

Campagne média et e-mailing CIFORM LAND

CIFORM Land est une entreprise industrielle qui produit et commercialise des cabines de douche. Dans le cadre de son développement commercial, la direction de CIFORM Land souhaite déterminer quelles sont les actions de communication à lancer durant l'année 2019. Voici l'ensemble des actions que CIFORM Land a donc envisagé de conduire.

La question : combien de fois le plan de communication a t-il prévu une action sur YouTube ?

1. Janvier

En Janvier, la principale activité sera l'actualisation du site Internet de CIFORM Land en intégrant :

- nos nouveaux produits,
- notre nouveau logo,
- la vidéo de démonstration de nouvelle machine de production

Une publication sur **LinkedIn** sera produit sur le thème de la **refonte du site web**

1.1. Refonte du site web

Une publication sur **LinkedIn** sera produit sur le thème de la **refonte du site web**

2. Février

En Février, notre site Internet sera opérationnel. Les actions de communication vont être essentiellement orientées vers la promotion d'un de nos produits phare : Balnéo KLM.

1. Une visibilité organique et payante de la vidéo **Balnéo KLM** sera mis en place sur **YouTube**.
2. En parallèle, CIFORM Land prévoit de lancer une grande **enquête de satisfaction clients** pour avoir une vision de la qualité de ses services. Un questionnaire de satisfaction sera donc envoyé aux clients particuliers et professionnels de l'année précédente. Les résultats seront exploités courant Mars.

2.1. Vidéo Balnéo KLM

2.2. Questionnaire Satisfaction Clients

Envoi d'un questionnaire satisfaction clients

3. Mars

1. Après une étude de marché sur les nouvelles attentes de nos clients, CIFORM Land lancera sa nouvelle gamme Urban Style au mois de Mars. Aussi, une vidéo de 3 min sera réalisée en **partenariat avec Elle Décoration**. Ce partenariat comprend :

- un espace web dédié dans la rubrique Salle de bain du site Elle Décoration pendant 2 mois
- 2 posts sur la page Facebook Elle Décoration (suivie par 265 000 fans)

Nous publierons cette vidéo sur notre site interne, notre **chaîne YouTube** et notre page **Facebook**

2. Cette année, CIFORM Land a décidé de mettre en place l'envoi d'une **newsletter trimestrielle** avec une communication spécifique à destination du réseau de distribution et des prescripteurs.

3.1. Partenariat éditorial Urban style

Partenariat éditorial : Espace web dédié sur le site de Elle décoration avec mise en avant de la nouvelle gamme Urban Style

3.1.1. 3 post

Page Facebook de Elle Décoration : 2 posts
Page Facebook de CIFORM Land : 1 post

3.2. Newsletter trimestrielle 1

Newsletter trimestrielle "Avant-première Urban Style"

4. Avril

1. En avril, une **vidéo tutorielle** de 4 min sera réalisé sur le thème "installer une cabine de douche". 4 étapes seront décrits : Préparation du receveur, Préparation de la paroi de fond, Montage des parois, Raccordement au circuit d'eau. Elle sera diffusée sur notre chaîne **YouTube** auprès des clients particuliers.
2. En parallèle de cette action, au mois d'avril, il y a la **semaine du développement durable**. Monsieur Numérico, dirigeant de CIFORM Land, ne sait pas encore sous quelle formule sa société pourrait participer à cette manifestation mais il souhaite promouvoir son engagement et ses innovations écologiques depuis 2004. Une publication **LinkedIn** est prévue sur ce sujet.

4.1. Vidéo tutorielle Installer une cabine de douche

4.2. Semaine développement durable

1- Economie d'eau et d'énergie :
Douchettes équipées d'un limiteur de débit intégré et pour certains modèles d'un bouton Économie d'eau < EcoButton

2- Green Attitude avec les locaux en bois

5. Mai

1. Pour promouvoir les qualités de la nouvelle ligne de production, CIFORM Land organisera une **journée portes ouvertes** auprès de ses clients. Cet événement fera l'objet d'une publication sur **Facebook** une semaine en amont.
2. En parallèle de cette journée événementielle, une **campagne Youtube** (organique et payante) sera diffusée sur un produit phare "les **douches hydromassantes**" qui représente près de 30% du chiffre d'affaires sur le 2nd et 3^{ème} trimestre.

