

SOCIAL MEDIA

NOVEMBRE, 2023



PHILLIE



JOSÉPHINE, CHLOË, ANAÏS, LUCIE, ETIENNE

@PHILLIE

[HTTPS://PHILLIE.CO](https://phillie.co)

PRÉSENTATION DE L'ÉQUIPE



FEEL AGENCY

SOMMAIRE

—● RAPPEL DU BRIEF

—● ANALYSE CONCURRENTIEL

—● CIBLES

—● NOS PROPOSITIONS



LA PROMESSE

“FAIRE DU BIEN À TOUTES LES FAMILLES ET AUX ENFANTS”

CONCEPT

“ACCOMPAGNER LES ENFANTS DANS LE DÉVELOPPEMENT DE LEUR
AUTONOMIE AVEC PLAISIR”

OBJECTIFS PHILLIE



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



L'objectif est d'aider les enfants à grandir avec plaisir en créant des outils ludiques, esthétiques et éducatifs



Créer des outils favorisant le lien parents-enfants

OBJECTIFS DU BRIEF



Créer une communauté engagée et solide



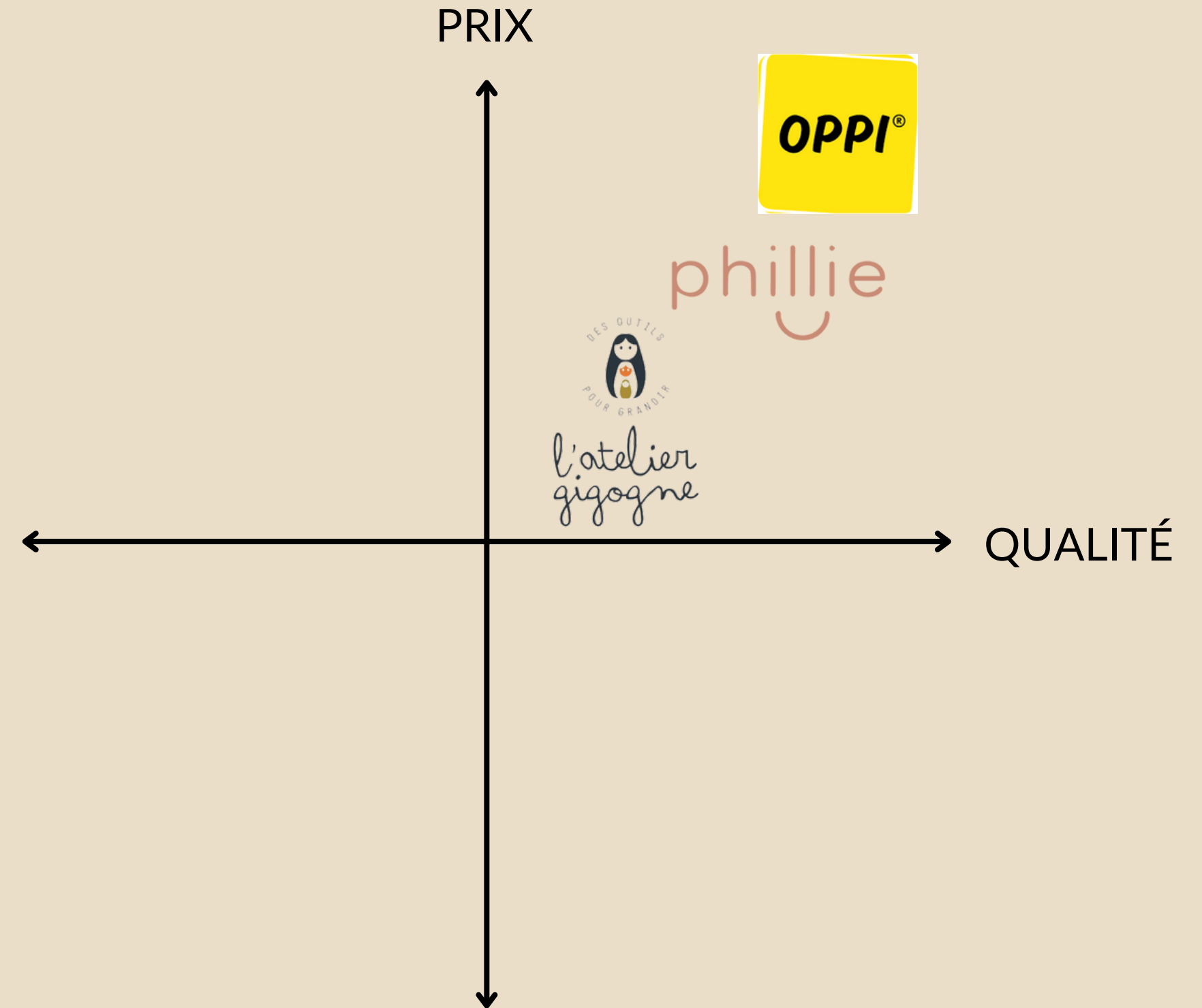
Rendre la marque friendly et désirable



Obtenir le maximum d'engagement sur nos publications

POSITIONNEMENT

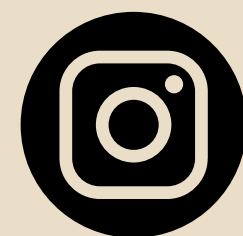
