

Desigual.

STRATÉGIE SOCIAL MEDIA

Caroline Ramaux - Fanny Ulrich - Océane Flajeolet - Marie Bartel





sommaire

- I. Présentation annonceur
- II. Choix des réseaux
- III. Stratégie SMA phase 1
- IV. Stratégie SMA phase 2
- V. Bilan

Présentation annonceur

Origine espagnole : Fondée en 1984 à Barcelone, Desigual est une marque de mode espagnole.

Style distinctif : La marque est reconnue pour son style coloré, ses motifs originaux et l'utilisation de patchwork dans ses créations.

Philosophie positive : Desigual promeut des valeurs telles que la positivité, l'authenticité et l'individualité à travers ses designs et sa communication.



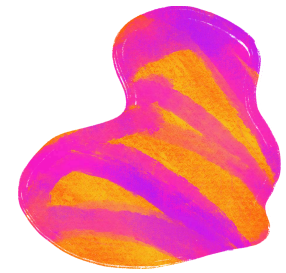
Produits

Gamme de produits : La marque propose une variété de produits, y compris des vêtements pour hommes, femmes et enfants, ainsi que des accessoires tels que des sacs à main et des chaussures. Les produits ont généralement plus de succès chez les femmes.

Notoriété internationale : Desigual a gagné en popularité à l'échelle mondiale, devenant une marque bien connue pour son approche créative et décontractée de la mode.

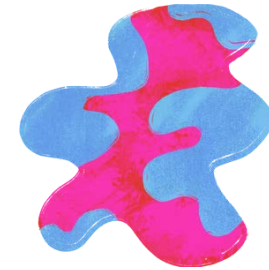
Association avec un style de vie : Les créations de Desigual sont souvent associées à un style de vie décontracté, expressif et plein de vitalité.

Cible



Initialement

Desigual cible les femmes actives entre 45 et 55 ans.



Désormais

Desigual cible les jeunes femmes de 18 à 28 ans.



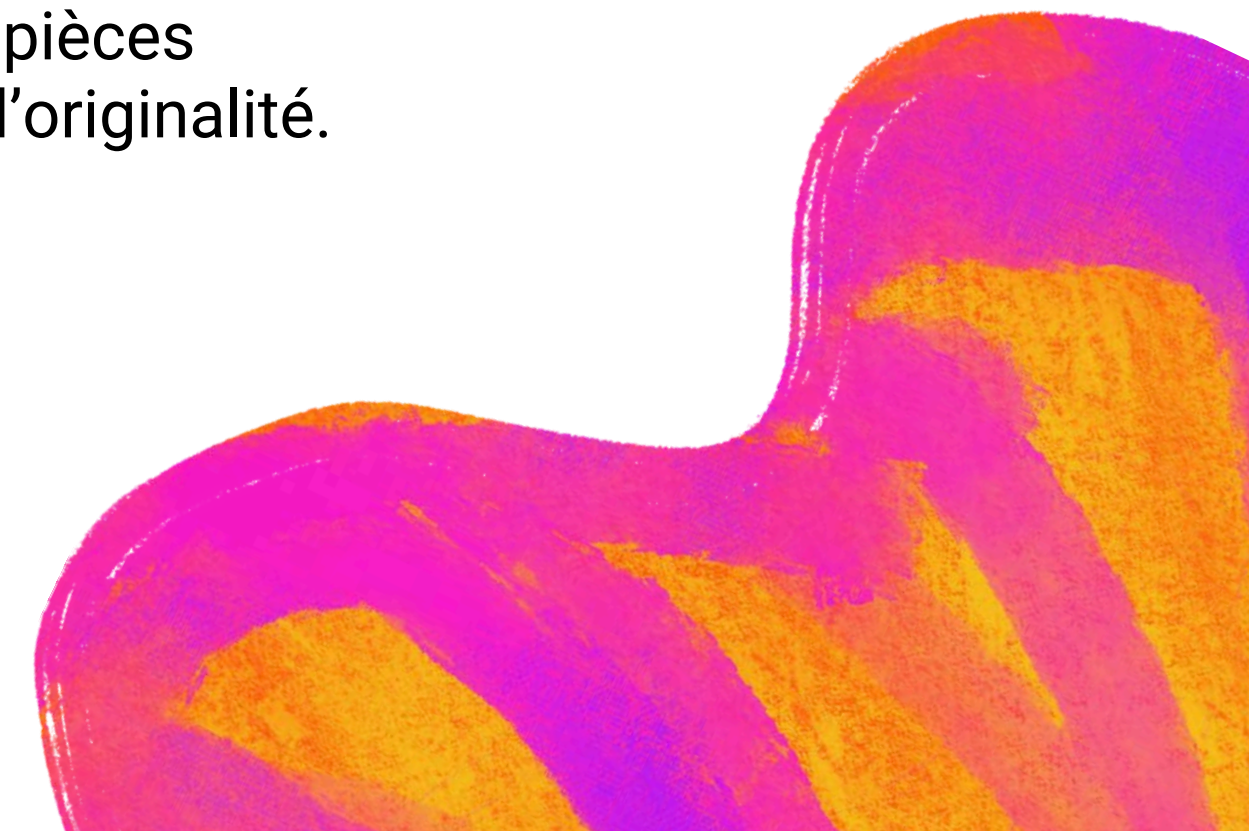
Différenciation

Recherchent à se démarquer par leur style vestimentaire.



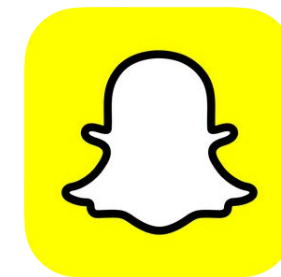
Originalité

Investir dans des pièces unique en quête d'originalité.

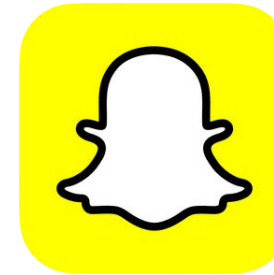




nos réseaux



- Premier réseau chez les 15-24 ans
- Deuxième réseau chez les 25-49 ans

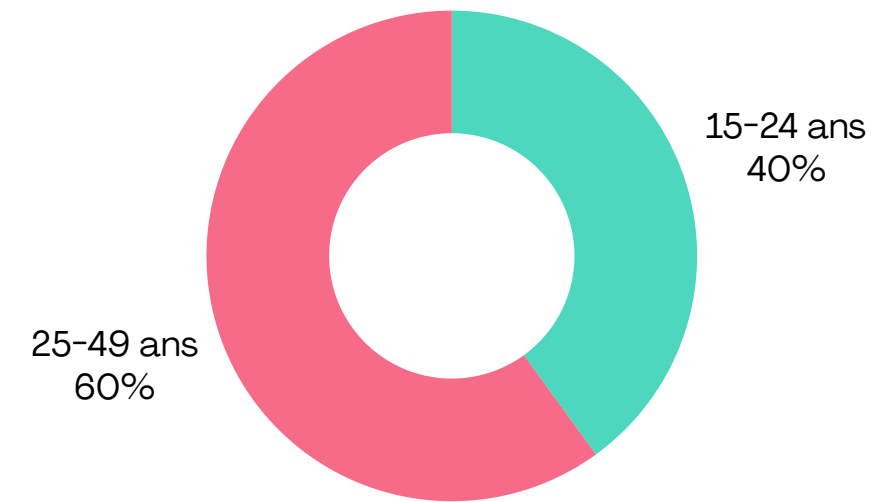


Snapchat est un réseau social qui augmente la notoriété des marques. Nous l'utiliserons dans le cadre de la première phase de la campagne : faire connaître la nouvelle collection à destination des 18-28 ans (objectif de notoriété).

