



ÉQUIPE DE MARKETING

DEREK KENT, CHEF DU MARKETING

SELON NOUS :

MÊME SI une chose fonctionne bien...

...il y a TOUJOURS place à l'amélioration.





LA MARQUE



VISION :

Être la marque sportive nationale la plus **INSPIRANTE**, la plus **SÉDUISANTE** et la plus **IMPORTANTE** au **CANADA**.

MISSION :

Rapprocher les athlètes des **CANADIENS** grâce à des récits et des expériences qui les interpellent et auront un **EFFET DE LEVIER SUR LA MARQUE** pour faire croître les revenus des partenaires.



STRATÉGIES DE **MARKETING DU COC**

REVENUS

GÉNÉRER, STIMULER ET PROTÉGER LES SOURCES DE REVENUS À LONG TERME

CRÉER UNE NOUVELLE APPROCHE GLOBALE DE LA VENTE ET UN NOUVEAU PROCESSUS DE VENTE POUR LE NUMÉRIQUE. RENOUVELLEMENTS.

FORCE DE LA MARQUE

FAVORISER DES EXPÉRIENCES POUR NOS PARTISANS QUI REHAUSSENT LA VALEUR DE NOTRE MARQUE

CRÉER UNE ARMÉE DE FERVENTS PARTISANS GRÂCE À UNE NOUVELLE PLATEFORME DE MARQUE HOLISTIQUE, DU CONTENU DIVERTISSANT, LE CLUB OLYMPIQUE, DES DONNÉES PROBANTES ET DES IDÉES NOVATRICES.

NARRATIF

CRÉER DES LIENS AUTHENTIQUES EN TROUVANT DE NOUVELLES FAÇONS DE RACONTER LES RÉCITS

SOMMET DES MÉDIAS, FÊTE EN L'HONNEUR DES ATHLÈTES, TEMPLE DE LA RENOMMÉE, ANNONCES D'ÉQUIPES POUR LES JEUX - LE TOUT AXÉ SUR LE NUMÉRIQUE.

RELATIONS

FORGER DES RELATIONS SOLIDES ET PRÉCIEUSES AVEC NOS INTERVENANTS

ASSURER LE RENDEMENT DE L'INVESTISSEMENT ET MESURER LE SUCCÈS GRÂCE À DES ÉTUDES DE MARCHÉ ET L'ANALYTIQUE PROPULSÉE PAR LE NUMÉRIQUE.



**SUSCITER LA PASSION
CANADIENNE**



**FAVORISER
L'ENGAGEMENT
ENTRE LES JEUX**

OBJECTIFS



**METTRE EN VEDETTE
LES ATHLÈTES ET
LEURS RÉCITS**



**INTÉGRER LES
GROUPES
D'INTERVENANTS**

DE CECI :

