

DOSSIER DE PROJET CLEANGREENS SA

PAR



HE^{VD}
IG

INTRODUCTION

RAPPEL DU CONTEXTE

L'entreprise CleanGreens basée à Molondin (Vaud, Suisse) est une start-up fondée en 2013 qui s'est spécialisée dans la production de machines pouvant produire des salades en aéroponie (hors sol).

L'entreprise s'est focalisée sur son objectif principal et s'est développée pour devenir pionnière dans son secteur d'activité. La phase de promotion des produits est au goût du jour et c'est ainsi qu'est née la collaboration avec Agensink. CleanGreens a besoin de mettre en avant son expertise et d'en plus de faire connaître sa technologie, toucher de nouveaux investisseurs.

C'est dans cette optique-ci qu'Agensink a démarré une proposition de projet en vue de fournir entre-autre une stratégie accompagnée de supports de communication pour les différents événements auxquels CleanGreens SA a prévu de participer. Les contenus produits sont de l'ordre de :

- Support 1 (print) : brochure ou flyer de présentation de la technologie/entreprise
- Support 2 (print) : visuel au format Kakemono -> habillage du stand durant les conventions
- Support 3 (digital) : modèles de publication pour les 3 événements (METTRE LES LIENS) accompagnés d'un calendrier éditorial (quoi/où/canaux/quand)

Pour le support 4 (libre), Agensink s'est positionnée sur une vidéo kinétique promotionnelle.

Le but ultime étant de proposer 4 produits médias promouvant la technologie de CleanGreens SA dans un contexte B2B en intégrant son image actuelle ainsi que ses valeurs.



ETAT DES LIEUX – ANALYSE PAR AGENSINK

Axe d'amélioration possible :

Nous avons choisi de ne pas nous focaliser sur le site mais plutôt sur les événements promotionnels. En effet, nous pensons que les potentiels acheteurs se trouvent plutôt sur les lieux de promotion ou sur les réseaux de type LinkedIn.

Toutefois, nous pensons qu'il serait pertinent de vulgariser davantage les informations mentionnées sur le site afin de permettre aux internautes de comprendre directement le sujet.

LA PROBLEMATIQUE

Afin de répondre à la problématique, Agensink avait promis de répondre à la demande du client en lui proposant :

-  Composition de contenu promotionnel
-  Soutien et accompagnement dans la gestion des réseaux sociaux
-  Proposition de contenu pour le site
-  Création de supports visuels adaptés – Vidéo/ Photo
-  Contenu éditorial

APPROCHE PAR AGENSINK

POSITIONNEMENT STRATÉGIQUE

Après avoir analysé, nous avons commencé à définir une stratégie en fonction des différents points.

STRATÉGIE MARKETING

En termes de stratégie marketing et pour implémenter une marque forte, nous avons utilisé la stratégie du Golden Circle qui consiste à définir une stratégie en fonction des 3 facteurs ci-dessous :

WHAT : qu'est-ce que l'entreprise propose?

HOW : comment elle l'amène?

WHY : Quelle est sa raison d'être? Pourquoi existe-t-elle?

En partant d'ici et après avoir éclairci le WHAT et le WHY, nous nous sommes concentrés sur le HOW afin d'établir une stratégie détaillée.

BRANDING/POINT DE VUE CRÉATIF

Nous avons choisi de rester dans les couleurs de CleanGreens SA et d'utiliser les mêmes couleurs et types de formes dans l'ensemble de nos propositions de produits.

STRATÉGIE DIGITALE

Le fil conducteur de notre stratégie a été la volonté de « vulgariser » la technologie de CleanGreens Sa afin de la faire connaître plus facilement. Tout au long de la réflexion autour de nos travaux, nous avons réfléchi de manière à utiliser des termes et des supports visuels explicites, compréhensibles et accessibles par toutes et tous.

De plus, nous avons ciblé quelques points particuliers nécessitant une attention particulière :

- Renforcement de la communication sur LinkedIn -> promotion auprès de potentiels clients
- Augmentation de la visibilité via les canaux externes -> élargissement du public
- Amélioration du contenu éditorial -> meilleures compréhension par les visiteurs

Toujours dans une vision d'augmentation de l'audience.

NOS PROPOSITIONS

SUPPORT 1 PRINT : KAKEMONO

Nous avons décidé de réaliser un kakemono « découpé » en trois parties afin de scinder le type d'informations à transmettre et à faire retenir aux potentiels clients.

La première a pour but de promouvoir la dimension de l'aéroponie et d'attirer l'œil sur ce qui nous semble important : l'innovation d'un système plus bio que bio comme une avancée pour le futur.

Le milieu du produit a principalement été rédigé pour investisseurs. En effet, mettre en avant des chiffres clés peut permettre de donner un aperçu à ce public.

La dernière partie met avant les 3 points adjectifs clés que CleanGreens met avant sur son site.

Nous avons finalement intégré les deux points de contact principaux et directs de l'entreprise.

