

Références Coralie Barrois

Brand content manager

Annonceur

Vivadia, spécialiste du confort senior.
<https://www.vivadia.com>

Problématique

Notoriété :

L'accroître. Faire de vivadia le numéro du confort senior. Le faire devenir « l'Amazon des Seniors. »

Ventes :

Augmenter les ventes en séduisant la cible 50-60 ans qui achète du matériel médical et de confort pour leurs parents (de 75-95 ans)

Image :

La majeure partie des produits vendus par Vivadia sont d'ordre médical : ils rappellent la maladie, la vieillesse et ne sont pas glamour.

Trafic :

Créer du trafic vers le site de la marque

Ma réalisation

Afin de répondre aux diverses problématiques, nous avons décidé avec le DA d'installer les seniors dans des situations qui les mettent en valeur, qui les placent dans la vie comme des personnes encore actives et bien dans leur époque. Ainsi, éviter de rappeler aux seniors la difficulté de vieillir. Ne pas les présenter dans des situations qui leur rappelle leur dépendance ou leur maladie. Rebondir sur la baseline de la marque « j'aime la vie. »

Pour ne pas associer uniquement vivadia à l'image de la dépendance, focaliser la campagne sur les produits bien-être plutôt que médicaux.

Pour cela, j'ai déterminé des situations de vie crédibles, qui donnent le sourire, qui placent le senior dans la vie sans pour autant tomber dans le jeunisme.

J'ai travaillé un ton rédactionnel ludique, dynamique, connivent et qui fait sourire.

Résultat



“
**QUAND
MAMIE VA
CHEZ LE
BOUCHER**
”

QUEL QUE SOIT VOTRE AGE RESTÉ SÉDUISANTE
Sur le site VIVADIA plus de 30 000 produits disponibles pour continuer à vivre sans contraintes. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Sed quis elit libero.



VOTRE E-COMMERCE VIVADIA.COM



“
**QUAND
PAPY
ÉCOUTE
LES INFOS**
”

QUEL QUE SOIT VOTRE AGE RESTÉ CONNECTÉ
Sur le site VIVADIA plus de 30 000 produits disponibles pour continuer à vivre sans contraintes. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Sed quis elit libero.



VOTRE E-COMMERCE VIVADIA.COM



“
**QUAND
PAPY
PASSE
LE
TEMPS**
”

VOS PRODUITS SENIORS POUR BRICOLER
Sur le site VIVADIA plus de 30 000 produits disponibles pour continuer à vivre sans contraintes. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Sed quis elit libero.



VOTRE E-COMMERCE VIVADIA.COM



“
**QUAND
MAMIE
MÈNE LA DANSE**
”

QUEL QUE SOIT VOTRE AGE RESTÉ MOBILE
Sur le site VIVADIA plus de 30 000 produits disponibles pour continuer à vivre sans contraintes. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Sed quis elit libero.



VOTRE E-COMMERCE VIVADIA.COM

NB. Ces maquettes ne sont pas les maquettes déf. Celles-ci présentant du bolo et des coquilles : ResteZ et non resté !

Annonceur

Breal, mode femme.

<https://www.breal.net/>

Problématique

Trouver un dispositif social media pour célébrer les 45 ans de la marque

Ma réalisation

Accompagnement stratégique, créatif et rédactionnel. Brand content et social media.

En collaboration avec l'équipe en place sur ce projet, nous avons décidé de parler de l'anniversaire de la marque en communiquant autour de la libération de la femme à travers le vêtement emblématique de la libération de la femme et surtout de la marque : le pantalon.

Pourquoi le choix de ces 4 années 1970-1980-1990-2000 ? Ce sont des années clés dans la libération de la femme, des droits et des mœurs. Et ce sont aussi des années emblématiques en terme de mode pour le pantalon. Ces années évoquent aussi des souvenirs agréables à la cible de 50/60 ans. La rétrospective des années les plus récentes ont pour but de séduire une clientèle plus jeune.

Ecriture du storytelling des 4 vidéos, recherche des images d'archives, de la musique.

