



Stratégie RS de GoPro : analyse et recommandations

Aida - Nelson

Présentation de GoPro

- **Fondation** : 2002, par Nick Woodman
- **Produits** : caméras d'action et accessoires (HERO, MAX, etc.)
- **Positionnement** : marque pionnière dans la capture d'aventures et de moments extrêmes
- **Valeurs** : innovation, communauté, partage d'expériences



Ciblage

• **Coeur de cible :**

- Sportifs extrêmes : surfeurs, skieurs, parachutistes, VTTistes..
- Créateurs de contenu : photographes, vidéastes, vloggers.
- Aventuriers et globe-trotters : passionnés d'expériences immersives et de voyages.

• **Cible principale :**

- Amateurs de sport et d'activités outdoor : randonnée, plongée, moto, skate..
- Jeunes adultes technophiles (18-35 ans) : attirés par les innovations vidéo et la qualité d'image.
- Influenceurs et streamers : utilisant GoPro pour du contenu dynamique et immersif.
- Familles et particuliers : pour capturer des souvenirs en haute qualité.

• **Cible secondaire :**

- Entreprises et médias : utilisation pour du contenu promotionnel et publicitaire.
- Secteur éducatif : écoles de sport, universités, documentaristes.
- Utilisateurs du quotidien : personnes recherchant une caméra robuste et performante pour diverses occasions.



LUCAS



28 ans

Freelance en création
de contenu

Lyon, France

Entre 45 000
et 100 000 €

Lucas est un passionné de sports extrêmes (VTT, escalade, surf). Il adore partager ses expériences avec sa communauté sur les réseaux sociaux. Il cherche une caméra robuste et performante, capable de capturer ses aventures avec une qualité d'image exceptionnelle.

Attentes

- Filmer ses exploits en haute définition
- Avoir une caméra compacte et résistante
- Pouvoir partager rapidement ses vidéos sur les réseaux sociaux
- Accéder à des accessoires compatibles pour toutes ses activités

Motivations

- Contenu immersif
- Flexibilité
- Réputation et qualités



Frustrations

- Prix élevé des caméras et accessoires
- Autonomie parfois limitée pour de longues expéditions
- Besoin d'outils de montage faciles pour gagner du temps

