

	CARACTERISTIQUES	AVANTAGES	PREUVES
KAKEMONO	160 x 60 cm Suspendu, kit de suspension fourni	Grande visibilité sur les lieux de ventes, utilisables pendant une durée indéterminée	% d'augmentation du nombre de ventes du produit et de la marque depuis l'installation des kakémonos
SALONS ET FOIRES	Stands de 15m2, durée de plusieurs jours	Prospection auprès de particuliers et professionnels de manière ciblée	Augmentation du nombre de points de vente et de ventes auprès des particuliers
POSTS RESEAUX SOCIAUX	Posts Instagram, Facebook, Twitter, Pinterest : vidéos, photos, promotions...	Grande visibilité en raisons de l'explosion des réseaux sociaux pour la communication	Augmentation de l'interaction avec la communauté mesurée avec les KPI.
AFFICHAGE METRO	Marseille : 3 affiches de 11 m² Paris : 12 m2	Grande visibilité avec les plus de 4 millions de personnes qui empruntent le métro parisien par jour	Augmentation du nombre de vente sur la région parisienne et l'agglomération marseillaise
PARTENARIAT YOUTUBE	Vidéos sponsorisées présentant le produit et démonstration + code promo attribué à chaque influenceur	Publicité très ciblée puisque ce sont les parents de jeunes enfants ou enfant eux mêmes qui regardent ce type de contenu sur Youtube	Utilisation du code promo attribué à chaque influenceur pour voir son taux de rentabilité

POST INSTAGRAM

	CARACTERISTIQUES	AVANTAGES	PREUVES
SÉCURITÉ	Besoin d'être rassuré, recherche d'une relation de confiance	La page Instagram de l'entreprise peut apporter des bénéfices puisque le client peut avoir confiance au sein d'une communauté et avoir une relation avec la marque	Le nombre d'abonnés montre la confiance en la marque
ORGUEIL	Quelqu'un qui porte une haute estime de lui-même, arrogant parfois. Son ego dirige ses décisions	Le client peut se sentir important puisqu'il est informé en premier et peut se sentir privilégié de recevoir des informations inédites que seuls les abonnés peuvent pas avoir	Notification de la campagne pour les abonnés
NOUVEAUTÉ	Friand d'innovations, ce profil développe une grande curiosité envers les nouvelles offres.	Le post peut montrer sa nouveauté et permet de montrer aux clients que la marque fait preuve d'innovation.	l'information de "nouveauté" sur la campagne
CONFORT	La simplicité, la commodité et le bien-être guident ses choix	Une publication sur Instagram simple avec les bonnes informations peut simplifier et faciliter l'achat du client ainsi que répondre à toutes ses questions.	Réponse aux commentaires des clients, informations sur la campagne
ARGENT	Personne matérialiste, compare, négocie ardemment les prix. Il met en concurrence plusieurs fournisseurs. Il est à l'affût des promotions et autres bonnes affaires.	Le post peut montrer aux clients les bonnes affaires qu'ils peuvent faire en les informant sur les jouets du moment qu'ils peuvent acheter.	Montrer le prix
SYMPATHIE	Attaché à la convivialité, aux rapports humains. L'affectif guide ses actes	Le post peut apporter cela en ayant un contact avec le client puisqu'il l'informe tout en le divertissant grâce à une campagne qui correspond à l'image de la marque et celle du jouet.	Interaction avec le client (commentaires, s'adresse à lui,...), éléments qui rappellent l'image de la marque
ÉCOLOGIE	Attaché à l'éco-responsabilité	Le post Instagram n'utilise pas de papier et montre au client que la marque accorde une place importante à l'écologie.	Utilisation des couleurs naturelles (vert), les animaux ...