CAMPAGNE
DE LA
MARQUE

CAMPAGNE
DE LA
MARQUE

ÉVÉNEMENTS

ÉVÉNEMENTS

ÉVÉNEMENTS

ÉVÉNEMENTS

MÉDIAS NUMÉRIQUES

PARTENARIATS

COMMUNICATIONS

ÉDUCATION ET COMMUNAUTÉ

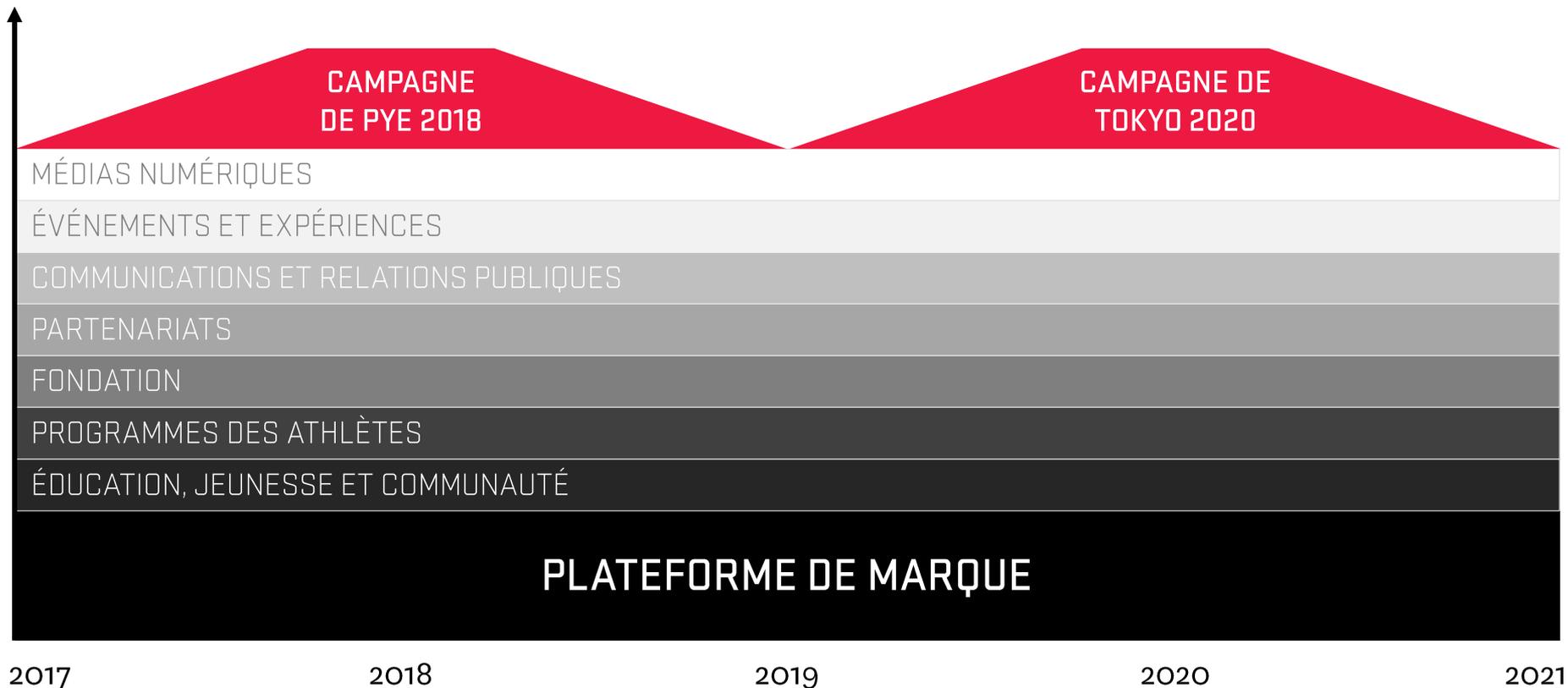
2013

2014

2015

2016

À CECI : CRÉATION D'UNE PLATEFORME DE MARQUE QUI EST À LA BASE DE TOUTES LES ACTIVITÉS DE MARKETING - AVANT, PENDANT ET APRÈS LES JEUX





