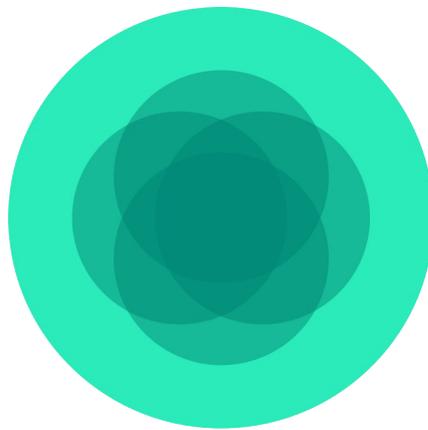


SAE 2.02

Dossier Stratégie Marketing et Communication

Sujet : Une application qui récompense le ramassage des déchets



Joro

TP E Agence 14

BREILLAT Sacha - LECENNE Willy - MATHELIN Nino - ALBERT Antonin

SOMMAIRE

1- Choix du couple produit / service en lien avec une problématique sociétale et explication du choix.....	3
Un concept innovant pour un impact écologique concret.....	3
Comment ça marche ?.....	3
Pourquoi utiliser JORO ?	3
Un modèle gagnant-gagnant pour l'environnement et l'économie	4
2- Analyse du marché à pénétrer (offre / demande / PESTEL / SWOT).....	5
A-PESTEL	5
B-SWOT	6
C-Offre/Demande.....	6
3- Définition de la stratégie marketing & communication digitale + fixation des objectifs.....	8
A-POEM.....	8
B-SMART.....	9
C-SCP	9
4- Identification des besoins consommateurs (JORO).....	11
Contexte :.....	11
.....	12
5- Identification de la cible (Buyers Personas).....	13
Personas :.....	13
.....	13
6- Construction du marketing Mix (7 P) et détermination du positionnement.....
A-7P.....	14
7- Réalisation d'un pitch pour podcast sur les réseaux sociaux.....	16

1- Choix du couple produit / service en lien avec une problématique sociétale et explication du choix

Un concept innovant pour un impact écologique concret

JORO est une application mobile qui encourage le ramassage des déchets en offrant des récompenses aux utilisateurs. Grâce à des poubelles connectées et un système de validation par QR code, les citoyens engagés peuvent accumuler des points échangeables contre des codes promo et avantages exclusifs auprès d'entreprises et marques partenaires.

L'objectif est simple : transformer un geste écologique en une opportunité gagnante, en incitant un maximum de personnes à adopter une attitude responsable au quotidien.

Comment ça marche ?

- ➔ Télécharge l'application JORO (*gratuite et dispo sur iOS*)
- ➔ Ramasse un déchet et jette-le dans une poubelle connectée identifiée par l'application.
- ➔ Valide ton action via géolocalisation ou en scannant le QR code de la poubelle.
- ➔ Cumule des points et échange-les contre des récompenses exclusives chez nos partenaires.
- ➔ Compare ton score avec d'autres utilisateurs grâce à notre classement par ville et défie tes amis.

Pourquoi utiliser JORO ?

- Gagne des récompenses et des réductions tout en contribuant à un monde plus propre.
- Un usage flexible et hebdomadaire, avec une limite de points pour équilibrer le système.
- Une gamification motivante avec un classement des utilisateurs par ville.
- Un réseau de partenaires varié pour obtenir des offres intéressantes.

- Une validation simple et rapide grâce à la géolocalisation et aux QR codes.
- Une communication dynamique via Instagram et TikTok, avec des défis et événements ponctuels.