Personnalité

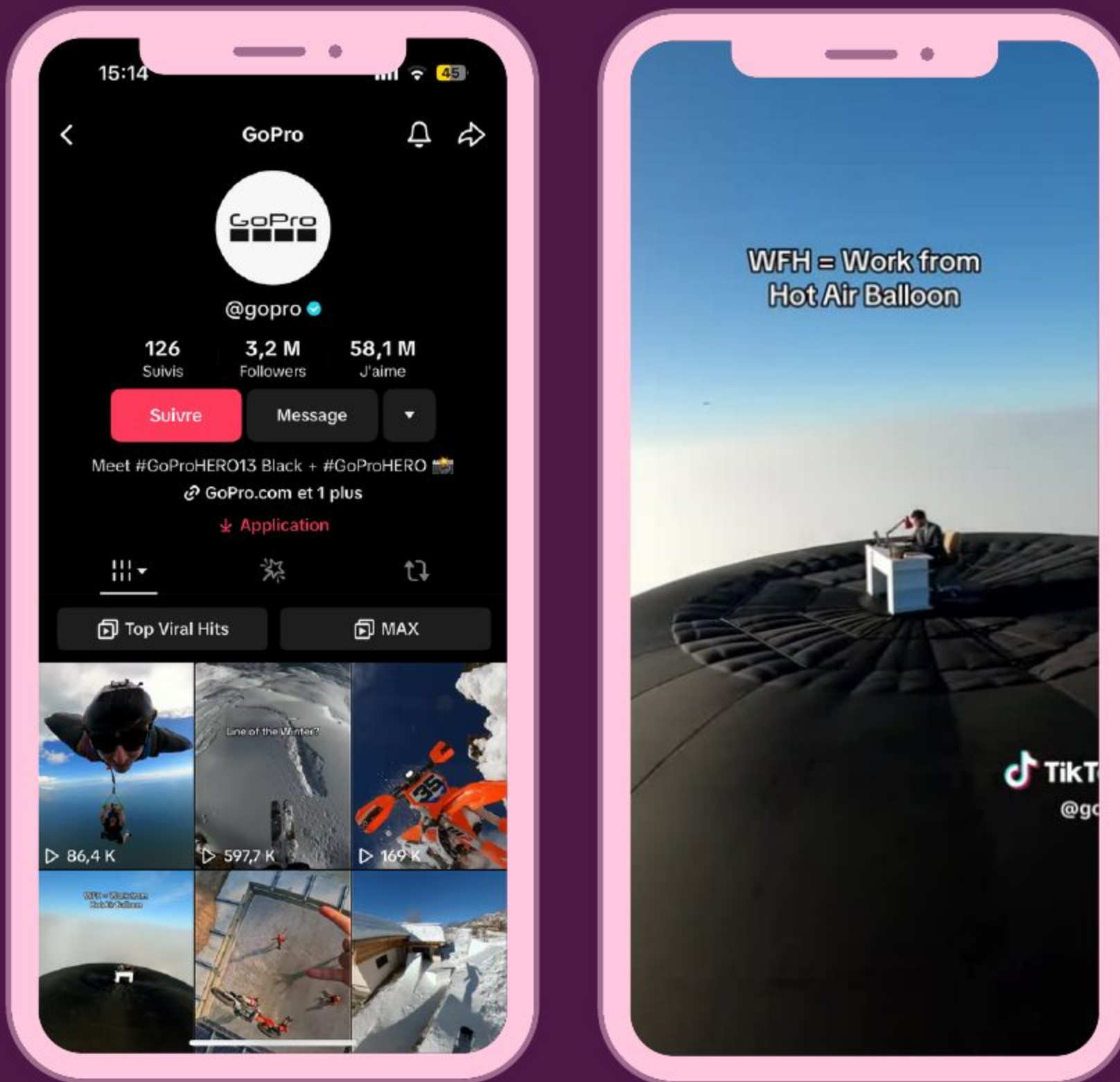
- Curieux et explorateur
- Audacieux et déterminé
- Créatif
- Indépendant
- Connecté

Centres d'intérêts

- Sports & Aventures
- Voyages & Découvertes
- Création de Contenu
- Technologie & Gadgets

