

Stratégie marketing

Champagne Lacroix





Veille concurrentielle



MARCHÉ DU CHAMPAGNE


France - 2021

Le marché pétille :

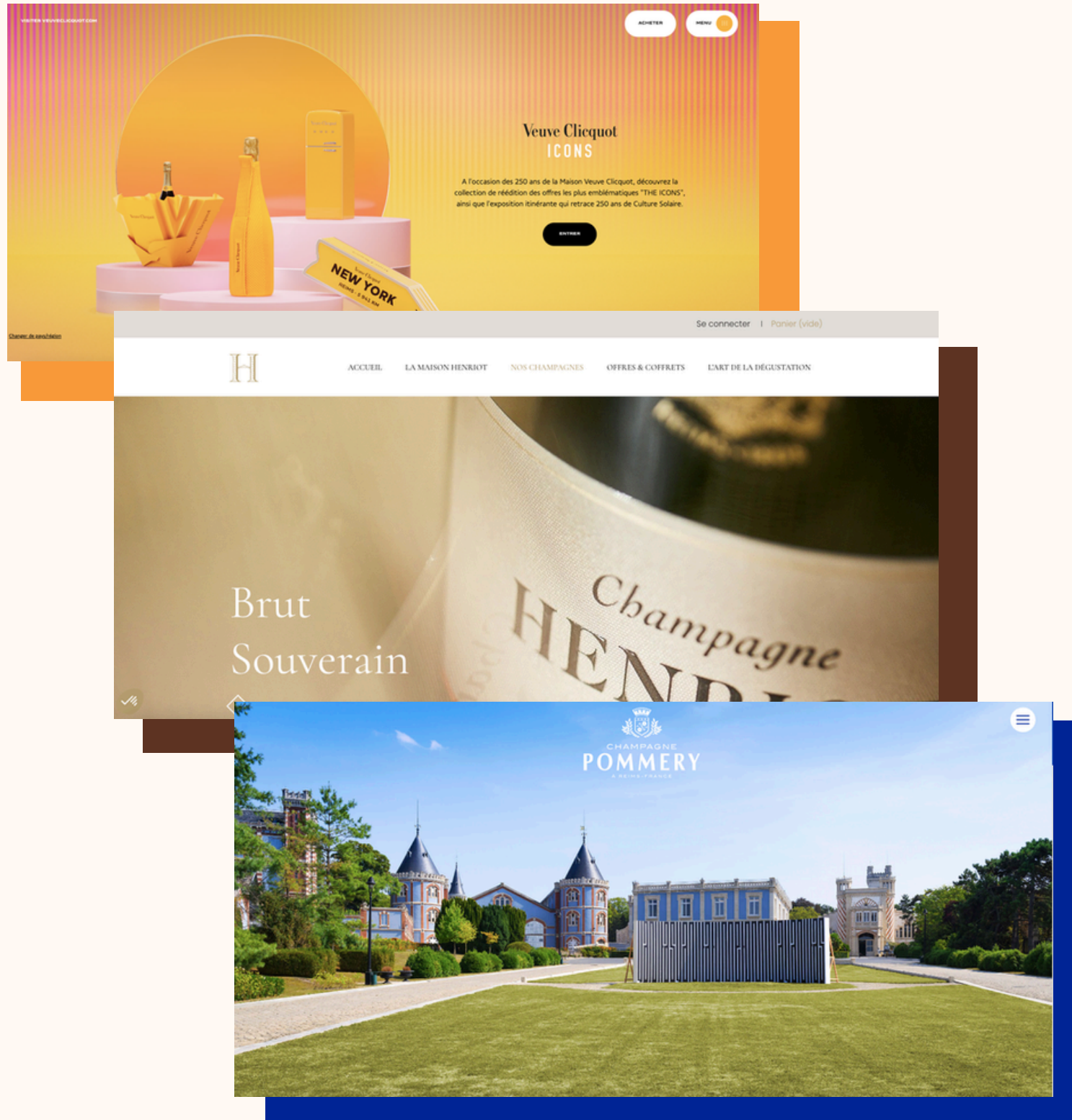
5.5M générés
322m de bouteilles
vendues

-26 % de production
mais l'exportation
explose

Un marché très peu
familiarisé avec le digital



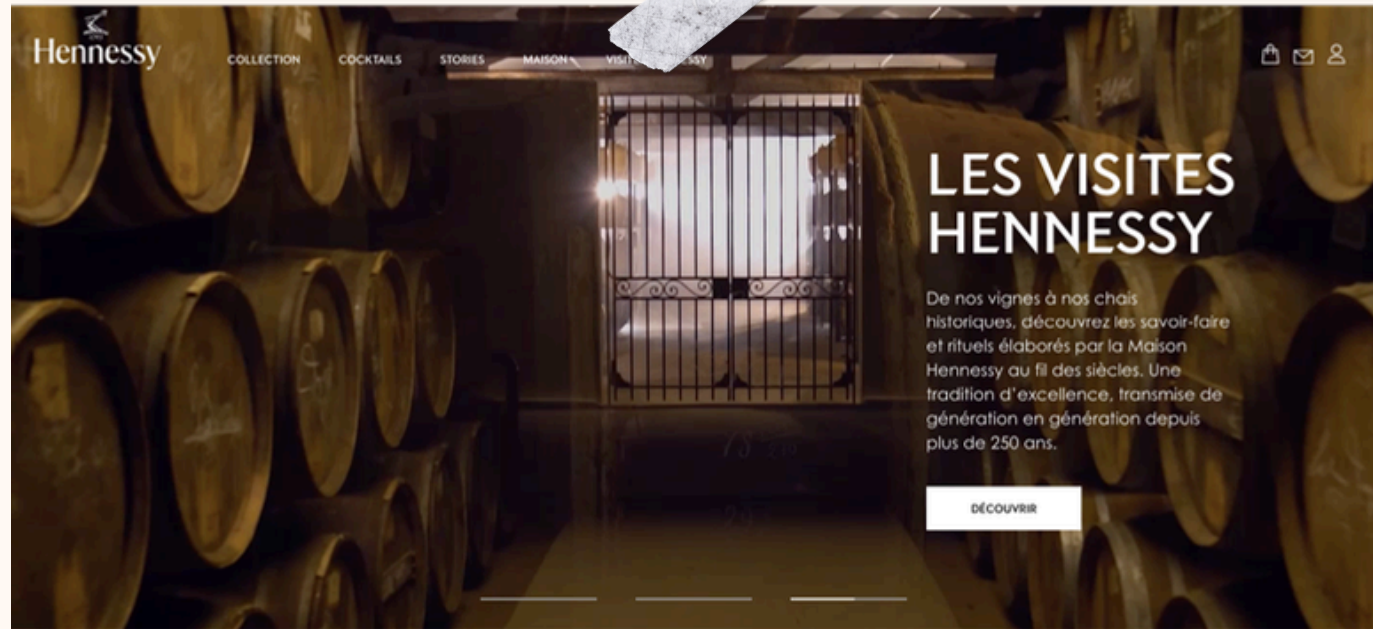
Les concurrents directs



Veuve Clicot, Henriot, Pommery ... De grands noms qui se retrouve de plus en plus propriété de groupes de l'univers du luxe.

