

17 decembre 2021

**link  sport**

**L'OCCASION DE FAIRE DU SPORT**

**Stratégie marketing et dispositif digital**



BOUMANSOUR Ilhem, PANIAGUA GARATE René Andrés, MORIN Nathan, MARTIN Emeline

# 1. L'histoire de New Wolrd Agency

Nous sommes la New World Agency, une agence de communication fondée sur des valeurs et des engagements écologiques. Nous luttons contre le gaspillage et la surconsommation qui impacte fortement notre planète et essayons de transmettre le message à tous.

## 2. Audit de LinkNsport

### 2.1 Historique

Linknsport est un site internet de revente de produit issu de l'univers du sport. Créé en 2017, il est axé sur une philosophie de renouvellement en mettant en avant l'utilisation de la seconde main. C'est un site sécurisé et fiable autant pour les acheteurs que pour les vendeurs.

L'histoire de linkNsport est née pendant un séjour à la montagne. Souhaitant profiter de la neige sans plus tarder, les fondateurs de la marque recherchent du matériel de montagne sur Internet mais sans succès. Une réflexion commune apparaît » ce serait tellement pratique s'il existait un site de matériel de sport d'occasion. »

Proposant exclusivement du matériel d'occasion, la marque LinkNsport a pour ambition de mettre en relation des acheteurs et des vendeurs via une plateforme Web. Pour les fondateurs de la marque, l'occasion a de multiples avantages : respect de l'environnement, accès à du matériel de qualité pour tous et fourchette de prix très large.

Lorsque l'on recherche LinkNsport sur Google, on peut y voir qu'ils sont bien référencés au niveau du SEO (Search Engine Optimization), c'est-à-dire du référencement naturel :

Linknsport : **1er**

Vente sport occasion : **1er**

Sport occasion : **1er**

Ski occasion : **4ème page**

Muscu occasion : **8ème**

Sport hiver occasion : **5ème**

Linknsport sur les réseaux sociaux :

- Twitter : 269 abonnements, 58 abonnés. Moyenne : 1 like par poste.
- Facebook : 2 090 like, 2 139 abonnés. Moyenne : 5 likes par poste.
- LinkedIn : 2 081 abonnés. Moyenne : 6-10 likes par poste.
- Instagram : 531 publications, 402 abonnés, 532 abonnements. Moyenne : 10 likes par poste.
- Youtube : 9 abonnés, 1 194 vues. Moyenne : Entre 10 et 100 vue par vidéo

Notre but est donc de bâtir une stratégie de communication avec pour objectif de lancer une communication efficace et des indicateurs de mesure pour visualiser le retour sur investissement.

## 1.2 Le prisme de Kapferer de LinkNsport



## 1.3 LinkNsport dans le marché : Le PESTEL

<b>P</b> <b>POLITIQUE</b>	<b>E</b> <b>ÉCONOMIE</b>	<b>S</b> <b>SOCIAL</b>	<b>T</b> <b>TECHNOLOGIE</b>	<b>E</b> <b>ENVIRONNEMENT</b>	<b>L</b> <b>LÉGAL</b>
E-COMMERCE : NOUVEAU HÉROS DE LA CRISE SANITAIRE SUITE AUX FERMETURES DES SALLES DE SPORTS COMMUNES	BUDGETS PLUS BAS DONC : DES ÉCONOMIES & PRÉFÉRENCE VERS L'OCCASION.	LA CULTURE DU SPORT : -LES SALLES DE SPORTS -ASSOCIATIONS SPORTIVES -JEUX OLYMPIQUES	SITE E-COMMERCE: UNE COMMUNAUTÉ SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX	L'UTILISATION DE LA SECONDE MAIN GESTE ÉCO-RESPONSABLE  LIMITATION DE LA SURCONSOMMATION  LUTTE DU GASPILLAGE UNE ÉCONOMIE CIRCULAIRE	POLITIQUE DE PROTECTION DES DONNÉES PERSONNELLES & DE CONFIDENTIALITÉS  ANNONCES CONTRÔLÉES  TRANSACTIONS SÉCURISÉES  RÉTRACTATIONS ET RETOUR (CYBERFRAUDE)

## **3 Benchmark**

Afin de se positionner dans cet univers du sport et de l'occasion nous avons décidé d'effectuer un benchmark fonctionnel. Nous l'avons catégorisé en 3 parties : Tout d'abord les réseaux sociaux/notoriété, accessibilité/ergonomie et enfin engagement écologique.

Avant tout nous allons donc nous renseigner sur la concurrence de Linknsport

### **3.1 Le BonCoin**

LeBonCoin est un site internet axé sur la vente d'occasion créé en 2006 en France. Par la création d'annonce, un utilisateur peut vendre tout types d'objets en diffusant des photos. Il peut également être contacté par la messagerie LeBonCoin ou tout simplement être contacté de manière privée. La société a grandement évolué car les ajouts du mode de livraison et d'une application ont été ajoutés. De plus, la société LeBonCoin fait partie des sites de vente d'occasion les plus connus en France.

### **3.2 Vinted**

Vinted est un site (et une application) de revente de seconde main créée en 2008 et arrivée en France en 2013. Il a très vite prit sa place de leader dans ce secteur avec 30 millions de membres dont près de 12 millions en France. Ils font partie des start-up dit « licorne », c'est-à-dire qu'elle est valorisée à plus d'un milliard de dollars, sans être à la bourse et sans être affiliée à un grand groupe.

### **3.3 Sporteed**

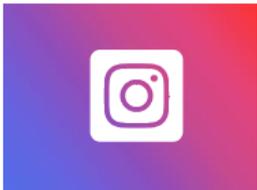
Sporteed est un site et aussi une application, de revente de secondes main qui permet de vendre des vêtements et matériels de sport entre particuliers. Apparemment Sporteed est une nouvelle marque sur le marché car sur les réseaux sociaux, 694 personnes sont abonnées sur Facebook et 2626 sur Instagram. La date de sortie de l'application est datée du 5 mars 2021. Sporteed se dit être la première plateforme communautaire 100% sport dédiée à l'achat et la vente de produits de sport d'occasion entre particuliers.

