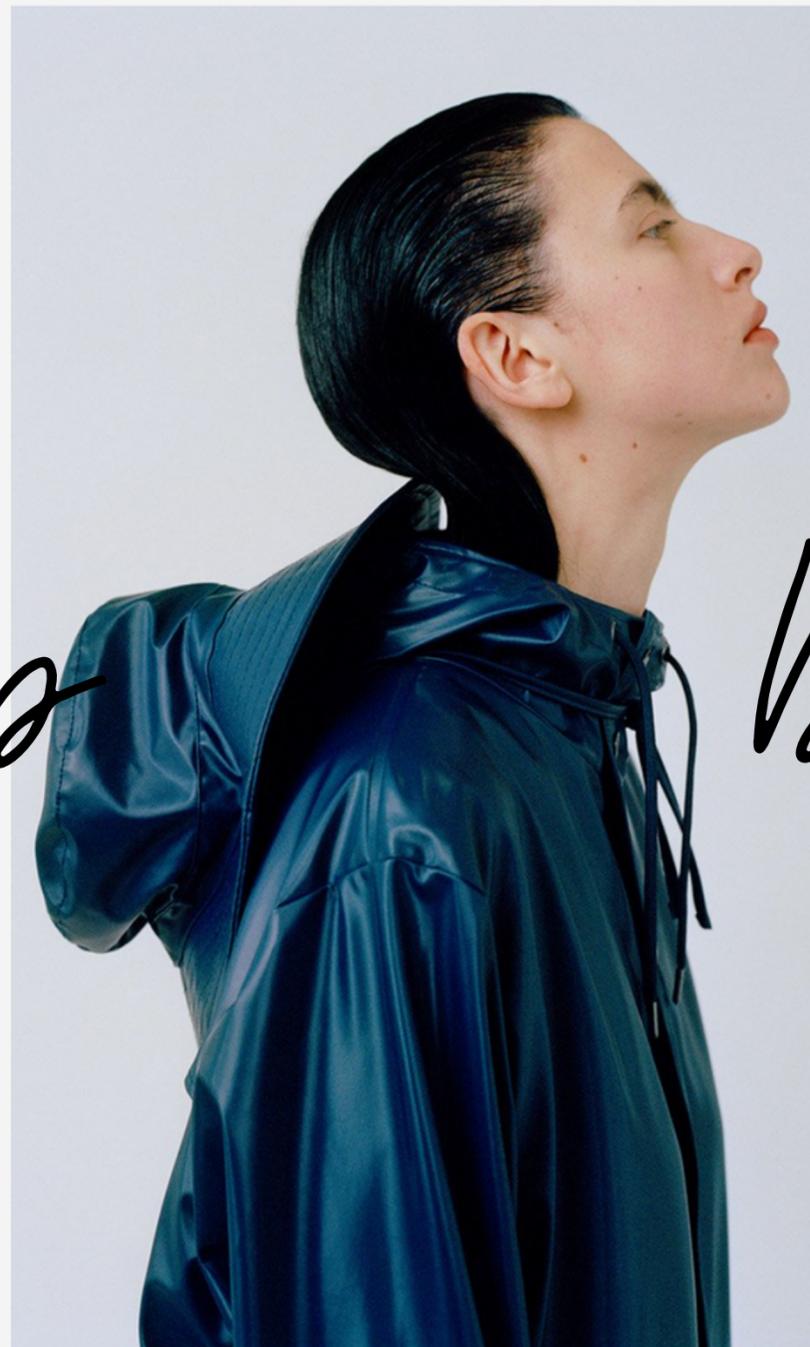


Drips, drips Drips.



Charte éditoriale



7 étapes-clés

Présentation: DNA



01

Présentation/Rappel
du contexte de
l'entreprise

Stratégie



02

Présentation de la
stratégie de
communication

Territoirs d'expression



03

Définir les territoires
d'expression

Langage



04

Les éléments de
langage

Ligne éditoriale



05

Déclinaison de la ligne éditoriale en fonction de supports

Charte iconographique



06

SEO



07

Mots-clés stratégiques et SEO



1. Rappel du
contexte de
l'entreprise

Entreprise danoise fondée en 2012 et
spécialisée dans les vêtements de pluie. La
marque c'est fait connaître grâce à ...