Résultat

Augmentation du nombre de fans sur facebook, partages des vidéos et augmentation de l'attractivité de la marque.

Vidéos à voir ici sur facebook :

1970 : <https://www.facebook.com/BrealFrance/videos/1215759371810959/>

1980 :

<https://www.facebook.com/BrealFrance/videos/1227085567345006/>

1990 :

<https://www.facebook.com/BrealFrance/videos/1646127785440780/>

2000 :

<https://www.facebook.com/BrealFrance/videos/1239591422761087/>

Annonceur

Ircem, Portail de service à la personne et à la famille (<https://www.ircem.com/>)

Partie Petite Enfance

https://www.facebook.com/pg/PetiteEnfance.GroupeIRCEM/posts/?ref=page_internal

Problématique

Les nounous ne possèdent pas d'endroit où discuter entre elles, elles se sentent souvent seules, pas assez considérées, ne connaissent pas leurs droits. Tenir compte du niveau d'étude des nounous, la plupart n'ont pas un niveau d'étude très élevé.

Ma réalisation

En collaboration avec une agence social media, mise en place d'une place facebook dédiée pour leur permettre d'échanger entre elles et leur offrir du contenu utile et qualifiant. Tant sur leurs droits que sur leur métier au quotidien. Je suis en charge de rédiger les articles adéquats.

Résultat

+ de 40 000 fans aujourd'hui (page créée il y a 6 mois). Beaucoup de partages et d'interactions de la part des nounous.

Augmentation de la notoriété de l'Ircem.

Mes articles sont publiés sur la page facebook du groupe. QQ exemples :

<https://www.facebook.com/notes/petite-enfance-par-le-groupe-ircem/piques-petits-bobos-comment-r%C3%A9agir-/2005923952751508/>

<https://www.facebook.com/notes/petite-enfance-par-le-groupe-ircem/fabriquer-facilement-un-cerf-volant-et-un-moulin-%C3%A0-vent/1972487926095111/>

<https://www.facebook.com/notes/petite-enfance-par-le-groupe-ircem/5-activit%C3%A9s-de-printemps-%C3%A0-tester-absolument-/1918104248200146/>

<https://www.facebook.com/notes/petite-enfance-par-le-groupe-ircem/l'enfant-refuse-de-manger-comment-bien-agir-/1879391068738131/>

Annonceur

La chicorée Leroux

<http://www.leroux.fr/>

Problématique

Rajeunir l'image de marque, créer la désirabilité autour de la chicorée.

Offrir aux clients et prospects du contenu qualifiant qui sort du côté purement commercial.

Ma réalisation

Accompagnement stratégique, création de brand content via des articles pour le webzine « reconfortez-vous » : <http://www.leroux.fr/reconfortez-vous/>

Proposition d'idées d'articles en rapport avec la stratégie éditoriale et rédaction des articles.

Résultat

Augmentation du nombre de fans sur facebook, partages des articles et amélioration de l'image de marque.

Quelques exemples d'articles ici :

<http://www.leroux.fr/reconfortez-vous/sieste-eclair/>

<http://www.leroux.fr/reconfortez-vous/longs-trajets-voiture-on-se-detend/>

<http://www.leroux.fr/reconfortez-vous/un-peu-de-violence-ne-fait-pas-de-mal/>

Annonceur

Oney, bancaire.

Problématique

Créer du brand content commercial et non commercial afin d'améliorer l'image de marque d'Oney et d'attirer de nouveaux prospects.

Ma réalisation

Création de contenu qualifiant sur les tendances commerce et de société, l'actu bancaire et la nouvelle économie.

Mes articles à retrouver sur : <https://blog.oney.fr/>

Quelques exemples :

<https://blog.oney.fr/feedbacks/169165-cafe-suspendu-cafe-grand-coeur>

<https://blog.oney.fr/feedbacks/167598-10-gestes-simples-utilisation-ecolo-voiture>

<https://blog.oney.fr/feedbacks/166130-deco-maison-beaute-fabrique-diypower>

<https://blog.oney.fr/feedbacks/165250-4-effets-inattendus-smartphone-consommation-quotidienne>

Résultat

Augmentation du trafic sur le blog de la marque et de demandes de renseignements de la part des prospects.