Un modèle gagnant-gagnant pour l'environnement et l'économie

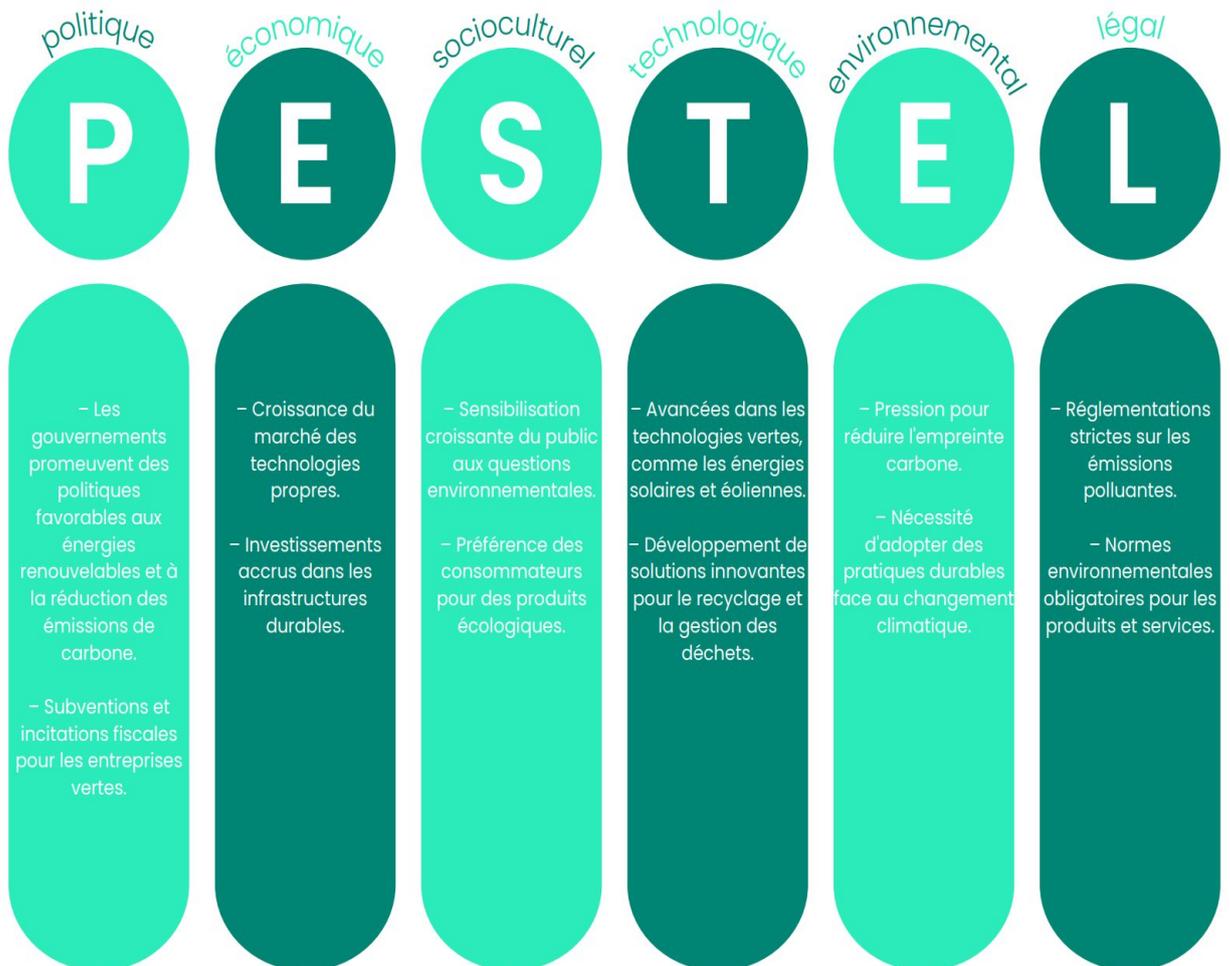
JORO repose sur un modèle économique basé sur des partenariats avec des entreprises souhaitant renforcer leur engagement écologique. Ces marques bénéficient d'une visibilité accrue et d'une image positive, tandis que les utilisateurs profitent davantage concrets en échange de leurs actions écologiques.

Avec JORO, chaque geste compte et chaque déchet ramassé devient une opportunité. Rejoins la communauté et commence à faire la différence dès aujourd'hui !