L'accent est mis sur le savoir-faire et les domaines. Des sites très visuels et fluides qui exploitent l'image du patrimoine des marques.

Vins & spiritueux





Étude des consommateurs

18-25 ans

Comportement du jeune consommateur



Utilisation massive des RS

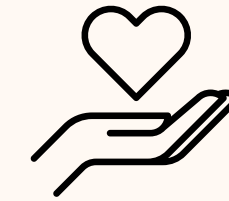
Cherche
Découvre
Echange
Partage

Utilisation variée



1/4 aime le champagne

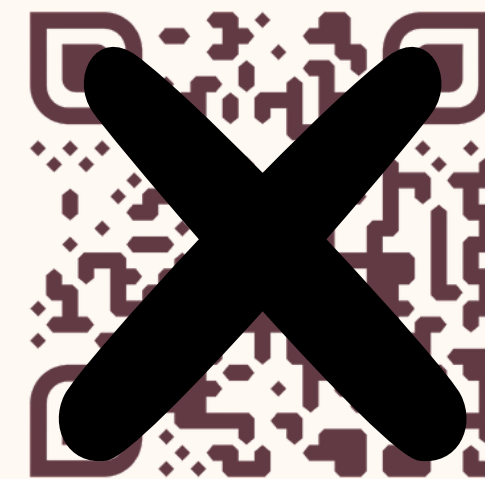
Questionnaire



"Je consommeraï plus de champagne si mes proches étaient consommateurs"

