# SAE 102

## Recommandation de Communication Numérique



CONVERSE

**COUTANT Zoé**
**GEISSANT Cléandre**

# Table des matières


Étude marketing ..... 3
Histoire ..... 3
Culture ..... 3
Produit ..... 3
Méthode CAP ..... 3
Méthode SONCASE ..... 3
Marque ..... 3
Concurrent ..... 4
Segmentation ..... 4
Cibles ..... 4
Stratégie de communication ..... 5
Problématique de communication ..... 5
Positionnement ..... 5
Description du produit ..... 5
Raison d'être du produit ..... 5
Stratégie ..... 5
Clients cibles ..... 6
Les réseaux sociaux de Converse ..... 6
Axe de communication ..... 6
Méthode SMART ..... 6
Objectifs ..... 6
Charte éditorial ..... 7
Promesse ..... 7
Preuve ..... 7
Bénéfice ..... 7
Ton ..... 7
Contraintes ..... 7
Canaux de diffusion ..... 7
Planning éditorial ..... 7
Post Instagram ..... 10
Annexe ..... 11

# Étude marketing

## Histoire

En 1890 Marquis Mills Converse commence par vendre des bottes en caoutchouc, puis lance son entreprise en 1908 .Les premières Converse entrent sur le marché de la chaussure le 30 avril 1909, à l'origine créées pour les joueurs de basket. Elles ont été conçues pour être légères et agréables.

## Culture

Les locaux de l'entreprise répondent aux normes de certification écologique LEED. Ils essayent aussi de choisir des matériaux durables tout en privilégiant la qualité de l'environnement intérieur et en faisant en sorte que les employés se déplacent en réduisant leur impact carbone.

## Produit

Pour les produits converse les semelles sont en caoutchouc. Généralement utilisées pour la fabrication des chaussures destinées aux sports pratiqués en intérieur sur surfaces dures, comme le squash, le badminton et le tennis. Elles présentent plusieurs avantages. Certains matériaux sont interdits et sont testés pour suivre la règle Nike RSL. En plus de faire des chaussures, Converse produit aussi des vêtements.

### Méthode CAP

**Caractéristique :** chaussure de rue, plate, en toile

**Avantage :** légère, confortable, facile à habiller.

**Preuve :** le style de la chaussure est simple, les matériaux prouve la légèreté du produit, la légèreté amène au confort

## Méthode SONCASE

**Sécurité :** Converse garantit la qualité de leur produit. De plus le client a le choix de rétractation et se fera rembourser la totalité dans les 30 jours après achat

**Orgueil :** Les produits sont indémodables. Il a plusieurs modèles pour tous les goûts. et le style de ses chaussures plaît à la majorité des gens.

**Nouveauté :** le site propose régulièrement de nouveaux modèles, le choix des couleurs est divers.

**Confort :** Les chaussures sont produites à la base pour des sports d'intérieur. Elles sont légères et permettent de bouger sans difficulté.

**Argent :** Converse propose une grande gamme de produit à des prix différent le site sélectionne même des paires a moins de 55euros.

**Sympathie :** Converse a plusieurs réseaux sociaux et communique avec ses internautes

**Ecologie :** Converse cherche à réduire les déchets a créé des chaussures avec des produit durable et implique les jeune a se côté écologie.

## Marque

Converse fait partie de Nike et Jordan et pour les matériaux converse suis la règle Nike SRL. Ils font aussi des collaboration comme par exemple leur dernière collab avec Golfwang.

## Concurrent

Sur le marché de la chaussure il y a beaucoup de marques qui rentrent en concurrence. Les concurrents sont donc très nombreux. Il y a par exemple Vans, Adidas ou bien Palladium qui sont plus orientés sur les chaussures en tissus.

| | |
|---|---|
| **Force**<br>Le choix énorme de langue sur le site<br>Les réseaux sociaux | **Faiblesse**<br>Nos concurrents mettent en avant leur application alors que converse non, pourtant ils en ont une. |
| **Opportunités**<br>Les clients sont plus sensibles au côté écologique des marque même si converse y participes déjà beaucoup.<br>Il y a toujours moyen de trouver de nouvelle chose. | **Menace**<br>Les concurrents se sont mis eux aussi à la customisation de leur paire ce qui était une force pour converse est maintenant banal, il faut donc trouver de nouvelle idée. |

