

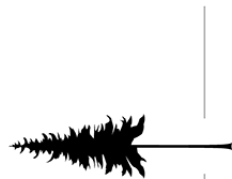
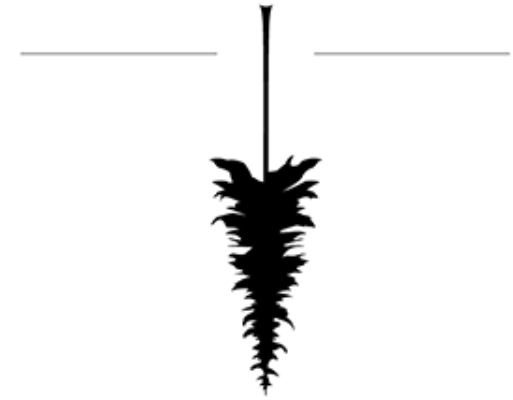
# NIKIN

Collection de body pour bébé



# SOMMAIRE

- Introduction
- Etude qualitative
- Public cible
- Persona
- Stratégie marketing
- Promotion
- Landing page
- Sources



# INTRODUCTION



# Présentation entreprise

- NIKIN a été créé par **Nicholas** et **Robin**, ce projet lancé autour d'une bière à Lenzburg en **2016**
- Après 4 ans et demi ils ont planté **1 millions d'arbres**.  
Comme comparaison, sa couvre une superficie d'environ 81 km<sup>2</sup>, presque la ville de Zurich
- Pour chaque vente NIKIN, une partie est reversée à des programmes de plantation d'arbres dans le monde entier. Actuellement avec plus de 2'039'925 d'arbres plantés



# Stratégie

- Accent sur les valeurs de durabilité, d'éthique et de protection de l'environnement.
- Stratégie de distribution directe
  - Vente de produits directement aux magasins (Suisse)
  - Vente en ligne (plusieurs régions à travers le monde)
- Gamme de vêtements et d'accessoires respectueux de l'environnement

# Présentation des produits



**25.-**

Body d'été, à manches courtes, en lin



**35.-**

Body pour la mi-saison, à manches longues, en coton



**45.-**

Body pour l'hiver, à manches longues, polaire

# ETUDE QUALITATIVE



# Résultat

- Des vêtements pratique à enfiler et à enlever, ainsi que facile à laver
- Importance sur les tailles et la matière
  - Un enfant grandit vite et les vêtements très souvent lavés
- Importance pour les couleurs
  - Couleurs Unisexe
- Ils reçoivent beaucoup de vêtements de leurs amis pour leur bébé
  - Pas de budget exact pour acheter un vêtement



# PUBLIC CIBLE ET PERSONA



# Public cible

Les jeunes parents ayant un bébé, habitant dans la région de la suisse romande, ayant des revenus de classe moyenne, supérieure, qui recherchent le côté écologique et durable dans leurs achats, voulant aider la planète, cherchant des vêtements de marques avec un design simple pour les bébés.

# Persona



## Objectifs

- ❖ Pour Cléopée avoir des vêtements de qualité pour son bébé est indispensable ainsi qu'écologique.
- ❖ Elle-même s'habille avec un style très sobre c'est pourquoi elle cherche ce même style pour les habits de son bébé.
- ❖ Elle veut absolument avoir une bonne qualité d'habits et qu'ils soient confortable pour lui.

## Communication

ayant des compétences en poterie, c'est sur instagram qu'elle passe le plus de temps pour s'inspirer des créations d'autres artistes. Elle et ces amies partagent souvent des idées de nouveaux magasins écologiques/ friperies. (son entourage amical est très axé sur l'écologie)

Cléopée Mendaryne, épicière à l'épicerie VRAC, aime prendre soin de l'environnement en recyclant et en consommant des produits écologiques et ainsi cherche des vêtements écologiques pour son bébé Ursule.

## Description

Âge : 33 ans  
Sexe : femme  
Statut : célibataire  
Lieu : Montagny-près-Yverdon  
Profession : Epicerie VRAC à Yverdon  
Revenus : 4'661 CHF

## Intérêts



## Person-nalité



## Difficultés rencontrées

⚠ Elle a de la peine à trouver des habits de qualité/ écologique/ sobre pour son bébé.

## Gains apportés par les objectifs

- ✓ Avoir des habits de marque (elle a les moyens pour) et donc de qualité pour son bébé.
- ✓ Pouvoir aider l'environnement en achetant des produits écologiques.

# STRATEGIE MARKETING



# Définition des 4p

## Produit

- 3 produits :
- body pour l'été
  - body pour la mi-saison
  - Body pour l'hiver

Chacun avec un matériel adapté à la saison.

