

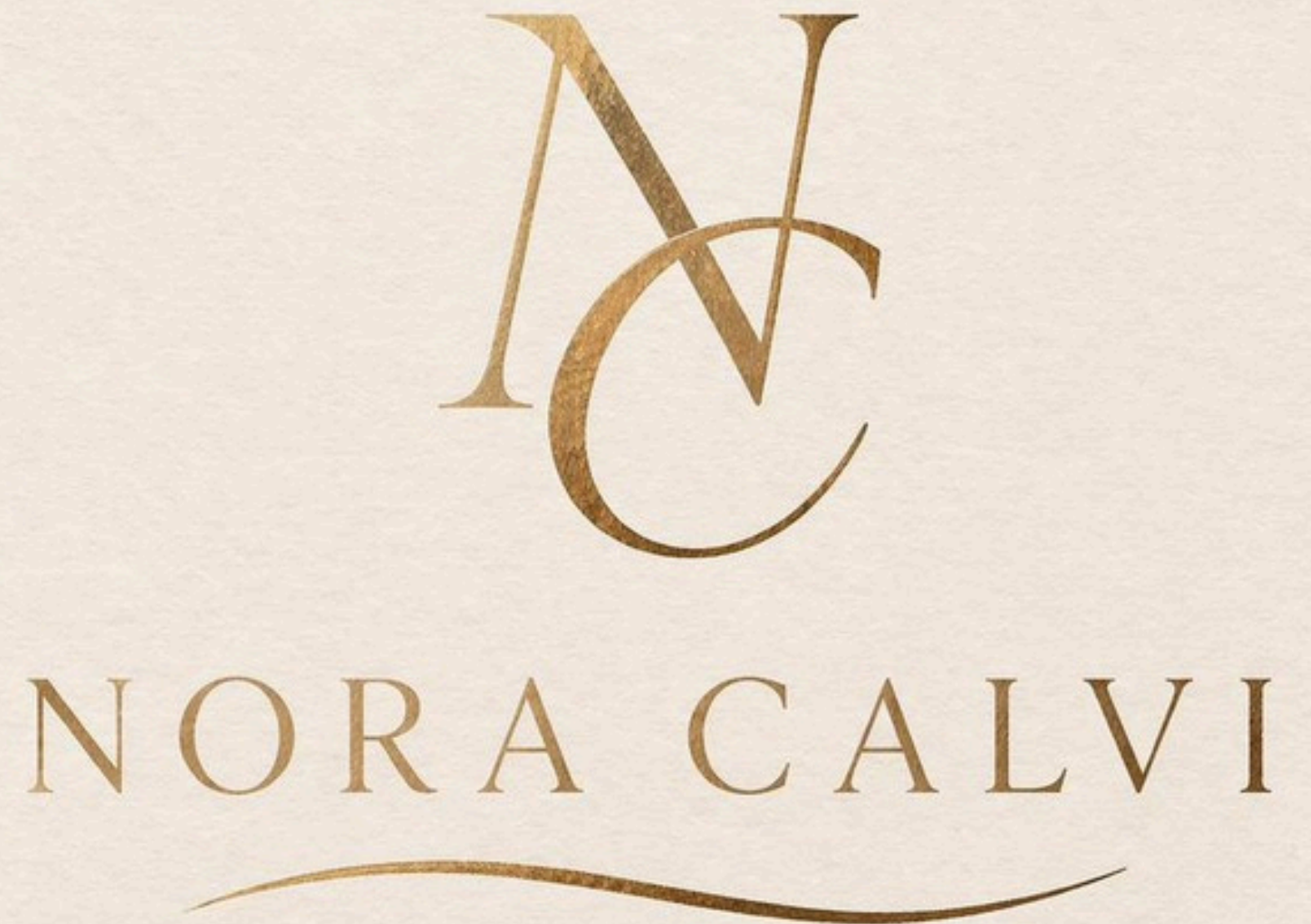
Charlène Daumas

Marketing Digital • E-Commerce • Joaillerie artisanale

Créatrice de Nora Calvi, boutique en ligne de bijoux en argent 925, inspirée de la mer et de la Provence.

France

[NORACALVI.COM](https://www.noracalvi.com)





Positionnement de Marque

Niche

Joannerie artisanale française, argent 925 massif, technique fonte à cire perdue

Univers

Vagues, mer, Provence, le bijou comme souvenir émotionnel d'un lieu évoquant les vacances.

Promesse

Chaque pièce est réalisé à la demande, façonnée à la main.

Prix & Esthétique

100€+, luxe accessible, qualité joannerie et minimaliste.
Couleur blanc, beige, or mat.

Références marché : Bijouterie Mejuri (canadien) ou Gorjana (américain).

Nora Calvi : Des bijoux artisanaux français, à mi-chemin entre l'accessibilité de Mejuri et l'authenticité de la joannerie indépendante.