01

Concept Stores

02

Vêtements

03

Défilés

04

Reputation éthique



2. Stratégie de communication



01 Cible

Bien que jouant sur une image très codée et chic, l'entreprise RAINS grâce à ses prix "milieu de gamme" vise une large clientèle (de classe moyenne) avisée et sensible aux causes environnementales.

02 Support de communication

MEDIAS - HORS MEDIAS
(Réseaux sociaux et publicité versus lieux de vente et communication événementielle)

Les SdC employés sont ceux des médias avec une offre publicitaire diffusée en grande partie sur les réseaux sociaux (Instagram, Facebook, Pinterest et LinkedIn) mais également hors médias avec les points de vente et lors de défilés.

03 Traffic priorisé

Organique;

Social (réseaux sociaux);

Direct (utilisateurs se rendant directement sur le site);

Paid: en dernier, car RAINS mise surtout sur son image et sa réputation plutôt que sur des campagnes payantes.

04 Positionnement

Se fait par la place qu'occupe l'entreprise dans l'esprit des consommateurs (entreprise éthique et soucieuse de l'environnement par ses procédés de fabrication européens pour des tarifs accessibles).

#



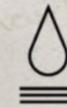
*Territoires
d'expression*

GLACIAL

TECH SHEET

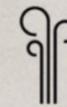
Waterproof

6000 mm/cm² water column pressure



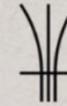
Windproof

0.02 cmm air permeability



Breathable

2000 g/m² water vapor transmission



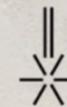
Insulated

100% featherless padding



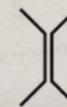
Taped Seams

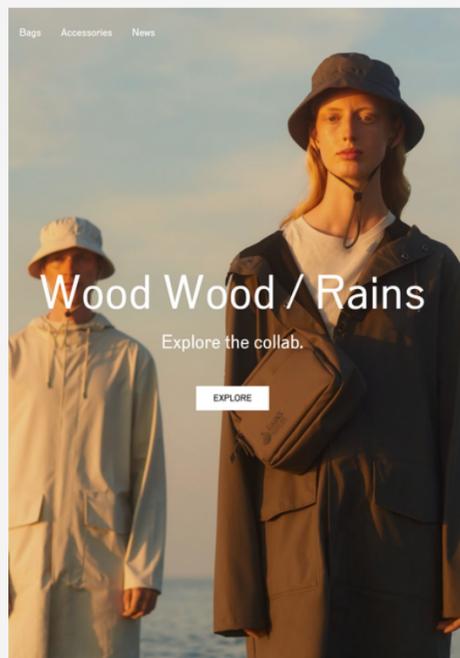
Waterproof heat-sealed seams



Weather-resistant hardware

Durable zips, pulls and cords





01

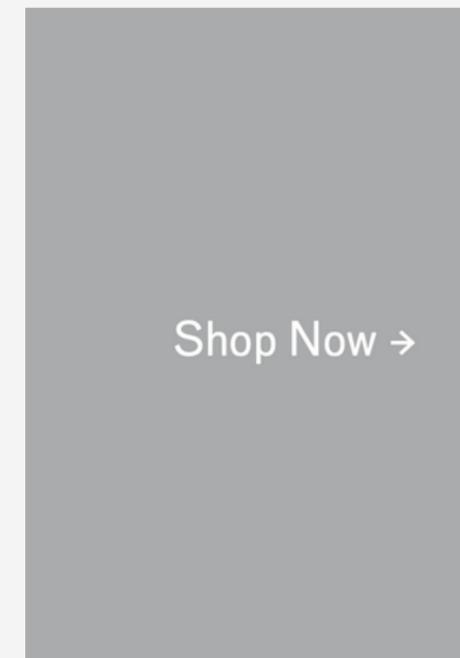
Fournir une expression respectant les codes du haut-de-gamme afin de garantir la qualité des produits proposés.

Ton plutôt froid et distant.



02

Vocabulaire soutenu privilégié.



03

Prise de parole: avant achat.



04

Angles d'attaque:
perception de la
marque.



05

Identité: éthique,
simple, efficace,
minimaliste et épurée.



06

Légitimé: entreprise
Eco-responsable
reconnue pour ses
engagements
durables.

