



Respire avec NADWELL

RESPIRE

ALIGNÉ

AVANCE

RESPIRE AVEC NADWELL JOUR 1



OBJECTIF

Créer de l'engagement :
introduire de manière
ludique la thématique de
la rentrée bien-être.

FORMAT

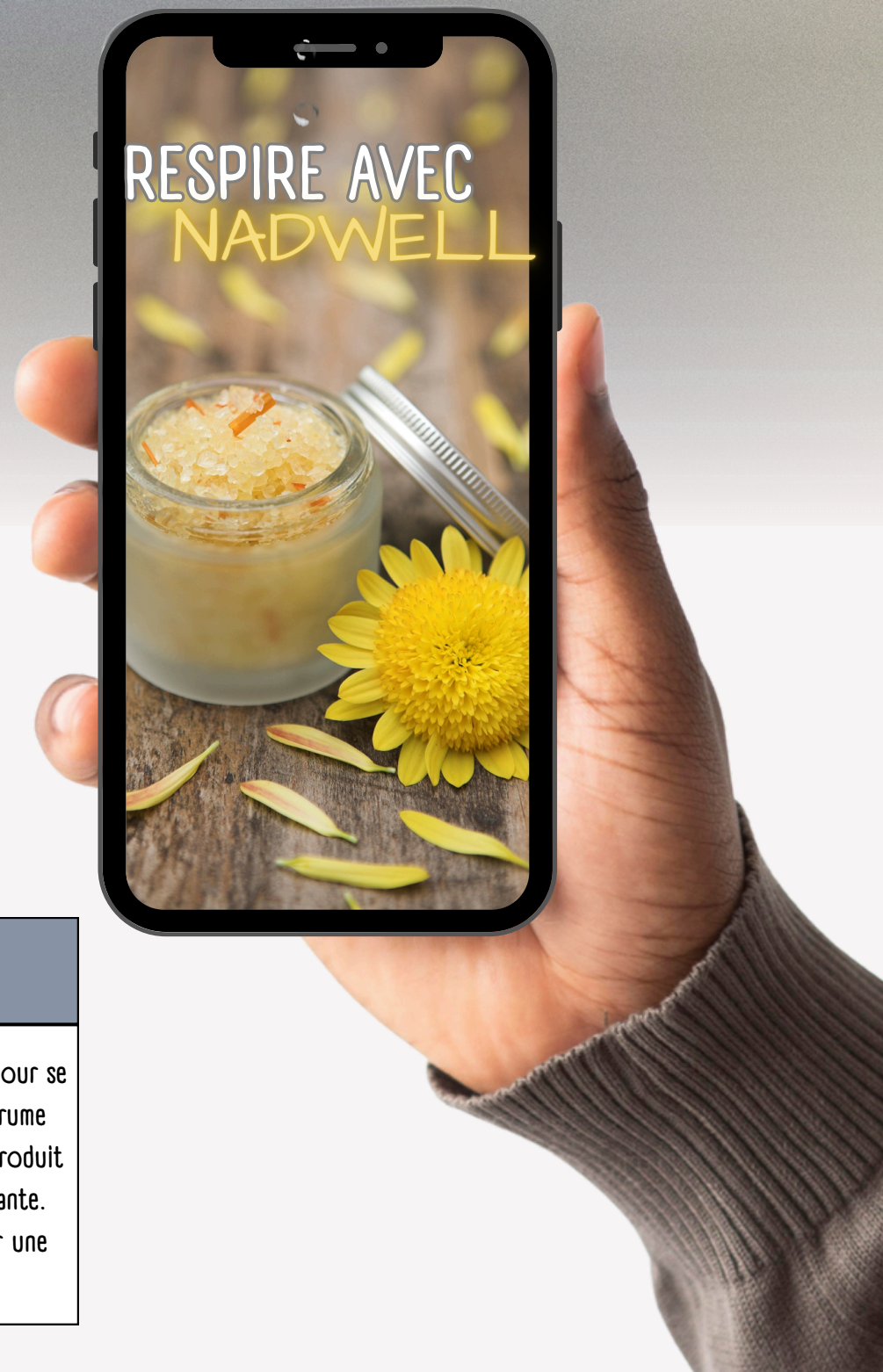
- Stories
- Réel

STORIES

Un style Avant/Après
Ex: une photo d'un agenda chaotique
(l'avant) suivie d'une autre avec des
éléments NadWell (tisane, bougie,
etc.) et le message "Prête pour une
rentrée alignée avec toi-même ?".

REEL

Un mini-tutoriel de 30 secondes pour se
recentrer. Mettez en scène une brume
d'oreiller, une huile de massage (produit
par la marque) + musique apaisante.
Message à mettre "Ton allié pour une
rentrée sereine"





RESPIRE AVEC NADWELL JOUR 2

EXPERT EN BIEN-ÊTRE

OBJECTIF

- ✓ Positionner NadWell comme une marque experte en bien-être et inspirer la confiance auprès d'une audience professionnelle.

FORMAT >> CARROUSEL

- ✓ Diapo 1: Accroche avec le titre
- ✓ Diapo 2 : Clé n°1 : L'espace. Comment ton environnement influence ton état d'esprit au travail.
- ✓ Diapo 3 : Clé n°2 : La routine. L'importance de 5 mn pour soi le matin pour booster sa productivité
- ✓ Diapo 4 : Clé n°3 : La respiration. Un exercice simple à faire en 1 minute pour gérer le stress.



Instagram et Facebook

JOUR 3

Chez NadWell, nous croyons que le bien-être est la clé de la réussite professionnelle. Découvrez comment nos produits peuvent vous accompagner.



Visuel

Une photo artistique et lumineuse d'un "coin bien-être" chez soi. Mettre en avant un ou plusieurs produits NadWell

Message

Ton espace = ton énergie. Prépare ton coin bien-être pour une rentrée apaisée".

La légende doit poser une question ouverte : "Quel est votre rituel bien-être pour la rentrée ? Partagez-le en commentaire !"

Story à la une

Créer une story interactive sur Instagram où les abonnés peuvent partager leur "routine de rentrée" en utilisant un sticker de boîte de questions ou un sondage. Mettre ensuite les meilleures réponses en Story pour créer une communauté de partage. Sur Facebook, utiliser les événements ou les questions dans les groupes pour interagir.

Objectif

Apporter de la valeur concrète, inspirer et encourager le partage d'expériences personnelles auprès d'une audience large et communautaire.



IDÉE DE CONTENU RÉCURRENT

1

BUT

Créer une série de contenu qui encourage l'adoption de rituels bien-être quotidiens et personnalisés, en renforçant le lien entre la marque et sa communauté

2

OBJECTIF

Transformer les moments de respiration en un défi bienveillant, un "rendez-vous" quotidien avec la marque. L'objectif est de montrer que le bien-être est une pratique accessible et non une tâche

3

FORMAT

La série peut se décliner en plusieurs formats créatifs, axés sur l'interaction (voir exemple donné fin de document)

4

FREQUENCE

- Quotidienne : "Breath-Check" en stories (chaque matin).
- Hebdomadaire : Le défi #RespireChallenge (chaque lundi pour démarrer la semaine) ou une "carte postale sonore" (chaque vendredi pour un week-end serein).