

| | |
- C A N O O -
| | |

STRATÉGIE DE



COMMUNICATION

SOMMAIRE

- | | | | |
|---|---|----|-----------------------------------|
| 1 | La marque Canoo, pages 2 à 4 | 8 | Analyse concurrence, page 20 & 21 |
| 2 | Définition de la stratégie, pages 5 à 8 | 9 | SWOT, page 22 |
| 3 | Audit de la concurrence, pages 9 à 14 | 10 | Stratégie de contenu, page 23 |
| 4 | Personas, pages 15 & 16 | 11 | Plan d'action, page 24 |
| 5 | Attentes des utilisateurs, page 17 | 12 | Créations, page 25 |
| 6 | Objectifs SMART, page 18 | 13 | Mot de la fin, page 26 |
| 7 | Points forts, page 19 | | |



CANOO

PAGE 1

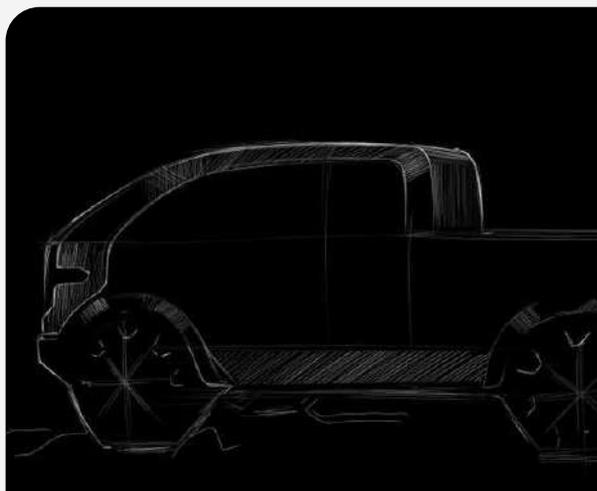
PICKUP TRUCK

UN DESIGN **AUDACIEUX**

UNE EXPÉRIENCE **INNOVANTE**

UNE EMPREINTE **ENVIRONNEMENTALE**
MINIMALE

PRÉPAREZ-VOUS À REPOUSSER LES LIMITES DE LA **PUISSANCE**
PROPRE ET DE L'**INNOVATION** TOUT EN DÉCOUVRANT UNE
NOUVELLE ÈRE DE **CONDUITE ÉLECTRIQUE** AVEC CANOO



CANOO

LA MARQUE

PAGE 2



SA VISION

Canoo développe des véhicules électriques révolutionnaires qui réinventent le paysage automobile avec des innovations audacieuses dans la conception, des technologies pionnières et un modèle commercial unique qui défie la propriété traditionnelle pour donner la priorité aux clients.

LA MARQUE

SA PROPOSITION DE VALEUR

Distingué par son équipe expérimentée de grandes entreprises technologiques et automobiles, Canoo a conçu une plate-forme électrique modulaire spécialement conçue pour fournir un espace intérieur de véhicules maximal qui est personnalisable à tous les propriétaires de véhicules.



CANOO

PAGE 4

LA MARQUE

SA **POSITION** DANS LE **MARCHÉ**



VOYAGER DE MANIÈRE **PRATIQUE** ET
ÉCO-RESPONSABLE AU BORD DE SA VOITURE.

DÉFINITION DE LA STRATÉGIE



DESCRIPTION DU PRODUIT

UNE VOITURE DE TYPE **PICK-UP ÉLECTRIQUE TOUT-TERRAIN** POUR CEUX QUI AIME LES **ROAD TRIPS** ET FAVORISENT LE **DÉPLACEMENT ÉCOLOGIQUE**.

VERSIONS HAUT DE GAMME ET MOYEN DE GAMME.

DÉFINITION DE LA STRATÉGIE

AXE STRATÉGIQUE

FAIRE CONNAÎTRE LE PRODUIT AVANT LANCEMENT OFFICIEL ET OBTENIR UN CHIFFRE D'AFFAIRE SATISFAISANT.