KAKÉMONO

	CARACTERISTIQUES	AVANTAGES	PREUVES
SÉCURITÉ	Besoin d'être rassuré, recherche d'une relation de confiance	Le kakemono peut être placé n'importe où notamment dans les magasins de jouets. Il permet aux clients d'identifier le jouet sur la campagne qu'il pourra reconnaître dans le magasin, ainsi le client n'hésite pas lors de son achat, c'est comme s'il connaissait déjà le jouet.	Le jouet qui est sur le kakemono, l'emplacement du kakemono
ORGUEIL	Quelqu'un qui porte une haute estime de lui-même, arrogant parfois. Son ego dirige ses décisions	La mise en avant d'un jouet grâce à un kakemono dans un magasin de jouet permet de montrer l'importance de ce jouet qui incite ce type de client à vouloir le posséder puisque le voir sur une campagne montre qu'il se démarque et qu'il a une place importante par rapport aux autres jeux.	Peu de kakemono pour un jouet dans le magasin
NOUVEAUTÉ	Friand d'innovations, ce profil développe une grande curiosité envers les nouvelles offres.	Mettre un kakemono pour informer de sa nouveauté permet de montrer qu'il s'agit du jeu du moment. Ce type de client est intéressé par la nouveauté dans ses achats alors il sera incité à vouloir l'acheter	L'information de "nouveauté" sur la campagne
CONFORT	La simplicité, la commodité et le bien-être guident ses choix	Le fait de voir un kakemono lors de ses achats peut faciliter le client à se décider lors de son achat s'il hésite, voire prendre une décision à sa place. Il peut donc simplifier son achat et le rassurer dans sa décision.	L'emplacement du kakemono, la mise en avant du produit
ARGENT	Personne matérialiste, compare, négocie ardemment les prix. Il met en concurrence plusieurs fournisseurs. Il est à l'affût des promotions et autres bonnes affaires.	le kakemono peut être associés à l'importance du jouet car il est mis en avant, et peut montrer son utilité et donc le rassurer dans sa dépense d'argent	montrer le prix, la mise en avant du produit
SYMPATHIE	Attaché à la convivialité, aux rapports humains. L'affectif guide ses actes	Le kakemono peut avoir une image sympathique puisqu'il présente le jouet et permet d'interagir avec le client lorsqu'il se retrouve sur les lieux de l'achat du produit. Le client ne voit pas que le produit dans les rayons mais aussi sur les kakemonos qui peut rapporter à la convivialité pour ce client.	Interaction avec le client (s'adresse à lui) éléments qui rappellent l'image la marque (reconnaissance)
ÉCOLOGIE	Attaché à l'éco-responsabilité	Le kakemono est réutilisable et montre au client que la marque accorde une place importante à l'écologie	Utilisation des couleurs naturelles (verts), les animaux,...

SPONSORING YOUTUBE

	CARACTERISTIQUES	AVANTAGES	PREUVES
SÉCURITÉ	Besoin d'être rassuré, recherche d'une relation de confiance	Le fait de voir des personnes qu'il connaît et une démonstration du jouet peut inciter le client à le rassurer lors de son achat.	Le nombre d'abonnés qui est importants, la démonstration
ORGUEIL	Quelqu'un qui porte une haute estime de lui-même, arrogant parfois. Son ego dirige ses décisions	Le fait de voir des personnes que le client connaît ou qu'il admire s'il est abonné permet de le guider dans ses choix de consommation puisque son orgueil peut le guider à vouloir vivre comme les personnes qui ont une influence sur lui.	La célébrité des influenceurs
NOUVEAUTÉ	Friand d'innovations, ce profil développe une grande curiosité envers les nouvelles offres.	Si le client voit des influenceurs qui peuvent être associés à la modernité et à la nouveauté et qui ont un temps d'avance sur les dernières nouveautés, il pourra alors être incité à posséder le dernier jouet surtout si les influenceurs montrent que ce jouet est innovant et nouveau.	L'information de "nouveauté", l'image des influenceurs
CONFORT	La simplicité, la commodité et le bien-être guident ses choix	Si les influenceurs font une démonstration efficace et montrent que le jouet est simple à utiliser, le client pourra alors décider d'opter pour ce jouet.	La démonstration et les explications des influenceurs
ARGENT	Personne matérialiste, compare, négocie ardemment les prix. Il met en concurrence plusieurs fournisseurs. Il est à l'affût des promotions et autres bonnes affaires.	La vidéo peut montrer aux clients les bonnes affaires qu'ils peuvent faire en l'informant sur les jouets du moment qu'il peut acheter. Le client qui est attaché à son argent pourra alors se décider plus facilement à l'acheter avec la proposition de réduction avec le code surtout si on le convainc de son utilité.	Montrer le prix, explications des influenceurs
SYMPATHIE	Attaché à la convivialité, aux rapports humains. L'affectif guide ses actes	Le contact entre les influenceurs et leurs abonnés qui créent une communauté, ce sont comme des proches qui les conseillent	Interaction avec les abonnés, la communauté des influenceurs
ÉCOLOGIE	Attaché à l'éco-responsabilité	L'image de la chaîne qui correspond à l'importance du respect de l'environnement, démonstration qui montre que le jouet est responsable en terme d'écologie	L'image de la chaîne, explication du respect de l'environnement

..... Potentielles objections du client

Suite à la proposition de solutions de communications, l'annonceur Janod pourrait émettre différentes objections. Nous les avons imaginé et nous y avons répondu.

Pour le kakémono les objections peuvent être la limitation au niveau des dimensions. En comparaison à d'autres supports, ils ne permettent pas également des animations dans les pubs comme une démonstration qui permet de montrer le produit. Ce sont des moyens de communication qui restent assez simples qui correspondent aux affiches dont l'inconvénient peut être le fait que le public ne le regarde pas ou ne le voit pas.

