

BACHELOR AUDENCIA SCIENCESCOM 2016-2017

CAMPAGNE SOLIDAIRE



SOMMAIRE

1. Analyse de l'environnement
2. Nos recommandations
3. Le retro-planning
4. Les indicateurs de performance
5. Le budget

**Qui êtes vous
?**

Dans quel monde évoluez-vous ?

LA PROBLÉMATIQUE

De quelles manières Solishop va-t-il contribuer à changer favorablement l'image des produits handi-fabriqués et les attitudes d'achats, afin de devenir une e-boutique handi-solidaire de référence en France ?

LES OBJECTIFS

FAIRE CONNAÎTRE

- Faire connaître la démarche handi-solidaire

FAIRE AGIR

- Mettre en avant la qualité des produits handi-fabriqués
- Faire aimer la diversité des produits handi-solidaires

FAIRE AIMER

- Augmenter la notoriété du site Solishop
- Accroître le nombre de commandes sur le site internet

LES CIBLES



LE POSITIONEMENT

Les produits handi-fabriqués :
une consommation
responsable, locale et de
qualité.

**Comment atteindre ces
objectifs ?**

LES RECOMMANDATIONS

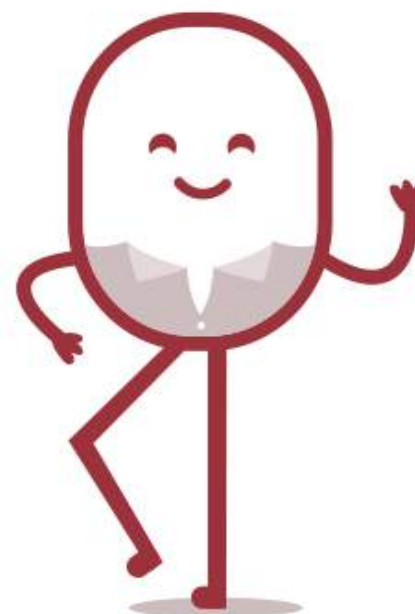
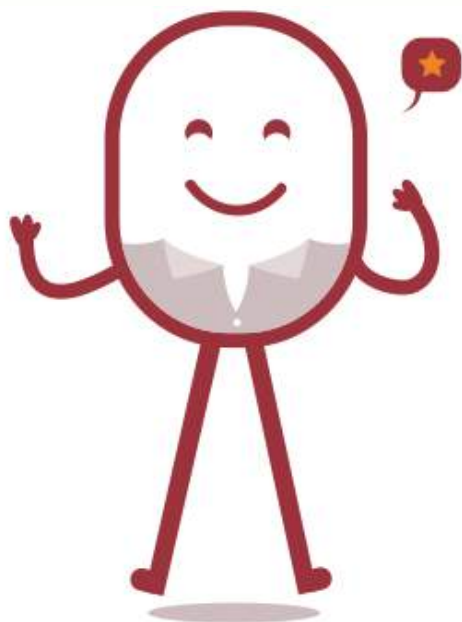
LA SOLI'ATTITUDE



SOLI AMBASSADEUR DE LA SOLI'ATTITUDE

- ★ Soli définit la proximité qu'entretien Solishop auprès de ses clients.
- ★ Il incarne les valeurs de Solishop et permet de rendre la marque plus attractive.
- ★ Soli crée le lien de confiance entre vendeurs et acheteurs.

LA
SOLI'ATTITUDE
SOLI



LA

STRATÉGIE DIGITALE



LES RÉSEAUX SOCIAUX



- Création de hashtags thématiques
- **Fréquence** : illimitée
- **Ton** : professionnel



- Création d'une page LinkedIn
- **Fréquence** : illimitée
- **Ton** : professionnel



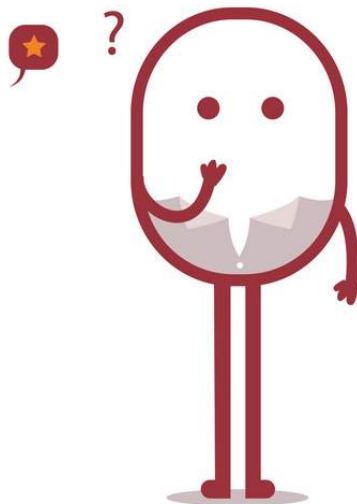
- Contenus interactifs
- **Fréquence** : tous les deux jours
- **Ton** : convivial et informatif

