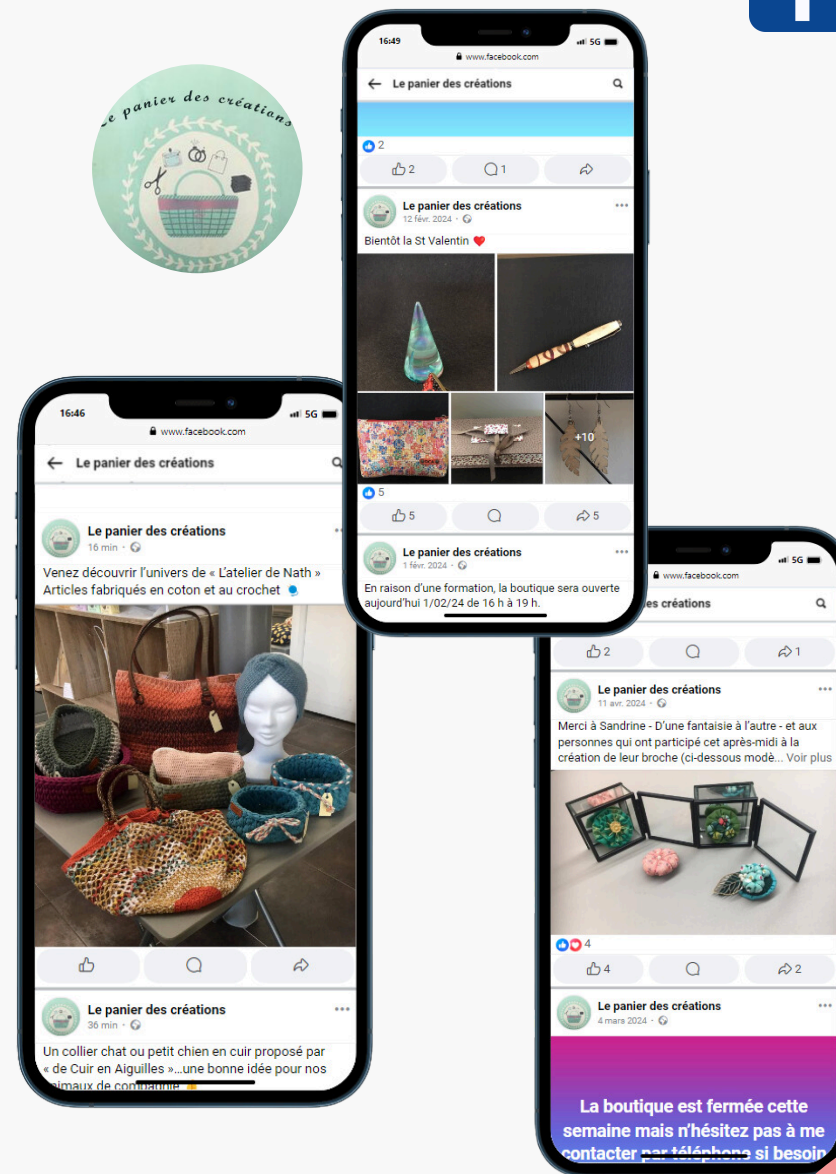
Taille de la communauté	Fréquence de publication	Thématiques	Modération
143 followers	irrégulière : Parfois 2 posts par mois, parfois 6, parfois 4 dans 1 journée	Produit Animations adultes Événements boutique Journée marronniers (fêtes père et mères) Photo	Très peu de modération juste des republications quand la page est nomé Pas d'engagement

points positifs

- Produits mis en valeur
- Mis en avant de ses événements
- Conseil d'entretien

points négatifs

- Posts irréguliers
- Pas de variation dans les publications que photos
- Trop peu de texte voir pas du tout
- pas d'utilisation d'emojis



BENCHMARK

Le panier des créations



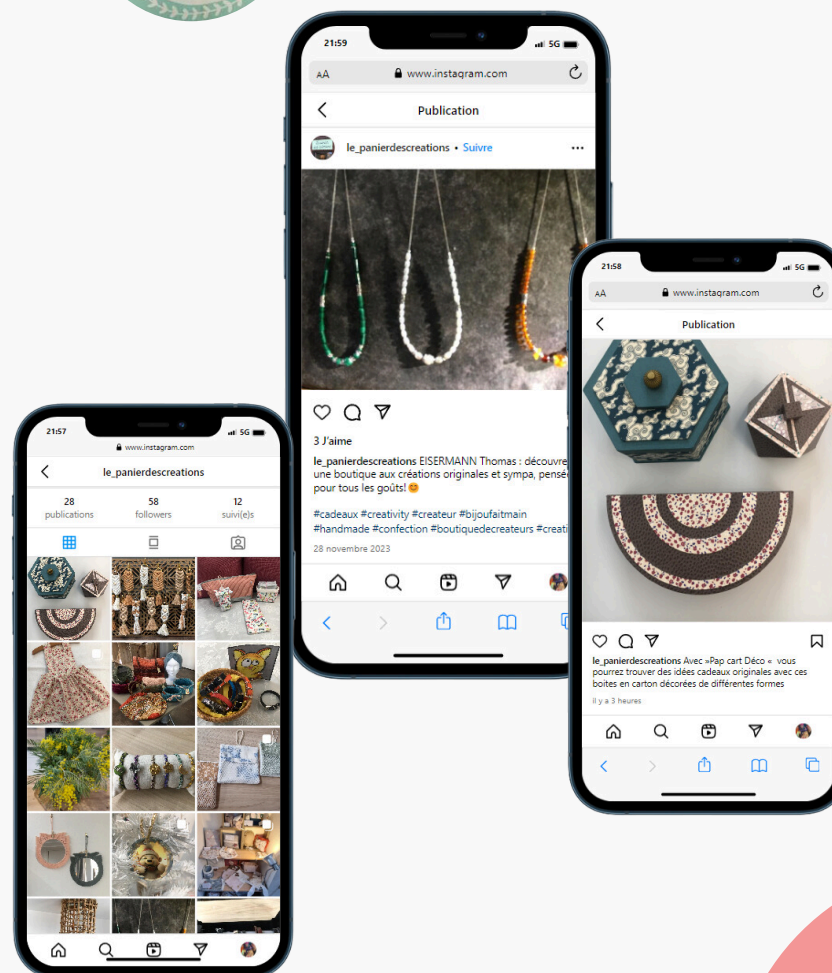
Taille de la communauté	Fréquence de publication	Thématiques	Modération
58 followers	irrégulière : Parfois 2 posts par mois, parfois 6, parfois 4 dans 1 journée	Produit Journée marronniers (fêtes père et mères) Photo	Très peu de modération Pas d'engagement

points positifs

- Produits mis en valeur
- Produit mis en scène
- Conseil d'entretien

points négatifs

- Posts irréguliers
- Pas de variation dans les publications que photos
- Trop peu de texte voir pas du tout
- pas d'utilisation d'emojis
- Même texte + même photo pour les posts identiques
- # anglophone
- se nomme dans les @



