



SPOON & ROOM

DES MEUBLES SANS COMPROMIS

ACTEUR DE SON INTERIEUR



Amélie BARBE - Lyne GULDEMANN - Tom TREAND -
Candice ZERAMDINI - Camille BAJARD



Sommaire

- | | | |
|-----------|-------------------------------------|---------|
| 01 | Rappel de la demande | page 3 |
| 02 | Stratégie créative | page 4 |
| 03 | Stratégie des moyens et activations | page 5 |
| 04 | Budget | page 10 |

Rappel de la demande

Dans le cadre de ce challenge, vous, Spoon & Room, nous aviez confié l'élaboration d'un plan de communication agile et innovant pour la période de septembre à novembre 2025. L'objectif est de générer du trafic de qualité vers votre showroom parisien et votre site internet, en ciblant principalement les millennials urbains de 25 à 45 ans, les CSP+ et les personnes au mode de vie nomade.

Ce plan sera aligné avec un ton de communication amical et dynamique, tout en optimisant l'impact des actions mises en place. Le tout avec un budget de 200 000 €.

Présentation de la marque

Vous, Spoon&Room, proposez des meubles modulables, esthétiques et durables, offrant liberté et simplicité pour aménager chaque espace. Votre positionnement est innovant et assez haut de gamme

Problématique

Votre problématique est donc la suivante : Dans un marché concurrentiel en pleine évolution, quelle stratégie adopter pour attirer un trafic qualifié vers votre showroom parisien et votre site internet ?

Contexte concurrentiel

Le marché du meuble en France connaît des fluctuations, comprenant une baisse entre 2023 et 2024. Cette baisse est étroitement liée aux différentes tensions du secteur de l'immobilier et aux difficultés d'accès au crédit. De plus, l'inflation réduit le pouvoir d'achat des ménages, limitant leur budget ameublement. Dominé par la grande distribution, telle qu'Ikea, Conforama, BUT, ce marché voit aussi l'essor du e-commerce et de l'occasion. Ce secteur est principalement un marché de renouvellement, générant ainsi une forte demande malgré un contexte concurrentiel intense.

Étude des cibles

Coeur de cible

Âge : 30 - 35 ans

CSP +, actifs et connectés

Votre cœur de cible regroupe les 30-35 ans, urbains, CSP +, actifs et connectés. Cette cible dispose d'une situation professionnelle stable et d'un pouvoir d'achat plus élevé, cela leur permet d'investir dans un mobilier de qualité. Sensibles au design, à la praticité et à la durabilité, ils recherchent des solutions adaptées à leur mode de vie dynamique.

Cible principale

Âge : 25 - 45 ans

Urbains, nomades et connectés

Les millennials urbains âgés de 25 à 45 ans, CSP +, connectés et nomades sont votre cible principale. Ils cherchent des solutions d'ameublement esthétique et durables, adapté à leur mode de vie dynamique. Ils sont attentifs aux tendances et à l'innovation, ils privilégient des marques engagées et des produits pratiques.

Cible périphérique

Âge : 20 - 25 ans

Très connectés, jeunes urbains

Votre cible périphérique est constituée de jeunes urbains, âgés de 20 à 25 ans et très connectés. Ces personnes sont généralement en début de carrière professionnelle et vivent dans des logements de taille réduite. Ainsi, elles cherchent des solutions de mobilier pratiques, modulables et fonctionnelles adaptées à ces espaces restreints.

Définition des objectifs

Objectifs d'informations

Votre objectif est de faire connaître votre marque auprès des millennials urbains âgés de 25 à 45 ans, en mettant en avant vos concepts innovants de meubles pratiques et modulables. De plus, votre objectif est de valoriser l'engagement de la marque en faveur de la durabilité et de l'écoresponsabilité.

Objectifs de comportements

La conversion est un point clé de cette campagne, votre objectif est de créer du trafic dans votre showroom à Paris et sur votre site web par le biais d'activations. Par ce biais, vous désirez encourager le bouche-à-oreille et le partage sur les réseaux sociaux.

Objectifs d'image

Vous désirez vous positionner comme une marque innovante et adaptée aux modes de vie urbains et nomades tout en renforçant votre image de marque durable et responsable. Votre but est ainsi de créer un attachement à la marque en valorisant la simplicité, la liberté et la modularité de vos meubles.

