

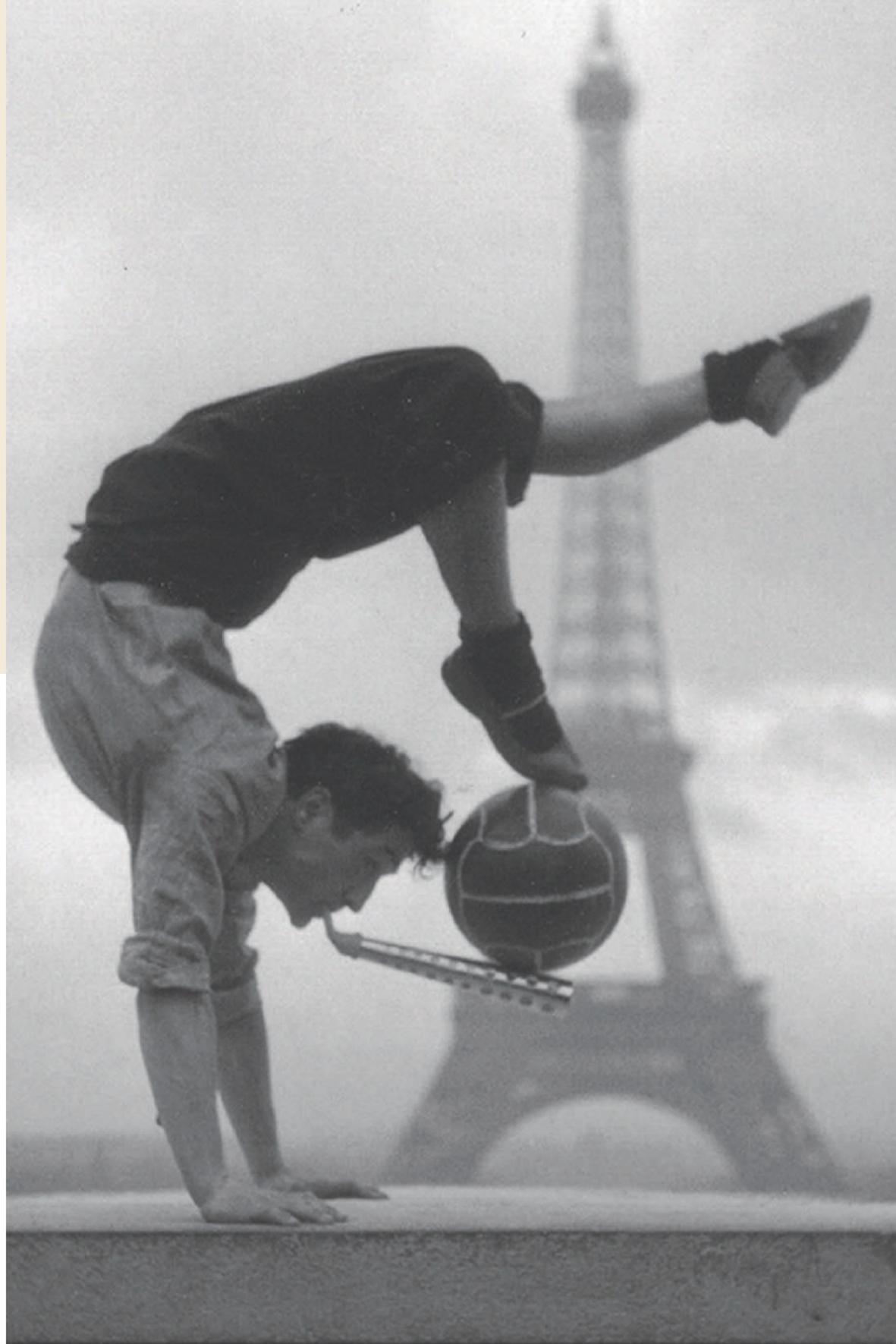


Les Petits Frenchies

LE MÉDIA CONSO, À LA FRANÇAISE !

**ACCÉLÉRATION
DES PRISES
DE CONSCIENCES
COLLECTIVES**

70%
des cyberacheteurs
disent **privilégier les sites**
qui mettent en avant une
démarche responsable.*



64%
des français
ont **augmenté leurs achats**
de **produits Made In france**
depuis la pandémie.*

58%
des e-commerçants
considèrent que **la prise de**
conscience environnementale
est désormais ancrée chez
les consommateurs.*

* Etude dédiée à l'innovation dans le e-commerce de KPMG et la FEVAD - Novembre 2020. Etude réalisée auprès de cyberacheteurs et e-marchands, et sur le témoignage d'acteurs clés du e-commerce en France (pure-players, marques engagées, e-retailers, prestataires logistiques et éco-organismes).

Communiquer avec



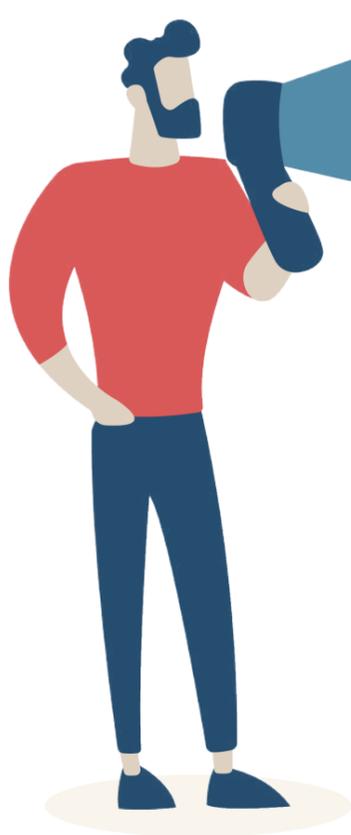
=

Donner **du sens**
à sa communication
à travers **un média**
prescripteur



UNE LIGNE ÉDITORIALE FORTE

Environnement, mode, gastronomie, tourisme, bien-être, services innovants... autant de **thèmes forts** sur lesquels nous aimons prendre la parole depuis plus de 8 ans !
Nos univers sont mis en scène sur notre site à travers des **Chaînes** dédiées.