Annonceur

Paris pharma, <http://www.parispharma.com/>

Groupeement de pharmaciens

Problématique

Former les pharmaciens du groupe Paris Pharma à un community management simplifié afin de les rendre autonome pour la gestion de leur page facebook.

Ma réalisation

Accompagnement stratégique pour le contenu de la formation Social Media en collaboration avec le responsable Nord Pharma (branche nordiste du groupe)

Résultat

Autonomie des pharmaciens du Nord sur la page facebook de leur pharmacie.

Exemple : <https://www.facebook.com/Pharmacie-des-hauts-champs-177680882832932/>

Annonceur

Perle du Nord, endives.

<https://www.perledunord.com>

Problématique

Créer un blog autour des endives et de leur univers afin d'accroître les ventes de ce légume et d'augmenter la notoriété et la désirabilité de la marque.

Ma réalisation

Proposition d'idées et création d'articles autour de 5 grandes thématiques :

Comme un chef (recettes)

Les enfants adorent (pour faire aimer les endives aux enfants)

C'est bon pour vous (les bienfaits des endives sur la santé, nutrition)

Secrets de légumes (tous leurs secrets de la culture à l'assiette en passant par les infos les plus insolites)

Paroles de producteurs (mise en valeur des producteurs d'endives : spécificités, passion, engagements...)

Articles à retrouver ici : <https://www.perledunord.com/savourons-chaque-jour/>

Quelques exemples :

<https://www.perledunord.com/savourons-chaque-jour/mince-lendive-meilleur-allie-maigrir-fetes/>

<https://www.perledunord.com/savourons-chaque-jour/lendive-en-sculptures/>

<https://www.perledunord.com/savourons-chaque-jour/endive-production-electricite/>

Résultat

Augmentation du trafic sur le blog et des ventes d'endives.

Annonceur

Pimkie, mode femme

Problématique

Séduire une clientèle plus vieille (25-35 ans) et placer la marque comme étant à la pointe de la tendance.

Ma réalisation

Proposition de créer une rubrique Influenceurs sur le site « Made In Blogueuse » (ma mission : identifier les bons influenceurs) : <https://www.pimkie.fr/fashion-factory/made-in-blogueuse>

Rédaction des fiches produits du site et de la rubrique Tendances du site.

Résultat

Augmentation de la désirabilité de la marque, attrait des blogueuses pour collaborer avec la marque et augmentation des ventes.

Annonceur

Nocibé, cosmétique

Nocibé.com

Problématique

Revoir l'ensemble du plan commercial de la marque (compét gagnée)

Ma réalisation

Résultat

Annonceur

Castorama

<https://www.castorama.fr/>

Problématique

Remettre du contenu rédactionnel dans le catalogue afin d'asseoir le positionnement de la marque autour du « faites-le vous-même » et de l'accompagnement de Castorama et de son expertise produits et conseils.

Ma réalisation

Rédaction du contenu rédactionnel des divers catalogues, conception rédaction des mailings et opérations promotionnelles locales.

Réalisation de brand content pour la rubrique Inspiration déco et tendances du site : <https://www.castorama.fr/>

Participation à la création du magazine 18h39, consumer mag > <https://www.18h39.fr/>

Annonceur

Avène, gamme cleanance, peaux à problème.

Problématique

Dédramatiser l'utilisation de produits anti acné auprès de la cible ados, hyper connectée et occupée par leur image. Le faire par l'humour, le côté ludique, un concours et l'hyper connexion.

Ma réalisation

Production du contenu rédactionnel du mini site

<https://www.eau-thermale-avene.fr/cleanance-acne-peaceandclean>

Ma réalisation

Beaucoup d'interactions auprès de la cible visée, bon relais sur les réseaux sociaux.

