

phillie





PHILLIE EN QUELQUES MOTS

- sa mission est d'aider les enfants à grandir avec plaisir en créant des outils du quotidien ludiques, esthétiques et utiles.
- la marque est co-construite avec des parents et des experts de l'enfance pour créer des produits qui correspondent le plus à tous les enfants.



CIBLE

- les parents qui veulent donner un coup de pouce à leurs enfants et qui sont à l'écoute de leurs enfants.
- les parents ayant des enfants avec des troubles dys, TDAH et qui sont sensibilisés aux produits par des experts.
- les grands-parents, parrain/marraine qui veulent faire des cadeaux utiles et durables.
- les concepts stores où les produits Phillie peuvent être revendus
- les produits s'adressent aux enfants de plus de 3 ans

LES PRODUITS PHILLIE



**LE SEMAINIER
MAGNÉTIQUE**



**LA BIBLIOTHEQUE
DE MAGNETS**



**LE BALUCHON
DE SÉPARATION**



**LE CARNET DE
RÉUSSITES**



LA PROMESSE

“Faire du bien à toutes les familles et
aux enfants”

IDENTITE DE MARQUE

TYPOGRAPHIE

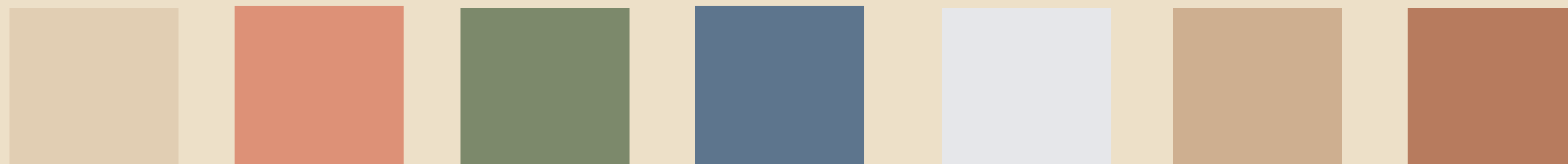
BOBBY JONES :

PRINCIPALEMENT UTILISÉE POUR DES TITRES
OU DES PHRASES COURTES ET ACCROCHANTES

Lato :