UNE AUDIENCE QUALIFIÉE

70% RÉGIONS

30% PARIS

11%
18-24 ANS

45%
25-34 ANS

25%
35-45 ANS

11%
45-54 ANS

8%
55 ET +

NOTRE COMMUNAUTÉ RÉELLE ET ENGAGÉE

s'est développée au fil des années de manière 100% organique

URBAINS CSP MOYEN+ PRESCRIPTEURS

2,12% D'ENGAGEMENT
en moyenne sur nos campagnes partenaires (second semestre 2020)



Données marché (source hubspot octobre 2020) :
- taux moyen d'engagement sur Facebook : 0,96%
- taux moyen d'engagement sur Instagram : 1,1%

NOS CANAUX DE DIFFUSION



FACEBOOK

450K ABONNÉS

Meilleur réseau en terme d'**audience vidéo** et d'**acquisition de trafic**

REACH

Entre 5M et 15M par mois

ENGAGEMENT MOYEN

entre 7% et 12% / mois
(sur les 12 derniers mois tous contenus confondus)



INSTAGRAM

100K ABONNÉS

Meilleur réseau en terme de **développement de notoriété**

REACH

Entre 1M et 5M par mois

ENGAGEMENT MOYEN

entre 1% et 4%
(sur les 12 derniers mois tous contenus confondus)



TWITTER, LINKEDIN, PINTERSET & MAPSTR

+40K ABONNÉS

Une présence sur des réseaux complémentaires en fonction des **cibles d'audience** de nos partenaires



SITE WEB

+250K VISITEURS/MOIS

Un nouveau site mis en ligne en janvier 2021 : **optimisations UX, mobile et SEO**

La création de **Channel dédiées** à nos thématiques forte à travers lesquels nos partenaires peuvent **prendre la parole** sur la durée.



ECRANS PHÉNIX

+1600 ÉCRANS À TRAVERS TOUTE LE FRANCE

Une **audience complémentaire** à celle digitale, permettant de compléter sa prise de parole.