"Je préfère une marque locale et artisanale, respectant l'environnement"

Notre cible privilégie la **qualité à la quantité**. Seulement 28% des répondants seraient positivement impactés par une baisse du prix.





Personas



À propos

- 🎓 Étudiant et serveur dans un resto
- 🎉 Aime faire la fête dans les boîtes de nuit
- 🍺 Sa boisson préférée est la bière.
- € Dépense 15 euros en moyenne par sortie

Caractéristiques

Consomme du champagne pendant les mariages et les grandes occasions. Assimile l'image du champagne avec les célébrations et le luxe.

Desires

Passer une bonne soirée sans trop dépenser. Boire et profiter de sa soirée en restant un minimum en forme pour les cours du lendemain.

Frustrations

Il a un goût raffiné pour l'alcool, mais freiné par le prix. Il se sent obligé de limiter sa consommation d'alcool à la bière, car selon lui c'est la boisson alcoolique la moins chère.

But

Pouvoir multiplier ses sorties en gardant un budget correct.
Changer ses habitudes de consommation d'alcool pour ne pas nuire à sa santé.

Potentiel

Consomme le champagne durant les fêtes, et en offre en cadeau pour sa famille et parfois les amis.
Il présente un potentiel client occasionnel.








Chris Dupont

22 ans



Élodie Vidale
24 ans

À propos

-  Étudiante en alternance
-  Aime aller dans les bars et occasionnellement boîte de nuits
-  Sa boisson préférée est le vin.
-  Dépense 25 euros en moyenne par sortie
-  A une consommation éthique et responsable

Caractéristiques

Commande du vin, des cocktails, et du champagne plus rarement. Souvent contacté par des promoteurs sur Instagram avec une bouteille de champagne offerte pour venir à leur boîte de nuit.

Désirs

Consommer des produits fabriqués dans le respect de la nature.

Frustrations

Souhaite pouvoir acheter des bouteilles de champagne de bonne qualité, AOP et à prix abordable pour consommer et offrir.






But

Souhaite pouvoir acheter des bouteilles de champagne de bonne qualité, AOP et à prix abordable pour consommer et offrir.

Potentiel

Elle présente un potentiel de cliente occasionnel

À propos

-  Créatrice de contenu
-  Prête de l'attention au détail
-  Sa boisson préférée est le champagne
-  Dépense 25 euro en moyenne par sortie
-  A une consommation éthique et responsable

Caractéristiques

Consomme du champagne au bar, aux soirées chez les amis, pendant les mariages et les grandes occasions. Assimile l'image du champagne avec les célébrations et le luxe.

Désirs

Acheter du bon champagne à prix correct, avec un design original. Consommer des produits fabriqués dans le respect de la nature.

Frustrations

Elle ne trouve pas des marques responsable facilement.

But

Pouvoir faire un achat de champagne responsable en grande quantité, car c'est sa boisson préférée et elle aime en offrir.

Potentiel

Elle présente un potentiel de cliente régulière.



Karla Simon

28 ans



Arthur Lemon

35 ans

À propos



Chef d'entreprise



Sors presque tout les soirs pour faire la fête mais aussi dans le cadre du travail



Sa boisson préféré est le whiskey



Dépense 100 euro en moyenne par sortie



A une consommation éthique et responsable

Caractéristiques

Commande tous types d'alcool en soirée, achète du champagne en lot pour en offrir à ses employés et clients à Noël mais aussi pour célébrer les grandes occasions.

