

Dossier

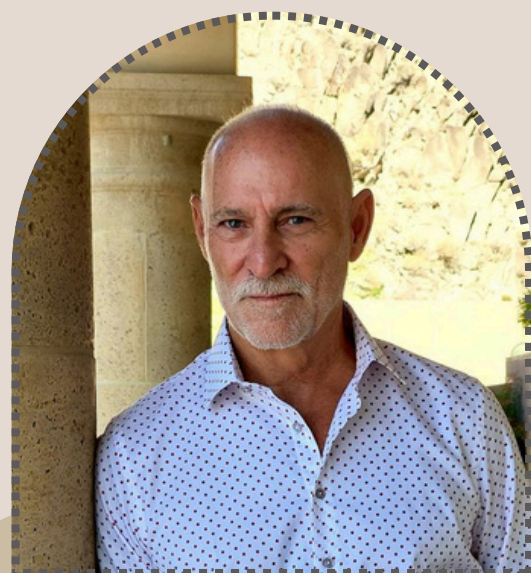
LA PANACÉE BIO

Communication

Andréa LUIS
Alexis DOS SANTOS
Lou-Anne MARTELL



PERSONNAES & INSIGHT



Thierry LAROCHE

Père de famille, Cadre (48 ans)

Lieu d'habitation : Banlieue

Habitudes d'achats: bons produits, commerçants locaux, magasins spécialisés

Niveau d'étude : Bac+3

Centre d'Intérêt commun: inviter du monde (amis, famille) et se retrouver autour d'un bon repas



Nicolas LEGRAND

Designer/architecte (32 ans)

Lieu d'habitation : Ville

Habitudes: les Halles, magasins spécialisés

Niveau d'étude : Bac+5

Centre d'Intérêt commun: inviter du monde (amis, famille) et se retrouver autour d'un bon repas



Jérôme CAZAUBON

Traiteur (36 ans)

Lieu d'intervention: Occitanie

Valeur: Produits locaux

Spécialité: plats semi-gastronomiques à base de gibiers

INSIGHT

Ignorance sur la façon de cuisiner l'ail noir
Difficulté à trouver un point de vente

PLAN DE COMMUNICATION

Objectifs

Apporter de la visibilité
Améliorer l'expérience client
Informer & rassurer

Cibles

Professionnelles
Particulières

Production locale
Qualité

Message clef

*L'ail noir: le produit atypique idéal pour
les palais gourmands*

Budget

1 600€

800€ frais externes

800€ frais internes

ROI

Traffic sur le site et lieu de vente
Taux de clics sur les Réseaux Sociaux
Chiffre d'affaire

Média planning

Thierry LAROCHE

- **La radio**
Simple et rassurant
reste sur ses habitudes
traditionnelles
- **Les recettes de cuisine**
Cuisine
Découvrir de nouvelles idées
- **La dégustation de vin**
Moment convivial
Découverte de nouvelles
saveurs

Nicolas LEGRAND

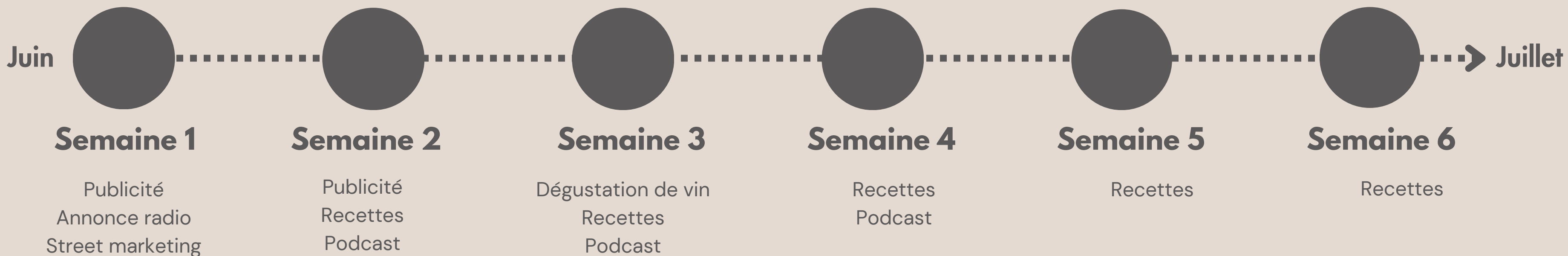
- **Le street marketing**
Participation dynamique
Crée de la curiosité
- **Les recettes de cuisine**
Cuisine
Découvrir de nouvelles idées
- **Les podcasts**
Moment convivial et de détente
Explorer de nouveaux concepts
Découvrir des personnalités du
coin

Jérôme CAZAUBON Traiteur

- **La dégustation de vin**
Découverte de nouvelles
saveurs
- **Les podcasts**
Donne envie d'y participer
pour renforcer sa visibilité
- **Les recettes de cuisine**
Inspiration pour des nouveaux
plats

