



Recommandation Commerciale

AMADERMA

Sommaire

I- Réflexion stratégique

- Positionnement - p1
- Objectif de communication - p1
- Les cibles - p1
- Promesse - p2
- Ton - p2
- Accroche - p2
- Contraintes - p2
- Visuels - p2

II - Evènement soirée découverte

- Emailing femmes - p3
- Communiqué de presse - p3
- Email d'invitations partenaires - p4
- Dossier de partenariat - p4
- Envois de communiqué de presse - p5
- Mail de remerciement - p5
- Mail de confirmation Ambassadrices - p5

IV - Stratégie en ligne

- Vidéo de présentation - p6
- Articles - p6
- Répondeur - p6
- Google Adwords - p6
- Concours Facebook - p7

Advocacy Marketing

- Mise en place d'un réseau d'ambassadeurs - p8

V - Stratégie de Fidélisation

- Carte de vœux - p9
- Emailing médecins généralistes - p9
- Emailing Ambassadeurs - p9
- Emailing Partenaires - p9

VI - Calendrier et Budget

- Calendrier - p10
- Budget - p10

Réflexion Stratégique

Positionnement

Amaderma est un centre esthétique fournissant des services de qualité encadrés par une équipe médicale compétente dans un cadre accueillant et moderne (cf.A1)

Objectifs de communication

COGNITIFS :

- Développer la notoriété du centre auprès des cibles
- Informer sur les prestations mises en valeurs et les prestations moins connues que propose le centre
- Informer sur les prestations que propose le centre de Toulouse

CONATIFS :

- Susciter l'intérêt des potentiels clients
- Susciter la demande d'information
- Générer du trafic sur les réseaux sociaux et le site internet
- Inciter les influenceurs à parler et à conseiller le centre
- Susciter des partenariats
- Donner envie aux cibles de visiter le centre

AFFECTIFS :

- Donner l'image d'un centre accueillant et moderne proposant des services de qualité
- Rassurer les clients en ce qui concerne les prestations d'Amaderma.

Les Cibles

Principale : (cf.A2)

Les **FEMMES** qui aiment prendre soin d'elles de **18 ans et plus** vivant sur les régions de **Marseille** et de **Toulouse** de **CSP+**.

Les femmes de 18 ans et plus car ces dernières sont les plus intéressées par tous les soins que proposent Amaderma selon l'annonceur. Tous ces soins sont accessibles dès la majorité. On peut donc fidéliser dès le plus jeune âge pour de futurs soins. Concernant les femmes, elles ont différentes raisons de plaire. Cela reste lié à l'influence d'une société toujours plus exigeante sur les critères de beauté féminine.

Nous avons choisi de nous concentrer sur les CSP + de Toulouse et de Marseille, car leur budget consacré aux soins du corps est plus important. Nous nous sommes concentrés le plus localement possible pour optimiser les effets de notre communication.

Cibles secondaires :

Clients actuels d'Amaderma

Médecins des patients des centres de Toulouse et de Marseille

Journalistes de la PQR et de la PQN dans le domaine de l'esthétique

Ambassadeurs potentiels

Réflexion Stratégique

Promesse

Dans une ambiance accueillante, le centre Amaderma vous propose un accompagnement de qualité qui sublimerait votre beauté.

Nous avons décidé de souligner la qualité de vos services et de votre accompagnement. Vous disposez déjà d'une forte identité, dont nous ne souhaitons pas changer les fondements.

Ton

Professionnel, Privilégié

Accroche

« Votre beauté/silhouette mérite un expert »

Contraintes

Budgétaire : 10 000 €

Légales :

Respecter les droits à l'image.

Tenir compte des restrictions juridiques pour les médecins et professions médicales ou paramédicales.

Graphiques : Les supports de communication doivent contenir le logo d'Amaderma.

Temporelle : La campagne s'étend d'avril 2018 à janvier 2019.

Informationnelles : Présence obligatoire de l'accroche, signature, adresse postale, icônes des réseaux sociaux

Visuels de la campagne

(Cf. V1, V2, V3)



Visuel 1: Uniquement destiné à organiser cette soirée, ce visuel met en avant votre produit phare: l'épilation laser. Ce service représente la plus forte demande dans votre domaine métier, attendu par tous de la part d'un centre comme le votre. Par sa forme, il rappelle l'intimité d'Amaderma, et compose tous les éléments rassurants liés à la médicalisation des soins.

Visuel 2: L'objectif de ce visuel n'est pas d'attirer une cible, mais de rassurer par rapport aux soins médicaux que vous procurez. Il vise les médecins et les clients actuels. Il se veut rassurant, en accord avec votre accueil bienveillant.

