



● ●

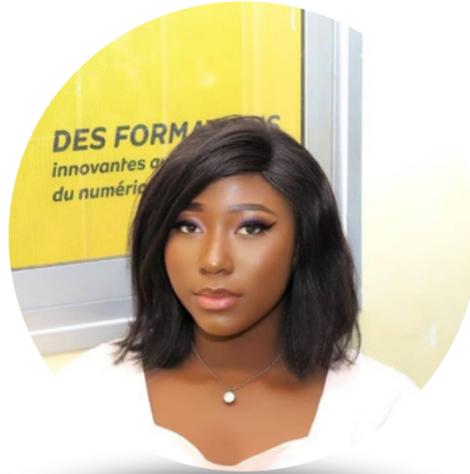
STRATEGIE DE COMMUNICATION DIGITALE

ce document fait état de la stratégie de communication digitale de la marque **Diam Sexy**.

Notre Equipe



Archange
KOUAKOU



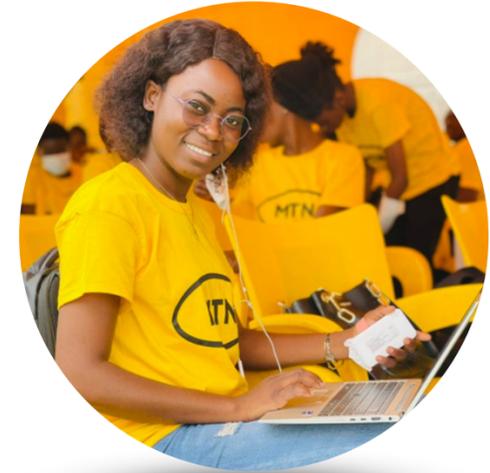
Houleyमतou
GUEYE



Cyrus
KASSI



Gervis
KAKOU



Laetitia
MENSAH



Rosine
KANGA



DANGBE
Nadege



Nahomi
ALLANGBA



Corentine
DAKOUO

Sommaire



CONTEXTE



EXISTANT



OBJECTIFS DE
LA STRATEGIE
DIGITALE



CIBLES /
POSITIONNEMENT



STRATEGIE
EDITORIALE



STRATEGIE DE
REFERENCEMENT



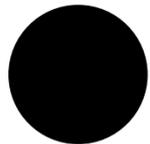
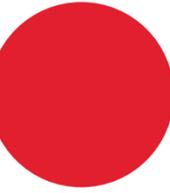
BUDGET



SUIVI &
EVALUATION

Contexte

Diam Sexy est une boutique en ligne de sous-vêtements sexy dédié aux femmes dont l'âge varie entre 18 et 60 ans.





EXISTANTS

Reseaux Sociaux

Whatsapp

Diam Sexy utilise WhatsApp, messagerie de communication en ligne pour faire passer son message et faire ses ventes.





OBJECTIF DE LA STRATEGIE

Objectifs

Objectifs Marketing

- Atteindre les 2000 abonnés sur les Réseaux sociaux(Facebook, Instagram)
- Promouvoir ses articles sur les réseaux sociaux
- être la boutique de référence de vente de vêtements

Sexy

Objectifs Commerciaux

- Realiser 50 ventes par mois
- Realiser 300.000 fr de chiffre d'affaires



CIBLE ET POSITIONNEMENT

La cible, elle représente une personne réelle qui vit, respire, et qui de par ses croyances, ses besoins, son mode de vie... a un fort intérêt pour cette plateforme.

Tout l'objet de cette partie est, justement, de définir la cible idéale. c'est à travers un questionnaire qu'il a été défini 2 cibles: une cible primaire et secondaire.





cible **primaire**

- 1.femme
- 2.18 - 60 ans
- 3.vivant en cote d'ivoire
- 4.Marié(e)e, ayant des enfants
- 5.célibataire
- 6.professionnels du sexe

Objectifs

- Personnes qui veulent séduire
- Personnes qui veulent se faire plaisir
- Personnes qui veulent avoir une sexualité épanouie

Personnalité et Interets

- **Introverti(e)/ extraverti(e)**
- Personnes aimant le cinema
- Assez actifs sur les réseaux sociaux,
- Aime le raffinement
- personnes aimant les messages et videos erotiques

cible secondaire



Les Hommes

- Ayant accès à internet
- Aimant les tenues sexy
- Aimant les films érotique



Positionnement

Le positionnement désigne la position qu'occupera Diam Sexy dans l'esprit des de sa cible et déterminera son placement concurrentiel.

Diam Sexy met en relation l'humain et le numérique.
Nous nous appuyons sur nos plateformes: site web, réseaux sociaux... afin de diffuser les contenus

Nous voulons réussir la communication digitale de la marque Diam Sexy



Diam Sexy se veut être reconnu comme la meilleure boutique de vente de lingerie fine en ligne.