Différenciation Concurrentielle

Distinction

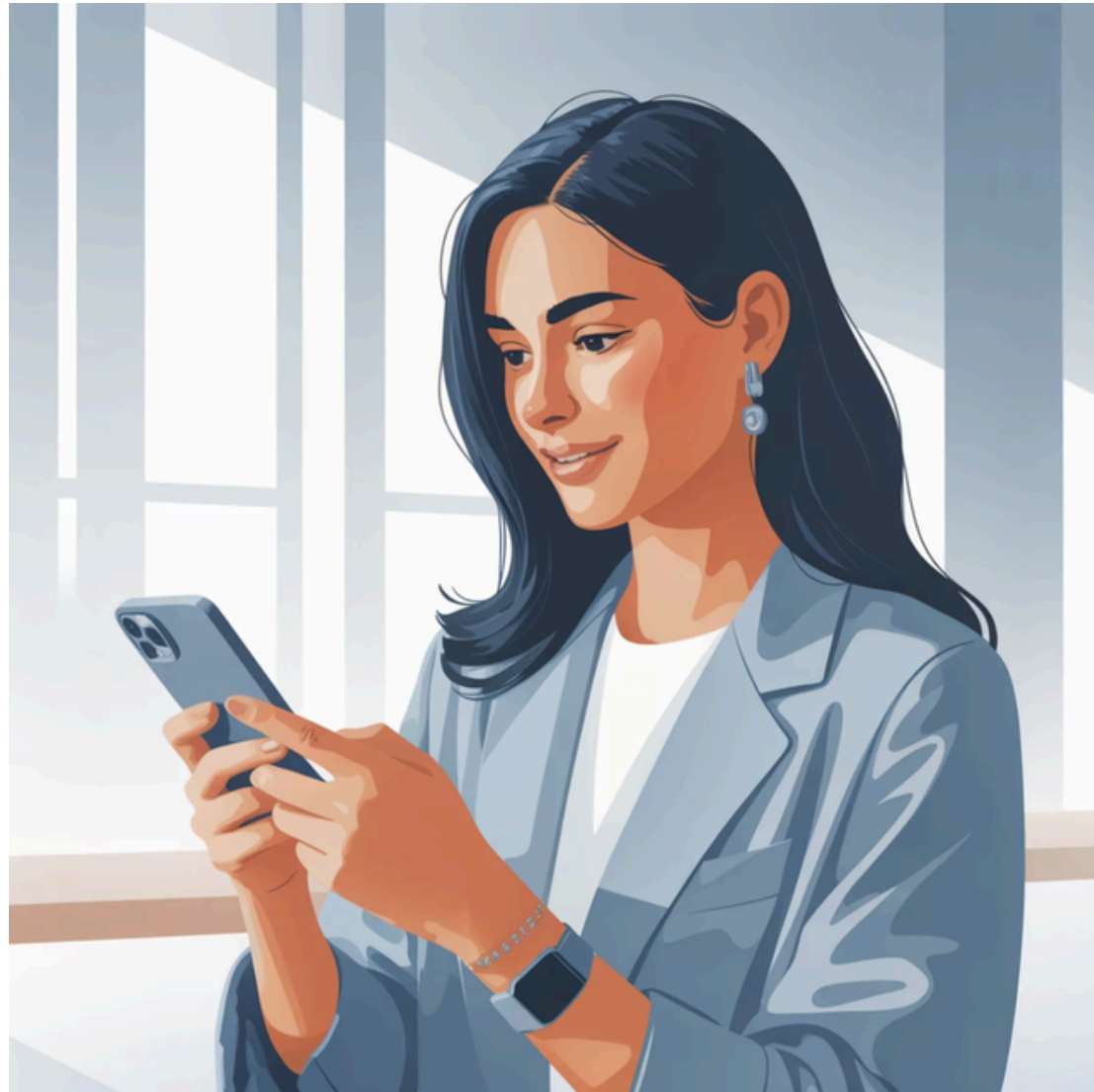
- Argent 925 massif (vs bijoux plaqués ou acier inoxydable pour la plupart des bijouteries en ligne)
- Fonte à cire perdue, technique artisanale, mise en valeur dans les contenus
- Univers méditerranéen fort et cohérent (vagues, mer, Provence)
- Marque fondatrice, authenticité créateur indépendant

Positionnement

Nora Calvi se positionne à la croisée de la bijouterie digitale et de la joaillerie indépendante française : une marque portée par une forte identité, où le savoir-faire artisanal s'exprime clairement, au service d'un univers méditerranéen harmonieux et cohérent.

- ① La fonte à cire perdue est visuellement captivante : la transformation (cire → moule → métal liquide → bijou) crée un effet presque "satisfaisant", qui retient l'attention.