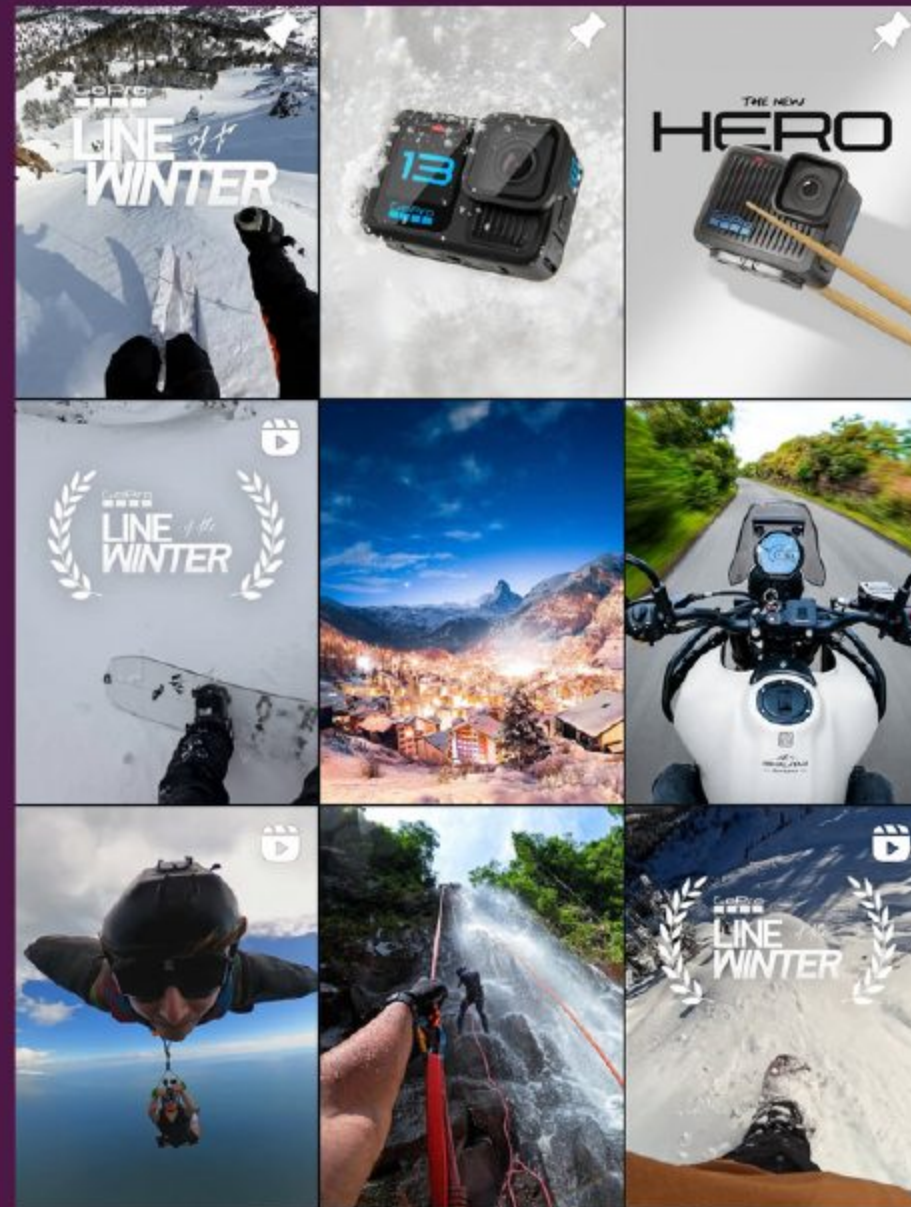
