



Mediaplanning



Analyse stratégique

Analyse du marché

Le marché de l'onglerie connaît une croissance significative et représente un secteur dynamique de l'industrie de la beauté.

Marché mondial

Valeur en 2021

10,9 MILLIARDS DE DOLLARS

Projection pour 2031

23,1 MILLIARDS DE DOLLARS

Taux de croissance annuel composé (TCAC)

4,54% ENTRE 2023 ET 2033

Marché européen et français

Valeur projetée pour 2024

13 MILLIARDS/€

Part de l'onglerie dans le marché de
l'esthétique en France

ENVIRON 15%

Données spécifiques à la France

Nombre de prothésistes ongulaires

+ 15 000

Augmentation des nouveaux commerces
spécialisés en Île-de-France entre 2021 et
2023

23%

Augmentation des nouveaux commerces
spécialisés en Île-de-France entre 2021 et
2023

100 000 € - 200 000 €

Estimation du marché français de produits pour ongles : entre 50 et 60 millions €

Analyse de la concurrence

Le marché de l'onglerie connaît une croissance significative et représente un secteur dynamique de l'industrie de la beauté.



Se distingue par son positionnement premium, une offre diversifiée et une forte activité sur les réseaux sociaux.



Misent sur l'accessibilité, les tarifs attractifs, et des services rapides ou sans rendez-vous



Offre complète et flexible, adressant une clientèle variée.

Prothésistes indépendantes

Flexibilité et diversité, mais absence de standardisation.

Insights clés

Après avoir analysé les données de ciblage, des insights clés émergent pour chaque segment de notre audience.

Cible actuelle : Femmes 40-65 ans

Cible de conquête : Femmes 25-40 ans

Cible secondaire : Hommes

Insight émotionnel

**PRENDRE SOIN DE SOI EST PERÇU
COMME UN MOMENT MÉRITÉ, UNE
PAUSE DANS UN QUOTIDIEN SOUVENT
CHARGÉ.**

**LES JEUNES FEMMES VOIENT LES SOINS
COMME UNE MANIÈRE D'EXPRIMER
LEUR PERSONNALITÉ ET DE BOOSTER
LEUR CONFIANCE EN ELLES.**

**LES HOMMES SOUHAITENT BRISER LES
TABOUS LIÉS AUX SOINS ESTHÉTIQUES
ET VOIENT CES PRESTATIONS COMME
UN MOYEN DE SOIGNER LEUR IMAGE
PERSONNELLE OU PROFESSIONNELLE.**

Insight rationnel

**ELLES RECHERCHENT UNE EXPERTISE
FIABLE ET DES SOINS QUI VALORISENT
LEUR ÉLÉGANCE SANS EXTRAVAGANCE.**

**ELLES PRIVILÉGIENT DES SERVICES
MODERNES, RAPIDES ET ACCESSIBLES,
EN LIEN AVEC DES TENDANCES ET DES
PRODUITS ÉCORESPONSABLES.**

**ILS RECHERCHENT DES SOINS DISCRETS,
PRATIQUES ET EFFICACES QUI
RÉPONDENT À LEURS BESOINS
SPÉCIFIQUES (HYGIÈNE, RÉPARATION,
SPORT).**



Approche créative

Claim de campagne

Plan stratégique : les 3 piliers de la campagne

Vos mains méritent le meilleur : L'Onglerie, expertise et soins bio, à votre portée.

Expertise professionnelle et scientifique

VALORISER LA QUALITÉ DES SOINS ET LA TECHNICITÉ DES PRESTATIONS.

COMMUNIQUER SUR LA SÉCURITÉ ET L'EFFICACITÉ DES PRODUITS UTILISÉS.

Responsabilité environnementale et vegan

METTRE EN AVANT LA TRANSPARENCE DES PRODUITS BIO ET VEGAN-FRIENDLY.

RÉPONDRE AUX ATTENTES CROISSANTES DES JEUNES CIBLES SUR LA NATURALITÉ ET L'ÉTHIQUE.

Accessibilité et proximité

RENDRE LES SOINS ACCESSIBLES EN TERMES DE PRIX ET DE LOCALISATION.

PROPOSER UNE COMMUNICATION INCLUSIVE ET MODERNE (POUR HOMMES ET FEMMES).



