

## RÉSUMÉ CHANEL : UNE STRATEGIE PRESQUE PARFAITE

Créée en 1910 par Gabrielle Chanel dite Coco Chanel, la marque de haute couture bénéficie aujourd'hui d'un prestige mondial et d'une notoriété unanime.

La cible principale et durable de Chanel regroupe les hommes et les femmes de 30 ans et plus, ayant un niveau de revenu supérieur à la moyenne.

Chanel possède une stratégie de communication relativement classique, qui passe par des prints diffusés en magazines, à la charte graphique épurée, contemporaine et innovante. Chanel communique également via des vidéos publicitaires, qui mettent souvent en scène des égéries féminines qui corresponde aux valeurs de la marque , la liberté l'élégance. Vanessa Paradis, Natalie Portman, et dernièrement Lily-Rose Depp Paradis.

Ces publicités sont souvent réalisées comme de véritables films, des courts-métrages de storytelling fort qui remplissent bien la mission première du luxe : vendre une part de rêve aux clients.

La publicité de la marque sur le parfum Chanel Numéro 5 : un objectif affectif basé sur la beauté de la femme, la sensualité de cette histoire d'amour, la curiosité et le jeu de séduction qu'il y a entre les deux protagonistes.

Utilisation de couleurs nobles en corrélation avec les codes du luxe

Stratégie marquante , utilisation d'icônes de beauté, elle augmente la notoriété qui s'affiche sur les réseaux sociaux :

- 6 millions de vues pour la campagne Chanel Numéro 5
- 20 millions d'abonnés sur Facebook
- 25 millions sur Instagram
- 13 millions sur Twitter