



SAE MISE EN ŒUVRE ET PILOTAGE STRATÉGIE CLIENT

LIVRABLE 3

BLACK STORE IBOS

HARYOULY

BELHADAD

ZECCHIN

APARICIO

BRONNER

TC BDMRC 32



INTRODUCTION

RAPPEL PROBLÉMATIQUE

En quoi Black Store Ibos peut-il optimiser sa communication tout en s'adaptant aux tendances actuelles ?

SOMMAIRE

1. Rappel Prospection (Livrable 1)

2. Rappel diagnostic + outils utilisés (Livrable 2)

PROPOSITION STRATÉGIE COMMERCIALE



3. Action 1

4. Action 2

5. Action 3

6. Action 4

7. Conclusion

RAPPEL PROSPECTION (LIVRABLE 1)

ÉTUDE DE MARCHÉ PRÊT-À-PORTER

OBJECTIF -> TROUVER PARTENAIRE PROFESSIONNEL

MÉTHODOLOGIE

 **CANAL UTILISÉ : EMAIL -> CONTACTER ENTREPRISES**

 **CIBLAGE : YVETTE ET JEANNETTE, ANN'C, BLACK STORE**

 **SUIVI RIGOUREUX :**

TABLEAU DE BORD → CONTACTS, DATES, RÉPONSES, RENDEZ-VOUS

Entreprise contact	moyen utilisé	Réponses de l'entreprise	résultat	date du rdv					
Devred	mail	a voir							
Blue Box	mail	a voir							
Black Store	porte à porte	positive	rdv	26/09/2024					
Orchestra	mail	a voir							
Sergent Major	mail	a voir							
Catimini		a voir							
Ann'c	mail	aucne							
GM Pro	mail	a voir	rdv						
IKKS		aucne							
Quetsch		aucune							
newgates		a voir							
tendances n'		aucune							
soliana	phoning	aucne							

Tableau de bord

RÉSULTATS

✓ **BLACKSTORE → RÉPONSE POSITIVE RAPIDE**

✗ **PEU DE RETOURS AUTRES ENTREPRISES**

 **SUIVI ESSENTIEL -> RELANCER & OBTENIR RÉPONSES**

LEÇON TIRÉE

 **SUIVI ESSENTIEL POUR RELANCER & OBTENIR RÉPONSES**

RAPPEL DIAGNOSTIC + OUTILS UTILISÉS

LIVRABLE 2

OBJECTIF : IDENTIFIER POINTS D'AMÉLIORATION, PROPOSER RECOMMANDATIONS STRATÉGIQUES

Diagnostic externe

ANALYSE SECTEUR PRÊT-À-PORTER -> ENVIRONNEMENT DE L'ENTREPRISE

PESTEL

Politique → Réglementations impactant secteur
Economie → Inflation, pouvoir d'achat consommateurs
Sociologie → Évolution comportements d'achat
Technologie → Montée puissance e-commerce
Écologie → Sensibilisation mode durable
Légal → Normes de travail & cadre légal ventes en ligne

AXES D'AMÉLIORATION IDENTIFIÉS



RENFORCER PRÉSENCE DIGITALE -> ADAPTER NOUVELLES HABITUDES D'ACHAT

INVESTIR OMNISCANAL (SITE WEB, RÉSEAUX SOCIAUX, EXPÉRIENCE EN MAGASIN)