### **3.4 Decathlon**

Decathlon est une entreprise française de grande distribution de sport et de loisirs créée en 1976. Avec plus de 2200 magasins dans 57 pays, le groupe est devenu la référence pour acheter ses équipements sportifs neufs. Son chiffre d'affaire est estimé à 12,4 milliards de dollars pour l'année 2019. En plus de ses magasins, Decathlon est bien présent sur internet avec un très grand catalogue regroupant tous ses articles, son nombre de visiteurs est en constante croissance depuis 2004. Le site propose aussi la revente de produits d'occasions, en ce moment c'est plus de 30 000 articles d'occasions disponibles



### 3.5 La concurrence sur les réseaux-sociaux

				
	1.035.756	252.000	167.000	475.241
	1.469.362	173.000	14.900	37.114
	606.336	245.000	34.600	34.736
	695	2.631	3	67

### 3.6 Le site des concurrents

#### Décathlon:

Le site a différents stades d'évolution selon le format de la fenêtre google. Il est bel et bien responsive. Decathlon possède une application mobile très pratique et apprécié par la communauté avec une note de 4.7/5 sur l'app store. La navigation est grandement simplifiée par le menu qui permet de naviguer dans des catégories de plus en plus précises. La barre de recherche permet d'accéder à la référence ou catégorie que l'utilisateur recherche grâce à des mots clés. On retrouve facilement les produits qu'un utilisateur peut associer à la marque. on retrouve des titres comme «IDEE CADEAU», «BONS PLANS» ou encore «ECODESIGN» qui sont mis en avant avec un niveau de contraste plus important que les autres catégories. Le site ne possède pas de doublons et est très fluide.

#### Vinted:

Le site est reponsif sur Laptop téléphone, il s'adapte à la taille de la page sans faire disparaître des éléments ou les rendre difforme. Il est disponible et également responsive sur mobile. De plus il fait de la pub pour l'application. Le main est bien toujours de la même taille. Les images sont bien proportionnées et le tout est plutôt esthétique. Les barres de navigations sont visibles et facilement utilisables. on y retrouve les différentes catégories présentes sur le site ainsi que les marques et les articles populaires. On ne peut pas s'y perdre, c'est aux utilisateurs de choisir le titre. Mais en général les titres sont simples et bien organisés donc on peut facilement s'y retrouver. Malgré le grand nombre d'articles visibles sur la page d'accueil, il n'y a pas de doublons. Mais la page étant chargeable très longtemps, il est possible que les articles présents dans les articles populaires peuvent être visible dans le fil d'actualité.



### **Leboncoin:**

Le site est bel et bien responsive sous différents formats. Il existe une application mobile disponible sur toutes plateformes de téléchargements. Il est facile d'accéder rapidement à sa requête sur ce site notamment grâce à la barre de recherches et les filtres en page d'accueil. La page d'accueil de ce site permet de directement accéder à ce que l'utilisateur recherche à l'aide des différents filtres pour préciser sa démarche. Il y a également une carte de France afin de cibler géographiquement plus facilement. Ils utilisent quelques titres accrocheurs tels que « Des millions de petites annonces et autant d'occasions de se faire plaisir »

« Avoir une passion c'est bien ! La partager avec les autres, c'est mieux ! » Le site est pertinent dans le sens où lorsque l'on va dessus on sait à peu près ce que l'on veut y retrouver. Sinon le site propose un catalogue très riche de diverses annonces.

### **Sporteed:**

C'est responsif mais sur tablette comme ipad et ipad pro, il y a des problèmes, des textes coupés et des images avec différentes largeurs. il y a une application mobile sur App Store et Google Play. En général, oui, mais il n'y a pas de barre de navigation verticale, c'est un problème car par exemple sur la page d'accueil il y a beaucoup d'information en verticale et aussi il n'y a pas de back to top. Il manque plus d'air entre certains éléments. Il utilise des titres accrocheurs par exemple:

«Besoin de renouveler votre matériel de sport ?» «SPORTEED : SITE D'ACHAT ET DE VENTE D'ARTICLES DE SPORT ENTRE PARTICULIERS» «Économie circulaire et impact écologique» c'est pertinent pour l'audience cible, il y a certains doublons mais c'est juste pour souligner certaines choses

METTRE LES PERFORMANCES

## **3.7 Engagement écologique:**

### **Sporteed:**

Notre mission est de vous permettre de vendre vos vêtements et votre matériel de sport et/ou de vous (ré) équiper de façon simple, sécurisée et écoresponsable auprès de notre communauté. C'est pourquoi nous avons créé Sporteed, la première plateforme communautaire 100% sport dédiée à l'achat et la vente de produits de sport d'occasion entre particuliers. Parce que nous devons repenser notre mode de consommation Parce que le pouvoir d'achat ne doit pas être un frein à la pratique du sport Parce que le sport est au cœur des enjeux sociétaux de demain et se doit d'être accessible à tous Pour toutes ces raisons, n'attendez plus, équipez-vous et « OFFREZ LEUR UNE SECONDE CARRIERE » Sporteed est une société 100% française, basée dans le sud de la France à Montpellier. Économie circulaire et impact écologique Parce que nous sommes comme tout le monde et que nous devons repenser et redonner du sens à notre consommation. Faisons bouger les choses ensemble afin de contribuer non seulement à la transition écologique et l'économie circulaire mais aussi à l'amélioration du pouvoir d'achat de tous. Notre planète constitue un terrain de jeu exceptionnel mais fragile. Nous nous devons de le préserver sans quoi notre pratique sportive ne sera plus la même. Favorisons le recyclage en prolongeant la durée de vie de nos produits de sport et luttons ensemble contre le gaspillage !

## **Leboncoin:**

5,8M de tonnes de CO2 ont été économisés par les utilisateurs du boncoin en 2020, soit près de 20 millions d'allers-retours Paris-Marseille en voiture !

80% des utilisateurs préfèrent acheter des articles d'occasion, plutôt que neufs (de manière générale).

Ils mettent en avant l'art des petits gestes pour l'environnement pour que chacun apporte son aide à sa manière.

Ils associent l'écologie avec le pouvoir d'achat afin de rassembler un large public selon les moyens économiques des différentes personnes.

La « tendance écologique » qui depuis certaines années devient à la mode on remarque que les utilisateurs veulent consommer de manière « responsable »

## **Vinted:**

Les chiffres le confirment : 40 % des Français ont acheté un vêtement d'occasion en 2019, et la moitié a eu recours à Vinted. «Si vous vendez/achetez de la seconde main, sans que cela ne vous empêche d'acheter des produits neufs, alors cela n'a aucun impact [sur l'environnement].» Michael Sadowski, chercheur au World Resources Institute Selon une étude réalisée par Vestiaire Collective, plateforme spécialisée dans la seconde main de luxe, 30% des vendeurs se séparent de leurs précieux biens dans l'unique but de... s'en acheter de nouveaux. Même constat du côté de The RealReal qui a déclaré que la majorité de ses vendeurs utilisent l'argent gagné pour acheter des pièces de «première main».