Phillie se positionne comme une marque engagée dans l'éducation accessible, attirant ainsi les parents soucieux de l'apprentissage de leurs enfants sans compromettre leur budget.



CONCURRENTS



*l'atelier
gigogne*



POINTS FORTS



Marque écoresponsable et intégralement made in France



La marque est très présente sur les réseaux sociaux



Un choix de produits plus important que chez Phillie



Un site avec de nombreuses informations sur la marque et les produits, ainsi qu'un blog actif

POINTS FAIBLES



Des photos pas toujours de bonne qualité



Un taux d'engagement très faible sur leurs réseaux sociaux



Quelques points à retravailler sur leur Instagram comme les story à la une

CONCURRENTS



POINTS FORTS



Marque écoresponsable



La marque est très présente sur les réseaux sociaux



Divers produits disponibles



28 prix et récompenses (toys awards 2022...)

POINTS FAIBLES



Manque de régularité sur les posts



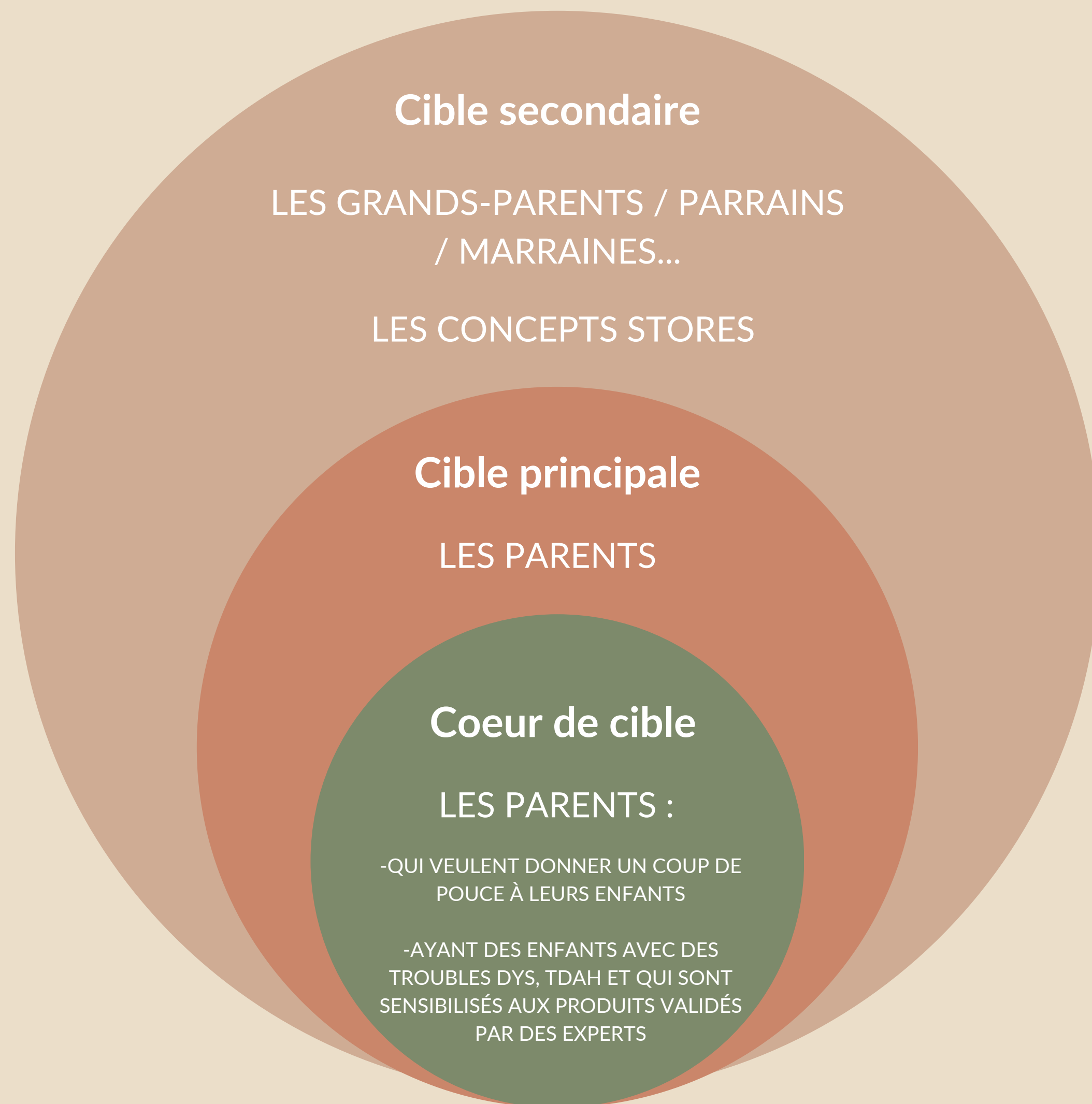
Un taux d'engagement très faible sur leurs réseaux sociaux