REACH

+10M par mois



NOS ATOUTS

BRANDING

**ASSOCIER
VOTRE IMAGE À
NOTRE LIGNE EDITORIALE**

ET PROFITER AINSI
DE LA CAUTION D'UN TIERS
PRESCRIPTEUR DE TENDANCES

+

AUDIENCE

**TOUCHER
UNE AUDIENCE RÉELLE
ET QUALIFIÉE**

ET COMPLÉMENTAIRE
À LA VÔTRE ET À
VOS RELAIS MARKETING

+

PERFORMANCE

**PROFITER
DE NOS GARANTIES
D'AUDIENCE**

ET LA POSSIBILITÉ D'AMPLIFIER
LES CONTENUS EN FONCTION
DES OBJECTIFS VISÉS



NOS CONTENUS

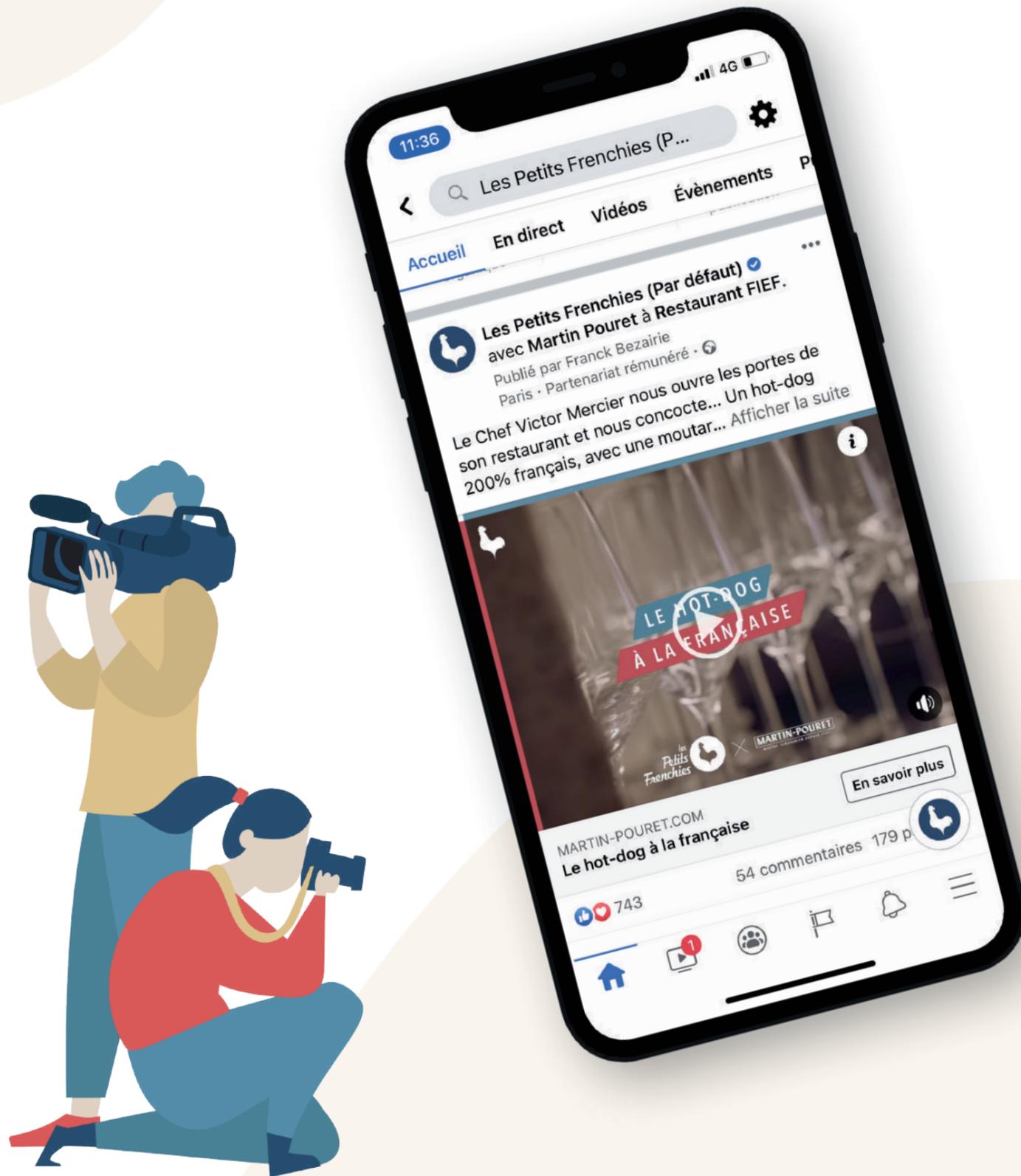


NOS FORMATS VIDÉOS

UN ADN GRAPHIQUE
très identifié

UNE MISE EN SCÈNE
en lien avec les objectifs de
la marque : packshots produits en studio, prise de
parole des fondateurs, mise en scène de l'équipe
LPF, ITW témoignages, quiz,...

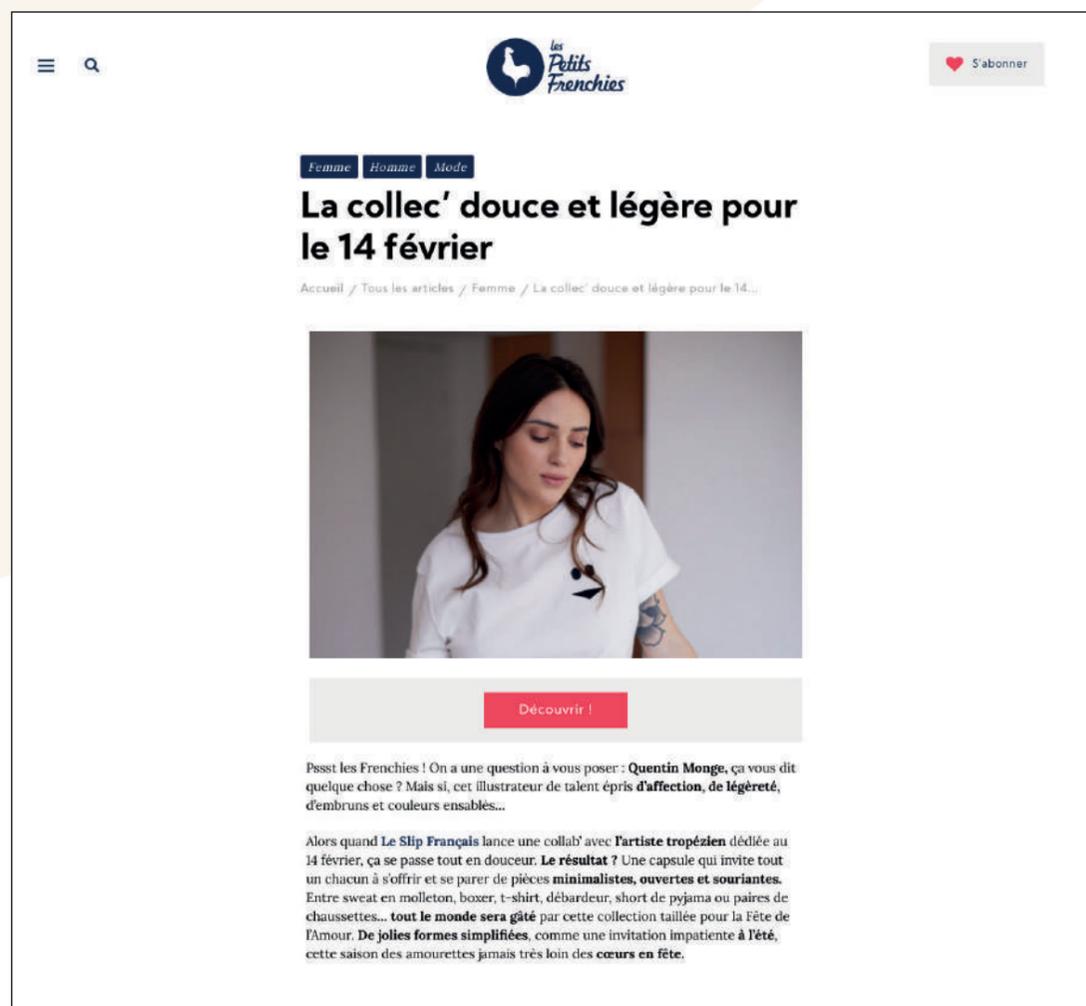
UN MAXIMUM DE CLICS SORTANTS
en direction des sites de nos partenaires via une
diffusion en native sur nos RS et et un bouton
(call to action) "En Savoir Plus".