## Place (distribution)

On retrouvera notre produit sur le site de NIKIN principalement.

## Promotion

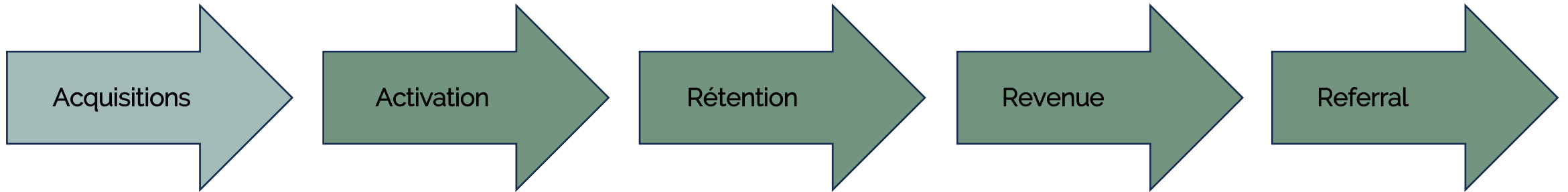
- Instagram & Facebook avec post informatifs sur rabais des produits.
- Articles dans magazines pour maman expliquant la marque & produits de la collection pour bébé.

## Prix

- 25 francs pour le body d'été
- 35 francs pour le body de mi-saison
- 45 francs pour celui d'hiver

Les prix sont différents pour les trois produits notamment pour le matériel utilisé.

# Sales funnel



## Acquisitions

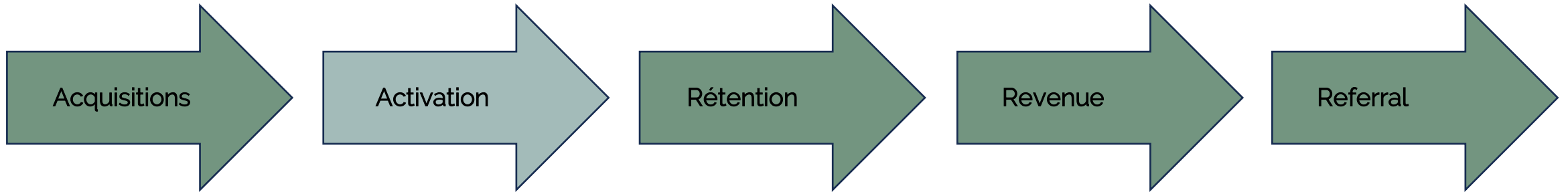
Exemple de sources / supports :

Instagram pub / Facebook des influenceurs connus, google ads, YouTube tests de la marque par des influenceurs (sponsoring)

Méthode de mesures :

- Nombre d'utilisateurs
- Nombre de visites

# Sales funnel



## Activation

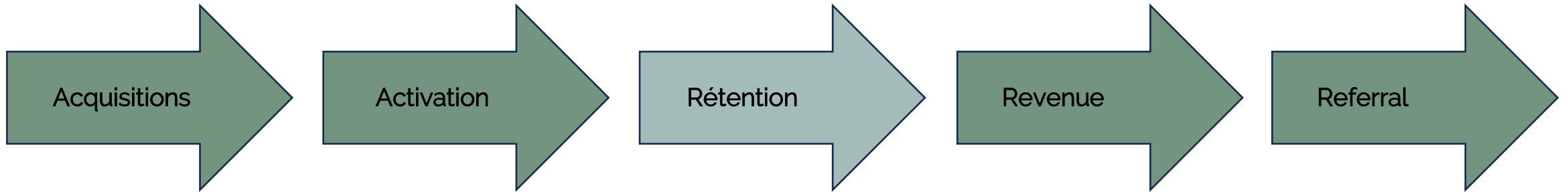
Exemple de sources / supports :

Inscription à la newsletter, clics sur les produits

Méthode de mesures :