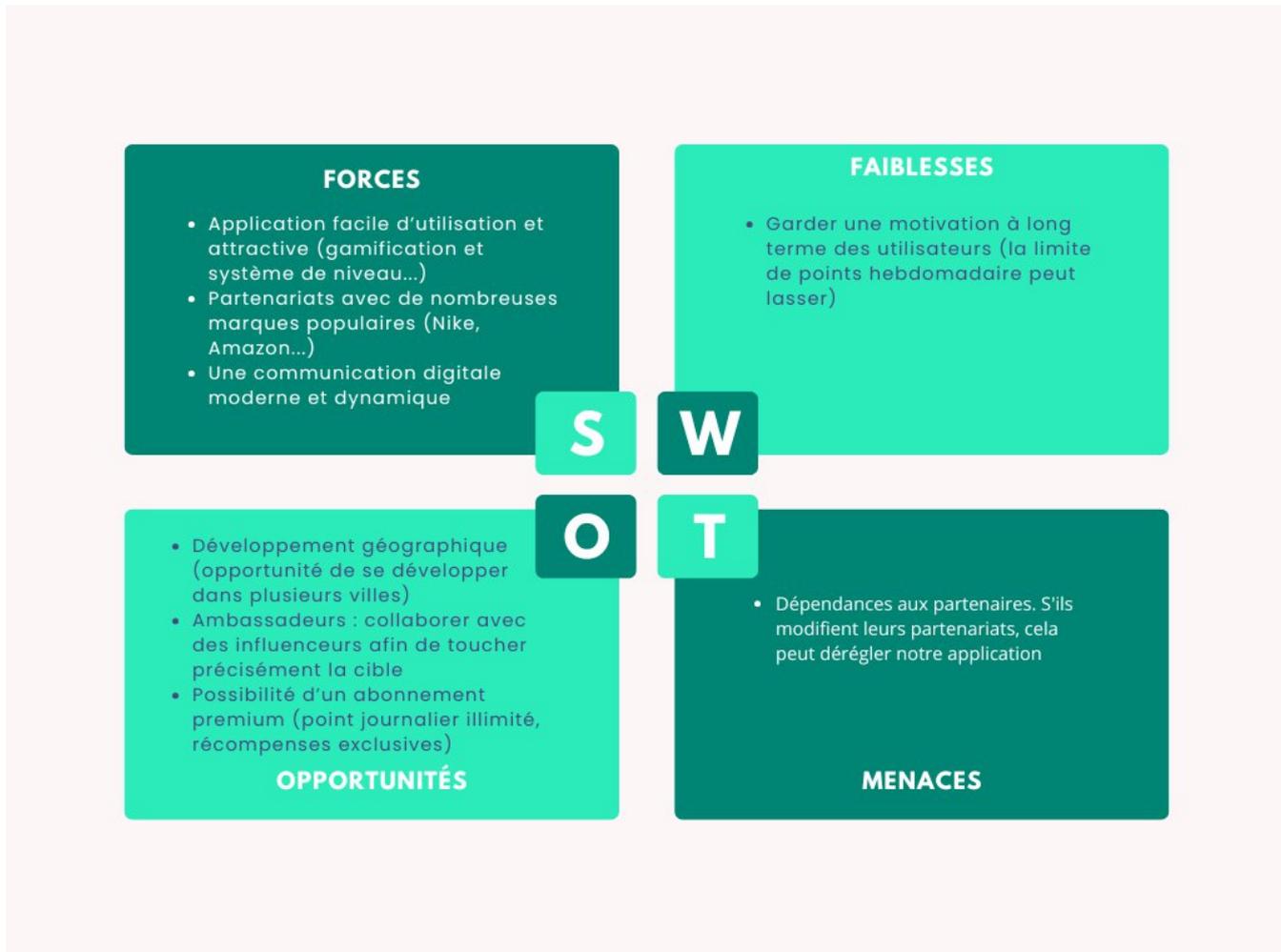


2- Analyse du marché à pénétrer (offre / demande / PESTEL / SWOT)

A-PESTEL



B-SWOT



C-Offre/Demande

Il existe plusieurs applications en France qui permette de gagner des récompenses en ramassant des déchets :

Concurrence	Description
Savaoo	une application qui donne des bons d'achat en échange d'une bonne action (ramasser des déchets). Les utilisateurs prennent une photo de leurs déchets et le mettent dans le point de collecte, puis ils gagnent la récompense sur l'application. Les points de collecte sont géolocalisés.
Trash Spotter	une application qui permet de ramasser les déchets abandonnés, de pouvoir unir les personnes pour faire de bonnes actions pour la planète. L'interface de l'application est intuitive pour indiquer les zones pollués.

