

**Drink[®]
& Shot**

***STRATÉGIE
DE MARQUE***



X **Drink&Shot**[®]

SOMMAIRE

04 PROBLÈMES
RÉSOLUS

12 PERSONA/
CLIENT CIBLE

23 NOS
CONCURENTS

06 NOTRE
MISSION

15 ARGUMENTS
DE VENTE

26 COPYWRITING

08 NOTRE
VISION

17 POINTS
DE FRICTION

28 POSITIONNEMENT

10 NOS
VALEURS

20 POINTS
DE CONTACT

01

**PROBLÈMES
RÉSOLUS**

Drink&Shot®

PROBLÈMES RÉSOLUS

Drink&Shot répond à la fatigue avec une solution immédiate, compacte et sans sucre, adaptée aux modes de vie modernes et dynamiques.



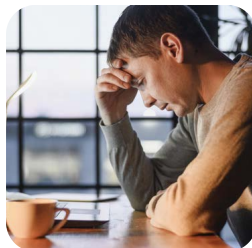
TROP DE SUCRE, TROP LOURD

Les boissons énergisantes classiques sont lourdes et sucrées. Drink&Shot offre un boost immédiat sans sucres, et sans calories.



PAS LE TEMPS

Pas le temps pour une canette entière ou un café ? Un shot de 50 ml suffit pour un effet instantané et durable.



BAISSE D'ÉNERGIE DANS LA JOURNÉE

Le café réveille vite, mais pas longtemps. Drink&Shot offre jusqu'à 4h d'énergie stable sans pic ni redescente.



DOUTES SUR LA COMPOSITION

Drink&Shot respecte les recommandations EFSA avec un dosage contrôlé.



PRIX TROP CHER

Drink&Shot offre un meilleur rapport prix/énergie avec plus d'effet pour moins de 3 €.



DISPONIBILITÉ ET CONSERVATION

Canettes = encombrantes et conservées au frais. Drink&Shot = format de poche, en une gorgée, sans frigo.



TROP DE VOLUME À BOIRE

Les canettes font 500 ml et se boivent lentement. Drink&Shot tient en une gorgée = effet immédiat.

02

**NOTRE
MISSION**

NOTRE MISSION

**« Offrir un shot d'énergie instantanée,
sans sucre, facile à consommer
à tout moment de la journée. »**

03

**NOTRE
VISION**

Drink&Shot®

NOTRE VISION

**« Faire du shot énergisant
un réflexe simple au quotidien. »**

04

**NOS
VALEURS**



EFFICACE

Parce qu'on garantit un résultat simple : **une gorgée pour 4 heures d'énergie sans crash.**



AUTHENTIQUE

Tout est écrit noir sur blanc : origine, dosages, effets, pour **une transparence totale sur la boisson.**



ACCESSIBLE

Un format simple, un prix juste, **disponible en physique et en ligne**, sans besoin de frigo.

05

**PERSONA
/CLIENT CIBLE**

DRINK&SHOT **S'ADRESSE ...**

... à ceux qui **ont besoin d'énergie rapidement** : jeunes actifs, routiers, étudiants, fêtards ou sportifs.

Ils ont entre 20 et 40 ans, vivent majoritairement **en milieu urbain ou périurbain** et ont des **rythmes soutenus** (travail, sport, transport, sorties entre amis, ..).

Ils recherchent **un gain immédiat d'énergie et de concentration** pour garder le rythme.

Ils sont sur les réseaux sociaux, et sont confrontés chaque jour des marques comme **Red Bull, Monster, Celsius, AirUp, ...**





LAURA

26 ans

Chargée de communication

Toujours en mouvement entre le métro, les réunions et les afterworks, elle adore les marques modernes et visuelles.

Elle prend un shot en début d'après-midi pour rebooster sa concentration.



MARC

37 ans

Routier

Sur les longs trajets il cherche à rester concentré sans consommer trop de café ni de boissons sucrées.

Il garde quelques shots dans sa cabine pour tenir la route en toute sécurité.



CLÉMENT

32 ans

Chef de restaurant

Toujours debout avant l'aube, il enchaîne les services et les commandes.

Il prend un shot avant le coup de feu pour rester focus et réactif.



CLÉA

27 ans

Coach sportif

Elle utilise Drink&Shot à la salle pour maintenir sa motivation et son énergie.

Elle le recommande aussi à ses clients comme alternative aux boissons énergisantes sucrées.