SAGESSE
DE
L'ATHLÈTE

**UNE CONFIANCE À LA FOIS
TRANQUILLE ET FÉROCE**



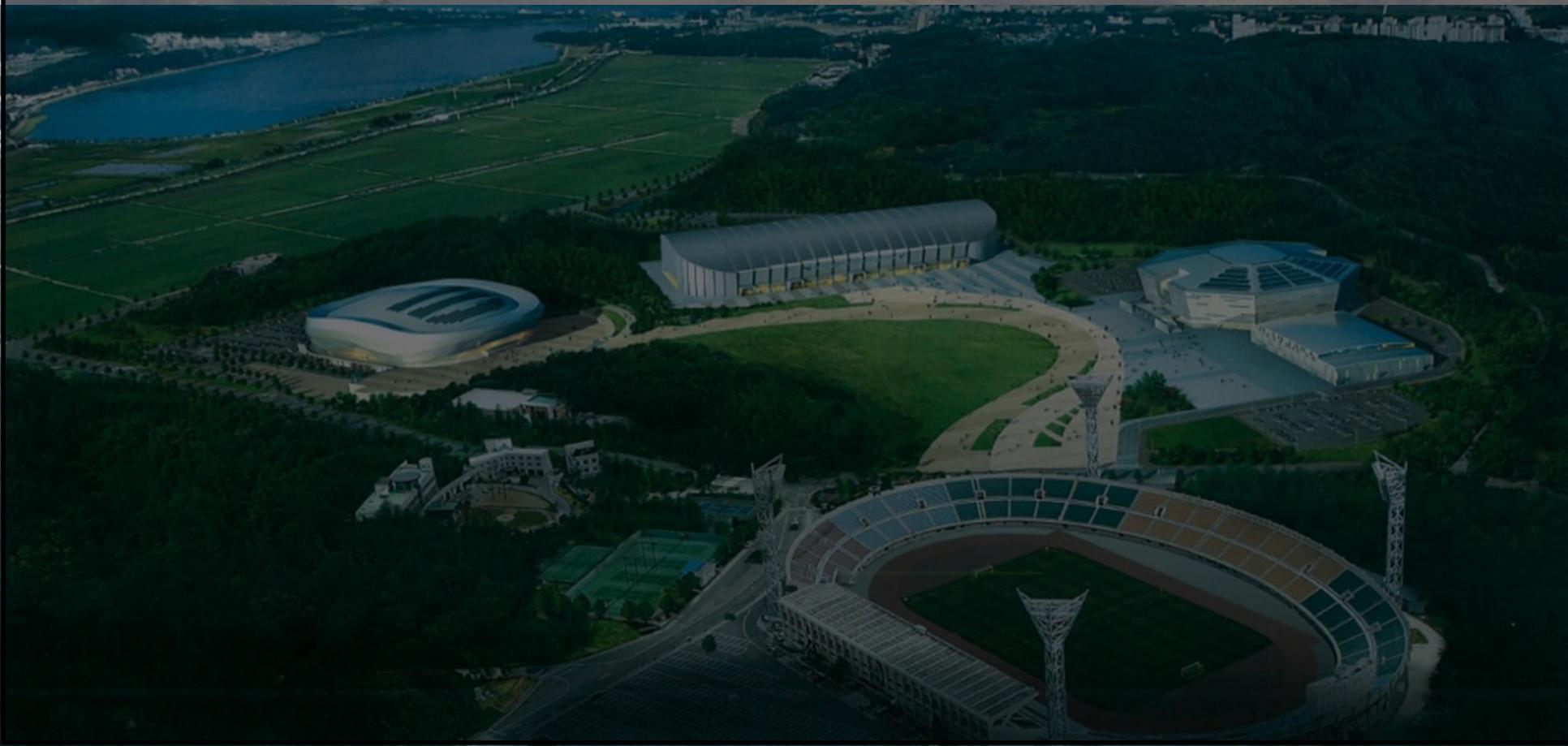
EXPÉRIENCES





MAISON OLYMPIQUE DU CANADA

PARC OLYMPIQUE DE GANGNEUNG



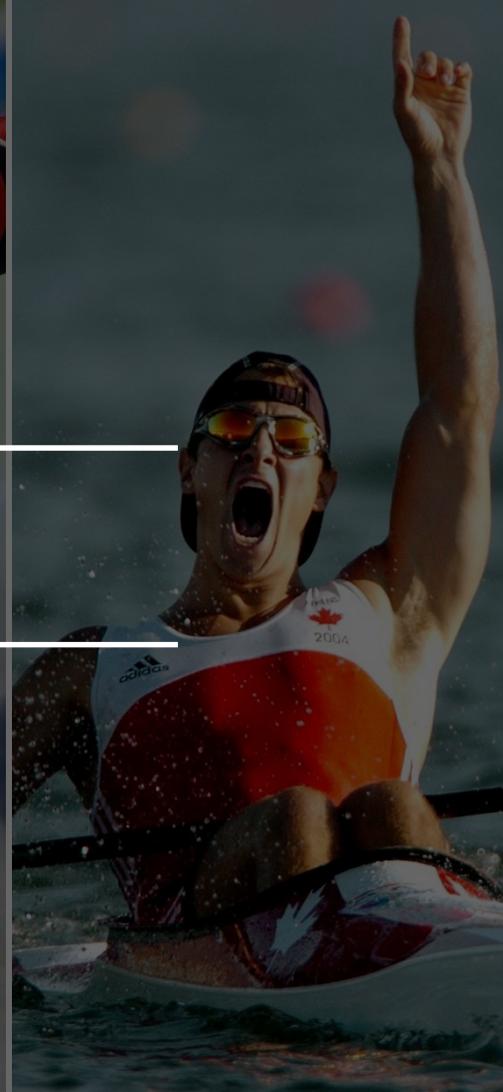
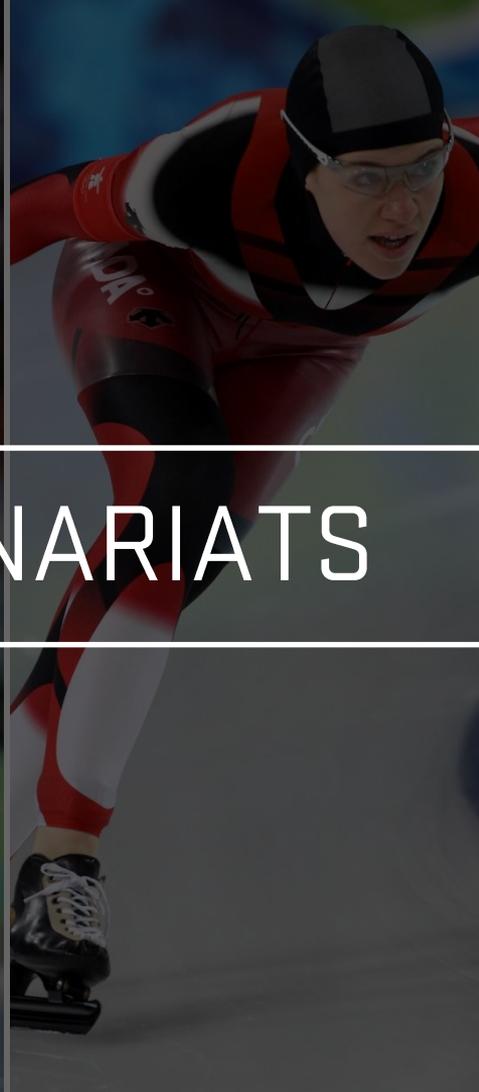
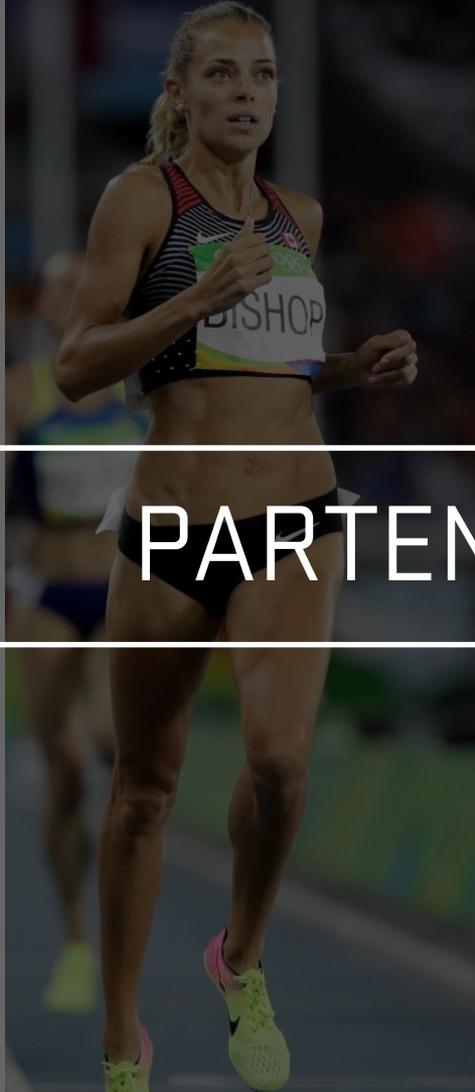
A large, colorful Olympic rings sculpture stands in a snowy mountain landscape. The rings are blue, yellow, black, green, and red, set against a backdrop of snow-covered mountains and a cloudy sky. The word "COMMUNICATIONS" is overlaid in white, bold, sans-serif font, centered between two horizontal white lines.

