**PLAN DE COMMUNICATION SHEEPS**

Diagnostic

***Qui & Quoi ?*** Sheeps, plateforme e-commerce qui se concentre vers les produits éco-conçus, issus du crowdfunding, Made In France et qui ont du sens.

***Où ?*** Sur internet.

***Comment & Pourquoi ?*** Son site web, qui est son principal owned media, est en pleine refonte pour aller vers une communication plus ludique en proposant un jeu interactif permettant à sa communauté d’utilisateurs de raffermir son lien avec les entreprises ou les start-ups proposants leur produit sur la plateforme et leur donner plus de visibilité. Les réseaux sociaux constituent le principal media relais de l’action de Sheeps, avec Facebook, Twitter, LinkedIn et récemment Instagram.

* Où en est la communication de Sheeps ?

Sheeps communique sur deux fronts :

**. B2B** : Auprès des entreprises / start-ups / partenaires

* + Première approche avec Twitter
  + Envoie d’un message sur Facebook
  + Puis un call

**. B2C** : Communication via les réseaux sociaux (Facebook, Twitter, Instagram, Linkedin) et le blog. Relais des articles blogs sur les réseaux sociaux. Ton décalé & humoristique. Publicités payantes sur Facebook. Newsletter. Salons/Forums. Distribution flyers. Articles de presse, influenceurs.

Les objectifs

* Gagner en visibilité et en notoriété
* Agrandir la communauté
* Trouver de nouveaux partenaires et augmenter la gamme de produit
* Vendre les produits

Les cibles

* Personnes entre 20 et 55 ans environ
* Qui peuvent acheter des produits plus chers que la normale : CSP +
* Ayant un mode de vie écolo’, « bien-pensant »

Le message

* Produits de qualité, porteur de valeur, de sens
* Acheter Made In France, local, pour faire grandir les entreprises à côté de chez nous (social)
* Tout ça sur un ton décalé, de l’humour
* AIDA (Attirer, Intéresser, Désirer, Agir)
  + Produit porteur de valeur et de sens
  + Acheter au producteur à côté de chez nous
  + Décrocher des contreparties
  + Jeu social

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | 10% | 15% | 20% |
| Facebook | Diffusion de la page produit au premier jour | Puis, diffusion de la page produit 1 fois par semaine | Diffusion de la page produit au premier jour | Puis, diffusion de la page produit 1 fois par semaine | Diffusion de la page produit au premier jour | Puis, diffusion de la page produit 1 fois par semaine |
| Diffusion dans 3 groupes à chaque publication | Diffusion dans 5 groupes à chaque publication | Diffusion dans 7 groupes à chaque publication |
|  |  | Échantillon 🡪 concours, vidéo |
| Twitter | Diffusion de la page produit au premier jour | Puis, diffusion de page produit 2 fois par semaine | Diffusion de la page produit au premier jour | Puis, diffusion de la page produit 4 fois par semaine | Diffusion de la page produit au premier jour | Puis, diffusion de la page produit 6 fois par semaine |
|  |  | Échantillon 🡪 concours, vidéo |
| Instagram | Photo au premier jour | 1 photo | Photo au premier jour | 2 photo par mois | Photo au premier jour | 4 photos par mois |
|  |  | Échantillon 🡪 concours, vidéo, photo de mises en situation/en scène |
| Blog | 1 article sur le blog | 1 article sur le blog | 2 articles sur le blog |
| Article entre 300 et 350 mots | Article entre 350 et 500 mots | Article +500 mots |
| Newsletter | Apparition sur la première newsletter | Apparition sur 2 newsletters dans le mois | Apparition sur 2 newsletters par mois |
| Presse |  |  | Communiqué de presse pour chaque produit à envoyer aux infleunceurs/bloggeurs/journalistes qui veulent en parler |
|  |  | Diffusion auprès des médias spécialisés | bloggeurs/influenceurs |
|  |  | Échantillon 🡪 bloggeur/influenceur test |

**Anciens packs**

**Nouveaux packs**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | 10% | 15% | 20% |
| Blog | 1 article (SEO) sur le(s) produit(s) | 1 article (SEO) sur le(s) produit(s) | 2 articles (SEO) :   * Le(s) produit(s) * Interview |
| Réseaux sociaux | 1 post FB (pour présenter) | 1 post FB (pour présenter) | 1 post FB (pour présenter) |
|  | Twitter : minimum 1 twit toutes les 2 semaines | Twitter : minimum 1 twit par semaine |
| Newsletter | 1 newsletter | 4 newsletters | 8 newsletters (1/semaine) |
| Presse |  |  | Citation dans la presse |
|  |  |  | PLUS DE FUN ! |

**Newsletter**

* 2 par semaine (mercredi et dimanche 🡪 à adapter aux événements)
* Minimum 6 encarts par news (peu évoluer avec le temps)

\_ Min. 3 coups de cœur ♥

\_ Min. 3 « vous aimerez aussi »

**Instagram**

* Échantillon = have fun ! (photo + vidéo)

**Presse**

* Pour Sheeps 🡪 exemples de produits qui signent à 20% dans les articles (citation dans la presse)