SUPPORT

AFFICHAGE



RÉSEAUX SOCIAUX



PARTENARIATS



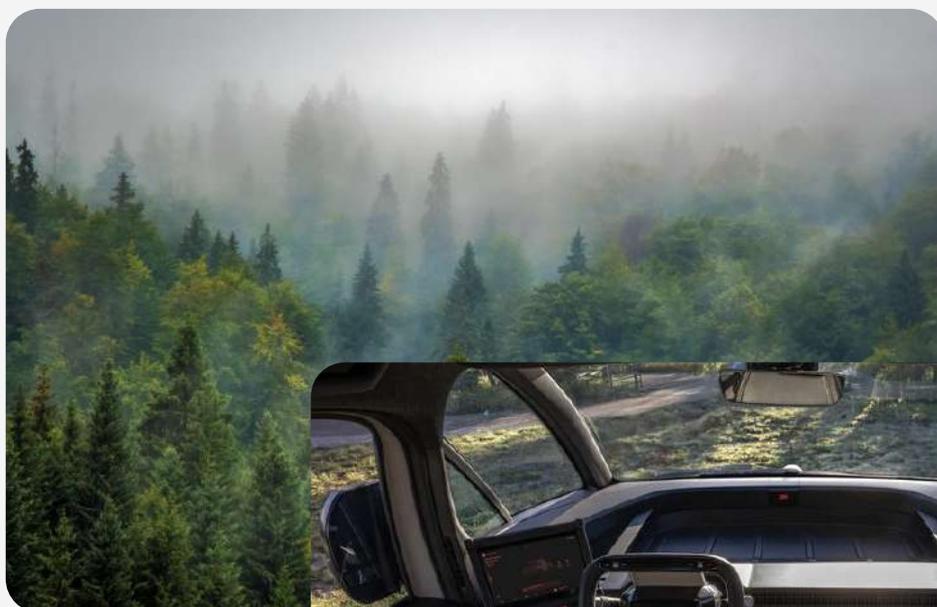
PRESSE



CANOO

PAGE 7

DÉFINITION DE LA STRATÉGIE



ANGLE DE COMMUNICATION

INNOVATION, PROXIMITÉ AVEC L'ENVIRONNEMENT, EFFICACITÉ

DÉFINITION DE LA STRATÉGIE

PARTENARIATS DE PERSONNALITÉS PUBLIQUES

LE GRAND JD



Vidéaste et explorateur qui aime les expériences originales.

INOXTAG



Vidéaste aventurier toujours prêt à relever les défis.

PARTENARIATS MARQUES

ASPHALTE[®]

Vêtements simples de qualité.

**THE
NORTH
FACE**

Equipements d'extérieur/d'exploration.

AUDIT

RÉSEAUX-SOCIAUX



@Canoo

PORTÉE

- 15k followers
- Faible portée
- Public principalement Etats-Uniens

FRÉQUENCE DE PUBLICATION

Tous les dix jours

PUBLICATIONS LES + PERFORMANTES

- Véhicule servant aux astronautes de la NASA (1,1k j'aimes)
- Publication de recrutement (655 j'aimes)

ENGAGEMENT DE PUBLICATION

- Faire part de leur projet en cours
- Aucune republication, les posts viennent tous de Canoo
- Totalité de 13k de j'aime*
- Commentaires critiques sur la société et leur choix de ⇒ Canoo n'y répond pas
- Commentaires positifs ⇒ hâte, impatience

Angellos Ioannis Malefakis

When are YOU producing Tony? When Canoo announced in 2021 that it wanted to begin manufacturing electric vehicles in Oklahoma, Aquila boasted that the state had offered more than \$300 million in incentives to seal the deal. But the company has not collected any of that money after shifting plans to launch production several times. The Oklahoma Department of Commerce already canceled another incentive deal with Canoo worth up to \$10 million after the company missed a deadline in January to start construction on a factory in Pryor. In March, Canoo laid off about a dozen workers at another planned manufacturing site in northwest Arkansas.