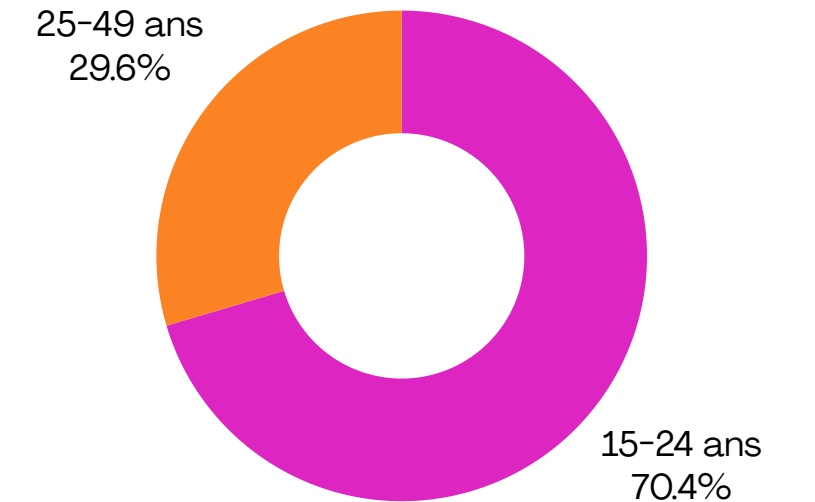
- 4ème réseau chez les 15-24 ans
- Réseau sur lequel les utilisateurs passent le plus de temps (env. 21H par mois)



Pour la première et seconde phase, ce réseau est intéressant pour Desigual. Il permet d'obtenir une bonne visibilité peu chère. La marque peut facilement s'adapter aux contenus populaires sur la plateforme.



Facebook



Instagram

- Réseau incontournable = nombre utilisateurs quotidien
- Possibilités de ciblage d'audience multiples
- Objectifs de campagne précis
- Algorithme puissant = proposer jusqu'à 8 visuels différents pour mettre en avant celui qui comptabilise de meilleurs résultats



Stratégie SMA

PHASE 1 : NOTORIÉTÉ



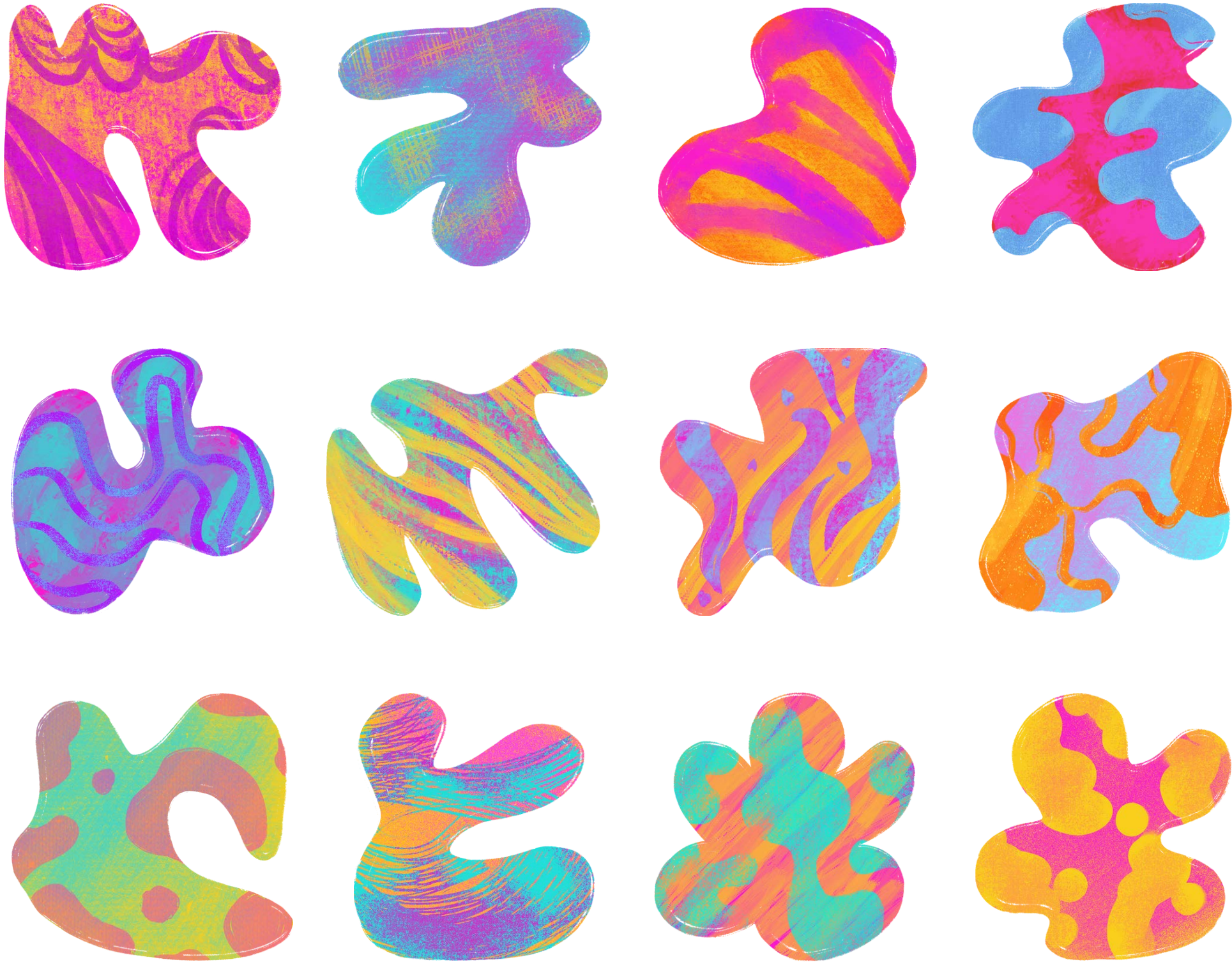
Objectif "Plus de vues de vidéos"



Objectif "Notoriété"



Objectif "Notoriété"



