

Proposition stratégique Social Media

Arrivée de VegDrink en France



KIWI BLEU

Rappel de la demande

Très cher VegDrink,

Tout d'abord, un grand merci pour votre confiance. Après avoir analysé vos attentes pour votre entrée sur le marché français, nous sommes emballés par le défi et impatients de travailler avec vous.


Votre demande est claire : vous souhaitez un **accompagnement stratégique** pour le **lancement de VegDrink en France**, en adaptant votre communication en ligne pour résonner avec les **consommateurs locaux**. Nous sommes prêts à relever ce défi.

Concernant les plateformes, nous allons nous concentrer sur **Instagram et TikTok**, et utiliser des **mécanismes d'influence** pour maximiser votre impact. Cela nous semble être le combo parfait pour atteindre votre public cible, principalement les **25-45 ans** soucieux de leur santé et de l'environnement.


Nous sommes impatients de vous montrer comment nous comptons mettre en œuvre cette stratégie. **L'équipe est prête et enthousiaste** à l'idée de faire de VegDrink un acteur incontournable sur le marché français.

L'équipe


 **SOCIAL MEDIA MANAGER**
Vous-même

 **COMMUNITY MANAGER**
Paul Lebrun

 **MOTION GRAPHIC DESIGNER**
Cécilia Maton

 **RELATION PRESSE &
INFLUENCE**
Anna Tubert

 **COPYWRITER**
Laure Guerra

 **MOTION DESIGN**
Bertrand Tillard

Une équipe prête à vous accompagner dans l'atteinte de vos objectifs !

Objectifs

OBJECTIF GLOBAL

Nos objectifs sont clairs : construire rapidement **une communauté en ligne**, augmenter **votre part de marché à moyen terme**, et **positionner VegDrink comme une référence** sur le long terme. Nous avons déjà défini des KPI précis pour mesurer le succès de ces initiatives.

OBJECTIFS SOCIAL MEDIA

- Atteindre 105k de portée sur les publications Instagram d'ici la fin de l'année 2025.

OBJECTIFS INFLUENCE

- Collaborer avec 10 artistes français pour une opération de communication dans les 6 premiers mois de l'arrivée de VegDrink en France.

Audit de VegDrink

VegDrink.UK • Follow
Planet Mars



Liked by john and 1,560 others

VegDrink.UK Have you ever been navigating the vast ocean of the Internet, engaging in the usual digital activities, and paused to ponder, "Wow, cow milk is so ubiquitous it's practically a cultural staple, infiltrating every conceivable media platform—movies, sitcoms, cooking shows, commercials, and cartoons that circulate in the digital realm"? No? That's a testament to the dairy industry's masterful indoctrination! They've woven cow milk into the fabric of our culture so seamlessly that it's become the norm, even as the world increasingly turns away from it. So, we took it upon ourselves to challenge the status quo. But instead of just revamping the Internet to reflect the times, we set our sights higher—interstellar, to be precise. We decided to leap beyond our milk-saturated planet and introduce the galaxy to something novel. And guess what? Extraterrestrials have developed a penchant for Vegdrink.

#vegdrinknomars ...more

View all 20 comments

Rita Avant d'aller sur Mars, on vous attends en France !

Matt To the moon and back 🍀

Peter But why are your products so much more expensive than milk products? I mean, it's 90% water.

Anna 🍀🍀🍀 so good!!!!

5 MINS

johndoe • Follow
London



Liked by Katie34 and 490 others

johndoe Like oat but it's almond! If for some reason you're looking for more information than that, here you go: Our Almond Drink comes across as super boring and predictable but it actually has tons of dedicated fans who could tell you in great detail precisely why it's anything but boring and predictable, although it would probably be easier for everyone if you just go pick up a carton at your neighborhood grocery store and try it yourself. Unless of course you're not reading this in a country where it exists as an actual product, in which case you might want to just keep thinking of it as boring and predictable so as to avoid any feelings of missing out.