utilisée pour du texte courant

PALETTE DE COULEURS



phillie
☺

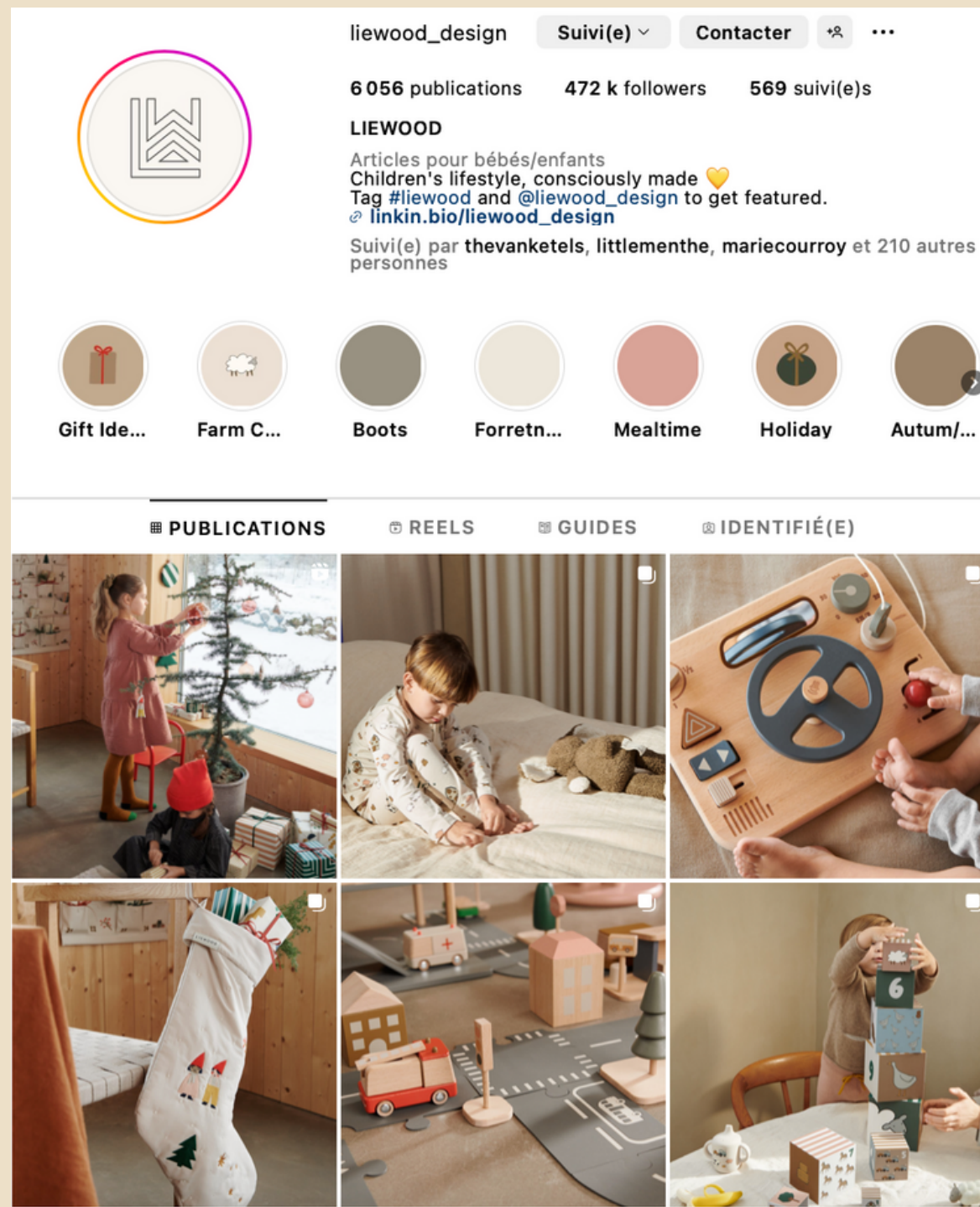
phillie
☺

phillie
☺

phillie
☺

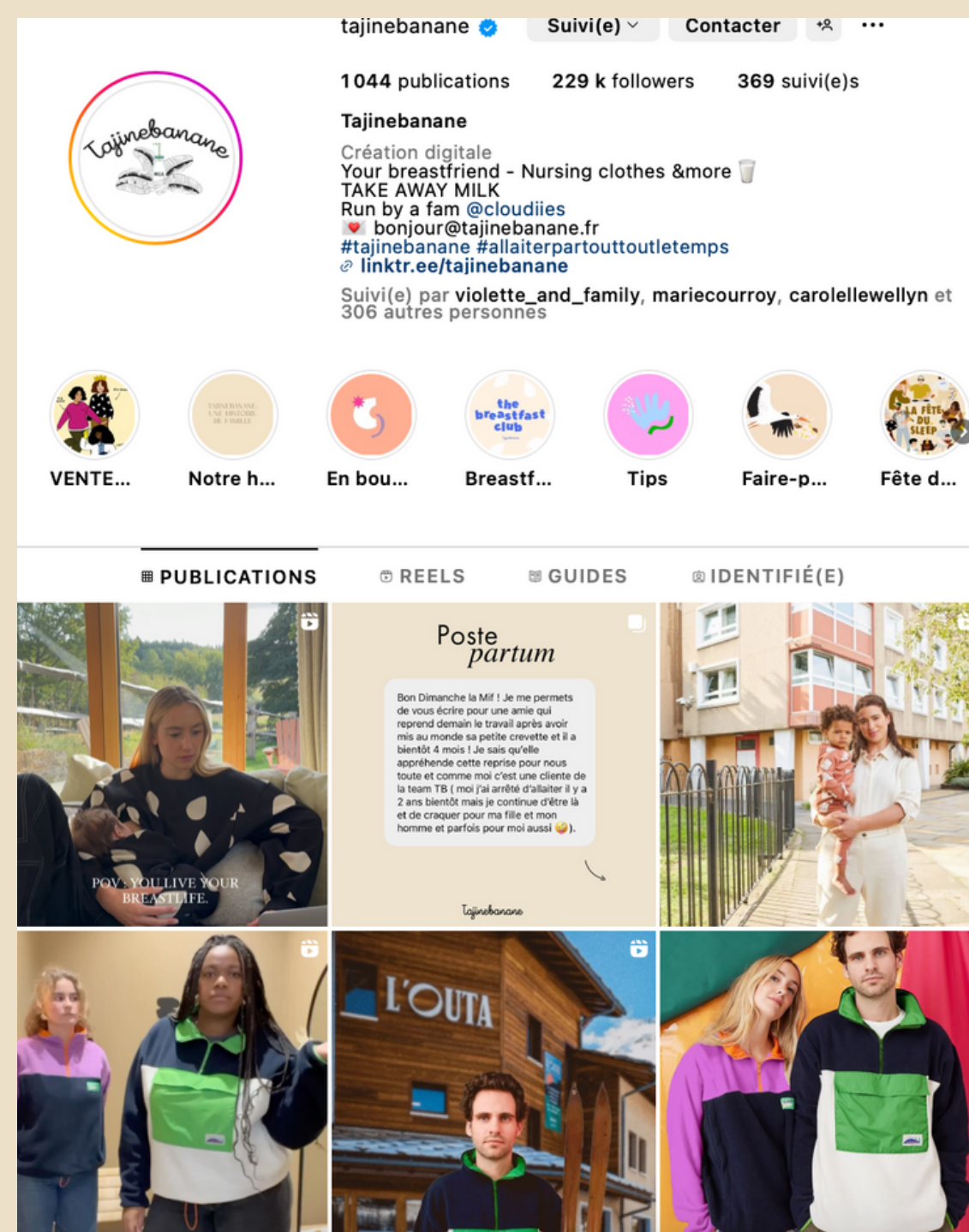
phillie
☺

MARQUES INSPIRANTES POUR PHILLIE



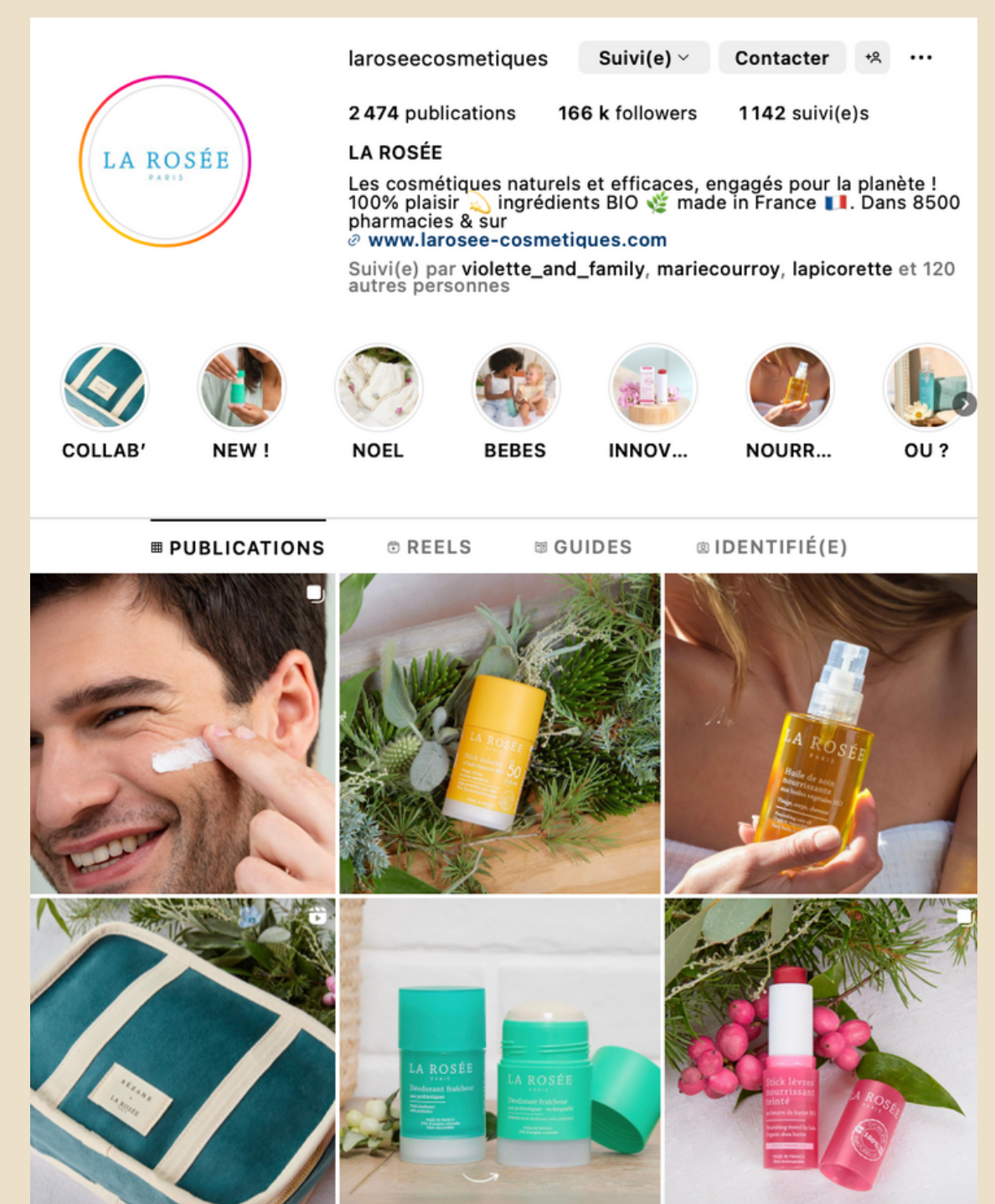
LIEWOOD

pour l'univers de marque,
les visuels et les ambiances



TAJINE BANANE

pour la création et l'animation
de la communauté



LA ROSÉE

pour la mise en scène et l'explication