Cible Client - Persona 1



Profil

Femme active, 25 - 35 ans - Budget moyen 100€+ - Découverte via Instagram
→ Motivation : cadeau et plaisir personnel

Psychographie

- Sensible au design, à l'artisanat et aux marques avec storytelling fort
- Attirée par le minimalisme et le élégance discrète
- Attachée aux souvenirs liés à la mer
- Achète des bijoux pour se faire plaisir ou offrir

Comportement digital

- Découverte via Instagram ou TikTok (contenu visuel)
- Visite Pinterest pour s'inspirer avant d'acheter
- Lit l'histoire de la marque avant de commander
- Sensible à l'authenticité et au storytelling créateur

Cible Client - Persona 2



Profil

Femme CSP++, 40 - 55 ans - Budget moyen 250€+ - Découverte via Pinterest
→ Motivation : cadeau pour offrir

Psychographie

- Achète principalement pour offrir (anniversaire, Noël, fête des mères)
- Valorise la qualité, l'argent massif 925 et le savoir-faire artisanal
- Sensible au packaging soigné et au storytelling de la marque
- Cherche une pièce unique, pas un bijou de grande distribution

Comportement digital

- Découverte via Pinterest ou recommandation de bouche à oreille
- Prend le temps de lire la description et les matières utilisées
- Budget plus élevé si la qualité et l'histoire sont clairement communiquées
- Fidèle si elle a été satisfaite, revient pour d'autres occasions

Stratégie Marketing & Canaux



Instagram

Image de marque & fidélisation

- Visuels produit soignés, lifestyle bijoux portés
- Storytelling coulisses de création
- Reels pour toucher une audience plus large
- Stories pour fidéliser et créer du lien



TikTok

Acquisition rapide & viralité

- Filmer la fonte à cire perdue
- Hooks percutants sur l'artisanat et l'univers mer et le design
- Format court dynamique pour toucher 18-35 ans
- Tendances sons et formats viraux bijoux

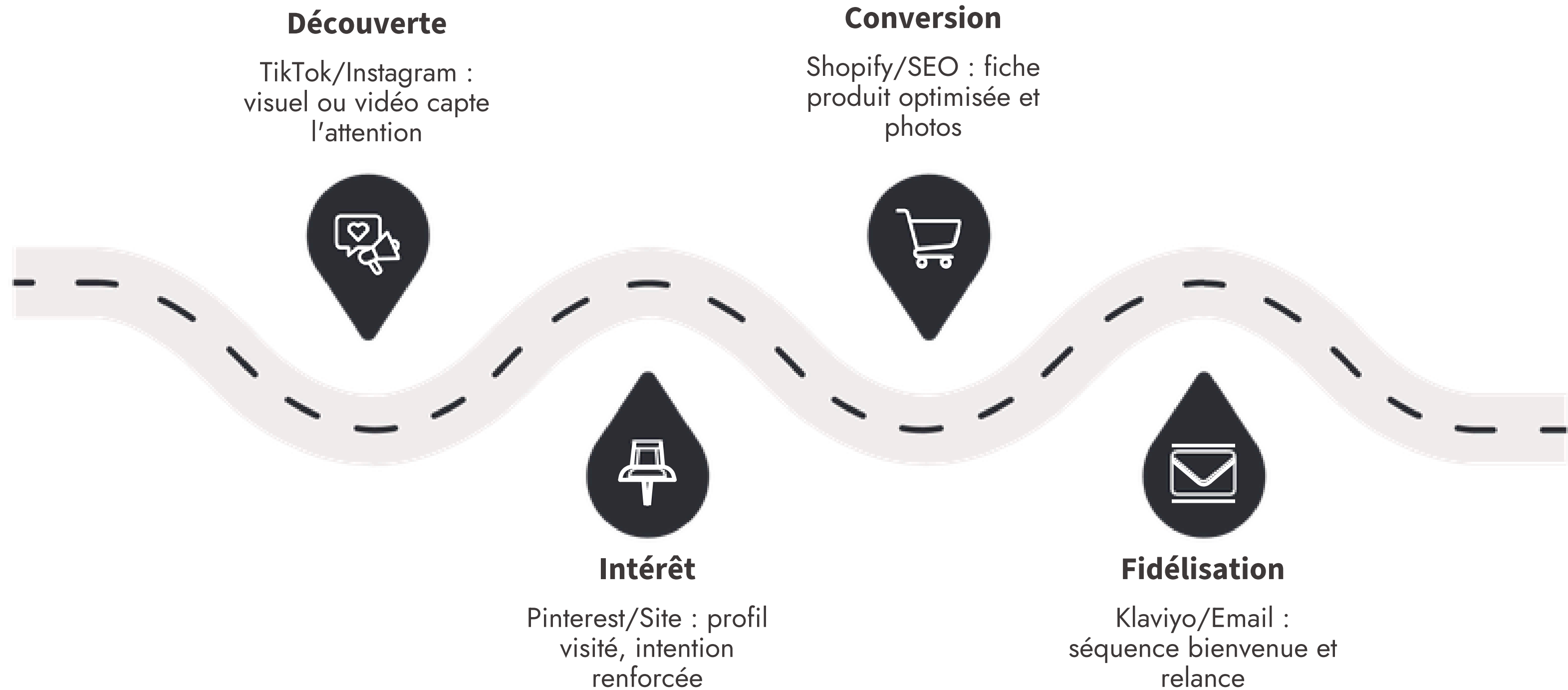


Pinterest

Trafic organique long terme

- Épingles produits liées à noracalvi.com
- Tableaux : bijoux mer, Provence, minimaliste
- Durée de vie des épingles : 6 mois à 2 ans
- Cible les femmes en phase d'inspiration achat

Parcours Client



De la découverte sur les réseaux sociaux à la fidélisation par email, chaque étape est conçue pour guider notre persona vers l'achat. Le contenu visuel (TikTok, Instagram) capte l'attention, Pinterest renforce l'intention, la boutique Shopify convertit grâce à des fiches produits optimisées et une histoire de marque authentique, et Klaviyo assure le suivi post-achat.