EXPLOITER DEMANDE CROISSANTE DE MODE DURABLE

Diagnostic interne

STRATÉGIE DE L'ENTREPRISE

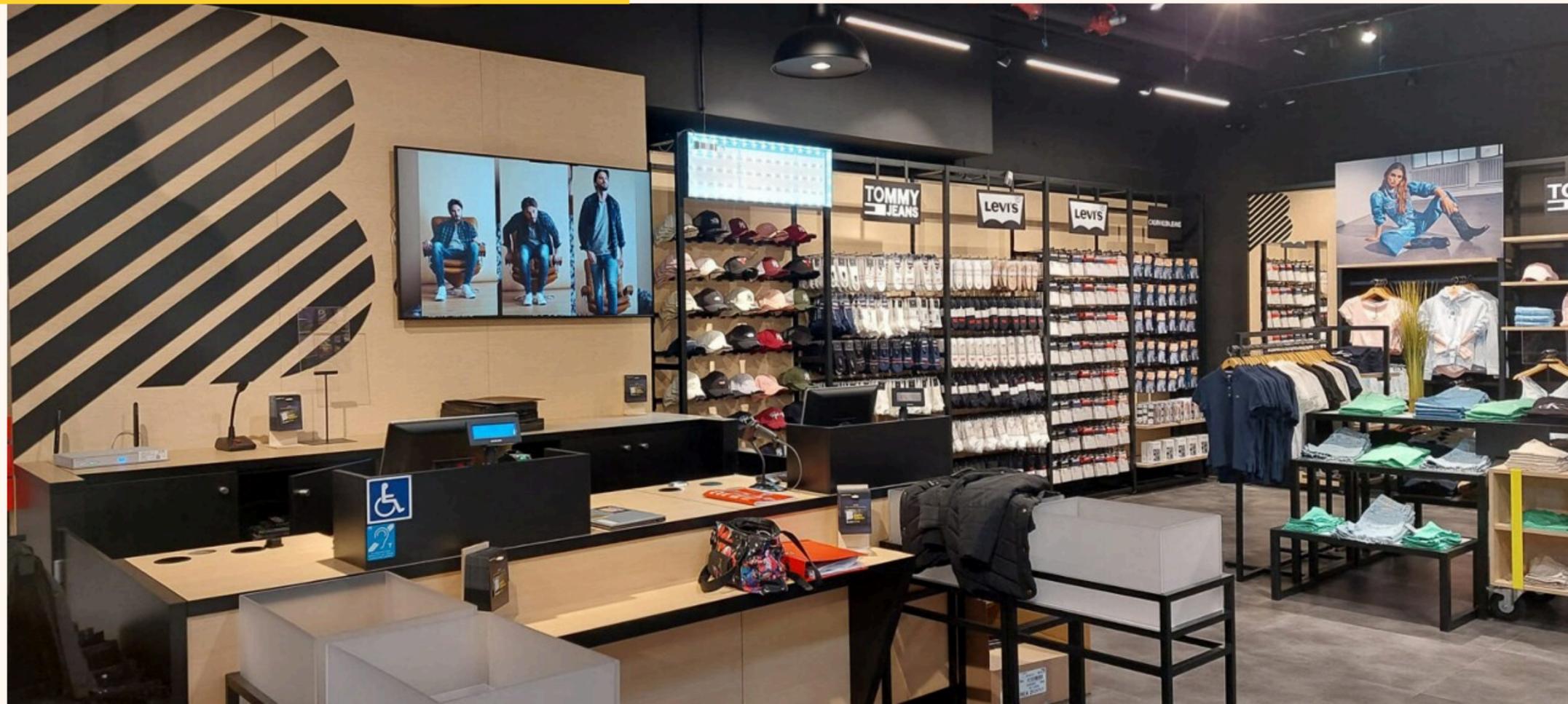
SWOT

Forces : Bonne image, diversité marques
Faiblesses : Absence stratégie omnicanale
Opportunités : Marché croissance -> seconde main
Menaces : Concurrence accrue -> plateformes en ligne

Matrice BCG

★ Streetwear (Star) → Forte croissance, PDM élevée
👟 Sneakers (Vache à lait) → Marché stable, rentable
? Accessoires (Dilemme) → Fort potentiel, faible part de marché
⚠ Lifestyle (Poids mort) → Faible performance -> repositionnement

PROPOSITION STRATÉGIE COMMERCIALE



ACTION 1) CRÉATION D'UN RAYON DÉDIÉ PRODUITS MADE IN FRANCE ET ÉCO-RESPONSABLES

OBJECTIF : METTRE EN AVANT LES MARQUES ENGAGÉES -> BLACK STORE IBOS

Description

ESPACE MADE IN FRANCE & ÉCO-RESPONSABLE

- **Décoration : Bleu-blanc-rouge, couleurs BlackStore, affiches pédagogiques**
- **Présentoirs dédiés : Marques partenaires Faguo**
- **Actions sur certains produits (1 acheté = 1 arbre planté)**
- **Offres promo : -10% -> 1er achat Made in France**
- **Fiches explicatives sur matériaux & impact environnemental**