des produits

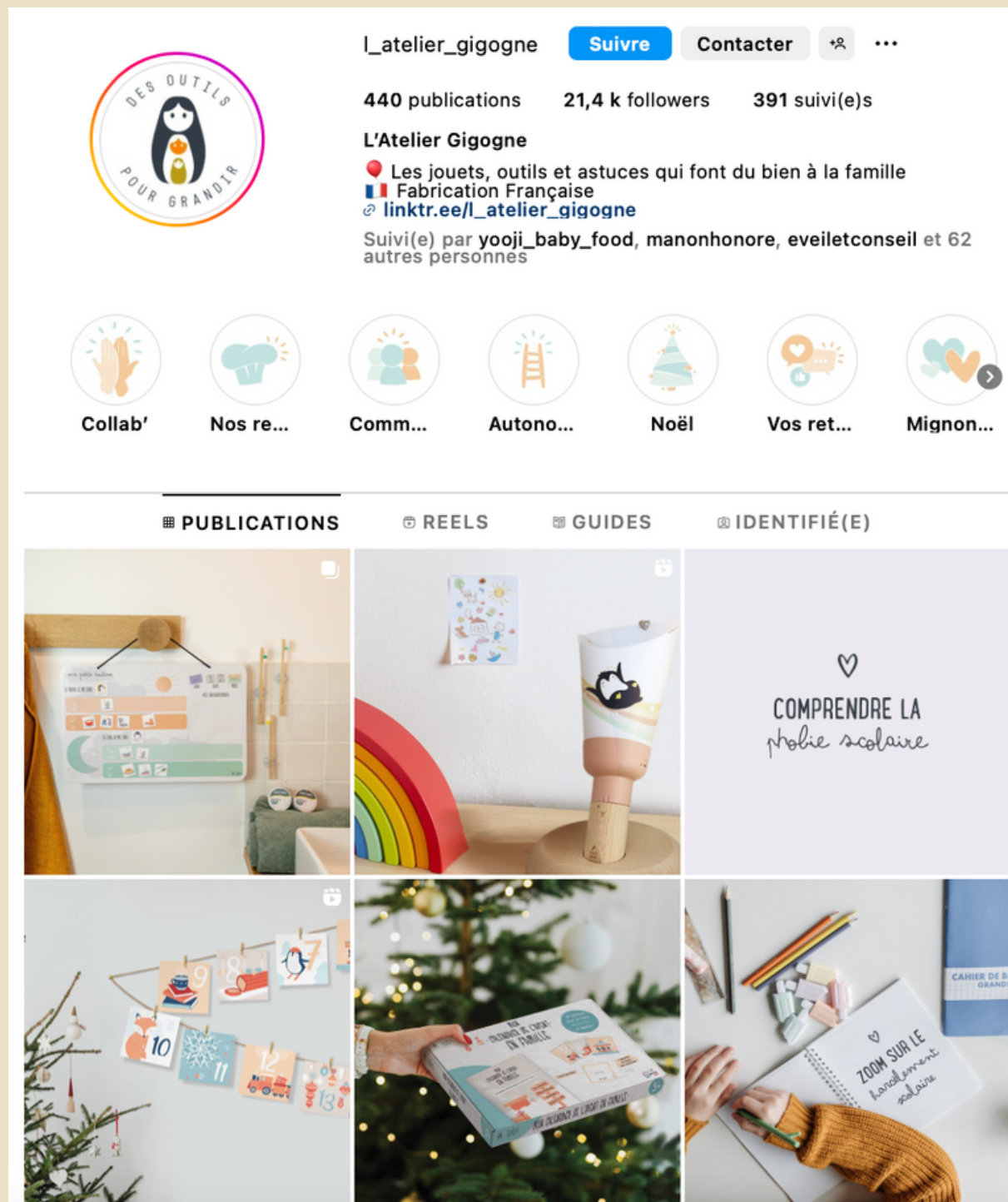
MARQUES : DON'T

ATELIER GIGOGNE

univers cheap

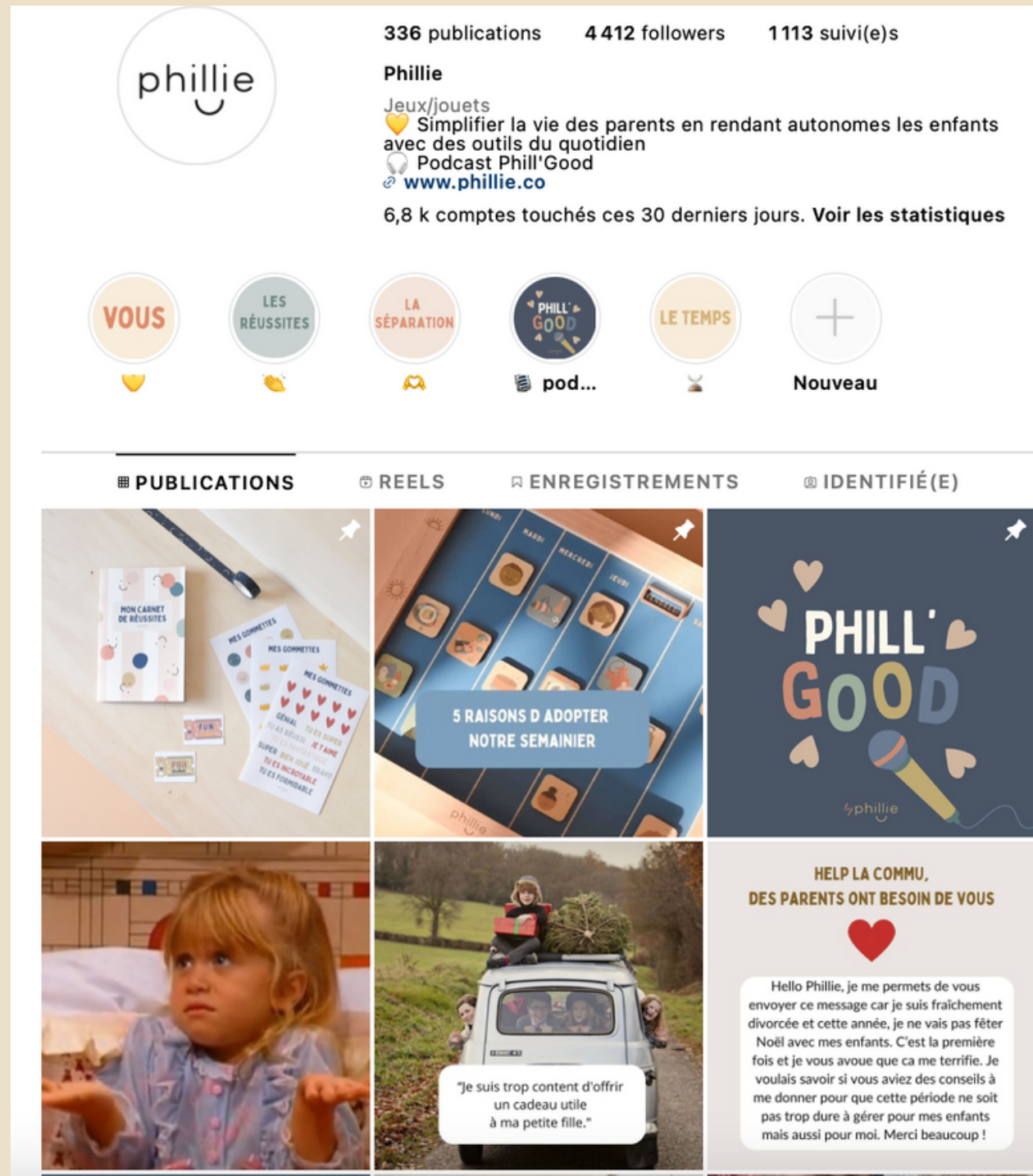
photos non qualitatives

il n'y a pas de profondeur et de sensibilité dans leur publication



LES SUPPORTS DE COM ACTUELS

LES RÉSEAUX SOCIAUX ET PRINCIPALEMENT INSTAGRAM



UNE NEWSLETTER



UN BLOG



UN PODCAST



LA LIGNE ÉDITORIALE



Etre une marque proche de sa clientèle,