Visuel 3: Il a pour but d'intriguer des cibles externes à vos relations habituelles (médecins et patientèle), avec un service moins connu (la cryolyse) et donc susceptible d'attirer la curiosité des partenaires et journalistes. Il valorise aussi un aspect professionnel, à la hauteur des exigences de cette cible.

Evénement Soirée Découverte

Amaderma s'étend. Accueillez vos futures clientes.

Avril 2018 992,66 € HT

Cible principale / Journalistes

Nous vous proposons de réaliser une soirée découverte (cf.A3) pour toucher efficacement votre cible. Elle se compose d'un buffet traiteur, d'une présentation de votre entreprise, d'un test-produits de vos partenaires, de la présence de journalistes beautés et de la mise en place d'un système d'Advocacy Marketing. Elle vous permettra de rencontrer vos premières clientes potentielles, et donc d'augmenter votre notoriété efficacement sur Toulouse tout en vous donnant l'image d'un centre expert et à l'écoute des besoins de votre cible.

Moyens avant l'évènement

Inviter vos futurs clientes.

E-mailing qualifié (cf.A4)

Nous vous préconisons d'acheter une BDD de 300 coordonnées très qualifiées pour inviter les femmes par E-mailing personnalisé.

C'est une manière pertinente de les contacter elle correspond aux pratiques des CSP+ qui ont davantage tendance à communiquer par E-mail.

Pour renforcer l'identité prestigieuse et intime d'Amaderma, nous vous préconisons de ne sélectionner que 30 personnes parmi les coupons renvoyés par mail.

Cette base de données est également l'occasion pour vous d'alimenter votre fichier de prospects.

+ Post Facebook F0/F1

Se faire remarquer dans les journaux.

Envoi d'un communiqué de presse (cf.A5)

Nous vous préconisons d'acquérir une base de données de journalistes spécialisés dans la beauté. En les invitant grâce à notre communiqué de presse, les journalistes pourront relayer les informations partagées dans le diaporama et attester de votre expertise.

INVITATION – Mi-Avril – Toulouse chez



AMADERMA
Centre médical esthétique

Madame Dubois,

Le centre médical esthétique Amaderma vous invite personnellement à participer à notre soirée découverte dans le nouveau centre de Toulouse, à deux pas de chez vous.

Venez participer à cette soirée mémorable, et écouter le discours de présentation de nos médecins et infirmières pendant que vous profiterez d'un buffet traiteur. Vous pourrez aussi essayer les produits.

At vero eos et accusamus et iusto odio dignissimos ducimus qui blanditiis praesentium voluptatum deleniti atque corrupti quos dolores et quas molestias excepturi sint occaecati cupiditate non provident, similique sunt in culpa qui officia deserunt mollitia animi, id est laborum et dolorum fuga. Et harum quidem rerum facilis est et expedita distinctio. Nam libero tempore, cum soluta nobis est eligendi optio cumque nihil impedit quo minus id quod maxime placeat facere possimus, omnis voluptas assumenda est, omnis dolor repellendus. Temporibus autem quibusdam et aut officiis debitis aut rerum necessitatibus saepe eveniet ut et voluptates repudiandae sint et molestiae non recusandae. Itaque earum rerum hic tenetur a sapiente delectus, ut aut reiciendis voluptatibus maiores alias consequatur aut perferendis doloribus asperiores repellat

Pour valider votre inscription, merci de nous renvoyer les coordonnées suivantes, à l'adresse mail suivante (amaderma@contact.test) :

Nom, Prénom : _____
Adresse E-Mail : _____
Acception : _____

Nous vous remercions et espérons vous retrouver très vite !

Evénement Soirée Découverte

Amaderma s'étend. Accueillez vos futures clientes.

Avril 2018 992,66 € HT

Cible principale / Journalistes

Nous vous proposons de réaliser une soirée découverte (cf.A3) pour toucher efficacement votre cible. Elle se compose d'un buffet traiteur, d'une présentation de votre entreprise, d'un test-produits de vos partenaires, de la présence de journalistes beautés et de la mise en place d'un système d'Advocacy Marketing. Elle vous permettra de rencontrer vos premières clientes potentielles, et donc d'augmenter votre notoriété efficacement sur Toulouse tout en vous donnant l'image d'un centre expert et à l'écoute des besoins de votre cible.

Moyens pendant l'évènement

Animer votre soirée avec des produits cosmétiques.

