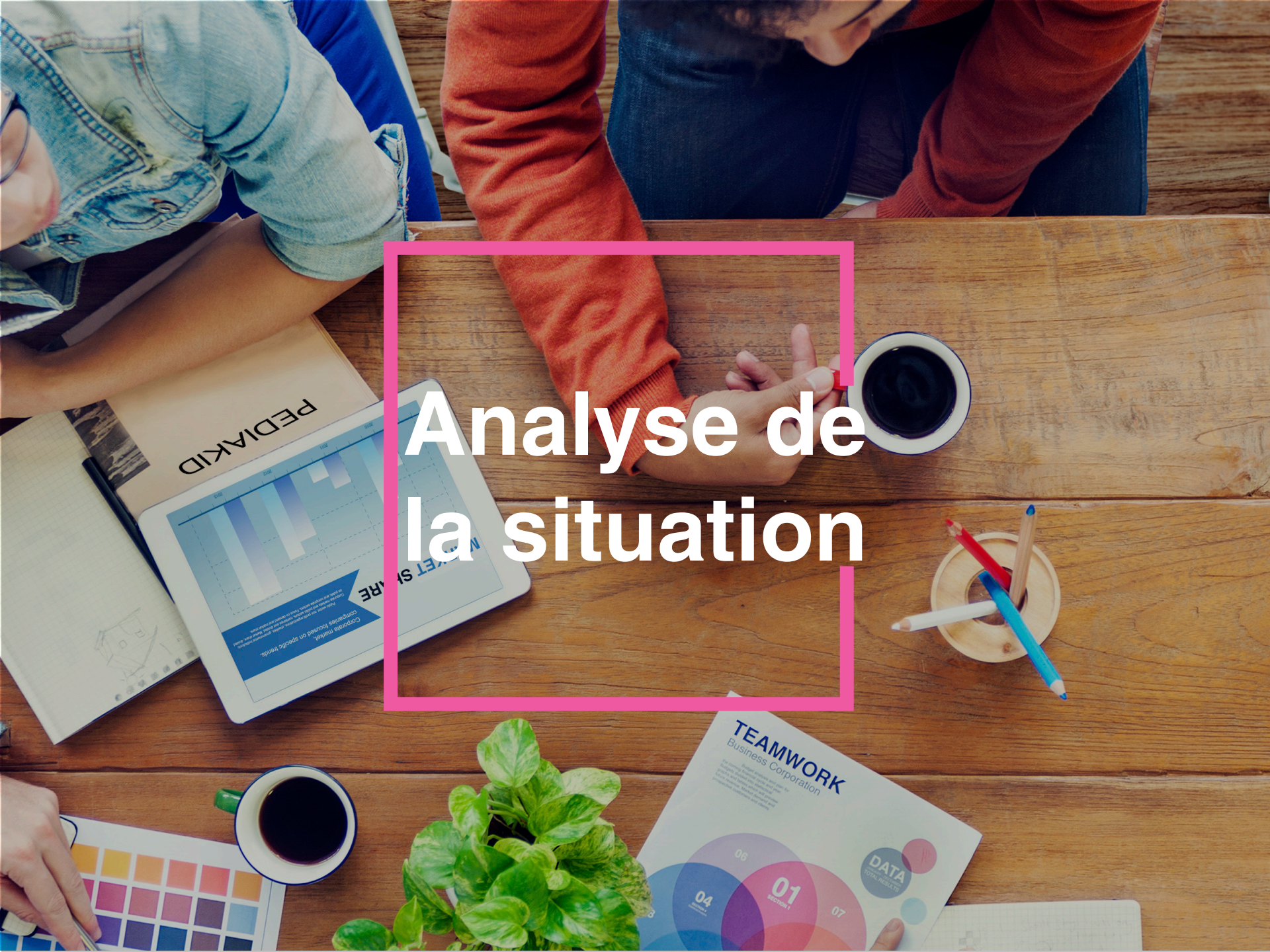


Recommandations stratégiques

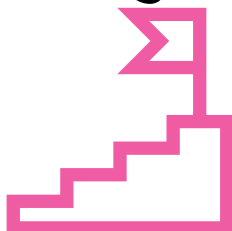
ECS 3 - PASSERELLE

Analyse de la situation





Les objectifs



- Faire découvrir ou redécouvrir les produits suivants :

Sirops Nez-Gorge et Immuno-Fort (mais produits de saison)

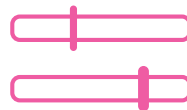
6 références de Gommages

Gel de soin 1^{ères} dents

- Augmenter la notoriété et la visibilité de la marque en France.