CANOO

AUDIT RÉSEAUX-SOCIAUX

PAGE 10



@Canoo

PORTÉE

- 108k followers
- 291 publications

FRÉQUENCE DE PUBLICATION

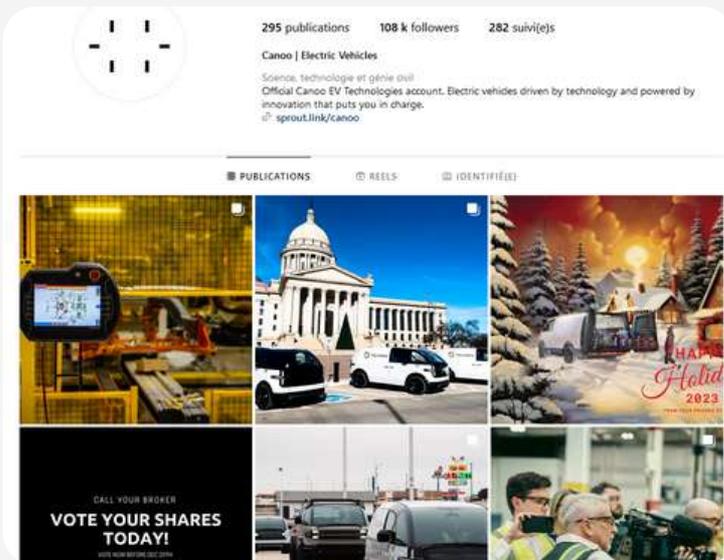
Toutes les semaines

PUBLICATIONS LES + PERFORMANTES

- Publication sur le modèle American Bulldog
- Vidéos d'une personne conduisant le véhicule

ENGAGEMENT DE PUBLICATION

- Commentaires critiques et négatifs ⇒ les gens attendent une production concrète, et clament de perdre leur argent
- Commentaires positifs ⇒ hâte, impatience



CANOO

AUDIT RÉSEAUX-SOCIAUX

PAGE 11



@Canoo

PORTÉE

111k followers

FRÉQUENCE DE
PUBLICATION

Environ 2 fois par
semaine

PUBLICATIONS LES +
PERFORMANTES

Republications de
la production
concrète d'un
modèle de véhicule
(LDV) pour une
entreprise à
Oklahoma

ENGAGEMENT DE
PUBLICATION

Les posts LinkedIn
suscitent beaucoup
de réactions de la
part des
internauts,
débat,
suggestions,
critiques...

 **Blake Barbeau** · 3e et +
ArchViz & Game Contributor (Roblox) & Facilities at Tesla 1 j ...

Je suis curieux de savoir si cela peut être porté à un autre niveau grâce à une expérience de présentation Roblox, pour pouvoir également le conduire virtuellement, puis vérifier les possibilités de personnalisation, plus encore les configurations de véhicules qui seront proposées. Serait ouvert à une collaboration via la plateforme Roblox !

[Voir l'original](#) · 

J'aime ·  1 | Répondre · 2 commentaires

 **Nathan Smith** Auteur 19 h ...
Director, Brand and Creative at Canoo - Owner/Lead Designer at Par...

C'est certainement une possibilité, et nous voyons de nombreux constructeurs automobiles proposer une expérience similaire à celle que vous avez mentionnée à travers les mondes de jeu virtuels. C'est la V1 de l'expérience Canoo - plus à venir

[Voir l'original](#) · 

J'aime ·  1 | Répondre

CANOO

AUDIT RÉSEAUX-SOCIAUX

PAGE 12



@Canoo

PORTÉE

- 36.9k followers
- 2266 posts

FRÉQUENCE DE PUBLICATION

3-4 fois par semaine

PUBLICATIONS LES + PERFORMANTES

- Publications pour les fêtes de Noël
- Concrétisation de projet (LDV à Oklahoma)

ENGAGEMENT DE PUBLICATION

- Tous comme LinkedIn, les tweets suscitent beaucoup de réactions de la part d'internautes, débats, suggestions, critiques...