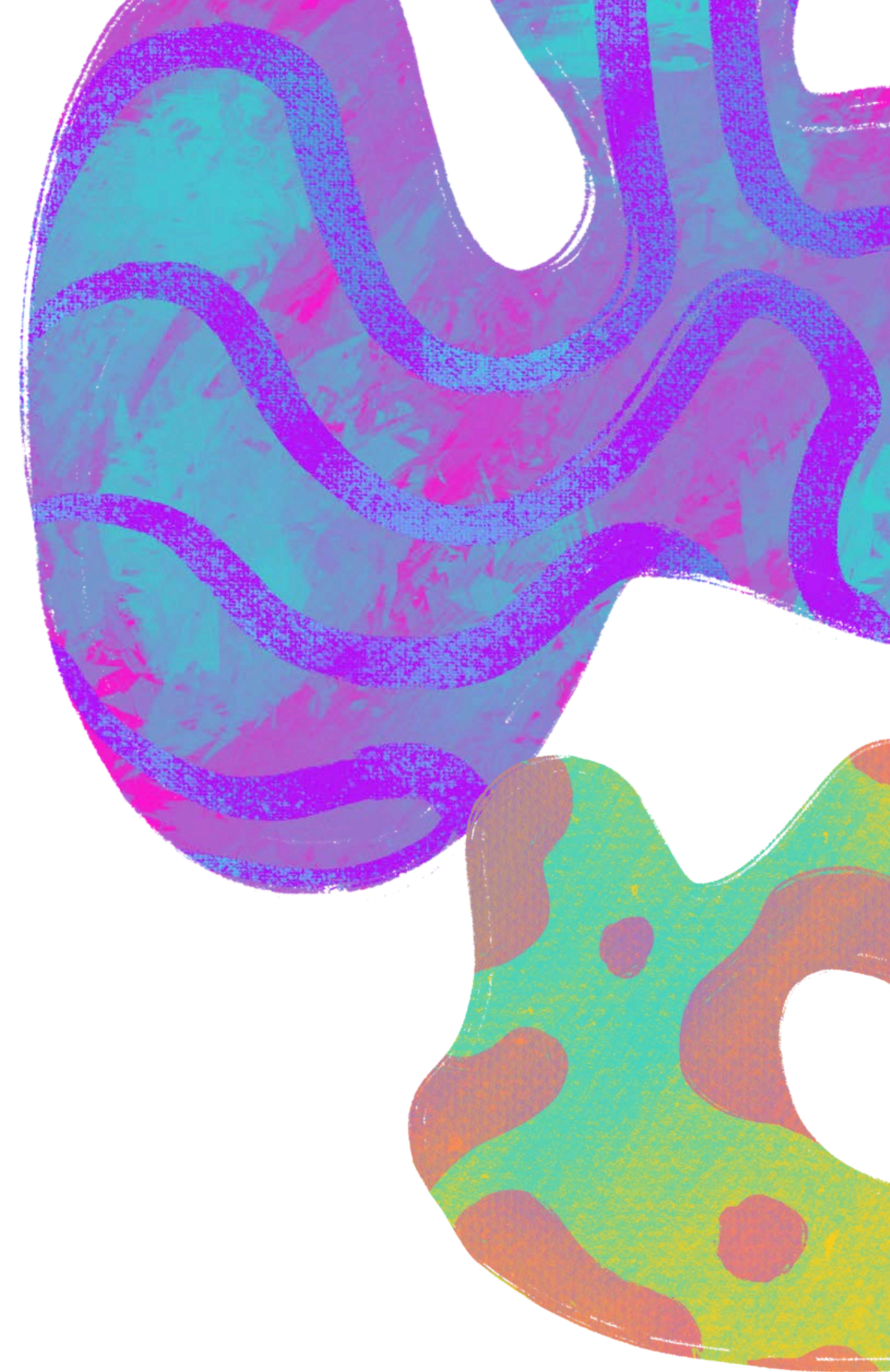
Audience choisie



PHASE 1 : NOTORIÉTÉ

- **Âge : 18 - 28 ans**
- **Zone géographique : France**
- **Genre : Femmes**
- **Intérêts : vêtements et accessoires**

*CPM moyen Meta = 3€ pour 1000 impressions
Avec un budget de 12 500€, on peut générer
4 166 666 impressions*

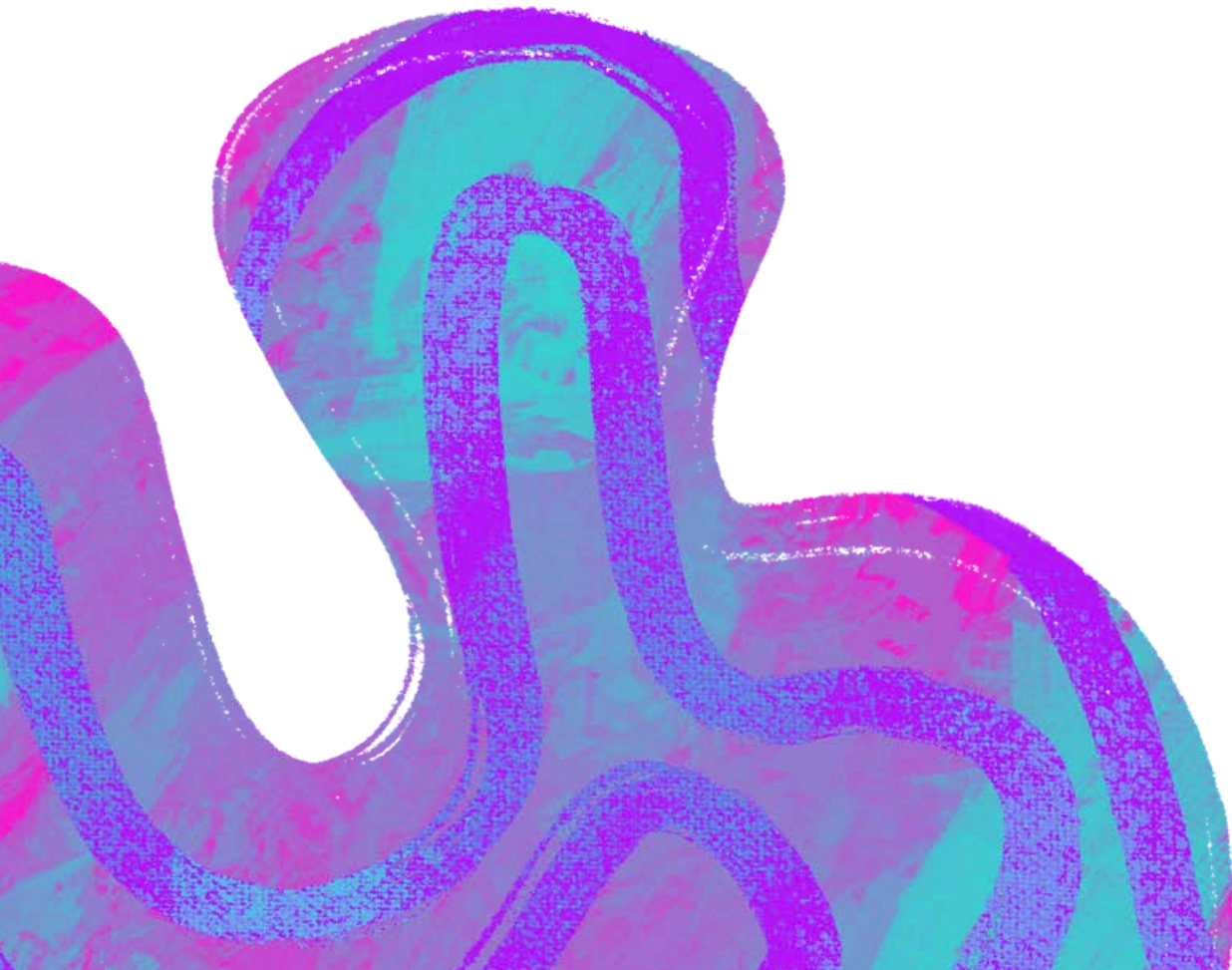


Audience choisie



PHASE 1 : NOTORIÉTÉ

- **Âge : 18-28 ans**
- **Genre : Femmes**
- **Zone géographique : France**
- **Intérêt : mode**

