

Tna[®]



ARITZIA
Mr. SUPER PUFF

Par: Marilou, Noémie, Marika, Marie-Pier



Clientèle existante

Femmes âgées entre 25-40 ans

En fin d'études / Commencement sur le marché du travail

Habite en ville / banlieue

Intérêt pour la mode

Clientèle cible

Hommes âgés entre 25-40 ans

Vie urbaine : travail de bureau, prend le métro

Activités quotidiennes (profite de la vie urbaine de Montréal)

Habite principalement en ville

Intérêt envers la mode

Concept

Super Warm. Super cool. Super Tech.

Objectif : Faire la promotion des deux manteaux disponibles pour hommes

Dans un univers urbain : aller au travail, prendre le métro, aller au restaurant, musées, bar, marche, attente de l'autobus, etc.

Permet d'approcher la clientèle cible de façon à ce qu'elle se sente interpellé à acheter les produits.



Tna[®]



Expert

Activité de vie urbaine

Articulation entre les activités CMI

Idée pour améliorer le courriel publicitaire

Avoir des micros-influenceurs

Mettre des photos plus rurales dans la publication sur Facebook

Jean-Pascal Simard



Développement durable

Campagne publicitaire en ligne seulement

Aucune utilisation de papier

Manteau bouffant garni de duvet d'oie de source entièrement responsable

Certification Responsible Down Standard



Bouffe en duvet d'oie 700+



Certification Responsible Down Standard



V très chaud : -30 °C (-22 °F)

Tna[®] Tna[®]

MEN'S

THE SUPER PUFF^{MC}

Typographie

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

0123456789

Helvetica léger

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

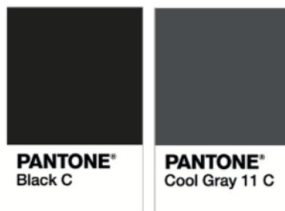
0123456789

Helvetica courant

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

0123456789

Helvetica gras



Icônes réseaux sociaux



Hashtags:

[#thesuperpuff](#)
[#tnabyaritzia](#)
[#THEMRSUPERPUFF](#)
[#aritziamensjacket](#)

Aucune utilisation d'emojis

Stratégie médias

Email publicitaire:

Annoncer notre nouvelle collection pour hommes

Envoyer aux clients du registre d'Aritzia (majoritairement féminin)

Pour but d'inciter les clientes fidèles à obtenir 10% en partageant la nouvelle avec leur conjoint et amis

Utilisation d'un code QR qui est associé à chaque courriel du registre (un code QR par courriel)


ARITZIA
Super Warm. Super cool. Super Tech.
THE SUPER PUFF Tna[®]



Our new Technical... who isn't afraid of m...

Get 10% OFF on... purchase just by sharing this ad with your boyfriend, spouse and friends!

Be the next MR. SUPER PUFF



Stratégie médias

Les réseaux sociaux :

Publications et stories Instagram

Hashtags : #thesuperpuff, #tnabyaritzia, #THEMRSUPERPUFF, #aritziamensjacket

Trois publications par semaine et stories pendant trois semaines

Lien "swipe up" sur les stories pour avoir accès directement au site internet

Publié durant les heures de pointe (12h -13h) (16h-17h)

Lien internet pour avoir accès directement à la page produit: Générer des ventes




Mr. Super puff



Publications sur Facebook

Aritzia ✓
7 septembre 2021 à 16h02

The Mr. Super Puff™ jacket is new, new, new and looks good layered over pretty much everything. <https://bit.ly/3m3MmKF>
#thesuperpuff #tnabyaritzia #THEMRSUPERPUFF #ariziamensjacket




300
60 commentaires 5 partages

J'aime Commenter Partager

Aritzia ✓
4 septembre 2021 à 13h30


The Mr. Super Puff™ jacket is new, new, new and looks good layered over pretty much everything. <https://bit.ly/3m3MmKF>
#thesuperpuff #tnabyaritzia #THEMRSUPERPUFF #ariziamensjacket



250
50 commentaires 4 partages

J'aime Commenter Partager

ARITZIA aritzia



Aimé par racheycakes et d'autres personnes

aritzia- 275\$ GIVEAWAY
ONE WINNER WILL RECEIVE THE NEW SUPER PUFF FOR MEN'S
Here's how to enter:
1. Like and share this post
2. Make sure to be following @aritzia, @jamieelalouf, @gabsta, @le_nel, @victormd1
3. Tag two friends in the comments

[#thesuperpuff](#), [#tnabyaritzia](#), [#THEMRSUPERPUFF](#), [#aritziamensjacket](#).

Stratégies créatives

Concours

- Suivre la page Aritzia et les quatre micro-influenceurs
- Click sur j'aime et partager la publication
- Mentionner deux de tes amis dans les commentaires
- Gagner un manteaux pour homme d'une valeur de 275\$



Marketing interactif (concours)

Utilisation de verbes d'action

Créer de l'engagement et accroître la visibilité de la marque Tna

Utilisation des hashtags

Stratégie de micro-influenceurs

Visé à influencer le marché québécois, canadien

4 micro-influenceurs:

- Jamie Lalouf @jamieelalouf, 9 051 abonnés, Québec
- Gabriel Lévesque @gabsta, 8 458 abonnés, Québec
- Victor @victorrm1, 7 085 abonnés, Toronto
- Nel @le_nel, 6 679 abonnés, Toronto

Budget: 75\$ chaque + un manteau gratuit d'une valeur de 275\$
= 300\$ en argent, 1100\$ en cadeau

Calendrier et budget

Budget total:

2000\$ pour toutes les publications Instagram

600\$ pour tous les stories Instagram

1200\$ pour tous les publications Facebook

Concours:

75\$ chaque + un manteau gratuit

d'une valeur de 275\$

= 300\$ en argent, 1100\$ en cadeau

Total de la campagne: 5200\$

Septembre 2021

Dimanche	Lundi	Mardi	Mercredi	Jeudi	Vendredi	Samedi
			1 1 publication + 1 storie Instagram	2 1 publication Instagram	3	4 1 publication Facebook
5	6 1 publication Instagram	7 1 publication Facebook	8 1 publication + 1 storie Instagram	9 1 publication Instagram	10	11 1 publication Facebook
12	13 1 publication Instagram	14 1 publication Facebook	15 1 publication + 1 storie Instagram	16 1 publication Instagram	17	18 1 publication Facebook
19	20 1 publication Instagram	21 1 publication Facebook	22 1 publication + 1 storie Instagram	23	24	25
26	27	28	29	30		

Tna[®]
MEN'S



Hommes âgés entre 25-40 ans

Objectif : Augmenter la visibilité des manteaux Mr. Super Puff auprès d'une clientèle masculine

Email publicitaire, publication sur Facebook, concours avec des micro-influenceurs sur Instagram