

OCTAVE BENOIT - WILLIAM DEMAZIER - LAURIS EWAGNIGNON

SUP'MEN

SUPER MENUISIERS

RECYCLERIE DE
MEUBLES

LI COMUNICANTI

SOMMAIRE

- ANALYSE
- POSITIONNEMENT / AXE DE COMM
- STRATEGIE CREATIVE

ANALYSE

ANALYSE

MARQUE

NOM:

“SUP’MEN” → SUPER MENUISIER (RECYCLERIE DE MEUBLE)

PRINCIPE :

RECYCLERIE DE MEUBLES / CRÉATION D’AUTRES MEUBLES
AVEC D’ANCIENS MEUBLES.

REMISE À NEUF DE MEUBLE.

CUSTOMISATION DE MEUBLES SUR DEMANDE (STYLE
“@LOREMPDF” SUR INSTAGRAM).

→ SI POSSIBLE MEUBLES EXCLUSIFS EN PARTENARIAT AVEC
DES ARTISTES.

ANALYSE

CONCURRENCE

- **EMMAÜS**
- **LA RESSOURCERIE CREATIVE**
- **OH! DES MEUBLES**

EMMAÜS

Nos meubles sont conçus pour durer.

Ça tombe bien, ils nous sont utiles.

Objet en unique exemplaire. Retrouvez tous nos autres objets choisis sur label-emmaus.co

ENSEMBLE, CONSOMMONS LE DON. **labelemmaüs** le service en ligne



Une commode donnée, c'est du travail retrouvé.

Minimale et pratique, c'est plus utile. Et donner à un enfant, à quelqu'un qui travaille, à quelqu'un qui est en difficulté, à quelqu'un qui est seul, à quelqu'un qui est malade, à quelqu'un qui est âgé, à quelqu'un qui est handicapé, à quelqu'un qui est en situation de précarité, à quelqu'un qui est en situation de vulnérabilité, à quelqu'un qui est en situation de besoin, à quelqu'un qui est en situation de détresse, à quelqu'un qui est en situation de souffrance, à quelqu'un qui est en situation de douleur, à quelqu'un qui est en situation de tristesse, à quelqu'un qui est en situation de désespoir, à quelqu'un qui est en situation de désolation, à quelqu'un qui est en situation de désespoir, à quelqu'un qui est en situation de désolation.



UNE CHAISE ÇA SERT À S'ASSEOIR MOI ÇA M'A AIDÉ À MÊ RELEVER KADER B. 52 ANS

EN DONNANT VOS OBJETS, VOUS AIDEZ EMMAÜS-DÉFI À CRÉER DES EMPLOIS POUR LES PERSONNES SANS-ABRI.