## Segmentation

| | |
|---|---|
| **Socio-démographique**<br>0-1 an<br>1-15 ans<br>16-25 ans<br>26-50 ans<br>50+<br>Enfant<br>Homme<br>Femme<br>Rural vs urbain | **Socio-économique**<br>Petit budget<br>Moyen<br>Grand<br><br>Primaire<br>Secondaire<br>Tertiaire |
| **Psychologique**<br>Marque<br>Français<br>Us<br>Sportswear - casual- classe | **Habitude d'achat**<br>Mode<br>Saison<br>Envie<br>Écologie |

## Cibles

**Cible de cœur :** femme de 16-25 ans vivant en millieu urbain, avec un budget moyen, qui travail dans le secteur tertiaire, qui aime le style sportswear et qui achete par envie.

**Cible principal :** 0-15 ans et 26-50 ans petit budget a besoin de nouvelle chaussure.

# Stratégie de communication

## Problématique de communication

Notre problématique de communication actuel est :

**« Comment renforcé les valeurs de la marque Converse »**

## Positionnement

### Description du produit

Le nouveau produit présenté serait une paire de Converse créée à partir des chutes de tissus venant de la fabrication des produits de base de Converse comme les vêtements mais surtout les chaussures.

Cette nouvelle paires de chaussures porterais le nom de « Recycled Converse » et seront sur la base du model « Chuck Taylor All Star » avec ou sans platforme.

Chaque paire serait unique, il y aurait possibilité de personnaliser sa paire et de choisir les chutes de tissus utilisées pour le patchwork. La forme des chutes de tissus ne pouvant être choisie, le client selectionne juste le ou les tissus, de plus cela laisse un coté aléatoire sur le résultat final.

Le prix serait de 100€ car même si on récupère des chutes de tissus, il faut prendre en compte le trie de ces morceaux de tissus par couleur / motifs mais aussi l'assemblage de ces chutes qui prend du temps.

Lors de la personnalisation, les autres options de Converse seront aussi appliqué comme le choix de la couleurs des œillets ou bien les broderie. Pour le choix des tissus utilisés, il y aura une limite à 5 tissus différents.

### Raison d'être du produit

Après la création des vêtements mais surtout des chaussures de la marque Converse, il reste pas mal de chutes de tissus qui sont jetés cela devient donc des déchets.

Ce produit à été créer afin d'utiliser une partie de ces chutes de tissus et ainsi réduire la production de déchet. Cela s'inscrit dans la démarche écologique vers laquel veut ce diriger la marque Converse.

## Stratégie

Le lancement de ce nouveau produit permetrait d'offir une gamme encore plus grande de chaussure mais aussi encore plus de possibilité de personnalisation.

Ce proget de chaussure à bases de chutes de tissus voudrait être pousser sur le long termes contrairement à New Balance qui a fait le même concept mais n'a produit que 100 paires et n'est pas allé plus loin.

Notre produit se démarquera en étant le seul à se lancer officiellement dans ce concept en créant plus de paires que New Balance et en laissant le choix au client de choisir les motifs / tissus.

Pour avoir le plus de visibilité possible sur ce nouveau produit, il y aura une communication qui sera orienté principalement sur les réseaux sociaux, car les cibles principale de la marque et celle attendu pour ce nouveau produit y sont très présente.

# Clients cibles

Pour ce produit nous ciblons plus les femmes de 20 à 35 ans. Sur le soncase les clients seront plus sur le coté écologie donc ils vont chercher un produit qui respecte l'environnement tout en étant moderne et simple.

# Les réseaux sociaux de Converse

Converse choisit plusieurs canaux de communication comme Instagram, X (twitter), Youtube et Tik Tok. La stratégie en choisissant autant de canaux et de faire connaître un maximum la marque. Ils mettent au courant des nouveautés de la marque. Mettant en vie leurs produits en les animant avec des vidéos.

**Instagram**

Sur instagram Converse a plusieurs comptes dans chaque langue et un compte principal dans la langue universel qui est l'anglais. [Cf. Annexe 1a]

Sur leur compte principale, Converse poste régulièrement en moyenne tous les deux jours. Quant au feed lui n'est pas stratégique car il est plutôt désorganisé avec des couleurs aléatoires. [Cf. Annexe 2a]

**Tik Tok**

Converse est sur tiktok, il propose des outfits et met en avant leurs chaussures dans divers scénario de la vie de tous les jours. Le choix de ce réseau social permet de faire vivre le produit dans des vidéos, toucher une communauté plus jeune (13-18 ans).

