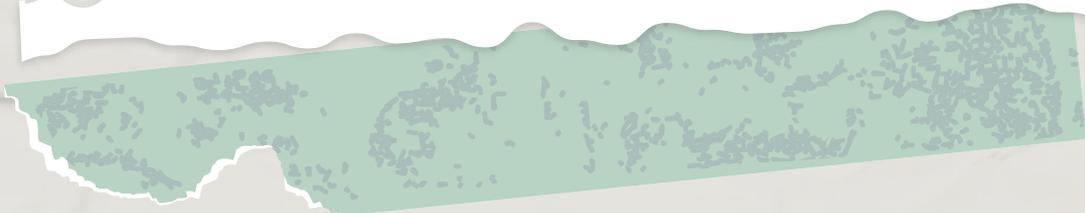




Le Pot Pourri



By Laurie





Mise en
contexte

Mise en contexte !

Le Pot Pourri by Laurie, est un atelier fleuriste éco-responsable et engagé, produits durables, provenant de producteurs locaux. Le storytelling de la marque repose sur la mise en lumière du savoir-faire et de l'atelier fleuriste. Concept original : bouquet préparé sur-mesure selon 3 options (taille du bouquet, couleurs principales, ambiance) à surprise à la réception





Les cibles!



Cible large

Les personnes qui aiment les fleurs et qui ces dernières font partie de leur quotidien, aiment décorer leur intérieur avec un bouquet de roses dans un petit vase ou simplement offrir à leurs proches.

Salut KWINLANE x)

Coeur de cible

Le cœur de cible de Pot-Pourri sont les personnes engagées et qui se servent de fleurs et de roses de manière très fréquente, cela peut être des commerces ou même des entreprises d'organisation d'événements.

Cible secondaire

Boutiques qui proposent des produits naturels et qui souhaitent ajouter une touche de nature et de vie à l'intérieur de leurs magasins.

Critères quantitatifs

Sex : Mixte, Inclusive

Tranche d'âge : 25-35 ans

CSP : Moyen

Habitat : Appartement, Maison

Milieu : Urbain

Effectif au foyer : Célibataire / Couple

Critères géographique : France / Paris, Lyon,
Montpellier, Bordeaux

Critères qualitatifs

Motivation : Prix correct et attrayant, produits de qualité, possibilité de rapporter les anciennes fleurs/roses achetées pour les échanger contre des voucher (bons d'achat) et donc pour un achat futur dans la boutique. Eco-Responsable et engagement.

Freins : Le renvoi de produits achetés si on veut avoir son bon d'achat, Beaucoup aiment plutôt de nouveaux produits plus personnalisés

Insight : Le sentiment d'engagement et la fierté de faire une action pour la planète sont des éléments clés pour la personnes qui achètent de Pot-Pourri by Laurie, ce

Mode de vie : Déplacement en vélo, usage de produits recyclés, plutôt comme hobby la poterie et le dessin, ce qui est important pour ces personnes c'est surtout la santé mentale et le bien être social.

Habitudes de consommation : Consommation réfléchie, achat de vêtements depuis la friperie, vegan ou végétarien, produit éco-friendly et verts

Usage des médias : Présents dans les réseaux principalement sur instagram et pinterest. écouter des podcasts

Persona



Qui est Laurie ?

Laurie Béatrice DuFour

- Âge : 25 ans
- Métier : Pâtissière (Sa propre pâtisserie)
- Situation : En couple avec Sofia
- Ville : Paris
- Caractère : Dynamique, Engagée, Végane

Centre d'intérêts

- Culture
- Art et décors
- Achat en friperie

Objectifs :

- Contribuer à un monde meilleur
- Egayer sa vie et la vie des autres
- Réussir à inspirer d'autres pâtisseries par ses action éco-friendly



Insight :

- J'aimerais que chacun(e) de mes client(e)s reparte avec le sourire en leur offrant des fleurs ou roses avec leurs achats
- Car cela contribue à un de mes objectifs de satisfaction personnelle
- Cependant l'achat de fleur peut être coûteux et surtout que cela peut créer du gaspillage en parallèle

Bio :

- Après un diplôme en commerce et management, Laurie a décidé d'ouvrir sa propre pâtisserie pour suivre sa passion et donc pouvoir mettre en avant des produits de façon innovante et en accord avec les valeurs de son entreprise elle promeut l'écologie et le bien être ainsi que les produits locaux.
Son concept est celui de vendre des pâtisseries simples et délicieuses
Son Maître-mot : Satisfaction client, souhaite que chacun de ses clients reparte avec le sourire