En transformant la seconde main en véritable marché à part entière, la revente de vêtement ne fait qu'alimenter la culture de binge shopping propagée par l'industrie du prêt-à-porter.

Selon l'Institut français de la mode (IFM), en 2019, quatre Français sur dix ont acheté un vêtement de seconde main. En 2010, ils étaient 15 %

## **Décathlon:**

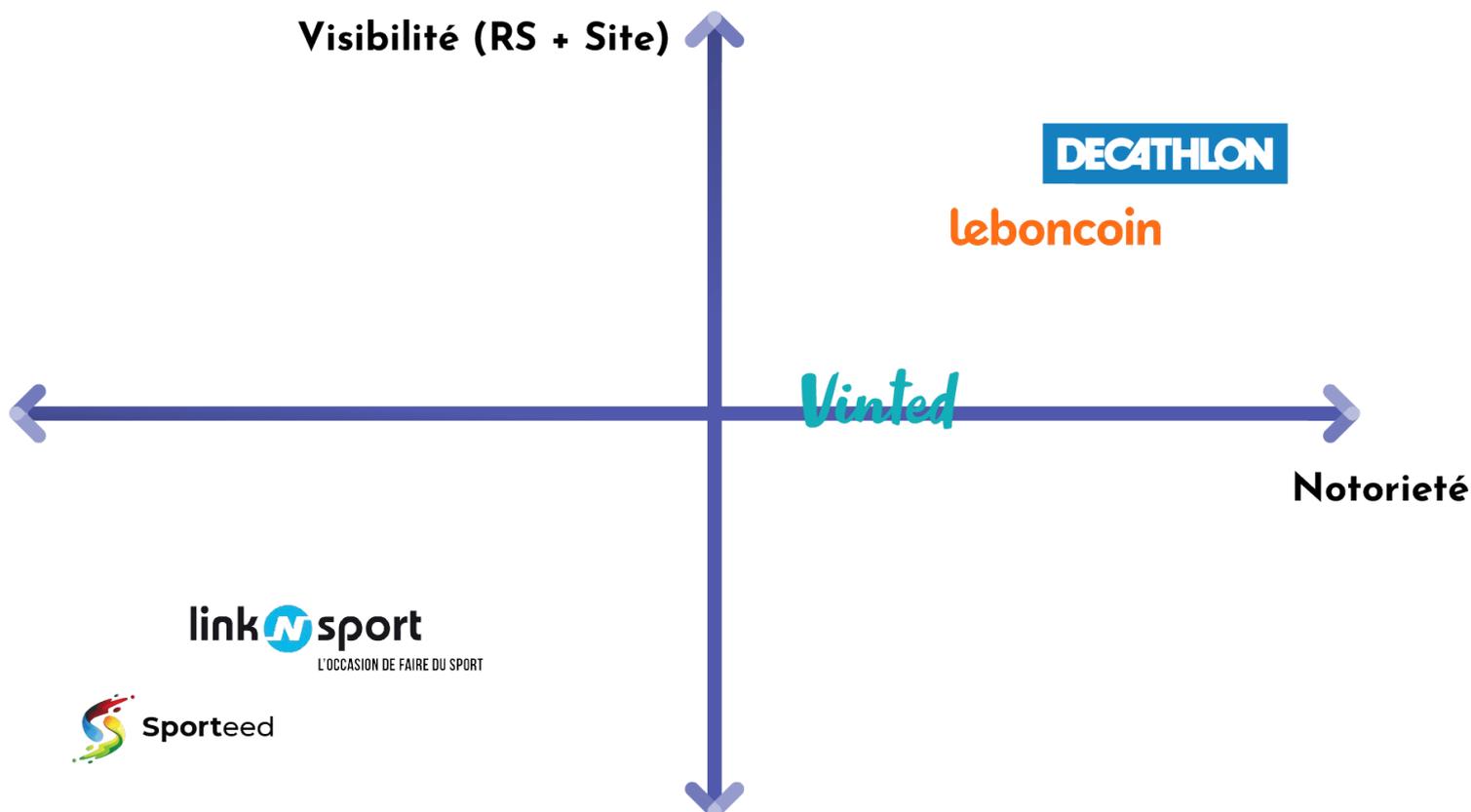
Les actions de décathlon pour l'écologie : La note environnementale : Depuis 2019 plus de 3500 articles sont assignés à une note environnementale, elle permet aux consommateurs d'être conscient de son impact écologique en achetant son produit. L'objectif pour la marque est de retrouver cette note sur tous ses articles en 2022. Engagement climatique : En septembre 2021, l'initiative Science Based Targets a officiellement validé les engagements de DECATHLON sur trois axes: - la réduction de 90% de ses émissions en valeur absolue (tCO2e), sur les scopes 1 et 2, entre 2016 et 2026, - la réduction de 53% de son intensité carbone (tCO2e/Eur valeur ajoutée) sur les scopes 1, 2 et 3 entre 2016 et 2026, - l'animation des fournisseurs représentant 90% des émissions liées aux achats de produits et de services, afin qu'ils définissent leur propre trajectoire de réduction alignée avec la science. Engagement biodiversité: Les magasins ont un impact négatif sur la faune et la flore, Decathlon essaye d'y remédier en analysant les répercussions de ses enseignes. Le premier site expérimental près de Saint-Malo avait un diagnostic initial avant travaux était de 42/100, 3 ans plus tard il est de 79/100. Ces aménagements réunissent donc les conditions d'un bon développement du vivant. Les critères pour cette note : - les continuités écologiques, - les ressources en eau, - la densité végétale, - la pollution lumineuse, - le climat, - la qualité de vie. Electricité : 58.9% de consommation d'électricité issue de sources renouvelables

## 4 Analyse de trafic et backlink



	Authority Score	Trafic Organique	Backlinks
	76	84M	24.2M
	70	18M	8.9M
	62	8.9M	378K
	38	4K	70.5K
	31	5K	1.5K

## 5 Le positionnement de LinkNsport par rapport à ses concurrents



## 6 les cibles de LinkNsport et leurs parcours

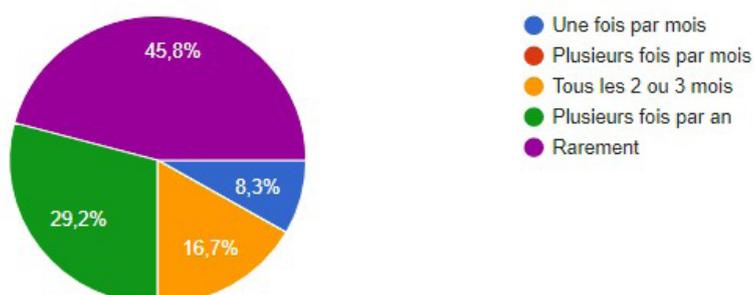
### 6.1 Le questionnaire qui définit

Afin de définir nos cibles plus précisément nous avons confectionné un questionnaire sous deux angles: celui de l'occasion et celui du sport.