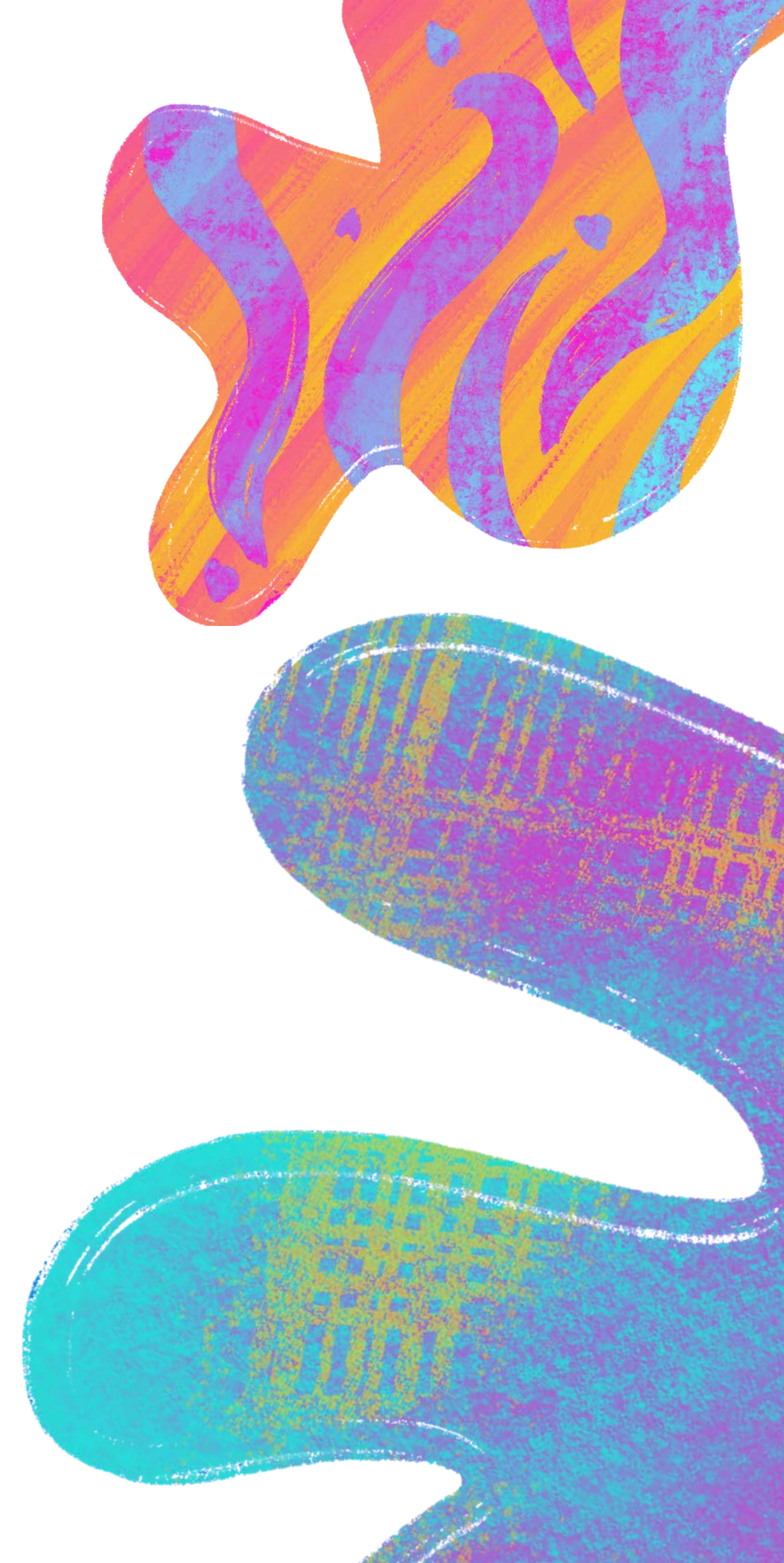


Audience choisie

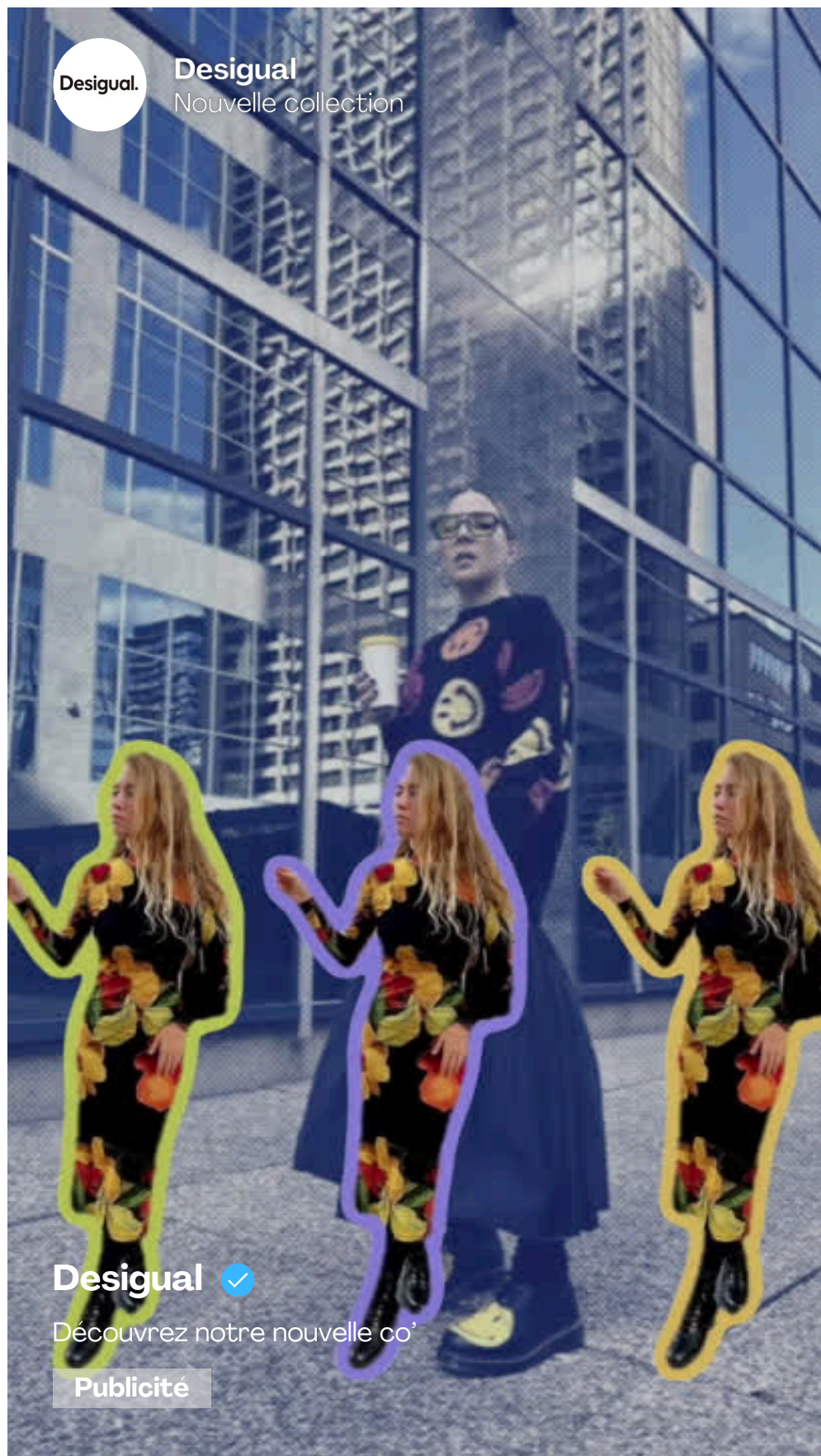
PHASE 1 : NOTORIÉTÉ

- **Âge : 18 - 24 et 25 - 34 ans**
- **Zone géographique : France**
- **Genre : Femmes**
- **Intérêts : Vêtements et accessoires**