Constat	
<p data-bbox="300 701 427 734">Constat</p>	<p data-bbox="496 593 1465 694">En France nous sensibilisons de plus en plus à la réduction des déchets grâce à des initiatives comme la Semaine Européenne de la Réduction des Déchets . D'après Le Monde.fr : Plus de 2.5 millions de personnes ont participé à de nombreuses actions liées à la réduction des déchets.</p> <p data-bbox="496 694 1465 745">Ces chiffres serait une opportunité pour créer une application de ramassage de déchets.</p> <p data-bbox="496 745 1465 797">Pour les lieux ou les utilisateurs pourraient utiliser l'application serait pendant une randonnée, promenade et toute sortie en extérieur .</p>

L'offre	La demande
<p data-bbox="264 943 833 1066">Ce que nous proposons aux utilisateurs : signaler le ramassage de déchets aux gens en échange de récompenses. Nous incluons une géolocalisation des points de collecte et des partenariats avec des marques pour fournir les récompenses</p>	<p data-bbox="874 943 1449 1066">Les personnes intéressés par l'application , une grande demande pour la sensibilisation écologique, les randonneurs, promeneurs ou toute personnes sensible à l'écologie pourrait être des utilisateurs potentiels.</p>

source :

https://www.lemonde.fr/la-semaine-europeenne-de-la-reduction-des-dechets/article/2024/10/16/sacres-dechets_6353606_488.html?

<https://savaoo.fr/>

<https://trash-spotter.green/>

3- Définition de la stratégie marketing & communication digitale + fixation des objectifs

Notre stratégie de marketing digitale vise à attirer, engager et fidéliser les clients avec une Stratégie Pull, premièrement en identifiant précisément les besoins, attente et comportement de notre cible. Pour cela, nous développerons une application et un site optimisé et ergonomique pour le référencement (SEO) afin d'améliorer la visibilité sur les moteurs de recherche. Nous choisirons les plateformes sociales adaptées à la cible pour y développer une présence active pour engager la communauté et diffuser les messages clés. Nous mettrons en place des campagnes publicitaires pour atteindre rapidement une audience qualifiée et générer du trafic vers le site web. Puis, nous mesurerons les performances des actions menées grâce à des outils d'analyse web et ajuster la stratégie en fonction des résultats obtenus.

A-POEM

Modèle POEM

Paid media

- Publicité sur les réseaux sociaux / Google Ads
- publicité d'affichage affiche de sensibilisation dans les rues

Owned media

- Site web de Joro
- Des comptes certifié sur les réseaux
- Application mobile
- Contenu vidéo (chaine YouTube qui sensibilise et post les spots publicitaire)

