CAMPAGNE MARKETING D'INFLUENCE POUR "MAISON BAGARRE"

X

Auteur:
Pablo Garcia Martin

Université:
Université de Strasbourg

Faculté:
IUT Robert Schuman

1. PRÉSENTATION DE LA MARQUE

Maison Bagarre est une marque innovante de vin pétillant en canette, fondée en 2024 à Paris par les influenceurs Océane Amsler et Olivier Lesnicki. Son objectif est de dépoussiérer l'image du vin traditionnel en proposant un produit moderne, fun et accessible, parfait pour les soirées entre amis, les pique-niques ou les moments de détente.

Ancrée dans des valeurs d'audace, de convivialité et d'innovation, Maison Bagarre casse les codes du secteur viticole tout en respectant le savoir-faire français. Son format pratique et élégant reflète une nouvelle vision du vin: libre, nomade et sans contraintes. Avec une identité forte et un esprit disruptif, la marque s'impose comme une référence du vin nouvelle génération.

2. DÉFINITION DE LA STRATÉGIE

Objectives:

Augmenter la notoriété de la marque: Maison Bagarre est une marque relativement nouvelle et doit renforcer sa visibilité.
Créer de l'engagement et créer une communauté: La possible forte interaction autour d'un produit renforce la confiance des consommateurs
Stimuler les ventes et le trafic vers les canaux de distribution: Et l'objectif final reste d'augmenter les achats.

Ciblage:

Notre public cible est composé de personnes âgées de 22 à 35 ans, des deux genres, avec une légère prédominance féminine. Elles disposent d'un pouvoir d'achat moyen-élevé, leur permettant d'accéder à des produits premium mais abordables, et résident en France.

Elles mènent un mode de vie dynamique, aimant sortir, retrouver leurs amis et vivre des expériences festives. Elles recherchent des produits alliant élégance et praticité, et sont particulièrement sensibles aux dernières tendances. De plus, elles sont des utilisatrices actives des réseaux sociaux tels qu'Instagram, TikTok et YouTube.

3. SÉLECTION D' INFLUENCEURS

Critères de sélections:

A) Alignement avec l'image et valeurs de la marque (20%)
B) Engagement et interaction (20%)
C) Format et Qualité de contenu (20%)
D) Fréquence de publication (15%)
E) Réceptivité et facilité de collaboration (15%)
F) Followers (10%)

Liste des influenceurs:

Caroline Receveur: Grande influence lifestyle et entrepreneure, elle correspond parfaitement à l'image premium et tendance de Maison Bagarre. Son audience apprécie les produits élégants et novateurs.

Léna Situations (Léna Mahfouf): Influence ultra-populaire auprès des jeunes adultes (public cible). Son contenu authentique et son storytelling fort garantissent un excellent engagement.

Jeanne Damas: Son univers chic et parisien s'aligne avec le positionnement du vin pétillant en canette, qui allie modernité et élégance décontractée.

Audrey Lombard: Influence mode et lifestyle avec un style casual-chic qui colle à l'image de Maison Bagarre. Son audience est en recherche de tendances accessibles.

Cédric Grolet: Célèbre pâtissier avec une influence dans le monde de la gastronomie. Un partenariat avec lui donnerait une légitimité culinaire et un aspect premium au produit.

Pascaline Lepeltier: Sommelière réputée, elle pourrait offrir une crédibilité œnologique et promouvoir le produit sous un angle éducatif et qualitatif.

EnjoyPhoenix (Marie Lopez): Très suivie par la cible des jeunes adultes, son image accessible et sincère permettrait d'introduire Maison Bagarre à une audience large et engagée.

Tibo InShape: Influenceur fitness. Il pourrait positionner le produit comme une alternative "plaisir sans culpabilité" pour son audience.

Mister V: Humoriste et rappeur suivi par un public jeune. Il pourrait créer un contenu viral et décalé pour promouvoir Maison Bagarre de manière fun et engageante.

Natoo (Nathalie Odzierejko): Influence humoristique qui peut présenter le produit de manière ludique et naturelle, rendant la campagne plus authentique et virale.