LA SOLI'ATTITUDE

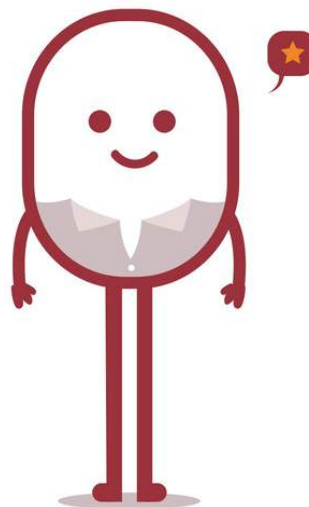
LE QUIZZ



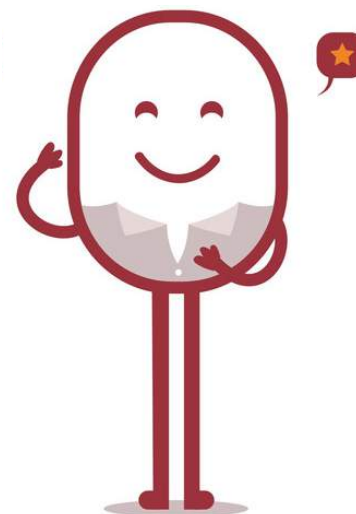
SOLI TIMIDE



SOLI CURIEUX

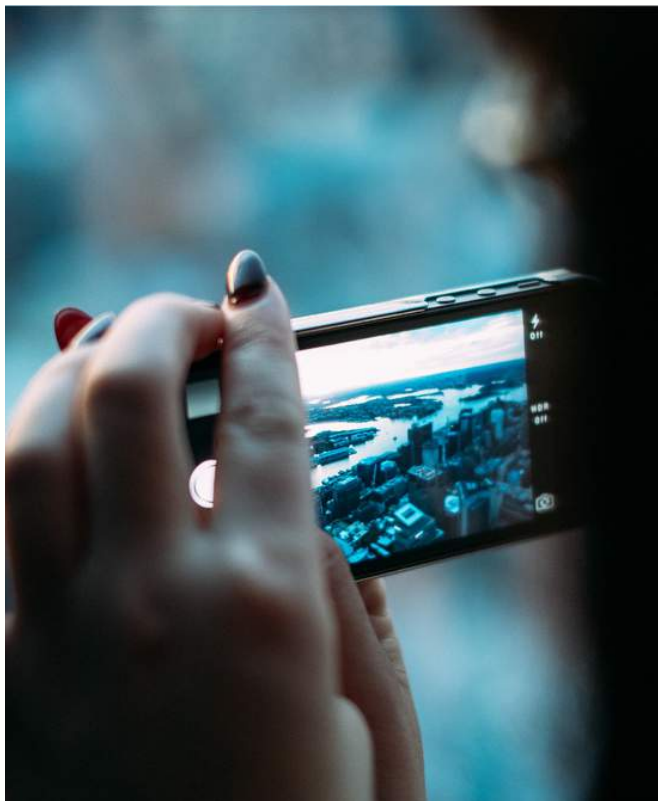


SOLI SYMPATHIQUE



SOLI SURPER
SYMPATHIQUE

LES VIDÉOS



PRÉSENTATION DES EA / ESAT

- ▶ Vidéo : 1 par mois
- ▶ Format : 1 à 2 minutes
- ▶ Coopération avec le personnel de l'EA / ESAT

**Comment approfondir votre réseau
professionnel et augmenter votre notoriété
auprès de votre cible ?**

LES RELATIONS PUBLIQUES

SALONS



PORTES OUVERTES



LA
BOX
HANDI - SOLIDAIRE



LA BOX

HANDI - SOLIDAIRE



LA BOX LE DÉPLIANT



Solishop vous met en relation avec ces structures vendeuses. Créé en 2015 et développé par des bénévoles mettant à profit leurs compétences professionnelles, le site Solishop est gratuit et ne prélève aucune commission. Ainsi, le site Solishop soutient ce secteur et favorise l'emploi des personnes en situation de handicap tout en vous proposant une large gamme de produits solidaires dont la qualité est démontrée par le label « Handi-fabriqué dans nos régions ».