Ainsi, pour y répondre nous pourrions mettre en avant les opportunités qu'offrent les kakémonos. Pour la visibilité, il suffit de bien repérer les endroits facilement exposés aux yeux des consommateurs pour toucher un maximum de personnes. Si l'on choisit un bon emplacement, on peut impacter nos cibles. On peut aussi utiliser des couleurs pour refaire sortir le visuel du kakemono qui aura un plus grand impact sur le public.

Les objections de la part de l'annonceur liées à la réalisation d'un partenariat avec une chaîne Youtube peuvent être l'investissement global lié à la création des vidéos. La création de vidéos professionnelles demande du temps : choix des thématiques, création d'un plan, choix du lieu/décors, tournage, montage,...

Le fait que la mise en avant du produit ne sera que sur une des vidéos de la chaîne, cette vidéo peut faire moins de vues que les autres ou elle peut ne pas capter l'attention du spectateur.

Pour pallier à ces objections il y a plusieurs solutions comme par exemple le partage de la vidéo de la chaîne pour faire un maximum de vues sur la vidéo et toucher un maximum de personnes, en la partageant sur les réseaux sociaux de la marque ou encore son site.

Le risque principal d'objections par rapport à la mise en place de publications Instagram comme moyen de communication est que les seules personnes abonnées au compte de la marque vont voir la publication. La publication de contenu sur les réseaux sociaux implique une exposition supplémentaire aux critiques de la marque, du produit ou de la campagne que l'on peut directement retrouver dans les commentaires. La facilité et rapidité d'utilisation du réseau social peut être un obstacle dans la mesure où l'utilisateur peut rapidement passer à un autre post et donc beaucoup de personnes vont faire défiler leur fil d'actualité et ne pas voir la publication.

On peut pour cela on peut répondre que les réseaux sociaux sont un moyen de communication majeur de nos jours et nous ne pouvons pas les négliger. Il faut alors partager la publication sur la plateforme et inciter tous les abonnés à partager la campagne voir même avec les influenceurs avec qui l'on nous sommes en partenariat. On peut supprimer les critiques irrespectueuses voire les insultes s'il y en a dans les commentaires et répondre aux critiques constructives s'il y en a.

Pour le problème de la facilité à faire défiler son fil d'actualité, nous devons alors créer une campagne qui capte et attire l'attention comme les couleurs ou des éléments qui mettent en avant la campagne et le produit.

Les objections liées à l'affichage dans le métro sont que la campagne sera uniquement présente à Paris et Marseille ce qui limite les cibles car le nombre de personnes touchées par la campagne est restreinte. Le risque que les personnes ignorent l'affiche en passant dans la rue ou qu'il ne regarde pas en raison du lieu. Les personnes dans les transports sont souvent pressées.

Pour répondre à ces objections, on peut montrer que l'emplacement et le choix des villes peuvent répondre aux problèmes puisqu'elles sont parmi les plus grandes villes françaises. Chaque jour, des millions d'utilisateurs du métro fréquentent les quais et sont exposés à la publicité. Le nombre de personnes touchées reste donc relativement élevé. Les affiches peuvent également se distinguer de l'ordinaire pour attirer, utiliser des couleurs vives et ainsi impacter un maximum de personnes.

Enfin, l'annonceur pourrait émettre des objections quant aux choix de la participation à des salons et foires du jeu et du jouet. Il pourrait souligner que cela engendre d'importants coûts pour un nombre de personnes touchées assez minime. De plus, il pourrait émettre que la concurrence est présente et donc est un risque supplémentaire. Janod pourrait aussi nous dire que si la personne qui effectue la démonstration n'est pas convaincante alors le jeu pourrait avoir des avis très négatifs de prime abord.

Cependant, la participation à ces événements permet de toucher une cible B to B très importante qui pourrait faire augmenter le nombre de points de vente si certains professionnels revendeurs sont séduits par le produit et/ou l'esprit et l'univers de la marque. Cette augmentation de point de vente reflète une potentielle augmentation des ventes.

Quand aux cibles B to C, les foires permettent une démonstration et la possibilité de tester le jeu aux enfants. Le choix d'un excellent commercial pour effectuer cette tâche est donc primordial. Si le concept plaît, les leaders d'opinion tel que journalistes, influenceurs ... présents sur le salon pourront faire parler du produit et toucher plus de personnes. Lors du salon, la marque doit utiliser des concepts ludiques, organiser des jeux, des concours, faire participer les visiteurs. La préparation en amont de l'évènement est donc indispensable mais très efficace.

De plus, il faut informer sur les réseaux sociaux de la participation à l'évènement pour attirer des spectateurs. Il faut de plus avoir préparé des supports comme des cartes de visite et flyers pour donner des informations supplémentaires et des contacts aux visiteurs.