- Nombre de contacts
- Nombre d'emails
- Nombre de clics sur les produits

# Sales funnel



## Rétention

### Exemple de sources / supports :

Email, envoi de courrier, reposer du contenu/pub sur réseaux sociaux

### Méthode de mesures :

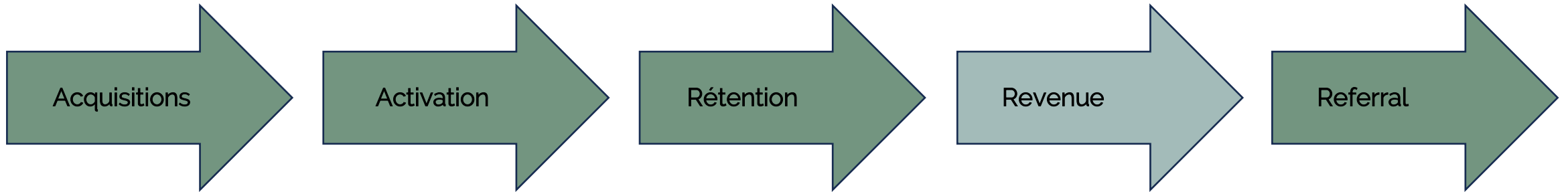
- Clics des emails (logiciel email)
- Nombre de vues (post Insta/Facebook)

### Exemple :

- Envoi d'un code promo par email, reposer contenu/pub sur Instagram/Facebook



# Sales funnel



## Revenue

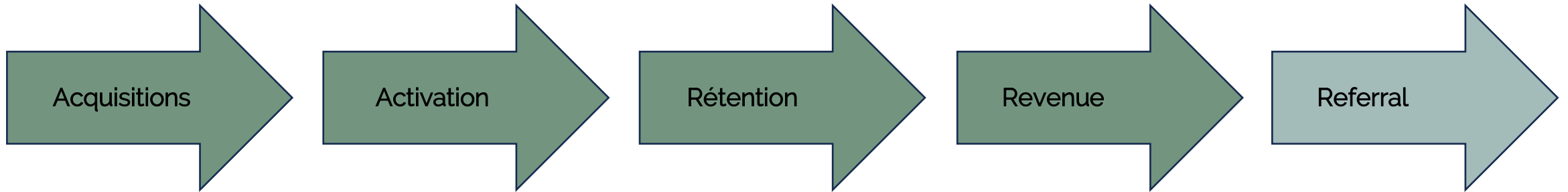
### Exemple de sources / supports :

Ventes / achats, recherche des magasins physiques en suisse qui revendent les vêtements, treetracker

### Méthode de mesures :

- Nombre de ventes / achats en ligne et physique
- Chiffre d'affaires
- Nombre de clics sur « trouve ton arbre »

# Sales funnel



## Referral

Exemple de sources / supports :

Avis google / Instagram / Facebook / Nikin(directement sur le site), témoignage

Méthode de mesures :

- Nombre de recommandations
- Avis
- Code promo

# PROMOTION



# Plan de communication

| Mois et canaux | Janvier | Février | Mars | Avril | Mai | Juin | Juillet | Août | Septembre | Octobre | Novembre | Décembre |
|----------------|---------|---------|------|-------|-----|------|---------|------|-----------|---------|----------|----------|
| AdWords        | X       | X       | X    | X     | X   | X    | X       | X    | X         | X       | X        | X        |
| Newsletter     |         |         | X    |       |     | X    |         |      | X         |         |          |          |
| Pub réseaux    |         | X       |      | X     | X   |      |         | X    |           |         | X        | X        |
| Blog           | X       | X       |      |       |     | X    | X       |      | X         | X       |          |          |

# Budget de campagne

|        | Canaux                              | Budget média | Budget réalisation |
|--------|-------------------------------------|--------------|--------------------|
| PAID   | - AdWords                           | 800 CHF      | 300 CHF            |
|        | - Pub réseaux (Facebook, Instagram) | 1'100 CHF    | 350 CHF            |
| OWNED  | - Newsletter                        | 0 CHF        | 150 CHF            |
| EARNED | - Blog                              | 0 CHF        | 400 CHF            |
| Total  |                                     | 1'900 CHF    | 1'200 CHF          |