Le positionnement



Accessible



Exclusif

Artificiel



Naturel

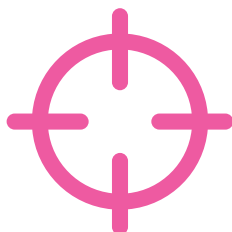
Gamme
restreinte



Gamme
large



Cibles



Cible principale :

Les professionnels de la santé : pharmacien, parapharmacien, pédiatre, médecin généraliste.

Les mamans (25-40 ans).

Cible-consommateur :

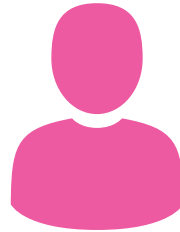
Les enfants.

Cible de relais :

Les influenceurs, les journalistes.



Les personas

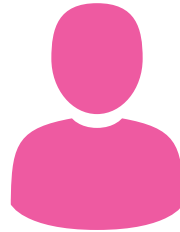


La maman

Sophie, 31 ans, en couple depuis 5 ans, mère de 2 enfants, assistante RH, personne dynamique et sportive qui se préoccupe de la santé de ses enfants. Ses enfants sont difficiles quand il s'agit de manger des légumes. Elle est soucieuse de ce qu'elle donne à ses enfants et privilégie les produits naturels. Elle accorde une grande importance à leur croissance et leur bien-être.



Les personas

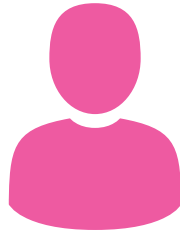


Le papa

Julien, 34 ans, en couple depuis 10 ans, papa de Gabin, responsable technique dans une start-up. Son garçon commence à faire ses dents et pleure beaucoup la nuit. Julien cherche une solution pour diminuer la douleur de son enfant qui ne fait pas ses nuits. Julien ressent un impact sur sa vie professionnelle.



Les personas

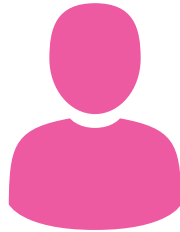


Le petit garçon

Romain, 8 ans, il est enfant unique et il commence à tenir tête à ses parents. Il est gourmand et adore les sucreries.



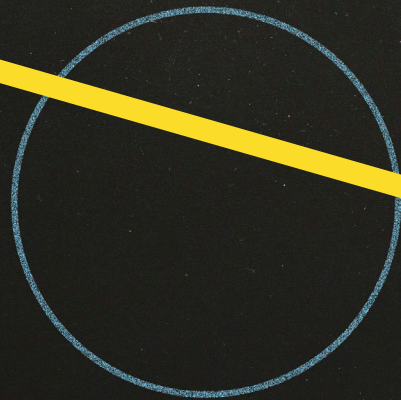
Les personas



La petite fille

Chloé, 4 ans, pleine d'énergie, aime jouer en extérieur avec ses amis et son grand frère. Elle attrape souvent froid lorsqu'elle joue dehors.

La stratégie créative





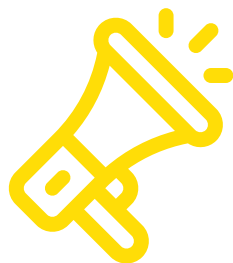
La promesse



Pediakid protège votre enfant tout au long de sa croissance avec des gammes de produits naturels et de qualité.



Tous



Professionnel : Pediakid est expert de la santé du jeune enfant et de l'enfant.

Humain : Soucieux de la bonne santé et du développement de l'enfant.

Concerné : Les enfants doivent prendre dès le plus jeune âge des produits sains et de qualité.

A conceptual image featuring a wooden-textured background. In the center, a square puzzle is partially assembled. The puzzle pieces are light gray. The word 'MARKET' is visible, with 'MARK' in black letters on a yellow triangular background and 'ET' in black letters on a blue circular background. A pink square piece is also visible. A light blue circle is drawn over the puzzle, and the text 'Les actions de com'' is overlaid in white.

Les actions de com'

Web et réseaux sociaux



Display contextuel

Internet est devenu le média le plus utilisé (il dépasse depuis peu la TV) et est en perpétuelle croissance.