NOS FORMATS ÉDITO

LA PÉPITE

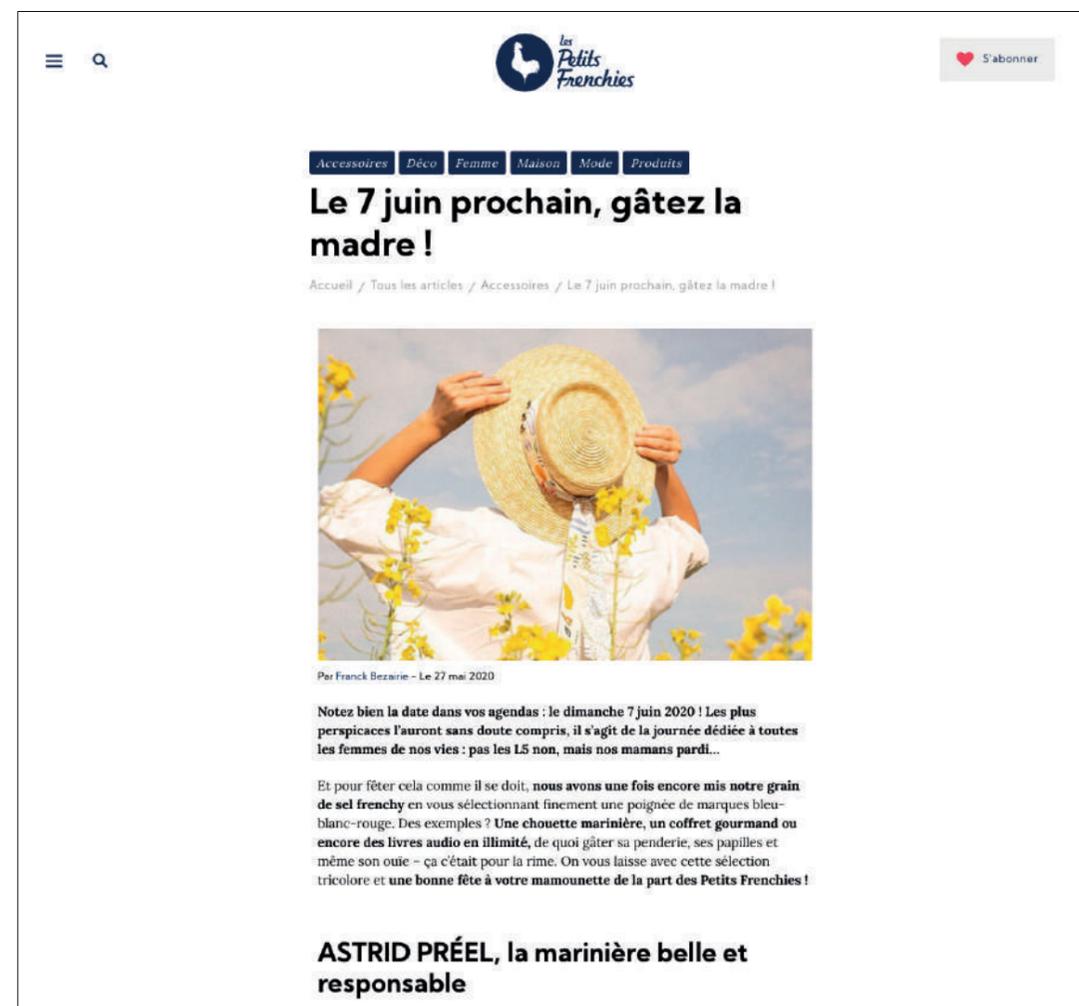
OBJECTIF : Un **snacking content** pour aller à l'essentiel, donner une actu et maximiser les clics sortants via le bouton "Découvrir !"



The screenshot shows a website header with a search icon, a logo for 'les Petits Frenchies', and a 'S'abonner' button. Below the header, there are navigation tabs for 'Femme', 'Homme', and 'Mode'. The main headline reads 'La collec' douce et légère pour le 14 février'. Below the headline is a breadcrumb trail: 'Accueil / Tous les articles / Femme / La collec' douce et légère pour le 14...'. A large image shows a woman in a white t-shirt. Below the image is a red button labeled 'Découvrir !'. The text below the button reads: 'Pssst les Frenchies ! On a une question à vous poser : **Quentin Monge**, ça vous dit quelque chose ? Mais si, cet illustrateur de talent épris d'**affection**, de **légereté**, d'embruns et couleurs ensablés...'. Below this, it says: 'Alors quand **Le Slip Français** lance une collab' avec l'**artiste tropézien** dédiée au 14 février, ça se passe tout en douceur. **Le résultat ?** Une capsule qui invite tout un chacun à s'offrir et se parer de pièces **minimalistes, ouvertes et souriantes**. Entre sweat en molleton, boxer, t-shirt, débardeur, short de pyjama ou paires de chaussettes... **tout le monde sera gâté** par cette collection taillée pour la fête de l'Amour. **De jolies formes simplifiées**, comme une invitation impatiente à l'été, cette saison des amourettes jamais très loin des **cœurs en fête**.'

L'ARTICLE

OBJECTIF : Développer le **storytelling** et optimiser le SEO à travers un article complet contenant plusieurs liens sortants.