#newformat ...more

View all 58 comments

Madi Never found a better almond drink, go for it!

Ju67 🍀🍀

LizBeth Looking forward to Nut flavour already 🍀

Nat I thought VegDrink uses good ingredients, but you use rapeseed oil and canola oil in your almond milk, which are HIGHLY processed and inflammatory oil 🍀

Why do you do this???

CoffeeLover Does it work in coffee as well as the barista version does?

5 MINS

Taux d'engagement : entre 0,3 % et 2,1 %
Portée moyenne : 105k

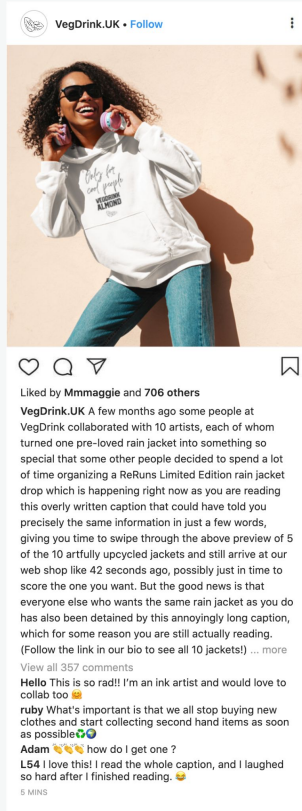
Les thèmes principaux abordés

- mise en avant produit
- l'alimentation végétale vs l'industrie laitière
- upcycling

Ton et format du contenu

- utilisation de formats variés : photo, carrousel, Reel
- textes longs
- humour et ironie
- ton engagé et qui dénonce

Audit de VegDrink



Éléments de marque spécifiques

- pas de # de marque
- pas de vocabulaire spécifique à la marque

Qualité de la modération

- pas de réponse aux commentaires positifs comme négatifs

Sentiment

- principalement positif et parfois négatif sur la question des ingrédients utilisés et sur le prix
- des questions sur l'arrivée en France et la possibilité d'utiliser VegDrink avec du café

Cibles

Alex Martin, homme, 35 ans

- Cadre dans une entreprise de technologie
- Marié, deux enfants
- Vit en banlieue d'une grande ville
- Revenu moyen à élevé

Comportements d'achat :

- Fait ses courses principalement dans des supermarchés de grande surface et en ligne
- Recherche des produits offrant un bon rapport qualité-prix
- Préfère acheter des produits avec des emballages durables
- Sensible aux recommandations de son réseau et aux avis en ligne

Besoins et désirs en matière de boissons végétales :

- Cherche des alternatives saines au lait pour sa famille
- Intéressé par la diversité des saveurs et des bénéfices nutritionnels
- Veut des options qui sont faciles à intégrer dans des recettes variées
- Attentif aux certifications bio et aux labels éthiques

Pain points :

- Difficulté à trouver des boissons végétales qui plaisent à toute la famille
- Manque d'information sur les bienfaits nutritionnels comparativement au lait de vache
- Préoccupations quant à la longévité du produit une fois le contenant ouvert

Verbatims :

- "J'aimerais que mes enfants consomment moins de sucre, donc je suis constamment à la recherche d'options plus saines."
- "Je ne suis pas vegan, mais je me soucie de l'impact environnemental de ce que j'achète."
- "Parfois, je suis déçu par le goût ou la texture des boissons végétales, surtout quand je les utilise dans le café."

Analyse concurrentielle

Marques de boissons végétales

Alpro

Bjorg

Sojasun

Bonneterre

Michel et Augustin

...