Compétences Mises en Œuvre



Shopify & E-Commerce

Configuration du domaine noracalvi.com, personnalisation du thème, création des fiches produits et collections, configuration paiement & livraison, redirection de la boîte mail pro.



SEO On-Page

Recherche de mots-clés produits bijoux, optimisation titres et descriptions, rédaction des balises méta, structure des URLs et navigation, nommage SEO des images produit



Email Marketing - Klaviyo

Mise en place de la pop-up d'inscription newsletter, création de la séquence de bienvenue automatisée (J+0 · J+3 · J+7).



Réseaux Sociaux & Contenu

Instagram (visuels produit, lifestyle, stories), TikTok (vidéos produit et coulisses création), Pinterest (épingles liées à la boutique), création photos et vidéos, identité visuelle cohérente sur tous les canaux

Projet Nora Calvi : Vue d'Ensemble



Boutique & Domaine

- noracalvi.com configuré
- Thème Shopify personnalisé
- Collections et pages créées
- Mail pro redirigé
- Paiement & livraison configurés



Contenu & Identité

- Univers mer, Provence, minimaliste
- Photos bijoux argent 925
- Vidéos produit et process création
- Visuels réseaux sociaux cohérents
- Fiches produits SEO rédigées

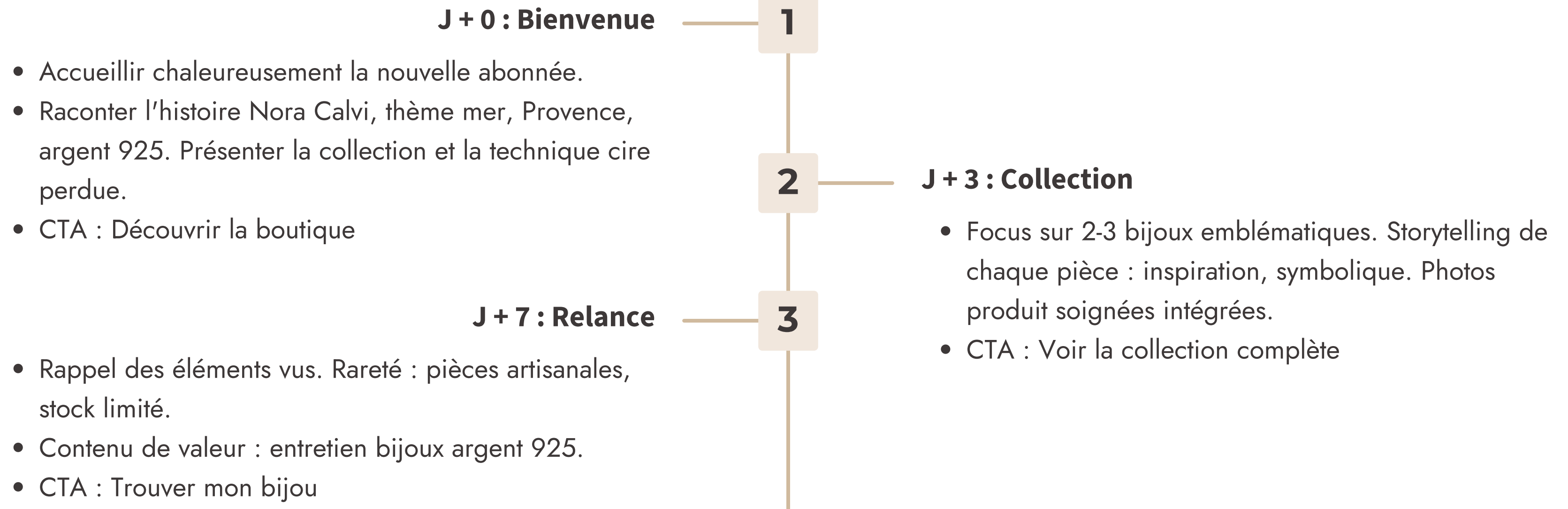


Acquisition & Email

- Pop-up newsletter + séquence Klaviyo (J+0 bienvenue, J+3 collection, J+7 relance)
- Instagram, TikTok, Pinterest actifs
- Production de contenu régulière

📄 Outils maîtrisés : Shopify, Klaviyo, Canva, TikTok Studio, Google Analytics, Pinterest, Notion, ChatGPT, Capcut, Stable Diffusion

Automation - Séquence Klaviyo



Modèle Économique

Le modèle économique de Nora Calvi repose sur trois leviers complémentaires. Cette diversification est essentielle pour ne pas dépendre d'une seule source de revenus et assurer la résilience de la marque.