The screenshot shows a website header with a search icon, a logo for 'les Petits Frenchies', and a 'S'abonner' button. Below the header, there are navigation tabs for 'Accessoires', 'Déco', 'Femme', 'Maison', 'Mode', and 'Produits'. The main headline reads 'Le 7 juin prochain, gâtez la madre !'. Below the headline is a breadcrumb trail: 'Accueil / Tous les articles / Accessoires / Le 7 juin prochain, gâtez la madre !'. A large image shows a person in a white shirt holding a straw hat. Below the image is a caption: 'Par Franck Bezairie - Le 27 mai 2020'. The text below the caption reads: 'Notez bien la date dans vos agendas : le dimanche 7 juin 2020 ! Les plus perspicaces l'auront sans doute compris, il s'agit de la journée dédiée à toutes les femmes de nos vies : pas les L5 non, mais nos mamans pardi...'. Below this, it says: 'Et pour fêter cela comme il se doit, nous avons une fois encore mis notre grain de sel frenchy en vous sélectionnant finement une poignée de marques bleu-blanc-rouge. Des exemples ? **Une chouette marinière, un coffret gourmand ou encore des livres audio en illimité**, de quoi gâter sa penderie, ses papilles et même son ouïe - ça c'était pour la rime. On vous laisse avec cette sélection tricolore et **une bonne fête à votre mamounette de la part des Petits Frenchies !**

ASTRID PRÉEL, la marinière belle et responsable



EXEMPLES DE CAMPAGNES



ILS NOUS FONT CONFIANCE

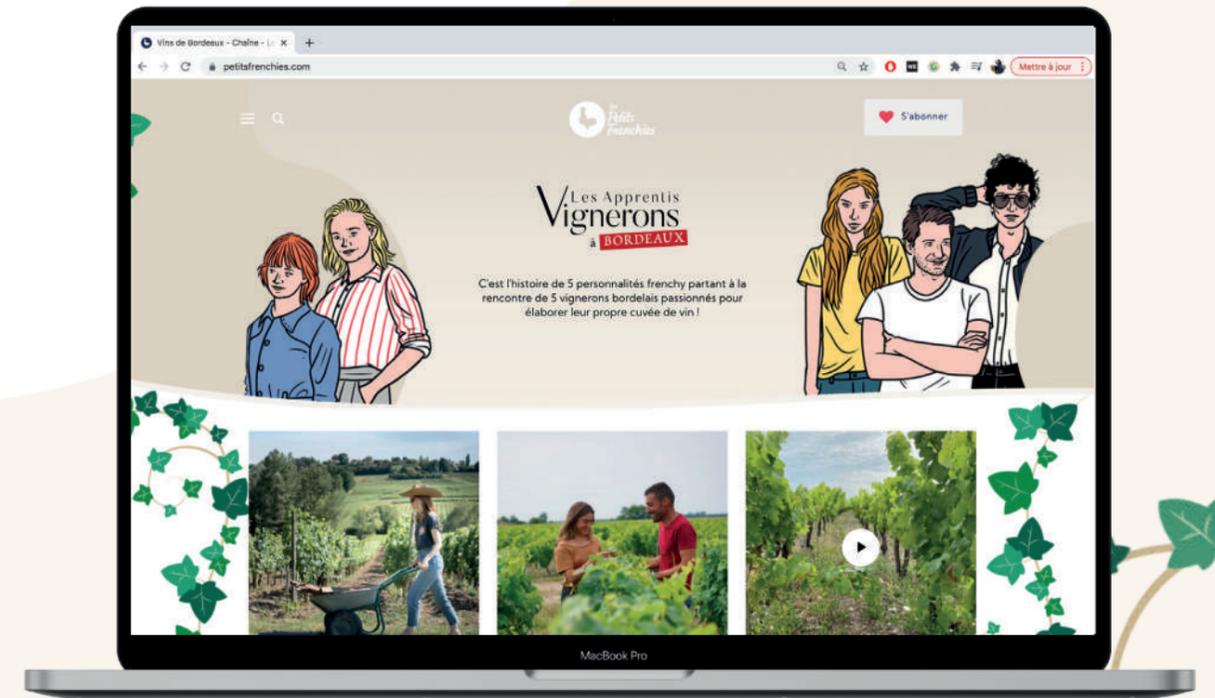
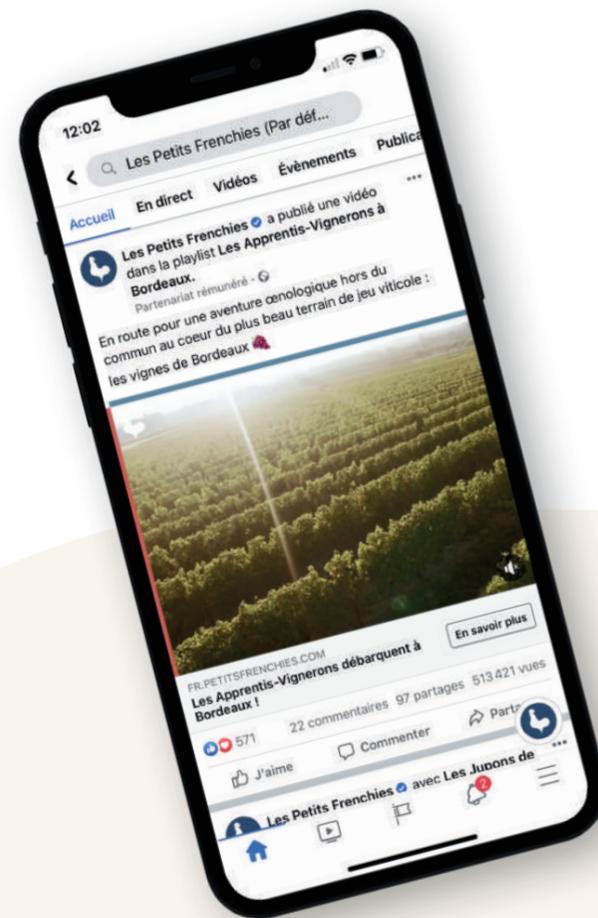


Campagne de plus d'un an et demi mettant en scène la **création de plusieurs cuvées de vins de Bordeaux** par des duos constitués de **personnalités et de vigneron**s.