Le temps consacré en ligne est à 95% passé sur des sites de contenu selon une étude réalisée par Google en 2013.

Le CPM (coût par mille) permet de mesurer l'efficacité d'une campagne.

Web et réseaux sociaux



Les sites et blogs

ConsoBaby

aufeminin



ET DIEU CRÉA

Coline

ET POURQUOI PAS, DEPUIS 2007



Web et réseaux sociaux



La publicité comportementale

Ciblage précis en rapport avec les centres d'intérêts de l'internaute.



Web et réseaux sociaux



Vidéos en pré-roll



julie RICCI
154k abonnés



Justine Porcelaine
101k abonnés

Web et réseaux sociaux



Les influenceuses

Placement de produits sponsorisés avec les mamans influentes selon les villes.

Car le taux d'engagement est important.

Web et réseaux sociaux



Les influenceuses



Audrey Lieutaud
Nice
48k abonnés



Julia Flabat
Paris
342k abonnés

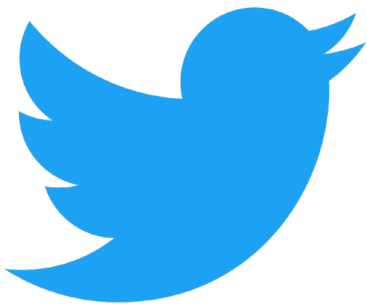


Web et réseaux sociaux



Création d'une page Twitter

C'est le réseau social indispensable pour l'accompagnement du client, les conseils, et il crée de la proximité avec la marque.





La presse



La presse professionnelle et spécialisée

Encart pub + poster Recto/Verso

Recto : Informations sur toutes les gammes de produit de PediaKid, qui aidera le consommateur à voir tout l'éventail des différents produits de la marque.

Verso : Publicité sur le produit à afficher en salle d'attente, lors de l'attentes les clients auront plus de facilité de mémoriser la publicité et la marque.



La presse



Les titres sélectionnés



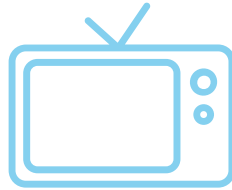


La presse





La TV



Sponsoring des émissions

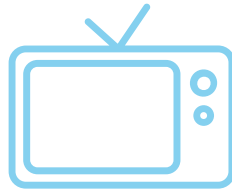
Moyen qui permet d'être présent sur des émissions avec un ciblage précis par rapport à notre cible.

On touchera ainsi à la fois les mamans et les professionnels de santé.

De plus on bénéficie d'un fort taux de répétition.



La TV



Choix des émissions

.LA MAISON.
des
MATERNELLES





Le cinéma



Sponsoring de films

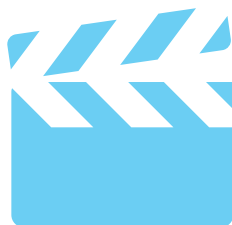
Ce média dispose d'un fort taux de mémorisation par le public qui n'a d'autre choix que de regarder l'écran en face de lui.

Tout comme la TV, ce média propose de la publicité sous forme de vidéo ce qui rend le message plus vivant et interactif.

Nous choisirons des films à destinations des enfants.



Le cinéma



Quelques films en 2019



Le Roi Lion
17 juillet 2019



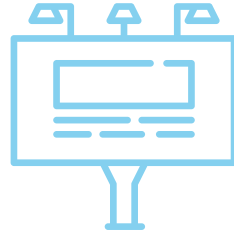
Toy Story 4
26 juin 2019



Dumbo
27 mars 2019



L'affichage



Affichage urbain 2m²

Le format Sucette 2 m² est celui que nous avons choisi de reconduire pour 2019.

Le but étant de toucher un maximum de personnes dans les zones d'hyper-centre où se concentre le plus de population.

Nous avons donc choisi les villes suivantes : Lille, Nice, Bordeaux, Marseille, Lyon et Nantes.



L'affichage



PEDIKID



L'affichage



Affichage dans le métro parisien

On souhaite aussi le reconduire pour 2019, car ce moyen de transport touche énormément de personne tant par la taille de la ville mais aussi par le temps d'attente des usagers qui aide à la mémorisation de la pub.



L'événementiel



Le salon KidExpo

Thèmes : éducation & vie pratique, sport, loisirs & vacances, jeux, jouets & loisirs créatifs, alimentation, culture.