Concurrents indirects et marques avec des traits d'identité / de communication connexes

Les produits laitiers

Karma Kombucha

Shanty Biscuits

Too Good To Go

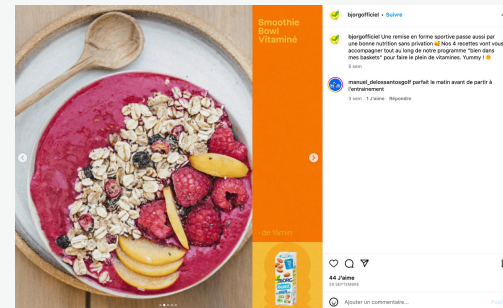
Analyse concurrentielle

Métrique	VegDrink	Alpro	Bjorg	Sojasun
Plateforme	Facebook	Facebook	Facebook	Facebook
Nombre de followers	5.000	7.000	4.500	3.000
Taux d'engagement (%)	3,5	2,0	4,0	1,5
Nombre de posts/mois	15	10	20	5
Portée moyenne/post	2.500	1.800	3.000	1.000
Fréquence de publication	3-4/sem	2-3/sem	4-5/sem	1-2/sem
Formats utilisés	Vidéo, Blog	Blog, Image	Vidéo, Quiz	Image, Story

Veille et tendances



Des recettes de saison 🍂



Un ton impertinent 🐱



Les 10 points clefs de l'audit

POINT #1

VegDrink a pour objectif **d'augmenter rapidement sa notoriété** pour son arrivée en France sur un **marché fortement concurrentiel**.

POINT #2

Sa cible est plutôt **jeune et engagée**. Elle n'est pas forcément intolérante au lactose ni vegan, mais est **à la recherche de nouvelles saveurs**, d'un produit **bon pour la santé** et surtout **bon pour la planète**.

POINT #3

Les principaux acteurs sur le marché des boissons végétales sont **Alpro, Bjorg** et **Sojasun**.

POINT #4

Le contenu proposé par la marque se compose de **posts upcycling**, de **posts engagés** et de **posts produits**, ; quid de proposer des **posts recettes** inspirées de **recettes tendances** type mocktail et / ou servies avec du café pour montrer les **multiples utilisations des boissons** ?

POINT #5

VegDrink a une tonalité bien définie et qui détonne dans le paysage actuel : un **humour parfois grinçant** qui se traduit par de **longs textes**. Il faudra réfléchir à la manière dont on pourra traduire cette tonalité si particulière en français.

Les 10 points clefs de l'audit

POINT #6

Les posts en **collaboration avec d'autres acteurs** (cf. post en collaboration avec 10 artistes) sont les posts qui génèrent le plus d'engagement. Nous vous proposons de relancer cette opération avec 10 artistes français.

POINT #7

Les questions du **prix** et des **ingrédients utilisés** sont des sujets qui sont apparus dans la modération, il faudra prévoir d'adapter une **FAQ** au marché français.

POINT #8

Attention à la modération qui ne semble pas être faite sur tous les commentaires (positifs comme négatifs).

POINT #9

Il n'existe pas de **#** ou de **vocabulaire spécifique** à VegDrink qui pourrait permettre à la communauté de reconnaître la prise de parole de la marque.

POINT #10

La marque a une **portée moyenne** sur ses posts de **105k**, nous visons la même chose sur le marché français !

Recommandations stratégiques



Un compte Instagram



Un compte Tik Tok



**Collaboration avec des
influenceurs et / ou artistes**

Positionnement

Les valeurs

- **Transparence** : VegDrink est transparente dans ses actions.
- **Innovation** : VegDrink innove constamment pour rendre ses boissons à la fois agréables et écologiques.
- **Rébellion** : la marque encourage à penser et consommer différemment.

Votre mission

VegDrink veut changer la façon dont nous pensons les boissons végétales, en en faisant non plus une simple alternative au lait, mais un choix qui respecte l'environnement et qui est agréable à consommer.

Tonalité

VegDrink communique de manière audacieuse et joyeuse. La marque se positionne comme rebelle et dynamique, célébrant chaque produit comme un pas vers un avenir plus vert.

Manifesto

Dans un univers de consommation où l'**indifférence** n'est plus une option, VegDrink émerge comme une **réponse audacieuse** aux dilemmes de la **nutrition moderne**. Face au défi de nourrir le corps **sans épuiser la terre**, notre quête se cristallise : offrir des boissons végétales qui riment avec **plaisir** et **responsabilité**.

