

PLAN DE
COMMUNICATION



SUKAL 

Les saveurs basques dans votre assiette

L'ENTREPRISE

Notre entreprise "Sukal", propose des cours de cuisine pour une clientèle haut de gamme.

Nos cours sont proposés à Paris, mais nous axons notre cuisine sur les spécialités du Sud Ouest, et plus précisément le Pays-Basque.

Nous souhaitons faire découvrir une nouvelle culture et de nouvelles recettes afin de mettre en valeur le Sud dans une ville du Nord.

SUKAL 

LES OBJECTIFS

Nos objectifs sont d'attirer des clients haut de gamme et de remplir notre capacité de 20 apprentis par cours.

Nous devons satisfaire nos clients afin de les fidéliser. Pour cela nous proposons des cours dans une ambiance chaleureuse et conviviale permettant de partager de bon moments tout en se divertissant mais toujours avec de la proximité entre les personnes présentes.

Cela nous permettra d'acquérir une certaine notoriété dans notre domaine et de ce fait de pérenniser dans le temps et ainsi de réellement s'implanter dans le marché.

Tout cela nous permet de réaliser notre objectif premier en tant qu'entrepreneur qui est d'augmenter notre chiffre d'affaires. De ce fait, nous devons accueillir le plus de clients possible afin de remplir nos cours et rentabiliser nos achats.

SUKAL 

LES OBJECTIFS

Pour la période nous nous concentrons à attirer les clients durant les premières années (environ deux ou trois ans) puis à les fidéliser, tout en essayant quand même d'attirer de nouveaux clients chaque année, ce ne sera pas cependant notre objectif principal.

Par rapport à nos concurrents nous souhaitons nous démarquer grâce à nos nombreux événements autour desquelles nous ferons de la communication. En effet, nous proposons un événement par mois ce qui nous fait une communication continue et régulière. Nous proposons également des jeux concours

SUKAL 

DÉFINIR LES CIBLES



Nom : Mia Marnier
Âge : 27 ans
Occupation : Comptables
Ville : Paris

À propos du persona :

Mia est une comptable très occupée qui a un mode de vie rapide. Elle pense que l'acquisition de compétences, la collaboration et le travail acharné sont la clé du succès.

Étant constamment stressée, elle aimerait faire une activité qui pourrait la détendre, à la sortie du boulot. Elle aimerait de ce fait apprendre à cuisiner avec sa meilleure amie afin de partager un moment de convivialité.

Objectifs :

Développer de nouvelles compétences tout en se détendant afin de réduire son niveau de stress et de favoriser sa détente mentale.

Défis :

Gestion du stress

Besoins :

Adopter une activité qui lui permettra de se détendre dans une ambiance chaleureuse.

Sources d'information :

- Facebook
- Actualités
- Médias en ligne
- Instagram

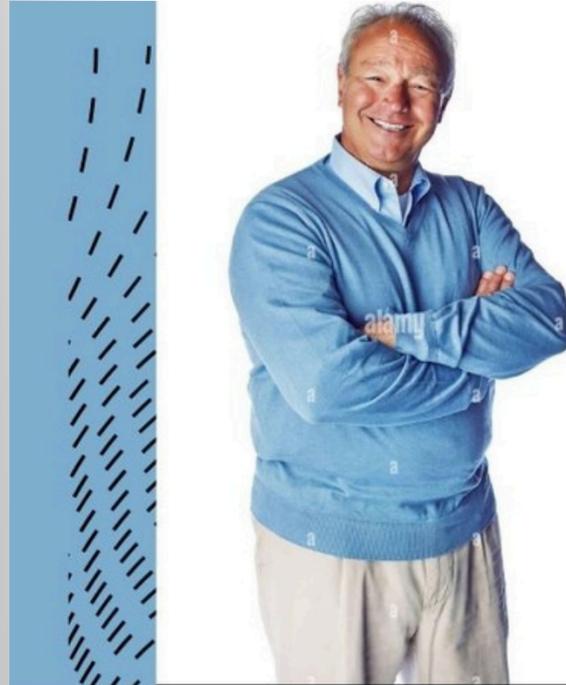
Caractéristiques personnelles :

Désireuse d'apprendre et constructive

Loisirs et intérêts :

Voyager et découvrir de nouvelles saveurs.

Définir les cibles



Nom : Jacques

Âge : 65 ans

Occupation : Retraité

Ville : Paris

Sources d'informations :

- Facebook
- presse
- Actualité
- Radio

À propos du Persona :

Jacques est un retraité, il est en résidence pour senior. Ses journées ne sont pas très chargées, de ce fait il souhaite consacrer du temps à l'apprentissage de nouvelles compétences.