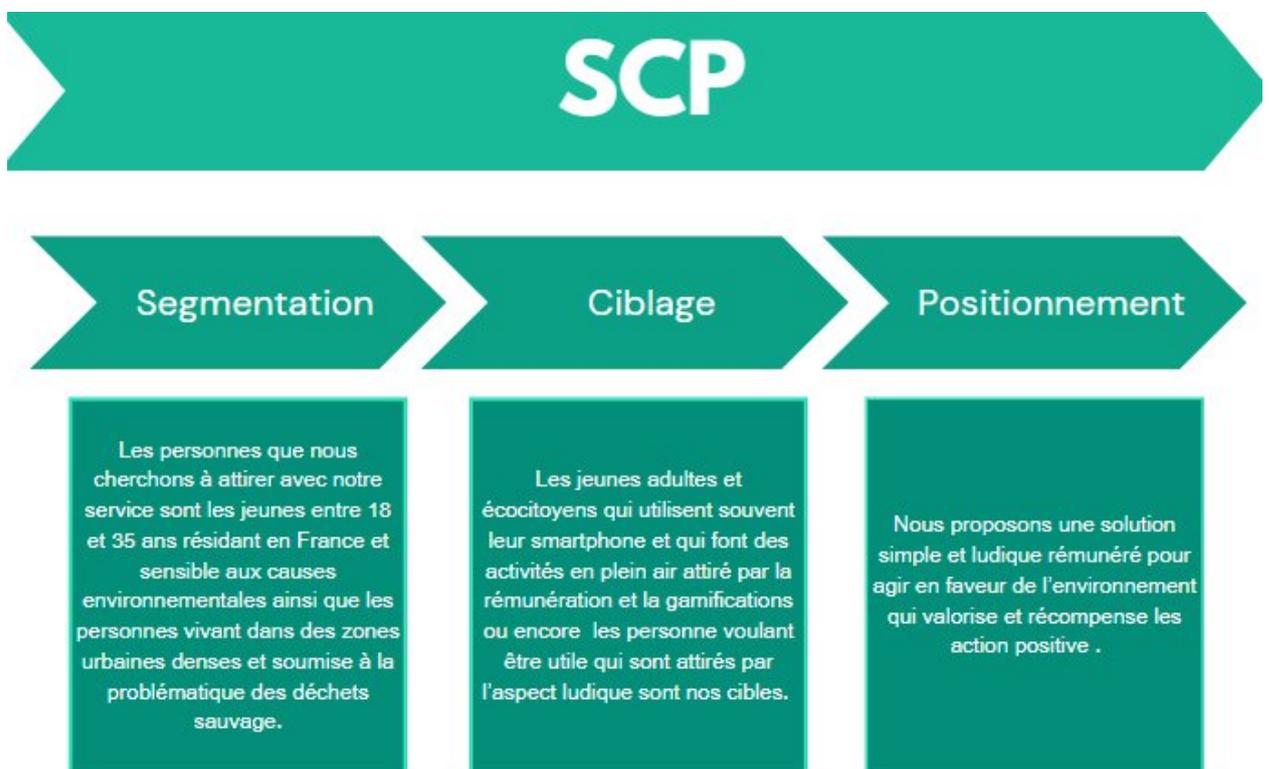
Earned media

- Résultat des SEO
- Avis des utilisateurs
- Mentions et partage sur les réseaux
- Mention dans les médias traditionnels

B-SMART



C-SCP



Outils marketing digital :

Afin d'attirer de nouveaux utilisateurs, nous utiliserons le SEO (L'optimisation des moteurs de recherche) avec le Google Search console pour surveiller les performances de notre site ou SEMrush pour la recherche de mots-clés tels que recyclage, écologie ou propreté et l'analyse de la concurrence. Le SEA et Google Ads pour diffuser des annonces ciblées sur les résultats de recherche. Le marketing sur les réseaux sociaux pour cibler des audiences spécifiques avec des publicités visuelles. Le marketing de contenu et la création de contenu pertinent et optimisé pour le SEO (articles de blog, vidéos, infographies).

Pour intéresser les potentiels utilisateurs, nous nous servons du Marketing sur les réseaux sociaux, la création de sondages ou de quiz et nous publierons régulièrement des contenus informatifs et promotionnels afin de suivre les tendances et de rester populaire.

Afin que notre public se souvienne de nous, des chatbots pour répondre aux questions des visiteurs en temps réel et des pages de destination optimisées pour la conversion ainsi qu'une interface optimisée, ergonomique, et intuitive seront développés pour rendre l'accessibilité et l'expérience utilisateur la plus agréable possible.

Pour fidéliser des E-mails personnalisés pour récompenser la fidélité et proposer des offres exclusives, des groupes et communautés en ligne pour créer un espace d'échange avec les clients, des programmes de fidélité avec la mise en place de systèmes de récompenses pour les clients réguliers, des enquêtes de satisfaction pour recueillir les commentaires des clients et améliorer l'expérience et des contenus exclusifs pour les clients fidèles seront mis en place afin d'avoir et d'entretenir une relation à long terme avec nos utilisateurs.

Modèle économique viable :

Dans le but de se rémunérer, notre application qui se veut gratuite fonctionnera avec des publicités qui sous la forme de petit bandeau seront disposées sur les bords de l'interface dans le but de ne pas déranger l'utilisateur qui essaiera d'accéder aux fonctionnalités de notre application et avec des subventions étatiques pour pouvoir se lancer plus facilement.