COMMUNICATIONS



ANNONCE DE LA CHEF DE MISSION





PARTENARIATS

GRANDS PARTENAIRES NATIONAUX



PARTENAIRES NATIONAUX



SUPPORTEURS OFFICIELS



FOURNISSEURS OFFICIELS



PARTENAIRES MÉDIAS



PARTENAIRES OLYMPIQUES MONDIAUX



ANNONCES DE PARTENARIATS



NATIONAL PARTNER
PARTENAIRE NATIONAL





ÉQUIPE CANADA
À L'HEURE DU NUMÉRIQUE

CROISSANCE DU NUMÉRIQUE

2012

2017



188 000

913 000



30 000

692 000

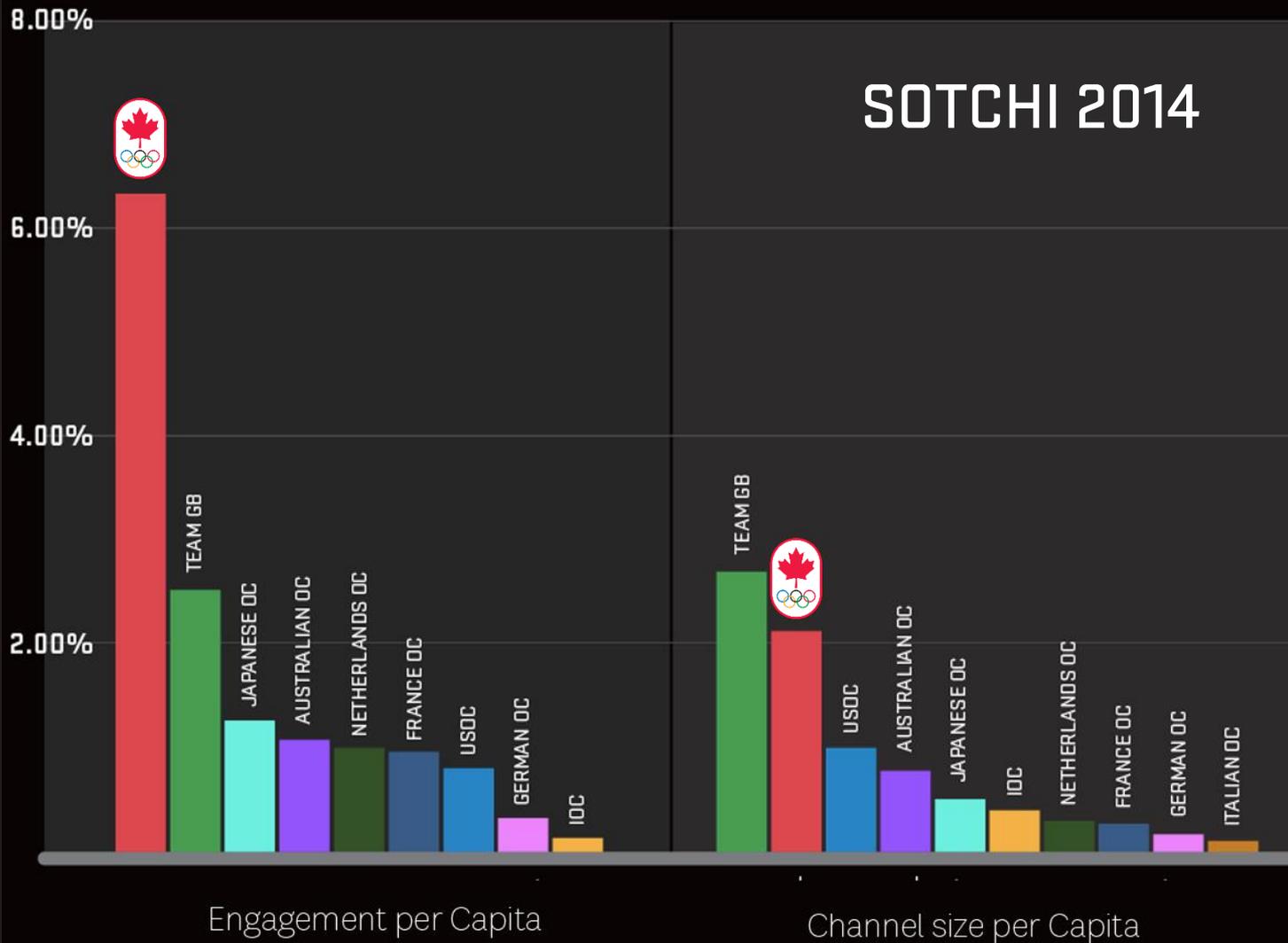


S.O.