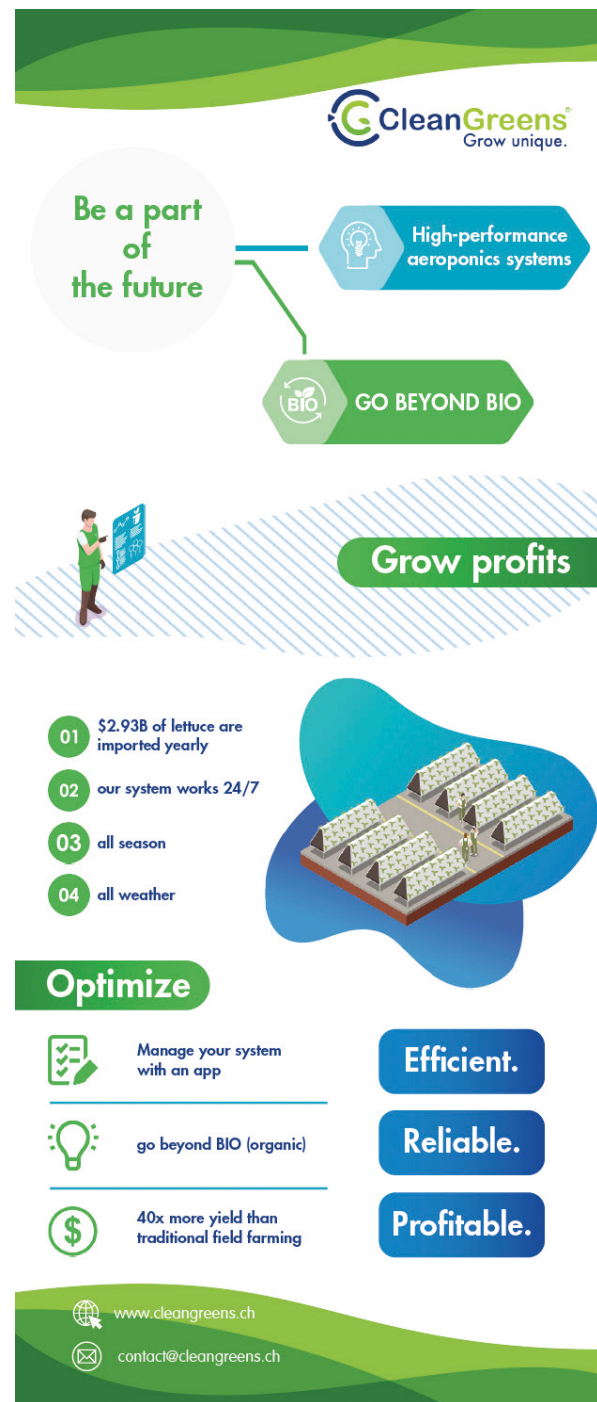
Propositions pour l'achat d'un roll up personnalisé :

Vistaprint : Rollup imprimable sur un côté, 225,40 CHF

https://www.vistaprint.ch/fr/pancartes-affiches/roll-ups?xnav=sws-ProductOnly_ResultTitle

Saxoprint : Roll up Classic, 73,15 CHF

<https://fr.saxoprint.ch/supports-signaletiques/rollups/rollups-imprimer>



SUPPORT 2 PRINT : FLYER



Le flyer en question a pour but de rappeler les éléments clés qui font que CleanGreens est une entreprise innovante dans laquelle il est possible d'accorder une confiance. Dans cette vision, nous avons trouvé pertinent d'intégrer les différents labels auxquels l'entreprise s'est faite certifiée.

Le flyer a été conçu dans l'optique d'être imprimé au format A5 recto/verso.

Propositions d'entreprise pour la réalisation des impressions numériques (Yverdon et région) :

CAVIN SA : <https://www.cavin.ch>

SPRINT : <https://www.votreimprimeur.ch>

Easy document : <http://www.easydoc.ch>

Personnellement, nous nous orienterons sur CAVIN SA. En effet, cette entreprise accorde une attention particulière à l'environnement ce qui peut correspond également aux valeurs de CleanGreens (<https://www.cavin.ch/environnement/>)

SUPPORT 3 DIGITAL : SUPPORT DIGITAUX

LinkedIn

Après une analyse de positionnement sur les réseaux sociaux, nous proposons d'axer la campagne de promotion sur LinkedIn. Ce canal à connotation sérieuse et de confiance, nous estimons que la plus grande part de la cible se trouve sur ce réseau : les investisseurs. Nous estimons donc judicieux de proposer une campagne complète sur celui-ci.

Le but étant de promouvoir la présence de ClenaGreens SA aux 3 manifestations ci-dessous :

Nous optons pour un modèle de publication en deux temps par évènement. Nous pensons qu'il serait intéressant de promouvoir une publication 2 semaines avant le forum et ce dans le but d'informer la communauté de cette information et promouvoir d'autre part l'évènement en question. Cela permet de se faire reposter par celui-ci et entretenir un côté B2B.