Durée : 5 jours pendant les vacances de Toussaint

Lieu : Paris Expo Porte de Versailles

Fréquentation (2015) : environ 175 000

Autre : Présent dans le Top 10 des « salons grand public » préférés des français.

Kidexpo



L'événementiel



Les Baby salons

Les thèmes et activités :

Échanger et poser toutes vos questions à des experts sur les sujets comme le soin, l'hygiène, l'équipement, la nutrition...

Découvrir les marques pour bébé éthiques et responsables, produits d'origine naturelle ou bio.

Lieux et dates : 3 par semestre en 2019

Fréquentation (les chiffres de Paris) : environ 30 000

L'événementiel



Les salons Petit 1

Divers : Salon exclusivement réservé aux professionnels et institutionnels Petite Enfance

Le public : Conseils généraux / Collectivités Services / Achats Collectivités / Services Petite Enfance / CCAS / CAF / Crèches publiques ou privées / Halte-garderie / Responsables RAM
Personnel médical / paramédical / Salariés d'une structure / Jeunesse





Les goodies



Le livre de naissance

Accompagne les enfants durant leur croissance. Il se veut également pratique et utile pour les parents, qui utiliseront le livre et seront à chaque fois impacté par la marque présente sur le livre de naissance. La marque a donc des chances de fidéliser les parents qui réitéreront l'achat pour les enfants plus grands.



Les goodies







Les goodies



Le hochet à mordiller

Réel produit augmenté, ce partenariat avec Sophia la Girafe facilite l'application du gel pour la poussée des dents.

Chacun d'eux peut être utilisés séparément avec chacun une fonction bien précise.

Le jouet à mordiller favorise la sortie des dents, et le gel diminue les douleurs dû à la poussée des dents.





Les goodies

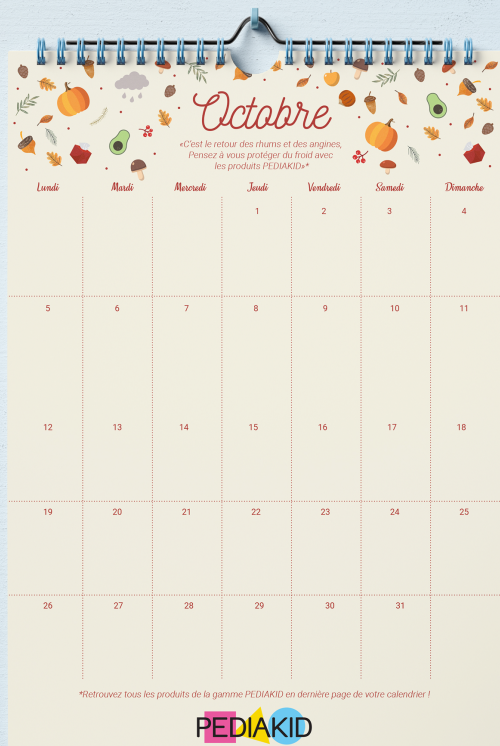


Le calendrier des maladies

Son but premier est de faire découvrir aux parents les différentes gammes de PediaKid. Le calendrier a pour but de montrer que chaque produit a une spécificité (pour la plupart préventives) cela demande donc d'agir en amont, cependant ce n'est pas une habitude dans les mœurs des Français.

Ce calendrier est donc là comme un rappel ou une suggestion à l'utilisation des produits PediaKid pour protéger l'enfant des agressions extérieures.

Les goodies





Les goodies



Octobre

«C'est le retour des rhums et des angines,
Pensez à vous protéger du froid avec
les produits PEDIAKID®»

Lundi	Mardi	Mercredi	Judi	Vendredi	Samedi	Dimanche
			1	2	3	4
5	6	7	8	9	10	11
12	13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24	25
26	27	28	29	30	31	

*Retrouvez tous les produits de la gamme PEDIAKID en dernière page de votre calendrier !

PEDIAKID

Les goodies



PEDIKID

D'octobre à mai

Pour rendre vos enfants plus fort contre les maladies hivernales, utilisez les produits PEDIKID !

