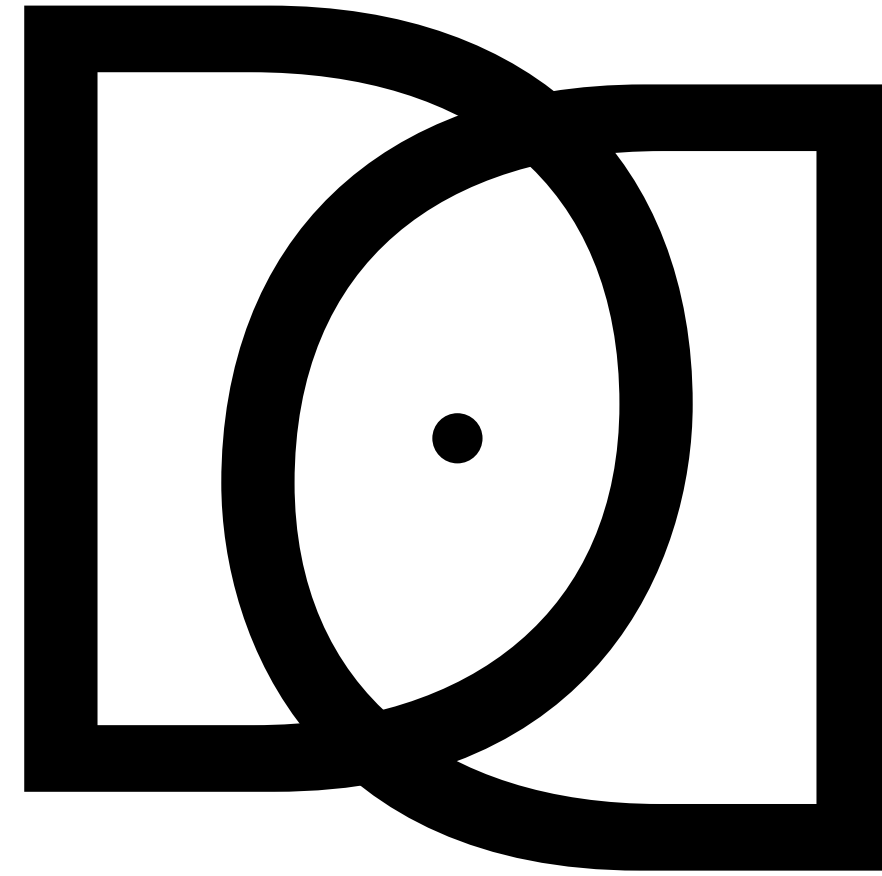
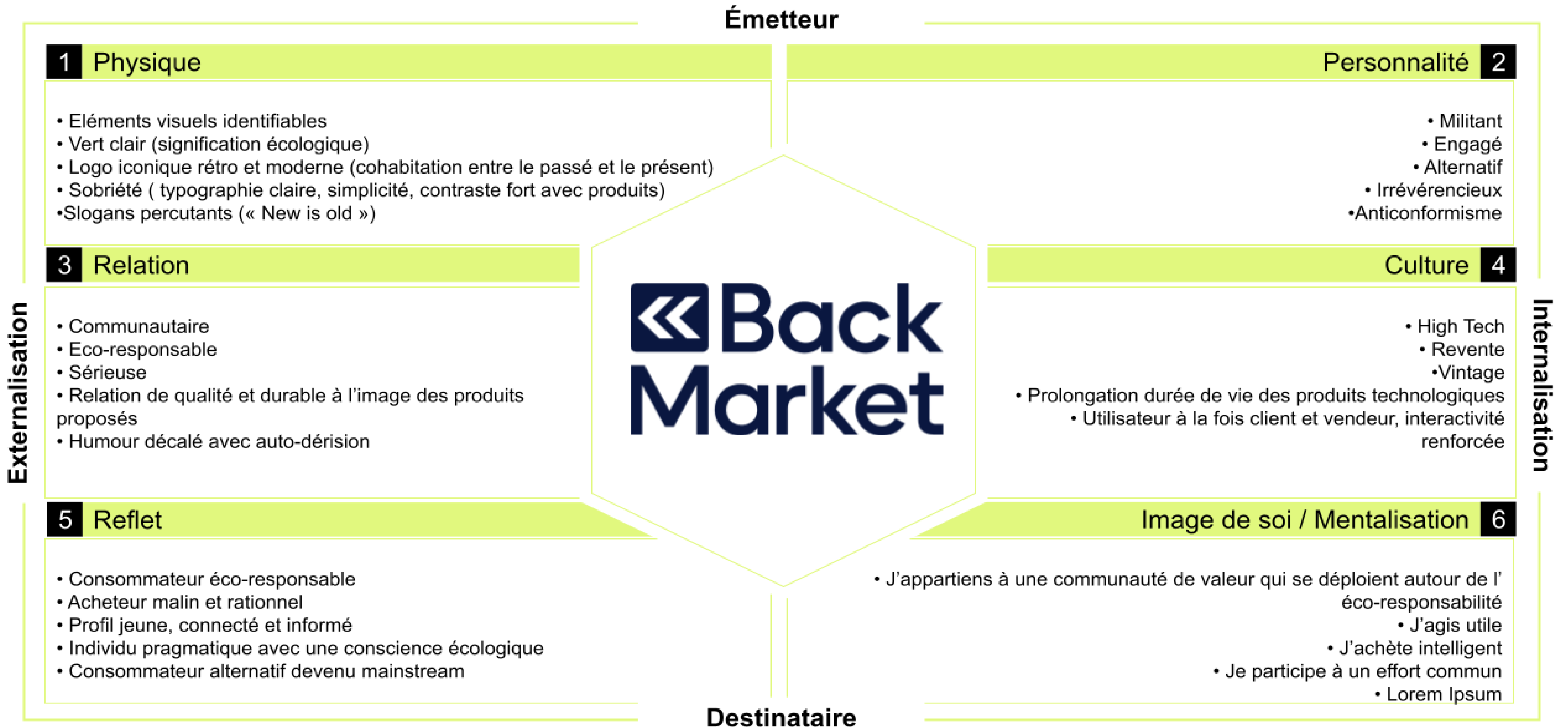