Ventes directes

- Vente de bijoux en argent 925 en ligne (100€+)
- Marge sur chaque pièce artisanale vendue
- Upsell : packaging premium, gravure personnalisée
- Ventes groupées : coffrets cadeaux saisonniers
- Ventes privées réservées aux abonnés fidèles

Dépend du trafic généré par les réseaux et le SEO.

Partenariats & influence

- Collaborations avec des micro-influenceurs bijoux
- Gifting produit en échange de visibilité
- Co-crétions capsule avec d'autres créateurs
- Partenariats éditoriaux avec magazines lifestyle
- Présence dans des box cadeaux ou abonnements

Génère de la notoriété et du trafic qualifié vers la boutique.

Réseaux sociaux

- Instagram : image de marque et trafic boutique
- TikTok : acquisition rapide de nouvelles clientes
- Pinterest : trafic organique long terme vers Shopify
- Jeux concours : gain d'audience et engagement
- À terme : TikTok Shop pour vendre directement

Les réseaux alimentent les ventes sans coût publicitaire.

Stratégie Éditorial Instagram

Réel

Acquisition, nouveaux clients

- Coulisses de création : fonte à cire perdue filmée
- "Before / After" : le métal brut → le bijou fini
- Bijou porté en situation : mer, plage, Provence
- Hook fort : "Ce bijou a été fabriqué en seulement 3 semaines"

Objectif : Nouveaux abonnés

Posts carrousel

Considération, approfondir l'intérêt

- "3 façons de porter cette bague" (lifestyle varié)
- Focus matière : argent 925, hallmarks, durabilité
- Histoire d'une pièce : inspiration, symbolique, création
- Guide cadeau : "Quel bijou offrir selon l'occasion"

Objectif : Renforcer la confiance de marque

Stories

Fidélisation, entretenir le lien quotidien

- Coulisses du quotidien : atelier, commandes, emballages
- Sondages : "Quel coloris préférez-vous ?"
- Teaser nouveauté : "Nouvelle collection dans 3 jours"
- Jeux concours et ventes privées en avant-première

Objectif : Créer le lien

Stratégie de Fidélisation

Avantages VIP

- Accès en avant-première aux nouvelles collections
 - Invitation aux ventes privées et événements exclusifs
 - Personnalisation gratuite sur une commande par an
-

Ventes privées

- Accès exclusif 48h avant le lancement public
 - Prix préférentiels réservés aux abonnées fidèles
 - Pièces en édition limitée disponibles uniquement en vente privée
 - Invitation via email Klaviyo + Stories Instagram
-

Jeux concours fidèles

- Concours réservés aux clientes ayant déjà acheté
 - Mécaniques : partager un avis, tagger une amie, republier
 - Lots : nouvelle collection, coffret exclusif, personnalisation
-

Objectif : transformer une cliente occasionnelle en ambassadrice de la marque.



Stratégie de Fidélisation

J + 1 : Email de confirmation

- Confirmation de commande avec storytelling du bijou
- Histoire de l'inspiration derrière le bijou acheté
- Conseils d'entretien de l'argent 925
- Invitation à partager sa commande en story Instagram

1

7

J + 7 : Suivi et avis client

- Demande d'avis client sur l'expérience d'achat
- Proposition d'une pièce complémentaire
- Code de réduction: -10% pour remerciement premier achat

J + 30 : Relance

- Invitation à une vente privée réservée aux clientes
- Avant-première d'une nouvelle collection
- Jeu concours exclusif abonnées newsletter
- Offre anniversaire si la date est connue

30

Marketing d'Influence & Jeux Concours



Collaboration micro-influenceurs

Profil cible :

- 1 000 à 50 000 abonnés : niche bijoux, mode, lifestyle, Provence
- Taux d'engagement > 3%
- Audience féminine 25-45 ans, CSP+, sensible à l'artisanat

Modalités de collaboration

- Gifting produit : envoi d'un bijou en échange d'une publication
- Code promo personnalisé avec commission sur les ventes générées
- Co-crédation d'une pièce capsule en édition limitée