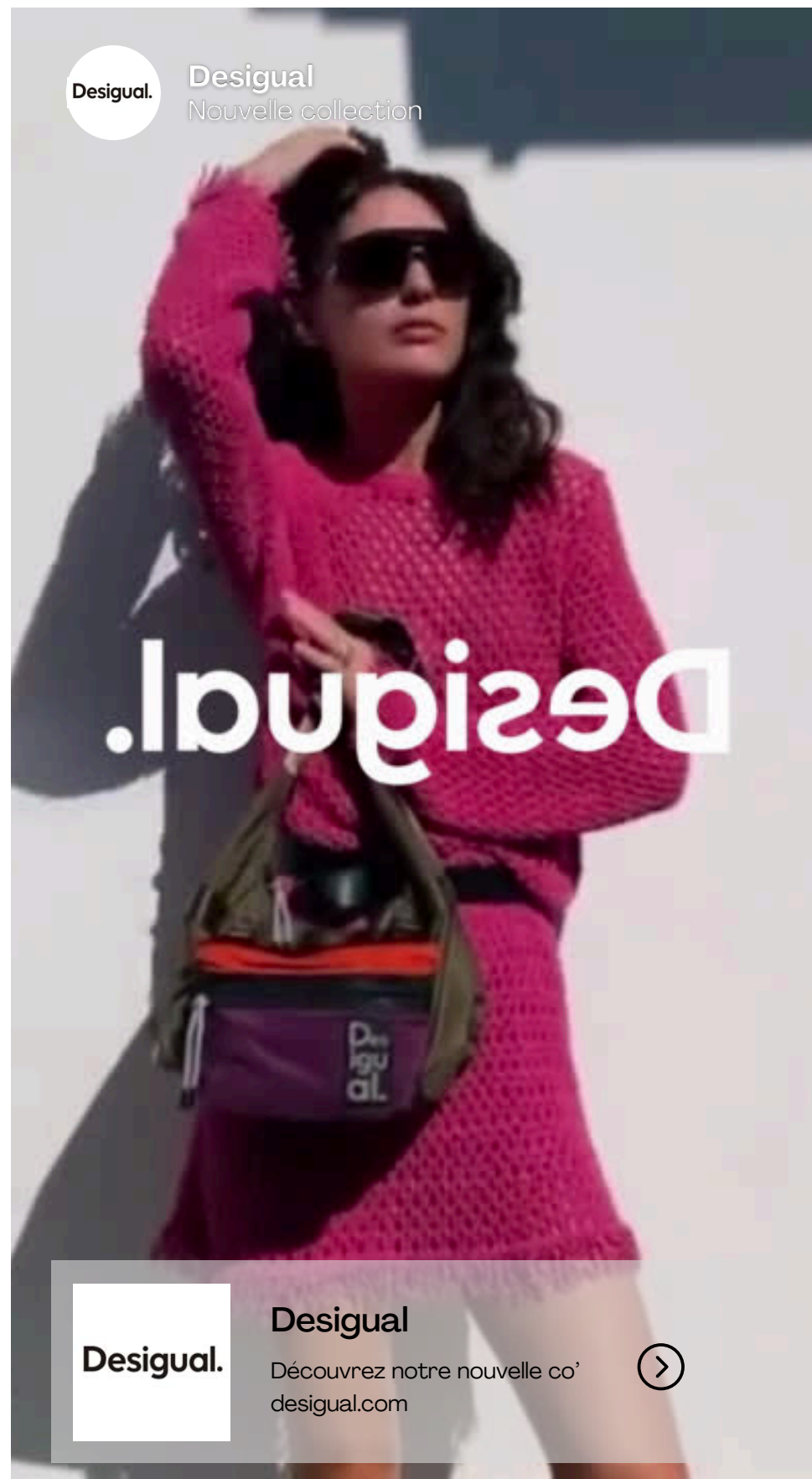
*CPM moyen Tiktok = 2€ pour 1000 impressions
Avec un budget de 6 250€, on peut générer
2 083 333 impressions.*



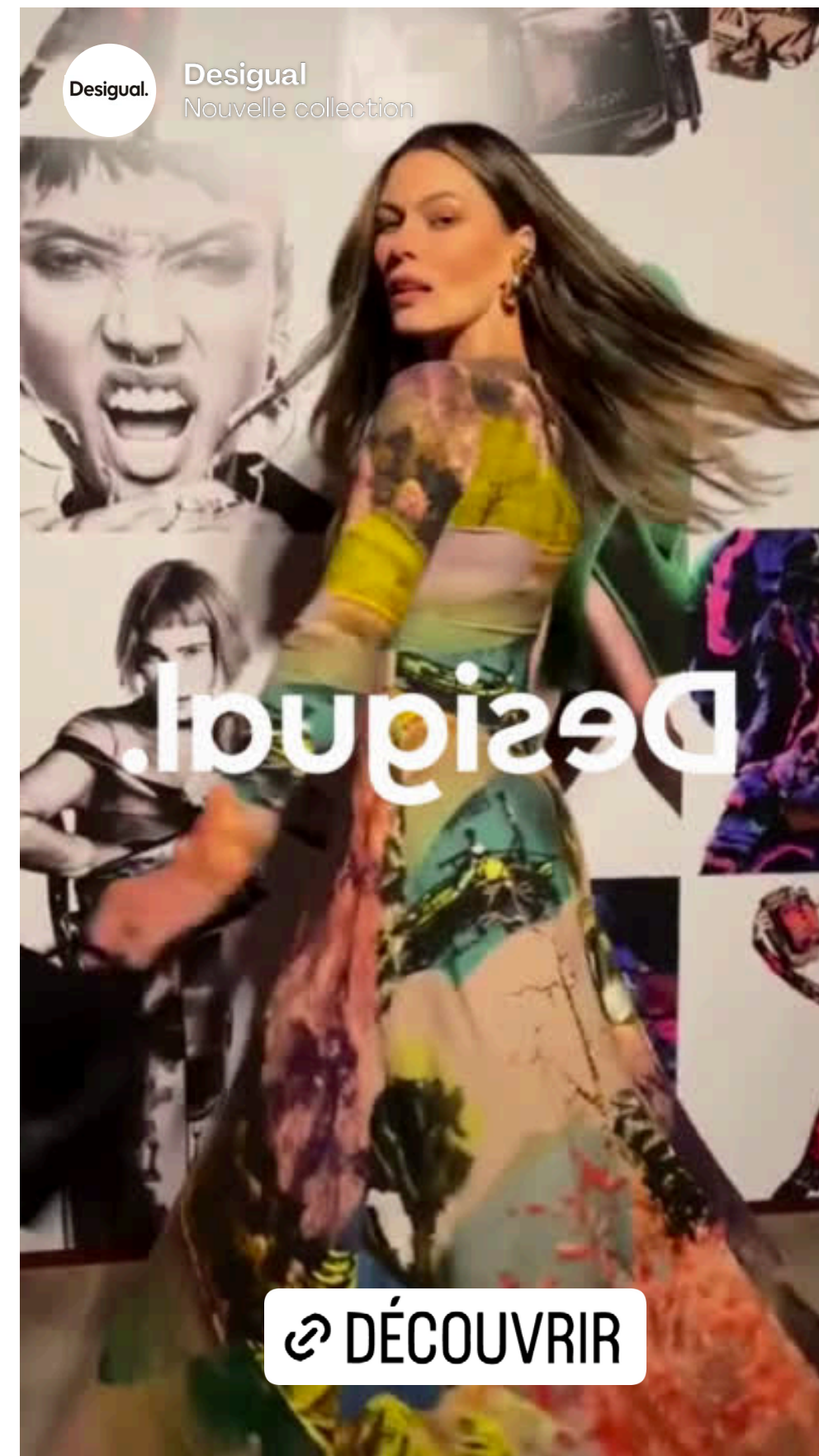
Tiktok



Snapchat



Instagram



Stratégie SMA

PHASE 2 : ACQUISITION



Objectif "Ventes"



Objectif "Plus de visites du site web"