BENCHMARK

Didine création



Taille de la communauté	Fréquence de publication	Thématiques	Modération
5 400 followers	3 posts par jours	Événement boutique Animation enfants Nouveauté Produits Thématique de couleurs + journée marronnier Photo	Modération faite : j'aime ou commentaire aux commentaires, Engagement moyen au vue de la taille de la communauté

points positifs

- Bonne longueur de texte
- Utilisation des @
- Utilisation des emojis

points négatifs

- Donne son avis sur les créations
- affiche le prix sur les photos
- Photo parfois flou
- Confond parfois privé (lapin) et page
- se nome dans les @



BENCHMARK

Didine création



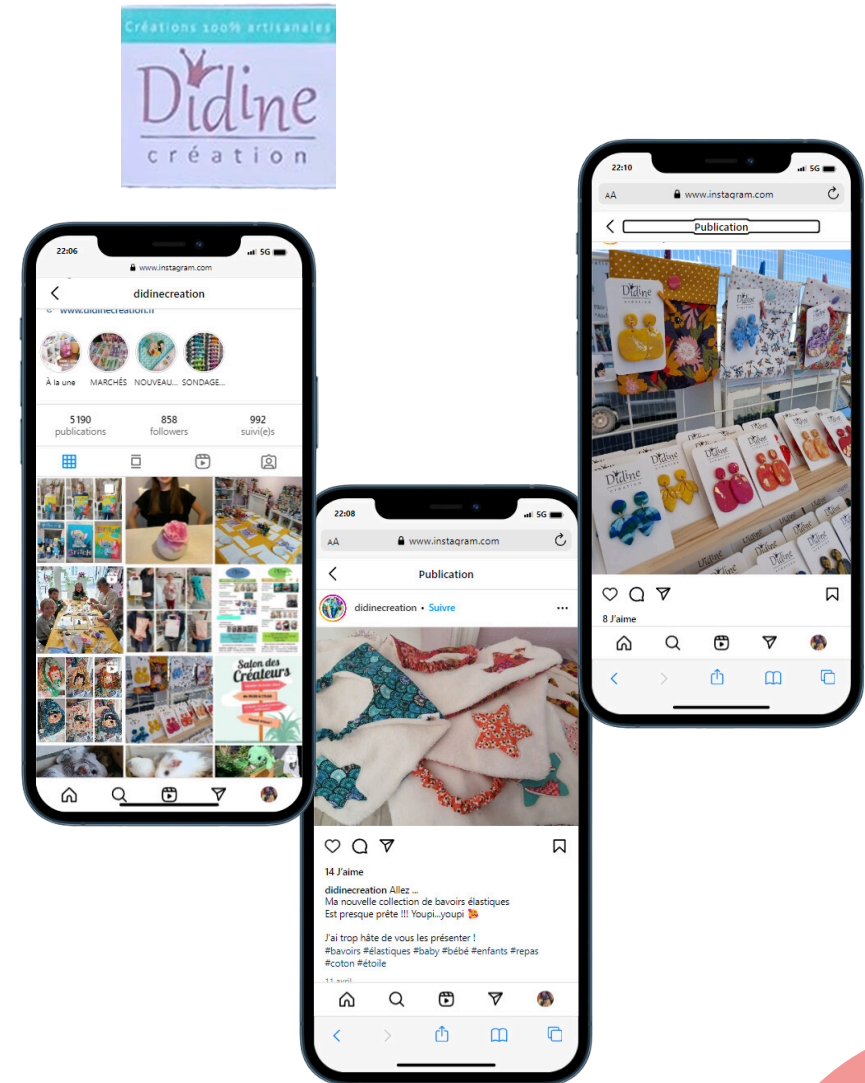
Taille de la communauté	Fréquence de publication	Thématiques	Modération
858 followers	2 posts par jours	Événement boutique Animation enfants Nouveauté Journée marronnier Photo	Modération faite : j'aime aux commentaires très peu d'engagement

points positifs

- Utilisation des Highlights
- Diversité des posts

points négatifs

- même publication que sur Facebook
- Donne son avis sur les créations
- Photo parfois flou
- Confond parfois privé (lapin) et page
- se nome dans les @
- pas de descriptions
- descriptions sur photo



BENCHMARK

Oyat



Taille de la communauté	Fréquence de publication	Thématiques	Modération
211 followers	Irrégulier : entre 1 et 3 posts par semaine	Événement boutique Nouveauté / Produits citation journées marronniers Photo Vidéo	Pas de modération très peu d'engagement