Suivre

Canoo

@canoo

Official Canoo Technologies account. Electric vehicles driven by technology and powered by innovation that puts you in charge.

[Traduire la biographie](#)

Automobile Justin, Texas canoo.com

A rejoint Twitter en décembre 2017

CANOO

AUDIT RÉSEAUX-SOCIAUX

PAGE 13



@Canoo

PORTÉE

- 36.8k followers
- 36 vidéos

FRÉQUENCE DE PUBLICATION

Tous les deux mois

PUBLICATIONS LES + PERFORMANTES

Présentation d'un nouveau modèle : le American Bulldog (234k vues en 1 mois)

ENGAGEMENT DE PUBLICATION

726 commentaires sur la dernière vidéo.

Canoo
@canoo · 36,9 k abonnés · 36 vidéos
Electric vehicles driven by technology and powered by innovation that puts you in charge ⚡ >
[canoo.com](#) et 4 autres liens
S'abonner

vidéos Playlists Communauté

can Bulldog

The American Bulldog
236 681 vues · il y a 2 mois
Sculpted with grit, powered by innovation. The American Bulldog is paving new trails for the next generation of EV technology.

CONCLUSION

RÉSEAUX-SOCIAUX

QU'EST-CE QUI FONCTIONNE ?

- Les publications hebdomadaires
- Les vidéos démonstratives de la conduite du véhicule
- Les photos du véhicule (+ de likes)
- La concrétisation de projet (livraison de véhicules à des entreprises)

QU'EST-CE QUI NE FONCTIONNE PAS ?

- La marque ignore les remarques négatives
- Manque de date de lancement

LEÇONS TIRÉES

- Il faut être régulier et proposer des publications à un rythme hebdomadaire.
- Il faut répondre aux commentaires négatifs concernant le temps d'attente pour la production du véhicule.

PERSONAS



FABIEN
42 ans
Homme

Professeur de lycée
Père de famille
Marié
BAC +5

Objectif

- Faire découvrir la nature à ses enfants pendant leurs congés.

Moyen de communication préféré

- Appel téléphonique

Motivations

- Respecter la nature
- Pouvoir transporter toute sa famille

Réseaux Sociaux

- Whatsapp
- Facebook
- LinkedIn

Problème

- Les oreilles des enfants sont sensibles aux bruits (ex : bruits d'avion)

Pourquoi achèterait-elle ce produit ou ce service ?

- Se dépayser lors de ses congés avec sa famille de manière abordable.

Faiblesse

- Pas branché technologie

PERSONAS



MARIA
27 ans
Femme

Graphiste en freelance
Célibataire
BAC +2

Objectif

- Voyager

Moyen de communication préféré

- Réseaux sociaux

Motivations

- Pouvoir parcourir de longues distances
- Tout type de terrain

Réseaux sociaux

- Snapchat
- Twitter
- Intstagram

Problème

- Vit dans les montagnes

Pourquoi achèterait-elle ce produit ou ce service ?

- Pouvoir se déplacer et voyager de manière efficace tout en travaillant

Faiblesse

- Budget limité

CANOO

PAGE 17

ATTENTES DES UTILISATEURS

CANOO RÉPOND À VOS BESOINS



UNE AUTONOMIE **SUFFISANTE**
UNE RECHARGE **PRATIQUE**
(SOLAIRE, BORNE DE RACHARGE)
4 ROUES MOTRICES

UN CONFORT **OPTIMAL**
À MI-CHEMIN ENTRE LA CARAVANE ET
LA VOITURE CLASSIQUE
UNE **GRANDE** CAPACITÉ DE CHARGE
(500 KG)



OBJECTIFS SMART

OBJECTIFS COMMERCIAUX

redorer l'image de la voiture électrique comme un produit innovant

Valoriser l'expérience du road trip

Atteindre des ventes de 300 000 véhicules dans le premier mois

rendre le produit accessible aux jeunes adultes

OBJECTIFS RÉSEAUX SOCIAUX

partager des articles (facebook, linkedin, twitter) sur les réseaux sociaux mettant en avant les bienfaits environnementaux

reels instagram d'une expérience de la voiture sur terrain

annonce d'une phygitalisation d'un salon avec une offre de 2 loyers offerts et un paiement sur 37 mois.

