

# FIRE UP



SAE 102 : PROJET FIRE UP

MIX MÉDIA

LE LAY CORENTIN

FIRE UP

## 1. MÉDIA HORS LIGNE :

### - Diffusion Télévisée - L'Équipe 21 lors de Compétitions Sportives :

- Description : Des publicités "Fire up" seront diffusées sur la chaîne L'Équipe 21 pendant des compétitions sportives locales. La publicité débutera avec une introduction captivante mettant en scène des références au dieu Héphaïstos, montrant le processus de création de la boisson. Des séquences dynamiques mettront en avant des athlètes consommant la boisson avant des moments cruciaux. Le spot se conclura avec un appel à l'action incitant les téléspectateurs à essayer "Fire up" pour libérer leur potentiel.

- Argumentation : La télévision offre une portée massive, touchant un public varié pendant des événements sportifs populaires. La synchronisation avec les moments forts des compétitions maximise l'impact, associant la boisson à des performances athlétiques exceptionnelles et à l'image du dieu forgeron, renforçant le message de la campagne.

- Impact : Une visibilité accrue pendant les compétitions sportives locales renforcera l'association de "Fire up" avec la performance athlétique, stimulant la mémorisation de la marque et encourageant les téléspectateurs à considérer la boisson comme un complément idéal pour améliorer leurs propres performances.

### - Parrainage d'émissions Sportives sur L'Équipe 21 :

- Description : "Fire up" sera le sponsor exclusif d'émissions sportives populaires sur L'Équipe 21. Des spots publicitaires seront diffusés avant, pendant et après l'émission, mettant en avant les valeurs de la boisson, son impact sur la concentration et l'énergie, et des références au dieu Héphaïstos.

- Argumentation : Le parrainage d'émissions sportives renforce l'association de "Fire up" avec le monde du sport. Les références au dieu Héphaïstos ajoutent une dimension mythologique, renforçant la notion de création et d'innovation liées à la boisson.

- Impact : Le sponsoring d'émissions sportives crée une présence continue, renforçant la notoriété de la marque. Les téléspectateurs associeront la boisson aux émotions positives liées au sport, renforçant ainsi la perception de "Fire up" comme un partenaire idéal pour des performances exceptionnelles.

## 2. MÉDIA EN LIGNE :

### - Partenariats avec des Influenceurs :

- Description : Collaboration continue avec Gotaga et Yomi Denzel pour créer du contenu authentique sur leurs plateformes respectives. La boisson apparaîtra dans chacune de leurs vidéos/live pour et leur témoignages sur l'impact de la boisson sur les performances mentales seront crucial pour que les spectateurs puisse prendre au sérieux la boisson .

- Argumentation : Les influenceurs apportent une audience engagée et créent une connexion authentique avec les consommateurs. Voir la boisson de chacune de leur vidéo montre aussi un gage de qualité et de confiance entre marque et consommateurs

- Impact : La collaboration avec des influenceurs amplifie la portée de la campagne, touchant des communautés spécifiques intéressées par le gaming, l'entrepreneuriat et le fitness.

### **- Campagnes Publicitaires Ciblées sur les Réseaux Sociaux :**

- Description : Des campagnes publicitaires seront menées sur Instagram et tiktok, mettant en avant des visuels créatifs associant la boisson à des moments de concentration, de créativité et d'énergie. Des stories seront posté par els influenceurs pour montrer soit des nouveautés et aussi pour donner des code promo ou de réduction pour permettre à toute personne de pouvoir tester.

- Argumentation : Les campagnes sur les réseaux sociaux permettent une segmentation précise du public. Les stories montrent que même dans les moments « off » les influenceurs l'utilise quand même et les code de réduction poussent les gens a acheter pour pouvoir avoir un première expérience avec la boisson

- Impact : Les campagnes ciblées génèrent une interaction directe avec les utilisateurs, suscitant l'engagement et encourageant le partage.

### 3. HORS MÉDIA :

#### **- Street Marketing Écologique :**

- Description : Des équipes de street marketing distribueront des échantillons gratuits de "Fire up" dans des zones à fort trafic, en mettant l'accent sur des emballages écologiques. Des animateurs expliqueront les avantages de la boisson et encourageront les consommateurs à partager leurs expériences sur les réseaux sociaux.

- Argumentation : Cette approche directe crée un engagement immédiat avec le public local, favorisant le bouche-à-oreille. L'utilisation d'emballages écologiques souligne l'engagement de la marque envers la durabilité, renforçant son image éco-responsable.

- Impact : Le street marketing écologique génère une visibilité directe et encourage l'essai du produit. Les partages sur les réseaux sociaux amplifient la portée locale, créant une dynamique de bouche-à-oreille positif.

### **- Événements Pop-up sur les Plages :**

- Description : Des événements pop-up seront organisés sur les plages, offrant des séances de dégustation gratuites de "Fire up" accompagnées d'activités sportives et de relaxation. Des éléments décoratifs faisant référence à Héphaïstos seront intégrés, créant une atmosphère immersive.