Désirs

Consommer des produits fabriqués dans le respect de la nature. ouvoir acheter en lot à prix raisonnable

Frustrations

Souhaite pouvoir acheter des bouteilles de champagne de bonne qualité, AOP et à prix abordable pour consommer et offrir. Souhaite commander des bouteilles personnalisées pour offrir






But

Acheter du champagne en lot (avec un emballage personnalisé pour offrir)
Consommer éthiquement.

Potentiel

Il présente un potentiel de client régulier

À propos

-  Cadre en entreprise
-  Passionnée par la cuisine et mixologie
-  Sa boisson préférée est le cocktail bellini
-  Dépense 30 euro en moyenne par sortie
-  A une consommation éthique et responsable

Caractéristiques

Aime sortir avec ses amis, mais préfère les soirées à l'intérieur (dîner, soirée chill.etc.)

Désirs

Acheter du bon champagne pour pouvoir mixer son cocktail préféré. En avoir à portée de main pour ses soirées.

Frustrations

Elle ne trouve pas des marques responsables facilement à prix abordable

But

Pouvoir faire un achat du champagne responsable en grande quantité, car c'est sa boisson préférée et elle aime en offrir.

Potentiel

Elle présente une potentielle cliente régulière.



Mélanie Yin

32 ans



Refonte visuelle de Lacroix



La direction artistique



Le positionnement de la marque

Le domaine Lacroix **cas**se les codes du champagne traditionnel et offre aux **jeunes générations** une boisson de **qualité exceptionnelle**.

- Authenticité
- Caractère unique
- S'adapte à toutes les situations tout en conservant une part de rêve et une touche de chic
- Savoir-faire familiale modernisé

Moodboard



La direction artistique

La charte graphique



FRESH



CHARCOAL



BURGUNDY



PETAL



CREAM



Logo principal



Pictogramme logo

ALEGREYA SANS

Alegreya sans

Century Gothic Pro

REGULAR 400

La direction artistique

La personnalisation des bouteilles



Une inspiration des parfums de la maison Guerlain

A decorative illustration of a dark brown branch with several oval-shaped leaves, extending from the top left corner of the page.

La maquette du nouveau site

Lien de la maquette

A decorative graphic in the bottom right corner consisting of a large green shape and a smaller pink shape with vertical dashed lines, both partially cut off by the edge of the page.



Vidéo du site





Search engine optimization

Search Engine Optimization

"Kézaco ?
Comment le mettre
en place ?"