Email d'invitation (cf.A6)

Pour élaborer une animation complète lors de cette soirée, il est pertinent d'accueillir les agents commerciaux des produits que vous distribuez déjà.

Ils pourront faire des tests-produits et expliquer en quoi ils sont complémentaires aux soins d'Amaderma.

Ainsi, vous informez les femmes que vous disposez de produits de qualité, et leur donnerez une raison de plus de revenir.

RoyeR
COSMETIQUE

Dossier de partenariat (cf.A7)

Maison Royer est un laboratoire cosmétique et gastronomique vendéen, qui propose une large gamme de produits confectionnés à base d'escargots.

Ayant eu un **accord de principe** pour un partenariat, nous vous proposons d'inviter un représentant de la marque.

Leur présence permettra d'appuyer votre image professionnelle et entreprenante auprès des invitées.

Comme indiqué dans l'accord de principe, vous pourrez aussi y gagner un échange de visibilité en vous inscrivant sur liste de leur distributeur.

Présenter vous et vos services.

Diaporama commercial

Pour animer cette soirée nous vous conseillons de diffuser un **diaporama** décrivant l'histoire et les services du centre.

Accompagné d'une prestation orale de votre part, Vous accueillerez vos invitées en leur présentant le déroulement de la soirée.



Événement Soirée Découverte

Avril 2018 992,66 € HT

Amaderma s'étend. Accueillez vos futures clientes.

Cible principale / Journalistes

Nous vous proposons de réaliser une soirée découverte (cf.A3) pour toucher efficacement votre cible. Elle se compose d'un buffet traiteur, d'une présentation de votre entreprise, d'un test-produits de vos partenaires, de la présence de journalistes beautés et de la mise en place d'un système d'Advocacy Marketing. Elle vous permettra de rencontrer vos premières clientes potentielles, et donc d'augmenter votre notoriété efficacement sur Toulouse tout en vous donnant l'image d'un centre expert et à l'écoute des besoins de votre cible.

Moyens après l'évènement


Réaliser un bilan de votre évènement.

Envois de communiqués de presse
(Cf.A8)

Nous vous conseillons de réaliser un second communiqué de presse que vous enverrez à votre base de données de journalistes afin de relayer le bilan de votre évènement à votre cible.

Cela suscitera des retombées presse et poussera les clientes potentielles à se renseigner au sujet du centre de Toulouse.

Communiqué de Presse









Le centre médical esthétique Amaderma est fière d'inviter 30 clients privilégiés à venir découvrir les divers services que propose son centre de Toulouse.

Présentation du centre :

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Integer vulputate nec ante non porttitor. Sed quis feugiat enim. Nunc vitae tincidunt nisi. Nunc tellus dui, consequat ac imperdiet ac, sodales ut mi. Pellentesque eu tellus sed dui venenatis fermentum in eget mauris. Duis auctor dignissim elementum. Sed elementum arcu a neque mattis, quis ultrices nunc imperdiet. Duis ut bibendum urna. Praesent non sem feugiat, porttitor libero eu, venenatis diam. Quisque vitae aliquet dolor. Nam porttitor ultrices turpis a aliquam. Cras justo dui, congue non augue sed, tempus sagittis neque. Vestibulum mattis commodo velit, in consequat felis tempor vel.

Ce qu'il faut noter :

 Buffet et ambiance	 30 invités de marque	 Ambassadeurs
 Test des services	 Parlons expansion	 Tests de produits partenaires

Logo
Accroche : « Votre beauté mérite un expert »
Adresse
Téléphone

Réseaux sociaux

Remercier vos invitées.

Mails de remerciements pour les invitées (Cf.A9)

Un E-mail de remerciement sera bienvenue une fois l'évènement passé.

Cette relance favorisera leur désir de revenir chez Amaderma.

Il permettra également de les fidéliser en créant avec elles un lien personnalisé.

Contactez vos ambassadrices.

Email de confirmation pour les ambassadrices (Cf.A10)

Il est nécessaire d'envoyer un E-mail de confirmation pour valider l'inscription des personnes intéressés assez rapidement pour leur montrer le professionnalisme et la réactivité d'Amaderma.

Ce mail contiendra aussi des informations vis à vis de leur rôles d'ambassadeurs, pour les impliquer efficacement.

Stratégie en ligne

Facebook, Site, réseaux sociaux 699,20 € HT
Cible principale/Cible secondaires

Une stratégie à la hauteur des exigences de votre cible

Dans un monde de plus en plus connecté, les réseaux sociaux ont pris une place primordiale dans la vie de vos clientes. Notre stratégie en ligne est élaborée en fonction des attentes de la cible. Elle se compose de vidéos explicatives, d'articles, de répondeurs téléphoniques programmables, d'une stratégie Facebook qui inclut une organisation de post et d'un jeu concours.