Stratégie créative

Recommandation créative

Concept

Lorsque l'on mène une vie dynamique, notre intérieur doit s'adapter à notre rythme et non l'inverse. Votre marque propose des meubles modulables et pratiques. De cette manière, vos produits sont conçus pour suivre chaque moment de la journée et chaque évolution de vie. Notre campagne illustre donc cette fluidité : un intérieur qui se transforme en un instant, s'adaptant aux besoins de ses occupants, comme une scène de théâtre en perpétuel mouvement. Plus qu'un simple mobilier, vos produits deviennent des alliés du quotidien en offrant des solutions pratiques, esthétiques et évolutives pour une vie sans contrainte.

Messages

Dans un premier temps, nous mettrons en avant les caractéristiques de vos produits : des meubles simples, pratiques, personnalisables et modulables. Nous valoriserons dans un second temps vos engagements : la liberté, la simplicité et la durabilité. Nous mettons en avant le fait que vous offrez des solutions flexibles qui suivent le rythme de vie de chacun, des meubles faciles à monter et à démonter, tout cela dans une démarche écoresponsable.

Illustration

Nous mettons en avant la praticité et la modularité de vos meubles par le biais d'une communication fraîche, dynamique et impactante. Notre objectif est de valoriser vos produits et de montrer leur simplicité, leur praticité et leurs durabilités. Nous souhaitons ainsi montrer que ces produits sont parfaitement conçus pour s'adapter aux modes de vie moderne.

Tonalité

Notre campagne adoptera une tonalité amicale, engagée, fraîche et dynamique. Notre objectif est de valoriser la qualité de vos produits à travers une communication authentique et proche de votre audience et votre cible. En restant en phase avec leurs besoins et leur mode de vie, nous créons un sentiment de proximité, renforçant l'engagement et la confiance envers votre marque.

Axe stratégique

> Insight

On a tous déjà détourné un meuble de son usage initial.

> Big Idea

L'adaptabilité et la simplicité.

> Signature

L'esthétique et la pratique dans un mobilier qui évolue.

> Message

Pourquoi s'adapter à son intérieur quand son intérieur peut s'adapter à nous.

> Promesse

Des meubles simples et esthétiques qui s'adaptent à vos besoins et votre rythme.

Stratégie des moyens et activations

Activations

Première activation : Collaboration avec Gaëlle Garcia Diaz

Pour lancer notre campagne, nous avons choisi de collaborer avec Gaëlle Garcia Diaz, une influenceuse renommée pour son contenu lifestyle et déco. Elle partage régulièrement des vidéos créatives et engageantes sur les réseaux sociaux, offrant une visibilité importante aux marques avec lesquelles elle collabore.

Gaëlle a lancé le concept "Je transforme la maison d'un abonné", où elle aide ses abonnés à optimiser leur espace de vie grâce à des solutions à la fois pratiques et esthétiques. Dans le cadre de notre campagne, nous proposons un épisode exclusif en partenariat avec elle. L'objectif de cette vidéo sera le suivant : transformer l'appartement d'un jeune urbain actif et nomade qui vient de déménager, en mettant en scène la praticité et la modularité des meubles Spoon & Room.

Déroulement de cette vidéo :

- Un espace restreint et peu fonctionnel → Gaëlle découvre l'appartement et les défis d'aménagement.
- Le montage des meubles Spoon & Room → Elle assemble facilement les meubles, montrant leur simplicité et leur rapidité de montage.
- Une transformation optimisée → Grâce aux meubles modulables, l'espace devient plus fonctionnel, adaptable et harmonieux.

Cette vidéo permettra de montrer concrètement les atouts de nos meubles tout en bénéficiant de la visibilité et de l'engagement de la communauté de Gaëlle Garcia Diaz.



Deuxième activation : spot radio

Comme deuxième activation, nous avons choisi de diffuser notre spot radio sur France Inter, une station généraliste qui touche une audience variée, notamment les CSP+ âgés de 30 à 45 ans, parfaitement alignée avec notre cible. La radio reste un média puissant, écouté par 48 % de la population, elle les accompagne dans les trajets, au travail, en cuisine... Des moments où ils sont réceptifs aux messages publicitaires sans être devant un écran.

Notre spot de 30 secondes sera diffusé trois fois par jour en semaine et deux fois par jour le week-end, sur une période de deux semaines. Cette stratégie permet d'ancrer le message sans saturer l'audience, assurant ainsi une présence continue dans l'esprit des auditeurs.

Nous avons opté pour une diffusion sur trois tranches horaires afin de maximiser l'impact :

Le prime time est de 6 h à 9 h du matin, il y a une forte audience et une grande visibilité. C'est le moment où les personnes partent travailler. La diffusion de 12 spots durant les 2 semaines.