Search Engine Optimization



Analyse du SEO
actuel



Analyse du SEO
concurrent



Nouveaux
mots-clefs

Les mots-clefs



**Volumes de
recherche variés**



**Intention de
recherche**



**Question pour
le blog**



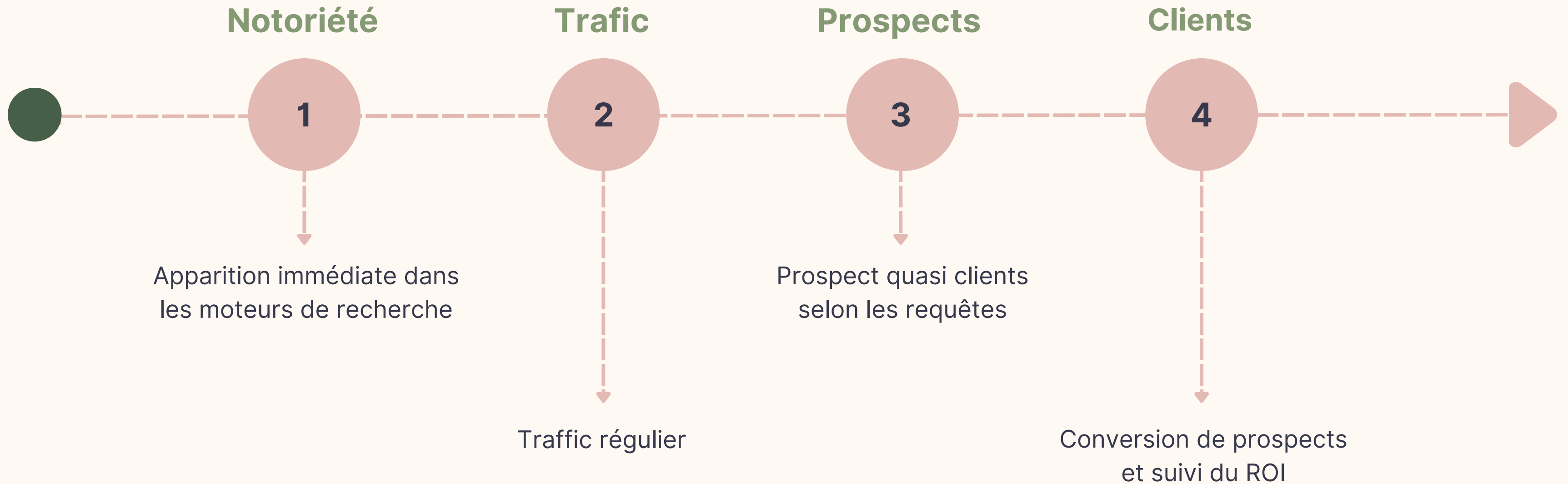
Type de contenu blog

**"Pourquoi le
champagne fait des
bulles"**



Search engine advertising

Search Engine Advertising





Search Engine Advertising

8 Campagnes
(évènementielle,
concurrents, type de
champagne ...)

Double
volume de
recherche

950 mots clefs





Campagne d' emailing

Campagne email



Conquête

Prospecter
Relancer d'anciens clients

Evènement (Saint-Valentin)
Panier oublié



Fidélisation

Conserver les clients
Créer un lien

Evènement (Noël)
Selon le client (parcours automatisé
ou anniversaire)
Newsletter





Nous avons un cadeau pour vous

Cher Tom,,

Suite à votre visite sur le site internet du Domaine Lacroix, nous souhaitons vous inviter à déguster nos produits.

Séjoutez dès à présent votre palais grâce à nos champagnes les plus précis, à la suite d'une visite pour deux du Domaine Lacroix.

Et partagez votre expérience avec le hashtag #DomaineLacroix pour repartir avec une demi-bouteille d'un champagne de notre production.

[Réservez votre visite](#)

Restez attentifs à nos futurs communications
En espérant bientôt vous rencontrer au Domaine Lacroix

La famille Lacroix



Découvrez nos derniers champagnes

Des cartes d'exception pour amateurs et connaisseurs de champagne



Champagne carte rose Lacroix
3 ans d'âge



Champagne carte millénaire Lacroix
2013 / 2015

[Trouvez votre champagne](#)

Apprenez en plus sur le champagne

Découvrez nos articles piliers



Découvrez comment transformer le meilleur raisin en un champagne d'exception



Réalisez les meilleures recettes de chef Tony Gourmel, préparées avec les cartes Lacroix

[Commencez l'initiation](#)



Stratégie de contenu web



Un contenu qui ...



Raconte une
histoire

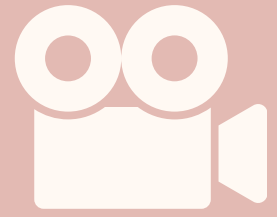


Éduque sur
le sujet



Met en valeur la
nature



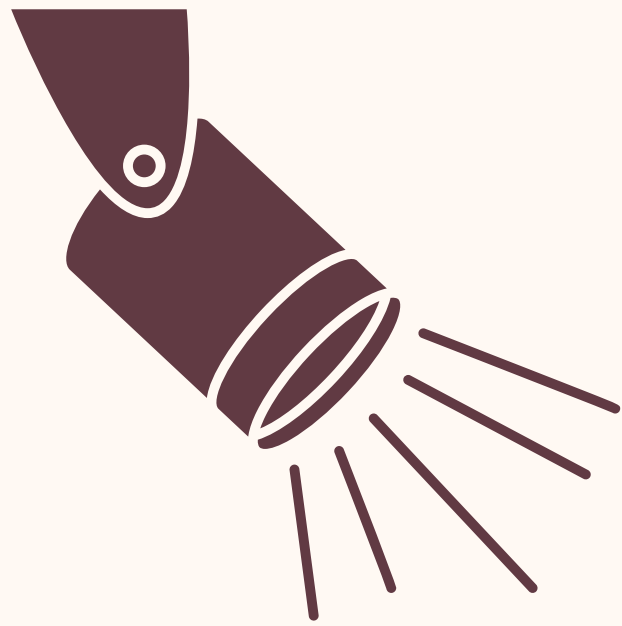


Exemple de contenus vidéo





Le but ?