Audience choisie



PHASE 2 : ACQUISITION

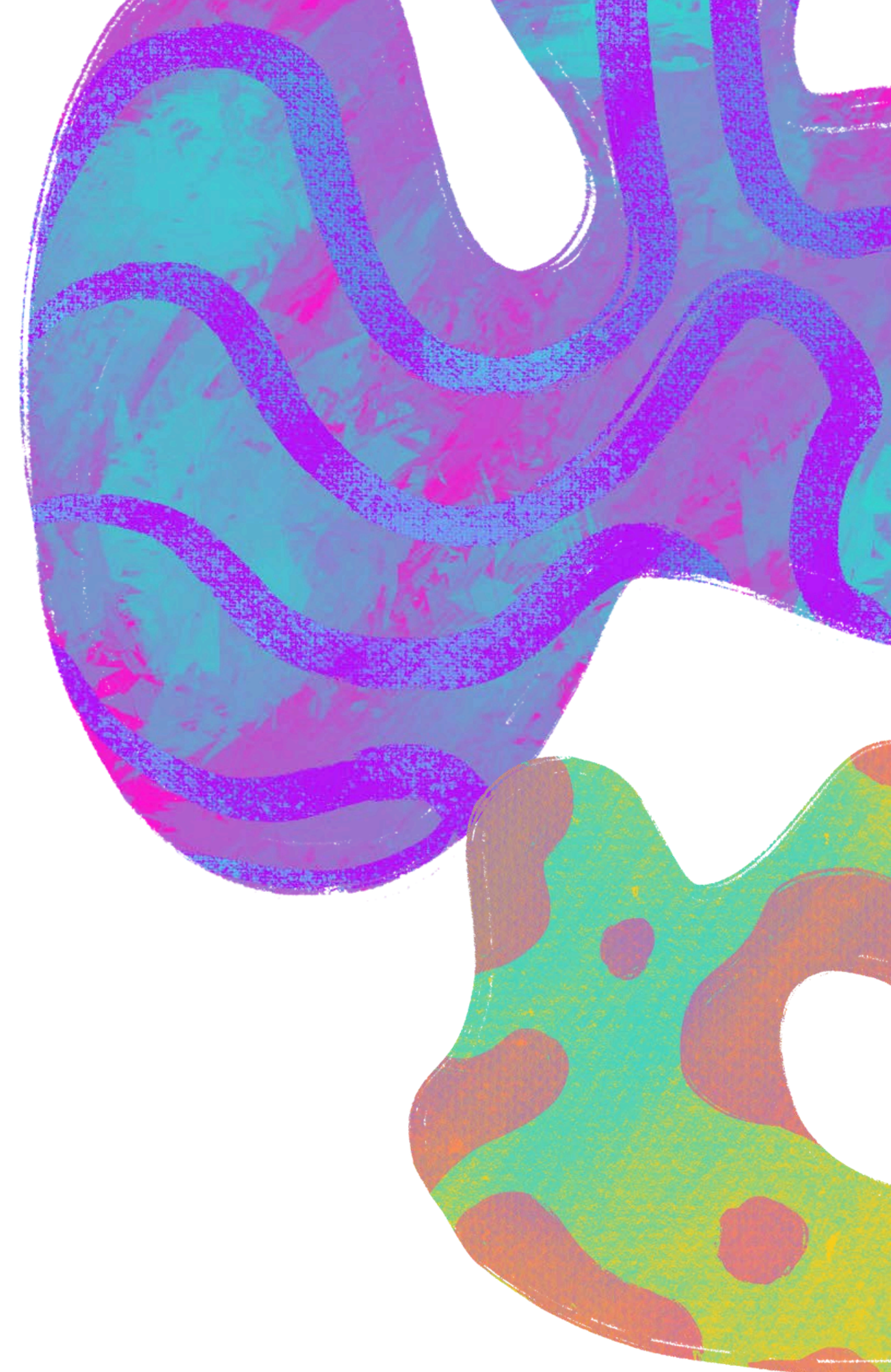
- **Âge : 18-28 ans**
- **Genre : Femmes**
- **Zone géographique : France**
- **Intérêt : fashion (+ la beauté)**

Retargeting

- Personne ayant déjà acheté sur le site Desigual
- Personne avec un panier Desigual (relances de panier)
- Personne qui s'est déjà rendue sur le site internet
- Personne qui s'est rendue sur les profils Instagram, Pinterest...
- Personne ayant cliqué sur une des publications de la phase 1

Lookalike

- Similaires aux personnes qui ont déjà acheté
- Similaires aux personnes qui ont déjà ajouté au panier
- Similaires aux personnes qui se sont rendues sur le site



Audience choisie



PHASE 2 : ACQUISITION

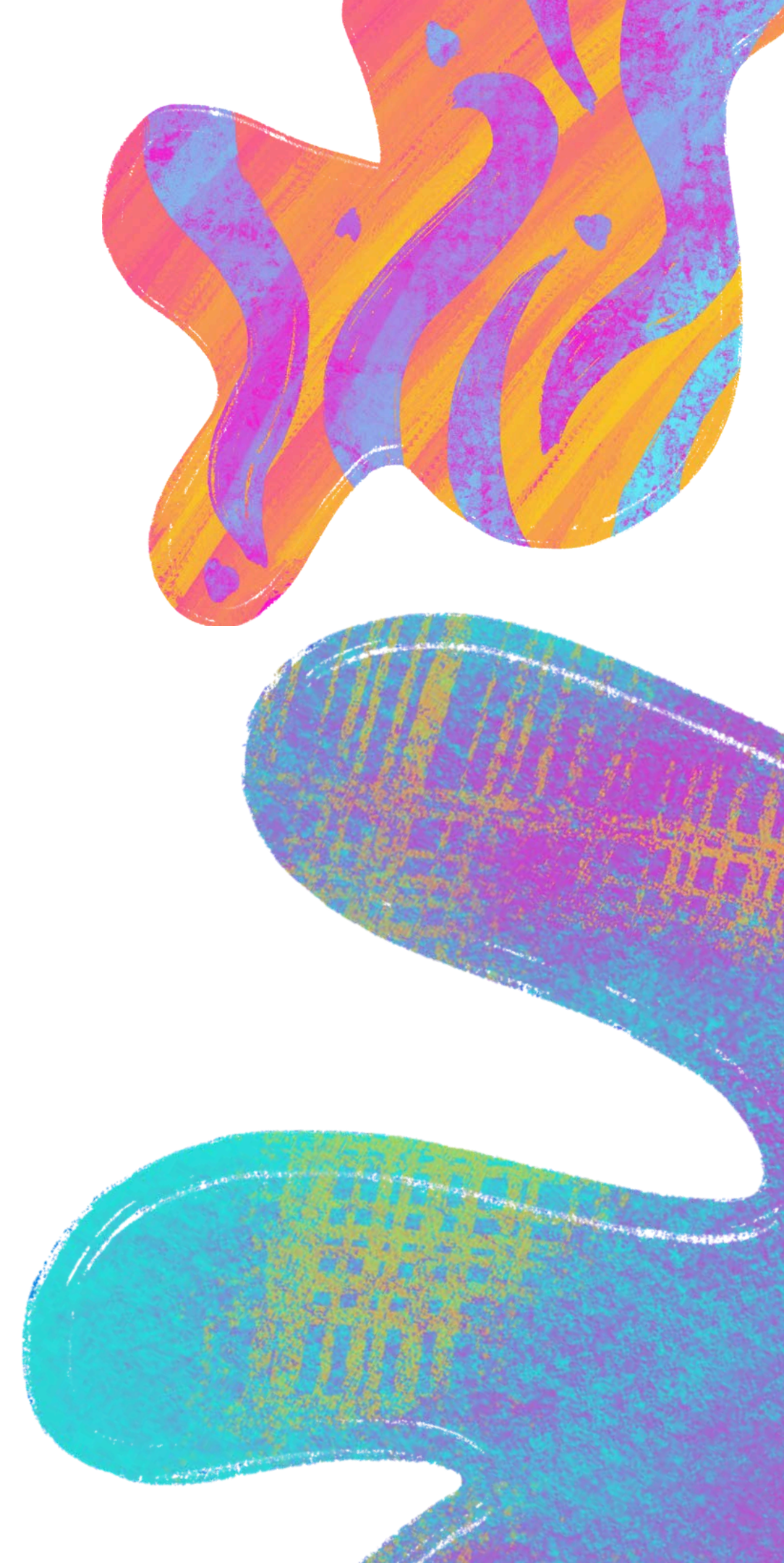
- **Âge : 18-28 ans**
- **Genre : Femmes**
- **Zone géographique : France**
- **Intérêt : Vêtements et accessoires**