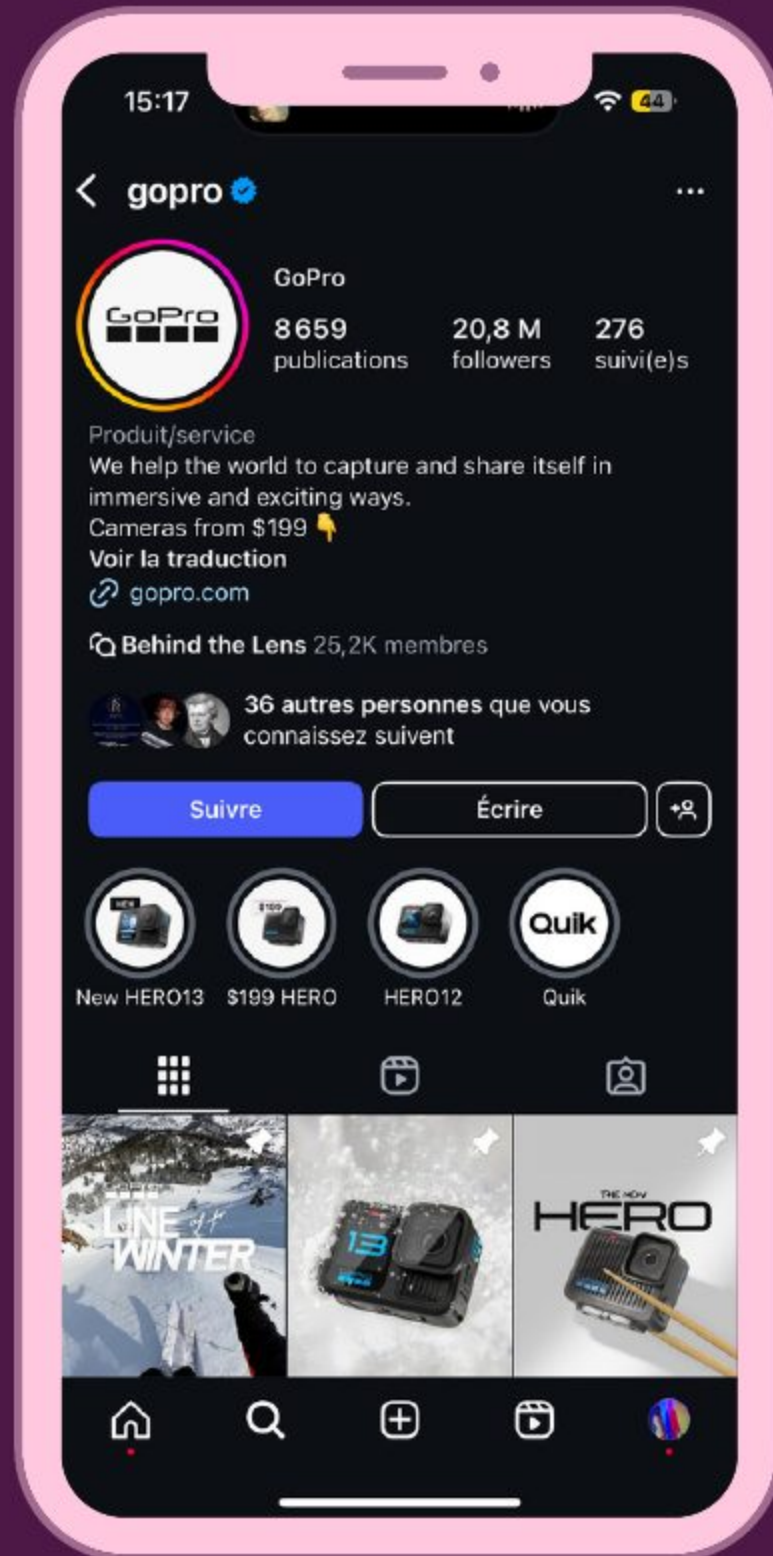
Pitch : Vivre. Capturer. Inspirer.