VOS AVANTAGES !

Acheter des produits sur la plateforme Solishop, c'est commander des produits français de qualité. C'est aussi contribuer à l'insertion des personnes en situation de handicap et ainsi adopter une démarche RSE.

**ACHETER HANDI-FABRIQUÉ
C'EST ACHETER SOLIDAIRE
ET RESPONSABLE !**

WWW.SOLISHOP.FR

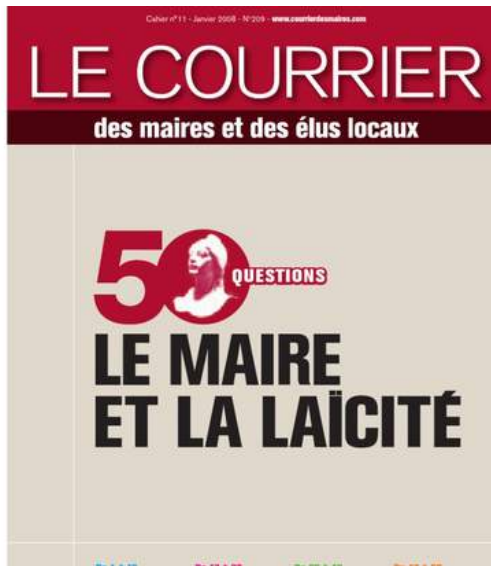
LES SOUTIENS
<https://hts-france.org/>

SoliShop
E-boutique handi-solidaire

LES RELATIONS PRESSE



LA PRESSE
RÉGIONALE



LA PRESSE POUR
LES ÉLUS



LA PRESSE POUR LES
PROFESSIONNELS

**Comment s'organisent nos recommandations
dans le temps ?**

LE

[illegible]

**Comment évaluer l'efficacité des actions
mises en place?**

LES INDICATEURS DE PERFORMANCE

Les indicateurs liés aux réseaux sociaux



- Nombre de followers
- Nombre de retweet
- Analyse du trafic



- Nombre de vues
- Nombre de followers
- Analyse du trafic



- Nombre de j'aime
- Analyse du trafic
- Facebook Insight

LES INDICATEURS DE PERFORMANCE



Les indicateurs financiers et marketing

Valeur moyenne des ventes

Temps de réponse des demandes
d'information

Vente de produit par gamme en %

Taux de satisfaction

Retour sur investissement
pour chaque opération

Fidélisation des clients

Evolution du chiffre d'affaires

Achats répétés en %

**Et alors tout ça,
combien ça coûte ?**

LE BUDGET

Intitulé de la dépense	Fournisseur	Montant HT en €
Marketing direct "Box" <ul style="list-style-type: none"> • Création des box • Logistique (pour 1,5kg) 20x20x20 • Produits (+savon sur devis) • Impression 	Selfpackaging La poste Solishop/EA et ESAT À définir	825 850 670 700
Marketing direct		3 045
Relation publique <ul style="list-style-type: none"> • Porte ouverte/workshop • Salons : <ul style="list-style-type: none"> ○ Stand ○ Réservation 	Interne À définir À définir	800 2 000

LE BUDGET

Relation public		2 800
Print/ dépliant :		
<ul style="list-style-type: none"> • Impression 2000 ex format fermé 13x19 ; format ouvert 39x19 ; portrait ; 2 plis accordéons ; quadri R/V ; • Papier recyclé 	Les grandes imprimeries & Vista print	86
		174
Print		260
Web : Interview EA/ESAT	Mstream	2 000
<ul style="list-style-type: none"> • Production • Montage 		
Web		2 000
Total général HT		8 105

An aerial photograph of New York City, showing a dense urban landscape with numerous skyscrapers and buildings. A large, semi-transparent red rectangle is centered over the image. Inside this rectangle, the word "MERCI!" is written in a bold, white, sans-serif font. The background image is slightly faded to make the red overlay and the text stand out. The word "MERCI!" is the central focus of the image.

MERCI!