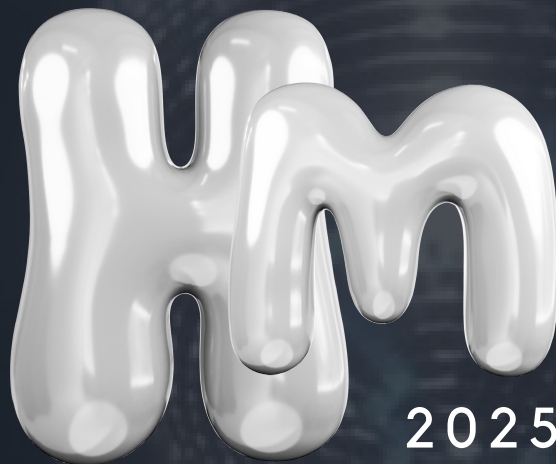


CAS **MARKETING INTERNATIONAL**



Rédigé par

Mélissa Robert - Directrice marketing et e-commerce, Mia Bijoux
Jasmine Duplessis - VP Académique, Happening Marketing 2025



CONTEXTE DE L'ENTREPRISE

Fondée au Québec, Mia Bijoux est une marque innovante de bijoux hypoallergéniques et résistant à l'eau en acier inoxydable, reconnue pour son design élégant et son engagement envers l'inclusivité. L'entreprise se distingue par son approche novatrice, combinant qualité, durabilité et accessibilité. Contrairement aux bijoux traditionnels, ceux de Mia Bijoux sont conçus pour résister à l'usure quotidienne tout en offrant un style raffiné et intemporel.

Depuis sa création, Mia Bijoux a su s'imposer sur le marché canadien grâce à une stratégie marketing efficace, un modèle de distribution omnicanal et une forte présence sur les réseaux sociaux. L'entreprise a mis en place un système de vente en ligne performant, appuyé par des campagnes digitales ciblées et des collaborations avec des influenceurs du domaine de la mode et du bien-être.

En parallèle, Mia Bijoux a établi des partenariats avec des boutiques locales et des détaillants pour offrir une expérience client hybride, combinant la commodité de l'achat en ligne et le contact direct avec le produit. L'entreprise met un point d'honneur à proposer des emballages écoresponsables et à intégrer des pratiques durables dans son processus de production.

Avec une base de clients fidèles au Canada et une expansion réussie dans d'autres régions, Mia Bijoux souhaite maintenant s'attaquer au marché américain en commençant par l'État stratégique de la Floride.



MARCHÉ VISÉ

La Floride est un choix stratégique en raison de son climat chaud et humide, propice à l'appréciation de bijoux résistants à l'eau, et de sa population diversifiée, incluant des touristes et des résidents à fort pouvoir d'achat. L'État possède une culture de consommation forte en matière de mode et d'accessoires, avec une sensibilité croissante pour les produits hypoallergéniques, écoresponsables et résistants à l'eau. En effet, la Floride accueille chaque année des millions de touristes, ce qui représente une opportunité unique pour introduire la marque à une clientèle internationale.

Les consommateurs floridiens sont très actifs en ligne et réceptifs aux campagnes de marketing digital et aux recommandations d'influenceurs. De plus, les centres commerciaux floridiens sont parmi les plus visités des États-Unis, offrant un potentiel intéressant pour une stratégie de vente en points de vente physiques.

Mia Bijoux souhaite opérer en deux phases :

- **Phase 1** : Lancement des ventes en ligne aux consommateurs floridiens via une stratégie de marketing digital adaptée, incluant la publicité sur les réseaux sociaux, le marketing d'influence et le référencement.
- **Phase 2** : Ouverture de kiosques physiques dans des centres commerciaux stratégiques pour renforcer la présence de la marque et offrir une expérience en personne. Le choix des emplacements se fera en fonction du trafic, du profil des clients et de la concurrence locale.

L'objectif est d'introduire Mia Bijoux comme une marque de référence pour les bijoux hypoallergéniques et résistants à l'eau sur ce nouveau marché, tout en établissant une relation de confiance avec les consommatrices et consommateurs américains.



DÉFIS

Mia Bijoux souhaite réussir son implantation en Floride, mais plusieurs défis majeurs se présentent à elle :

- Se démarquer dans un marché concurrentiel
- Optimiser le budget marketing pour un impact maximal
- Comprendre les attentes spécifiques des consommateurs floridiens, notamment en ce qui concerne la résistance à l'eau des bijoux
- Assurer une logistique efficace pour la livraison et la gestion des stocks

MANDAT

Vous êtes mandatés pour élaborer une stratégie marketing permettant à Mia Bijoux de réussir son implantation en Floride.

Votre stratégie devra inclure :

- Une analyse de marché approfondie
- Une stratégie de marketing numérique
- Un plan de communication intégrée
- Une stratégie d'implantation complète comprenant la logistique de distribution
- Un plan pour la phase physique
- Une estimation budgétaire, un échéancier et des recommandations de mise en œuvre.

CONTRAINTES

- Budget limité à une fourchette de 10 000 \$ - 15 000 \$ pour le lancement initial.
- La stratégie doit être réaliste et applicable dans un délai de 6 mois.
- Prendre en compte les particularités culturelles et commerciales du marché américain.

Pour plus de détails sur les intentions d'expansion de Mia Bijoux en Floride, vous pouvez consulter cet article : [Mia Looks to Florida for 1st U.S. Location](#)



2025

notre dernière danse