***Note**: Je ne connais pas beaucoup d'influenceurs français parce que je suis espagnol haha, donc j'ai dû faire appel à ChatGPT pour cette partie.*

Grille d'évaluation:

CAROLINE RECEVEUR

Critères	**Pondération sur 100**	**Évaluation (1-5)**	**Score pondéré**
Alignement avec l'image et valeurs de la marque	20%	4	0,8
Engagement et interaction	20%	3	0,6
Format et Qualité de contenu	20%	5	1
Fréquence de publication	15%	3	0,45
Réceptivité et facilité de collaboration	15%	2	0,3
Followers	10%	5	0,5
TOTAUX			**3,65**

LÉNA SITUATIONS

Critères	**Pondération sur 100**	**Évaluation**	**Score pondéré**
Alignement avec l'image et valeurs de la marque	20%	4	0,8
Engagement et interaction	20%	3	0,6
Format et Qualité de contenu	20%	5	1
Fréquence de publication	15%	4	0,6
Réceptivité et facilité de collaboration	15%	2	0,3
Followers	10%	5	0,5
TOTAUX			**3,8**

JEANNE DAMAS

Critères	**Pondération sur 100**	**Évaluation**	**Score pondéré**
Alignement avec l'image et valeurs de la marque	20%	4	0,8
Engagement et interaction	20%	4	0,8
Format et Qualité de contenu	20%	5	1
Fréquence de publication	15%	4	0,6
Réceptivité et facilité de collaboration	15%	3	0,45
Followers	10%	5	0,5

TOTAUX: 4,15

AUDREY LOMBARD

Critères	**Pondération sur 100**	**Évaluation**	**Score pondéré**
Alignement avec l'image et valeurs de la marque	20%	4	0,8
Engagement et interaction	20%	2	0,4
Format et Qualité de contenu	20%	4	0,8
Fréquence de publication	15%	4	0,6
Réceptivité et facilité de collaboration	15%	4	0,6
Followers	10%	4	0,4

TOTAUX: 3,6

CÉDRIC GROLET

Critères	**Pondération sur 100**	**Évaluation**	**Score pondéré**
Alignement avec l'image et valeurs de la marque	20%	3	0,6
Engagement et interaction	20%	3	0,6
Format et Qualité de contenu	20%	5	1
Fréquence de publication	15%	3	0,45
Réceptivité et facilité de collaboration	15%	2	0,3
Followers	10%	5	0,5

TOTAUX: 3,45

PASCALINE LEPELTIER

Critères	**Pondération sur 100**	**Évaluation**	**Score pondéré**
Alignement avec l'image et valeurs de la marque	20%	4	0,8
Engagement et interaction	20%	2	0,4
Format et Qualité de contenu	20%	3	0,6
Fréquence de publication	15%	4	0,6
Réceptivité et facilité de collaboration	15%	4	0,6
Followers	10%	2	0,2

TOTAUX: 3,2

ENJOYPHOENIX

Critères	**Pondération sur 100**	**Évaluation**	**Score pondéré**
Alignement avec l'image et valeurs de la marque	20%	4	0,8
Engagement et interaction	20%	4	0,8
Format et Qualité de contenu	20%	4	0,8
Fréquence de publication	15%	4	0,6
Réceptivité et facilité de collaboration	15%	3	0,45
Followers	10%	5	0,5

TOTAUX: 3,95

TIBO INSHAPE

Critères	**Pondération sur 100**	**Évaluation**	**Score pondéré**
Alignement avec l'image et valeurs de la marque	20%	3	0,6
Engagement et interaction	20%	4	0,8
Format et Qualité de contenu	20%	3	0,6
Fréquence de publication	15%	5	0,75
Réceptivité et facilité de collaboration	15%	2	0,3
Followers	10%	5	0,5

TOTAUX: 3,55

MISTER V

Critères	**Pondération sur 100**	**Évaluation**	**Score pondéré**
Alignement avec l'image et valeurs de la marque	20%	2	0,4
Engagement et interaction	20%	4	0,8
Format et Qualité de contenu	20%	5	1
Fréquence de publication	15%	3	0,45
Réceptivité et facilité de collaboration	15%	3	0,45
Followers	10%	5	0,5