4- Identification des besoins consommateurs (JORO)

Contexte :

De nos jours, l'écologie est un sujet qui touche une grande partie de la population car le respect de l'environnement est crucial, de nombreuses idées sont apparues pour la collecte de déchets. Il existe plusieurs applications sur le marché qui permettent de réduire le taux de déchets sur la planète.

Les gens d'aujourd'hui sont plus sensibilisés sur l'écologie dû aux nombreuses informations à la télévision ou sur internet qui expliquent les dégâts causés par la pollution des déchets, plus le temps passe et plus l'Homme se rend compte qu'il est tant d'agir. Ils estiment qu'il y a environ 75 à 199 millions de tonnes de déchets jetés dans les océans¹. Les conséquences sont multiples, notamment les tortues et mammifères marins meurent chaque année de la pollution plastique. Environ 693 espèces marines sont actuellement menacées par la pollution plastique².

Le recyclage insuffisant En Europe et dans d'autres régions développées, une grande partie des déchets urbains n'est pas correctement recyclée. Par exemple, en France, il a été estimé que 2,5 millions de tonnes de déchets plastiques sont jetés chaque année, dont une partie finit dans la rue, dans les caniveaux ou dans l'environnement³.

La motivation principale est de récompenser toutes personnes réalisant une bonne action pour la planète.

Le principe de cumuler des récompenses sur l'application telles de l'argent, des cadeaux ou des points de réductions permet aux utilisateurs de s'investir davantage dans la collecte de déchets.

L'interface doit être simple et accessible à tous pour cibler un maximum de personnes et encourager l'éco responsabilité , elle doit offrir une interface conviviale lors des remises de récompenses. Les personnes utilisant l'application vont pouvoir établir un statut d'éco-héros, c'est une motivation pour permettre aux utilisateurs de réaliser de bonnes actions. Nous pouvons donner des avantages économiques tout en faisant de bonnes actions. Le fait de rendre une activité ennuyeuse en une activité amusante. Nous mettrons dans l'esprit des utilisateurs ,le challenge de faire un grand nombre de records.

¹ [Recycle track Systems - Pollution plastique dans les océans](#)

² [idverde.fr](#)

³ [ademe.fr](#)

Ce qui pourrait freiner cette idée de récolter des déchets pour gagner des récompenses pourrait être les personnes qui n'éprouvent pas forcément un intérêt de les ramasser même avec une récompense. C'est une application qui pourrait faire ressentir à certaines personnes que leurs actions produites pour la planète ne seraient pas impactantes.

Ramasser des déchets demande du temps et de l'énergie, certaines personnes pourraient s'en lasser et se diriger vers d'autres activités et c'est pour cela qu'il faut les maintenir sur l'application avec une interface attractive et qui ressemble à un jeu. Comment peut-on déposer les déchets, il faut que nos compacteurs que nous utilisons soient visibles et faciles d'accès.

Nous voulons offrir une activité ludique au recyclage, créer une communauté en rapport avec l'écologie, améliorer la propreté des espaces publics et pouvoir encourager l'éco responsabilité.



94% DES OISEAUX
DE LA MER DU NORD ONT
DU PLASTIQUE DANS LEUR
ESTOMAC *Source: ministère*
de la Transition écologique

690
ESPÈCES
DIRECTEMENT
MENACÉES
Source: Ifremer

5- Identification de la cible (Buyers Personas)

Personas :

JULIEN MOREL

PROFIL

Genre : Homme
Age : 25 ans
Statut : jeune actif dans le commerce
Style de vie : Très connecté, citoyen
Résidence : Centre ville de Laval



ENGAGEMENT ENVIRONNEMENTAL

Sensibilisé à l'écologie, il cherche des moyens concrets d'agir, aimerait faire plus sans y consacrer trop de temps.
Intéressé par les nouvelles technologies et les solutions innovantes pour un monde plus propre.

MOTIVATIONS

Gagner des récompenses tout en contribuant à une cause qui lui tient à cœur.
Le classement par ville le motive à participer et à défier ses amis.
Il apprécie l'aspect ludique de l'application (gagner des points, suivre ses statistiques).