+14M DE REACH

+7M DE VUES VIDÉOS

**3,17% D'ENGAGEMENT
EN MOYENNE**



*Plus d'une vingtaine de contenus (vidéo et édito) créés et diffusés
+ un univers partenaires sous la forme d'une Chaîne dédiée.*

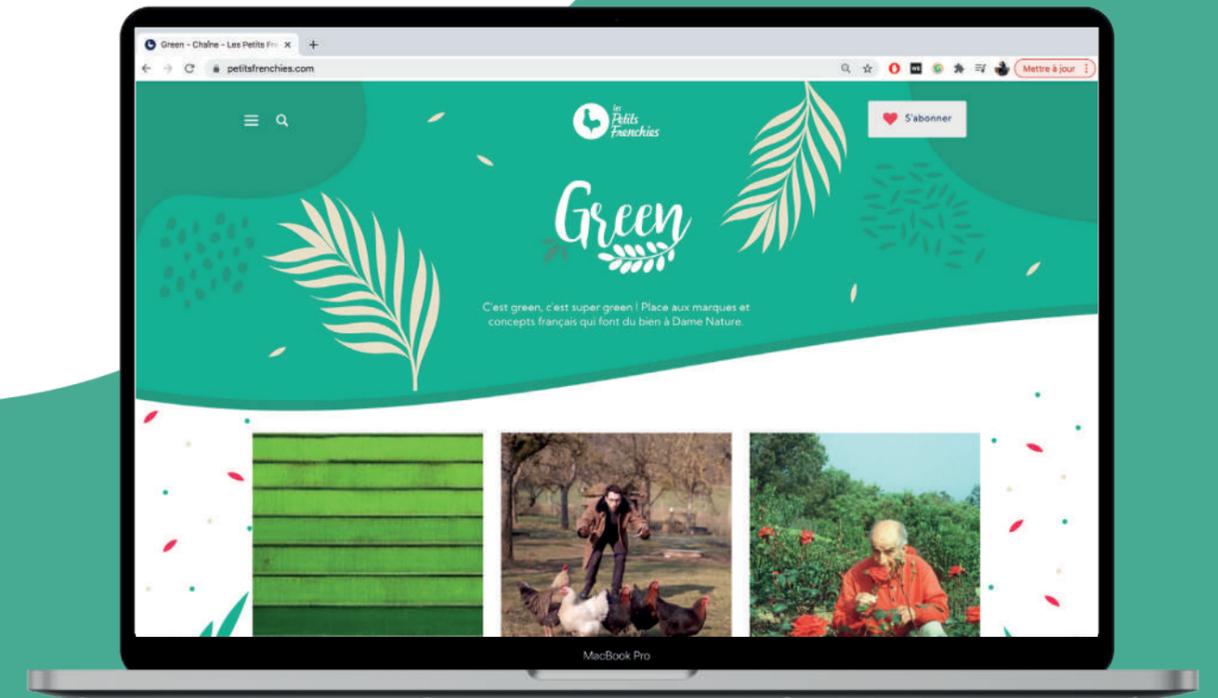
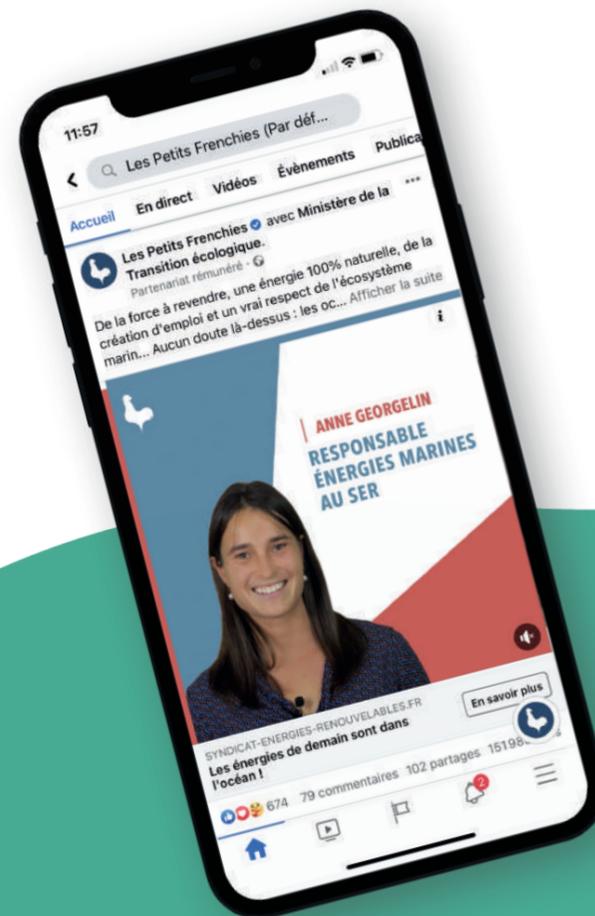


Campagne d'une année pour sensibiliser les 20-40 ans sur différents enjeux actuels tels que l'upcycling, l'économie circulaire, les énergies renouvelables ou encore la biodiversité...