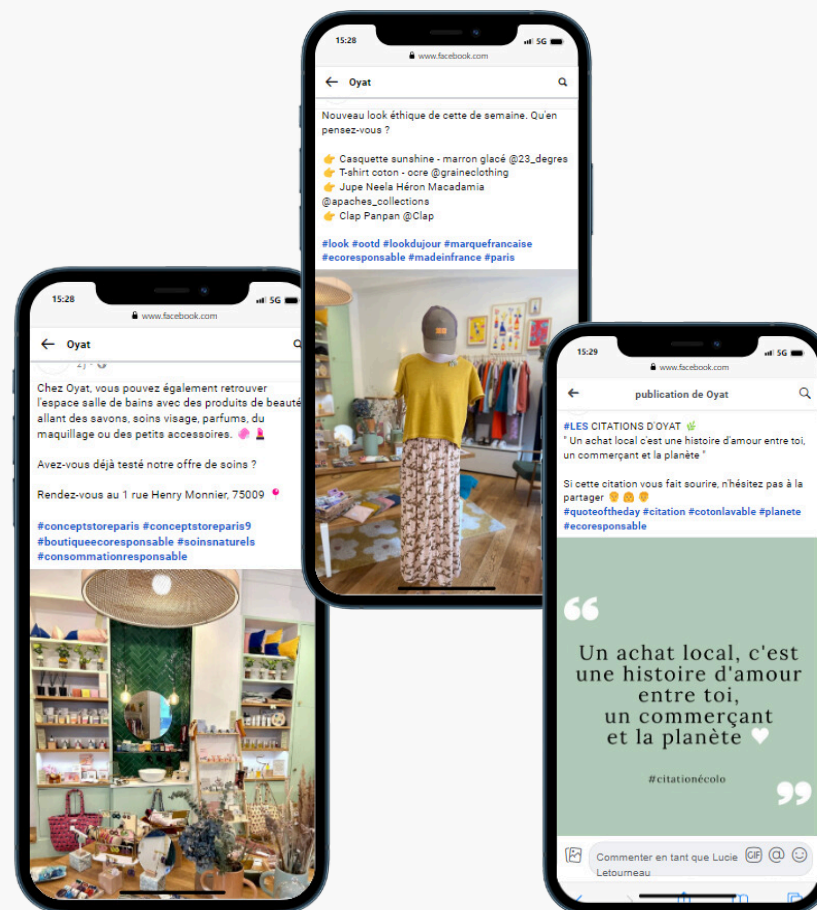
points positifs

- Bonne longueur de texte
- Utilisation des emojis avec modération.
- Produits bien mis en valeur
- Nombre de photos corrects

points négatifs

- Mauvaise utilisation des @
- Pas de thématique mis en avant

oyat:



BENCHMARK

Oyat



Taille de la communauté	Fréquence de publication	Thématiques	Modération
2 692 followers	3 posts par semaine	Événement boutique Guide et conseils Nouveauté Journée marronnier Photo Vidéo	Modération faite : j'aime aux commentaires Engagement moyen

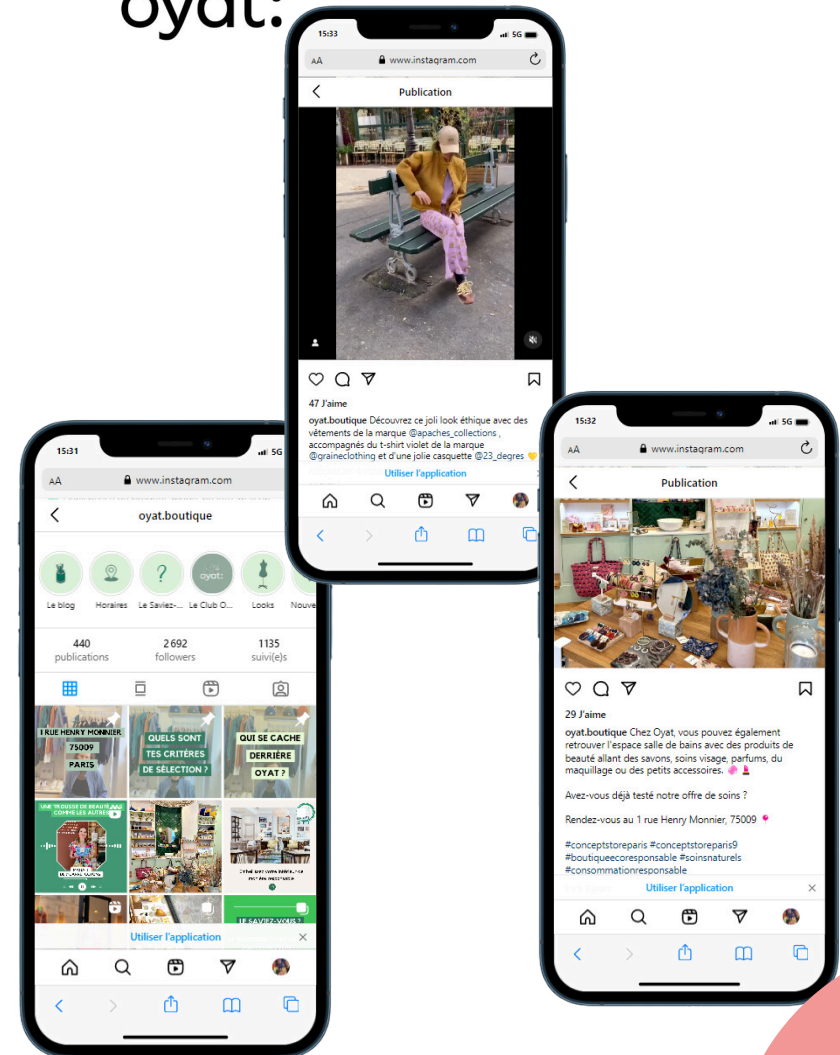
points positifs

- Utilisation des Highlights
- Diversité des posts
- Bonne sélection de la première photo
- bonne description des produits
- bonne utilisation @

points négatifs

- même publication que sur Facebook
- # trop différents mais suffisant
- pas d'emoji qui rend la description parfois plate

oyat:



BENCHMARK

Oyat



Taille de la communauté	Fréquence de publication	Thématiques	Modération
8 abonnés 124 000 vues mensuelles	?	Guides et conseils nouveauté Photo vidéo	Pas de modération Pas d'engagement