TikTok :



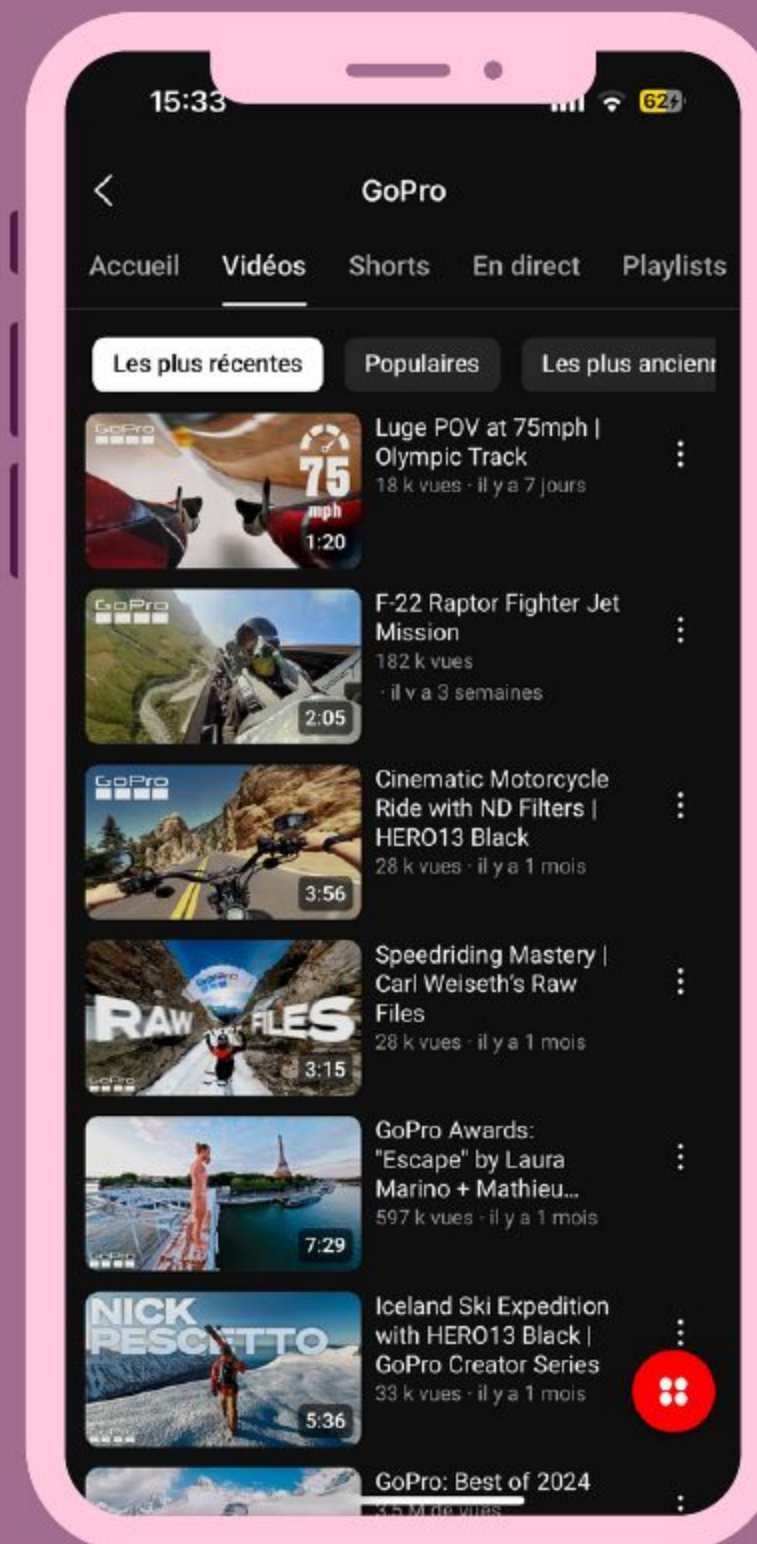
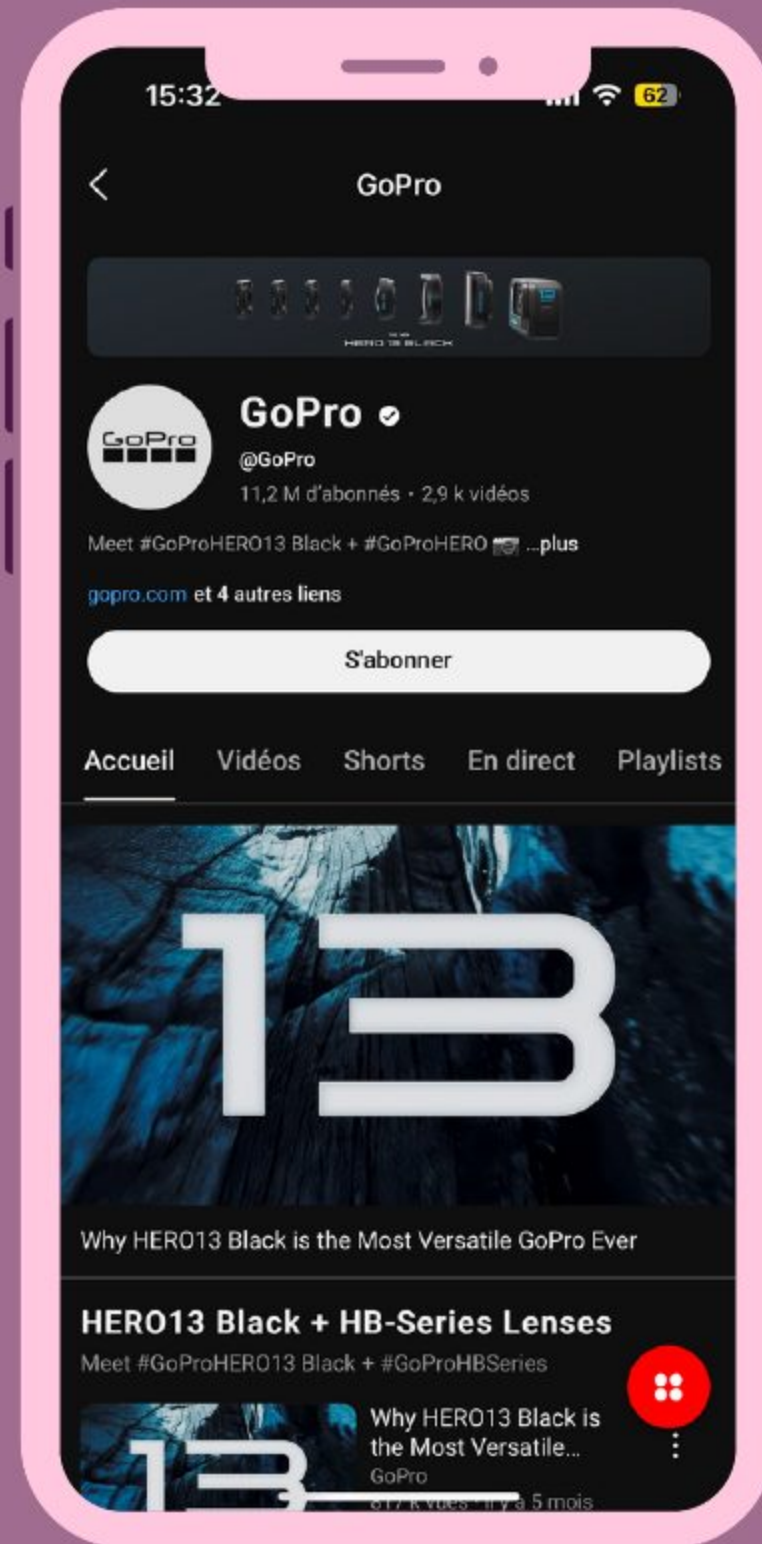
- **Abonnés** : 3,2 millions
- **Likes** : 58+ millions
- **Engagement** :
 - Forte viralité grâce à des vidéos courtes et impactantes
 - Utilisation de hashtags tendance et challenges pour maximiser l'interaction
- **Type de contenu** :
 - Vidéos illustrant des exploits sportifs et des moments extrêmes, Contenu généré par les utilisateurs et collaborations avec influenceurs
- **Fréquence de publication** : Plusieurs publications par semaine

