

THE KASE

PLAN MÉDIA

Milène Aubert, Céline Didier et Laetitia Fix

LP CC - IUT Mulhouse - Janvier 2017

I. Objectifs

A. Résultats commerciaux

Qui achète ?

Les personnes de 14 à 30 ans.

Quoi ?

Un service de personnalisation de coque de smartphone

Où ?

Mulhouse, Paris, Bordeaux

Comment ?

Ouverture de nouvelle boutique sous forme d'atelier The Kase

B. Modification de perception

The Kase est avant tout une boutique en ligne proposant des coques de smartphone et des accessoires. Chaque produit est une création d'artiste ou une personnalisation en ligne avec une image. Cependant, The Kase souhaite être plus proche de ses clients et leur donner l'opportunité de créer eux-même leur propre coque de smartphone. Ce nouveau service est unique en France, The Kase se positionne donc comme leader.

II. Cible

La cible de cette campagne sont les personnes de 12 à 30 ans, qui ont un smartphone, qui aiment le bricolage, la personnalisation d'objets, les clients The Kase, les potentiels clients The Kase.

III. Média

A. L'affichage

Devant chaque devanture de boutique-atelier, une bâche annonçant l'ouverture de l'atelier avec la date sera installée.

Il y aura également une campagne d'affichage sur des panneaux 4*3, sur les flancs et arrière-bus et l'intérieur des bus pendant une semaine à Paris, Bordeaux et Mulhouse ainsi que dans le métro à Paris.

B. Presse

Des parutions en 4ème de couverture dans plusieurs magazines ciblés jeunesse/adolescents comme Okapi, Phosphore et Closer Teen.

Une page entière couleur dans le magazine Mode et Travaux, ciblant les personnes qui aiment créer, bricoler eux-même.

Une page entière couleur également dans le magazine Télé 7 jours afin de cibler un plus large public et de faire marcher le bouche à oreille.

Nous ferons également des conférences de presse avant l'ouverture des boutique, en invitant les médias locaux.

VII. Tableau média planning

	PRESTATAIRE / PRODUIT	QUANTITÉ	BUDGET
CRÉATION VISUELLE	Agence Isiazys, de Soultz :		
	Réalisation du visuel pour les affiches Paris, Mulhouse et Bordeaux		2 500 €
	Déclinaison du visuel pour différents supports : flyers et web		1 200 €
IMPRESSION	AZ Imprimerie, de Brunstatt		
	Bâche devanture boutique	3	300 €
	Affiches 4*3	60	48 000 €
	Affiches métro et abri-bus	60	26 000 €
	Flyers	50000	600 €
	Affiches flanc de bus et tram	60	250 €
	Affiches arrières bus	60	250 €
	Affiches intérieur bus et tram	1000	800 €
	Kakémono	50	4 500 €
AFFICHAGES	4*3 Paris (7 jours)		7 000 €
	4*3 Bordeaux (7 jours)		5 000 €
	4*3 Mulhouse (7 jours)		3 000 €
	Flanc de bus, arrière bus Paris, Mulhouse, Bordeaux		12 300 €
	Intérieur bus, Paris, Mulhouse, Bordeaux		14 000 €
	Métro, Paris		4 000 €
	Abri-bus, Paris, Mulhouse, Bordeaux		8 000 €
OPÉRATION STREET MARKETING	Agence City One, Paris (20 hôtesse)	1	3 200 €
	Agence Tendances Hôtesse, Bordeaux (20 hôtesse)	1	2 400 €
DISTRIBUTION DE FLYERS	Agence InnovEvent, Mulhouse (20 hôtesse)	1	1 600 €

	PRESTATAIRE / PRODUIT	QUANTITÉ	BUDGET
PUBLICITÉ WEB	Facebook		20 000 €
	Instagram		20 000 €
	Youtube (Influenceurs)		20 000 €
	Google Adwords		10 000 €
PRESSE	Okapi (4eme de couverture)		10 000 €
	Phosphore (4eme de couverture)		15 000 €
	Closer Teen (4eme de couverture)		6 000 €
	Télé 7 jours (1 page standard)		19 300 €
	Mode et Travaux (1 page standard)		26 300 €
RADIO	NRJ lundi, mardi, mercredi, jeudi, vendredi 7h30	5	100 000 €
TOTAL			391 500 €

VIII. Rétro-planning

OUTILS DE COMMUNICATION	JUIN					JUILLET					AOÛT					SEPTEMBRE				OCTOBRE	
	S23	S24	S25	S26	S27	S28	S29	S30	S31	S32	S33	S34	S35	S36	S37	S38	S39	S40			
CRÉATION VISUELLE			Réunion		DEAD LINE																
IMPRESSION							Envoi fichiers		Réception												
BÂCHE DEVANTURE ATELIER																					
AFFICHAGE 4*3																					
AFFICHAGE BUS																					
AFFICHAGE MÉTRO + ABRI-BUS																					
STREET MARKETING																					
PRESSE																					
RADIO																					
WEB																					