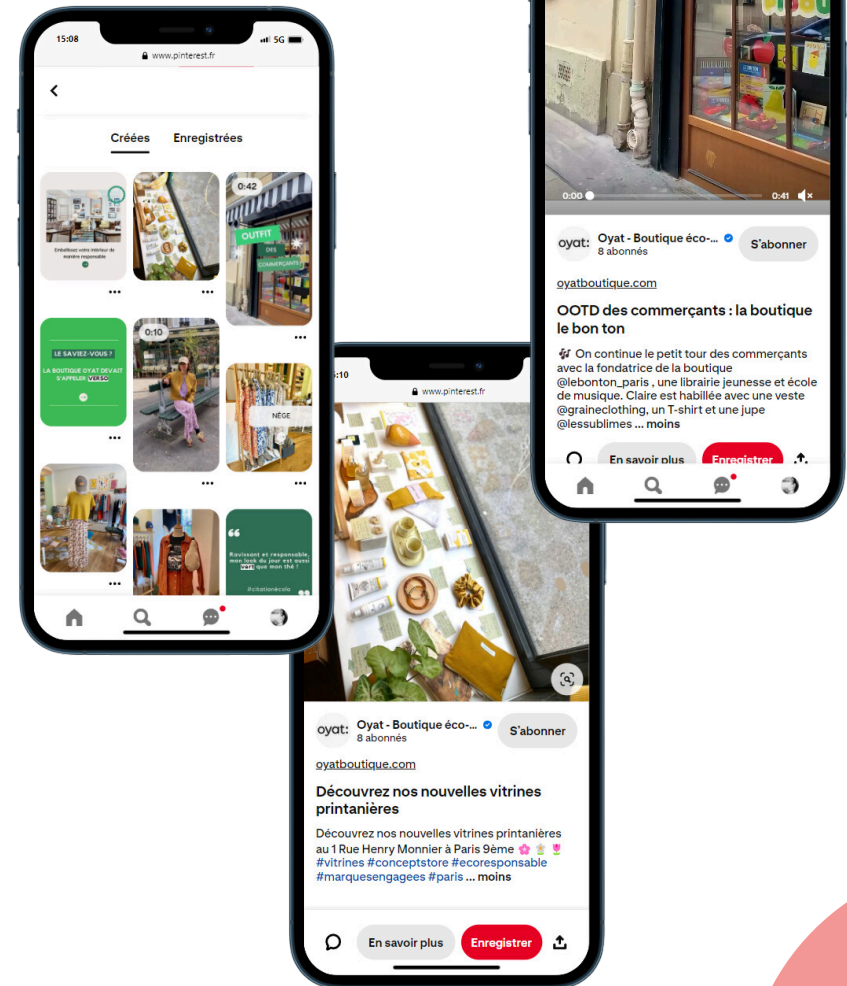
points positifs

- Utilisation des épingles
- Diversité des posts
- mis en scène de ses clients
- produits mis en avant
- bonne utilisation #

points négatifs

- Donne son avis sur les créations
- Photo parfois flou
- utilisation très faible d'emoji
- description plate
-

oyat:



Charte éditoriale

**Objectifs, cibles, réseaux sociaux utilisés, règles d'écritures,
questions fréquentes, préconisations**



CHARTRE ÉDITORIALE

Objectifs de communication

L'un des atouts de Ô la Paulette est la diversité de produits, tous valorisés par l'authenticité de l'artisanat et le charme unique du fait main.

➤ OBJECTIF DE NOTORIÉTÉ

Augmenter la visibilité de Ô la Paulette à l'échelle nationale en mettant en avant son identité unique et ses produits artisanaux.

➤ OBJECTIF DE VISIBILITÉ

Être visible par les cibles identifiées sur les réseaux sociaux.

➤ OBJECTIF D'ENGAGEMENT

Stimuler l'interaction avec la communauté en encourageant les likes, commentaires, et partages.

➤ OBJECTIF DE CONVERSION

Inciter les visiteurs à entrer dans sa boutique physique, de visiter le futur site internet de Ô la Paulette et à participer à des événements ou promotions.



CHARTRE ÉDITORIALE

Cibles

Nous avons ciblés 4 typologies de clients différentes en nous basant la fois sur des **critères socio-professionnels**. Les cibles sont donc majoritairement **BtoC** mais peuvent également être **BtoB**.

RÉSIDENTS LOCAUX

Résidents locaux intéressés par les produits artisanaux et les achats auprès de commerçants indépendants.

TOURISTES

Visiteurs de la région recherchant des expériences locales authentiques.

AMATEURS D'ARTISANAT

Personnes appréciant l'artisanat et les produits faits à la main, quel que soit leur lieu de résidence.

CRÉATEURS ET ARTISANS

Artistes et artisans locaux qui pourraient être intéressés par des partenariats ou la mise en vente de leurs produits chez Ô la Paulette.



Nadine CHAUVIRÉ

40 ans - mère au foyer à Saint André de la Marche

- Canal de recherche : Instagram
- Motivations : Recherche d'un idée de cadeau pour l'anniversaire d'une amie
- Freins : Budget limité, préoccupations concernant la qualité et la rapidité du service



Anne-Lise Laffont

28 ans - Institutrice à Lyon

- Canal de recherche : Instagram ou Pinterest
- Motivations : Avoir un souvenir de fabrication local
- Freins : Contraintes de budget et s'assurer que c'est un produit local



François Hubert

50 ans - Designer d'intérieur à Nantes

- Canal de recherche : Instagram, Facebook et Pinterest
- Motivations : Recherche des objets qui pourrait aller avec sa décoration d'intérieur, il est prêt à faire des kilomètres pour aller chercher son coup de coeur,
- Freins : exigences de l'unique et du fabriquer main



Mélanie Troclet

32 ans - Créatrices d'objet pour enfants

- Canal de recherche : Instagram et Pinterest
- Motivations : Trouvez un emplacement qui valorisera et respectera la singularité des créations pour la vente.
- Freins : exigences spécifiques liés au respect de ses valeurs et de ses créations

Facebook

L'axe privilégié sur Facebook sera d'informer les followers des nouveautés en termes de créations et produits proposés.

De plus Facebook servira à diffuser des mises à jour complètes, à annoncer des événements et à favoriser l'engagement des clients par le biais de commentaires interactifs.



Instagram

Instagram est hautement populaire auprès des jeunes parents, ainsi, il serait pertinent de communiquer sur ce réseau pour atteindre une partie de la cible. Par ailleurs, Instagram est la plateforme idéale pour gagner en visibilité, notamment grâce à l'utilisation des hashtags et du système de localisation sur les posts.

Instagram est également le réseau par excellence pour mettre en avant les créations grâce aux photos, storys et réels. En l'occurrence pour Ô la Paulette cela est essentiel puisque dans le domaine de la création l'aspect visuel est crucial pour attirer l'attention.

Pinterest

Pinterest est une plateforme idéale pour Ô la Paulette, particulièrement adaptée pour établir des connexions avec d'autres créateurs. Son utilisation ciblée facilite la communication avec de potentiels partenaires, permettant ainsi à Pauline Grolleau d'enrichir continuellement son offre avec des nouveautés pour ses clients.

