

MINI CAS PÉDAGOGIQUE HP LIFE

MARKETING SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX



Thématique : Marketing sur les réseaux sociaux

Enseignant : Zeineb Kerkeny, enseignante en « Entrepreneuriat » à l'ISSET de Nabeul, Tunisie

Audience : Etudiants en fin d'études, aspirants entrepreneurs

Objectifs du mini cas :

Étapes à suivre pour élaborer une stratégie de marketing sur les réseaux sociaux

Plateformes de médias sociaux

Créer une page Facebook professionnelle et une publicité

Temps alloué à la réalisation du cours : 3 heures

Produit avec le soutien de :



USAID
DU PEUPLE AMÉRICAIN



Foundation



ORGANISATION DES NATIONS UNIES
POUR LE DÉVELOPPEMENT INDUSTRIEL

PRÉSENTATION DE L'HISTOIRE DU MINI CAS

Frishen: vitaminez-vous pour vivre zen

Safi, jeune diplômé, fils d'un agriculteur propriétaire de champs de fruits et légumes, a une vraie passion pour la terre et les richesses qu'elle offre. Récemment, il a eu l'idée de lancer un projet de cocktails de jus frais et naturels. Afin de se différencier de la concurrence, il a décidé de cibler une clientèle soucieuse de sa santé et qui cherche la qualité nutritive.

Safi a fabriqué un bar à jus ambulant et a testé le produit lors de la foire internationale de Nabeul. Avec ses jus frais, naturels et sans sucre ajouté, l'activité a remporté un grand succès auprès des visiteurs et s'est avérée très rentable. Suite aux résultats de l'étude du marché, Safi a décidé de distribuer ses jus frais à l'aide de bars à jus ambulants sous la marque commerciale «Frishen». Il désire installer les bars à jus, devant les établissements scolaires, universitaires et même sur les lieux des entreprises pour permettre à ses clients de se regorger de vitamines à bon prix. Il a recruté des personnes à qui, il fournira les bars à jus ambulants pour vendre les cocktails de jus de fruits et légumes frais.





CONCEPT COMMERCIAL

Objectif: développer la notoriété de la marque et élargir le réseau de distribution des bars à jus frais. Pour cela, il vous sollicite pour développer une stratégie de marketing sur les réseaux sociaux.

ACTIVITÉ 1:

Elaborez une stratégie de marketing sur les réseaux sociaux au profit de la marque Frishen.

Stratégie de Frishen sur les réseaux sociaux	
Objectif Sous objectif	L'objectif de Safi est d'améliorer la notoriété de sa marque Frishen, il veut réaliser un chiffre d'affaires de 200'000DT en vendant des jus de fruits naturels et bons pour la santé
Audience cible	Elèves lycéens, étudiants, Personnel dans les entreprises
Créer un contenu pertinent	Page facebook - Chaine youtube - Instagram « Succulentes recettes smoothies », cocktail de jus innovants mélangeant des goûts de fruits et légumes événements de dégustations - sponsoriser des événements d'étudiants

Engager l'audience	Partager les avis d'experts de santé sur les bienfaits du jus naturel dans le petit déjeuner et pendant la journée, Favoriser l'engagement à travers la co-crédation des recettes des cocktails de fruits.
Evaluer le succés	Suivi des KPIs Ajustement afin d'atteindre l'objectif

ACTIVITÉ 2:

Préciser sur quels réseaux sociaux conseillez-vous à Safi de créer une visibilité? Justifiez votre réponse.

La cible de Frishen est composée de consommateurs individuels, il est recommandé de développer une présence sur les réseaux sociaux tel que Instagram, facebook.

ACTIVITÉ 3:

Définir un objectif SMART

Spécifique	
Mesurable	
Atteignable	
Réaliste	
Temporel	

ACTIVITÉ 4:

Définir l'audience: proposez des personas pour chaque cible visée par Frishen en remplissant le tableau ci-dessous.

NAME		PERSONA TEMPLATE	
AGE _____	MOTIVATIONS (Shade bar to desired level)	PERSONALITY	
OCCUPATION _____	Incentive _____	Extrovert _____	Introvert _____
STATUS _____	Fear _____	Sensing _____	Intuition _____
LOCATION _____	Achievement _____	Thinking _____	Feeling _____
TIER _____	Growth _____	Judging _____	Perceiving _____
ARCHETYPE _____	Power _____	TECHNOLOGY	
_____	Social _____	IT and Internet _____	
IMAGE	GOALS (The objectives this person hopes to achieve)	Software _____	
	* _____	Mobile Apps _____	
	* _____	Social Networks _____	
	* _____	BRANDS	
QUOTE	FRUSTRATIONS (The pain points they'd like to avoid)		
_____	* _____		
_____	* _____		
_____	* _____		
	BIO		

ACTIVITÉ 5:

Proposer une ligne éditoriale pour la création d'un contenu pertinent

- L'élaboration d'une ligne éditoriale permet de guider la réflexion de la marque. C'est le premier pas vers la production et la diffusion organisée de contenus, qu'ils soient marketing, de divertissement ou autres.