Souvent, le même style de photos postées

COEUR DE CIBLE

Nous avons positionné les Concepts Stores en tant que cible secondaire. Cependant, nous estimons que cette audience n'est pas particulièrement active sur Instagram. Afin de les atteindre plus directement, nous conseillons d'utiliser LinkedIn, un réseau qui offre des possibilités de création de relations professionnelles.



PERSONA



MARTHA ET SIMON

AGE : 29 ans

LIEU DE VIE : Paris

MÉTIER : Chargée de communication / Banquier

DESCRIPTION

Martha et Simon sont deux jeunes parents ; pour eux, rien n'est plus important que le bon développement et le bien-être de leur enfant Gaspard.

CHARACTÉRISTIQUES PERSONNELLE

- Attentionnés
- Généreux
- Ouvert d'esprit

HOBBIES ET INTÉRÊTS

- Faire des balades en forêt
- Voyager
- Cuisiner

HABITUDES D'ACHAT

Martha et Simon ne comptent pas quand il s'agit d'achats pour leur fils

OBJECTIFS

- Déménager dans une autre ville
- Avoir un second enfant

FRUSTRATIONS

- Consommer mieux pour protéger la planète

BESOINS

- Trouver un équilibre entre vie de famille et travail

SOURCE D'INFORMATIONS

- Réseaux sociaux : Facebook/Instagram
- Télévision

PERSONA



JEAN ET MARIE

AGE : 65 et 70ans

LIEU DE VIE : Nantes

MÉTIER : Retraités

DESCRIPTION

Jean et Marie sont les grands-parents d'Alice, une petite fille de 7 ans, atteinte de TDAH. Ils sont très investit dans son éducation et l'aide beaucoup au quotidien.

CHARACTÉRISTIQUES PERSONNELLE

- Attentionnés
- Généreux
- Joyeux

HOBBIES ET INTÉRÊTS

Jean et Marie partagent un amour pour les voyages, la cuisine, la lecture et le jardinage.

HABITUDES D'ACHAT

Jean et Marie ont l'habitude de dépenser leurs argents dans des choses qui leur sont utiles sur le long terme. Ils ne font pas d'achat compulsif et se renseignent précisément sur les descriptions des articles.

OBJECTIFS

Ils ont été touchés par le diagnostic d'Alice. Ils cherchent des moyens pour canaliser son énergie de manière positive au quotidien.