Le drive time est de 16 h - 19 h, c'est le moment clé où les auditeurs sont en voiture. La diffusion de 11 spots durant les 2 semaines.

En journée, plutôt en fin de matinée ou dans l'après-midi, l'audience est plus captive et réceptive. La diffusion de 16 spots durant les 2 semaines.

Nous avons également choisi l'offre éclatée en Île-de-France, car la marque est basée à Paris, ce qui nous permet de cibler précisément notre audience locale et d'optimiser l'efficacité de la campagne sur notre zone de chalandise.

Référencement naturel de votre site web : SEO

Il est essentiel d'optimiser le référencement de votre site, car nous avons observé que votre positionnement actuel n'est pas optimal, cela empêche donc son apparition immédiate dans les résultats de recherche.

Titrage

Nous avons constaté que la hiérarchie des titres de votre site n'est pas suffisamment optimisé. Ainsi, il est essentiel de structurer les titres de manière logique pour faciliter l'indexation par les moteurs de recherche. Nous allons donc utiliser qu'un seul H1 clair et impactant sur chaque page. Les titres H2 vont être informatifs et adaptés aux sections principales. Les H3 serviront à organiser les sous-catégories de manière fluide.

Mots-clés

Votre base de mots-clés est correcte, cependant, nous avons observé des répétitions et des combinaisons peu naturelles. Nous allons donc réduire les répétitions, utiliser des expressions plus naturelles et ajouter des mots-clés transactionnels et géolocalisés, comme "livraison rapide" ou "en stock". Enfin, nous allons diversifier les catégories de mots-clés afin de couvrir des intentions de recherches variées.

Balises

Les balises alt sont aussi essentielles pour votre référencement et l'accessibilité de votre site. Actuellement, 51 images sur 52 en sont dépourvues, tout comme leurs titres. Nous allons donc ajouter des descriptions pertinentes pour améliorer le SEO et permettre une meilleure indexation par les moteurs de recherche.

SEO Local

Pour être plus visible dans les résultats de recherche géographique, il est essentiel d'optimiser votre SEO local. Ainsi, nous allons porter une attention particulière à la gestion de votre page Google My Business, qui constitue un levier stratégique pour améliorer la visibilité de votre showroom et de votre site. Actuellement, cette page manque d'avis clients, ce qui peut réduire son impact en matière d'attractivité. Pour y remédier, nous souhaitons réaliser une stratégie de dynamisation des avis, notamment avec l'installation d'un QR code dans votre showroom pour inciter les visiteurs à laisser un commentaire, ainsi que l'intégration d'un message incitatif dans l'e-mail de confirmation de commande. Par ailleurs, une réponse systématique aux avis, notamment ceux contenant des questions, permettra d'optimiser l'interaction avec les clients. En complément, l'ajout de photos sur votre fiche d'établissement rendra la page plus engageante et attractive.

Référencement payant de votre site web : SEA

Google Ads

Nous avons fait le choix de sponsoriser votre site via Google Ads afin de positionner votre enseigne dans les premières suggestions de recherche.

Google Ads utilise un modèle d'enchères basé sur le coût par clic, ce qui signifie que vous ne payez que pour les visiteurs qui cliquent sur votre site. Ainsi, votre site sera sponsorisé pendant la totalité de cette campagne.

Nous accordons une grande importance au référencement sur les moteurs de recherche, car il joue un rôle crucial dans le renforcement de la notoriété de votre marque. Il vous permet non seulement de vous développer à l'échelle nationale et d'atteindre votre cible principale mais aussi les audiences secondaires.