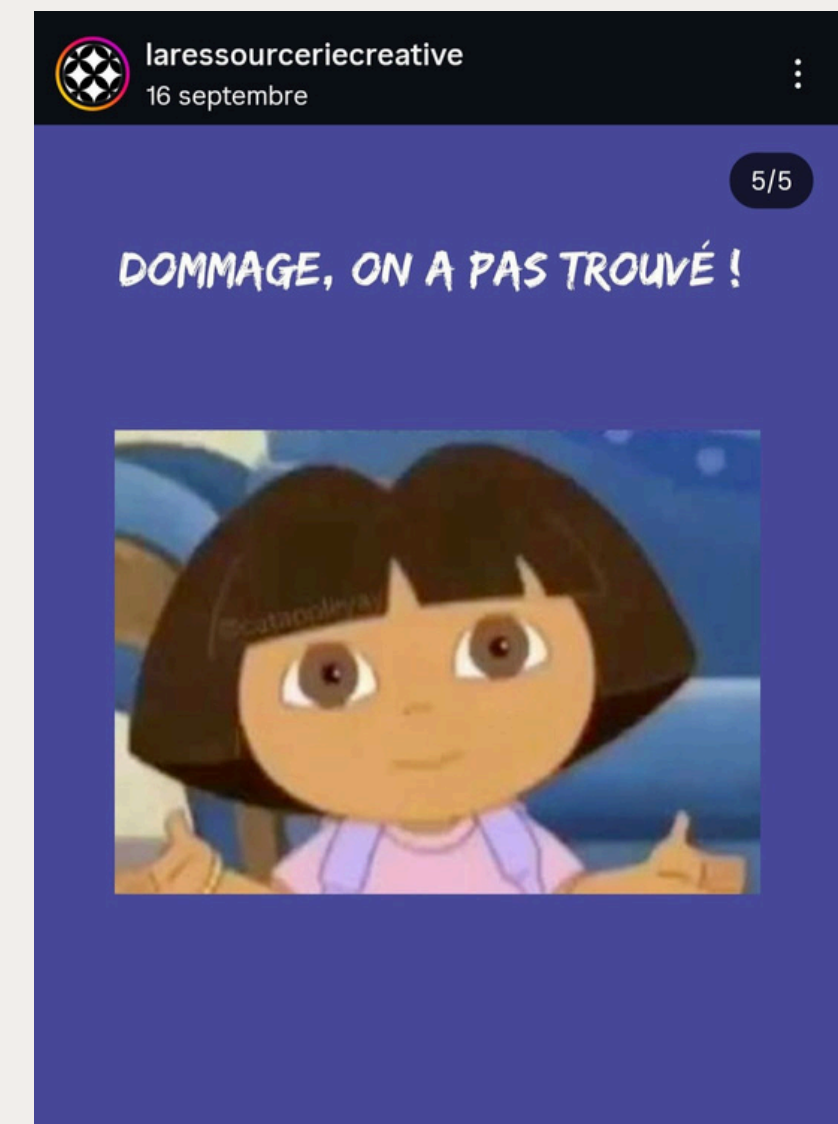
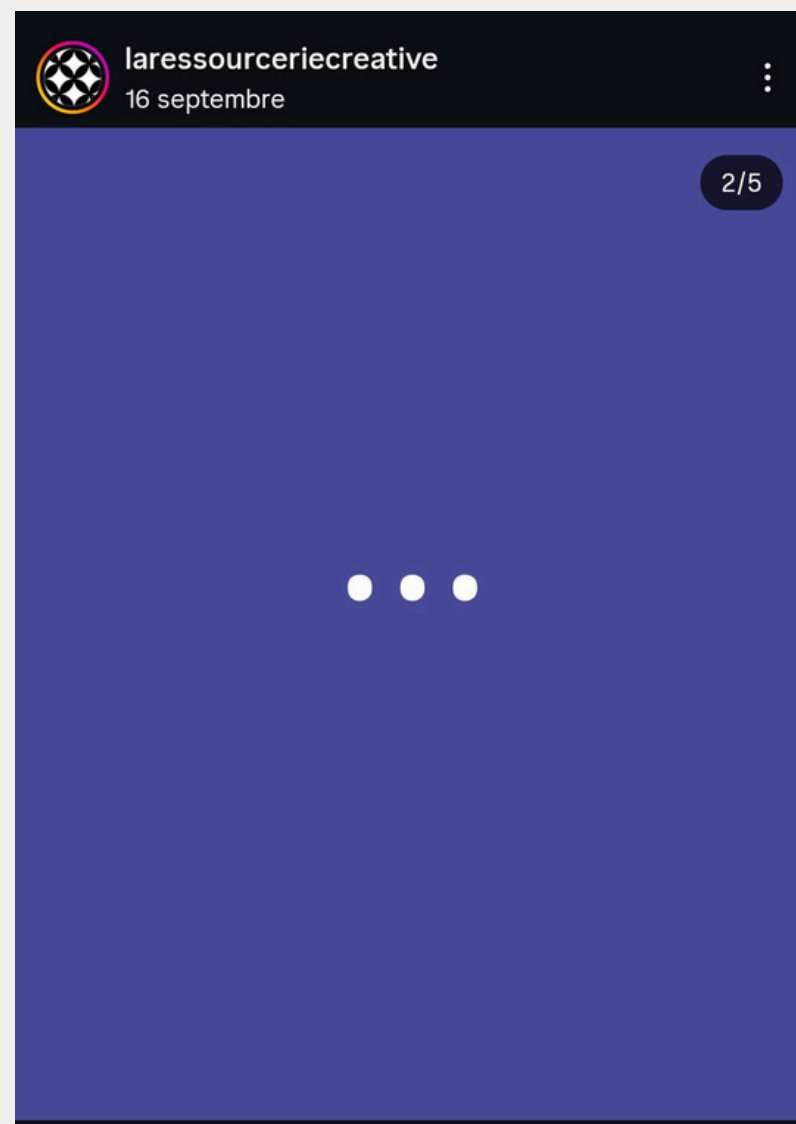
0 970 818 960 APPEL GRATUIT FRANCE MÉTROPOLITAINE

EMMAÜS-DÉFI.ORG

SCANNEZ POUR DÉCOUVRIR QUI EST JULIAN D.