FRUSTRATIONS

Ne pas voir souvent le reste de leur famille à cause de la distance

BESOINS

Trouvé de nouveaux loisirs pour profiter de leur retraite commune

SOURCE D'INFORMATIONS

- Facebook
- Télévision

1) La relation enfants / écrans

Les écrans dans la société d'aujourd'hui

À partir de quand on peut utiliser les écrans

Pourquoi ce n'est pas bénéfiques

Alternatives aux écrans

2) Donner une seconde vie aux jouets

Accumulation de jouets

Accroche → plein de jouets sont jetés alors qu'ils sont encore en bon état

Les possibilités pour donner une seconde vie

L'achat de jouets en seconde main

LA NEWSLETTERS

phillie

Phillie vous souhaite

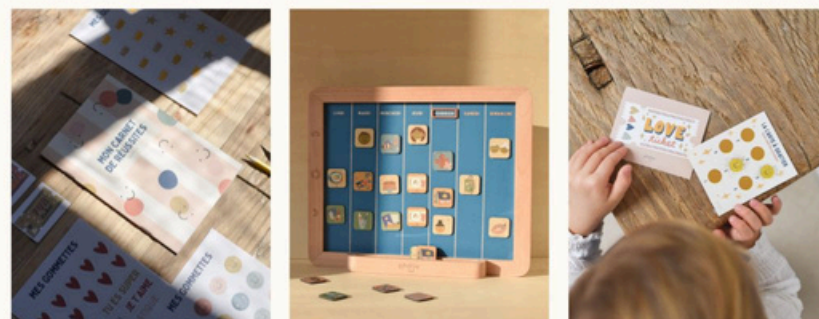


UNE BONNE ANNÉE !

Une nouvelle année commence !
Les festivités sont terminées. Les fêtes sont passées.
Mais la famille est toujours là.

Pour cette nouvelle année laissez Phillie vous accompagner pour
la réalisation de votre nouvelle résolution :
" Le bon développement de mon enfant fait le bonheur de la
famille "

Nos produits vous aident déjà dans votre quotidien avec vos enfants



phillie

Cette année vous offre des possibilités
Cette année vous réserve des surprises

Phillie aussi !



Des nouveaux outils pédagogiques, ludique et amusant pour vous
et vos enfants vont sortir pour cette nouvelle année

Pour découvrir les produits
cliquez - ici



LES POINTS D'AMÉLIORATION



Faire un tri dans son feed Instagram



Développer le côté humoristique de la marque



Être plus régulier dans ses concepts, formats

BANQUE D'HASHTAGS

FRIENDLY

#ecofriendly
#aesthetic
#momentsenfamille
#bienveillance
#partagefriendly
#conseils

PRODUITS

#calendrier
#semainier
#jeuxenbois
#jouet
#utile
#ludique
#nomade

MARQUE

#inclusif
#convictionsfortes
#experts
#phillie

FAMILLE

#enfants
#parents
#parentalité
#famille

DÉVELOPPEMENT

#autonomie
#développementdel
enfant
#apprentissage
#ludique
#pédagogie
éthique
#bienveillance
#apprentissageparle
jeu
#autonomieenenfan
ce
#confianceensoi
#séparation

NOS POST SUR LES RÉSEAUX

Un petit rébus, ça vous dit ?

Phillie vous encourage à utiliser cette jolie phrase dans votre quotidien. 😊

PS : n'hésitez pas à trouver cette phrase cachée avec vos enfants.

#rebus #enfant #jeu #ludique #famille



NOS POST SUR LES RÉSEAUX

Concours Cez family store X Phillie 🧡

Pour bien commencer la semaine, Cez family store et Phillie vous organisent un concours spécial pour accompagner vos enfants à grandir !

À gagner ?

50 € chez Cez family store

50 € chez Phillie

Pour participer ?

Suivez [phillie.magnets](#) & [cez_familystore](#)

Invitez deux autres familles à participer

Et croisez les doigts hyper fort jusqu'au vendredi 29 février minuit 🙌

#concours #famille #parentalité #ludique



NOS POST SUR LES RÉSEAUX

Phillie vous présente le kit de survie en 6 magnets pour ce mois de janvier. 🙈

Pour les curieux, vous pouvez retrouver tous ces magnets dans notre bibliothèque sur le site :)