TOTAUX: 3,6

NATOO

Critères	**Pondération sur 100**	**Évaluation**	**Score pondéré**
Alignement avec l'image et valeurs de la marque	20%	4	0,8
Engagement et interaction	20%	4	0,8
Format et Qualité de contenu	20%	4	0,8
Fréquence de publication	15%	4	0,6
Réceptivité et facilité de collaboration	15%	3	0,45
Followers	10%	5	0,5

TOTAUX: 3,95

Influenceurs choisis:

Jeanne Damas
Enjoyphoenix
Natoo
Lena Situations

4. CONTACT DES INFLUENCEURS

Jeanne Damas:

Email professionnel via son agence ou son site web

Message initial:

Objet: Collaboration exclusive avec Maison Bagarre

Bonjour Jeanne,

Nous sommes de grands admirateurs de votre univers élégant et de l'art de vivre parisien que vous incarnez. Maison Bagarre, notre marque de vin pétillant en canette, casse les codes du vin traditionnel avec un esprit chic et moderne. Nous serions ravis de collaborer avec vous pour une campagne exclusive qui mettrait en avant votre vision unique du lifestyle à la française.

Seriez-vous disponible pour en discuter? Nous serions honorés de vous envoyer une sélection de nos produits.

À très bientôt,

Pablo García Martín // +34 697 890 323

EnjoyPhoenix:
Email professionnel

Message initial:

Objet: Maison Bagarre x EnjoyPhoenix – Collaboration unique!

Bonjour Marie,

Nous espérons que tu vas bien ! Nous suivons ton parcours inspirant depuis longtemps et nous pensons que ton univers lifestyle et bien-être pourrait être une belle synergie avec Maison Bagarre.

Nous avons développé un vin pétillant en canette, parfait pour des moments de détente et de partage, tout en conservant une approche moderne et responsable. Nous aimerions beaucoup t'envoyer nos produits pour avoir ton avis et envisager une collaboration authentique autour de ton lifestyle.

Dis-nous si tu serais intéressée!

Cordialement,

Pablo García Martin // +34 697 890 323

Natoo:

DM Instagram + YouTube (section business inquiries)

Message initial en DM :

Yo Natoo !

On sait que tu aimes les bons moments et les produits qui sortent de l'ordinaire… Alors, on a pensé à toi pour découvrir Maison Bagarre : du vin pétillant en canette, idéal pour une soirée cool et sans chichi.

Ça te dit qu'on t'envoie un petit pack pour que tu goûtes et qu'on voit si on peut faire un truc fun ensemble ?

Pablo García Martín // +34 697 890 323

NOTE: Si pas de réponse, relance par email avec plus de détails sur la collab.

Lena Situations:

DM Instagram + email à son équipe

Message initial en DM :

Hey Léna !

On adore ton énergie et ton approche ultra positive du quotidien ! Chez Maison Bagarre, on a créé un vin pétillant en canette qui casse les codes et qui correspond totalement à ton univers fun et moderne. On aimerait beaucoup collaborer avec toi sur un projet exclusif.

On peut t'envoyer plus d'infos?

Pablo García Martín // +34 697 890 323

NOTE: Si pas de réponse en 48h ↠ Envoyer un email plus détaillé à son équipe.

5. RÉDACTION D'UN BRIEF POUR LES INFLUENCEURS

Brief de Collaboration // Maison Bagarre

1. Présentation de la Marque

Maison Bagarre est une marque innovante de vin pétillant en canette, fondée en 2024 à Paris par les influenceurs Océane Amsler et Olivier Lesnicki. Son objectif est de dépoussiérer l'image du vin traditionnel en proposant un produit moderne, fun et accessible, parfait pour les soirées entre amis, les pique-niques ou les moments de détente.

2. Objectifs de la Collaboration

- Faire découvrir Maison Bagarre à ta communauté avec un storytelling authentique.
- Créer du contenu engageant qui montre comment le vin pétillant en canette peut s'intégrer dans un mode de vie fun et décomplexé.
- Générer du trafic vers notre site ou nos points de vente via un lien affilié ou un code promo exclusif.