Retargeting

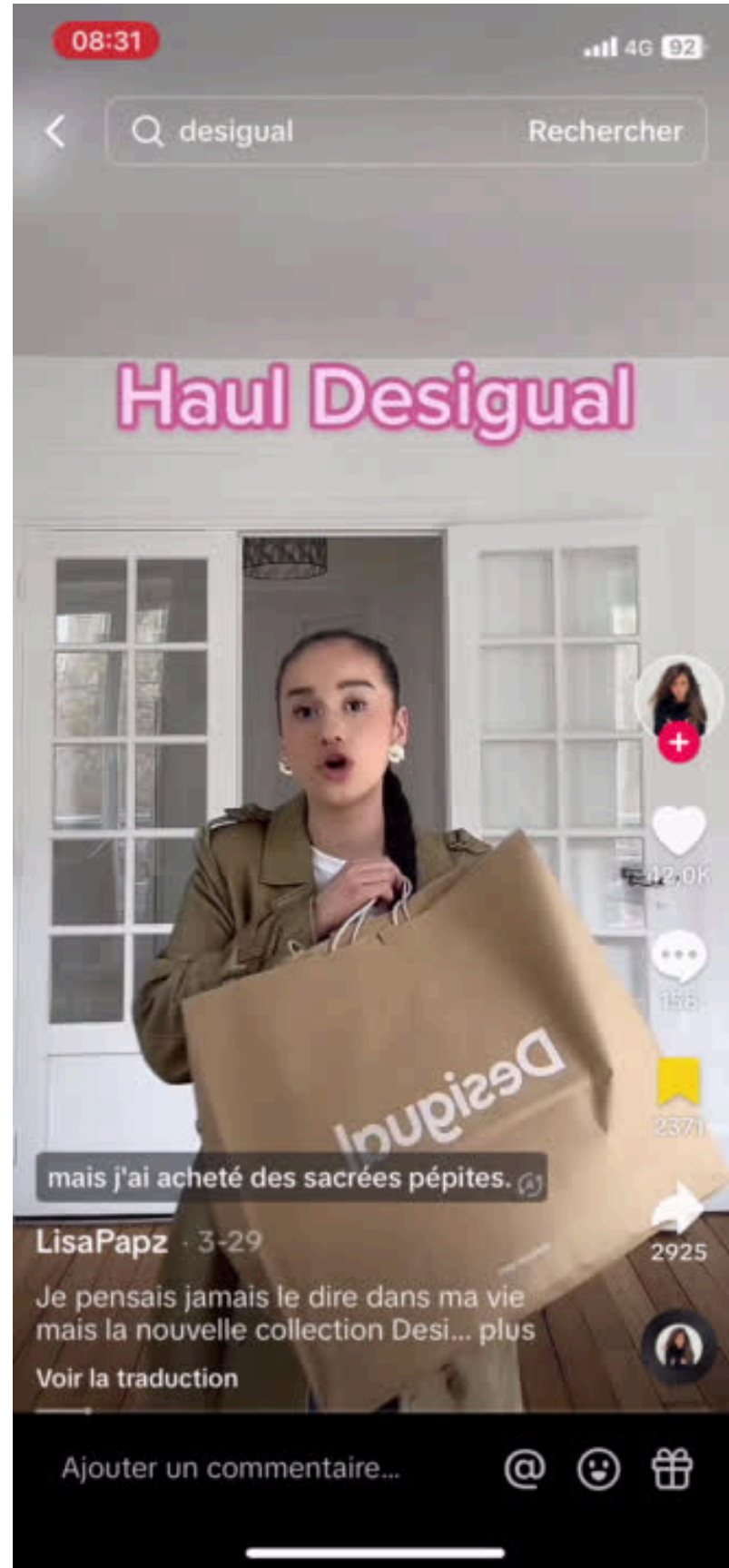
- Personne ayant cliquée sur la publicité de la phase 1
- Personne s'étant déjà rendue sur le profil Tiktok de Desigual

Lookalike

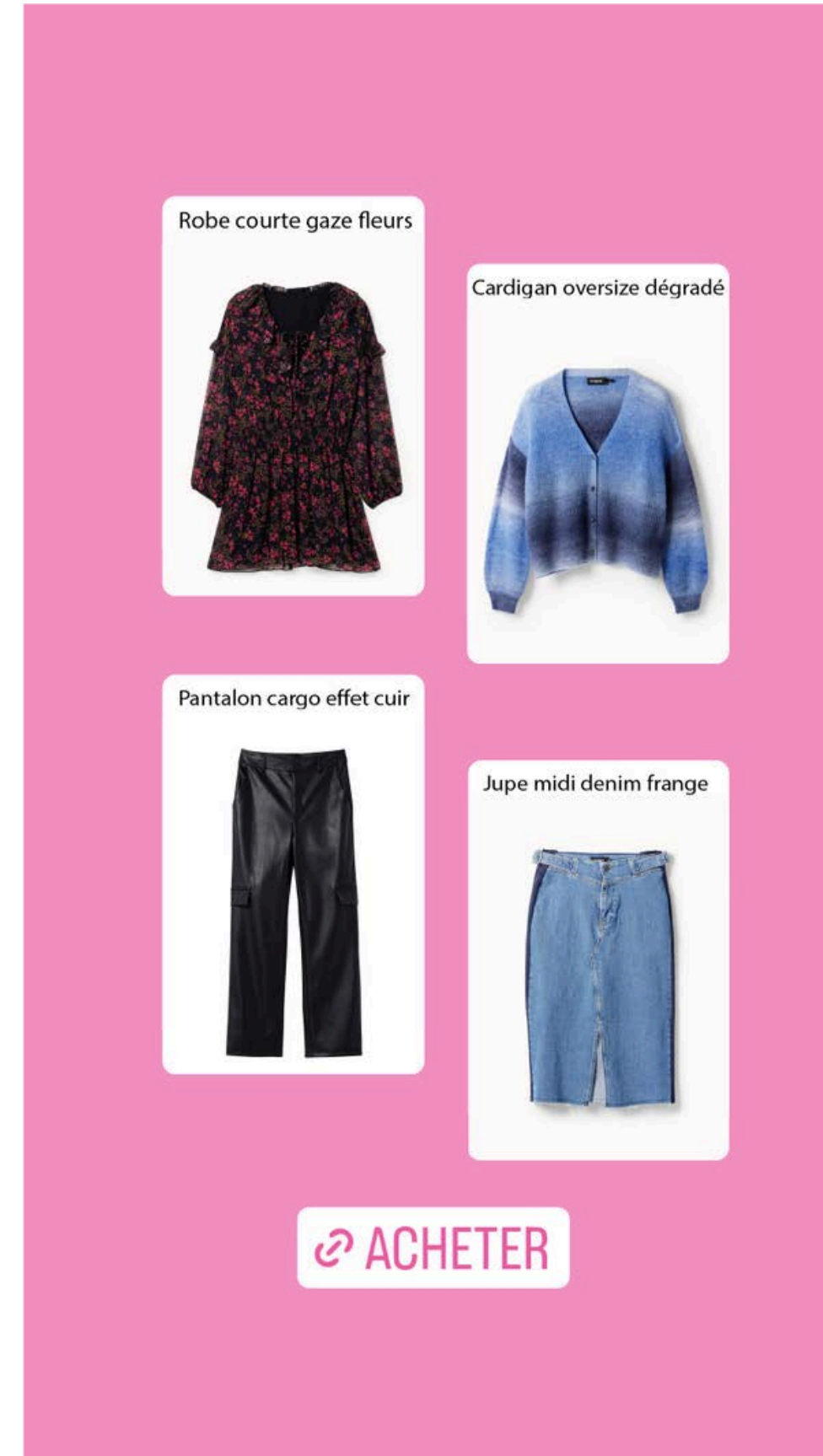
- Personne ayant cliquée sur des publications de sites similaires