06

**ARGUMENTS
DE VENTE**

EFFET INSTANTANÉ



Formule concentrée qui agit instantanément sur la fatigue.

UNE SEULE GORGÉE



Pensé pour une consommation instantanée, sans pause ni préparation.

BOOST MENTAL



Acides aminés de qualité pour optimiser les fonctions cognitives et l'attention.

BOOST PHYSIQUE



Réduit la fatigue physique pour éviter les coups de mou.

4 HEURES D'ÉNERGIE



Jusqu'à 4 heures d'énergie stable sans crash ou rechute.

0 SUCRES



Seulement 0,01 g de sucre, grâce au sucralose (garde le goût sans calories)

1 CALORIE



Seulement 1 kcal par shot, soit 99,95 % de moins qu'une canette d'energy drink classique

RAPPORT PRIX/ÉNERGIE



Meilleur rapport prix/énergie avec plus d'effet pour moins de 3 €.

FORMAT DE POCHE



Compact et léger, le flacon de 50 ml se glisse partout sans contrainte.

CONSERVATION FACILE



Aucun besoin de frigo, stockage facile.

SANS GAZ, SANS BULLES



Sans lourdeur ni ballonnement, pour une absorption rapide et fluide.

DOSAGE MAÎTRISÉ



Dosage basé sur les normes EFSA (Autorité européenne de sécurité des aliments)

FABRIQUÉ EN FRANCE



Production bretonne avec traçabilité et qualité garantie.

FORMULE CONCENTRÉE



+ 200 mg de caféine
+ 990 mg taurine
+ Vitamines B3/B6/B12
= 3x plus fort qu'un café



07

***POINTS DE
FRICTION***

**LES BONS *TEXTES DE VENTE* REPOSENT
SUR UN SCHÉMA SIMPLE :**

“Je comprends
ta peur.”



“Voici la preuve que
tu peux me faire
confiance.”

***IDENTIFIER CES PEURS,
C'EST ANTICIPER LES FREINS
AVANT MÊME QU'ILS NE BLOQUENT
LA DÉCISION D'ACHAT.***

GOÛT TROP FORT



Réponse

Un goût costaud, mais fonctionnel : 4 heures d'énergie en une seule gorgée.



Communication

Rassurer sur l'objectif fonctionnel.



Exemple

« Efficacité assurée, en une gorgée. »

EFFET TROP PUISSANT



Réponse

Dosage maîtrisé :
200 mg de caféine +
990 mg de taurine
(respect des
recommandations EFSA)



Communication

Transparence sur les
dosages, leur sécurité et
même les bienfaits.



Exemple

« Des composants sans
danger, vérifiés par

PAS ASSEZ NATUREL



Réponse

Certes, on n'est
pas un smoothie,
mais on a choisi la
formule la plus
clean possible.



Communication

Mettre en avant la
composition claire,
comparatif avec
boissons énergisantes.



Exemple

« Rien d'inutile.
Juste ce qu'il faut
pour être boosté. »

TROP PETIT = PAS EFFICACE



Réponse

Haute
concentration
d'actifs (200 mg de
caféine, 990 mg
taurine).



Communication

Expliquer la
puissance malgré
le format réduit.



Exemple

« 3 fois plus
puissant qu'une
tasse de café »

INCONNU EN FRANCE



Réponse

Nouveau sur le
marché français, mais
déjà adopté par des
milliers de personnes
aux états-unis.



Communication

Montrer les points
de vente, les
retours clients, ...



Exemple

« Déjà 35 000 Français
conquis ! Une
communauté qui ne
cesse de grandir. »