Chez VegDrink, nous trinquons à l'**impertinence** et aux **engagements**. Nous avons l'audace de croire en un monde où chaque gorgée peut contribuer à un **changement positif**. Nos valeurs ? **Transparence**, **innovation**, et un **brin de rébellion** contre l'ordre établi des choses. Parce que boire sain ne devrait pas être ennuyeux, mais un **acte revendiqué** et **jubilatoire**.

Notre mission est de réinventer le **palais des consciences éveillées**. De l'amande à l'avoine, nos boissons sont plus qu'une alternative au lait ; elles sont une déclaration d'indépendance **contre la monotonie** et un **manifeste pour une planète plus verte**.



Calendrier éditorial

Catégorie	Série de contenu	Format et fréquence	Idées de posts
Éducation et Sensibilisation	"Verre de vérité"	Carrousels et vidéos courtes (2x/semaine)	<ol style="list-style-type: none">1. Infographie sur l'empreinte carbone du lait d'amande vs le lait de vache.2. Vidéo "mythe vs réalité" sur les laits végétaux dans l'alimentation.3. Story "Le saviez-vous?" sur l'histoire du lait d'avoine.4. Post interactif sur les bienfaits environnementaux du choix végétal.5. Carrousel détaillant le processus de fabrication de VegDrink.
Cuisine et Recettes	"VegMix"	Vidéos tutorielles (3x/semaine)	<ol style="list-style-type: none">1. Tuto recette de smoothie bowl avec VegDrink.2. Challenge recette rapide en moins de 30 secondes.3. Reels de recettes de pâtisseries végétales.4. Vidéo "1 VegDrink, 3 snacks" : idées d'en-cas.5. IGTV sur comment faire son lait d'avoine maison.
Engagement communautaire	"Défis VegDrink"	Challenges et stories (1x/semaine)	<ol style="list-style-type: none">1. Défi de la semaine pour intégrer VegDrink dans un plat traditionnel.2. Stories de Q&A sur l'alimentation végétale.3. Highlight des meilleures créations des abonnés.4. Concours photo "Où buvez-vous votre VegDrink?".5. Défi de transition pour passer au végétal.
Lifestyle et Inspiration	"VegLife"	Posts et vidéos (2x/semaine)	<ol style="list-style-type: none">1. Portrait d'un influenceur écolo qui aime VegDrink.2. Astuces pour un lifestyle plus vert avec VegDrink.3. Séries de conseils pour une vie plus durable.4. "Une journée dans la vie" avec VegDrink.5. Citations inspirantes sur le changement personnel et environnemental.
Coulisses de la marque	"Dans l'Alvéole de VegDrink"	Stories et lives (1x/semaine)	<ol style="list-style-type: none">1. Live Q&A avec le fondateur de VegDrink.2. Story "follow-me-around" dans l'usine VegDrink.3. Présentation des employés et de leur rôle.4. Post sur les initiatives durables de VegDrink.5. Time-lapse de la chaîne de production de VegDrink.
Humour et Divertissement	"Sourire Végétal"	Mèmes et sketches (2x/semaine)	<ol style="list-style-type: none">1. Parodie sur les idées reçues des boissons végétales.2. "Rage comics" sur les dilemmes végétaux.3. Mème comparatif drôle entre VegDrink et d'autres boissons.4. Sketch sur "si VegDrink était une personne".5. Reels de blagues sur les situations quotidiennes végétales.

Recette mocktail #1

Smoothie mangue

Couleur du fond : blanc, gris, marbre
Mocktail d'été
Mise en avant d'ingrédients comme
la mangue, le citron...



Recette mocktail #2

Latte Matcha Poire

Couleurs & matières : gris blanc,
granit, bois
Mocktail de printemps
Mise en avant d'ingrédients comme
la poire, le matcha, et d'ustensiles
type petit bol, pinceau mélangeur...