Marketing d'Influence & Jeux Concours

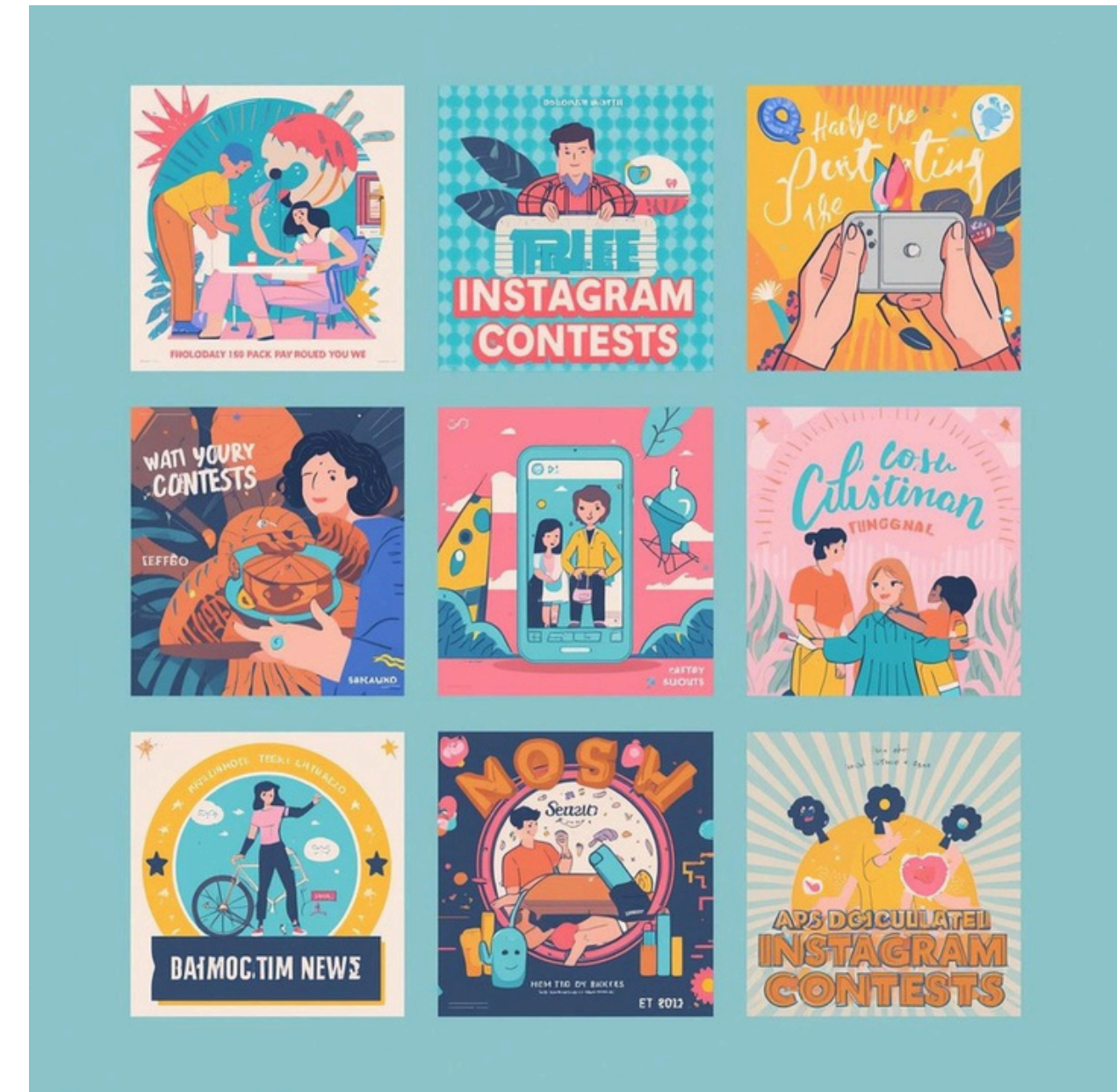
Jeux concours

Objectifs des jeux concours

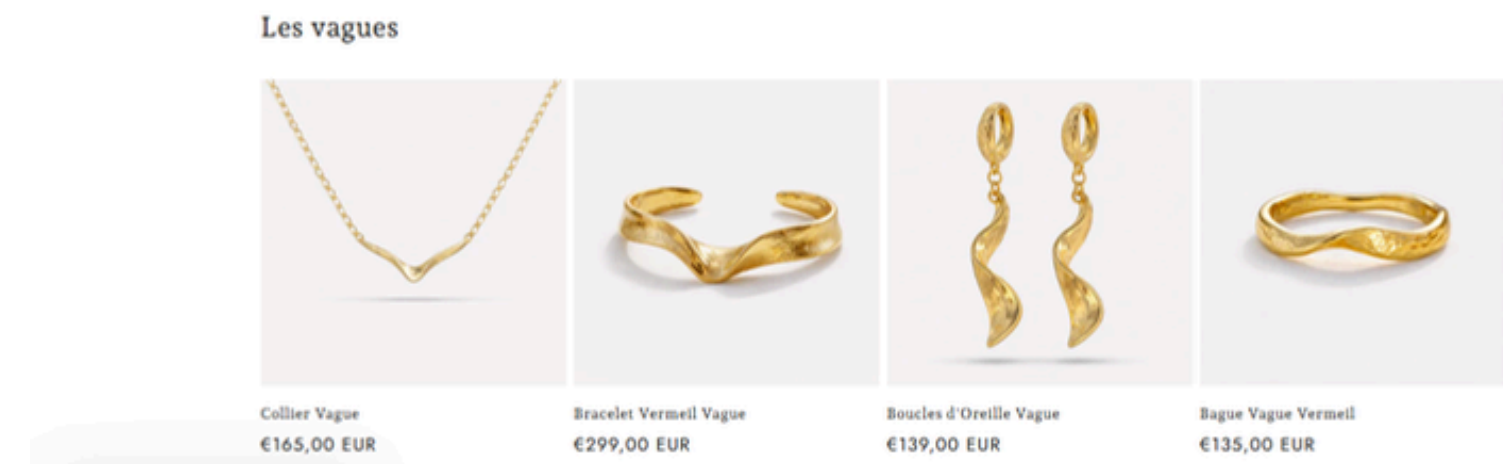
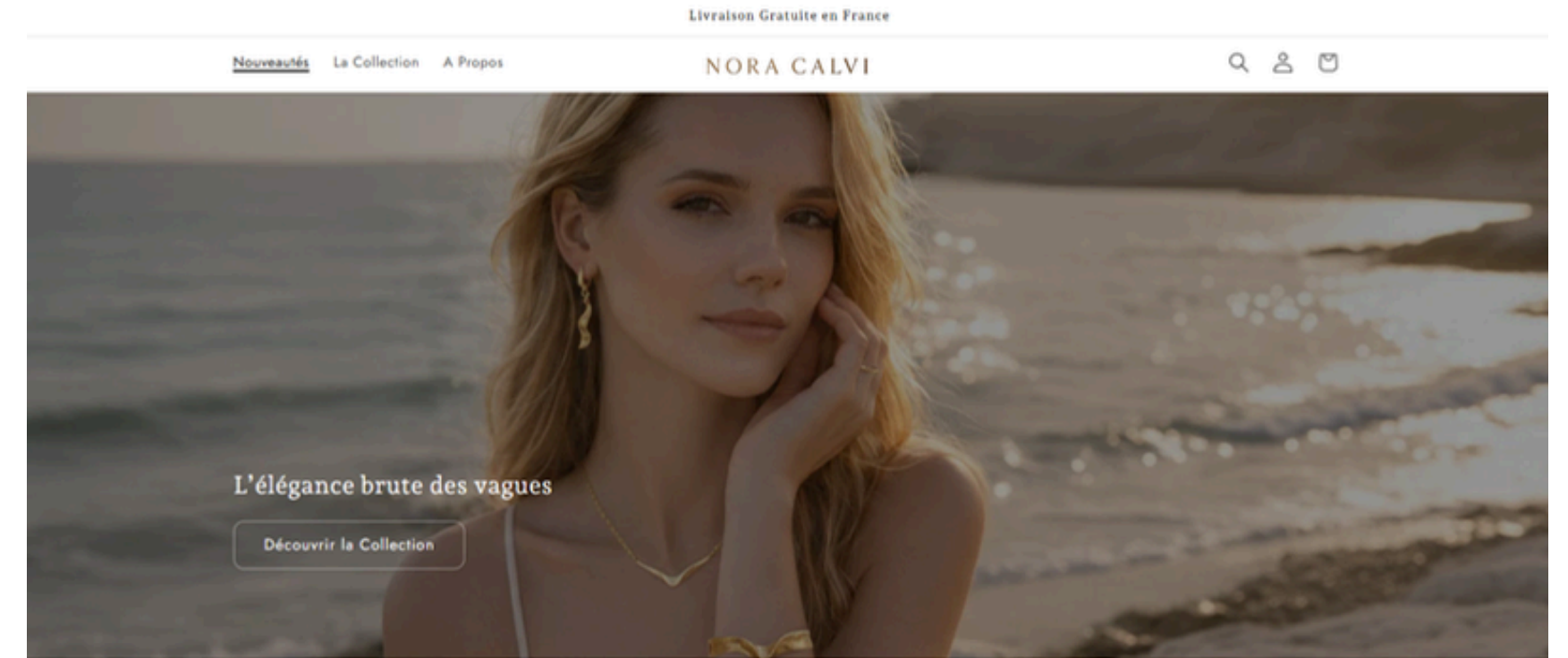