On a émit l'hypothèse que la seconde main et de plus en plus populaire auprès de tous mais aussi que Linknsport ne serait pas connu de notre entourage.

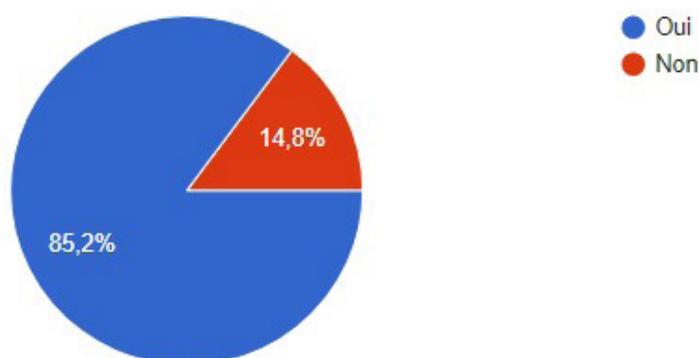
Après 27 réponses, nous avons donc pu en déduire que : 84% achètent de la seconde main et 100% ne connaissent pas Linknsport.

24 réponses



Avez-vous déjà acheté en seconde main ?

27 réponses



**Voici donc les cibles de Linknsport:**

**Cible principale :**

Vendeur/acheteur entre 18 et 60 ans, potentiellement passionné de sport. Intérêt pour l'écologie, faisant des potentielles économies

**Cœur de cible :**

Personnes multisport (la plupart professionnels) et qui connaissent assez bien les marchés spécialisé en matériel de sport de qualité. Qui change assez souvent de domaine sportif, qui vend et achète, les salles de sport, associations.

**Cible secondaire :**

Personnes qui ont l'habitude d'acheter du matériel de sport neuf, pas confiance en la seconde main, rejet d'acheter du matériel déjà utilisé par quelqu'un

**Cible relais :**

Les journalistes, influenceurs, magazine de sport

## 6.2 Les Persona



**Coralie**

Graphiste indépendante

Âge : 27 ans

Lieux de vie : Marly-le-Roi

### Appareils utilisés pour naviguer sur Internet



Téléphone  
Android



Laptop



Tablette



Montre connecté

### Réseaux sociaux consultés au moins une fois par semaine



Instagram



Pinterest



LinkedIn



TikTok

### Caractéristiques

- Vie au 3ème étages
- 3 relais à moins de 15min de chez elle
- Possède une voiture personnelle
- Possède une pièce de 15m<sup>2</sup> à transformer en salle de sport
- Petit budget

### Description

Travaillant en indépendance et majoritairement depuis chez moi, j'aimerais pouvoir aménager un lieu pour faire du sport chez moi

### Ce qu'elle aimerait trouver sur le site

- Vélo d'appartement
- Haltères
- Sac de frappe
- Gant de Boxe
- Montre de cardio

### Frustration

Je n'ai pas un petit budget et je sais que le neuf est trop chère pour moi. Mais je dois quand-même avoir des machines de bonnes qualité



**Josh**

Étudiant ambulancier

Âge : 22 ans

Lieux de vie : Saint-Étienne

### Appareils utilisés pour naviguer sur Internet



Laptop



Desktop



Téléphone  
IOS



Tablette

### Réseaux sociaux consultés au moins une fois par semaine



Instagram



Twitter



Youtube



Reddit

### Caractéristiques

- Vit dans une maison avec sa sœur de 29 ans
- 2 relais à moins de 10min de chez lui
- N'a pas accès à une salle de sport
- peu aménagé une salle de sport dans sa abris de jardin de 25m<sup>2</sup>

### Description

Après un bac S, il est étudiant en diplôme d'Etat d'Ambulancier et est pompier volontaire. Il aimerait devenir pompier professionnel

### Ce qu'elle aimerait trouver sur le site

- Tapis de course
- Haltères
- Banc de muscu
- Montre de cardio
- Barre de muscu

### Frustration

Étant seulement volontaire, je n'ai pas accès à la salle de sport de la caserne. De plus, soutenant l'écologie, je ne voudrais pas pousser à la surconsommation



## Anaïs

Gérante d'une petite salle de sport

Âge : 35 ans

Lieux de vie : Nevers

### Appareils utilisés pour naviguer sur Internet



Laptop



Tablette IOS



Smartphone Android



Desktop

### Réseaux sociaux consultés au moins une fois par semaine



Instagram



Pinterest



Twitter



Facebook

### Caractéristiques

- Va ouvrir une salle de sport avec des engins de muscu et de fitness
- Aimerais faire des économies pour engager des professeurs
- N'est pas licencié
- C'est la première salle de sport qu'elle ouvre seule

### Description

Elle vient d'ouvrir une salle de sport de 1 500m<sup>2</sup> sur 2 étages. Il lui manque encore certaines machines pour sa salle de sport

### Ce qu'elle aimerait trouver sur le site

- Vélo d'appartement
- Tapis de course
- Presse
- Haltères
- Rameur
- Sac de Frappe

### Frustration

N'étant pas franchiser, j'ai un petit budget et il me manque des choses. De plus, je veux que ma salle de sport soit la plus écologique possible, la seconde main me paraît être la meilleure option



## Quentin

Prof de sport indépendant

Âge : 32 ans

Lieux de vie : France

### Appareils utilisés pour naviguer sur Internet



Laptop



Téléphone Android



Téléphone IOS



Montre Connecter

### Réseaux sociaux consultés au moins une fois par semaine



Instagram



Youtube



LinkedIn



TikTok

### Caractéristiques

- Possède une camionnette
- Voyage à travers le pays pour donner des cours
- Est un prof de sport très diversifiés
- Est certifié sur plusieurs Réseaux-Sociaux et suis beaucoup de contenu sportif

### Description

Il maîtrise énormément de sport et fait des cours à travers tout le pays. Il travaille soit à domicile soit dans des salles ou lieux spécifiques et aimerait changer son matériel