Notoriété



Écoute



croissance

Réseaux choisis



Contenu Vidéo

Format court + posts
et carrousel pour Instagram

But ?

Éduquer, démocratiser, montrer le processus et behind the scenes, faire connaître la marque par des concours, des jeux ...etc



Contenu Vidéo

Format court et long + posts
et carrousel pour Facebook et LinkedIn

But ?

Éduquer, créer du débat, bâtir une image de marque professionnels



Articles

Articles destinés aux puristes
du champagne





Champagne AOP
LACROIX
 Domaine fondé en 1968



Champagne_LaCroix



120

Posts

16 k

Followers

120

Following

Champagne La Croix

Artisan

Certifié AOP Depuis 1974

Production éthique et éco-responsable

Découvrez l'univers de Domaine de La Croix

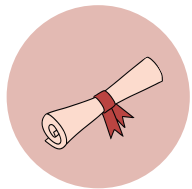
<https://linktr.ee/champagnelacroix>

Following

Message



Édition La Cr..



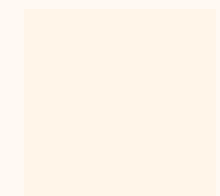
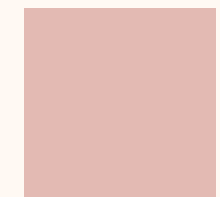
Labels



Évenements



Actualité





Texte :

L'histoire d'Anthony Lacroix 🍷

Né en 1978 dans une famille d'agriculteur et producteur de champagne, il observe et apprend le savoir-faire familial depuis son plus jeune âge.

Après des études de viticulture œnologie, il revient travailler dans l'exploitation familiale du champagne de Lacroix en 1999.

L'histoire d'Anthony Lacroix 🍷

Ahhhh cette boisson magique 🍷

Le champagne représente pour LaCroix un moment de convivialité et de partage peu importe l'occasion.

Et vous ? À quelles occasions buvez-vous du champagne 🍷

Champagne

/ʃɑ̃.paɲ/

Le liquid magique qui arrose nos apéros, nos célébrations, Noël, les nouvelles ans, les anniversaires, saint Valentin..etc

Ahhhh cette boisson magique 🍷



La musique du champagne 🎵 🍾





Il y en a qui s'invente des vies 🙄
 Hein, Dom Pérignon 🤔

Découvrez l'article 🖱️ bit.ly/

Il y'en a qui s'invente des vie 🙄



Dom Pérignon XVII -XVIII

Dom Pérignon n'as pas inventé le champagne.

“ Dom Pérignon est mort en 1715, et l'autorisation royale de mettre en bouteille du vin en Champagne ne fut accordée qu'en 1728. Or, il est totalement impossible d'obtenir un vin mousseux sans une bouteille solide et un bouchon résistant. Dom Pérignon n'a donc pas pu "inventer" le champagne mousseux. ”

Le Figaro

Influence & paid



Collaborations avec des influenceurs :
Chef, salons de champagne, puristes, micro-influenceur



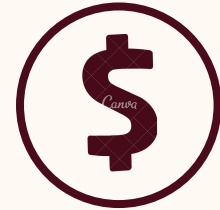
Posts sponsorisés qui ramènent vers le site.
Booster certain posts organiques



Mettre en place un instagram shop et réaliser des campagne de test & learn.

Cuvée authentique

Recommandations



Hausse des prix

Image haut de gamme
Cohérent avec la qualité
Toucher de nouvelles cibles



Diversification de la marque

Marque dédiée à l'exportation vers les départements / régions d'Outre-Mer (forte consommation par habitant)



Egérie

Augmentation de la notoriété
Initier des ambassadeurs



Diversification des produits

Toucher une clientèle novice