RESOLVING BY DREAMING

BACK MARKET ANALYSE DE MARQUE

BackMarket : Kapferer Brand Identity Prism



MARKETING DIAGNOSTIC CANVAS			MARQUE : BACKMARKET			ÉCHELLE : MARCHÉ PRODUIT		
MARCHÉ	TERRITOIRE DE MARCHÉ	MARCHÉ BOURSIER	SEGMENTS OBSERVÉS					
Économie circulaire et produits technologiques reconditionnés.	International (17 pays dont Europe, Etats-Unis, Japon). Siège : Paris.	Non cotée (Société privée / Licorne). Certifiée B Corp.	-Jeunes adultes ayant grandi avec Internet, s’intéressant à l’actualité high tech, connaissant les dernières tendances - Jeunes adultes éco-responsables, soucieux de l’environnement et désireux de réduire leur impact carbone - Jeunes adultes précaires n’ayant pas l’argent nécessaire pour l’achat de produits neufs Ce public sait ce qu’il veut acheter ou revendre					
CATÉGORIE DE MARCHÉ			CIBLES PRIMAIRES					
- Marketplace B2C : Vente d'appareils reconditionnés par des professionnels aux particuliers. - Marketplace C2B (Buyback) : Rachat d'appareils usagés aux particuliers. - Back Market Pro : Solutions de flotte d'appareils pour les entreprises.			- Jeunes adultes (18-40ans) avec fortes convictions écologiques - Jeunes actifs (18-30ans) avec revenus modestes qui ne peuvent pas acheter des produits high tech neufs - Adultes sans emploi (18-35ans) ne pouvant pas se permettre d'acheter des produits neufs - Adultes précaires (ou non) ayant la nécessité de revendre certains de leurs produits avec une forte valeur pécuniaire					
MARCHÉ-PRODUIT SELECTIONNÉ			CIBLES SECONDAIRES	CIBLES D'ACHAT SECONDAIRES	CIBLES D'INFLUENCE			
Marque Globale Plateforme multi-catégories de produits électroniques et électriques reconditionnés. (Smartphones, Laptops, Consoles, Audio).			- Parents à faibles revenus (25-50ans) qui peuvent acheter des produits reconditionnés pour leurs enfants - Adultes (40-60 ans) soucieuse de l'environnement qui ne connaissent pas forcément le reconditionnement	- Seniors (+60 ans) moins habitués à la technologie qui pourront être orientés par leurs enfants et petits-enfants - Cibles émergentes: entreprises, nouveau marché d'achat possible	- Médias nationaux (BFMTV, Le Monde) - Médias régionaux à portée nationale (Le Parisien, Ouest France) - Médias spécialisés dans la technologique (Les Numériques) - Magazine people (Paris Match) - Réseaux sociaux (TikTok et Instagram)			
TYPES DE MARCHÉS			OFFRE : MIX MARKETING 4P					
FINAL	DIRECT	INTERMÉDIÉ	Produit : Back Market, à travers ses interfaces appli et site, propose à plus de 18 millions de clients, principalement en Europe et aux Etats-Unis d’acheter des produits déconditionnés et de vendre du matériel d’occasion.					
Dual (Particuliers/Pros).	Dual (Vente/Rachat).	Marketplace (Plateforme) B2C/ C2B	Prix : Back Market adopte une position une position tarifaire qui repose sur une haut niveau d’expertise sur le reconditionnement avec des prix majoritairement plus bas que sur l’ensemble du marché. Selon l’objet visé, Back Market, propose des variations de prix basées sur l’état du produit (correct, très bon, parfait, premium)					
POSITIONNEMENT			Distribution : Vente directe B2C via <u>backmarket.fr</u> (canal principal). Applications mobiles (distribution via App Store, Google Play, Microsoft Store). Expérience d'achat et d'activation 100 % digitale, disponible 24h/24 sur 17 pays. Interface <u>backmarket.fr</u> multilingue avec pages produits claires. Support client et chat en ligne disponibles en continu.					
Back Market se positionne comme une plateforme de référence internationale sur la vente de produits high tech, low tech et électroménager, en se différenciant par une proposition de valeur centrée sur la notion d’engagement communautaire éco-responsable et altruiste, portée par une approche de reconditionnement et de renouvelable du recyclable, soutenue par un engouement populaire fort autour des questions écologique et les logiques de réinsertion des produits déjà utilisés puis réinjecté dans le marché. Back Market compte 18 millions de clients, présents dans 17 pays.			Communication : Back Market construit sa communication autour d'un axe central : dénoncer la "fast tech" avec humour et dérision. Son approche est militante et écolo, la forme est décalée et fun (Back Market transforme le reconditionné en choix actif plutot qu'en choix passif)					
PROMESSE								
Back Market favorise le recyclage des appareillages high tech, low tech et électroménager sur 17 pays sur l’Europe et les états unis, grâce à un vaste réseau de partenaires reconditionneurs (https://www.backmarket.fr/fr-fr/quality) qui travaillent en sous traitance pour (CIBLE), grâce à une interface claire et intuitive soulignée par des campagnes de communication audacieuses facilement identifiable par un une clientèle trans générationnelle validée par une stratégie commerciale sûre basée sur la confiance et reconnue par l'utilisation de normes internationales (garantie, retour produit, réparation)								