Être actif sur Pinterest contribue également à solidifier l'image de marque de la boutique. Une présence forte sur cette plateforme améliore la perception de sa crédibilité et de sa légitimité, éléments essentiels pour attirer et rassurer de futurs partenaires commerciaux.



CHARTRE ÉDITORIALE

Règles d'écriture

TONALITÉ

Pauline GROLLEAU souhaite dans les posts une tonalité chaleureuse, conviviale, accessible et proche, d'où le terme "copain", avec un sens du service.

MOTS À PRIVILÉGIER

Employer des termes simple et facile à comprendre de tous, afin d'engager un maximum de personnes

- Fabrication artisanal
- Fabrication unique
- Produits locaux
- Durable / Écologique
- Authentique
- Qualité

MOTS À ÉVITER

Pas de grossièreté, ni de mot trop familier :

- Pas chère,
- Industrie / Industriel
- pas de terme discriminatoire (sexe- religion...)

ÉMOJIS À UTILISER

Utiliser des emojis spécifiques autour de la création: 🎁🛍️👛💍👜💡😊👨🔧

CHARTRE ÉDITORIALE

Les hashtags à utiliser

Les hashtags sont à ajouter à la fin des wordings pour plus de confort de lecture sur Instagram.

Le hashtag #crepcorner est à utiliser sur l'ensemble des posts sur Instagram. En complément, voici quelques exemples de # à utiliser :

#produitslocaux	#cadeauunique
#saintmacaireenmauges	#créateurs
#sevremoire	
#boutiquecréateurs	
#madeinfrance,	
#faitmain,	
#ÔlaPaulette	

Selon la saisonnalité, des hashtags comme #noel, #printemps, #ete, #automne, #hivers, peuvent être pertinents également pour susciter de l'engagement sur Instagram.

Pour ce qui est des journées marronniers, il me semble important de les utiliser : tels que :

1er mars : Journée Mondiale de l'Artisanat

22 avril : Journée de la Terre (écocorresponsabilité, artisanat)

Fêtes des Mères et des Pères

28 mai : Journée Internationale du Jeu

Fashion Week

Les soldes d'hivers et d'été

Saint Valentin

<https://www.noiise.com/ressources/social-media/marronniers-marketing-calendrier-social-media/>

CHARTRE ÉDITORIALE

Questions fréquentes

- **Ce produit est-il disponible en différentes tailles ou couleurs ?**
 - Oui, ce produit est disponible en plusieurs tailles et couleurs. Pour connaître les options spécifiques ou pour toute demande particulière, n'hésitez pas à me contacter directement. Je suis là pour vous aider à trouver ce que vous cherchez.
- **Ce sac peut-il être personnalisé ?**
 - Actuellement, je n'offre pas de personnalisation pour ce modèle. Cependant, je serai heureux de vous aider à trouver un produit qui répond à vos attentes. N'hésitez pas à me contacter pour discuter de vos besoins spécifiques.
- **Faites-vous des livraisons à domicile ?**
 - Bonjour Z, je ne propose pas encore de vente en ligne ni de livraison à domicile. Cependant, j'envisage d'ajouter ce service à l'avenir. Restez connectés pour des mises à jour, et merci beaucoup pour votre intérêt !
- **Où sont fabriqués vos produits ?**
 - Bonjour A, les produits sont fabriqués localement par des artisans de la région de Sèvre-moine. En achetant chez moi, vous soutenez l'économie locale et contribuez à réduire l'empreinte carbone. Merci de soutenir le commerce local et durable !
- **Comment puis-je obtenir de l'aide si j'ai un problème avec un produit ?**
 - Si vous rencontrez un problème avec l'un de mes produits, n'hésitez pas à me contacter directement téléphone ou e-mail. Je suis là pour vous aider et m'assurer que vous êtes satisfait de votre achat.

CHARTRE ÉDITORIALE

Préconisations



KPIs	Fréquence de publication	Thématiques
Portée des publications : nombre de vue Engagement : likes - commentaires Mentions : le nombre de tag du compte Croissance de la communauté : nombre de followers	3 posts par semaine + 1 promotion tous les 2 mois	Nouveauté Témoignages Promotions Guide et conseils Événements (Vie de la boutique / Animations Kids) Journée marronnier Photo Vidéo

- égalité dans la mise en avant des créateurs
- nommer les créateurs avec @
- garder les même catégorie que sur le site
- Variation et régularité des posts
- produit bien mis en valeur (éviter le carrelage)
- pas de texte sur les photos (non pris dans le référencement)
- utilisation d'emoji pour donner du rythme aux posts
- le texte des posts reste neutre de la part de la gérante de la boutique
- pas de #

CHARTE ÉDITORIALE

Préconisations



KPIs	Fréquence de publication	Thématiques
Engagement : nombre de likes, commentaires... Croissance de la communauté : nombres de followers Mentions : le nombre de tag du compte Impressions : nombre de vues	3 posts par semaine (2 photos ou 1 réel) + 1 story par jour + 1 sondage par mois + 1 promotion tous les 2 mois	Nouveauté Témoignages Promotions Guide et conseils Événements (Vie de la boutique / Animations Kids) Journée marronnier Photo Vidéo

- égalité dans la mise en avant des créateurs
- nommer les créateurs avec @
- variation et régularité des posts
- produit bien mis en scène (pas de carrelage)
- le texte des posts reste neutre de la part de la gérante de la boutique
- utilisation d'emoji pour donner du rythme aux posts
- utilisation des Highlights pour les stories
- utilisation des # pertinents (entre 5 et 10)

CHARTRE ÉDITORIALE

Préconisations



KPIs	Fréquence de publication	Thématiques
Impressions : nombre de vue Épingles enregistrées : nombre de fois où quelqu'un a enregistré vos épingles Taux d'engagement : nombre de likes, commentaires... Trafic généré : Visites sur votre site web provenant de Pinterest.	Au départ 1 épingles par semaine pour arriver un à rythme de 1 par jours	Guides et conseils nouveauté Photo vidéo

- égalité dans la mise en avant des créateurs
- variation et régularité des posts
- produit bien mis en scène (pas de carrelage)
- le texte des posts reste neutre de la part de la gérante de la boutique
- utilisation des # pertinents (entre 5 et 10)
- pas ou très peu d'emojis

Planning rédactionnel

Rythme de publication, thématique choisie, format utilisé



CALENDRIER ÉDITORIAL

Réseau social Facebook : 3 posts par semaine + 2 événement/mois.