sponsorisation avec des personnalités publiques du web, code promotionnel

INDICATEURS

nombre de fois que l'article est liké, partagé, et commenté

nombre de vues sur la vidéo, de commentaires, de likes

nombre de devis, de vente

impact des sponsors avec le nombre de codes promo utilisés

POINTS FORTS

ARGUMENT DE VENTE UNIQUE

Ce pick-up électrique est équipé d'une benne extensible, de 1,80 m à 2,40 m, et aménageable grâce à des compartiments fabriqués par Canoo. Des tables dépliantes sortent de tous les côtés de la cabine et de la benne. Un hard-top et une galerie sont prévus ainsi qu'un lit dépliant sur le toit. Très pratique pour les amoureux du road trip.

ARGUMENT ÉCLAIR

Canoo est une entreprise à l'écoute des besoins de ses clients. Nous voulons satisfaire les familles avec un pick-up qui vous permettra de voyager de manière facile et confortable. Le pick-up vous propose différentes fonctions vous permettant de vous sentir comme à la maison.

ANALYSE CONCURRENCE



FORCES ET FAIBLESSES ?

Marque mondialement connue, budget conséquent, excellent employeur. / Réputation entachée, manque de diversification.

MARCHÉ(S) CIBLE(S) ?

Grand public, au cœur du marché, gamme variées qui peut toucher tout type de consommateur.
“La voiture du peuple”.
ID Buzz a une cible similaire à celle de Canoo en plus accessible.



DÉBUT DE LEURS AFFAIRES ?

1937

OÙ SONT-ILS ?

Le siège social se situe en Allemagne. Les produits sont distribués dans le monde entier.

COMMENT SE DISTINGUENT-ILS ?

Mécanique durable, prix compétitif et attractif, fiabilité

ANALYSE CONCURRENCE

Réseaux sociaux	Nombres de followers	Forces	Faiblesses	Contenu efficace
Twitter	715,2 K	Logo pride (met en avant des valeurs) Réactifs au plaintes des usagers (leur répondent)	Ne poste pas souvent (dernier post le 15 janvier)	Annonce de la fermeture de VW customer care
Instagram	9.8 M	Partenariat avec Miraculous	Pas de reels	Posts photo avec les caractéristiques de la voiture
Facebook	33 M	Actif, réseau le plus suivi	Pas de vidéo	Posts en rapport avec l'actualité, proximité avec les clients
TikTok	108,5k	Actif	Le public de Volkswagen n'est pas celui de Tik Tok. Peu de followers et de vues	Posts en rapport avec l'actualité
Linkedin	1M	Actif	Surtout à visée professionnelle mais pas pour les clients	événements, newsletter

SWOT

FORCES

- Innovation
- Qualité
- DA unique et représentative
- Grande capacité de charge

FAIBLESSES

- Peu de notoriété
- Prix élevé
- Réseau sociaux sous représentés
- Mauvaises gestion de la communication

OPPORTUNITÉS

- Marché en croissance
- Tendance autour de l'écologie
- Rêve général Vanlife
- Clients US Army
- Client NASA

MENACES

- Concurrence directe
- Tesla & Volkswagen
- Baisse du pouvoir d'achat

PLAN D'ACTION

LES 4P

Prix

- Prix de lancement 27 000€
- Prix variable selon les options
- Pas de promotion

Place

- Les ventes sont destinées aux professionnels et aux particuliers
- Les pré-ventes et ventes sont disponibles par internet
- Des partenariats sont mis en place avec l'armée américaine et la NASA
- Il n'y a pas de stock, les véhicules seront produits à la demande

Produit

- Pick-up électrique
- Table de pique-nique intégrée dans la calandre, avec des prises électriques
- Tables d'appoint
- Modulable, peut se transformer en espace de couchage et accueillir une tente de camping.
- Cales fournies pour attacher des vélos ou des échelles
- 320 km d'autonomie
- Capacité de charge de 816 kg

Promotion

- Réseaux sociaux
- Phygitalisation
- Sponsorisation

STRATÉGIE DE CONTENU

1

2

3

OBJECTIFS

Atteindre le nombre de 300k vues par publication d'une vidéo.