Instagram :



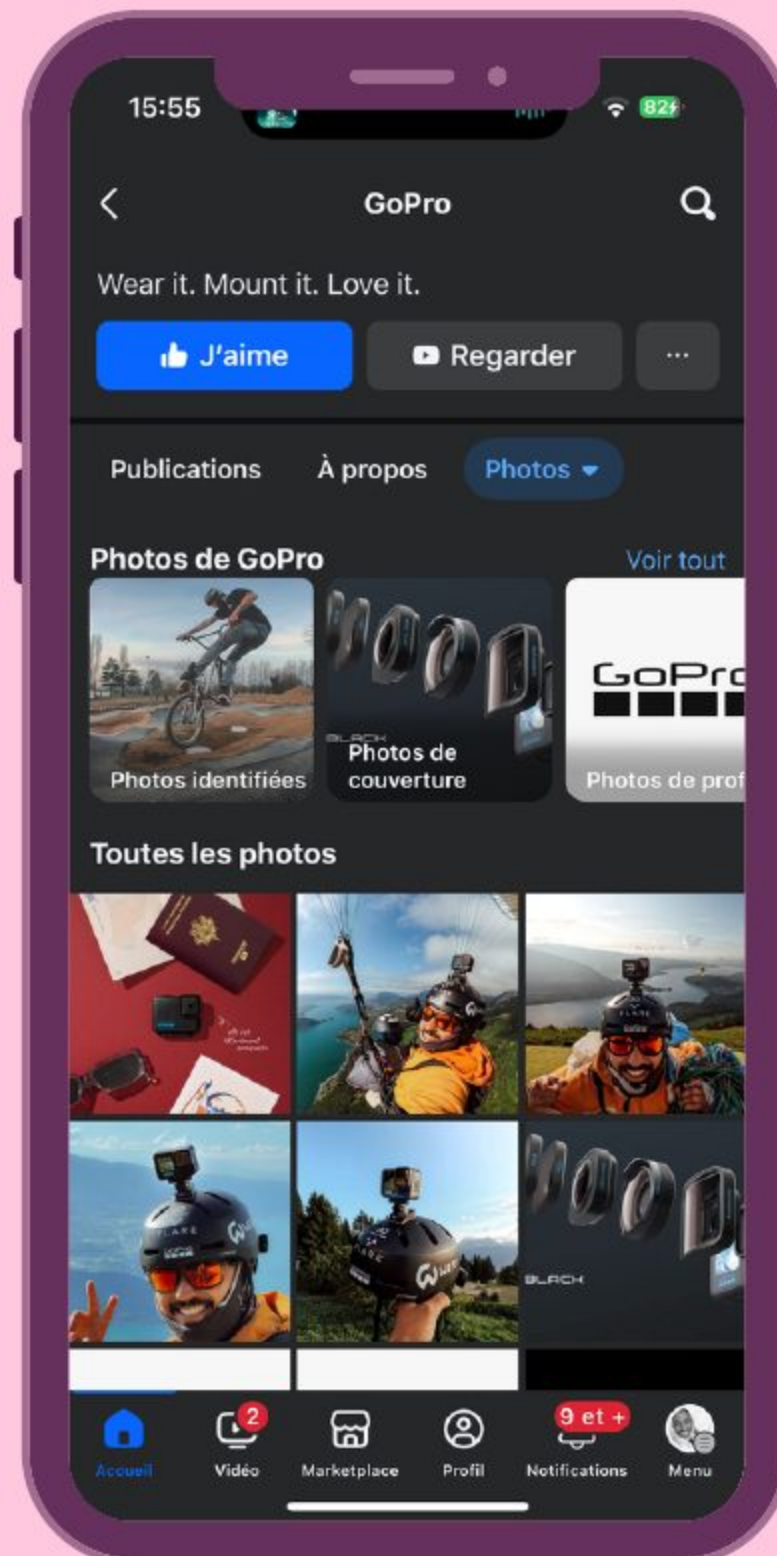
- **Abonnés :** 20+ millions
- **Mise en avant du hashtag :** #GoProAwards pour valoriser le contenu généré par les utilisateurs (UGC)
- **Type de contenu :** Photos, vidéos, Stories et Reels principalement issus de l'UGC, avec un fort impact visuel
- **Engagement :**
 - Très élevé grâce à des visuels inspirants et à l'utilisation efficace du hashtag #GoProAwards
 - Interactions régulières via des sondages et Q&A dans les Stories
- **Fréquence de publication :** 1 à 2 posts par jour, avec des Stories quotidiennes