Temporalité

Prévue pour être permanente,

Mise en place initiale d'environ un mois

VISUALISATION DU RAYON



ACTION 1) CRÉATION D'UN RAYON DÉDIÉ PRODUITS MADE IN FRANCE ET ÉCO-RESPONSABLES (SUITE)

Ressources & Coûts estimés

RESSOURCES HUMAINES

- Agencement du rayon : 5h x 14€/h = 70€
- Formation (3 employés, 2h) = 84€

RESSOURCES MATÉRIELLES

- Présentoirs (3 x 150€) = 450€
- Supports visuels (PLV, affiches, stickers) = 200€
- Déco & éclairage = 250€

Budget total -> 1054€

Intérêt pour Blackstore

- **Valorisation engagement écologique : Répond aux attentes consommateurs -> quête de produits responsables**
- **Différenciation concurrentielle : Mise en avant de produits locaux & qualité, offre unique qui se démarque sur le marché**
- **Attraction d'une clientèle engagée : Sensibilisation des clients, fidélisation & amélioration image de marque**

ACTION 2) LANCEMENT D'UNE CAMPAGNE DIGITALE **"MODE RESPONSABLE"**

**OBJECTIF : DÉVELOPPER CAMPAGNE DIGITALE (TIKTOK & INSTAGRAM)
POUR PROMOUVOIR MODE RESPONSABLE, VALORISER MARQUES ENGAGÉES**

Contenus proposés

- Mini-documentaires -> Fabrication produits Made in France & éco-responsables
- Interviews vidéo -> Créateurs marques éthiques
- Stories interactives -> Quiz, conseils mode durable
- Publications sponsorisées -> Nouveautés Made in France mises en avant
- Outfits responsables -> Looks avec produits disponible chez Black Store Ibos

Objectifs

- Toucher clientèle jeune & engagée
- Créer interaction, proximité avec clients
- Renforcer image de marque

Temporalité

**Lancement initial de 1 mois,
Continuité possible sur plusieurs mois en fonction
performances & budget alloué**



ACTION 2) LANCEMENT D'UNE CAMPAGNE DIGITALE **"MODE RESPONSABLE" (SUITE)**

Ressources & Coûts estimés

Ressources humaines :

- Community manager freelance : 500€/mois
- Vidéaste : Mini-docs & interviews → 700 € (2 vidéos, 1 min)

Ressources matérielles :

- Équipement tournage : Location (50€/jour x 4 jours) = 200€
- Logiciel montage vidéo : 15€/mois (Adobe Premiere Pro)
- Instagram & TikTok : 100€/mois ciblant Tarbes et alentours

Budget total :

- Initial : 1925€ -> lancement
- Mensuel : 615€ -> gestion & sponsorisation

Visibilité digitale : Contenu forte valeur ajoutée -> toucher un large public

Éducation des consommateurs :

Sensibilisation enjeux de la mode responsable

Engagement & trafic en magasin :

Communication moderne -> attirer & fidéliser la clientèle

Intérêt pour Blackstore

ACTION 3) PROGRAMME DE FIDÉLITÉ ÉCOLOGIQUE "GREEN POINTS"

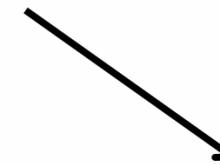
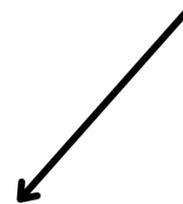


**OBJECTIF : PROGRAMME DE FIDÉLITÉ BASÉ SUR DES GREEN POINTS
-> RÉCOMPENSER LES ACHATS ÉCO-RESPONSABLES**

Fonctionnement

CHAQUE ACHAT PRODUIT ÉCO-RESPONSABLE = GREEN POINTS

POINTS ÉCHANGEABLES CONTRE



**RÉDUCTIONS SUR
LES COLLECTIONS
ÉTHIQUES**

**PARTICIPATION
INITIATIVES ÉCOLOGIQUES
(PLANTATION D'ARBRES)
VIA LE LIEN (TIERS-LIEU
ÉCO-RESPONSABLE IBOS)**

**ACCÈS ÉVÉNEMENTS
EXCLUSIFS BLACKSTORE
AVANT PREMIÈRE**

ACTION 3) PROGRAMME DE FIDÉLITÉ ÉCOLOGIQUE "GREEN POINTS" (SUITE)