### Ce qu'elle aimerait trouver sur le site

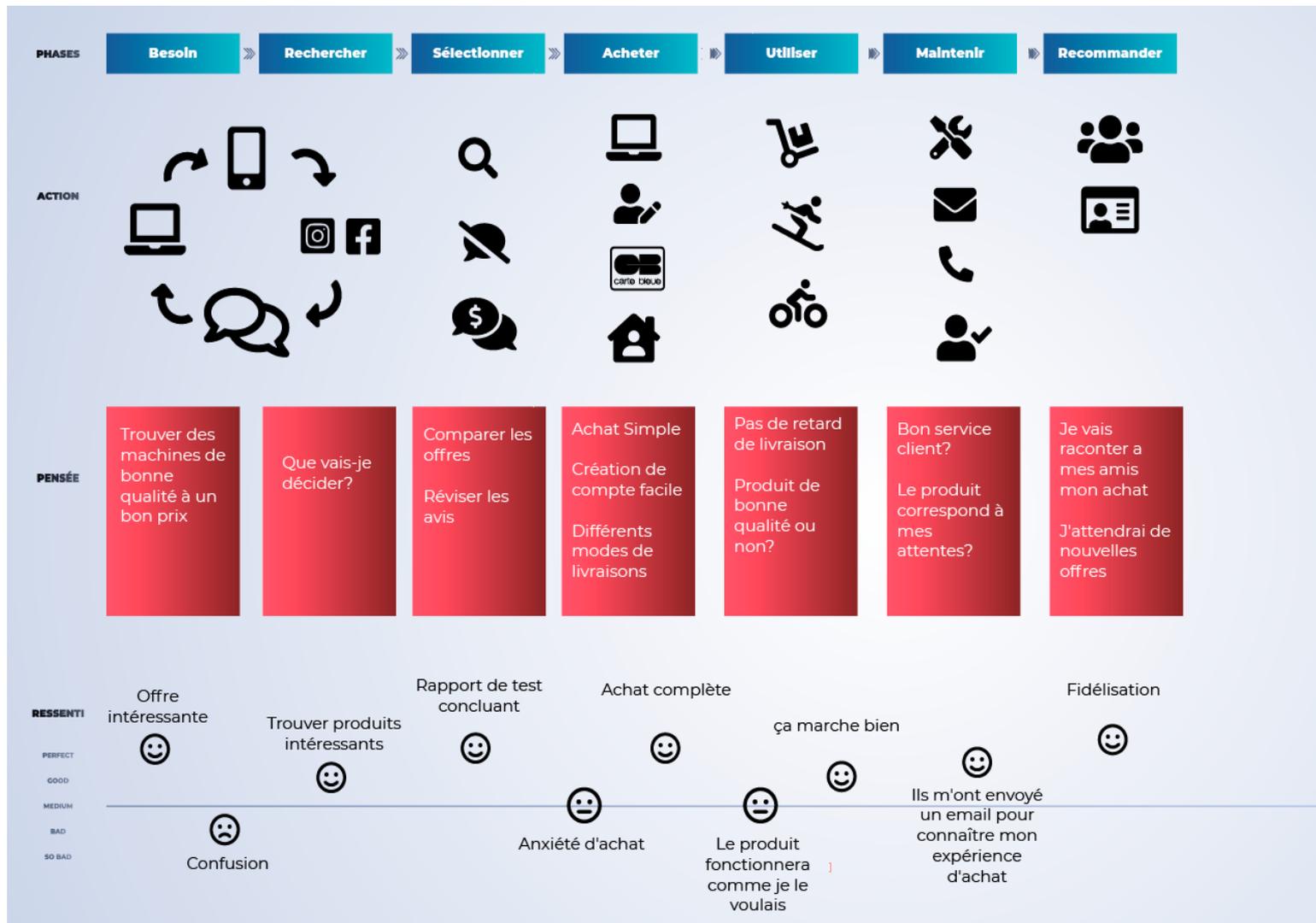
- Ski
- Snowboard
- Club de Golf
- VTT
- Corde de résistance
- Step

### Frustration

Je suis professionnel et je dois renouveler mon matériel sans trop dépenser. Je ne sais pas si la seconde main est d'assez bonne qualité pour moi.



## 6.3 Le parcours clients de LinkNsport



## 6.4 Le SWOT

S FORCES	W FAIBLESSES	O OPPORTUNITÉS	T MENACES
<ul style="list-style-type: none"> <li>-LA SÉCURITÉ DES UTILISATEURS ACHETEURS/VENDEURS</li> <li>-LEUR ENGAGEMENT POUR L'ENVIRONNEMENT ET LA SECONDE MAIN</li> <li>-CONTRAT DE MAINTENANCE</li> <li>-DIFFÉRENTS MODE DE DE LIVRAISONS ADAPTÉ AUX PRODUITS</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-PAS D'APPLICATION MOBILE</li> <li>-INDISPONIBLE EN DEHORS DE LA FRANCE</li> <li>-RÉSEAUX SOCIAUX PAS ASSEZ ACTIFS</li> <li>-TROP PEU DE COMMUNICATION (COMMUNAUTÉ PEU ACTIVE)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-BEAUCOUP DE CIBLES POTENTIELS (PARTICULIERS ET ENTREPRISES)</li> <li>-LA LUTTE ÉCOLOGIQUE</li> <li>-LA TENDANCE DU RECYCLAGE</li> <li>-LE COVID (SPORT A LA MAISON)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-LES SOCIÉTÉS CONCURRENTES</li> <li>-TROP PETITE VISIBILITÉ QUI PEUT FAIRE DISPARAITRE LA MARQUE</li> <li>-CONCURENCE ÉTRANGÈRE DÉLOYALE</li> </ul>



## 7 La problématique

Après avoir fait l'audit de LinkNsport et avoir analysé ses concurrents, nous avons choisi comme problématique :

Comment LinkNsport peut-il augmenter sa notoriété dans le domaine du sport d'occasion ?

## 8 Le parti-pris et réponse

Notre but est de représenter la société Linknsport comme étant une marque engagée dans son temps:

Une marque engagée écologiquement par son mode de consommation plus responsable comme le réemploi d'un produit dont le cycle n'est pas terminé. Une marque engagée économiquement pour ses équipements de très hautes qualités revendu moins chers donc une bonne opportunité.

Une marque de confiance pour ses annonces contrôlées/valorisées, ses paiements sécurisés et ses différents modes de transports.