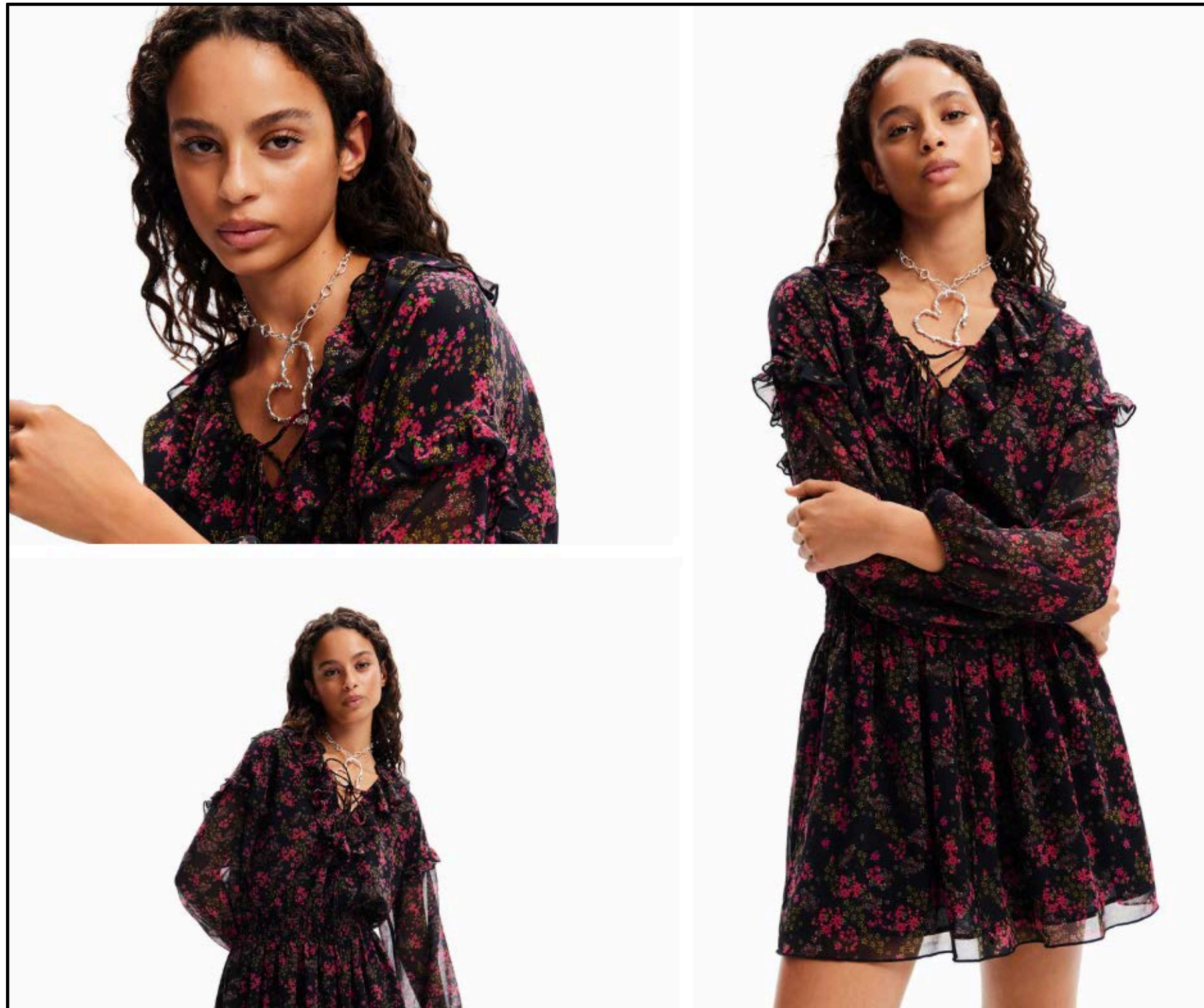
Tiktok



Instagram



Facebook



NOUVELLE COLLECTION ! 🛍️
Rendez-vous sur notre site : [desigual.com](https://www.desigual.com)

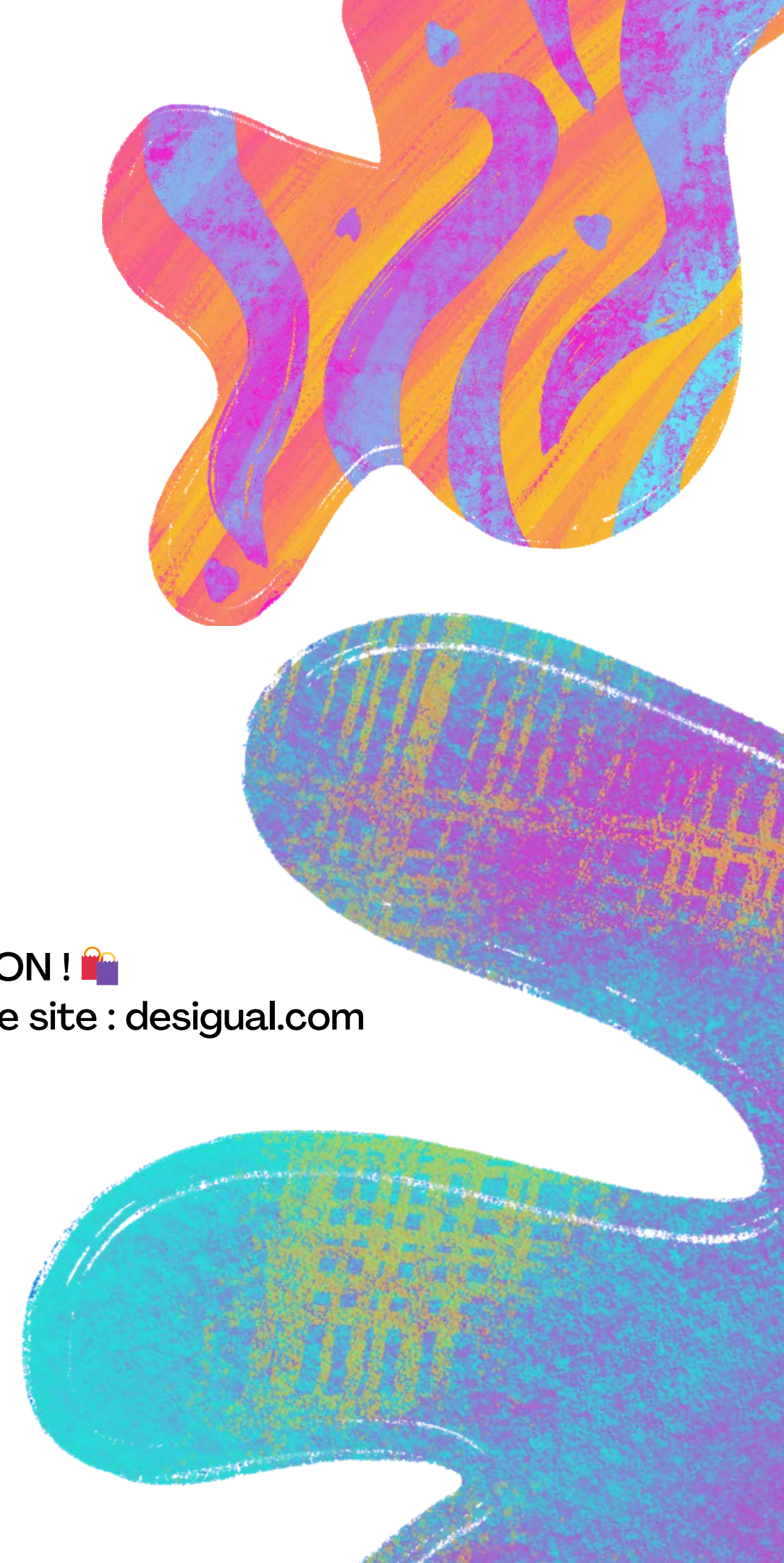


Tableau récapitulatif

RÉSEAUX SOCIAUX	PHASE 1	PHASE 2
TIK TOK	25% = 6 250 €	25% = 6 250 €
SNAPCHAT	25% = 6 250 €	x
META	50% = 12 500€	75% = 18 750€
Total	25 000 €	25 000 €

Merci !