Ressources & Coûts estimés



Ressources Humaines

- Gestion par un employé (mise en place et suivi) → 200€/mois

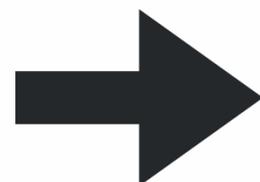
Matérielles

- Développement système de points via un CRM (Smile.io, LoyaltyLion) → 50 /mois
- Création de QR codes et affiches pour promotion programme → 150€

Moyens financiers

- Budget initial : 1000€ (développement et communication du programme)
- Budget mensuel : 250€ (gestion et remise)

Intérêts pour Blackstore



- Encourager achat produits éco-responsables
- Renforcer engagement clients -> démarche écologique
- Créer attachement fort à la marque & fidéliser la clientèle

ACTION 4) ORGANISATION DÉFILÉ DE MODE RESPONSABLE & JOURNÉE IMMERSIVE AU BLACK STORE D'IBOS

OBJECTIF : ÉVÉNEMENT UNIQUE AUTOUR DE LA MODE RESPONSABLE POUR VALORISER LES MARQUES ENGAGÉES & ATTIRER DU PUBLIC

DÉROULEMENT

DÉFILÉ DE MODE RESPONSABLE

- Présentation nouvelles collections Made in France & éco-responsables (Faguo)
- Collaboration avec mannequins locaux & influenceurs engagés
- Looks composés uniquement de vêtements respectueux de l'environnement

JOURNÉE IMMERSIVE EN MAGASIN

- Ateliers DIY -> Personnalisation, atelier
- Rencontres marques : Présentation des engagements (ex : Faguo, Veja)
- Offres exclusives : Réductions pour les participants

VISUALISATION DU DÉFILÉ



ACTION 4) ORGANISATION DÉFILÉ DE MODE RESPONSABLE & JOURNÉE IMMERSIVE AU BLACK STORE D'IBOS (SUITE)

Ressources utilisées & coûts estimés

Humaines

- Coordination & organisation par personnel Black Store (**20h x 14€/h**) = **280€**
- animateurs ateliers (créateurs, couturiers) **3 animateurs x 300€ = 900€**
- Mannequins locaux bénévoles ou rémunérés (**6 mannequins x 50€**) = **300€**

Matérielles

- Location podium + éclairages = **800€**
- Sonorisation & DJ = **500€**
- Aménagement du magasin pour la journée immersive (**déco, PLV, affichages**) = **400€**
- Goodies pour les participants (sacs réutilisables, bons d'achat) = **300€**

Moyens financiers

- **Budget total estimé : 3480€**
- Possibilité de réduire les coûts via des **partenariats avec les marques invitées**

Prévu -> durée d'une journée, phase de préparation 2 à 3 mois en amont

ACTION 4) ORGANISATION DÉFILÉ DE MODE RESPONSABLE & JOURNÉE IMMERSIVE AU BLACK STORE D'IBOS (SUITE)

INTÉRÊTS POUR BLACKSTORE

OPTIMISATION DE LA COMMUNICATION

- Diffusion en direct sur Instagram & TikTok
-> maximiser la portée de l'événement
- Engagement des clients -> partage sur les réseaux sociaux
- Influenceurs locaux -> attirer audience + large

ADAPTATION AUX TENDANCES ACTUELLES

- Répond essor de la mode responsable & consommation éthique
- Propose une expérience interactive et immersive, recherchée par les consommateurs modernes
- Positionne Black Store comme acteur engagé dans la transition écologique

CONCLUSION

BLACK STORE IBOS DOIT ADAPTER SA COMMUNICATION AUX TENDANCES ACTUELLES.

LES ACTIONS MISES EN PLACE =

DIGITAL, PRODUITS ÉCO-RESPONSABLES, FIDÉLITÉ ÉCOLOGIQUE, ÉVÉNEMENTS IMMERSIFS

PERMETTENT



**ATTIRER UNE CLIENTÈLE ENGAGÉE,
RENFORCER SON IMAGE. L'ENTREPRISE SE
POSITIONNE AINSI COMME UN ACTEUR CLÉ DE
LA MODE DURABLE**

MERCI !