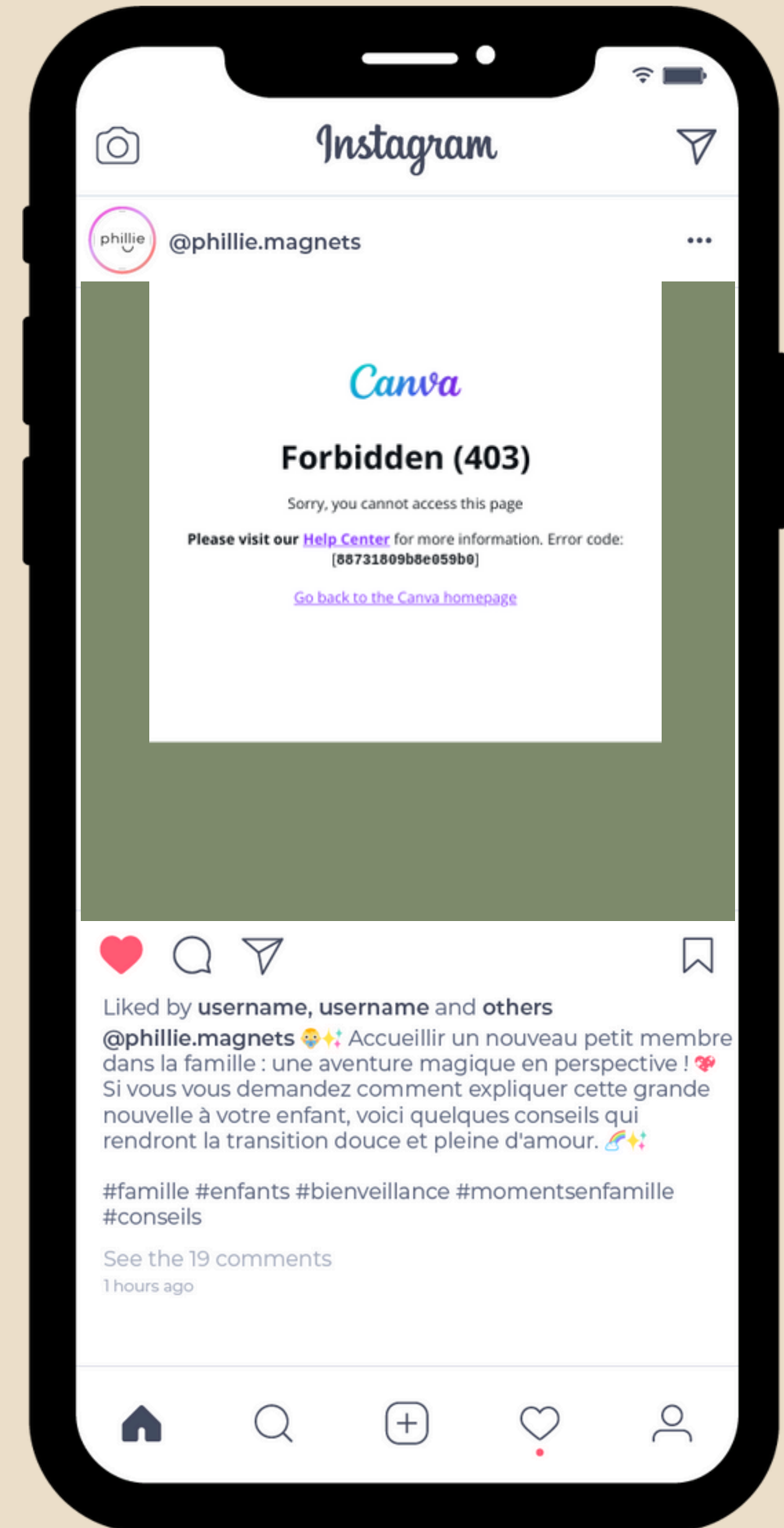
#parents #enfant #magnets #hiver #famille



NOS POST SUR LES RÉSEAUX

👶✨ Accueillir un nouveau petit membre dans la famille : une aventure magique en perspective ! ❤️✨ Si vous vous demandez comment expliquer cette grande nouvelle à votre enfant, voici quelques conseils qui rendront la transition douce et pleine d'amour. 🌈✨