ATTENTES

Une interface fluide, design et intuitive.
Des récompenses grâce à des partenaires diversifiés.
Un système de validation simple et rapide.

FRUSTRATIONS

Peur de faire du greenwashing.
Peut manquer de temps ou de motivation.
Aimerait que l'application propose des défis ponctuels.

PERSONALITY



TECHNOLOGIE



CANAUX

Découvre l'application grâce aux réseaux sociaux (Instagram, TikTok).
Est influencé par des créateurs de contenu qui promeuvent des actions écologiques.
Partage ses scores et ses récompenses sur ces réseaux sociaux.

6- Construction du marketing Mix (7 P) et détermination du positionnement

A-7P

Politique des 3P

Personnes

- Nous attachons une grande importance à sensibiliser notre personnel et notre clientèle à nos valeurs de partage et d'environnement. Nous aurons besoins de développeur, designer et expert en environnement. Nos partenaires seront des centres de recyclage, entreprises locales et associations. Pour ce qui est de la relation client, nous récupérerons les avis sur les réseaux et la partie contact de l'application.

Processus

- Nous sommes toujours prêts à optimiser notre site et application afin de minimiser notre empreinte carbone et de réduire nos coûts, le tout en étant le plus transparent possible sur nos activités dans le but de garantir nos valeurs éthiques. Les données sont collectées et analysées, elles seront ensuite envoyées aux collectivités et partenaires et permettront de déterminer les zones les plus polluées. Pour ce qui est des fonctions de l'appli, elle permettra de signaler les déchets et zones à forte densité de déchets et la validation des récompenses via le QR code à scanner.

Preuves

physiques

- Nous faisons de notre mieux pour améliorer notre image de marque et créer un environnement agréable pour les utilisateurs, reflétant nos valeurs. Notre design sera soigné et notre application sera intuitive, nous prendrons en compte les avis et témoignages des utilisateurs et nous observerons les chiffres sur les quantités de déchets ramassés et l'impacte environnemental.

4 P

01

Product

Notre Marque ne vend pas un produit, mais un service, notre application mobile permet grâce à un QR code que vous faites scanner à une poubelle de vous rémunérer en points échangeables contre toute sorte de chose.

02

Price

Notre application et notre site sont entièrement gratuits, mais nous nous rémunérons avec des publicités ciblées type Google Ads pour les partenaires, la rémunération des utilisateurs se fait au poids du déchet ramassé. Les points sont échangeables contre des bons de réduction ou du merchandising.

03

Place

En termes de distribution, nous prévoyons une approche multicanale avec une forte présence en ligne sur les réseaux pour faire de la promotion, nous serons disponibles sur l'app store et Google Play, nous prévoyons également des collaborations avec des points de collectes ou centres de recyclage. Notre service couvrira les villes, parcs et plages afin d'être le plus étendu possible.