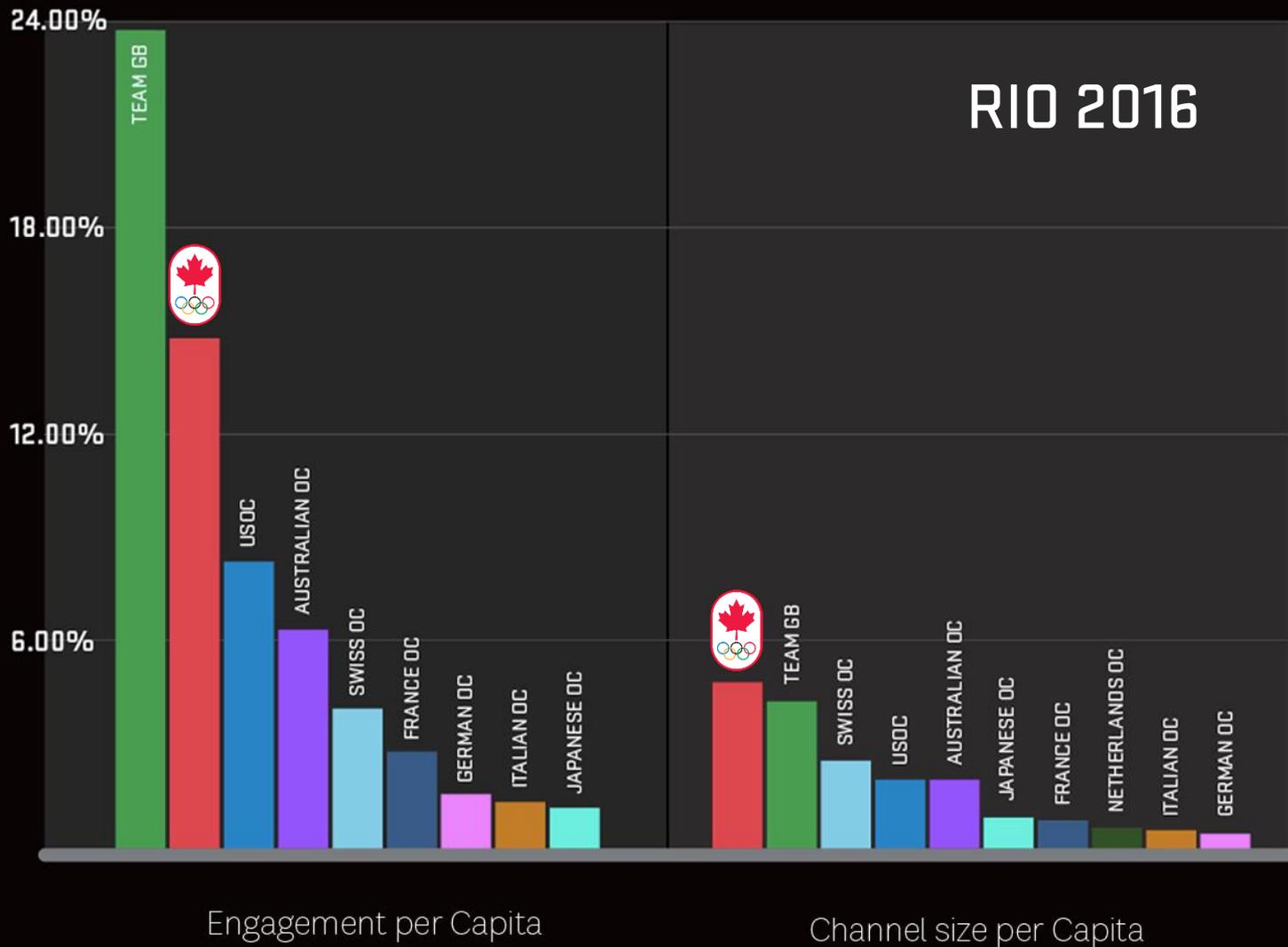
170 000

CROISSANCE DE 500 %
DES CANAUX NUMÉRIQUES
D'ÉQUIPE CANADA

PLUS
FORTS
QUE
JAMAIS



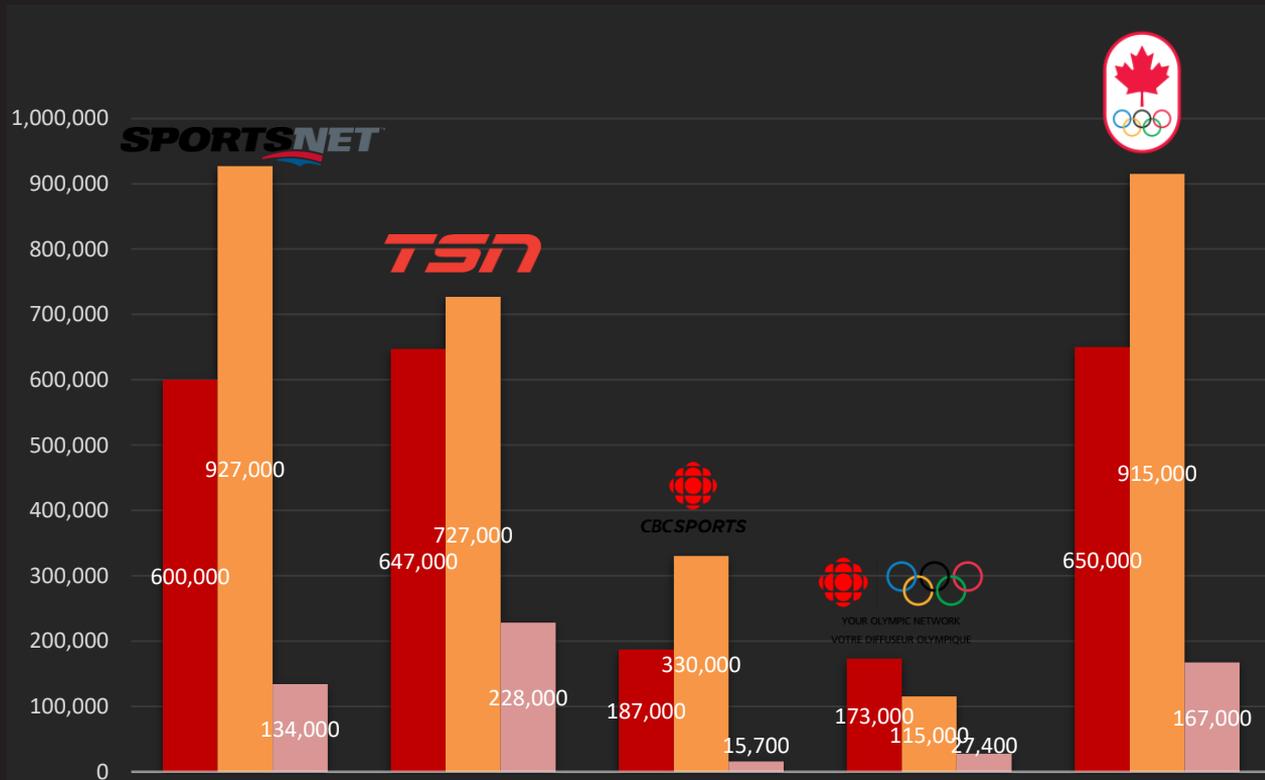
PLUS
FORTS
QUE
JAMAIS



ÉQUIPE CANADA c. PROPRIÉTÉS MÉDIAS AU CANADA

RIO 2016

- Twitter
- Facebook
- Instagram



A person is shown from the chest up, wearing a black winter jacket. They are wearing a red and white knit beanie with 'CANADA' written across the top and a small Canadian maple leaf logo on the front. They are also wearing red and white knit mittens with a large white maple leaf on the back of each hand. In front of their chest, they are holding a tablet computer. The tablet screen displays a website with a dark background