08

***POINTS
DE CONTACT***

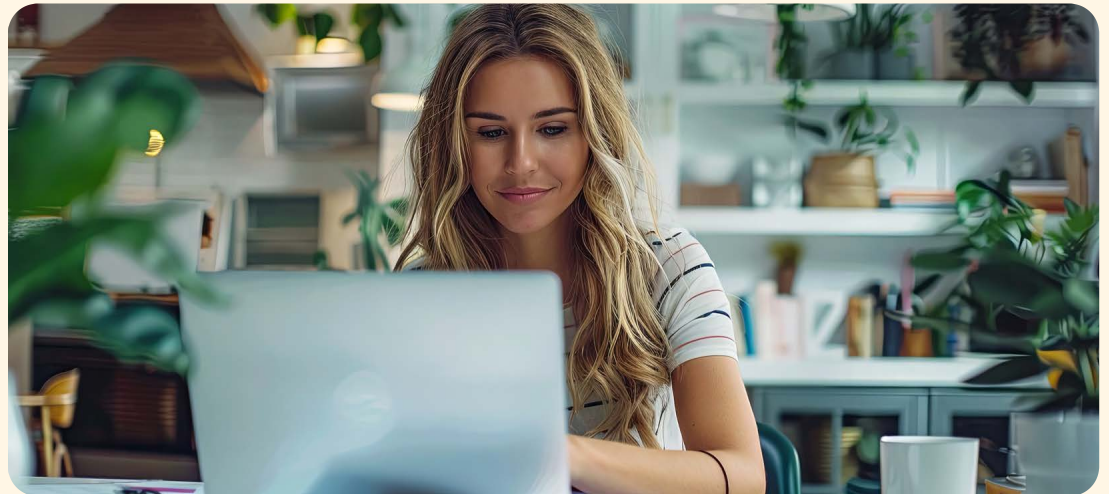
QU'EST CE QUE C'EST ?

Les **points de contact** sont les différents moyens par lesquels **les clients rencontrent ta marque**.

Ce sont les moments où **le client entre en contact avec ton identité**, ton site web, tes réseaux sociaux, ...

Chaque point de contact est **une occasion de marquer l'esprit du client**.

- Site web
- Réseaux sociaux
- Campagnes publicitaires
- Packagings
- Service client
- Emails
- Magasin



Les consommateurs connectent avec Drink&Shot au passage en caisse dans des stations services ou tabac, sur les réseaux sociaux, sur Amazon, ou en recevant leur commande à la maison.

PRÉSENTOIR EN CAISSE

Moment clé d'achat impulsif.

On attire avec un visuel percutant et on démontre les bénéfices instantanés du produit.

RÉSEAUX SOCIAUX

On séduit et rassure avec du contenu dynamique et instructif :

Reels, stories et UGC, en parlant le même langage que la cible.

SITE E-COMMERCE

Point d'ancrage officiel. On rassure (qualité, composition, sécurité).

On convertit via un tunnel d'achat rapide, clair, optimisé pour mobile.

AMAZON

Ils découvrent le produit en faisant des achats sur Amazon.

Présentation complète du produit pour donner envie d'essayer.

FLYER DANS LES COLIS

Le client reçoit son produit, C'est le moment de créer un lien et de fidéliser.

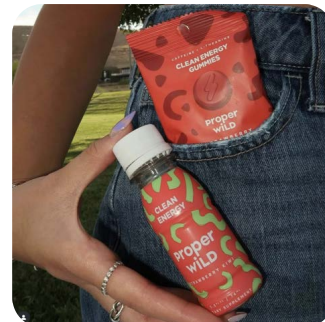
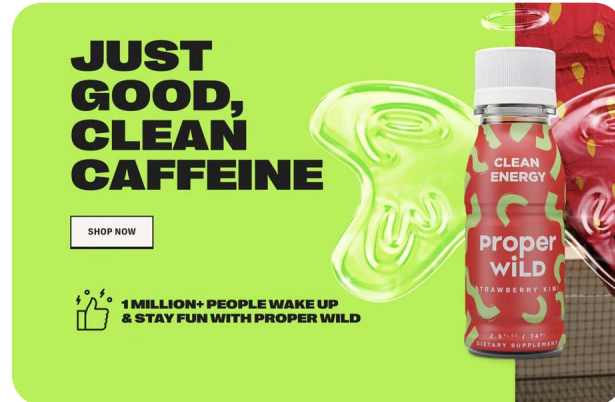
QR code vers les réseaux, jeu concours, Code promo, ...

09

**NOS
CONCURRENTS**

PROPPER WILD

Des shots et bonbons énergisants à la caféine naturelle, élaborés avec des ingrédients simples, vegan et sans gluten, pour une énergie propre et saine.