E-mailing

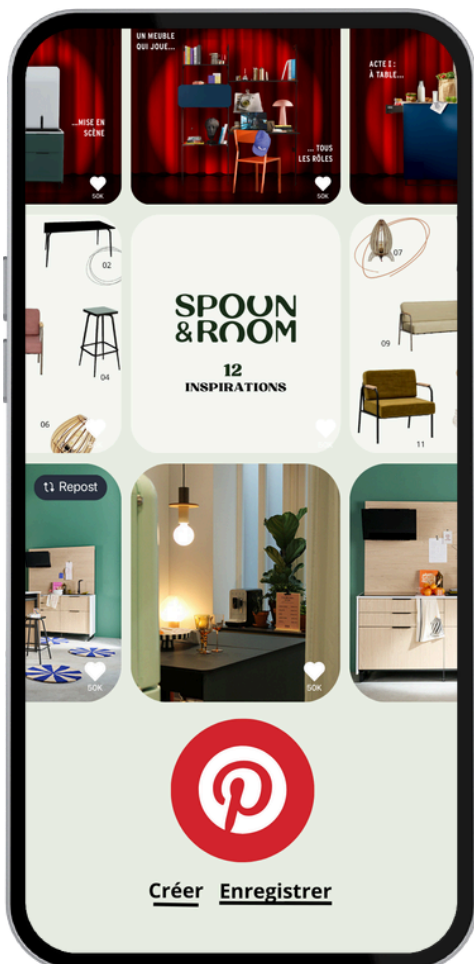
Nous souhaitons renforcer votre campagne d'e-mailing tout au long de votre campagne publicitaire afin de maximiser son impact. Notre objectif est de faire découvrir vos produits et d'inciter les abonnés à se rendre directement dans votre showroom. Ainsi, durant ces trois mois des e-mails seront envoyés mettant en avant les caractéristiques et avantages de vos meubles ainsi que des invitations à les découvrir directement dans votre showroom. Ce dispositif renforcera l'engagement des prospects et permettra de générer un trafic directement dans le showroom.

Campagne réseaux sociaux

Une gestion dynamique de vos réseaux sociaux est essentielle pour maximiser votre visibilité et toucher une audience plus large. Il est ainsi crucial de publier régulièrement du contenu adapté à chaque réseaux sociaux.

Nous utiliserons des hashtags pertinents sur chacun de vos réseaux. (#mobiliier #cuisine...). Ils vous permettront de toucher efficacement votre cible afin de gagner en notoriété.

Pinterest est un canal stratégique pour votre marque, permettant de valoriser vos meubles auprès d'un public en quête d'inspiration. Ainsi, nous allons mettre l'accent sur des visuels soignés et harmonieux, mettant en scène vos produits dans différents décors. Un feed esthétique et bien organisé facilitera la navigation et encouragera l'engagement. Chaque photo renverra directement à votre site web pour optimiser le trafic.



12 675 j'aime

spoon_and_room Créez votre cuisine de rêve avec L'ilo

Le contenu sur Facebook sera davantage informatif qu'interactif, en cohérence avec la cible plus âgée de ce réseau. Cela permettra de valoriser vos produits en mettant en avant leur design, leurs fonctionnalités, et leur adaptabilité. Nous mettrons donc en avant vos meubles et votre showroom par le biais de différents types de publications telles que des astuces et inspirations décorations, un format Avant / Après ou encore des stories interactives. Nous montrerons également la polyvalence des produits en les intégrant dans différentes pièces et différentes situations.

Sur Instagram, votre contenu sera plus interactif que sur Facebook, afin de capter l'attention d'une audience plus jeune et engagée. On retrouvera les mêmes catégories de publications que sur Facebook avec en complément des formats plus dynamiques et immersifs. Des vidéos accélérées mettront en avant la simplicité du montage de vos meubles. Une collaboration avec une personne d'influence permettra d'élargir votre audience et d'augmenter votre notoriété. L'objectif est de créer un lien avec votre communauté en l'impliquant dans du contenu plus interactif.

Sur Tiktok, nous allons renforcer votre présence en créant des vidéos dynamiques. Nous publierons une à deux fois par semaine, en mettant en avant des formats comme les transformations avant/après d'espaces encombrés, ou encore des défis montrant la simplicité du montage de nos meubles.

Publications sponsorisées

Pour toucher efficacement votre cible, nous avons pour objectif de diffuser des publicités sur les réseaux sociaux. Nous avons fait le choix de nous concentrer sur Facebook et Instagram car ce sont les réseaux sociaux les plus utilisés par les personnes âgées de 25 à 40 ans.

Notre objectif principal est la conversion, nous voulons augmenter la visibilité de votre marque et générer du trafic vers votre site web et votre showroom par le biais de liens en description des posts. Pour cette campagne, nous optons pour une stratégie de ciblage d'audience principale, en utilisant les données démographiques et les centres d'intérêt pour atteindre efficacement votre cible et les prospects les plus susceptibles de découvrir et d'acheter vos produits.

Dans cette optique, nous avons défini une fréquence de diffusion de deux posts sponsorisés par mois tout au long de la campagne afin de maintenir une présence régulière et efficace.