LA RESSOURCERIE CRÉATIVE



OH! DES MEUBLES

CE QUE MONTRENT LES RECHERCHES :

AUCUNE CAMPAGNE (TV, PRINT, WEB, OU AUTRE) ASSOCIÉE À « HO! DES MEUBLES » N'APPARAÎT DANS LES BASES ACCESSIBLES, NI DANS DES ARTICLES, ANNONCES, ARCHIVES PUBLICITAIRES OU SITES AGRÉGATEURS DE PUBS.

ANALYSE

SWOT

FORCES

- POSITIONNEMENT UNIQUE : MEUBLES PERSONNALISÉS ET ÉCOLOGIQUES
- EXPERTISE ARTISANALE + MATÉRIAUX DE QUALITÉ (BOIS).
- MARCHÉ DU RECYCLÉ EN FORTE CROISSANCE.
- MODÈLE FLEXIBLE : SUR-MESURE + REMISE À NEUF.
- BONNE COMMUNICATION INSTAGRAM/TIKTOK (AVANT/APRÈS).
- ATTRACTIF POUR LES JEUNES (IMAGE MODERNE).

FAIBLESSES

- NOTORIÉTÉ FAIBLE, MARQUE ENCORE INCONNUE.
- FORTE DÉPENDANCE AUX RÉSEAUX SOCIAUX POUR LA VISIBILITÉ.
- RESSOURCES HUMAINES ET FINANCIÈRES LIMITÉES.
- PERSONNALISATION LONGUE → DÉLAIS ET COÛTS ÉLEVÉS

ANALYSE

SWOT

OPPORTUNITÉS

- BOOM DE L'ÉCONOMIE CIRCULAIRE ET DE L'UPCYCLING.
- PARTENARIATS AVEC ARTISTES, ÉVÉNEMENTS, ASSOCIATIONS.
- EXPANSION GÉOGRAPHIQUE POSSIBLE + NOUVEAUX SEGMENTS (ÉTUDIANTS, JEUNES COUPLES...).
- TENDANCES VINTAGE ET CUSTOMISATION TRÈS POPULAIRES.

MENACES

- CONCURRENCE ÉLEVÉE (EMMAÜS, RESSOURCERIES, PLATEFORMES EN LIGNE).
- PROBLÈMES LOGISTIQUES (COLLECTE, TRANSPORT, LIVRAISONS).
- FLUCTUATION DES PRIX DES MATÉRIAUX.
- TENDANCES DÉCO CHANGEANTES + RISQUE DE SATURATION DU MARCHÉ.

ANALYSE

CIBLES PRINCIPALES

CLIENT IDÉAL :

ÂGE : AUTOUR DE 30 ANS

ARGENT : DANS LES 40K/AN

SENSIBLE À L'ÉCOLOGIE ET AU RECYCLAGE

AIME LES MEUBLES EN BOIS

AIME L'ARTS/LA CRÉATIVITÉ

ANALYSE

PERSONA



MICHEL JEAN :

34 ANS, CADRE EN ENTREPRISE,
SALAIRE MODÉRÉ → UN GOÛT POUR
LES MEUBLES EN BOIS, SIMPLES OU
STYLISÉS, SENSIBLE À
L'ÉCOLOGIQUE. + HABITE EN RÉGION
PARISIENNE.

ANALYSE

OBJECTIF

COGNITIF :

FAIRE CONNAITRE, INFORMER :

OBJECTIF D'INFORMATION (FAIRE
CONNAITRE L'ENTREPRISE)

ANALYSE

DIAGNOSTIQUE

PROBLÈME PRINCIPAL DE LA MARQUE :

- MANQUE DE NOTORIÉTÉ.
- PEUR D'ACHETER DES MEUBLES EN BOIS QUI PLUS EST DE SECONDE MAIN CHEZ LE CLIENT.
- LA GESTION DES COLLECTES DE MEUBLES, LE TRANSPORT ET LES DÉLAIS DE FABRICATION PEUVENT ÊTRE DES POINTS SENSIBLES.