Médias offline

- Affichage local (Bordeaux, Paris et RP) : abribus et centres commerciaux
- Radios parisiennes et bordelaises

Médias online

- Social media : campagnes ciblées sur Insta et TikTok, vidéos sponsorisées sur Youtube mettant en avant les produits naturels
- Publicité digitale : Google Ads et bannières sur des sites féminins et lifestyle (Madame Figaro, Elle, Doctissimo)

Activations

- Partenariats avec influenceur micros et macro
- Offre duo
- Happy Hour - Ateliers soin & produits



Proposition de plan média

Médias offline

+ Affichages urbains

Cible actuelle :

Quartiers avec une population de seniors aisée

- à Paris (5e, 6e, 7e, 8e, 16e)
- à Bordeaux (quartiers résidentiels, zones commerciales)

Cible conquête :

Quartiers dynamiques

à Paris (3e, 4e, 9e, 11e, 18e)

à Bordeaux (Saint-Pierre, Chartrons, Saint-Michel, Bassins à Flot)

Sible secondaire :

Quartiers tendance

à Paris (2e, 8e, 16e, 17e)

à Bordeaux (Quinconces, Gambetta, Mériadeck, Jardin Public)

+ Radios

Chérie
FM

Audience principalement féminine
5,37 millions d'écoutes actives.

NRJ

1ère radio préférée chez les femmes
3,11 millions d'auditrices en France

RTL

2ème radio préférée chez les femmes
3,03 millions d'auditrices en France

**france
bleu**

4ème radio préférée chez les femmes
1,85 million d'auditrices en France

Ces médias nous permettent de toucher un plus large public pour promouvoir les produits ou nos actions de communication



Médias Online

Maximiser la présence sur les plateformes sociales pour toucher les segments clés.
Augmenter l'engagement et les conversions grâce à des messages personnalisés.



+ Réseaux sociaux

Vidéos avant/après :

Valorisation de l'expertise et des transformations.

Stories interactives :

Témoignages clients, produits bio/vegan, FAQ.

Campagne inclusive pour hommes :

Briser les tabous avec un message inclusif.

Tutoriels courts pour apprendre à utiliser la gamme

Teaser événements de L'Onglerie

Concours et jeux :

Cela augmente la visibilité et attire de nouveaux abonnés.

Codes promo exclusifs :

Cela crée un sentiment d'exclusivité et encourage l'achat.

+ Publicité programmatique

Publicités ciblées sur des sites beauté et lifestyle ainsi que sur les réseaux sociaux comme Facebook, Instagram et TikTok

Google Ads sur mots-clés spécifiques

- Soins des ongles
- Manucure Paris
- Pédicure Bordeaux
- Vernis à ongles bio
- Institut écoresponsable
- Comment faire une manucure parfaite à la maison ?
- Quels sont les meilleurs produits pour les ongles fragiles ?
- Comment choisir un vernis à ongles bio ?
- Où trouver un salon de manucure écoresponsable à Paris ?
- Comment retirer des faux ongles en toute sécurité ?

+ Campagne emailing

Segmentation de la base de données :

en fonction de l'historique d'achat ou la localisation géographique

Contenus :

Recommandations de produits, promotion ou invitations à des événements

Ces médias nous permettent de toucher un plus large public pour promouvoir les produits ou nos actions de communication

Collaboration avec influenceurs

Activation Terrain

Contenus "classiques"

- Tutoriels sur l'utilisation des produits L'Onglerie à domicile.
- Promotion des produits et des lieux de vente auprès de leur communauté.
- Routine soins et manucure avec des produits L'Onglerie.
- Vidéos "avant/après" montrant les résultats des soins.

Kpi

- Taux d'engagement (likes, commentaires et partages)
- Portée (Reach)
- Impressions
- Croissance des abonnés
- Taux de conversion

Portes - ouvertes à L'Onglerie

- **Visite des usines** : Immersion dans l'univers de L'Onglerie pour découvrir nos secrets de fabrication.
- **Vernis exclusif** : Création d'une teinte personnalisée en édition limitée.
- **Vlog captivant** : Partage de leur expérience authentique avec leur communauté.
- **Impact** : Renforce l'engagement et met en avant notre savoir-faire artisanal.

Kpi

- Ventes du vernis exclusif
- Visibilité du Vlog
- Feedback et satisfaction
- Taux de clics sur les liens partagés par les influenceuses

Objectifs

- Toucher des jeunes adultes soucieux de leur apparence via des figures populaires.
- Normaliser les soins pour hommes et promouvoir l'inclusivité.



Fête des mères

Activation Terrain



Parce qu'elle mérite le meilleur
offrez un soin à partager pour la fête des mères

Une offre duo pour les mères et leurs enfants permet de renforcer l'aspect émotionnel de la marque. L'Onglerie deviendrait ainsi le choix privilégié pour un moment de partage et de soin, en adéquation avec ses valeurs d'accessibilité et de soin personnel.

Cible privilégiée

TRANCHE D'ÂGE 40-65 ANS
Potentiellement déjà cliente chez l'Onglerie

Cible de conquête

TRANCHE D'ÂGE 25-40 ANS
Souhaitant partager un moment de bien-être avec leur maman

+ Affichages urbains

+ Radio

"Maman, tu mérites le meilleur ! Pour cette fête des mères, viens vivre un moment magique avec moi chez L'Onglerie. - L'Onglerie, l'expertise beauté à portée de main. Offre duo spéciale fête des mères, valable dans tous nos instituts à Paris et Bordeaux. Réservez vite votre moment de bonheur en duo !"