Collaboration

Au cours de cette campagne de publicité, nous allons réaliser une collaboration avec un influenceur parisien afin d'augmenter votre visibilité et de générer du trafic sur votre site. Cette collaboration s'accompagnera d'un concours, une mécanique que vous avez déjà utilisée.

L'influenceur que nous avons choisi est Rudy Lauer, connu pour son esthétique épurée et son approche de l'aménagement intérieur. Ainsi, il met en avant des espaces minimalistes et fonctionnels dans son contenu.

Cette collaboration se fera sous forme d'un carrousel Instagram mettant en avant vos meubles dans un intérieur minimaliste et pratique. Dans la description du post, Rudy Lauer lancera un concours. Pour participer, il suffira d'être abonné aux deux comptes, de liker et de partager la publication en story. Le gagnant sera tiré au sort et remportera un bon de réduction exclusif.



Display

Pour renforcer votre visibilité et toucher une audience plus large, nous mettons en place une campagne de display sous forme de bannière diffusées pendant deux semaines sur des sites stratégiques liés à la décoration, à l'ameublement ou encore à la cuisine. Ces sites internet sont souvent fréquentés par des personnes en quête d'inspiration pour aménager leur intérieur. Cela nous permet de capter l'attention d'un public qualifié et intéressé par des solutions d'ameublement pratique.

En misant sur un format visuel et attractif avec des messages percutants, cette campagne vise à générer du trafic vers votre site web et de renforcer votre visibilité et votre notoriété.



Affichage

Pour maximiser la visibilité de votre marque auprès des actifs urbains, nous lancerons une campagne d'affichage dans le métro parisien. Nous afficherons nos publicités pendant deux semaines sur 40 faces placées dans les couloirs du métro parisien. Le métro est un passage quotidien de notre cible et donc l'endroit parfait pour toucher une audience active. Cette campagne vise à générer de la notoriété et à rediriger le public vers votre showroom.



Livre SPOON&ROOM



Dans le cadre de notre campagne, nous allons concevoir un ouvrage pensé comme un guide d'inspiration et de conseils en aménagement intérieur. Ce livre alliera l'univers esthétique de votre marque à une approche pratique et offrira une expérience visuelle immersive, rappelant un feed Pinterest. Ainsi, les lecteurs y découvriront des mises en scène mettant en avant nos meubles, des astuces d'aménagement et des recommandations design pour allier esthétique et praticité au quotidien. Conçu avec du papier écoresponsable, ce guide reflète les valeurs de durabilité de votre marque. Ce livre est un outil de Product Content pensé pour inspirer et accompagner les consommateurs dans la création d'un intérieur qui leur ressemble.

Évènement : L'Art du Quotidien en Mouvement

Au cœur de notre campagne, nous organiserons un événement inédit pour faire découvrir votre showroom sous un angle original et immersif. Le temps d'une soirée, le showroom se transformera en un véritable théâtre/stand-up, où vos meubles seront acteurs d'un spectacle. Des influenceurs humoristes joueront des scènes du quotidien, illustrant avec humour la vie dans un foyer urbain: télétravailler dans un petit salon, recevoir des amis dans un studio...

Les changements de décor se feront en temps réel sous les yeux du public, mettant en avant la praticité de vos meubles. De cette manière, cette expérience mêlera humour, performance live et démonstration de produit et montrera qu'avec vos meubles, on ne choisit plus entre la fonctionnalité et l'esthétisme. La promotion de cet événement se fera directement sur vos réseaux sociaux.

Partenariat avec des espaces de coworking

Nous mettons en place une collaboration avec des espaces de coworking pour offrir aux télétravailleurs et aux freelances une expérience immersive avec nos meubles. Une sélection de 5 de vos meubles sera installée dans 5 espaces de coworking afin qu'ils puissent tester leur praticité et leur modularité au quotidien. Des exemplaires des livres seront également à disposition pour faire découvrir votre marque. De plus, un QR code sera apposé sur les meubles menant directement à votre site web. Nous avons choisi Morning, un acteur majeur du coworking en île-de-France avec plus de 29 espaces. En échange de ce partenariat, Morning disposera d'une mise en avant sur vos différents réseaux sociaux, renforçant ainsi leur notoriété.

Pub magazine

Pour toucher une audience intéressée par l'aménagement intérieur, nous intégrerons deux publicités dans un magazine de référence incontournable dans ce domaine. Le magazine "ELLE Décoration" correspond parfaitement car c'est un des magazines les plus influents avec une audience passionnée, en plus il touche un public haut de gamme en quête d'inspirations.