- Argumentation : Les événements pop-up créent une expérience immersive, associant la boisson à des moments de détente et d'activité physique. Les références à Héphaïstos ajoutent une touche mythologique unique.

- Impact : Les événements sur les plages attirent un public diversifié, renforçant l'image de "Fire up" comme une boisson adaptée à divers modes de vie. L'expérience immersive crée des souvenirs positifs associés à la boisson, renforçant la fidélité à la marque.

## 4. MARKETING DIRECT :

### **- Campagne Emailing Ciblée :**

- Description : Une campagne d'email marketing ciblée sera envoyée à une base de données existante, mettant en avant les caractéristiques uniques de la boisson et offrant des promotions exclusives pour les achats en ligne. Des newsletters périodiques partageront des histoires inspirantes liées à la performance mentale et physique, avec des illustrations mythologiques.

- Argumentation : Le marketing direct offre une communication personnalisée, informant les consommateurs des avantages spécifiques de la boisson. Les newsletters ajoutent une dimension éducative et engageante.

- Impact : La campagne emailing ciblée incite à l'achat en offrant des incitations exclusives. Les histoires inspirantes renforcent l'identification des consommateurs à la marque, créant une connexion émotionnelle.

### **- Programme de Fidélité en Ligne :**

- Description : Mise en place d'un programme de fidélité en ligne où les clients peuvent accumuler des points à chaque achat de "Fire up". Les points peuvent être échangés contre des réductions, des articles promotionnels exclusifs ou des expériences uniques, renforçant l'engagement à long terme.

- Argumentation : Le programme de fidélité encourage la récurrence des achats et la fidélité à la marque. Les récompenses exclusives renforcent le sentiment d'appartenance à la communauté "Fire up".

- Impact : La fidélité des clients est renforcée par des incitations à long terme. Les clients fidèles deviennent des ambassadeurs de la marque, partageant leur expérience positive avec leur réseau.

## 5. PROMOTION DE VENTE IN SITU :

### - Offres en Supermarché :

- Description : Des promotions spéciales seront négociées avec des supermarchés. Des présentoirs attrayants mettront en avant "Fire up" avec des réductions spéciales et des équipes de vente informeront les consommateurs. Des animations en magasin, telles que des dégustations, seront organisées périodiquement.

- Argumentation : L'inclusion en supermarché garantit une visibilité constante. Les offres spéciales inciteront à l'achat impulsif, tandis que l'interaction avec les équipes de vente fournira des informations directes aux consommateurs.

- Impact : Les promotions en supermarché augmentent la visibilité de la boisson dans un contexte d'achat habituel. Les dégustations en magasin offrent une expérience directe, favorisant l'essai du produit et la conversion en achat.

### - Collaboration avec des Cafés et Bars Locaux :

- Description : Établissement de partenariats avec des cafés et bars locaux pour proposer des cocktails à base de "Fire up". Des événements spéciaux seront organisés, mettant en avant des mixologues créant des boissons uniques. Des affichages créatifs avec des références à Héphaïstos seront présents.

- Argumentation : La collaboration avec des établissements locaux étend la présence de "Fire up" dans des lieux de vie nocturne. Les cocktails créatifs ajoutent une dimension de plaisir à la boisson.

- Impact : Les collaborations avec des cafés et bars locaux créent une ambiance sociale autour de la boisson. Les consommateurs peuvent découvrir différentes façons de consommer "Fire up", renforçant sa polyvalence.

## 6. ÉVÉNEMENTIEL :

### - Lancements de Produits en Magasin :

- Description : Des lancements de produits seront organisés dans des magasins clés, avec des démonstrations en direct de la préparation de la boisson et des avantages exclusifs offerts aux premiers acheteurs. Des éléments de décor en rapport avec Héphaïstos créeront une ambiance immersive.

- Argumentation : Ces événements offrent une expérience en magasin, renforçant la présence physique de la boisson. Les avantages exclusifs encourageront la participation et généreront une demande initiale.

- Impact : Les lancements de produits en magasin créent un engouement initial et attirent l'attention des clients potentiels. Les démonstrations en direct offrent une expérience tangible, renforçant la crédibilité de la boisson.

**- Participation à des Événements E-Sportifs Locaux :**

- Description : "Fire up" sponsorisera et participera à des événements e-sportifs locaux. Des stands interactifs offriront des échantillons gratuits, des conseils de performance mentale et des séances d'entraînement rapides. Des athlètes locaux pourront partager leurs expériences avec la boisson.

- Argumentation : La participation à des événements e-sportifs locaux crée une connexion directe avec la communauté. Les conseils de performance mentale ajoutent une valeur éducative et pratique.

- Impact : La présence à des événements e-sportifs locaux renforce l'authenticité de la marque. Les échantillons gratuits incitent à l'essai immédiat, tandis que les conseils de performance mentale renforcent la compréhension des bénéfices de la boisson.