Cette utilisation de tiktok est bénéfique à Converse quand on voit le nombre de likes qu'il reçoivent, permetant d'augmenter leur visibilité. [Cf. Annexe 3a]

**X (Twitter)**

Sur twitter leur visibilité est beaucoup moins importante et leur régularité plus faible. Twitter est sûrement le réseau le moins adapté au contenue que propose la marque. [Cf. Annexe 4a]

**You Tube**

De nombreuses vidéos de 30 secondes sont proposées sur Youtube ou il parle un peu plus de leur collaboration. [Cf. Annexe 5a]

# Axe de communication

## Méthode SMART

**Spécifique :** réduire l'impact environementale en jetant moins de tissus.

**Mesurable :** proposer un plus large choix de personnalisation.

**Atteignable :** l'objectifs est atteignable même si il faudras un peu plus de main d'œuvre.

**Réaliste :** pour que cela soit réalisable il faudrait d'abord récupérer les chutes de tissus puis les trier en fonction des motifs et couleurs.

**Temporellement définie :** l'objectifs n'a pas d'échéance car il est sur le long terme.

## Objectifs

Les objectifs de communications sont affectifs, conatif et cognitif même si ils tirent plus vers l'affectif avec le côté écologique de la récupération des chutes de tissu ainsi que les possibilités de personnalisation qui sont presque infinie.

# Charte éditorial

## Promesse

La promesse de ce nouveau produit est de garantir des chaussures modernes, de qualité avec des matériaux durables et réutilisé.

## Preuve

Le nom de la chaussure inclura le mot recycle de plus celui-ci sera mis en avant avec le hashtag #recycleshoes qui sera inclus sur chaque plublication de chaque réseaux sociaux utilisés par Converse.

## Bénéfice

Moins de déchets rejetés, et plus de choix de personnalisation pour les clients.

## Ton

Nous allons rester sur le ton habituel de la marque c'est-à-dire calme et sérieux. Qui est assez courant pour permettre de toucher un public large et se faire comprendre

## Contraintes

Pour la création de ce produit, il y a plusieurs contraintes comme le tri des chutes de tissus et leurs assemblage.

## Canaux de diffusion

On peut donc voir que le canal le mieux adapté au contenue converse reste Instagram l'information est plus claire les différents supports d'Instagram permettent à converse de mieux communiquer avec sa communauté mais aussi mettre en avant il est aussi le réseau ou ils ont la meilleure visibilité.

Je pense donc que ce sera le meilleur endroit pour mettre en avant le nouveau produit que nous proposons.

## Planning éditorial

Sur Instagram, avant la sortie du nouveau produit, il y aura 3 publication puis après la sortie on aura une publication (storie ou photo) concernant ce produit environ tout les 3 jours.

Pour Tik Tok, nous n'avons qu'une publication avant le lancement, une le jour même puis 1 semaine et 1 mois après la sortie du nouveau produit.

Sur You Tube nous n'aurons que 2 vidéos postées en liens avec la Recycled Converse. La première sera posté le jour du début de mise en vente sur le site web puis la deuxième vidéo sera quant à elle publiée 1 semaine après.