Avoir un nombre de followers progressif au fil des semaines.

Inciter le public cible à l'achat.

IDÉES DE CONTENUS

Vidéos mettant en avant les fonctionnalités du véhicule.
Vidéos explicatives montrant le faible impact écologique du véhicule

Republier des articles mentionnant la marque.
Mettre en avant les partenariats avec la marque

Annoncer les prochaines sorties de modèle avec un design

RÉSEAUX SOCIAUX

Facebook,
Instagram Reels,
Youtube

Linkedin, Twitter

Instagram, Twitter,
Facebook, Linkedin

FRÉQUENCE DE PUBLICATION

Tous les mois

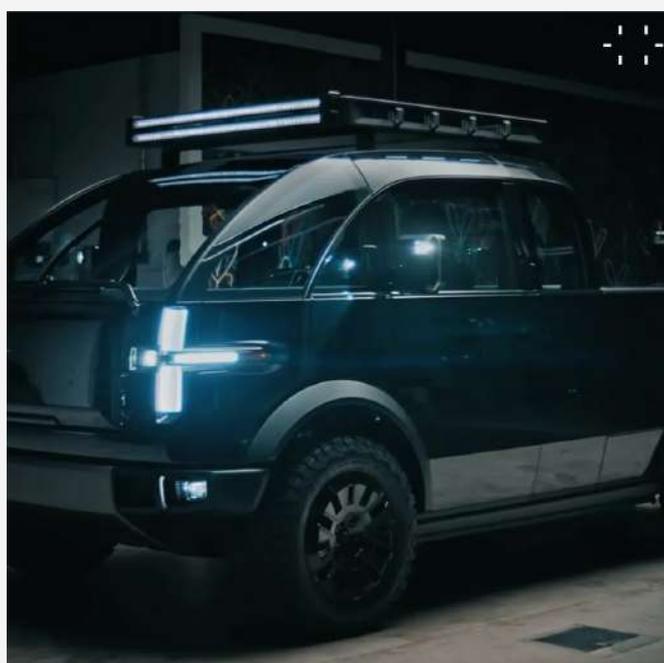
Toutes les
semaines

Lors des fêtes,
soldes, ou début
de périodes
estivales

CANOO

CRÉATIONS

PAGE 25



MOTS DE LA FIN

Le **pick-up électrique** de la marque **Canoo** est un produit qui ouvre de **nouvelles perspectives** sur le terrain de la conduite.

Notre projet est d'offrir une **solution écologique** à tous les **explorateurs**, à tous ceux qui sont en soif d'**aventure** à bord de ce véhicule qui saura correspondre aux attentes des plus intrépides.

Notre stratégie est de faire **découvrir notre univers** et **nos valeurs** au grand public. Pour se faire, les démonstrations des fonctionnalités du **pick-up truck** a pour objectif de valoriser le **voyage** en voiture de manière **fiable** et **pratique**.

Le **respect de l'environnement** est un sujet au cœur de notre projet, **explorer sans polluer** est l'aspiration à atteindre pour chacun d'entre nous.



CANOO

WEBOGRAPHIE

CANOO.COM

VOLKSWAGEN.FR

AUTOMOBILE-MAGAZINE.FR

YOUTUBE.COM

AUTOMOBILE-PROPRE.COM

FACEBOOK.COM

THEBUSINESSPLANSHOP.COM

LINKEDIN.COM

TOPSPEED.COM

TWITTER.COM

INVESTORS.CANOO.COM

INSTAGRAM.COM



— C A N O O —