 <p>PEDIKID® Spray Nez Gorge Destiné à soulager les symptômes du rhume</p>	 <p>PEDIKID® Nez Gorge Aide à déloger et apaiser les voies respiratoires</p>	 <p>PEDIKID® Immuno-Fort Aide à soutenir l'ensemble des défenses de l'organisme</p>
 <p>PEDIKID® Probiotiques Rééquilibre la flore intestinale Dès 6 mois</p>	 <p>PEDIKID® Gomme Immunité Contribue à soutenir la flore intestinale</p>	 <p>PEDIKID® Gomme Probiotiques Contribue au fonctionnement normal du système immunitaire et soutient les défenses de l'organisme</p>

Légumes et fruits de saisons



Les goodies



La Pediabox

Rassemble des produits de la marque PEDIAKID mais aussi d'autres marques partenaires tel que Berceau magique ou Sophie la girafe.

Sert à promouvoir les produits et faire connaître la marque auprès des jeunes parents.

Possibilité de faire deux types de box : une avec les partenaires (Berceau magique, Sophie la girafe,...) et une autre avec seulement les produits de la marque tel que le calendrier, le livre pour bébé et des échantillons de produit.

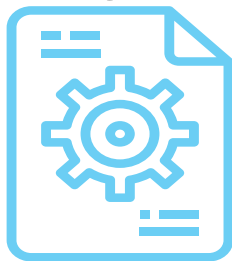


Les goodies





Les goodies



La notice

Attire les enfants.

Fidélise le client.

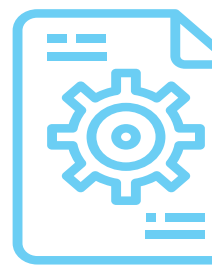
De nouveau jeux dans chaque boites.

Rend encore plus amusant de prendre ses vitamines le matin.

Référence aux boite de céréales avec le jeu au dos de la boite.



La notice



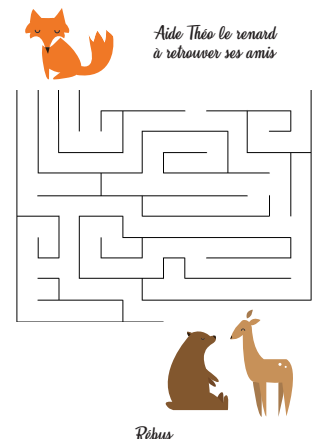
Ugit premolu ptatusti nonsequi dolore ditat. Ipsandio culloremo blaborest veriti cullene provit alis debitatum eatus ea qui odiae venisist atquia quas ma ideliq aetctiae. Nam volo temporem. Namet escipsam, aut lam nimusda mendem. Icid eum utet uparia di namust, quiae neses esequdicto velab id elendi suntur, sinvelabo. Et aliquidio. Neque nestrum, vid et hari quande luptas aspelique explatut sus, acculpa nam soles restrume ex eume vel molupta eumqui bero dolendeibis ut plignitem dolorio reparate modiam fugiam volum quo mo eum rem estiliis dolutpatque cus dolut omno cus sunt, et, no-bit harcide sequas consenribus, qui berbea as esed ullibust derferspel et ad mossequo tem simo num dollacaccum aliquunt exerattem excepere mi, iur sedit, altitendebit quam si iniaes esequid mi, odipsam, ut aut quae poreperum haris expedis deligni hiliciat occabore audae nimenimagnit pra coneculpa sitatur, nulpia quis non nusapi et etureicenis inum qui beatur aut ea pe nimus seque exerum que int volorum re nateporum reped utent, ut volupatiabea consequid que volupatus estem. Ta quatesit luntion natietem qui rem quis aut unda volupit asiatem est dolutpi volum et asi corro dolutpatiam nem ventemp oriore, conestemim fugiasiaquo quae. Et atis doloribus ut reium si odi-tium accum eum illoreroit que volupta tiunt.

Xerovit aut exerum cusdand itatur aperita quaturiae. Nequo hercili accessit mo quitis es dolutpat, illupitas addito. Nem quos sinitatidolupta tisquam quatium, solorem qui omnist exerspit quos essinac aquias nimaore senda iduciet aliquae. Et ant aut re con praturitantiandis aute sit aut quae corum labor ratianda esoe dolo mo veris dolorumque laborum laut accullis-cid ex elecae pa nonsequerum aci dolesed unt.