## 9 Notre stratégie à court terme

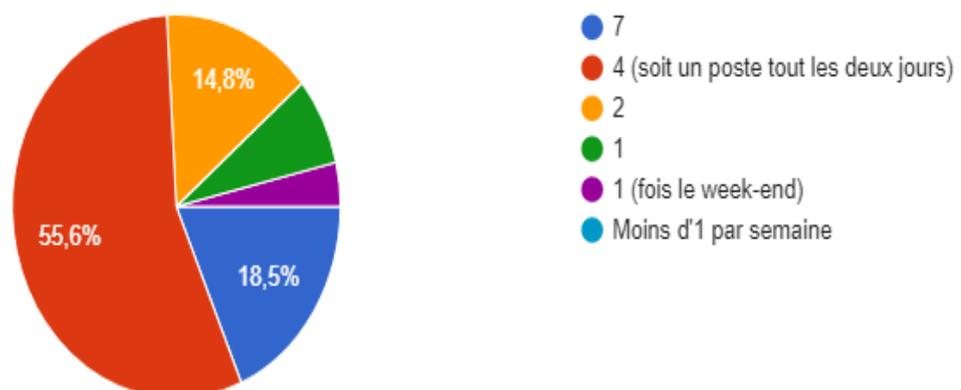
L'objectif de notre campagne d'influence est d'augmenter la visibilité et la notoriété de LinkNsport ainsi que lui créer une réputation dans le milieu de la vente de sport d'occasion qui d'après notre questionnaire est complètement nécessaire.

Pour cela, nous allons commencer sur un trimestre allant de Décembre 2021 à Février 2022. On se concentrera principalement sur la création de contenu sur les différents réseaux-sociaux : Twitter, Facebook et Instagram. Cela via des lives, des posts et des événements physiques ponctuels.

Nous avons prévu 2 influenceurs qui accompagneront notre communauté dans différents événements que se soit virtuel et physique.

Selon vous, combien de posts sur les réseaux-sociaux hebdomadaire (par semaine) est-il idéal pour Linknsport

27 réponses



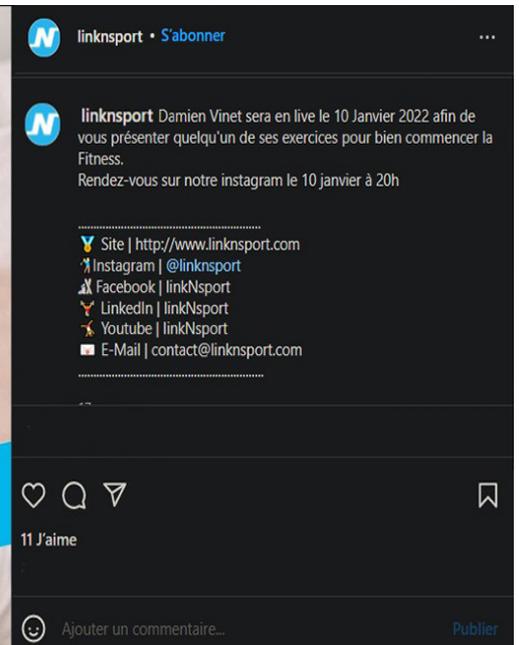
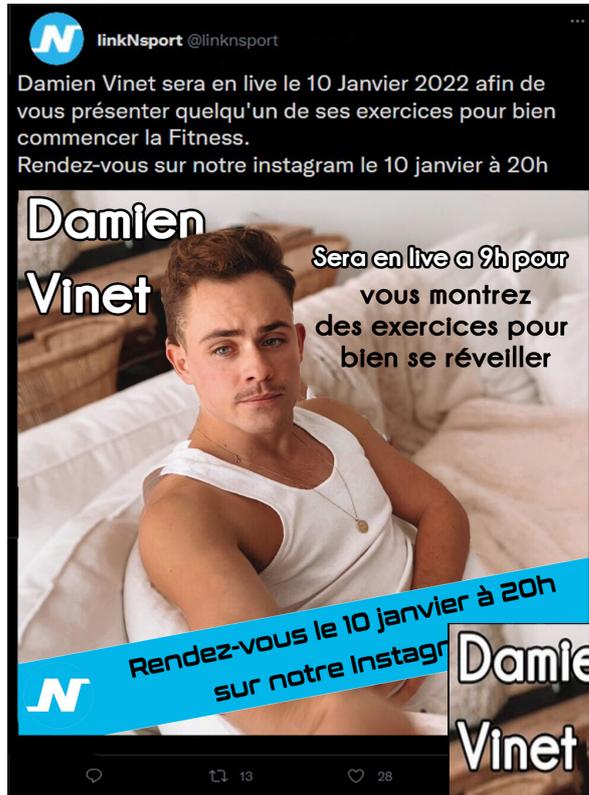
## 9.1 Les influenceurs

### 9.1.1. Damien Vinet

Damien Vinet est un influenceur dans le monde de la fitness de 27 ans. Il est présent professionnellement sur Instagram depuis environ 4 ans et a eu une augmentation fulgurante d'abonné(e)s en avril 2020. Et il est certifié depuis janvier 2021 avec environ 150k d'abonnés sur Instagram, et 20k sur Twitter.

Damien sera partenaire de LinkNsport et fera des lives et des postes en partenariat avec LinkNsport à la fois sur son compte et sur le compte de l'entreprise.

On commencera tout d'abord par un live de morning routine en sport. Pour cela on en fera la pub sur nos propres réseaux-sociaux ainsi que lui sur les siens



## 9.1.2 Laura Lima

Laura Lima est une youtubeuse voyageuse de 23 ans. Elle est sur Youtube depuis 9 ans et compte près de 700k d'abonné(e)s et 50m de vues au total. Elle est certifiée sur tous ses réseaux sociaux. Elle a 400k abonnés sur Instagram et 250k sur Twitter.

Laura est spécialisée en vidéo de voyage à la fois en France et dans le monde. Ce qui lui permet de faire de magnifiques vlogs et des photos Instagram.

On lui proposera de partir dans certains lieux spécifiques, en commençant par la montagne. Elle y fera un vlog en expliquant ce qu'elle peut y faire en tant qu'utilisatrice de LinkNsport.