La concurrence

Nous avons sélectionnez Quelques concurrents

- [ooplayce.ci](https://www.ooplayce.ci)
- Coin Afrique
- [jumia.ci](https://www.jumia.ci)
- [abidjanmonde.com](https://www.abidjanmonde.com)
- Mamy's Secret





● ● STRATEGIE EDITORIALE

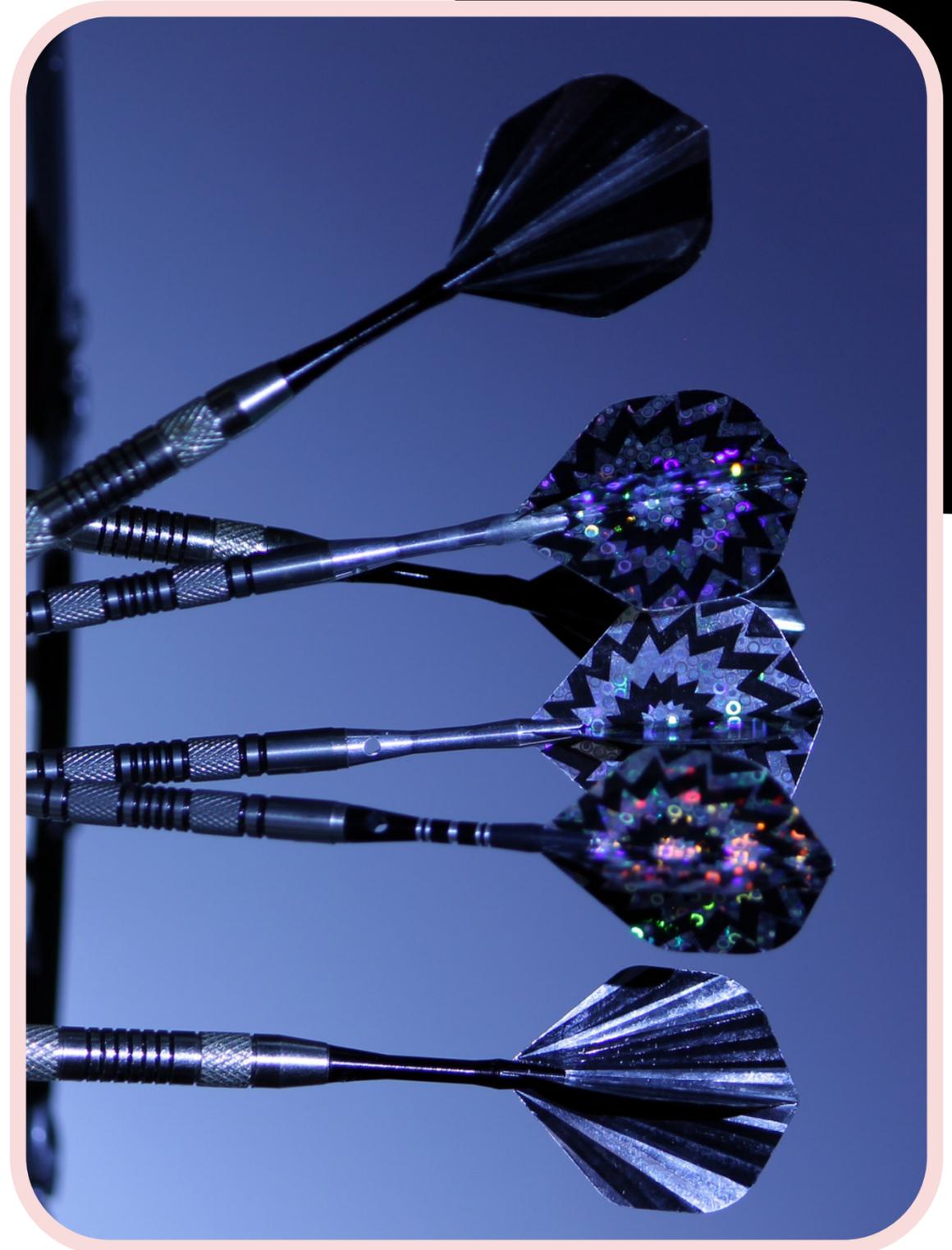
Une stratégie éditoriale (ou stratégie de contenus) est un outil rassemblant tout ce qui nous permet, de savoir comment parler à nos audiences.

Objectif editoriaux

Notre stratégie éditoriale sera appuyée par du contenu efficace relevant des actions en ligne avec un langage adapté à notre cible.