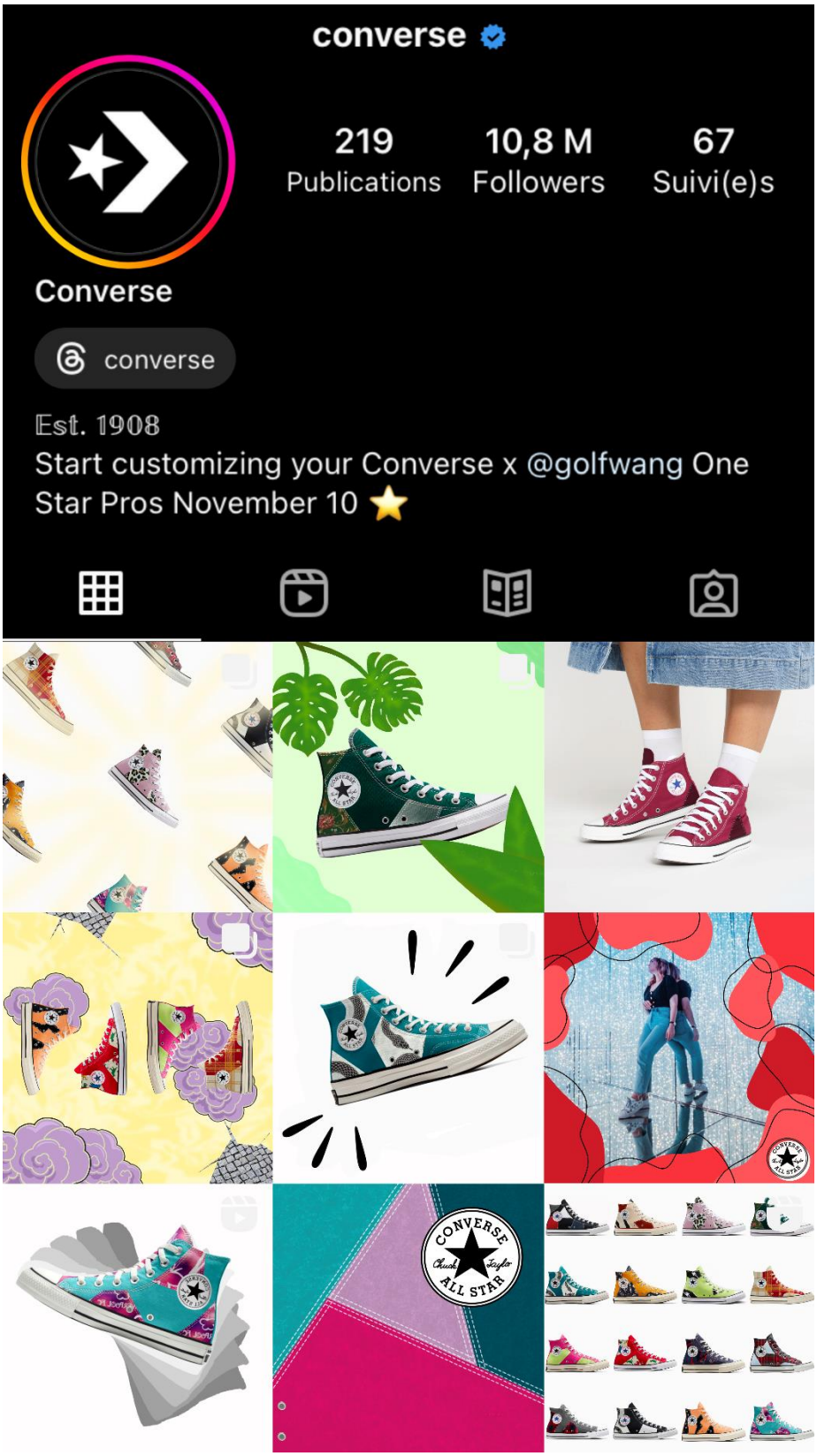
## Planning éditorial

| Date | Contenu | Visuel | Support |
|---|---|---|---|
| 17/01/2024 | Can you guess our new project?<br>#CreateNext #RecycleShoes<br>Shop now on Converse.com.<br><br>Vidéo pour teaser l'arrivée du nouveau produit, 1 semaine avant la sortie sur le site. |  | Instagram + Tik Tok |
| 20/01/2024 | Introducing the Converse Recycled made from fabric scraps from our production.<br>#CreateNext #RecycleShoes<br>Grab your pair of one-of-a-kind Converse Recycled on Converse.com from January 24<br><br>Publication d'une photo toujours pour annocer le nouveau produit |  | Instagram |
| 23/01/2024 | publication d'un storie (sondage) demandant si les followers on hâte au lendemain pour le lancement du nouveau produit. | | Instagram |
| 24/01/2024 | Today, we reveal you the Recycled Converse create from our fabric scraps.<br>#CreateNext #RecycleShoes<br>Shop now on Converse.com. |  | Instagram + Tik Tok<br>+ Youtube |
| | publication d'un storie (sondage) demandant si les followers sont content de l'annonce faite | | Instagram |
| 27/01/2024 | Thanks to @leacamilleri__ for this shoot with Recycled Converse<br>#CreateNext #RecycleShoes<br>Shop now on Converse.com |  | Instagram |
| 31/01/2024 | Here's how your pair of Recycled Converse is produced<br>#CreateNext #RecycleShoes<br>Shop now on Converse.com. |  | Instagram + Tik Tok<br>+ Youtube |