# Stratégie SEA

## Objectifs de la campagne :

Trafic vers le site Web

## Budget :

26,3 CHF quotidien moyen

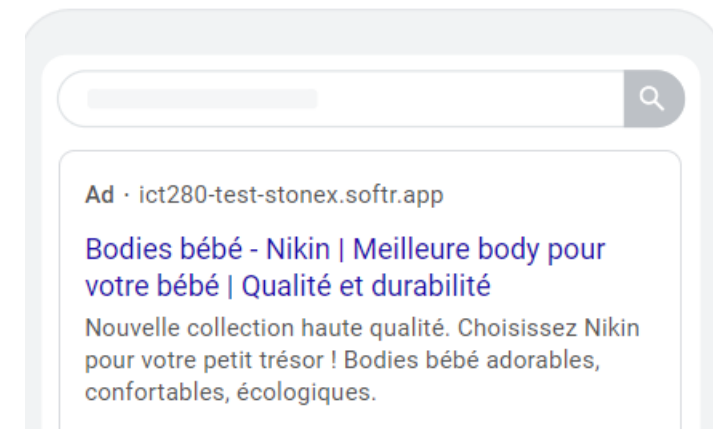
800 CHF mensuel max

## Zone :

Suisse romande

## Estimation coûts et résultats :

Estimation 1'390-1'830 clics/mois



Clic moyen de 1.- CHF

42-55 ventes/mois si 3% de  
taux de conversion

body sans manches<sup>50</sup>

body manche longue<sup>50</sup>

body nouveau né<sup>50</sup>

cadeau nouveau-né<sup>100-1k</sup>

body bébé bio<sup>50</sup>

vêtements bébé<sup>100-1k</sup>

# Stratégie SEO

## Confiance:

- Témoignage clients

## Netlinking:

- Texte sur les liens accrocheurs

## Accessibilité:

- Site adapter sur smartphone, tablette et ordinateur

body bébé bio<sup>50</sup>

body nouveau né<sup>50</sup>

body coton bio bebe<sup>50</sup>

body bébé manche  
longue<sup>50</sup>

# LANDING PAGE





Lien

Landing page Nikin

# Hero banner

The screenshot shows a hero banner for baby bodysuits. At the top left is the NIKIN logo, which consists of a small tree icon above the word 'NIKIN'. To the right of the logo is a navigation bar with the links 'Femmes', 'Unisex', 'Durabilité', and 'A propos', followed by a user profile icon. The main headline reads 'LE MEILLEURE BODY POUR VOTRE BÉBÉ !'. Below the headline, it states '3467 commandes passées'. A prominent green button with the text 'Commander maintenant' is positioned below the text. To the right of the text, three baby bodysuits are displayed: a green long-sleeved onesie, a white long-sleeved onesie, and a yellow short-sleeved onesie. The yellow onesie has the NIKIN logo on the chest.

## Header

logo, barre de navigation

## Nombre de commandes

Pour inciter les gens à acheter

## CTA principal

Commander maintenant

## Produits

Trois bodys

# Proposition de valeur

Pourquoi choisir Nikin ?



Matériaux durable

[Cliquez ici pour en savoir plus →](#)



1 produit = 1 arbre

[Cliquez ici pour en savoir plus →](#)



Vêtements made in Europe

[Cliquez ici pour en savoir plus →](#)




Il s'agit des valeurs de Nikin !

Elles sont présentes sur le site actuellement.

# Prix/options

Nos produits avec leur description et le prix.

**Nos produits**

|   |   |   |
|---|---|---|
|  |  |  |
| <b>25.-</b><br>Body pour l'été à manches courtes, en lin                            | <b>35.-</b><br>Body pour la mi-saison, à manches longues, en coton                  | <b>45.-</b><br>Body pour l'hiver, à manches longues, polaire                        |

# Créer de l'empathie

## Témoignage de nos clients

les choix de body,  
son qui est ajustable.  
nd il fait trop chaud est  
n fils de 18 mois.

nyée de commerce



Je suis absolument ravie par les choix de body,  
notamment celui pour la mi-saison qui est ajustable.  
Pouvoir enlever les manches quand il fait trop chaud est  
vraiment pratique pour mon fils de 18 mois.