The image shows a Facebook post from the page 'linknsport'. The post features a large image of Laura Lima, a young woman with long dark hair, wearing a black top and a green necklace, set against a snowy mountain background. The text on the image reads: 'Laura Lima', 'Vous présentera les activités à faire pendant vos vacances à la montagne depuis Les Menuires', and '12 Decembre à 16h'. The Facebook interface shows the post was made by 'linknsport' with the text: 'Vous allez en vacances à la montagne mais ne saviez pas quoi faire? Rejoignez Laura Lima qui vous présentera les activités à faire à la montagne.' It includes a list of social media links for LinkNsport and shows 11 likes.



The image shows an Instagram post from the account 'LinkNsport'. The post features the same image of Laura Lima as the Facebook post. The text on the image reads: 'LAURA LIMA', 'Vous présentera les activités à faire pendant vos vacances à la montagne depuis Les Menuires', and '12 Decembre à 16h'. The Instagram interface shows the post was made by 'LinkNsport' with the text: 'Vous allez en vacances à la montagne mais ne saviez pas quoi faire? Rejoignez Laura Lima qui vous présentera les activités à faire à la montagne. Rendez-vous sur notre Instagram'. It shows 13 likes and 3 shares.



The image shows a Twitter post from the account '@linknsport'. The post features the same image of Laura Lima. The text on the image reads: 'LAURA LIMA', 'Vous présentera les activités à faire pendant vos vacances à la montagne depuis Les Menuires', and '12 Decembre à 16h'. The Twitter interface shows the post was made by 'linkNsport @linknsport' with the text: 'Vous allez en vacances à la montagne mais ne saviez pas quoi faire? Rejoignez Laura Lima qui vous présentera les activités à faire à la montagne. Rendez-vous sur notre Instagram'. It shows 13 retweets and 28 likes.



## 9.1.2 Les concours des influenceurs

Après que Damien et Laura soient bien assimilés à notre marque, on pourra commencer à proposer des concours sur leurs comptes personnels. Pour cela les participants devront s'abonner au compte de linkNsport.

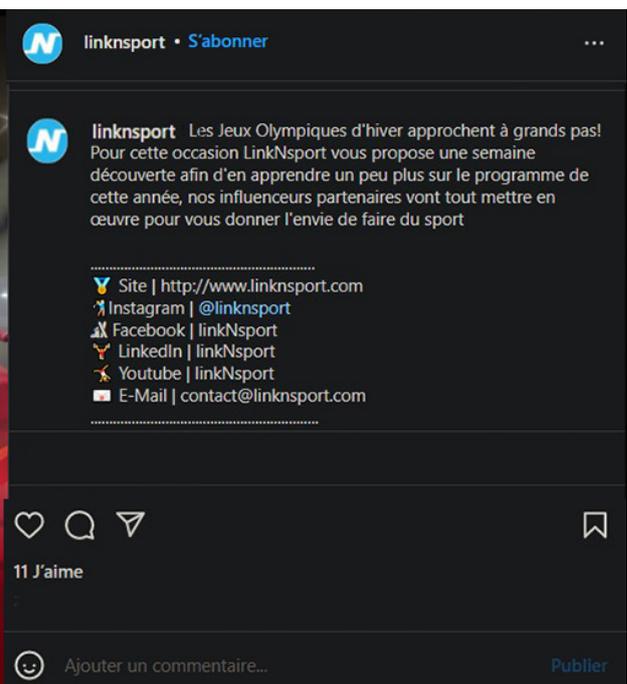
## 9.2 Les journées à thème

Plusieurs fois par an, il y a des journées thématiques en lien avec les valeurs de LinkSport. On peut citer la journée mondiale du sport le 6 Avril, la journée mondiale de l'environnement le 5 Juin, ou encore la journée mondiale du recyclage le 18 mars. Ces journées permettent à LinkNsport de se faire attendre sur leur positionnement c'est à dire le sport d'occasion et l'écologie.



## 9.3 Les Événements sportif

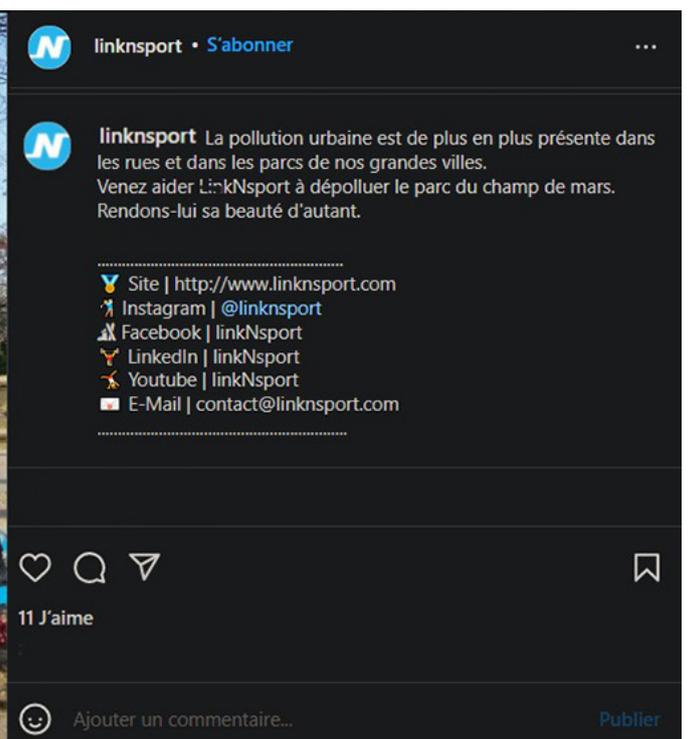
LinkNsport proposant plusieurs catégories de sport, ils peuvent également être présent lors de certain événement sportif tel que des championat nationaux, régionaux et même européen quand LinNsport proposera la livraison dans d'autre pays d'Europe. Et l'événement sportif le plus proche et le plus connu est les Jeux-Olympiques d'hivers ayant lieux du 4 au 22 Février à Pekin. un bon moyen pour LinkNsport de faire parler de leur catégories de ski et autres sport d'hivers



## 9.4 Les Événements Pontuels Made In LinkNsport

Nous avons penser que LinkNsport pourrait organiser quelques événements ponctuel dans l'année en lien avec l'écologie, le recyclage et le sport dans plusieurs villes de France.

Ayant 2 mois au paravant la ville de Paris et ayant obtenue notre autorisation, nous avons decider d'organiser une dépollution du parc du champs de Mars. Un parc très connu des touristes car très proche de la tour eiffel mais aussi connu pour être l'un des parc avec le plus de déchets au sol. Pour effectuer cette événements en toute sécurité, LinkNsport fournira des gants et des sacs poubelles à tout les participants. De plus, nos deux influenceurs partenaires pourrarit participer et en parler sur leur réseaux-sociaux et ainsi faire connaitre nos valeur écologique.



