L'E-MAGAZINE
des épicuriens créatifs

Contexte

Le Centre National Interprofessionnel de l'Economie Laitière est l'Interprofession qui réunit les producteurs et les transformateurs de lait pour décider et conduire ensemble des actions collectives au service de la filière laitière. Le Cniel a ainsi pour principale mission de valoriser la filière laitière française et d'encourager la consommation des produits laitiers auprès des Français.

Le fait est que le Cniel doit aujourd'hui faire face à une problématique certaine, celle de la montée en puissance de nombreux détracteurs de la consommation quotidienne de produits laitiers alliée à une recrudescence d'adeptes du régime vegan.

Objectifs

Notre mission en tant qu'agence recréative est d'accompagner le Cniel dans la valorisation des produits laitiers sur les réseaux sociaux de façon unique, différenciante et surtout créative.

Notre ambition stratégique a été de remettre de la cohérence dans une prise de parole sociale qui était fragmentée tout en misant sur un ton décalé et inspirant.

Nos objectifs sont les suivants :

1) Amplifier sa part de voix pour donner plus d'écho à la promotion positive des produits laitiers.

2) Développer et maintenir une communauté active et passionnée sur le social tout au long de l 'année.

3) Créer du contenu attractif afin de divertir les audiences au quotidien pour une appropriation du message rapide et fidèle

Cible

Notre cible, les épicuriens créatifs !
Cette population se compose d'hommes et de femmes âgés entre 20 et 35 ans.
Il aiment les nouvelles technologies, la culture , le design, l'esthétisme et l'actualité.

Leur milieu de vie, la jungle urbaine !
On pourrait également les appeler "foodistes", "dandys de la fourchette" ou encore "épicuriens créatifs".

Ils se distinguent par une forte créativité, la recherche d'inspiration, et leur approche singulière du quotidien. Toujours en quête de nouveautés, ce sont des passionnés impatients et curieux de faire l'expérience de nouvelles tendances émergentes !

Description du projet

MilkUGood est une expérience e-magazine unique et inspirante destinée aux épicuriens urbains créatifs sur les réseaux sociaux.

Notre partie pris, faire de l'écosystème social MilkUGood une expérience unique pour des épicuriens urbains et créatifs.
Les mots clés de cette expérience :
Tendances, Inspiration, Créativité, Culture, Lifestyle...
et Gourmandise !

La grande originalité de la recette MilkUGood repose sur le fait qu'elle soit basée sur une approche e-magazine. C'est à dire que l'ensemble de son écosystème social voit son calendrier éditorial guidé par une thématique mensuelle commune.

C'est pour nous une façon de surprendre les audiences tout au long de l'année avec un contenu dynamique et percutant tout en gardant une cohérence sur l'ensemble des plateformes sociales MilkUGood.

Cet écosystème est ainsi composé d'un Blog, d'une chaîne Youtube, et d'un compte Instagram, Facebook et Twitter.

Résultats

En l'espace de seulement 6 mois, du début de la prestation jusqu'à septembre 2016, des résultats significatifs ont déjà pu être observés.

Facebook

Fans x 4 (de 677 à 4190 aujourd'hui)
Meilleure publication : 2800 interactions (budget média de 20 euros) soit un taux d'engagement sur reach de 10%
Engagement su reach moyen sur la periode : 4,8%.

Instagram

Followers x 3,5 (de 320 à 1173 aujourd'hui).
Moyenne d'interactions pour 1000 followers : 230
Meilleur publication : 20 000 likes (achat média de 180 euros)

Youtube

14990 abonnés
2 vidéos/mois publiées, 12 au total.

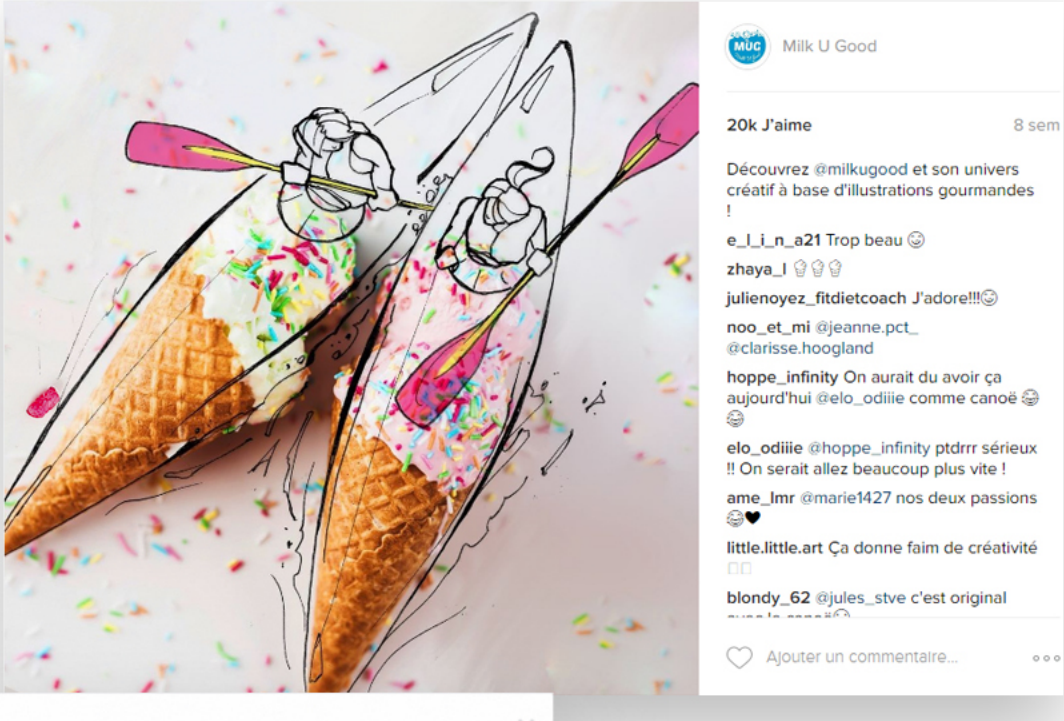
Twitter

214 jours de conversation

Le nouveau blog MilkUgood n'a été mis en ligne que très récemment (mi octobre), de réels résultats ne pourront ainsi être mesurés que plusieurs mois après la mise en place de sa nouvelle version.

20 000

likes pour la meilleure publi Instagram



2800

interactions pour la meilleure publi facebook

MUG

Milk U Good

BY LE CNIEL

avec tequilarapido.