| | | | |
|---|---|---|---|
| 05/02/2024 | Tap the link in bio to rep yours like the UK-based artists behind these illustrations 🎨 @curriegoat and @liffia.<br>#CreateNext #RecycleShoes<br>Shop now on Converse.com. |  | Instagram |
| | publication d'un storie (sondage) demandant combien de tissus différents les followers utilisent lors de la création de leur paire de Converse | | Instagram |
| 08/02/2024 | Do you prefer to stay simple or wear something unique ?<br>#CreateNext #RecycleShoes<br>Shop now on Converse.com. |  | Instagram |
| 10/02/2024 | publication d'un storie sur instagram | | Instagram |
| 12/02/2024 | How about a little jungle ambihance ?<br>#CreateNext #RecycleShoes<br>Shop now on Converse.com. |  | Instagram |
| 14/02/2024 | publication d'un storie sur instagram | | Instagram |
| 16/02/2024 | It's been 1 month since the Recycled Converse came out and here are the highlights<br>#CreateNext #RecycleShoes<br>Shop now on Converse.com. |  | Instagram + Tik Tok |
| Du 25/01 au 17/02 | republication en stories des plus beaux post (video, photo, storie) fait par les client en storie | | Instagram |
| Du 24/01 au 24/02 | Payement pour une publicité de 1 mois | | Instagram + Tik Tok |

## Post Instagram

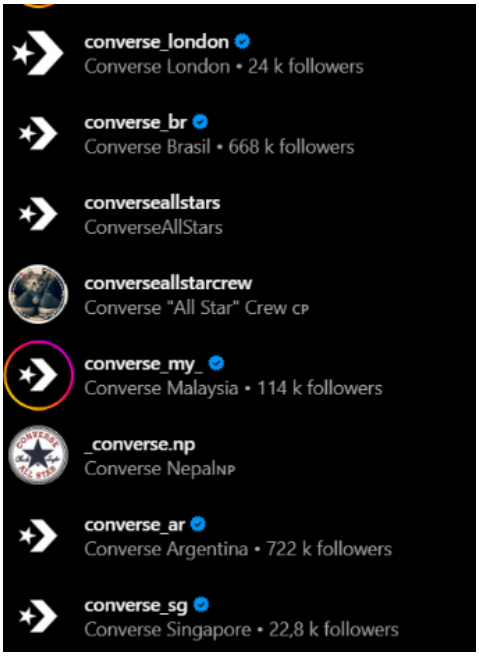
Pour Instagram, une fois toutes les publications du mois faites le feed du compte de la marque devrait ressembler à cela :