Éléments de



language

Instagram

Rechercher



rains  [S'abonner](#)  

1 936 publications 231k abonnés 776 abonnements

Rains
Drip, drip, drip
Explore the Wood Wood / Rains collab ↓
bit.ly/35WwXHT

Abonnés : uceliranashraf, adrianotruscello, colette et 4 autres

 **GLACIAL**  **Show Excl...**  **PUFFERS**

Instagram

Melbourne

Page boutique

Shop 230, Level 2
Melbourne Central
Melbourne VIC 3000
Australia

Phone: (+61) 3 9650 1464
Email: melbournecentral@rains.com

Monday to Sunday 11am-6pm

 Map

Wednesday 23/9
Partly Cloudy, 12 °C



Thursday 24/9
Mostly Cloudy, 13 °C



Friday 25/9
Showers, 8 °C



Saturday 26/9
Showers, 11 °C



Sunday 27/9
Mostly Cloudy, 12 °C



Facebook

 **RAINS**
21 août · 🌐

Waterproof Headwear
A category featuring designs for head-to-toe wet-weather outfitting. The Headwear category features two signature silhouettes for Autumn/Winter:

Bucket Hat
The Rains Bucket Hat is a waterproof take on the classic silhouette designed for fisherman in the early 1900s. Constructed from our waterproof PU, the hat features a slightly angled brim, a Rains flag label and is lined for comfort.

Boonie Hat
The Rains Boonie Hat is inspired from wide-brimmed military headwear used in wet, tropical climates. Boonie Hat is constructed from waterproof fabric and includes PU strings for a chin strap closure and an inner lining for comfort.

Explore all Headwear → bit.ly/2E2G7Xk



01

Site internet

Rédaction littéraire, beaucoup d'informations et de renseignements. Permet de faire voyager le client, de le faire rêver.

02

Facebook

Interaction avec les clients en "call to action". Voix plus active.

03

Instagram

Voix passif. Aucune interaction(sauf "call to action" en hyper lien. Pas de questionnement. Structure codé semblable eu haut-de-gamme.

Instagram



rains  • [S'abonner](#)



rains  Glacial for Autumn & Winter 2020

-

The Glacial outerwear series utilises a thick and durable twill fabric, waxed in waterproof PU. Each piece from the category is heavily padded with a featherless insulation and constructed in sturdy, workwear-inspired silhouettes.

6 h



pete2shoes Which shirt and jeans/pants can I see?



4 h Répondre

— [Afficher les réponses \(2\)](#)



1 312 J'aime

IL Y A 6 HEURES

Ajouter un commentaire...

[Publier](#)

04
LinkedIn

Seulement quelques renseignements apportés sur la société, ses campagnes et sa structure.

05
Pinterest

Canal de commerce redirigeant vers les articles vendus mais également tableaux d'inspiration des différents articles de la marque pouvant inspirer de nouveaux styles.

DANS L'ENSEMBLE pour les réseaux sociaux, pas de hashtag ni d'emoji. Pas d'interactive, sauf pour Facebook.

MOTS INTERDITS: deep, hot, trendy, together, enjoy, joy, happiness ...

MOTS CLES UTILISES: iconic, ice, glacial, nature, designed, traditional, inspired, innovative, collection, outdoor, rain, waterproof, fashion, ..

Déclinaison de la
ligne éditoriale en
fonction des
supports



#

Site internet

*Réseaux
sociaux*

Facebook
Instagram
LinkedIn
Pinterest

THEMATIQUES ABORDEES:

collections, engagement
environnemental.

**FREQUENCE DE
PUBLICATION:**

Quotidiennement à tous les 2
jours.

POINTS DE VIGILANCE:

uniquement la langue anglaise
est utilisée sur les différents
supports de communication,
manque d'interactivité avec la
clientèle, humanisation du
produit.



*Charte
iconographique*



01

Suivent: Absence de la
personne.



02

Objet au centre et
abandonné.



03

Neutralité et
minimalisme.



Mots-clés stratégiques et SEO

01

Responsabilité, engagement,
durabilité, tradition=futur, éco-
responsabilité, nature.

02

CTA (call to action) = pour la
newsletter actuellement "s'inscrire",
privilégier "Je m'inscris" ou
"Rejoignez la famille RAINS" pour
favoriser l'engagement.