La publication est composée d'une première partie avec une description des détails de l'évènement complétée de différents #hashtags. Ceux-ci seront soigneusement sélectionnés en fonction de ceux mis en avant par le compte de l'évènement ainsi que des mots clés importants tels que #sustainability #écocorporel. Les #hashtags permettent une meilleure visibilité avec une sorte de système de référencement « naturel » et efficace.

La seconde publication se publiera 2 semaines après l'évènement. Cela permet de faire un compte rendu (nous proposons aux collaborateurs de prendre des vidéos et photos sur place afin de faire un petit review du trafic sur le site).

Le but ultime de ces publications est de mettre en avant l'investissement et le sérieux de CleanGreens SA auprès des potentiels clients.

L'entier des contenus a déjà été rédigé par l'équipe d'Agensink et sont disponibles directement sur le calendrier éditorial.

Calendrier éditorial

Un calendrier éditorial a été mis en place sur l'outil de travail Trello. Nous avons choisi ce support car il est facile d'utilisation et partageable facilement. Il est de plus possible de compléter les tâches effectuées directement sur l'outil en cochant l'étiquette .

Chaque étiquette Trello se compose de :

- Un rappel de l'événement avec les liens nécessaires
- Le numéro de la publication et son objectif
- Le détail du contenu du post
- L'image/média à intégrer
- La date à laquelle la publication doit être effectuée
- Un rappel à des fins de vérifications que les éléments ont été intégrés au texte (pour les prochaines)

The screenshot shows a Trello card for 'POST 1 : WORLD AGRI-TECH INNOVATION - San Francisco'. At the top is the event logo: 'WORLD AGRI-TECH INNOVATION SUMMIT San Francisco, March 22-23, 2022'. Below the title, it says 'Dans la liste Mars'. A 'Date limite' section shows '8 mars à 12:00'. The 'Description' tab is active, containing the event details and a LinkedIn link: <https://www.linkedin.com/showcase/world-agri-tech/>. The 'Pièces jointes' section lists two files: 'World-Agri_SanFrancisco.png' and 'CleanGreens Solutions - Logo.png', both added on Jan 18. A sidebar on the right offers actions like 'Rejoindre', 'Ajouter à la carte', 'Membres', 'Étiquettes', 'Checklist', 'Dates', 'Pièce jointe', and 'Champs person...'. At the bottom, it says 'Power-Ups'.

The screenshot shows a Trello board titled 'CleanGreens Solutions SA - Calendrier éditorial - LinkedIn'. The board is organized by month: Janvier, Février, Mars, and Avril. The 'Mars' column is selected, showing 'Semaine 1'. Two cards are visible in the 'Mars' column, both for 'WORLD AGRI-TECH INNOVATION SUMMIT San Francisco, March 22-23, 2022'. The first card is 'POST 1 : WORLD AGRI-TECH INNOVATION - San Francisco' with a due date of '8 mars' and 2 attachments. The second card is 'POST 2 : WORLD AGRI-TECH INNOVATION - San Francisco' with a due date of '30 mars' and 2 attachments. Each card has a 'Ajouter une carte' button at the bottom.

SUPPORT 4 LIBRE : KINETIC VIDÉO

Pour le dernier support, nous avons décidé de proposer une courte vidéo de présentation de la technologie proposée par CleanGreens. Nous avons procédé à une sélection affinée de termes précis avec une mise en avant de quelques chiffres clés. Cette vidéo permet donc tant aux clients intrigués par ce système de production d'en apprendre davantage qu'aux potentiels investisseurs de se projeter.

Termes utilisés et importants orientés marketing :

Grow profits

37% des salades suisses
sont importées
it works 24h /24h
and by all weather
by all season

Optimize

it's an innovation that is 95% automated
manage your system with an application
without a inch of soil
Manage your system with an app
40x more yield than traditional field farming
go beyond BIO (organic)
Be part of the future

Be part of the future

more bio than the bio itself
b2b company with customer in mind
Best Farm Quality, Industrial Yields
Sustainable by Essence

MISE EN SITUATION

Afin de donner un côté concret aux produits confectionnés, nous avons décidé de présenter nos travaux au travers d'une vidéo de promotion intégrant chacune des parties.

Celle-ci permet de visualiser un éventuel stand avec les outils promotionnels. Nous pouvons ainsi représenter le parcours client grâce aux différents éléments présents sur le site.

Retrouvez toutes nos productions via ce lien.

SYNTHÈSE

L'ensemble des membres d'Agensink est heureux d'avoir pu participer à ce projet et proposer des possibilités d'amélioration pour la communication de CleanGreens SA. Nous espérons avoir réussi à proposer des contenus adaptés, pertinents et répondants aux attentes du client.

Nous restons à disposition pour les éventuels besoins de renseignements ou remarques.