Des vidéos explicatives.

4 vidéos. (Cf.A11)

Les vidéos sont d'excellents outils en ligne pour toucher vos prospects d'une manière plus humaine.

Nous vous préconisons donc de réaliser une série de vidéos expliquant le déroulement de vos principaux services.

Celles-ci permettront de rassurer vos prospects, en rappelant notamment vos compétences médicales.



+ 12 Post Facebook F3/F4

Des répondeurs programmables.

3 répondeurs (Cf.A12)

Pour renforcer la cohérence de notre stratégie, nous avons confectionné une série de répondeurs téléphoniques.

Il est pertinent de diffuser une série de répondeurs programmables lorsque le centre est fermé et tout au long de l'année.

Ceux-ci offrent des informations d'actualités à vos clients, en leur laissant toujours la possibilité de laisser un message.

Des articles spécialisés.

8 articles (Cf.A13)

Nous avons constaté un manque d'informations sur l'esthétique médicalisée.

En renforçant la rédaction d'articles spécialisés sur votre site, vous pallierez à ce problème à votre avantage puisque les internautes iront d'abord sur votre site pour s'informer.

Votre référencement naturel augmentera, et favorisera le nombre de clics sur le site.

Pour optimiser cette stratégie de rédactions d'articles, nous avons établi un ordre de parutions d'articles grâce à l'outil

Google Trends.

Il permet de connaître le pic d'intérêt des internautes sur un sujet en fonction d'une courbe des recherches Google. C'est un outil très fiable car 90% des recherches sont faites sur Google.

Démarquez vous sur Google.

Google Adwords (Cf.A14)

L'outil Google AdWords vous permet d'être référencé directement au sommet des recherches Google associés à l'esthétique.

Notre stratégie:
Cibler uniquement les internautes sur Toulouse et Marseille.

-Pour 23€/Jour (699, 20€/Mois)
Google estime un nombre de vues entre 15055 à 25102/Mois
et un nombre de clics sur votre site entre 1942 et 3238/Mois.

Son impact est considérable car il boostera l'ensemble de la campagne.



Stratégie en ligne

Facebook, Site, réseaux sociaux 699,20 € HT
Cible principale/Cibles secondaires

Un concours Facebook, de potentielles clientes

Le principe du concours Facebook est simple, il s'agit de demander à vos internautes d'aimer votre page, de partager la publication concernée puis d'identifier un proche.

Ce concours est ouvert à tous mais il est destiné plus particulièrement aux femmes afin de leur faire découvrir un de vos centres. Le gain serait une épilation laser à volonté remis à une personne tirée au sort et ayant remplis les conditions citées ci-dessus.

L'objectif de ce concours est de booster le nombre de visites sur votre page et ainsi développer la notoriété de votre entreprise en ligne.

Teasing (Cf.A15)

Informez votre communauté du prochain concours Facebook.



Très prochainement sur cette page...

Nous vous proposons un concours Facebook.

Le **XX Septembre**, soyez nombreuses sur la page pour ne pas rater notre surprise qui va en plaire plus d'une!

Post Officiel (Cf.A16)

Lancez votre concours en proposant un lot attractif.



Le concours démarre aujourd'hui!

Pour participer et tenter de remporter notre offre, les conditions sont de:

Liker la publication

Partager la publication

Identifier un ami sur celle-ci

Par cette simple participation, vous aurez peut-être la chance de remporter

Des **sessions illimitées d'épilation laser** pour une personne pendant 1 an!

Résultat (Cf.A17)

Valoriser la gagnante et susciter de l'intérêt sur la page.



Et la grande gagnante de notre concours Facebook est...

XXXXX.....XXXXXX

Félicitations!

N'hésitez pas à retenter votre chance la prochaine fois.

Advocacy Marketing

Avril 2018, 6 320 € HT/an pour 100 ambassadeuses

Cible principale

Vos ambassadeurs décuplent votre stratégie Facebook (Cf.A18)

L'expression anglaise « d'advocacy marketing » fait référence à l'utilisation de différents ambassadeurs jouant un rôle de promoteurs ou représentants d'une marque. Ici, il s'agit d'une stratégie exclusivement en ligne, basée sur l'activité d'ambassadeurs connectés sur les réseaux sociaux. Partage, j'aime, commentaires, vous pourrez stimuler leur activité en ligne par un système de points attribuables en fonction de l'importance des posts. Il décuplera la stratégie Facebook.