Objectif : partager des mises à jour détaillées, des événements, et pour engager avec les clients via des commentaires.

- **Produits et nouveautés (2 - 3 posts par semaine)**

- Présentation des nouveaux produits
- Focus sur les best-sellers

- **Code Promotion (1 tous les 2 mois)**

- Alternance avec Instagram
- Dire le code au moment du paiement

- **Guides et conseils (2 post par mois)**

- règle du jeux
- règle de nettoyage...

- **Témoignages et récits de clients ou créatrices (sans forcément mettre une photo) (1 post par mois)**

- Partage d'expérience avec le produits
- Partage d'histoires de clients

- **Événements (1 - 2 posts par mois)**

- événements en boutique
- animation Kids

CALENDRIER ÉDITORIAL

Réseau social Instagram : 3 posts par semaine dont 1 reel + 1 stories/jour.



Objectif : informer, inspirer les followers sur les produits et générer de l'engagement.

- **Produits et nouveautés**
 - Présentation des nouveaux produits
 - Focus sur les best-sellers
- **Guides et conseils**
 - règles du jeux
 - nettoyages...
- **Témoignages et récits de clients ou créatrices (sans forcément mettre une photo)**
 - Partage d'expérience avec le produits
 - Partage d'histoires de clients
- **Code Promotion (1 tous les 2 mois)**
 - Alternance avec Facebook
 - Dire le code au moment du paiement
- **Sondage (1 sondage par mois)**
 - Quel produit coup de cœur parmi 3 de la même créatrice
- **Événements**
 - Événements en boutique

CALENDRIER ÉDITORIAL

Réseau social Pinterest: 1 nouveaux pins par semaine, mise à jour des tableaux existants régulièrement.



Objectif : informer, accompagner à la vente

- **Produits et nouveautés**

- Présentation des nouveaux produits
- Focus sur les best-sellers

- **Guides et Conseils**

- Comment harmoniser les articles avec différents styles d'intérieur
- Règle du jeux / Avantages du jeux

CALENDRIER ÉDITORIAL

Accès au tableau pour une meilleure visibilité

Mois de juin 2024

Jours Dates	Réseaux sociaux	Formats	Thématiques	Sujets	Explications du visuel
sam. 01/06/2024	Facebook	Post (visuel simple)	Evenement	Planning mensuelle	Calendrier avec légende sur le même visuel
	Instagram	Post (visuel simple)	Evenement	Planning mensuelle	Calendrier avec légende sur le même visuel
dim. 02/06/2024					
lun. 03/06/2024	Facebook	Carrousel	Produits et nouveautés	bien fait des bracelet pierre (anti stress : examens)	Successions d'image de bracelet avec nom de la pierre et les bienfaits
	Instagram	Carrousel	Produits et nouveautés	bien fait des bracelet pierre (anti stress : examens)	Successions d'image de bracelet avec nom de la pierre et les bienfaits
mar. 04/06/2024	Pinterest	Reel	Produits et nouveautés	peluche	Vidéo de peluches mis en scène
mer. 05/06/2024	Facebook	Post (visuel simple)	Guides et conseils	Journée mondiale de l'environnement + recette grand mère pour lave vitre	plusieurs miroir accroché
jeu. 06/06/2024	Instagram	Reel	Sondage	Quels produits coups de coeurs	2 produits d'un même créateurs avec un émoji représentant le produit
ven. 07/06/2024					
sam. 08/06/2024	Facebook	Story	Produits et nouveautés	Journée mondiale de l'océan + peluche marine	Vidéo de peluches mis en scène
	Instagram	Story	Produits et nouveautés	Journée mondiale de l'océan + peluche marine	Vidéo de peluches mis en scène
dim. 09/06/2024					
lun. 10/06/2024					
mar. 11/06/2024	Facebook	Reel	Produits et nouveautés	Journée mondiale du bien-être	vidéo de succession de produits bien être
	Instagram	Reel	Produits et nouveautés	Journée mondiale du bien-être	vidéo de succession de produits bien être
mer. 12/06/2024	Pinterest	Reel	Produits et nouveautés	Journée mondiale du bien-être	vidéo de succession de produits bien être
jeu. 13/06/2024	Facebook	Carrousel	Produits et nouveautés	bougies	6 photos succession de produits
	Instagram	Carrousel	Produits et nouveautés	bougies	6 photos succession de produits
ven. 14/06/2024					
sam. 15/06/2024	Facebook	Story	Journée maronnier	Fête des pères lendemain= cadeau	succession de 8 photos de produits en format video
	Instagram	Story	Journée maronnier	Fête des pères lendemain= cadeau	succession de 8 photos de produits en format video
dim. 16/06/2024					
lun. 17/06/2024	Facebook	Post (visuel simple)	Guides et conseils	chapeaux = protection	disposition de chapeaux du même créateur
	Instagram	Post (visuel simple)	Guides et conseils	chapeaux = protection	disposition de chapeaux du même créateur
mar. 18/06/2024	Pinterest	Post (visuel simple)	Produits et nouveautés	chapeaux = protection	disposition de chapeaux du même créateur
mer. 19/06/2024					
jeu. 20/06/2024	Facebook	Story	Journée maronnier	Été	vidéo de produits d'été disposé de différents créateurs
	Instagram	Story	Journée maronnier	Été	vidéo de produits d'été disposé de différents créateurs
ven. 21/06/2024					
sam. 22/06/2024					
dim. 23/06/2024	Facebook	Carrousel	Journée maronnier	demier jour de la Fasion week à paris = turban enfant	succession de photo
	Instagram	Carrousel	Journée maronnier	demier jour de la Fasion week à paris = turban enfant	succession de photo
lun. 24/06/2024	Facebook	Post (visuel simple)	Témoignages	Témoignage cliente	1 visuel avec phrase prise sur avis google
	Instagram	Post (visuel simple)	Témoignages	Témoignage cliente	1 visuel avec phrase prise sur avis google
mar. 25/06/2024	Pinterest	Reel	Produits et nouveautés	cadeau maitresse	succession de photos sous forme de vidéo
mer. 26/06/2024	Facebook	Carrousel	Produits et nouveautés	cadeau maitresse	succession de photo sous forme de vidéo
	Instagram	Carrousel	Produits et nouveautés	cadeau maitresse	succession de photo sous forme de vidéo
jeu. 27/06/2024					
ven. 28/06/2024	Facebook	Reel	Journée maronnier	Journée Internationale du Jeu	personne qui joue
	Instagram	Reel	Journée maronnier	Journée Internationale du Jeu	personne qui joue
sam. 29/06/2024					
dim. 30/06/2024					