La définition de notre stratégie éditoriale visera un double objectif pour Diam Sexy :

- Être cherché et trouvé sur internet et les réseaux sociaux
- Engager une audience via les réseaux sociaux, c'est-à-dire l'inciter à interagir



Charte éditoriale

La charte éditoriale est ce qui détaille les règles de rédaction des contenus digitaux

La charte éditoriale prendra en compte et véhiculera l'identité de Diam Sexy dans les contenus éditoriaux.

Elle définira les objectifs de la publication, son design, ses couleurs afin d'être identifiable à tout moment





Contenu éditorial

Le calendrier éditorial prendra en compte plusieurs types de contenus. Les rubriques que nous proposons sont les suivantes :

communication 2.0

Mettre en avant les émotions. Diffuser des histoires impactantes et des témoignages de personnes.

creation de Jeu

Organiser des « Quiz » sur les services 1 fois chaque 2 semaines dans le but d'accroître son audience

créer de hashtags

#DiamSexy
#LingerieAbidjan
#LingerieDentellechic
#LingerieDentelle



communication Multimedia

Textes (citations/conseils/jeux), images (illustration ou photo réelle,...), vidéos tiktok (raconter des histoires, montrer les articles), flyer pour événement spécial. Montage vidéo mobile professionnelle.

interactions avec les abonnés

Répondre avec promptitude et exactitude à tous les messages, poser des questions

campagnes publicitaires

Sponsoriser les contenus des campagnes

Contenu D'ILLUSTRATION

[NOUVEAUTÉ NOUVEAUTÉ]

C'est chaud 🥵 ,c'est frais rien que pour vous mes amours , de superbes; Lingerie bien sexy,...

Prix : tout à 6000 fcfa 😊😊😊

Contactez nous pour passer vos commandes

Whatsapp 0704097672

NB : Toutes les tailles disponibles

Abonnez vous pour ne rien rater .

#DiamSexy#LingerieAbidjan#LingerieDentellechic#LingerieDentellee



Facebook

horaire/ jours	MARDI	JEUDI	VENDREDI	SAMEDI	DIMANCHE
13h	Motivation et bien être	Astuces lingerie	JEU	Stories Telling	bon dimanche
16h	Présentation de la boutique	témoignages	Vidéo (montrer les articles)	témoignages	résultats du jeu

NB:

- Le calendrier est modulable tous les mois avec l'apparition de nouvelles rubriques et en fonction de l'actualité
- Des nouvelles rubriques seront intégrées en fonction des fêtes et fériés
- la diffusion des contenus se fera en français

Instagram

LUNDI / 12h	MERCREDI /19h	JEUDI / 12h	VENDREDI	DIMANCHE / 16h
Motivation et bien être	Live Insta/ Images de produits	témoignages	JEU	Résultats du jeu

NB:

- Le calendrier est modulable tous les mois avec l'apparition de nouvelles rubriques et en fonction de l'actualité
- Des nouvelles rubriques seront intégrées en fonction des fêtes et fériés
- la diffusion des contenus se fera en français

Tiktok

horaire/ jours	LUNDI	MARDI	MERCREDI	JEUDI	VENDREDI	SAMEDI	DIMANCHE
6h		Astuces lingerie	les histoires de Diam Sexy	Astuces lingerie	JEU	les histoires de DIAM'S SEXY	
19h	Présentation de la boutique	videos de produits	Directs shop	Témoignage	Directs shop		Résultats du jeu

NB:

- Le calendrier est modulable tous les mois avec l'apparition de nouvelles rubriques et en fonction de l'actualité
- Des nouvelles rubriques seront intégrées en fonction des fêtes et fériés
- la diffusion des contenus se fera en français

Strategie SMO

La stratégie SMO consistera en l'utilisation des réseaux sociaux pour optimiser le référencement web de Diam Sexy. La diffusion de contenus, permettra en effet d'améliorer la visibilité de sa marque.





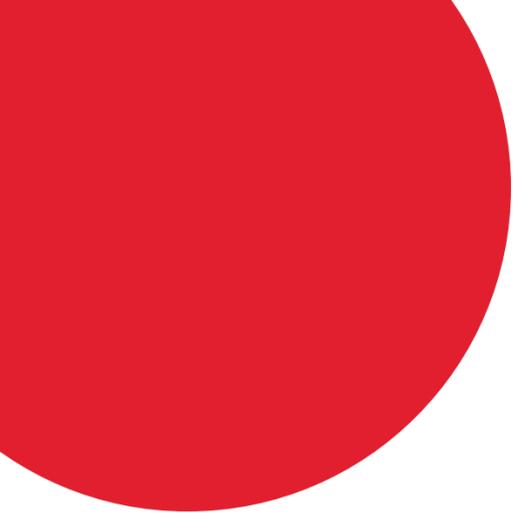
BUDGET

Action	Description	Budget alloué
Sponsoring Facebook	Le sponsoring permet de booster la page Facebook de Diam Sexy pour une plus grande visibilité sur toute l'étendue du territoire nationale pendant 7 jours.	55 000 XOF
Sponsoring Instagram	Les contenus proposé permettrons de montrer les produits de la marque a son audience.	10 000 XOF
Création de contenu (Visuels, vidéo mobile)	Les contenus proposés permettrons de montrer les produits de la marque a son audience / 1 mois .	2 visuel 20 000 XOF (1 visuel a 10 000 XOF) 1 vidéo 15 000 XOF