SO-BUZZ fourni un logiciel puissant d'Advocacy Marketing qui réunit vos ambassadeurs sur une même plateforme. (cf annexe: plaquette et tarifs)

Grâce à une négociation de -40% pour louer le logiciel, nous arrivons à un prix de 4320€/An pour enregistrer 100 ambassadeuses. C'est une excellente base pour tester tout le potentiel du logiciel à échelle humaine et à coût très compétitif.

Nous mettons un point d'honneur sur le fait que si nous sommes en Finale, le responsable de SO-BUZZ souhaite vous faire une démonstration de son logiciel en direct, ou ultérieurement.

Début Avril :

Sélectionner vos 20 premiers ambassadeurs, parmi vos premiers clients.

E-mail d'inscription

Pour bien démarrer cette stratégie, nous vous conseillons de vous rapprocher par vos propres moyens des clients les plus importants du centre de Marseille.

Vous pourrez les choisir selon vos critères, mais doivent former un noyau solide, prêt à vous aider dans cette stratégie inédite.

+ Post Facebook F2

Mi Avril :

Transformer une quinzaine d'invités de la soirée découverte en ambassadeuses.

E-mail d'inscription

Pour optimiser cette soirée, vous pouvez proposer à vos invitées de devenir ambassadeuses. Elles se sentiront privilégiées en leur montrant que vous n'avez pas encore communiqué sur votre stratégie d'Advocacy Marketing.

Bien que fraîchement rencontrées, elles peuvent être très actives sur les réseaux en leur présentant ce qu'elles peuvent y gagner.

Début Mai :

Stimuler votre réseau Facebook pour recueillir les derniers ambassadeurs.

**Post Facebook +
E-mail d'inscription**

Pour être certains d'obtenir rapidement vos 100 ambassadeurs, N'hésitez pas à créer une sensation de rareté auprès de vos abonnés Facebook, en indiquant qu'il reste un nombre de places limité.

Ainsi, les personnes intéressées s'inscriront rapidement en envoyant leur mail par message privé sur votre page.

Ainsi, vous pourrez exploiter tout le potentiel du logiciel début mai.

Fin de l'année :

Récompenser les ambassadeurs.

E-mail

Pour valoriser leurs efforts, les 10 ambassadeurs les plus actifs reçoivent un chèque cadeau de 200€ à dépenser chez Amaderma.

Il est important de renseigner ce cadeau dès le début de la stratégie pour que les ambassadeurs jouent pleinement leur rôle dans le désir de faire partie des heureux gagnants.

10 gagnants, c'est assez pour donner envie à tout le monde de tenter sa chance et donc d'être le plus actif possible, à votre avantage.

Stratégie de Fidélisation

Fidéliser durablement votre clientèle

Janvier 2019 261,46 € HT

Cible secondaires

Envoyer par courrier ou E-mail des remerciements aux personnes ayant joué un rôle chez Amaderma, c'est consolider leur fidélité envers vous. Il est important de leur montrer de la considération pour renforcer la relation privilégiée que vous avez avec chacun de ces acteurs.

**Remercier vos 100
1ers clients.**

Cartes de Voeux (Cf.A19)

Vos 100 premiers clients ont fortement investi dans vos services. Ils attendent en retour des surprises capables de renforcer leur fidélité et la rendre prescriptrice au sein de son réseau en témoignant de la qualité de l'attention apportée à son égard.

**Attirer l'attention
des médecins.**

**E-mailing aux
médecins des patients**
(Cf.A20)

Pour contacter les médecins des patients, il vous suffit de leur envoyer un E-mailing en les prélevant depuis votre fichier client. S'ils ont déjà eu écho de la qualité de vos services, ils vous «suggéreront» facilement à des patients intéressés par vos services. Vous gagnerez aussi en crédibilité dans la sphère médicale.

**Féliciter vos précieux
Ambassadeurs.**

**E-mailing aux
100 Ambassadeurs**
(Cf.A21)

N'oubliez pas de remercier les personnes qui ont démultipliés l'impact de votre campagne en ligne.

Dans ce mail figurera le nom des 10 gagnants, et tous les ambassadeurs seront invités à reproduire leurs efforts pour une prochaine campagne.

**Remercier vos
Partenaires.**

**E-mailing aux
partenaires**
(Cf.A22)

Pour remercier les partenaires et entretenir des relations d'affaires, il est pertinent de leur envoyer un simple mail à chaque début d'année.

Calendrier et Budget (Cf.A23)