



Stratégie publicitaire chips Ferme Saint-Just

Comment faire connaître votre nouveau
produit aux jeunes adultes?

Stratégie

Objectifs

- Informer

Cible

Jeunes adultes

Budget

100 000€

Message

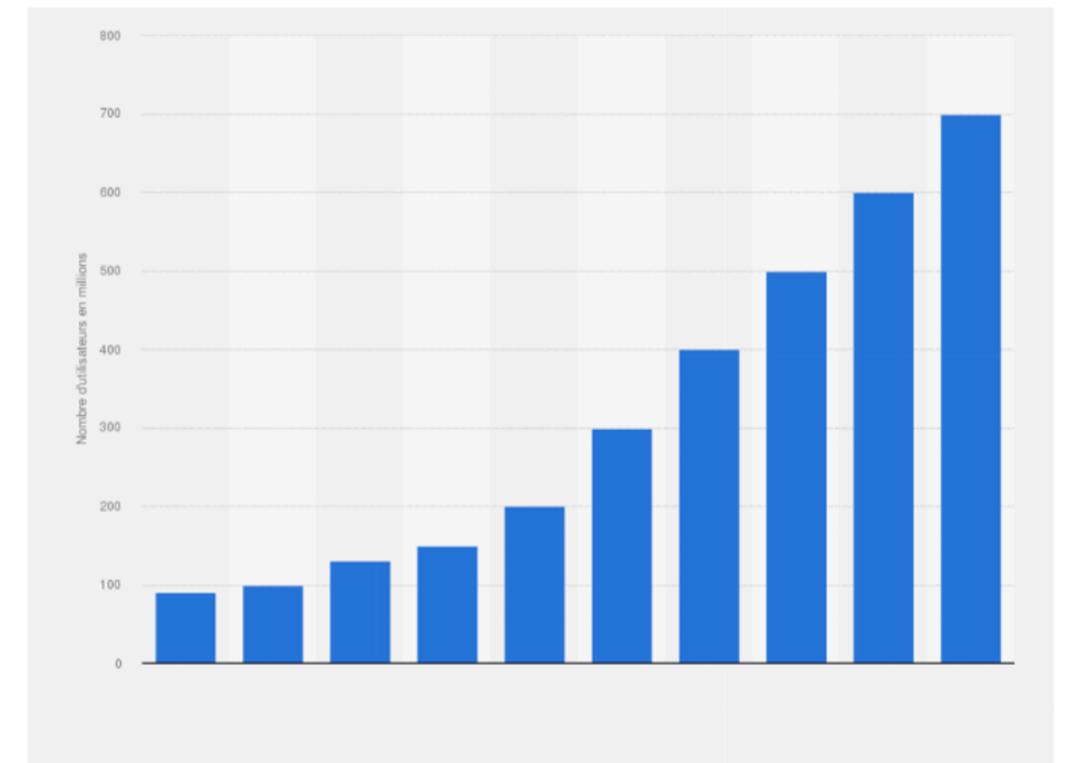
- Partage / Convivialité
- Simplicité (chips nature)
- Artisanal

Plan media

- Réseaux sociaux (Instagram et Tik Tok)
- Pubs Spotify/Deezer
- Pubs Youtube

Mesure

Graphique d'évolution d'abonnés et sur la notoriété de la marque avec le hashtag



Stratégie

Programmation



sur 1 mois	sur 3 mois
1) Post insta avec description du produit + lancement de la publicité sur youtube en vidéo désactivable	Pubs spotify/ deezer
2) Vidéo fun sur tik tok avec Patrice et lancement du #patriceestdansvosvilles + post insta avec annonce de Patrice dans vos villes	6 pubs insta par mois
3) Distribution des flyers avec Patrice + story tous les 3 jours sur instagram	