## 9.5 L'optimisation du SEO

# KPI

## Objectif

Mesurer l'activité mensuel sur le site Linknsport

Mesurer l'activité sur les réseaux sociaux dans chaque campagne

Mesurer les lives

Mesurer et analyser la recherche sur les moteurs de recherche

## KPI

Nombre de visites, durée d'engagement moyenne, taux de rebond sur le site, page plus visité, etc; par Google Analytics

Nombre de likes, nombre de partages, nombre de commentaires, nombres d'abonnement sur les différents réseaux sociaux par mois; par statistiques qui donne les réseaux sociaux (par exemple: Facebook)

Nombre de visites, nombre de likes, nombre de partages et nombre de commentaires sur les lives sur réseaux sociaux (par exemple: Youtube)

Analyse de mots clés sur Google Search Console et mesurer la quantité des clicks en relation à chaque mots clés



# Suggestion des mots clés par thème

## Thème

ski d occasion

## Moyenne de recherche mensuelle

1900

## Suggestion

ski occasion

## Moyenne de recherche mensuelle

4400

freeglisse

2400

ski randonnée occasion

1900

chaussure de ski occasion

390

achat skis occasion

210

# Suggestion des mots clés par thème

## Thème

vélo occasion

## Moyenne de recherche mensuelle

12100

## Suggestion

troc velo

## Moyenne de recherche mensuelle

301000

troc occasion

14800

vtt occasion

12100

vélo pas cher

12100

vélo électrique occasion

8100



# Analyse et suggestion des mots clés

## Mots clés

## Moyenne de recherche mensuelle

vélo électrique d occasion

1600

ski d occasion

720

matériel musculation occasion

590

vélo de course d occasion

390

appareil de musculation occasion

320

materiel de musculation occasion

260

appareil musculation occasion

210

# Suggestion des mots clés par thème

## Thème

## Moyenne de recherche mensuelle

fitness occasion

170

## Suggestion

## Moyenne de recherche mensuelle

matrix musculation

590

fitness shop

480

vélo elliptique matrix

480

matériel fitness occasion

210

matériel crossfit occasion

210



## 10 Création de LinkNpress

Nous souhaiterions ajouter une nouvelle branche à Linknsport qui constituera une communication active sur le long terme. En effet Linknpresse sera le nom d'une nouvelle rubrique où l'utilisateur retrouvera tous les événements sportifs à envergure nationale. Ces événements qui bien entendu respecteront les engagements éco-culturel de la société.

Afin d'amener ce projet à bien nous envisagerions d'engager un pigiste qui puisse rédiger des articles de ses événements feront dans les 300 mots. Nous proposeront environ 2 à 3 articles par mois . Le but n'est pas d'alourdir le site mais de l'enrichir. De montrer que Linknsport apporte son soutien dans les activités sportives qui respectent les valeurs de celle-ci. Les avantages de cette nouvelle création seraient tout d'abord une montée en puissance de la visibilité de Linksport par un public sportif très présent sur le territoire. D'après injep, 66% des français de plus de 15 ans pratiquent une activité sportive en 2018.

De plus sera apportera une réputation à Linksport comme une marque engagée comme nous le démontrons avec cette campagne, proche de sa communauté sportive mais aussi écologique.

## 11 Le Budget

Laura et Damien sont deux personnes avec un contenu et une communauté différente, notre but avec Damien sera de touché une cible qui s'intéresse déjà au domaine sportif et qui pourrait être intéressé d'investir dans du nouveaux matériel d'occasion. Avec Laura on cherche plus à attisé la curiosité de sportifs occasionnels qui ne veulent pas investir de base dans du matériel de pro alors qu'ils ne font presque jamais de sport

Et voici comment on va s'y prendre.

On proposera à Damien 3 lives sponsorisés avec du matériel acheté sur notre site (budget 300€ offert sur le site + 400€ par lives). Le premier live serait une découverte du matériel pendant sa séance de sport. Le second live serait fait en exclusivité sur le compte instagram de Linknsport. Le troisième live serait sur son compte instagram et à la fin de celui-ci il ferait gagner le matériel dé départ sur ses réseaux sociaux. avec comme condition de suivre le compte LinkNsport sur le réseau en question (Ca se passera sur Twitter et Instagram)

Et de l'autre côté on proposera à Laura Lima de financer son matériel de sky pour qu'elle puisse partir en vacances en montagne. Elle aura un budget de 500€ pour elle et la personne de son choix, ensuite son objectif sera d'avertir régulièrement sa communauté durant ses vlogs et ses storys que son matériel est offert par linknsport et qu'on y retrouve de quoi faire du sport à moindre prix.

Le partenariat avec Damien coûtera 1500€

Celui avec Laura coûtera 2000€

L'objectif de faire connaître notre marque au grand public, de convertir les sportifs en clients et d'augmenter son nombre d'abonnés sur les réseaux.

Nous avons aussi prévu une marche verte pour inscrire LinkNsport comme une marque qui lute pour le respect de l'écologie. Faire une récolte des déchets dans un lieu pollué permettra d'atteindre la presse locale et aussi de rappeler qu'acheter des articles de seconde mains c'est recycler et donc moins polluer. On estime les couts du rassemblement à 1500€



## ANNEXES et SOURCES:

<https://leboncoingroupe.com/wp-content/uploads/2020/02/La-RSE-chez-leboncoin.pdf>

<https://injep.fr/wp-content/uploads/2020/11/Chiffres-cles-sport-2020.pdf>

<https://linknsport.com/>

<https://runforplanet.fr/>

<https://www.lesechos.fr/pme-regions/ile-de-france/val-de-marne-la-plateforme-linknsport-propose-du-materiel-sportif-100-doccasion-1355295>

[https://ads.google.com/intl/fr\\_fr/home/tools/keyword-planner/](https://ads.google.com/intl/fr_fr/home/tools/keyword-planner/)

<https://fr.semrush.com/>

<https://start.lesechos.fr/au-quotidien/budget-conso/comment-vinted-et-leboncoin-ont-transforme-toute-une-generation-dite-responsable-en-commercant-20-1367906>

<https://business.ladn.eu/news-business/actualites-annonceurs/campagne-communication-noel-le-bon-coin/>

<https://www.strategies.fr/blogs-opinions/sites-favoris/4070115W/leboncoin-lance-sa-campagne-de-noel-en-surfant-sur-la-crainte-d-une-penurie.html>