La ligne éditoriale doit comprendre au minimum :

- Un rappel des objectifs (Pourquoi ?)
- Le ou les thèmes généraux abordés (Quoi ?)

- Un rappel de la cible (Pour qui ?)
- Le style et le ton adoptés (Comment ?).

Il est recommandé d'ajouter :

- La fréquence idéale de publication de tous les contenus,
- Les gabarits de contenus,
- Des règles de rédaction.

ACTIVITÉ 6:

Proposer un calendrier éditorial

Modèle de calendrier éditorial								
Date	Jour de la semaine	Facebook			Instagram			Remarques
		Horaire de la publication	Thème/ texte de la publication	Image / Vidéo	Horaire de la publication	Horaire de la publication	Image Vidéo	

ACTIVITÉ 7: INDIVIDUELLE

Proposez des indicateurs clés de performance (KPI) à suivre dans le cas de la marque « Frishen ».

Evolution de la communauté
Nombre de nouveaux abonnés
- Nombre de désabonnements

La portée sur les fans par publication =
nombre d'impressions
(peut être différente du nombre des vue)

Le taux de clics moyens des publications =
Nombre de clics
(publications / nombre total de fans)

Taux d'engagement d'une publication: Nombre de J'aime + Commentaires + Partage + Clics / Nombre total de fans

Impact de la page = nombre de conversion assisté (Fan Page) / Nombres de visiteurs uniques envoyés par la Fan page

COMPÉTENCES TECHNIQUES

ACTIVITÉ 1:

Créer une page facebook professionnelle et veiller à remplir tous les champs appropriés.

ACTIVITÉ 2:

Proposez un contenu graphique à l'aide de l'outil gratuit canva (inscrivez-vous au préalable) <https://www.canva.com/fr> , choisissez l'un des thèmes suivants:

- Publication souhaitant un bon courage aux élèves qui vont passer le bac.
- Publication vantant les mérites du jus naturel frais: «se regorger de vitamines en moins d'une minute»
- Publication mettant en évidence: «Entretenir la beauté de sa peau, c'est l'hydrater en permanence...avec les cocktails de jus Frishen!»
- Autre publication à proposer.

ACTIVITÉ 3:

**Proposez une carte de cocktails de jus auxquels vous associez des noms de produits:
Exemples:**

- Green détox: Pomme, citron vert, menthe fraîche
- Agrumes: Orange, citron, pamplemousse
- Wake Up : Orange, carotte, miel

ACTIVITÉ 4:

Créer une publicité sponsorisée sur Facebook afin d'améliorer la notoriété de la marque.

Nb: vous pouvez vous aider de l'outil de conception graphique Adobe Spark en ligne, accessible gratuitement pour la réalisation de vos publicités.



REMERCIEMENTS

Ce document fait partie d'une série d'études de cas adaptés au contexte tunisien, développée à la demande des enseignants universitaires en Tunisie. Ces études de cas visent à compléter les cours existants sur la plateforme d'apprentissage en ligne HP LIFE, ainsi qu'à soutenir le développement de la culture entrepreneuriale, tout particulièrement auprès des jeunes en Tunisie.

Cette étude de cas a été préparée dans le cadre du projet Mashrou3i, un partenariat public-privé entre le gouvernement Tunisien, l'Agence des États-Unis pour le développement international (USAID), la Coopération Italienne, la Fondation HP et l'Organisation des Nations Unies pour le développement industriel (ONUDI). Ce document est basé sur le travail des experts du projet de l'ONUDI et de l'Institut Supérieur des études technologiques (ISET) de Nabeul en Tunisie. Nous remercions tout particulièrement Mme. Zeineb Kerkeny, enseignante en « Entrepreneuriat » à l'ISET de Nabeul, pour sa contribution à cette étude de cas.

CLAUDE DE NON-RESPONSABILITÉ

Ce document a été publié sans révision officielle de la part des Nations Unies. Les désignations et la présentation du contenu de ce document n'impliquent pas l'expression d'une quelconque opinion du Secrétariat de l'ONUDI. La mention de noms de sociétés ou de produits commerciaux ne constitue pas un soutien de la part de l'ONUDI ou des partenaires inhérents au projet Mashrou3i.

Cette étude de cas est publiée sous la licence NoDerivatives 4.0 International (CC BY-ND 4.0) Creative Commons et peut être librement copiée et distribuée à des fins non lucratives, d'apprentissage éducatif ou personnelles, à la condition d'y inclure l'attribution à l'ONUDI.

©2020 Organisation des Nations Unies pour le développement industriel