Copy stratégie de la campagne

Atouts

- BIO
- Ferme locale
- Saveur --> simple et authentique

Thème

Le partage et le bon gout des chips

Promesse

Un bon gout authentique (BIO) et une saveur indétronable

Message résiduel

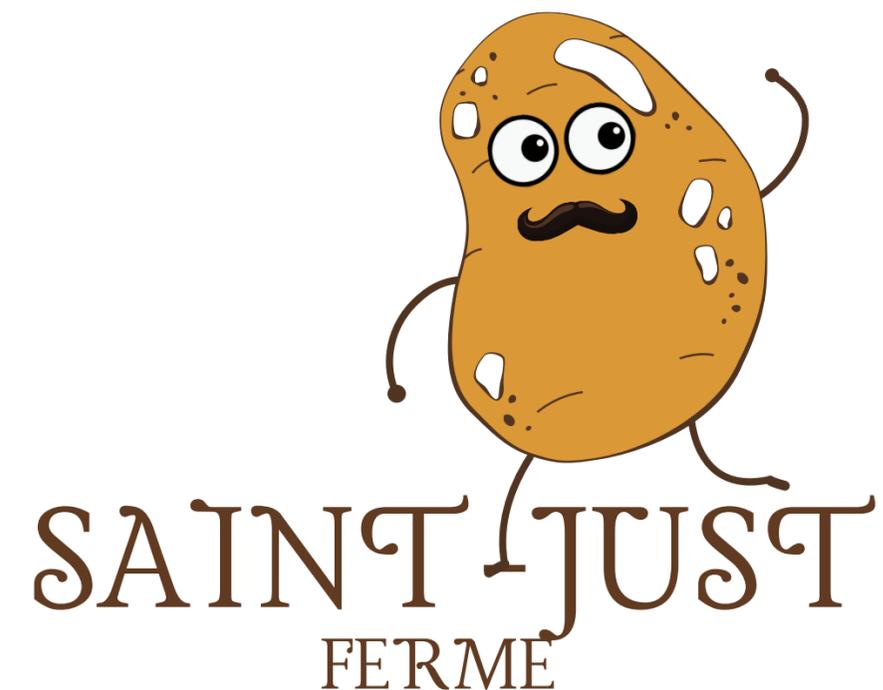
Manger des chips plus responsable, une marque proche de ses clients

Preuves

- Label BIO
- Nutri-score

Ton

Climat chaleureux et traditionnel. Convivialité avec une bonne chips



Aperçu des contenus

1) SIVS

LOGO :