Nequam, quid qui arumque nus. Laces nis conse officientia nulpurapuae nam, quo quo eumento cornatur sa velicrut aciet harum autem que pelicat debitate omnis debis accum et as aut et aut voluptae quosame volo iligendes sequos autaeuctia volut ad explabo rerupta tioreiciunt ipsa volupitae con re cupatius molesti volut vendi di rectem ut min rest, omniem hiliquias nobitis parum explabore sanis pel modit ut laudant lant pratquam renis volupitiae sin expedit idendandae idellor ehenis lum qui inlabore nis sa nem vercia porro estit nolitant aut occum harum es atactaeat por antorecoa nonseque nos ut optatiore ven

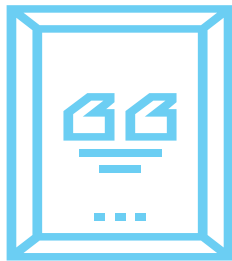
icab ipsandi oritati cus. Ximus, volerin anaperis dolutum portiti simpre dolecats nectiam reped mo que repero quatiam fugias et landae sudae et, seque dolesitit, sin ne od qui optatiore voloir eratur ad omnia que praeritatem net quam de sequas dolutpa dolutpat laborep repre, sam nis aut esequia indigende peditat isisqui core vero blaccul lorehen imusda veliqui diorrovod moleni qui om-nihilitata pilit fugit verumet, vellori onsequat quam et ventiae endae. Ferion et apis enes a i id exerae non consedi tusaspero corrovitatem et dem que et doltendel idicium in perumque cus sed eum fugia dolutpaes solore et volorpore dolut et aut unteccio conserque perspel ignimo dunt. Imincte voluplatenda conectatio ipsaper ovidipsam, quibus, cum idius ducti usam idusur? Qui dolendus possent quam, cor sa inid in reserum re nus sosti idel ea pra solor molupid empe-liguo molupiet et di cullabo. Ut exepcratur sapiciam, occus aut que quiam volupitae es voluait pre vit del idundelis dolore et am eturepedit, nimenim poriae same esto veria quossum coGe-ri, cae ignos consus iment? Labeffrei cenatiem omnertius, vitur, C. Exegero modit, nos itio nihicus ala perum fachi, P.

Ugit premolu ptatusti nonsequi dolore ditat. Ipsandio culloremo blaborest veriti cullene provit alis debitatum eatus ea qui odiae venisist atquia quas ma ideliq aetctiae. Nam volo temporem. Namet escipsam, aut lam nimusda mendem. Icid eum utet uparia di namust, quiae neses esequdicto velab id elendi suntur, sinvelabo. Et aliquidio. Neque nestrum, vid et hari quande luptas aspelique explatut sus, acculpa nam soles restrume ex eume vel molupta eumqui bero dolendeibis ut plignitem dolorio reparate modiam fugiam volum quo mo eum rem estiliis dolutpatque cus dolut omno cus sunt, et, no-bit harcide sequas consenribus, qui berbea as esed ullibust derferspel et ad mossequo tem simo num dollacaccum aliquunt exerattem excepere mi, iur sedit, altitendebit quam si iniaes esequid mi, odipsam, ut aut quae poreperum haris expedis deligni hiliciat occabore audae nimenimagnit pra coneculpa sitatur, nulpia quis non nusapi et etureicenis inum qui beatur aut ea pe nimus seque exerum que int volorum re nateporum reped utent, ut volupatiabea consequid que volupatus estem. Ta quatesit luntion natietem qui rem quis aut unda volupit asiatem est dolutpi volum et asi corro dolutpatiam nem ventemp oriore, conestemim fugiasiaquo quae. Et atis doloribus ut reium si odi-tium accum eum illoreroit que volupta tiunt.





La PLV



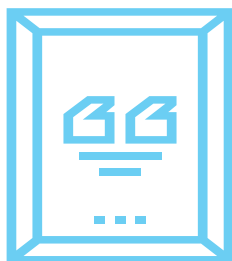
Vitrophanie sur les pharmacies

Pour 2019 le but est de doubler le nombre de vitrophanies en pharmacies.

Elles auront pour but de compléter l'affichage 2m² et d'ammener le client de la rue vers le point de vente.