#famille #enfants #bienveillance #momentsenfamille #conseils

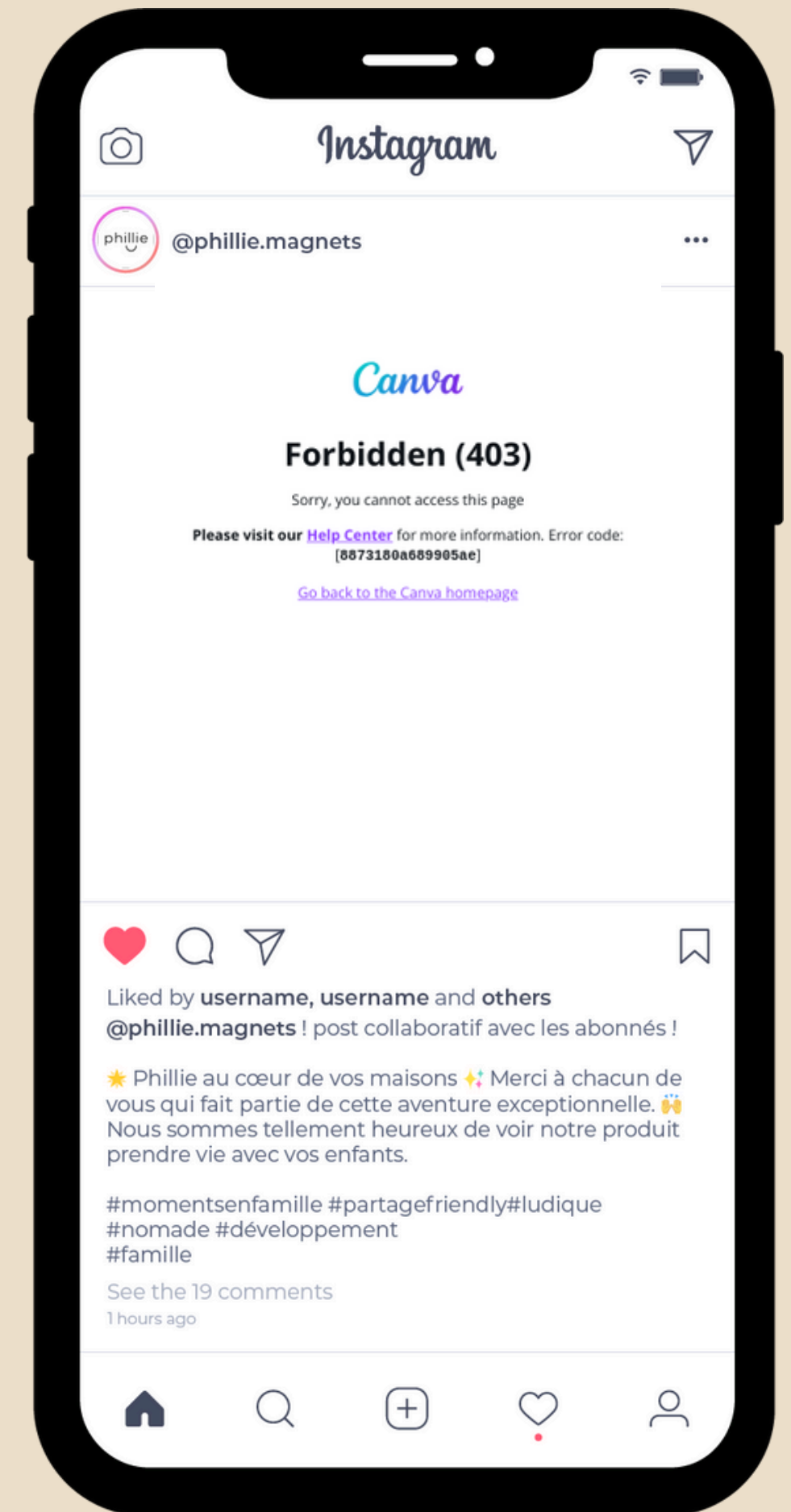


NOS POST SUR LES RÉSEAUX

! post collaboratif avec les abonnés !

☀️ Phillie au cœur de vos maisons ✨ Merci à chacun de vous qui fait partie de cette aventure exceptionnelle. 🙌 Nous sommes tellement heureux de voir notre produit prendre vie avec vos enfants.

#momentsenfamille #partagefriendly#ludique
#nomade #développement
#famille



KPIS



Créer une communauté engagée et solide

KPIS : Taux d'engagement moyen et taux de croissance de l'audience



Rendre la marque friendly et désirable

KPIS : Avis clients / score de satisfaction clients



Obtenir le maximum d'engagement sur nos publications

KPIS : Taux d'engagement moyen et taux d'amplification

LIENS

TRELLO :

<https://trello.com/b/IQwhydGJ/mod%C3%A8le-kanban>

CALENDRIER ÉDITORIALE :

https://docs.google.com/spreadsheets/d/1LliF0m1EtnWoQbG1FytxFGuW8n_nkbGH5qVJ64gdECA/edit?usp=sharing