Stratégie de Branding



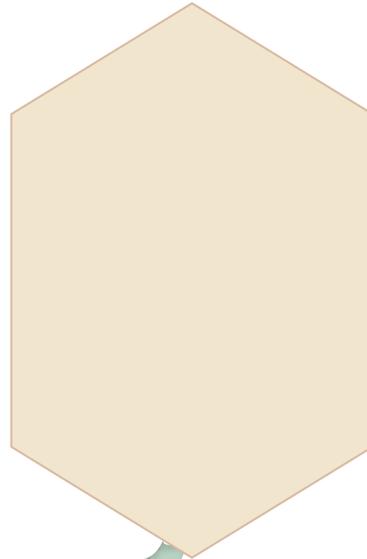
Prisme Kapferer



Physique : Couleurs qui attirent l'oeil, Pop et Moderne, Variété de couleur design

Relation : Amical, Plaisir, Proche, joie de vivre

Reflet : Contribution, Un élément actif dans la vie, Vivant, en accord avec eux-même



Personnalité : Innovante, Moderne, Accompagner le quotidien à travers une fleur/rose

Culture : Ecologie, Recyclage, Un jour une fleur, l'enthousiasme

Mentalisation : Fierté, sentiment de collaboration et appartenance., joie

La plateforme de marque

- **Vision** : Transmettre des émotions à travers de l'artisanat.



- **Mission** : repositionner la place des fleurs / roses dans l'environnement de tous les jours. Et s'accorder avec le fait qu'elle fasse partie du quotidien pour égayer la vie autour.

- **Promesse** : De fleurir votre quotidien.

- **Style** : 🌻, mode gai, avec engouement position florale qui accompagne chaque sujet d'actualité ou bien d'autres occasions

- **Valeurs** : Développement durable, eco-responsable, sensation de bien être, équilibre, savoir faire.

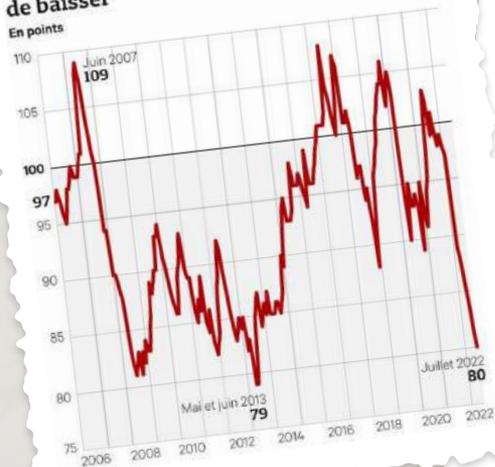


Insight



La confiance des ménages continue de baisser

En points



Besoin de se différencier et d'apporter une vraie plus value POUR ses consommateurs, et pas uniquement pour soi, les commerçants aujourd'hui veulent être proche de leur client et collaborer pour leur créer un quotidien meilleur. Les gens sont de plus en plus conscients et vont venir éviter les acteurs polluants s'ils le peuvent, une démarche comme celle de notre fleuriste fera donc bonne impression.

Les ménages sont un peu plus nombreux qu'en octobre à considérer que le niveau de vie en France va s'améliorer au cours des 12 prochains mois (+4 points). Sur une note plus négative, les craintes liées au chômage se renforcent de quatre points également.

Le moral des ménages est passé sous la barre des 100 points en octobre 2021 et a atteint un plancher historique en juillet 2022 (79). L'indicateur enregistre cependant en novembre un deuxième mois consécutif de hausse, après une progression de deux points en octobre (de 80 à 82).

Source: INSEE





The big Idea / Concept Créatif





Les gens peuvent prendre des roses/fleurs abîmées qu'ils ne veulent pas mettre dans leurs bouquet mais qu'ils peuvent prendre pour offrir ou juste égayer leur journée. Elle encourage ses clients à ramener leurs bouquets et ne pas les jeter, car c'est pour elle un excellent moyen de faire du compost, qui servira pour les futures plantes. L'écologie et le recyclage sont mise en avant, rien ne se perd tout se transforme

Idée pour le bouquet de fleur qui est éco responsable, et donc le bouquet personnalisable et sur mesure peut être retourné contre un voucher (bon d'achat) pour être réutilisé par d'autres clients mais aussi être réutilisé pour être séché et donc revendre en pot-pourri ou bien des fleurs de décoration.

Pour chaque occasion une fleur (Fêtes des mères, fête de l'enfance, les différentes créations (Pâtisserie - Mariages)
Touche personnelles.