+2M DE REACH

+240K DE VUES VIDÉOS

**5% D'ENGAGEMENT
EN MOYENNE**



Une dizaine de contenus (vidéo et édito) créés et diffusés
+ un univers partenaires sous la forme d'une Chaîne dédiée



Little Worker

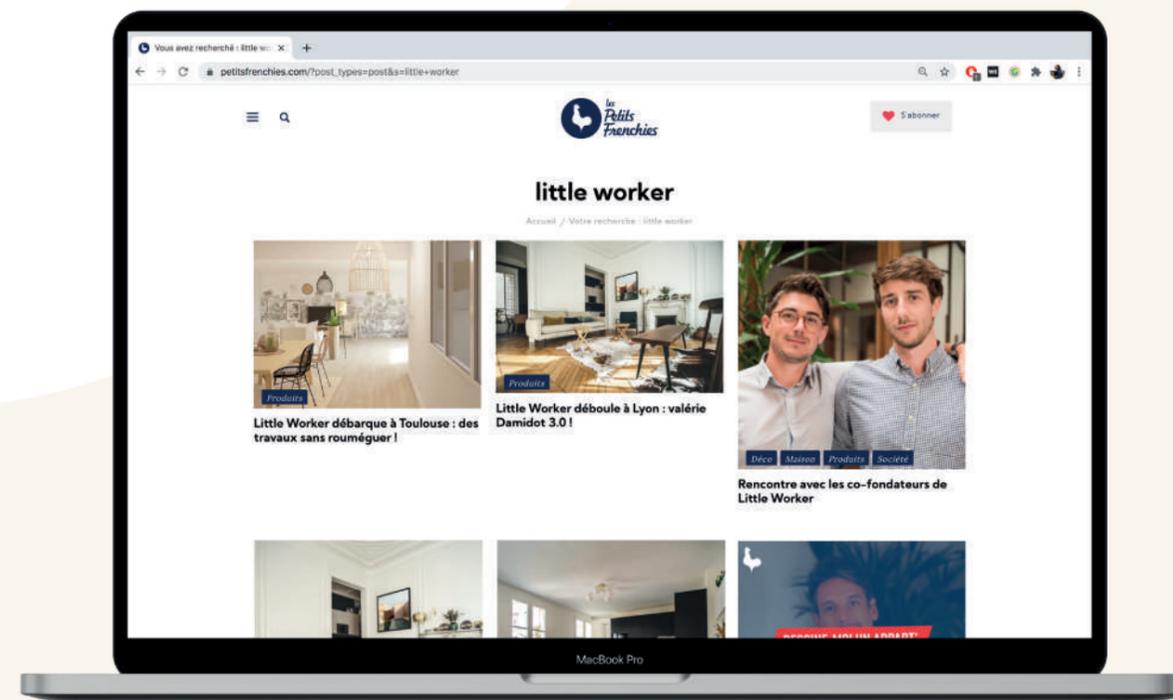
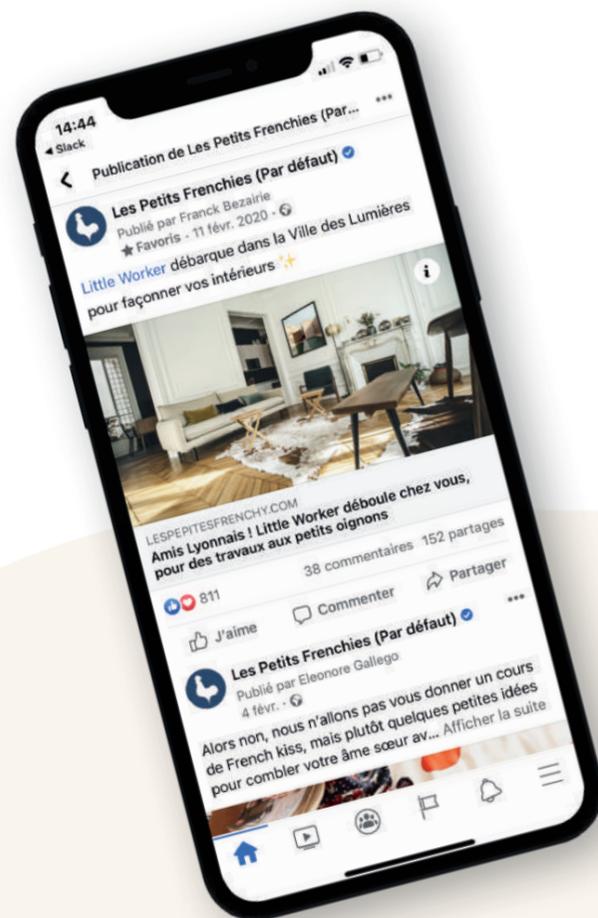
Campagnes annuelles avec différents contenus pour varier les prises de paroles (discours des fondateurs, les tendances rénovation du moment, le témoignage de tiers, ...) et **travailler l'acquisition de nouveaux leads.**

+1,5M DE REACH

2000 DEMANDES DE DEVIS

20% DE SIGNATURES

220% R.O.I ESTIMÉ



Plusieurs contenus (vidéo et édito) créés et diffusés
+ amplification des dispositifs via notre Business Manager