Annonceur

Leroy Merlin, bricolage et maison.

<https://www.leroymerlin.fr/>

Problématique

Réaliser un support de com pour le lancement du nouveau guide maison

Ma réalisation

Et si...
VOUS RÉENCHANTIEZ
VOTRE MAISON ?

Rendez-vous sur Pinterest
pour découvrir encore plus d'idées inspirantes !



INSPIRATION
PRINTEMPS-ÉTÉ 2018



Votre guide **INSPIRATION**
directement chez vous !

Scannez ici pour le demander !



Missions en rapport avec mon blog www.trendydelight.com

C'est un espace d'expression, de passion et de partage. Ce qui m'anime, ce sont les belles rencontres et les collaborations créatives que je réalise.

En tant que blogueuse/influenceuse, j'anime ma communauté au quotidien sur le blog, Instagram et Facebook. Je collabore avec des annonceurs partenaires. J'identifie les produits, services et

marques susceptibles d'intéresser ma communauté. Parmi mes clients : Clarins, Lancel, Clarence Hôtel, Julie Meuriss, Pimkie, Maison Silène...

J'y parle de mode, d'événements locaux, de beauté, de gastronomie, de voyages et de mes coups de cœur tous azimuts.

Annonceurs

Clarins, cosmétique : <https://www.clarins.fr/>

Thierry Mugler, parfumerie et mode : <https://www.mugler.fr/>

Problématique

Partenariat blogueuse avec la marque autour du lancement de la nouvelle collection maquillage et d'un nouveau parfum. Ma mission : créer de contenu rédactionnel et d'une vidéo à destination de ma communauté, et de celle de Thierry Mugler, afin de développer l'attractivité de la marque et d'augmenter les ventes.

Ma réalisation

Articles réguliers sur mon blog et de contenu autour de la marque sur mon instagram pour le lancement de nouveaux produits : photos/contenu

- <https://www.trendydelight.com/eclatante-avec-la-nouvelle-collection-make-up-clarins/>
- https://www.instagram.com/p/BkkyIb6nEer/?hl=fr&taken-by=trendy_delight
- https://www.instagram.com/p/Bih_Rw7nN_w/?hl=fr&taken-by=trendy_delight
- https://www.instagram.com/p/Bgg9tSIgR_R/?hl=fr&taken-by=trendy_delight

Réalisation d'un shooting pour le lancement du parfum Aura : production de l'idée originale, storytelling, gestion de projet, stylisme, direction du photographe.

- <http://www.trendydelight.com/listen-to-your-instinct-apprivoiser-aura-mugler/>

Réalisation d'une vidéo pour le lancement de la nouvelle collection make up : production de l'idée originale, storytelling, gestion de projet, stylisme, direction du photographe et du vidéaste.

- <https://www.trendydelight.com/il-me-reserve-une-surprise-je-ne-sais-pas-a-quoi-mattendre/>

Résultat

Augmentation des ventes et des fans sur nos pages facebook et instagram respectives.

Missions en cours (en cours de réalisation ou non encore sorties)

Annonceur immobilier : accompagnement stratégique et brand content pour la production d'un nouveau site pour le groupe immobilier, élaboration de la stratégie éditoriale et rédaction d'articles (sujet : devenir propriétaire, les prêts à 0%, vos droits, l'histoire du groupe etc.)

Start up spécialisée dans l'expatriation : accompagnement stratégique et production d'articles pour une société qui met au service des candidats et des entreprises leur expertise conseil / recrutement / expatriation/ mobilité afin de faciliter leur prise de poste et installation dans leur futur pays.

Annonceur bancaire : accompagnement stratégique (brand content et image) et création d'articles pour le blog d'un grand groupe bancaire à destination de la cible 18-25 ans.

Informations confidentielles

L'ensemble des documents et des données de toute nature présentes dans ce fichier sont confidentiels. L'offre et son contenu sont communiqués aux seules fins de références de Coralie Barrois. Tous les éléments sont soumis à des obligations de non-divulcation et non réutilisation.