Personnalité

- Créatif
- Enthousiaste
- Sociable
- Ouverte à l'apprentissage

Jacques a toujours été une adepte des repas faits maison, mais elle se limitait principalement à des plats simples et familiaux. Il veut élargir son répertoire de recettes, expérimenter avec des nouveaux ingrédients et des nouvelles épices, et se sentir plus à l'aise en cuisine.

Pain point :

- Recherche une activité enrichissante et remplie de découverte.

Objectifs et besoins :

- Recherche des cours de cuisine adaptés et interactifs.
- Explorer de nouvelles saveurs dans un environnement de confiance.

CHOIX DES CANAUX : STRATÉGIE OMNICALE

Choix des canaux

Acquisition



- SEO
- Community management
- Content marketing
- Social ads

Step 1

Retention



- Remarketing
- SMA
- Google Ads (Pay per click)

Step 2

Conversion



- Contenu premium
- Webinaires
- Lead nurturing

Step 3

SUKAL 

NOTRE COMMUNICATION ET STRATÉGIE MARKETING

- Nous avons choisi les outils tels que les annonces Google, les publicités sur les réseaux sociaux, et les campagnes payantes sur d'autres plateformes car cela augmentera la visibilité de notre entreprise auprès de nouveaux clients. De même pour le SEO (Search Engine Optimization) : La visibilité de notre site web sera ainsi optimisée pour les moteurs de recherche afin d'attirer du trafic.

SUKAL 

NOTRE COMMUNICATION SE FERA PAR LE BIAIS DE :

D'un site WEB :

Création d'un site web sophistiqué avec des images de haute qualité montrant les plats, des chefs renommés, et du prestigieux restaurant.
Présentation détaillée de chaque cours, du chef en charge, du menu, du lieu et des témoignages de clients satisfaits.
Possibilité de réservation en ligne avec des options de personnalisation pour les participants.

Des réseaux Sociaux :

Comptes Instagram, Facebook (Nos cibles sont les particuliers et les personnes retraitées) pour partager des photos et des vidéos de plats, des recettes exclusives, des astuces de chefs et des coulisses des cours. Les publications se feront de façon régulière.

Des blogs sur des sujets culinaires,

des vidéos de recettes haut de gamme et des articles sur les tendances gastronomiques.

- **Expérience client exceptionnelle :**

Un accueil chaleureux, des chefs talentueux, des cours de cuisine exclusifs, et des dégustations de vins raffinés font partie intégrante de l'expérience client.

Les participants sont encouragés à partager leurs photos et commentaires sur les réseaux sociaux, créant ainsi une notoriété positive.

- **Collaborations stratégiques :**

Partenariats avec des hôtels de luxe pour proposer des forfaits tout compris comprenant un séjour en chambre d'hôtel, des cours de cuisine et des dîners gastronomiques. Mais aussi avec l'office du tourisme, vu que nos services s'adressent aussi aux touristes.

de paragraphe

SUKAL 

- **Publicités payantes en ligne (SEA; SEO) :**

Campagnes ciblées sur Google Ads avec des mots clés tels que "cours de cuisine de luxe" et "expérience gastronomique haut de gamme".

Facebook Ads pour atteindre des audiences similaires aux clients actuels.

- **Marketing d'influence :**

Collaboration avec des chefs étoilés, des critiques gastronomiques renommés et des influenceurs culinaires pour participer aux cours et promouvoir l'expérience à leur communauté / audience.

SUKAL 

Plan de lancement provisoire

Buyer Persona	Notoriété	Acquisition	Rétention/Fidélisation
Particuliers	<ul style="list-style-type: none">• SEO• SEA• SMA• Community management	<ul style="list-style-type: none">• Semestre 1 : Social Ads Content marketing• Semestre 2 Marketing automation Community management Partenariats stratégique	<ul style="list-style-type: none">• Lead nurturing• Newsletters• contenus premium
Personnes retraitées	<ul style="list-style-type: none">• Publicité à la radio• Facebook ads (backlinks)• SEO	<ul style="list-style-type: none">• Semestre 1 Webinaire Landing pages optimises Articles de blog• Semestre 2 Newsletters Socials Ad	<ul style="list-style-type: none">• Contenu premium• lead nurturing• Newsletters

CALENDRIER

semestre 1

16 janvier: journée de la nourriture pimentée

14 février: saint valentin

27 mars: journée national du fromage

10 avril: journée national des frères et soeurs

3 mai: journée national du soleil

16 au 22 juin: foire de Paris
(représentation)