de ses attentes et de ses besoins, dans
son quotidien de parents : lifestyle,
enfants, parentalité,...

L'objectif est de créer une communauté
solide pour Phillie et que Phillie
devienne la maeque désirable de tous
les parents

VOTRE MISSION

Créer le plan de communication du mois de janvier à la fois sur les réseaux sociaux, sur le blog et la newsletter avec un budget de 0€ :)

Le mois de janvier est un mois creux pour Phillie donc il faut être malin pour en profiter pour créer une image de marque désirable.



SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX

CRÉER 4 POSTS / SEMAINES

ils seront publiés les lundis, mardis, jeudis et dimanches

le contenu doit être : 80% friendly et 20% produit

les types de contenus qui fonctionnent le mieux sont ceux sur des conseils sur la parentalité, des posts corporates (où l'on montre les dessous de l'entreprise,...)

Livrable : 1 Google Sheet

SUR LE BLOG ET LA NEWSLETTER

1 IDÉE D'ARTICLE DE BLOG

L'objectif est de répondre aux problématiques des parents tout en mettant en avant nos produits.

CRÉER 1 NEWSLETTER

L'objectif de la newsletter est de faire acheter les produits. Il faut qu'elle soit courte, jolie et efficace.

Celles qui sont très bien faites sont celles de Petit Picotin.

Livrable : 1 template Canva

MERCI !!!