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Communauté** | Organisation de la semaine | Actions |
| Facebook | **Lundi |** Image de notre WE | **Groupes FB**  🡪Lister groupes en rapport avec les valeurs Sheeps / en rapport avec le produit  🡪 Rentrer dans les groupes pour ainsi diffuser/partager les posts de notre page FB  🡪 Nombre de partages à faire (cf : plan d’action suivant le pack choisi)  🡪 Possibilité de mettre le même texte dans tous les partages (faire tout de même attention aux règles du groupe) |
| **Mardi |** | **/ !\ ORGANISER LA SEMAINE**  🡪 Préparer tous les messages le lundi/mardi/mercredi  (2 par jour)  🡪 Mettre en avant les produits suivant les événements de la semaine ou bien la météo (éviter de mettre des lunettes de soleil quand il pleut par exemple)  🡪 |
| **Mercredi |** | **Gagner en visibilité et en notoriété en agrandissant la communauté**  🡪 Ajouter des gens avec Marc Sheeps et les inviter à aimer la page (inviter les gens = mention j’aime sur la page qui augmentent rapidement) *[invitez également vos amis, c’est gentil pour nous !]*  🡪 Booster une publication qui incite aux CTA (call to action) : partage, like, tag.  🡪 |
| **Jeudi |** | **Sondage, vote**  (jamais testé) |
| **Vendredi |** Phrase de la semaine | **Jeu concours** (like + tag)  *[réclamer échantillon aux partenaires…]* |
| **Samedi |** | **Publicité/Sponsoring**  🡪 Voir les analyses des pubs FB faites précédemment  🡪 Bien cibler les personnes : plus on est précis, plus notre taux d’engagement augmente (afin de réduire l’échantillon, privilégier la cible « amis des personnes qui aiment notre page »)  🡪 Le carrousel de photo n’est pas compatible avec **Instagram** MAIS il permet de faire du storytelling ou de mettre en avant certains coup de cœur (cf : doc. Booster une publication - stratégie pub FB) |
| **Dimanche |** Cocooning |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
| Twitter | **Lundi |** | Prospecter des start-up |
| **Mardi |** | Fidéliser la cible jeune (18-25 ans environ) |
| **Mercredi |** | Exploiter les tendances (TT) |
| **Jeudi** **|** #TBT (anciens) | Tweeter blogs, influenceurs, produits/start-up |
| **Vendredi |** #FF | Sondage, vote |
| **Samedi** **|** | Jeu concours (RT + Follow + #) |
| **Dimanche |** | Mass follow & unfollow |
|  |  |
| Instagram | **Lundi |** Image de notre WE | **Images/Vidéos**  🡪 De bonne qualité  🡪 Éviter la photo/vidéo carrée (privilégier les photos/vidéos en 16:9)  🡪Toujours de la luminosité, quand on regarde la photo on trouve ça pétillant, coloré, il faut beau, chaud, on se sent bien !  🡪 Ne pas hésitez à regarder ce que font les autres, comment sont leurs images/vidéos  🡪 (Si le logo est changé) Placer le logo sur les photos/vidéos (ex : voir *Unkick*)  🡪 Pour les vidéos, essayez de mettre en valeur le concept de Sheeps (même si c’est pour un produit : on montre que c’est local, proche, joyeux, etc.)  🡪 Essayez de temps en temps de vous lâchez ! Montrez qui vous êtes, que vous êtes funs ! Les gens vont vous aimez, et « fuck les rageux quoi » ! |
| **Mardi |** | **Gagner en visibilité et en notoriété en agrandissant la communauté**  🡪 On met en place le « hack » de *Unkick* : quand quelqu’un aime une de nos photos on like 3 photos à lui et on en commente une !  🡪 On recherche des hashtags en rapport avec les valeurs de Sheeps ou les produits (#madeinfrance par exemple) et on like pleins de photo. Cela rapporte du « l4l » (like for like).  🡪 Essayer de faire du mass follow et mass unfollow comme sur Twitter : cela joue pour les partenaires, ça montre qu’on a une communauté (même si c’est du fake…). Après, il est préférable que la communauté soit « vraie » dans le sens où on aura plus d’interaction ! |
| **Mercredi |** | **Prospecter des start-up**  🡪 Grâce aux hashatgs, aux suggestions quand vous suivez des start-up, on peut tomber sur d’autres start-up intéressante qui entre dans les valeurs de Sheeps |
| **Jeudi |** | **Publicité/Sponsoring**  🡪 Voir pubs FB |
| **Vendredi |** | **Jeu concours**  *[repost + follow + # : jamais testé, mais ça va marcher !]* 🡪 « repost la photo sur ton mur avec le #..., follow nous, like la photo, et mets un commentaire » mais on peut aussi demander taguer des personnes ! (« tag au moins 3 amis ») |
| **Samedi |** |  |
| **Dimanche |** |  |
| Blog |  | Rédiger articles dès qu’un nouveau contrat est signé |
|  | Un article par semaine sur la vie dans la start-up peut permettre de faire plus communauté, mais peut-être faut-il le raconter seulement sur les réseaux sociaux et non sur notre blog… |