CALENDRIER ÉDITORIAL

Mois de juillet 2024

Jours Dates	Réseaux sociaux	Formats	Thématiques	Sujets	Explications du visuel
lun. 01/07/2024	Facebook	Post (visuel simple)	Evenement	Planning mensuelle	Calendrier avec légende sur le même visuel
	Instagram	Post (visuel simple)	Evenement	Planning mensuelle	Calendrier avec légende sur le même visuel
mar. 02/07/2024	Pinterest	Post (visuel simple)	Produits et nouveautés	c'est les vacances : Planche apéro	1 visuel avec différentes planche
mer. 03/07/2024	Facebook	Post (visuel simple)	Code Promotion	récap 1 semaine de solde passé	1 visuel avec les différents produits en promotion
	Instagram	Reel	Sondage	Quels produits coup de coeur	2 produits d'un même créateurs avec un émoji représentant le produit
jeu. 04/07/2024					
ven. 05/07/2024					
sam. 06/07/2024	Facebook	Story	Produits et nouveautés	c'est les vacances : Planche apéro	1 visuel avec différentes planche
	Instagram	Story	Produits et nouveautés	c'est les vacances : Planche apéro	1 visuel avec différentes planche
dim. 07/07/2024					
lun. 08/07/2024					
mar. 09/07/2024	Facebook	Post (visuel simple)	Témoignages	Partage clients sur l'experience de la boutique	1 visuel avec experience client prit sur avis google
	Instagram	Post (visuel simple)	Témoignages	Partage clients sur l'experience de la boutique	1 visuel avec experience client prit sur avis google
mer. 10/07/2024	Pinterest	Reel	Produits et nouveautés	Perles pour enfants	courte vidéo avec différentes perles
jeu. 11/07/2024	Facebook	Reel	Produits et nouveautés	Perles pour enfants	courte vidéo avec différentes perles
	Instagram	Reel	Produits et nouveautés	Perles pour enfants	courte vidéo avec différentes perles
ven. 12/07/2024					
sam. 13/07/2024	Facebook	Carrousel	Produits et nouveautés	Bracelet estivale	succession de 6 photo bracelet au poignet
	Instagram	Carrousel	Produits et nouveautés	Bracelet estivale	succession de 6 photo bracelet au poignet
dim. 14/07/2024					
lun. 15/07/2024					
mar. 16/07/2024	Instagram	Post (visuel simple)	Code Promotion	Fin de solde d'été : plus qu'une semaine	photos avec les derniers produits en solde
	Facebook	Post (visuel simple)	Code Promotion	Fin de solde d'été : plus qu'une semaine	photos avec les derniers produits en solde
mer. 17/07/2024					
jeu. 18/07/2024	Facebook	Reel	Produits et nouveautés	Produits épicerie fine	vidéo d'une catégorie de produits
	Instagram	Reel	Produits et nouveautés	Produits épicerie fine	vidéo d'une catégorie de produits
ven. 19/07/2024					
sam. 20/07/2024	Facebook	Story	Journée maronnier	Journée mondiale du jeu d'échecs ♠	succession de photo de jeux d'échec
	Instagram	Story	Journée maronnier	Journée mondiale du jeu d'échecs ♠	succession de photo de jeux d'échec
	Pinterest	Reel	Journée maronnier	Journée mondiale du jeu d'échecs ♠	succession de photo de jeux d'échec
dim. 21/07/2024					
lun. 22/07/2024	Facebook	Post (visuel simple)	Guides et conseils	Protection de la crème solaire	1 visuel avec différents produits protection soleil
	Instagram	Post (visuel simple)	Guides et conseils	Protection de la crème solaire	2 visuel avec différents produits protection soleil
mar. 23/07/2024	Pinterest	Reel	Produits et nouveautés	Produits catégorie enfant	courte vidéo de différents de différent créateur mais de la même catégorie
mer. 24/07/2024	Facebook	Reel	Produits et nouveautés	Produits catégorie enfant	courte vidéo de différents de différent créateur mais de la même catégorie
	Instagram	Reel	Produits et nouveautés	Produits catégorie enfant	courte vidéo de différents de différent créateur mais de la même catégorie
jeu. 25/07/2024					
ven. 26/07/2024					
sam. 27/07/2024	Facebook	Carrousel	Produits et nouveautés	Produits de la catégorie décoration	Succession de 8 photos de la même catégorie
	Instagram	Carrousel	Produits et nouveautés	Produits de la catégorie décoration	Succession de 8 photos de la même catégorie
dim. 28/07/2024					
lun. 29/07/2024					
mar. 30/07/2024	Facebook	Story	Journée maronnier	Journée internationale de l'amitié 🧑🏻‍🤝‍🧑🏻 produits boucle d'oreille	succession de boucle d'oreille car toujours pas 2 minimum
	Instagram	Story	Journée maronnier	Journée internationale de l'amitié 🧑🏻‍🤝‍🧑🏻 produits boucle d'oreille	succession de boucle d'oreille car toujours pas 2 minimum
	Pinterest	Reel	Journée maronnier	Journée internationale de l'amitié 🧑🏻‍🤝‍🧑🏻 produits boucle d'oreille	succession de boucle d'oreille car toujours pas 2 minimum
mer. 31/07/2024					