and a red maple leaf logo. The text on the screen is partially obscured by the title but includes 'OLYMPIC' and 'Supporting Canada's Olympic Athletes'. The title 'CONTENU IDENTIFIÉ À LA MARQUE' is overlaid in white, bold, sans-serif font across the center of the image, flanked by two horizontal white lines.

CONTENU IDENTIFIÉ À LA MARQUE

REVUES QUOTIDIENNES DE PYEONGCHANG

ÇA COMMENCE BIEN LA JOURNÉE

Reconnaissance de la marque
Affichage tôt le matin
Présentation par un athlète
Placement de produits



ET NOUS NE SOMMES PAS
SATISFAITS



VISION D'AVENIR



INNOVER SANS ARRÊT



RV 360°



CHRONOLOGIE - NOS MOMENTS CLÉS

JUIN

3-4 Sommet des médias

19 Comité de mise en candidature de Calgary /
Présentation au conseil municipal

23 Journée olympique

JUILLET

1 Canada 150



AOÛT

Lancement : campagne des mitaines rouges de La Baie d'Hudson – À confirmer

SEPTEMBRE

Lancement : trousse vestimentaire HBC – À confirmer

Lancement : chandail de hockey

Annonces d'équipes pour PYE

Accueil des partenaires

OCTOBRE

Annonces d'équipes pour PYE

Deloitte – Vivre comme un champion

NOVEMBRE

1-100 jours avant le lancement de la campagne de PYE

Annonces d'équipes pour PYE

Temple de la renommée

DÉCEMBRE

Annonce de la MOC

Annonces d'équipes pour PYE

Expérience olympique

Fête en l'honneur des athlètes en route vers PYE

JANVIER

Lancement de la campagne



AVENIR





RAPPORT ANNUEL 2016

COMITÉ OLYMPIQUE CANADIEN