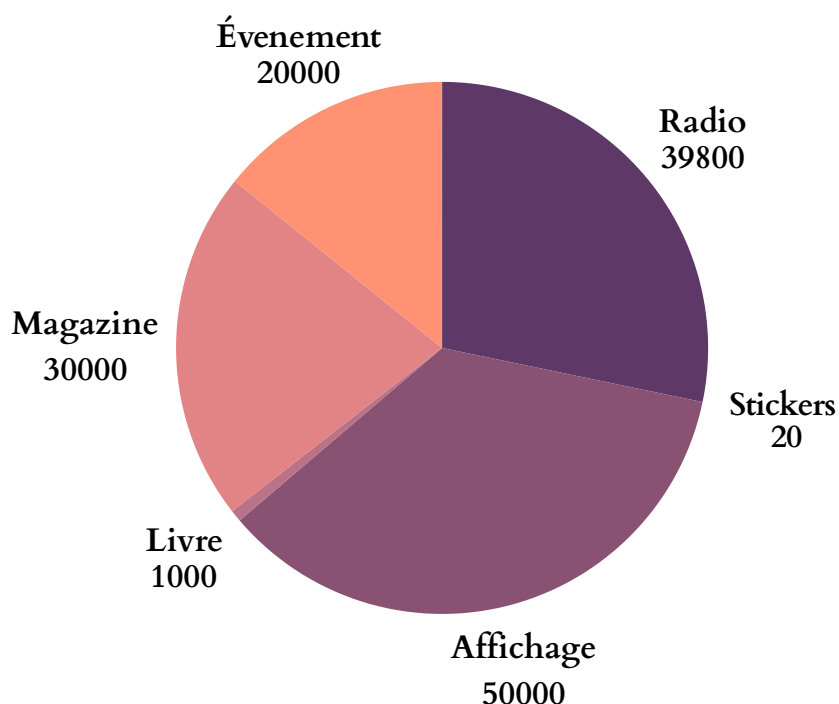
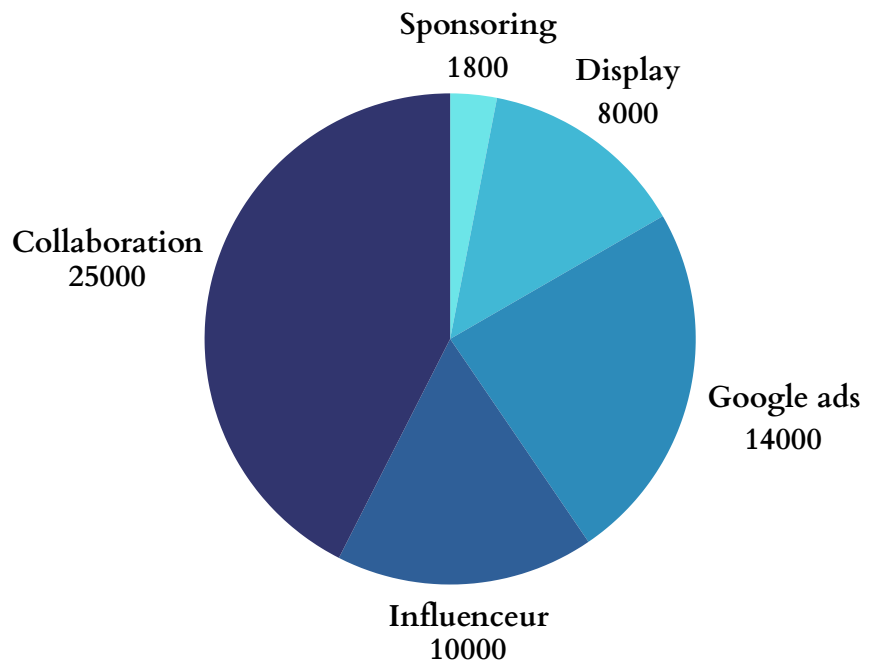
Nous diffuserons une publicité par mois pendant deux mois durant notre campagne, garantissant ainsi une exposition régulière à la marque. Cette insertion renforcera votre notoriété et générera du trafic vers votre site web et les visites en showroom.

La publicité dans les magazines de décoration est un canal particulièrement pertinent, car elle permet d'atteindre une audience réellement investie dans l'aménagement intérieur. De plus, de nombreux abonnés reçoivent le magazine chaque mois, assurant une visibilité durable.



Budget

Moyens Online



Moyens Offline

Total = 199 620 €