Leïa Lafraise Fleuriste

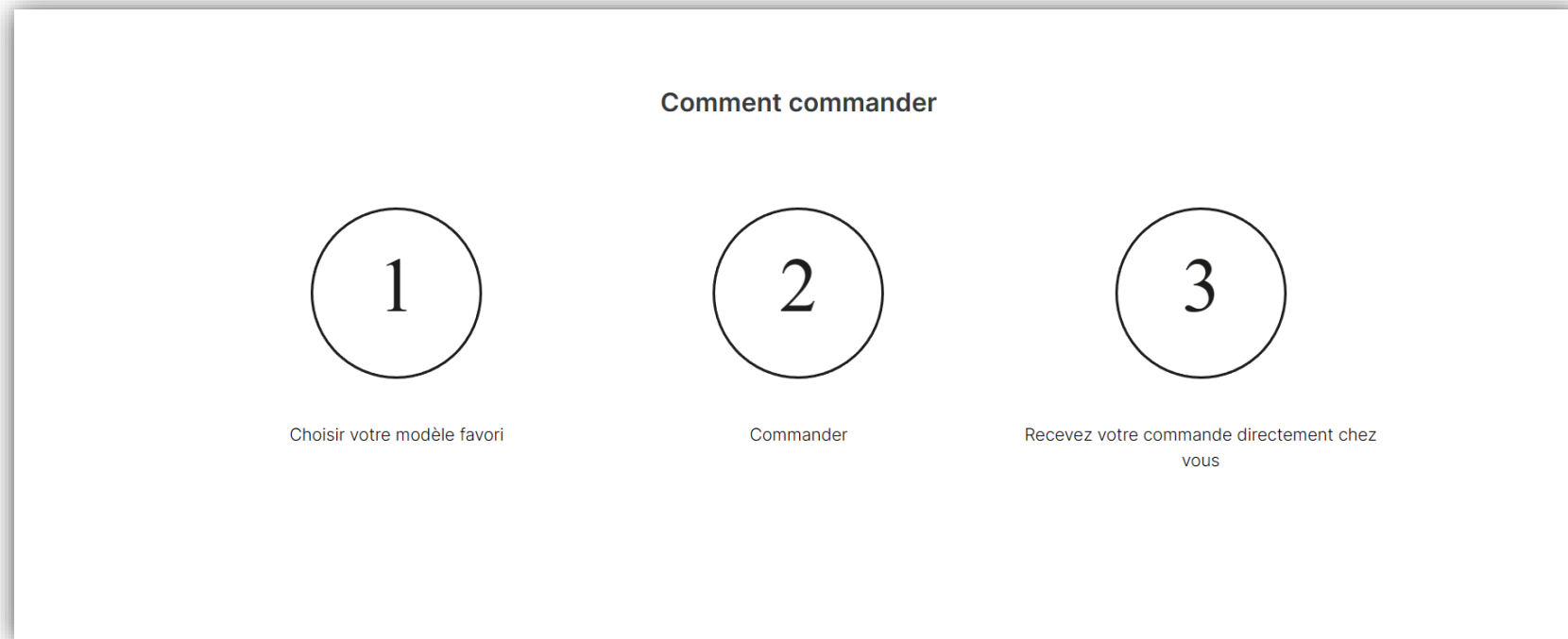


Je suis absolument  
notamment celui pour  
Pouvoir enlever les man  
vraiment pratique

Amy D

Témoignages pour  
que les futurs clients  
aient confiances.

# Donner un plan



Plan simple et facile à comprendre.

# Newsletter

## INSCRIVEZ-VOUS A LA NEWSLETTER DE NIKIN !

Nous mettons de bonnes vibrations sur votre écran!  
De nouvelles collections, des projets de plantation d'arbres du monde entier et  
des vidéos amusante.  
Nous vous écrivons que si vous en profitez!

PS: vous pouvez vous désinscrire de la newsletter à tout moment.

Email \*

Inscrivez-vous

Pour fidéliser les clients.

Ils vont être au courant  
de toutes les nouveautés.

# Footer



Accès à la FAQ, aux contacts, paiement,..



# Modifications hero banner



The screenshot shows a hero banner for baby clothing. At the top left is the NIKIN logo, which consists of a stylized tree icon above the word "NIKIN". To the right of the logo is a navigation menu with the items "Femmes", "Unisex", "Durabilité", and "A propos", followed by a user profile icon. The main headline reads "LE MEILLEURE BODY POUR VOTRE BÉBÉ !". Below the headline is a list of bullet points: "- 3467 commandes passées", "- A partir de 25.-", "- Les meilleurs matériaux", and "- Un large choix de couleurs". To the right of the text are three images of baby clothing: a green long-sleeved jumpsuit, a white long-sleeved onesie, and a beige short-sleeved onesie. At the bottom left of the banner is a green button with the text "Commander maintenant".

NIKIN

Femmes Unisex Durabilité A propos

## LE MEILLEURE BODY POUR VOTRE BÉBÉ !


- 3467 commandes passées
- A partir de 25.-
- Les meilleurs matériaux
- Un large choix de couleurs

Commander maintenant

Liste à puces avec des informations utiles.

# Modifications prix/options

Nos produits



|  |  |  |
|--|--|--|
| <p>25.-</p> <p>Body pour l'été à manches courtes, en lin</p> <p><a href="#">Commander maintenant →</a></p> | <p>35.-</p> <p>Body pour la mi-saison, à manches longues, en coton</p> <p><a href="#">Commander maintenant →</a></p> | <p>45.-</p> <p>Body pour l'hiver, à manches longues, polaire</p> <p><a href="#">Commander maintenant →</a></p> |
|--|--|--|

Ajout du CTA commander maintenant.

Pour rappeler aux clients de commander l'article.

# CONCLUSION



MERCI POUR VOTRE  
ATTENTION !