3. Détails de la Collaboration

- Durée de la campagne : 2 semaines
- Plateformes privilégiées : Instagram, TikTok, YouTube
- Type de contenu attendu :
    - **Instagram** : 1 post (photo ou carousel) + 2 stories avec swipe-up
    - **TikTok/Réel** : 1 vidéo courte mettant en scène Maison Bagarre d'une manière originale et engageante
    - **YouTube** *(si applicable)* : Intégration du produit dans une vidéo

4. Lignes Directrices et Message Clé

Ton et Style: Léger, naturel et authentique. Le but est de montrer une réelle expérience avec Maison Bagarre, pas une publicité classique.

Points à mettre en avant:
- Maison Bagarre est un vin pétillant pratique, élégant et tendance.
- Il casse les codes du vin traditionnel et s'adresse aux amateurs de produits modernes.
- Son format en canette permet une consommation nomade (festivals, pique-niques, soirées...).

Mentions obligatoires:
- Hashtag de la campagne : *#MaisonBagarreExperience*
- Tag de notre compte Instagram : @MaisonBagarre
- Mention légale obligatoire : « L'abus d'alcool est dangereux pour la santé, à consommer avec modération. »

5. Contreparties et Avantages

- **Rémunération** : (À préciser selon l'influenceur)
- Envoi d'un **pack découverte** avec plusieurs saveurs
- **Code promo exclusif** pour ta communauté
- Possibilité de **repost de ton contenu** sur nos réseaux sociaux

Contact : Pablo García Martín // +34 697 890 323
maisonbagarrepgm@gmail.com

Nous sommes super enthousiastes à l'idée de travailler avec toi et avons hâte de voir comment tu vas interpréter l'univers de Maison Bagarre!!

À très vite!
L'équipe Maison Bagarre.

6. MESURÉ DES PERFORMANCES

KPIs que les influenceurs doivent partager avec l'entreprise.

Ces indicateurs permettent d'évaluer la portée et l'engagement générés par les publications des influenceurs.

Performance des publications :
- Nombre d'impressions (combien de fois le contenu a été vu)
- Portée (nombre d'utilisateurs uniques ayant vu le contenu)
- Taux d'engagement (likes, commentaires, partages, sauvegardes)
- Nombre de vues sur les stories/Reels/TikToks
- Nombre de clics sur le lien tracké ou le swipe-up

Interaction et perception :
- Nombre de messages/commentaires liés à Maison Bagarre
- Tonalité des retours de la communauté (positifs, neutres, négatifs)
- UGC (User Generated Content) : nombre d'abonnés créant du contenu inspiré par la campagne

Conversions directes :
- Utilisation du code promo de l'influenceur
- Nombre de redirections vers le site e-commerce via le lien affilié

KPIs internes à l'entreprise

Ces indicateurs mesurent l'impact global de la campagne sur la marque et les ventes.

Impact sur les ventes :
- Nombre de ventes générées via les codes promos/lien tracké
- Augmentation du panier moyen pour les clients venant de la campagne
- Taux de conversion des visiteurs en acheteurs

Visibilité et notoriété :
- Évolution du nombre d'abonnés sur les réseaux sociaux de Maison Bagarre
- Engagement global sur les publications officielles de la marque
- Nombre de mentions/tag sur les réseaux sociaux
- Volume de recherches Google autour de "Maison Bagarre"

Distribution et partenariats :
- Augmentation du trafic en points de vente physiques (si applicable)
- Nombre de nouveaux distributeurs intéressés par la marque

CONCLUSIÓN

La campagne de marketing d'influence pour Maison Bagarre a pour objectif de renforcer la notoriété de la marque, de générer de l'engagement et de stimuler les ventes grâce à une stratégie ciblée et des collaborations pertinentes avec des influenceurs clés.

En suivant une approche structurée de l'analyse de la marque à la mesure des performances, cette campagne met en avant un produit innovant tout en capitalisant sur des créateurs de contenu influents et alignés avec les valeurs de Maison Bagarre.

Grâce à une sélection rigoureuse des influenceurs, une communication adaptée et des indicateurs de performance bien définis, cette campagne a le potentiel d'amplifier la visibilité de la marque et d'asseoir sa position sur le marché du vin nouvelle génération.

Enfin, cette stratégie pourra être ajustée en fonction des retours et des résultats obtenus, afin d'optimiser les futures campagnes et d'assurer une croissance continue à Maison Bagarre.

Merci pour votre attention!
MAISON BAGARRE.