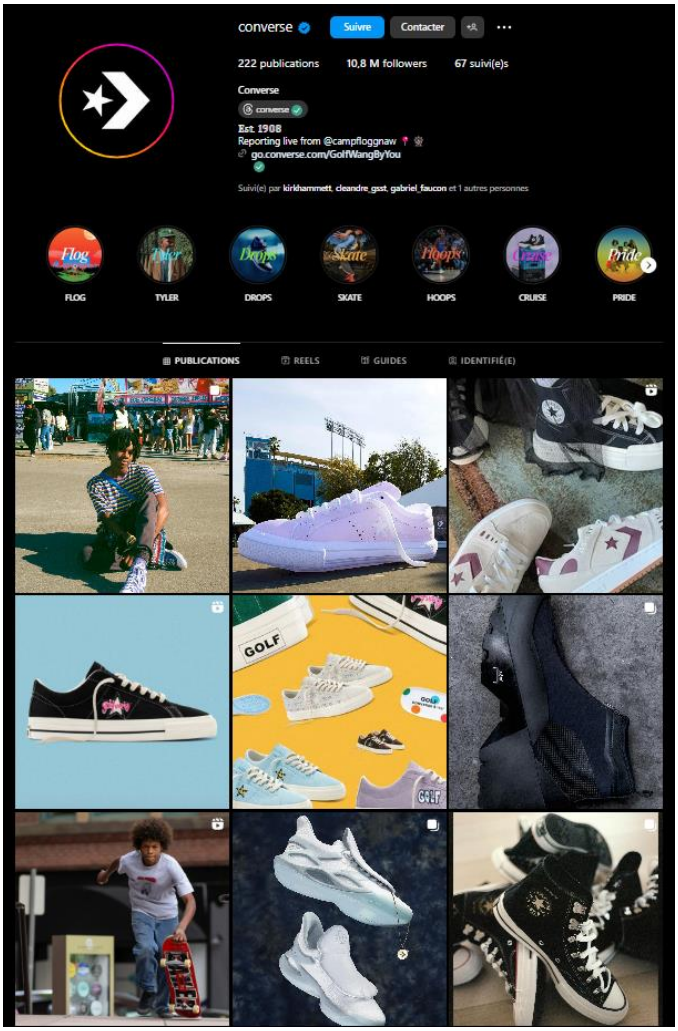
# Annexe

## Stratégie de communication

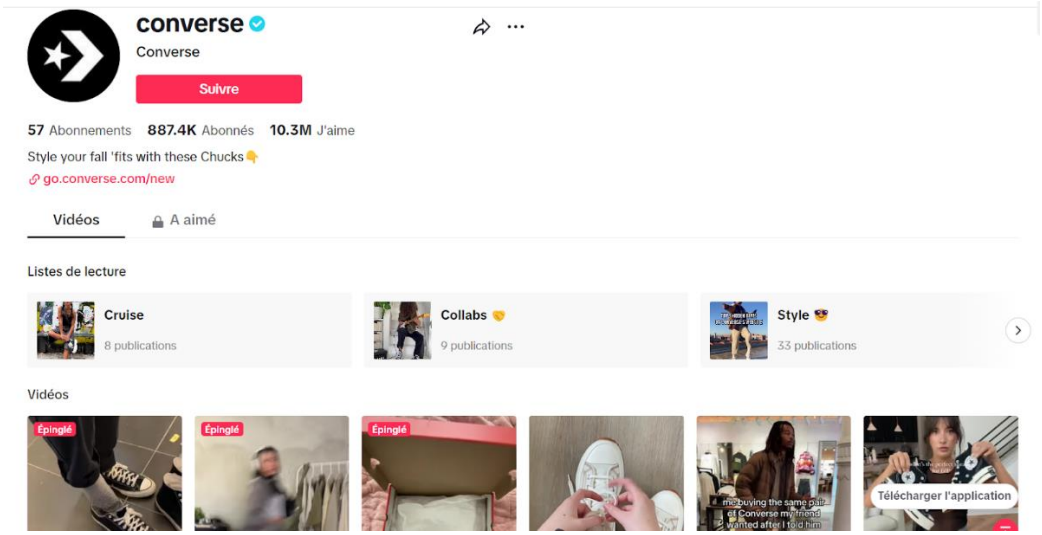
### Annexe 1a :



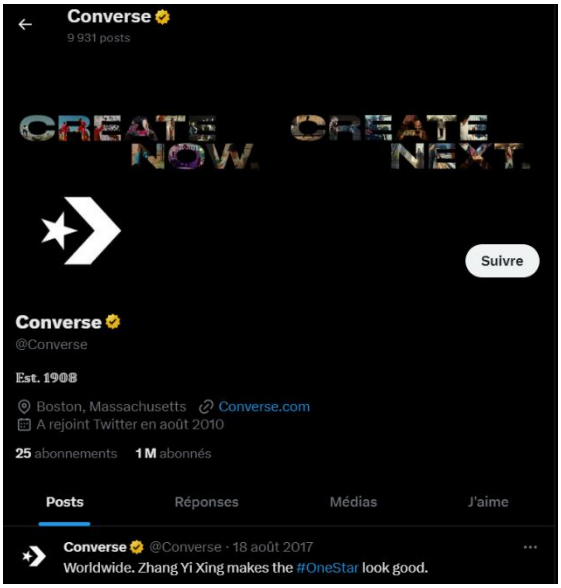

### Annexe 2a :



## Annexe 3a :




## Annexe 4a :




## Annexe 5a :