23 juillet: journée mondial des grands parents

semestre 2

18 au 26 août: semana grande

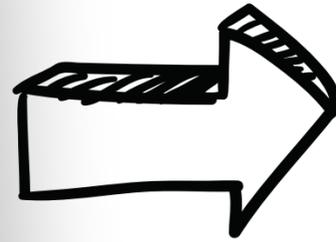
23 septembre: journée mondiale de la
gastronomie

13 octobre: journée international du
hamburger

22 novembre: mélange sucré salé

18 au 24 décembre: semaine de Noël

BUDGET



28 000€

- **30%** communication pour les événements : réseaux sociaux, newsletter (+**10%** pour certains événements promus à la radio)
- **20%** pour la foire à Paris (semestre 1) et jeux concours + représentations hôtels (semestre 2)
- **20%** réseaux sociaux et newsletter le reste de l'année
- **20%** salaires des fonctions marketing

CRISE DE COMMUNICATION

Email ASSOCONSO

De : Entreprise SULKA <sulka@creasim.fr>

Date : aujourd'hui à l'instant

Subject : RE : URGENT : Poursuites judiciaires cause intoxication alimentaire

To : thierry.outupleur@assoconso.org

Monsieur OUTUPLEUR,

Nous avons pris connaissance de votre préoccupation concernant une possible intoxication alimentaire liée à nos cours de cuisine, et nous comprenons vos inquiétudes. Nous sommes sincèrement désolés d'apprendre que vous avez rencontré des problèmes après y avoir participé.

J'espère que vos adhérents se trouvent en bonne santé.

La sécurité et le bien-être de nos participants sont une priorité absolue et nous prenons très au sérieux les allégations d'intoxication alimentaire. Nous rembourserons évidemment les personnes touchées par ce malencontreux événement.

Afin d'enquêter sur ce problème nous vérifions les protocoles de sécurité et d'hygiène et nous passons en revue les ingrédients utilisés lors de ce cours.

Nous nous engageons à résoudre ce problème rapidement. Si vous avez des informations supplémentaires qui pourront nous aider dans notre enquête, n'hésitez pas à nous les partager et nous vous tiendrons au courant des résultats de celle-ci.

Merci de votre compréhension et nous nous excusons encore pour le désagrément causé par nos cours.

Cordialement,

Entreprise SULKA

Patron

Tel : 06 12 72 83 94

Email : sulka@creasim.fr

SUKAL 

CRISE DE COMMUNICATION

post réseaux sociaux



“Suite au dernier incident nous avons mis en place des mesures afin que ceci n'arrive plus. Nous nous excusons encore pour la gêne occasionnée et nous espérons vous revoir dans nos cuisines.”

SUKAL

CRISE DE COMMUNICATION

conférence de presse



COMMUNIQUE DE PRESSE

10 novembre 2023

GESTION DE CRISE : CONFERENCE DE PRESSE

Bonjour à toutes et à tous,

Comme vous le savez tous, nous avons eu un problème récemment dans nos cuisines. En effet, plusieurs personnes venant assister à nos cours se sont retrouvées en présence d'une intoxication alimentaire.

C'est la première fois que cela arrive et nous ne voulons absolument pas que ça se reproduise.

Nous présentons nos plus plates excuses à toutes les personnes affectées par cet incident.

Nous comprenons votre colère et nous tenons à vous dire que nous mettons tous les moyens afin de régler ce problème.

En effet, nous avons étudié nos protocoles de sécurité et d'hygiène et avons décidé de les renforcer afin de vous proposer un service encore plus qualitatif.

Par la suite, nous avons enlevé certains produits lors de nos cours de cuisines car nous les soupçonnions d'en être la cause des mal-être. De ce fait, certaines de nos recettes ont été changées ou enlevées de nos cours.

Il a également été décidé de se séparer de certains de nos fournisseurs avec qui nous n'étions désormais plus en adéquation avec de la qualité des produits. Nous ne préférons alors pas prendre de risques et avons trouver d'autres fournisseurs respectant totalement nos attentes.

Et pour finir, nos contrôles de qualité seront effectués très régulièrement. Bien qu'ils étaient déjà présents, nous les renforçons afin d'être sûrs de vous proposer une nourriture saine et de qualité.

De ce fait, nous pouvons vous assurer que la situation est sous contrôle et que ça n'affectera pas nos prochains cours.

Les personnes touchées par ces intoxications seront bien évidemment remboursées et auront la possibilité de revenir afin de témoigner de la qualité de notre service en leur offrant un cours gratuit.

L'entreprise SUKAL souhaite vous remercier pour votre écoute et nous espérons vous revoir dans nos cuisines.

ENTREPRISE SUKAL



06 12 72 83 94
sulka@creasim.fr