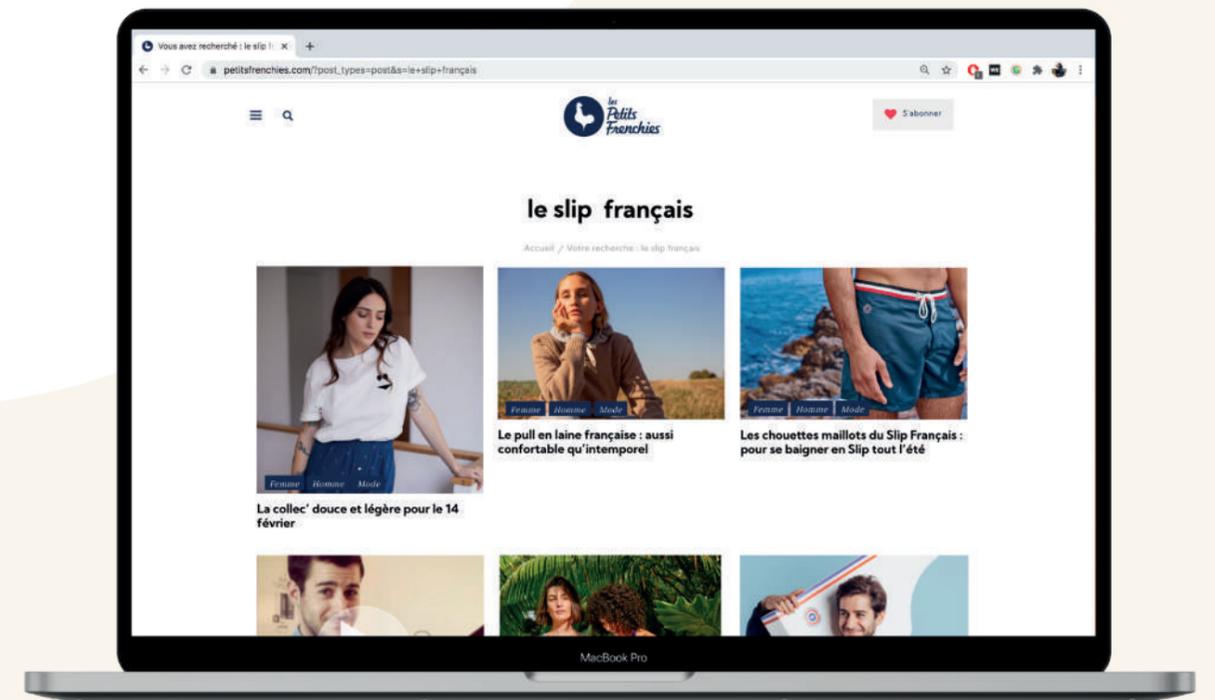
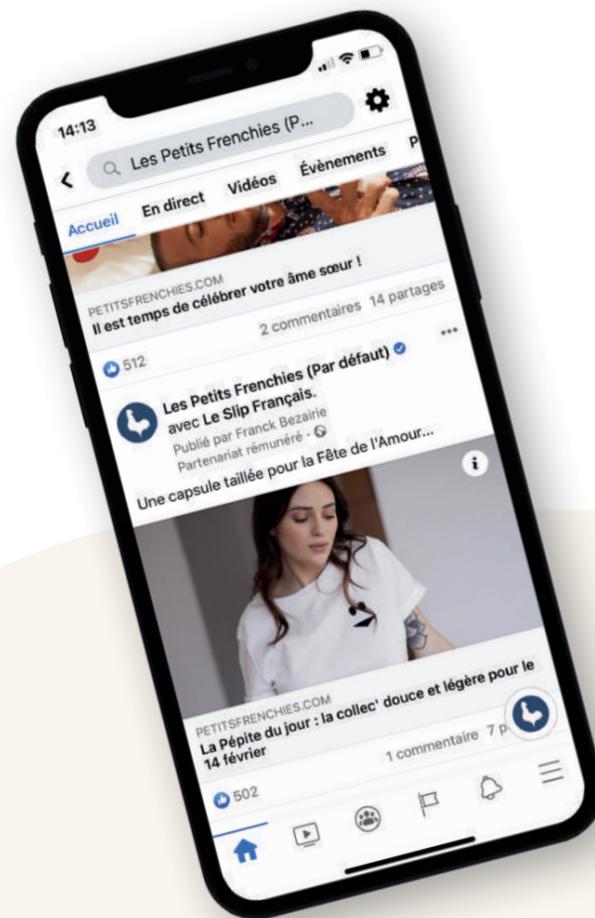


Plusieurs campagnes sur les temps forts produits pour travailler :
le branding de la marque et l'acquisition de nouveaux leads.

+1,5M DE REACH

100K DE VUES VIDÉOS

**2,5% D'ENGAGEMENT
EN MOYENNE**



Plusieurs contenus (vidéo et édito) créés et diffusés.



NOS OFFRES



NOS OFFRES

CAMPAGNES DÉDIÉES		MÉDIAS DÉDIÉS	
CAMPAGNE PONCTUELLE Prise de parole sur notre média pendant quelques jours ou semaines	CAMPAGNE LONG TERME Prise de parole sur notre média pendant plusieurs mois	CHAÎNE PARTENAIRE Parrainer une thématique forte au sein de notre univers média	CRÉATION DE VOTRE MÉDIA La fusion des Petits Frenchies et de l'agence digitale Sharing nous permet aujourd'hui de proposer à nos partenaires de créer et animer leur média en propre
Formats : co-brandés édito + vidéo	Formats : contenus multiples dans leurs intentions et dans leurs formes en fonction de chaque canaux et KPI visés	Formats : cumule de tous nos formats éditoriaux et vidéo	Formats : cumule de tous nos formats éditoriaux et vidéo
Objectif : campagne «push» mettant en avant un produit, un service ou un temps fort	Objectif : alterner les prises de paroles branding et acquisition engager une audience fidèle sur la durée	Objectif : travailler la verticalité de votre marque à travers un univers média à fort potentiel en notoriété	Objectif : créer sur du long terme une audience fidèle à vos thématiques de prédilections



NOTRE PROCESS

Nous réalisons des campagnes avec 2 grands objectifs :
NOTORIÉTÉ et/ou TRAFIC



BRIEF

Identification de votre besoin en communication.



CONTENUS & CIBLAGE

Détermination des contenus les plus pertinents à créer ainsi que des canaux et des cibles d'audience à privilégier.



OPTIMISATION

A/B testing et analyse quotidienne des performances de la campagne une fois lancée.



BILAN

En fin de campagne nous réalisons un Bilan complet incluant nos recommandations.





CONTACTEZ-NOUS :
partenaires@petitsfrenchies.com