CALENDRIER ÉDITORIAL

Mois de août 2024

Jours Dates	Réseaux sociaux	Formats	Thématiques	Sujets	Explications du visuel
jeu. 01/08/2024	Facebook	Post (visuel simple)	Evenement	Planning mensuel	Calendrier avec légende sur le même visuel
	Facebook	Post (visuel simple)	Evenement	Planning mensuel	Calendrier avec légende sur le même visuel
ven. 02/08/2024	Facebook	Story	Journée maronnier	Journée mondiale de la bière 🍺 + épicerie fine	Photo de la bouteille avec un verre de bière remplie
	Instagram	Story	Journée maronnier	Journée mondiale de la bière 🍺 + épicerie fine	Photo de la bouteille avec un verre de bière remplie
sam. 03/08/2024					
dim. 04/08/2024					
lun. 05/08/2024	Facebook	Post (visuel simple)	Guides et conseils	régle d'un jeux de société	photo du jeux préparer pour un début de partie
	Instagram	Reel	Sondage	Quel coups de coeur	2 produits d'un même créateurs avec un émoji représentant le produit
mar. 06/08/2024	Pinterest	Post (visuel simple)	Produits et nouveautés	Best seller d'avant les vacances	4 - 5 produits mis en ssène dans 1 seul visuel
mer. 07/08/2024					
jeu. 08/08/2024	Facebook	Carrousel	Produits et nouveautés	Best seller d'avant les vacances	4 - 5 produits mis en ssène dans 1 seul visuel
	Instagram	Carrousel	Produits et nouveautés	Best seller d'avant les vacances	4 - 5 produits mis en ssène dans 1 seul visuel
ven. 09/08/2024					
sam. 10/08/2024	Facebook	Post (visuel simple)	Produits et nouveautés	Cartes cadeaux	photo de la carte cadeau
	Instagram	Post (visuel simple)	Produits et nouveautés	Cartes cadeaux	photo de la carte cadeau
dim. 11/08/2024					
lun. 12/08/2024					
mar. 13/08/2024	Facebook	Post (visuel simple)	Témoignages	Avis client	1 visuel avec phrase prise sur avis google
	Facebook	Post (visuel simple)	Témoignages	Avis client	1 visuel avec phrase prise sur avis google
mer. 14/08/2024	Pinterest	Post (visuel simple)	Produits et nouveautés	Produits bijoux	1 visuel avec différents bijoux
jeu. 15/08/2024	Facebook	Carrousel	Produits et nouveautés	Produits bijoux	succession de parrure de bijoux (bague, collier, bracelet)
	Instagram	Carrousel	Produits et nouveautés	Produits bijoux	succession de parrure de bijoux (bague, collier, bracelet)
ven. 16/08/2024					
sam. 17/08/2024	Facebook	Reel	Produits et nouveautés	Produit épicerie fine	Vidéo de l'étalage
	Instagram	Reel	Produits et nouveautés	Produit épicerie fine	Vidéo de l'étalage
dim. 18/08/2024					
lun. 19/08/2024	Facebook	Story	Produits et nouveautés	Produits enfants	1 visuel de 4-5 produits mis en scène
	Instagram	Story	Produits et nouveautés	Produits enfants	2 visuel de 4-5 produits mis en scène
mar. 20/08/2024	Pinterest	Reel	Produits et nouveautés	Trousse scolaire	succession de 5-6 photos trousse différentes en format vidéo
mer. 21/08/2024	Facebook	Carrousel	Produits et nouveautés	Produits décorations	succession de 5 photos de produits ou 1 seul produit sur différent meubles, différente endroit de la maison
	Instagram	Carrousel	Produits et nouveautés	Produits décorations	succession de 5 photos de produits ou 1 seul produit sur différent meubles, différente endroit de la maison
jeu. 22/08/2024					
ven. 23/08/2024	Facebook	Story	Produits et nouveautés	Trousse scolaire	succession de 5-6 photos trousse différentes en format vidéo
	Facebook	Story	Produits et nouveautés	Trousse scolaire	succession de 5-6 photos trousse différentes en format vidéo
sam. 24/08/2024					
dim. 25/08/2024					
lun. 26/08/2024	Facebook	Post (visuel simple)	Code Promotion	produit promo pour la semaine	rentré scolaire
	Instagram	Story	Produits et nouveautés	produit promo pour la semaine	rentré scolaire
mar. 27/08/2024	Pinterest	Reel	Produits et nouveautés	sac à langer	Différente présentation de sac à langer
mer. 28/08/2024	Facebook	Carrousel	Guides et conseils	régle d'assortiment de boucle d'oreille / bracelet	5-6 Tenue avec boucle et bracelet (1 visuel d'une femme avec des bulles/zoom à côté des oreilles, poignet...)
	Instagram	Carrousel	Guides et conseils	régle d'assortiment de boucle d'oreille / bracelet	5-6 Tenue avec boucle et bracelet (1 visuel d'une femme avec des bulles/zoom à côté des oreilles, poignet...)
jeu. 29/08/2024					
ven. 30/08/2024	Facebook	Reel	Produits et nouveautés	sac à langer	Différente présentation de sac à langer
	Instagram	Reel	Produits et nouveautés	sac à langer	Différente présentation de sac à langer
sam. 31/08/2024					

Marketing d'influence

Objectifs, influenceurs ciblés, dynamique de partenariat mise en place



OBJECTIFS DE LA STRATÉGIE DE MARKETING D'INFLUENCE

Proposer une stratégie de marketing d'influence à Ô la Paulette est pertinent pour plusieurs raisons :

➤ AUGMENTER LA VISIBILITÉ DE LA MARQUE

Collaborer avec des influenceurs dans le domaine de l'artisanat et du savoir faire français peut permettre d'atteindre un public plus large et d'accroître la notoriété de Ô la Paulette.

➤ GÉNÉRER DU TRAFIC ET DES VENTES

En partenariat avec des influenceurs populaires, cela peut inciter leurs followers à visiter la boutique Ô la Paulette, à essayer les produits et à partager leur expérience, ce qui peut entraîner une augmentation du trafic et des ventes chez Ô la Paulette.

➤ TESTER DE NOUVEAUX PRODUITS OU CONCEPTS

Collaborer avec des influenceurs pour promouvoir de nouveaux produits ou concepts en utilisant leur feedback et les réactions de leur audience pour ajuster et améliorer l'offre de Ô la Paulette.

Cette stratégie de marketing d'influence pourra aider Ô la Paulette à accroître sa notoriété tout en établissant des partenariats avec des influenceurs pertinents.

Toutefois, je ne mettrai **pas cette stratégie en œuvre immédiatement**. Étant donné que Ô la Paulette est une entreprise récente et que Pauline Grolleau ne m'a pas encore communiqué de budget spécifique, mon expérience me suggère que les coûts associés à des partenariats avec des influenceurs pourraient être au-delà de ses moyens actuels. Néanmoins, il est envisageable de développer cette approche dans quelques mois, en complément des autres initiatives du projet.