+ Digital

- Contenus promotionnel sur les réseaux de L'Onglerie
- Concours sur Instagram pour faire gagner une séance duo
- Publicités ciblées sur des sites beauté et lifestyle
- Promotion par des influenceuses lifestyle

Objectifs

- Augmenter la notoriété de la marque
- Attirer de nouvelles clientes (cible de conquête 25-40 ans)
- Fidéliser la clientèle existante (cible privilégiée 40-65 ans)
- Accroître le chiffre d'affaires pendant la période de la fête des mères
- Créer une expérience émotionnelle autour des soins de l'Onglerie

Kpi

- Nombre de réservations d'offres duo
- Taux d'engagement sur le concours Instagram
- Nombre de réservations attribuées aux codes promo des influenceuses
- Augmentation du chiffre d'affaires par rapport à la même période l'année précédente
- Panier moyen des offres duo
- Pourcentage de nouvelles clientes dans la tranche d'âge 25-40 ans
- Pourcentage de clientes existantes (40-65 ans) profitant de l'offre duo
- Taux de mémorisation du spot radio
- Taux de clics sur les publicités digitales

Happy Nails Hour

Activation Terrain

HAPPY NAIL HOUR

La beauté qui vous rassemble



Jeudi 7 mai à 18h00

L'Onglerie Bordeaux



Le Happy Nails Hour est un événement mensuel, proposant des ateliers de soin autour de produits bio et vegan. Ces sessions offrent une atmosphère conviviale où les participants peuvent apprendre à utiliser les produits tout en se faisant plaisir. En alliant éducation et plaisir, le Happy Nails Hour renforce l'engagement envers une beauté responsable tout en créant un lien émotionnel avec et entre la clientèle.

Cible privilégiée

TRANCHE D'ÂGE 25-40 ANS

Souhaitant partager un moment de bien être entre ami(e)s

Cible secondaire

HOMMES SOIGNEUX

Souhaitant partager un moment de bien être entre ami(e)s

+ Affichages urbains

+ Digital

- Contenus promotionnel sur les réseaux de L'Onglerie
- Concours sur Instagram pour faire gagner une séance entre ami(e)s
- Publicités ciblées sur des sites beauté et lifestyle
- Promotion par des influenceuses lifestyle invitées aux ateliers

#HappyNailHour

Objectifs

- Augmenter la notoriété de la marque L'Onglerie
- Attirer de nouveaux clients, en particulier dans la tranche d'âge 25-40 ans
- Renforcer l'image écoresponsable de L'Onglerie
- Fidéliser la clientèle existante
- Accroître les ventes de produits bio et vendus en grandes-surfices

Kpi

- Nombre de participants aux ateliers mensuels
- Taux de rétention des clients (pourcentage de participants qui reviennent)
- Nombre de nouveaux clients attirés, notamment parmi nos publics cibles
- Taux d'engagement sur les réseaux sociaux
- Nombre de participations au concours Instagram
- Augmentation des ventes de produits bio et vegan suite aux ateliers
- Taux de conversion des participants en clients réguliers
- Taux de satisfaction des participants (via des sondages post-événement)
- Nombre de partages de contenu généré par les utilisateurs (photos, avis) avec le hashtag de l'événement



Planning et budget

Planning pour la campagne du printemps

Mars (Teasing)

- Objectif : Créer l'anticipation.
- Actions : Teasers réseaux sociaux, influenceurs, finalisation supports offline.
- Message : "Révélez votre singularité au printemps."

Avril (Lancement)

- Objectif : Visibilité maximale.
- Actions : Affichages urbains, campagnes réseaux sociaux, concours Instagram.
- Message : "Des mains qui reflètent votre singularité."

Mai (Fête des Mères)

- Objectif : Boost ventes & émotions.
- Actions : Offre duo mère-enfant, affichages ciblés, influenceurs.
- Message : "Offrez un moment unique pour la Fête des Mères."

Juin (Fidélisation)

- Objectif : Préparer l'été, engager.
- Actions : Happy Nails Hour bio/vegan, campagnes estivales.
- Message : "Prêtes pour un été éclatant."

Répartition globale du budget

CRÉATION DES CONTENUS
(VISUELS, VIDÉOS, SPOTS
RADIO)

~20%

PUBLICITÉS ONLINE
(RÉSEAUX SOCIAUX, GOOGLE
ADS, PROGRAMMATIQUE)

~35%

PUBLICITÉS OFFLINE
(AFFICHAGE URBAIN, SPOTS
RADIO, ACTIVATIONS
TERRAIN)

~25%

PARTENARIATS
INFLUENCEURS ET
COLLABORATIONS

~15%

PROMOTIONS, CONCOURS, ET
OFFRES SPÉCIALES

~5%



Emma
ALARIO



Zoé
THIÉFAÏNE



Maëlle
LEBRETON



Jade
SUIRE



Augustin
de GERMAY