5.1. Journée Portes Ouvertes

Nouvelle ligne de production

5.2. Vidéo Hydromassage

5.3. Taux Solde d'été

Il faut que la décision sur le taux de solde soit arrêtée

6. Juin

En Juin, deux actions de communication sont programmées :

1. La **newsletter trimestrielle** diffusée début juin présentera notamment un compte rendu de la journée porte ouverte sur notre nouvelle ligne de production.
2. Une campagne sur **Facebook** sera organisée durant les premiers jours des **soldes d'été**, notamment avec des publications sur notre page Facebook. En fonction des ventes réalisées sur le 1er semestre, un budget sera prévu pour compléter cette visibilité avec une campagne payante.

6.1. Newsletter trimestrielle 2

6.2. Soldes d'été

7. Juillet

1. CIFORM Land postera **4 publications sur Linkedin** courant juillet avec des conseils et des astuces pour aider les professionnels à installer rapidement les cabines de douche.
2. Nous envisageons de réaliser une **vidéo sur les rénovations de salle de bain** avec le principe "Avant-Après". Elle sera diffusée sur notre chaîne **Youtube** avec une visibilité organique ainsi qu'une campagne payante sur un critère de centre d'intérêt : bricolage, salle de bain, rénovation etc...

7.1. Conseils et astuces d'installation

7.2. Vidéo Rénovation "Avant - Après"

8. Août

En Août, une seule action est prévue. Ce sera une **campagne Facebook** composée de plusieurs publications avec un ton humoristique sur le thème "**douches rafraîchissantes**".

8.1. Campagne "douches rafraîchissantes"

9. Septembre

En Septembre, l'idée sera de communiquer sur les tendances "Salle de bain" pour la rentrée.

1. Une **newsletter** sera diffusée auprès de notre réseau de distribution et des prescripteurs.
2. Début septembre, nous envisageons de diffuser une vidéo sur l'**aménagement des petites salles de bain** sur notre chaîne **Youtube**. Cette vidéo nous permettra d'évaluer le potentiel commercial sur la cible Etudiants.
3. Fin septembre, à la vue des résultats de l'année précédente, le **partenariat éditorial avec Côté Maison** sera renouvelé. Ce partenariat comprend :
 - un espace web dédié dans la rubrique Salle de bain du site Côté Maison pendant 1 mois
 - 2 posts sur la page **Facebook Côté Maison** (suivie par 240 000 fans).

Au vu du profil d'audience de ce média, nos produits haut de gamme (balnéo, hammam etc...) seront mis en avant. Ce partenariat devrait augmenter le trafic d'audience sur notre site internet et notre page Facebook.

9.1. Newsletter Trimestrielle 3

9.2. Vidéo Aménagement petits espaces

vidéo Aménagement des petites salles de bain

9.3. Partenariat éditorial

Partenariat web sur les tendances des douches haut de gamme (balnéo, hammam)

9.3.1. 4 post

Page Facebook de Côté Maison
Page Facebook de CIFORM Land

10. Octobre

En octobre, 2 actions de communication sont prévues.

1. Une présence sur le salon professionnel : **IDEOBAIN**. 3 publications **LinkedIn** seront programmées : avant, pendant et après le salon



2. Une campagne de recrutement de fans sur notre page **Facebook** sera mis en place avec un **jeu concours**. Un budget de 3000 euros est à prévoir pour accroître notre visibilité sur la cible 25-49 ans.

10.1. Salon IDEOBAIN

Salon Professionnel IDEOBAIN

10.2. Jeu concours

11. Novembre

2 actions de communication seront réalisées en affinité avec la période hivernale.

1. Sur notre page **Facebook**, nous réaliserons une campagne sur les "**moments cocooning sous la douche**" notamment avec des valeurs de réconfort. Cette campagne aura pour objectif principal d'interagir avec notre communauté.
2. Notre nouvelle vidéo commerciale sur les **cabines de douche Hammam** sera diffusée mi-novembre. Elle sera soutenue par une campagne publicitaire sur **YouTube**. Le marché de ce produit est en forte croissance (+12%) et nous devons conserver nos parts de marché sur ce produit. Le budget de cette campagne sera défini à la fin du 1er semestre.

11.1. Moments cocooning

Moments cocooning sous la douche

11.2. Vidéo Douche Hammam

12. Décembre

1. La **newsletter trimestrielle** remerciera nos partenaires
2. En complément du site Internet, une campagne **Facebook** sur les **soldes d'hiver** devra démarrer dès le 26 décembre avec une visibilité organique et payante en fonction des ventes de l'année.

12.1. Newsletter Trimestrielle 4

Newsletter Trimestrielle "Merci à nos partenaires"

12.2. Soldes d'hiver