Youtube :



- **Nombre d'abonnés :** Environ 11,7 millions
- **Type de contenu :**
 - Vlogs d'aventure, tutoriels, démonstrations de produits, et témoignages immersifs
- **Fréquence de publication :** Plusieurs vidéos par semaine
- **Engagement :**
 - Taux de vues élevés, nombreux commentaires et partages
 - Engagement marqué lors des lancements et événements spéciaux

Facebook :

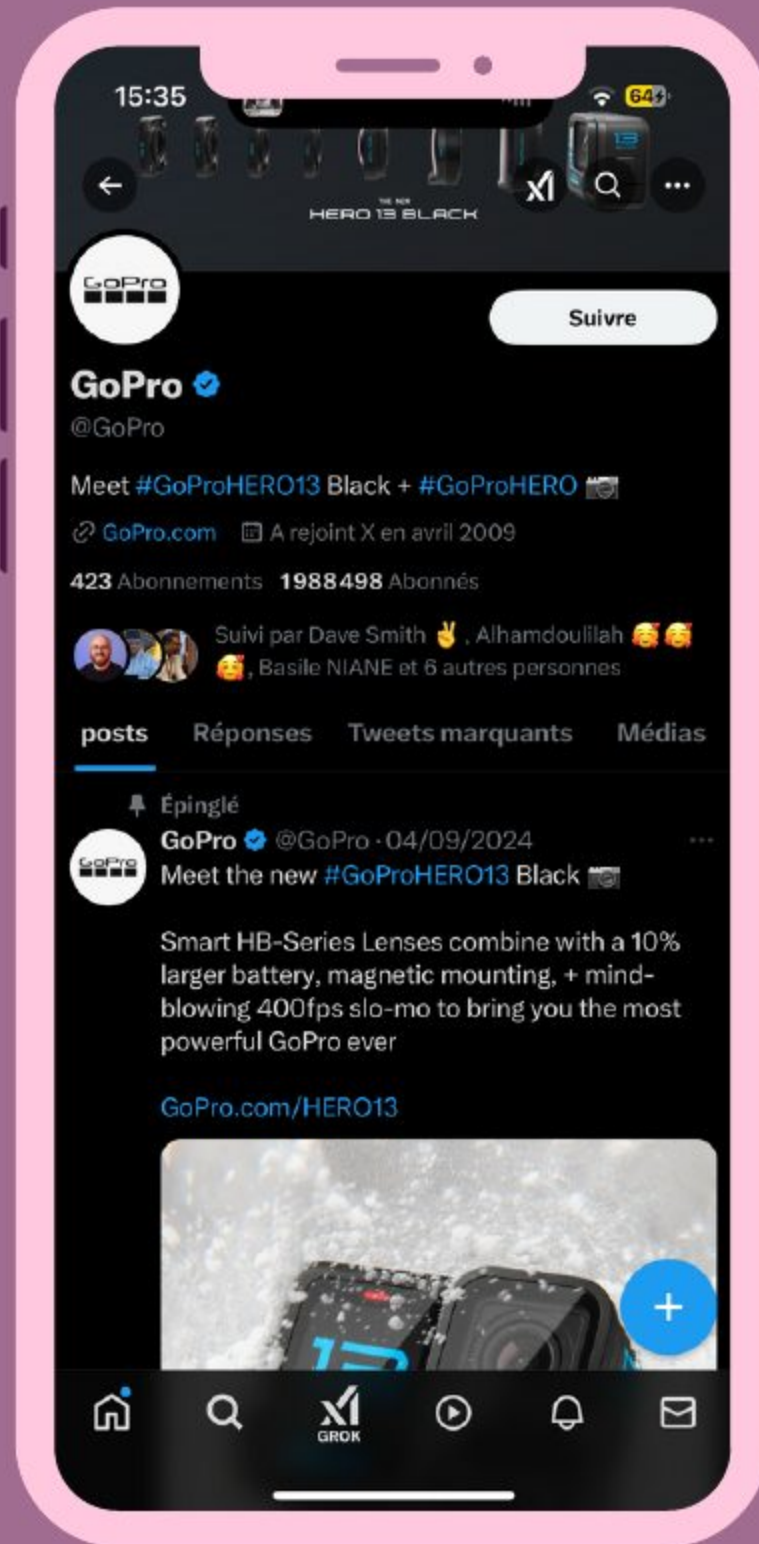


- **Nombre d'abonnés** : 10 millions
- **Likes** : 10 millions
- **Fréquence de publication** : 1 à 3 posts par semaine
- **Type de contenu** : Actualités,ancements de produits, événements, vidéos promotionnelles et témoignages utilisateurs
- **Engagement** :

Interaction soutenue avec des likes, commentaires et partages

Pics d'engagement lors d'événements ou lancements majeurs

Twitter :



- **Nombre d'abonnés :** Environ 2 millions
- **Fréquence de publication :** En moyenne 2 à 3 tweets par jour
- **Engagement :** Taux moyen estimé entre 0,5 % et 1 % par tweet
- **Contenu principal :**
 - Actualités et lancements de produits
 - Retweets de contenus générés par la communauté
 - Utilisation de hashtags comme #GoPro et #GoProAwards
- **Performance :**
 - Pic d'engagement lors des lancements ou événements en direct
 - Fort potentiel viral pour les tweets accompagnés de visuels (GIFs, courtes vidéos)

Ton de communication de GoPro

- **Inspirant**

Encourage les gens à capturer et partager leurs aventures.

- **Communautaire**

Met en avant les contenus des utilisateurs.

- **énergique & dynamique**

Court, percutant, souvent accompagné d'emojis.

- **Accessible & fun**

Langage simple, encourageant à l'action.

Recommandations

- **Renforcer le contenu éducatif**

Développer des tutoriels avancés pour exploiter au mieux les fonctionnalités des produits GoPro.

- **Dynamiser TikTok**

Créer des challenges exclusifs et interactifs pour engager la jeune audience.

- **Optimiser les collaborations**

Travailler avec des influenceurs ciblés pour diversifier et amplifier la portée.

- **Fidéliser la communauté :**

Lancer un groupe Facebook dédié pour des échanges exclusifs et du support personnalisé.

MERCI !