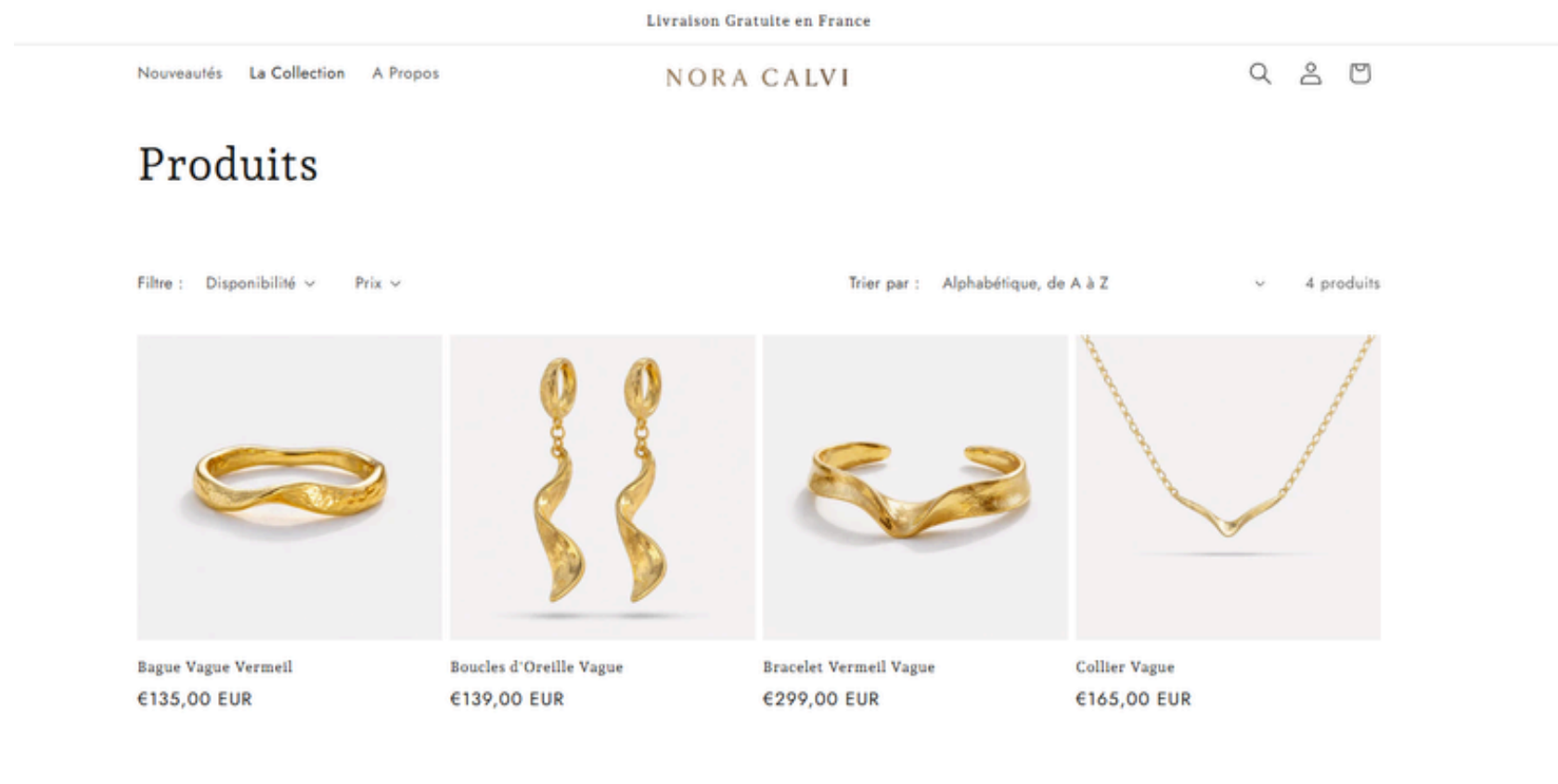
- Gagner des abonnés rapidement sur Instagram et TikTok
- Augmenter l'engagement et la portée organique des publications
- Alimenter la liste d'emails Klaviyo via inscription