FORCES (À S'APPROPRIER)

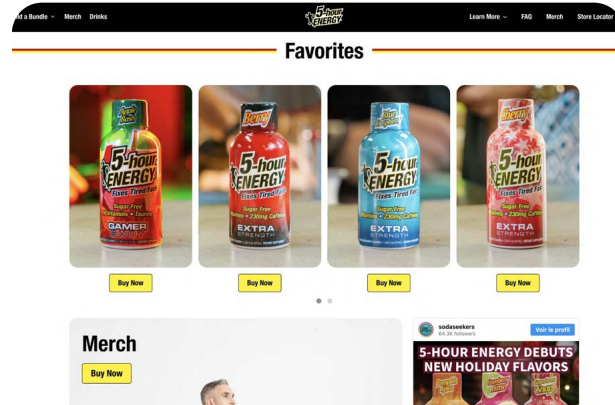
- Identité unique, moderne, dynamique
- Photos soignées et harmonieuses
- Packshot Qualité ++
- Preuves sociales ++ (avis, UGC,)
- Comparatifs autres produits = experts du domaine
- Mise en valeur des arguments de vente ++ (icônes, ..)
- « Clean ingrédients » recette par des ingénieurs
- Communauté et Contenus Instagram ++
- Preuves scientifique (caféine, taurine, ..)
- Abonnement mensuel simplifié

AXES POUR DRINKANDSHOT

Propper Wild maîtrise l'ensemble des codes d'une marque forte : identité cohérente, preuves sociales, storytelling visuel et discours produit crédible. Drink and Shot doit s'inscrire dans la même dynamique en combinant esthétique, réassurance et science, pour renforcer sa légitimité et séduire un public jeune et actif.

5 HOURS ENERGY

Des shots énergisants sans sucre pour un boost d'énergie et de concentration pendant plusieurs heures, grâce à un mélange de caféine, vitamines B et acides aminés.



FORCES

- Large gamme de produit
- Mise en valeur des arguments de vente ++ (icônes, ..)
- Beaucoup de contenu UGC et interviews clients
- Contenus vidéo comme preuves sociales
- Abonnement mensuel simplifié
- Grosse présence physique (événements)
- Beaucoup de solutions disponibles pour les revendeurs
- Récurrence et suivi des trends sur les réseaux sociaux

FAIBLESSES

- Une identité qui manque de modernité
- Peu d'infos pour rassurer le client sur les composants
- Un copywriting assez traditionnel
- Photos packshot pas très moderne
- Un site un peu brouillon qui mériterait Design UI/UX
- Manque de cohérence globale

AXES DE DIFFÉRENCIATION

- Une identité plus soignée et plus moderne
- Un copywriting plus proche du client, plus fun
- Rassurer le client avec données scientifiques
- Un site au Design UI/UX ++
- Une harmonie parfaite pour toute la communication

10

COPYWRITING

(LE VERBAL, LA RÉDACTION)

DES MOTS TAILLÉS POUR TON AUDIENCE

Drink and Shot est **direct, vivant** et **complice**.

Le ton est **énergique, motivant** et **un brin provocateur**, parce que le produit s'adresse à ceux qui n'ont **pas le temps pour les discours bateau**.

Les phrases sont **courtes, franches et percutantes**, avec des mots simples et positifs.

L'objectif est de créer une **connexion instantanée** : faire sourire, donner envie, susciter le réflexe d'achat "**allez, je teste !**".

Ce ton colle au persona (jeunes actifs, étudiants, sportifs, fêtards) qui aime **les marques authentiques et sans blabla**.

ON DIT

= phrase copynigtée, percutante, alignée avec le persona

« **Le shot qui fait passer le cerveau en mode FOCUS.** »

« **Caféine et taurine : le duo qui envoie un vrai boost.** »

« **De crevé à boosté en 5 minutes.** »

« **Le shot qui remplace 3 cafés serrés.** »

ON NE DIT PAS

= phrase qui se contente d'expliquer platement ce que fait l'entreprise

« **Des shots énergisants pour améliorer votre concentration.** »

« **Un concentré d'énergie à base de caféine et de taurine.** »

« **Le shot agit rapidement pour vous redonner de l'énergie.** »

« **Un complément idéal pour lutter contre la fatigue.** »

11

POSITIONNEMENT

POSITIONNEMENT

Drink&Shot s'impose comme une **alternative moderne au café et aux boissons énergisantes.**

Sa qualité française, son format compact, son efficacité immédiate, son prix juste et son image moderne en font **une marque crédible et accessible.**

Elle se distingue des géants comme Red Bull par **sa proximité, sa transparence et son franc parlé.**

Drink&Shot est perçue comme **une marque dynamique, transparente et pratique,** pour ceux qui veulent **tenir le rythme à chaque moment du quotidien.**

**Drink[®]
& Shot**

X



Agence Richez - Stratégie, Identité,

www.mrichez.fr