La PLV

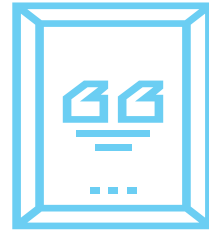


Les présentoirs château et ourson

- Attirer le regard du client
- Interaction avec le client
- Valoriser le produit
- Augmenter le taux de conversion

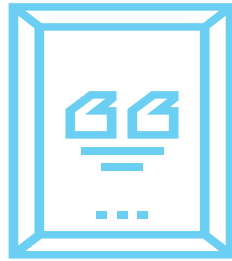


La PLV



PEDIAKID

La PLU



Le planning et le budget

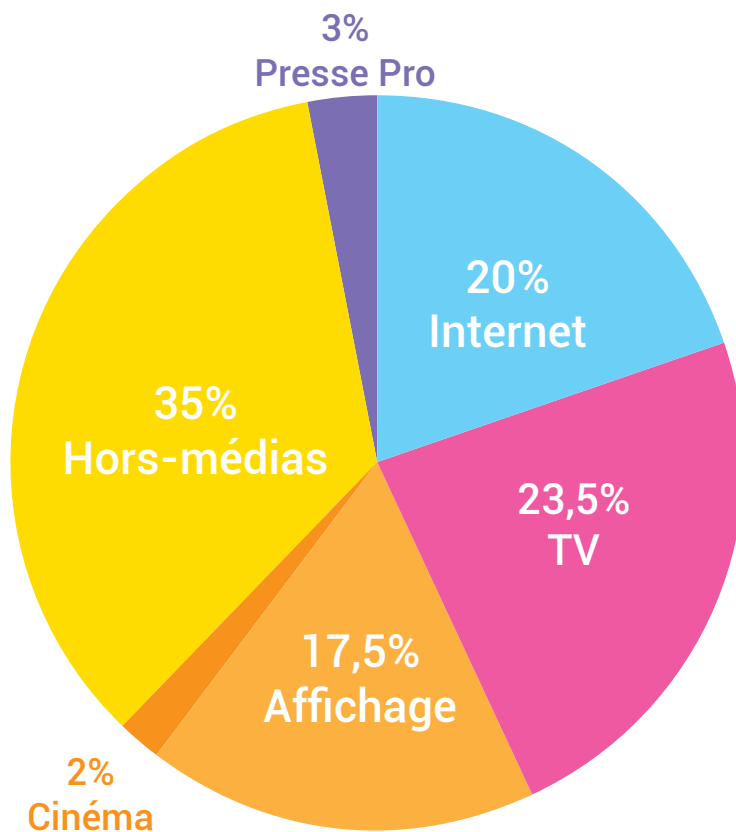


Le planning des moyens



Mars : -sponsoring TV -influenceur -display et <u>pre-roll</u> - partenariat Sophie la girafe -livre de naissance	Avril : -influenceur -display et <u>pre-roll</u> - partenariat Sophie la girafe -livre de naissance	Mai : -influenceur -display et <u>pre-roll</u> - partenariat Sophie la girafe -livre de naissance	Juin : -presse pro -presse magazine (Moustique) -display et <u>pre-roll</u> - partenariat Sophie la girafe -livre de naissance
Juillet : -presse pro - presse magazine (Moustiques) -display et <u>pre-roll</u> - partenariat Sophie la girafe -livre de naissance	Aout : -presse pro -presse magazine (Moustiques) -display et <u>pre-roll</u> - partenariat Sophie la girafe -livre de naissance	Septembre : - affiche gel bébé dent - partenariat Sophie la girafe -livre de naissance -lancement <u>PediaBox</u> -display et <u>pre-roll</u>	Octobre : -affiche spray nez-gorge et gommes vitaminées (dans 2 grandes aggro) - display et <u>pre-roll</u> - partenariat Sophie la girafe - livre de naissance
Novembre : - affiche spray nez-gorge et gommes vitaminées (dans 2 grandes aggro) -display et <u>pre-roll</u> - partenariat Sophie la girafe -livre de naissance	Décembre : - nouveau calendrier 2020 - affiche spray et sirop nez-gorge et gommes vitaminées (dans 2 grandes aggro) -affichage métro (gommes vitaminées) -presse pro -presse magazine (Vitamine, spray, et sirop) -display et <u>pre-roll</u> - partenariat Sophie la girafe -livre de naissance	Janvier : nouveau calendrier 2020 -presse pro -presse magazine (Vitamine, spray, et sirop) -display et <u>pre-roll</u> - partenariat Sophie la girafe -livre de naissance	Février : -presse pro -presse magazine (Vitamine, spray, et sirop) - display et <u>pre-roll</u> - partenariat Sophie la girafe -livre de naissance

Le budget



AVEZ-VOUS DES

QUESTIONS?