Mécaniques utilisées

- "Abonne-toi + commente" → gain rapide d'audience
- "Partage en story" → viralité et notoriété de marque
- "Inscris-toi à la newsletter" → capture d'emails qualifiés
- Jeux concours en partenariat avec un micro-influenceur



Apperçu du site



Nora Calvi

[A Propos](#)
[Vos Bijoux](#)

Aide

[Livraisons](#)
[FAQ](#)
[Contact](#)

Légal

[CGV](#)
[Mentions Légales](#)
[Confidentialité](#)

REJOINS NORA CALVI

E-mail →

Objectifs & Roadmap

Court terme : 3 mois

- Lancement officiel de noracalvi.com
- 500 visiteurs/mois sur la boutique
- 300 abonnés Instagram
- 3 contenus TikTok publiés par semaine
- 100 premiers abonnés newsletter
- Premières ventes générées

Moyen terme : 6-12 mois

- 2 000 visiteurs/mois organiques
- 1 000 abonnés Instagram, 500 TikTok
- Lancement campagne TikTok Ads ciblée
- Développer une 2ème collection Provence
- Taux de conversion boutique : 2-3%
- Programme de fidélité email

Prochaines Étapes

01

Phase 1 — Lancement

Mise en ligne noracalvi.com, activation des 3 réseaux sociaux, premières vidéos TikTok cire perdue

02

Phase 2 — Croissance organique

Optimisation SEO continue, stratégie Pinterest long terme, séquences email avancées

03

Phase 3 — Acquisition payante

Campagnes TikTok Ads, test Meta Ads retargeting, analyse KPIs et optimisation

04

Phase 4 — Développement

Nouvelle collection Provence, programme de fidélité email, collaborations micro-influenceurs