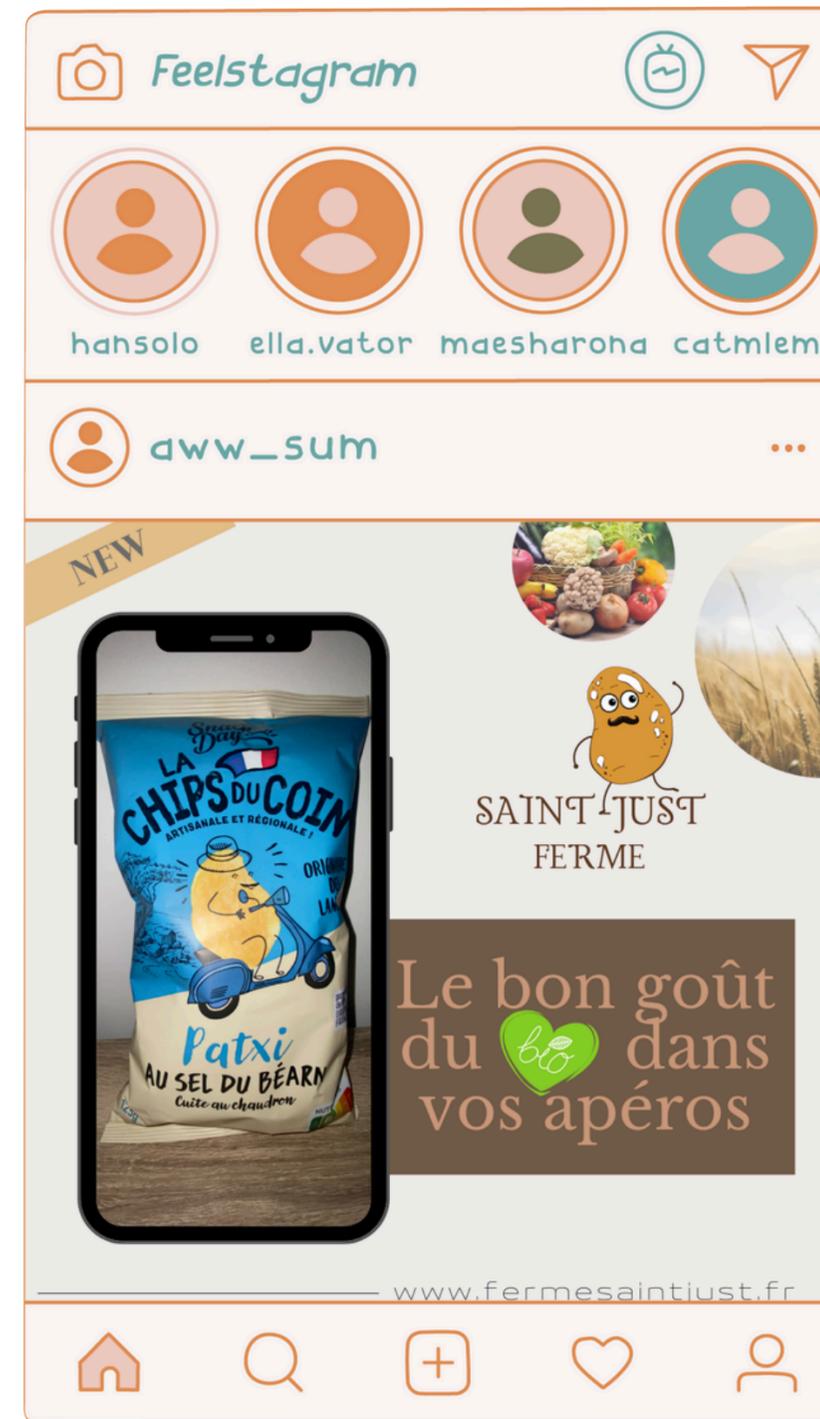
TYPOGRAPHIE: LANCELOT

■ ■ COULEUR PRINCIPALE



Aperçu des contenus

2) Visuel



Aperçu des contenus

4) Concept d'évènement

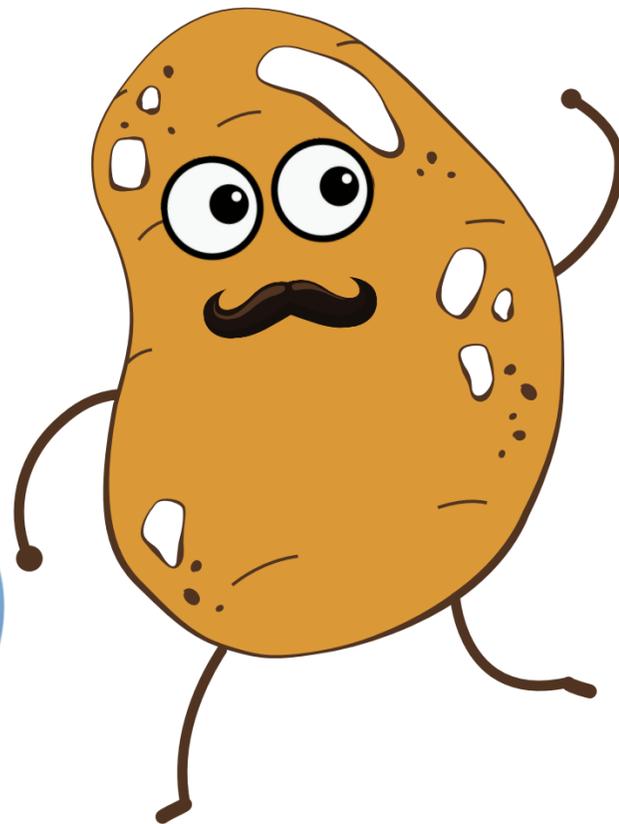
Participation au Tour de France

- Caravanes
- Au village : roulette de la chance, course en sac de patate, rencontre avec Patrice
- A la clef : paquets de chips, portes clefs et stylos avec Patrice la patate



Aperçu des contenus

5) Idée d'opération de street marketing



- La mascotte de la ferme, Patrice la patate
- Grandes villes de France devant les monoprix
- Distribution de paquets de chips en échange de photo

Budget total de la campagne

Pour la publicité :

- Post insta : 90€
- Youtube : 1 000€
- Tiktok : 150€
- Mascottes : 900€
- Pub spotify : 3 100€

TOTAL: 5 240€

Pour le Street Marketing:

- Flyer : 99.6€
- Carburant pour street marketing : 1 176€
- Chips : 5 400€
- + personnels

TOTAL: 6 675.6

Pour l'évènement : Tour de France (1j).

Participation à 12 000€ la journée

Sur la route

- Goodies : stylos : 6 800€ + chips = 5 400€
- Char : 22 500 € + 6 645.25
- Gazole : 26.50€
- Personnel: 1 549.8€

Dans le village:

- Course en sac : 50€
- Roulette de la chance : 200€
- 20 000 paquets de chips : 5 400€
- 20 000 stylos : 6 800€
- 3 000 portes clefs : 2 910 €

TOTAL: 70 281.55 (complet pour le Tour de France)

Total des dépenses: 82 197.15 €

Impact budgétaire de la campagne