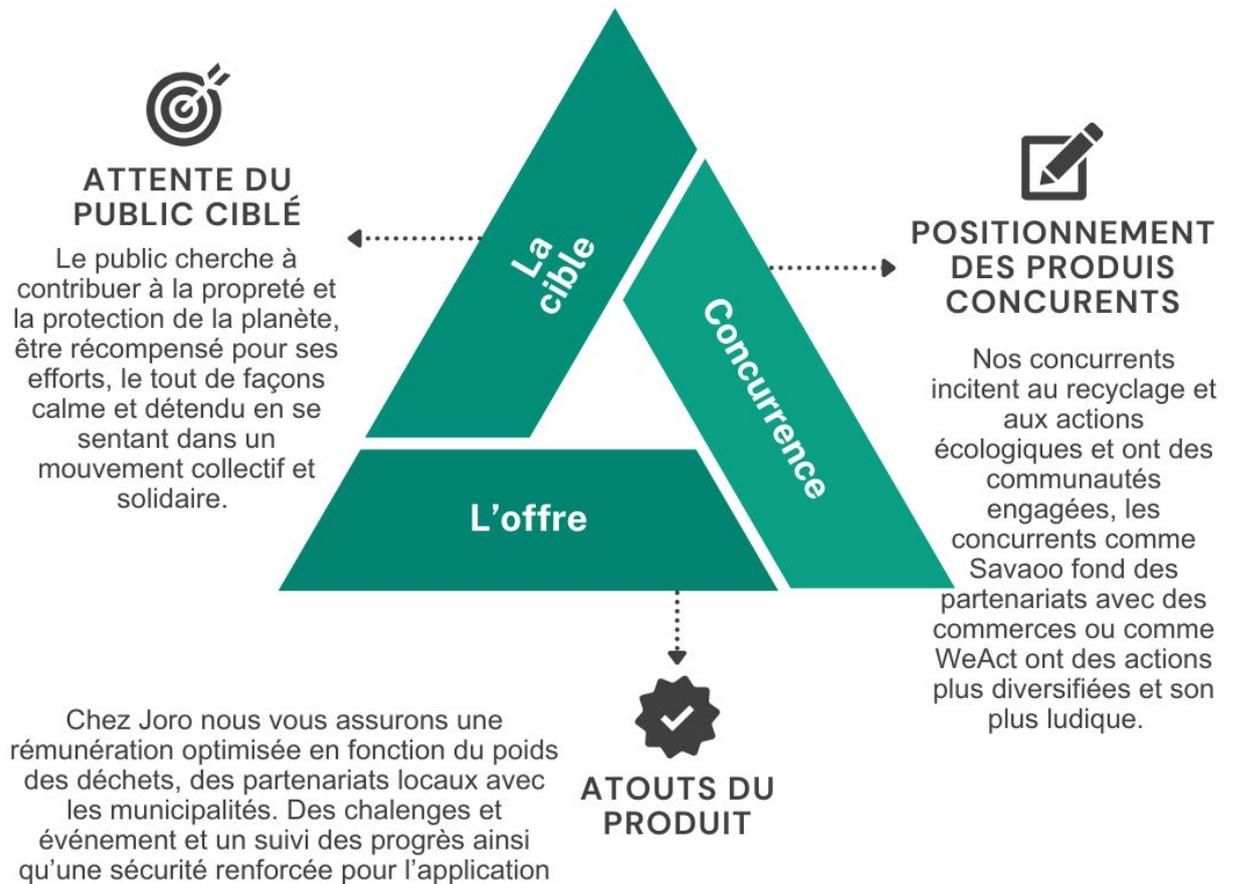
04

Promotion

Notre communication sur les réseaux met en avant notre côté jeune et dynamique, engagé pour la cause environnementale avec des campagnes de sensibilisation et la création de contenu informatif. Nous participerons et créerons des événements en lien avec l'écologie avec les villes et communes afin de réduire le taux de pollutions dans les villes.

B-Triangle d'or

TRIANGLE D'OR



C-Promesse en 1 phrase

Avec Joro, vous pouvez gagner des cadeaux et des bons de réduction simplement en jetant des déchets dans des poubelles connectées ou chez des partenaires, en ramassant des déchets dans la rue.

7- Réalisation d'un pitch pour podcast sur les réseaux sociaux

Pitch marketing :

JORO : respirer la récompense

Et si vous pouviez réduire le taux de déchets sur la planète tout en gagnant de l'argent qu'est-ce que vous feriez ? Ce que je ferais c'est une application où chaque personne pourraient participer à la collecte de déchets grâce à des compacteurs disposés dans chaque ville de France.

- « Comment l'utilisateur est récompensé ? »
- « Pour récompenser l'utilisateur il scanne son compte sur la borne du compacteur, ensuite l'utilisateur mets les déchets dans le compacteur, il cumule des points suivant la quantité de déchet collectés. »
- « D'accord et comment faite vous pour que les utilisateurs ne se lassent pas de l'application , est-elle attractive, les récompenses sont-elles intéressantes ? »
- « Pour répondre à votre question sur l'attractivité de l'application, nous proposons une interface qui ressemble à un jeu mobile avec des animations et surtout proposez une application facile d'utilisation. En ce qui concerne les récompenses, nous proposons des systèmes de niveau avec des récompenses différentes selon les paliers, ce sont en général des points de réductions grâce à des partenaires clés ce qui rend les récompenses très différentes les une des autres. »