ANALYSE

DIAGNOSTIQUE

INSIGHT :

- “CA FAIT BOBO LES MEUBLES EN BOIS”
- “J’AI PAS L’ARGENT POUR ME PAYER DES MEUBLES COMME ÇA”
- “LA SECONDE MAIN C’EST MOINS CHÈRE MAIS C’EST PAS OUF”

ANALYSE

PROBLÈMES À RÉSOUDRE

COMMENT FAIRE COMPRENDRE AU CLIENT QUE TOUS NOS MEUBLES NE COÛTENT PAS CHER, ALORS QUE NOS MEUBLES LES PLUS CHERS SONT CEUX QUI SONT EN COLLABORATION AVEC DES ARTISTES.

POSTIONNEMENT / AXE DE COMM

POSITIONNEMENT

NOS MEUBLES, VENANT DU RECYCLAGE OU DE DONATEURS SONT RÉNOVÉS ET PERSONNALISABLE. NOUS FAISONS ÉGALEMENT DES MEUBLES PLUS SIMPLES ET DES REMISES À NEUF. ÉVIDEMMENT TOUT CELA POUR DES PRIX ACCESSIBLE À TOUS.

AXE DE COM

- **AXE** : DES MEUBLES EN BOIS PAS CHER
- **SLOGAN** : SUPER MEUBLES, SUPER PAS CHER, SUPER MENUISIER
- **CONCEPT CRÉATIF** : MONTRER DES MEUBLES (NORMAUX OU/ET CUSTOMISÉS) AVEC UN PRIX TRÈS CONCURRENTIELS

STRATEGIE CREATIVE

STRATEGIE CREATIVE

IDÉE DE CAMPAGNE N°1 : SUITE LOGIQUE DE PUB

la première sur le prix des meubles normalement

“vous savez combien ça coûte un meuble en bois ?” (image de meuble un peu cher) “oui c’est cher, sauf chez nous”

la deuxième sur le prix d’un de nos meubles

“vous savez combien ça coûte un de nos meubles ?” (image d’un de nos meubles) “Et oui c’est pas si cher”

la troisième sur le prix d’une demande d’un particulier

“Tu veux réparer ton meuble comme neuf ?” (image du meuble du particulier) “On est là à prix bas”

EXEMPLES

SAVEZ VOUS COMBIEN
COÛTE
UN MEUBLE EN BOIS?



1079€

Oui c'est cher, sauf chez nous.

SUP'MEN

SUPER MENUISIERS
RECYCLERIE DE
MEUBLES

vous savez combien ça coûte
un de nos meubles ?

370 €



Et oui c'est pas si cher

SUP'MEN

SUPER MENUISIERS
RECYCLERIE DE
MEUBLES

Tu veux réparer ton meuble
comme neuf ?



350 €
les réparations
(le prix dépend
des réparations
à faire)

On est là à prix bas

SUP'MEN

SUPER MENUISIERS
RECYCLERIE DE
MEUBLES

STRATEGIE CREATIVE

IDÉE DE CAMPAGNE N°2 : PUB AVEC PARTICIPATION DE LA COMMUNAUTÉE

Jeu interactif:

En post, une slide avec une image d'un de nos meubles, et une question simple : "quel est le prix de ce meuble ?" Les followers répondront en commentaire, les personnes trouvant le prix exact avant une date donnée gagnent un bon de réduction de 10% dans la boutique. Résultat en story (nombre de gagnants), ce processus peut être répété plusieurs fois avec d'autres meubles. L'objectif principal est de choquer les internautes avec des prix bien en dessous de ce qui est attendu.

EXEMPLES

Jeux concours

Combien ça coûte ?



bon de réduction de 10% à gagner

(réponse en commentaire avant le 07/12)

JEUX CONCOURS

Combien ça coûte ?



Bon de réduction de 10% à gagner

(réponse en commentaire avant le 15/12)

CONCLUSION

Un grand merci
POUR VOTRE ATTENTION !