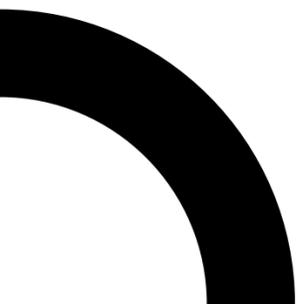
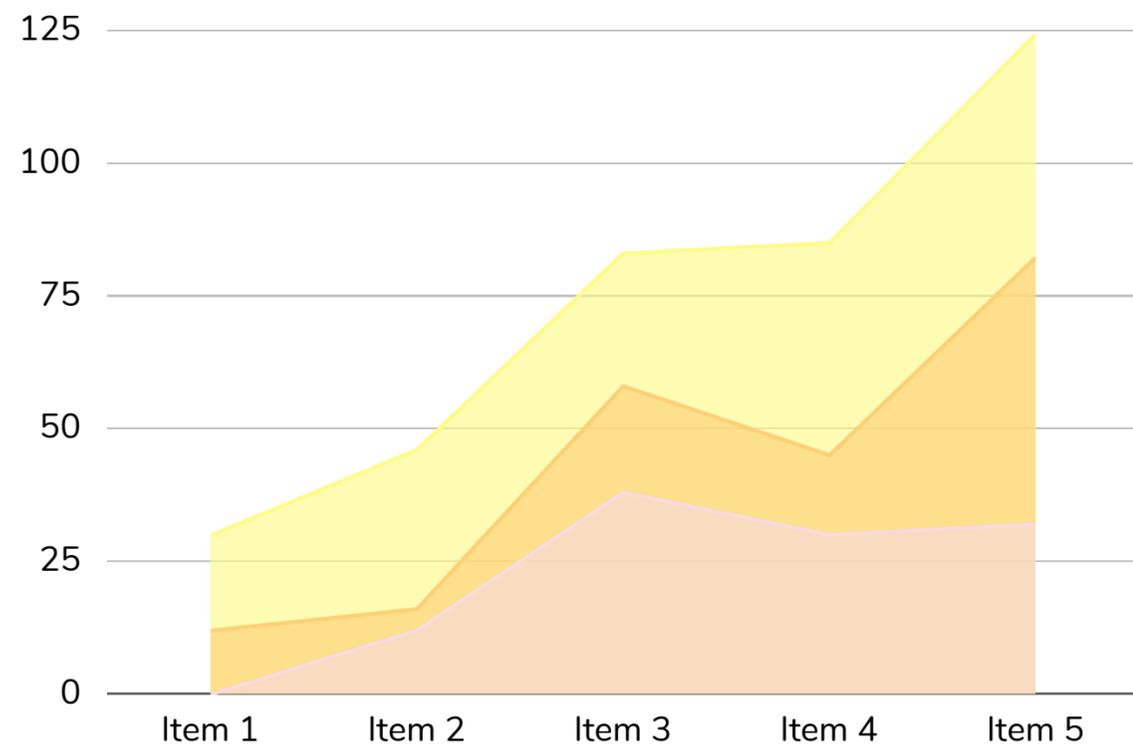
Budget total estimable: 100 000 XOF



SUIVI EVALUATION



- Un rapport mensuel “Réseaux Sociaux” Le nombre d’abonnés (objectif 1000 abonnés/ mois),
- le taux d’interaction, le nombre de personnes atteintes...
- Un rapport mensuel de la veille social media
- Nombre de poste + & -
- Un rapport mensuel référencement payant Le taux d’interaction, le nombre de personnes atteintes ...



	INDICATEURS	ROI
Notoriété / connaissance / image	Taux de notoriété · Niveau de connaissance de la marque · Perception de la marque · Attitudes vis-à-vis de la marque	Au global Par cible
Reach	Trafic et audience	Nombre de visites Nombre de leads qualifiés Performances par contenu
Abonnement	Abonnement réseaux sociaux	Nombre d'abonnés
Engagement	<ul style="list-style-type: none"> •Taux de rebond •Temps passé •Nombre de pages vues •Nombre de partages réseaux sociaux •Nombre de prises de contact 	Performances par contenu
Conversion	Nombre de leads Nombre de prises de contact	Coût par lead Performance du parcours d'achat (conversion)

KPI



Merci