Programme de communication

JUIN-JUILLET



COMMUNITY MANAGEMENT

Stratégie



Objectifs

Faire vivre une expérience

Faire découvrir

OFF-LINE

STREET MARKETING

LANCÉ D'AIL

OBJECTIFS

- Rajeunir l'image du produit
- Associer une image conviviale et fun à la marque
- Faire découvrir la marque et le produit

CONTENUS PROMOTIONNELS

- Post Instagram & Facebook post-événement avec photos (projeter une image fun, active et conviviale)

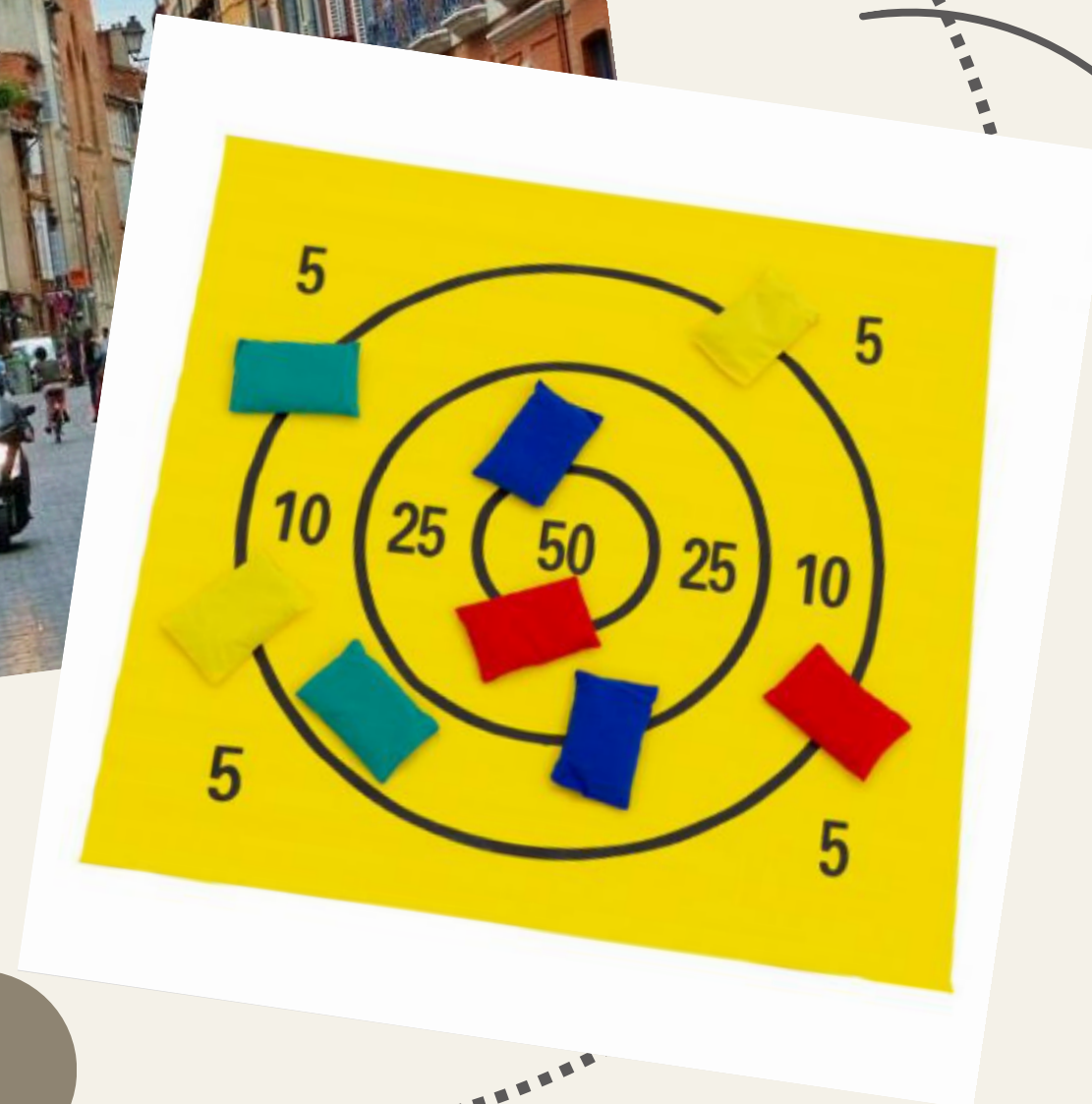


CIBLES

- Rue: tout âge (familles, retraités, jeunes)
- Partage: 30 ans à 45 ans

RÉSULTATS (ROI)

- Traffic sur le site internet
- Intéractions sur les réseaux sociaux (Commentaires, republication, likes)
- Earned média



DÉGUSTATION DE VIN

EN COLLABORATION AVEC UN RESTAURATEUR

OBJECTIFS

Rajeunir l'image du produit
Associer une image conviviale et fun à la marque

CIBLES

Particulières (35-50 ans)
Professionnelles

CONTENUS PROMOTIONNELS

Post réseaux sociaux (Instagram & Facebook)
Article de presse post-événement
Bouche à oreille
PLV (flyers, cartes de visite)

RÉSULTATS (ROI)

Traffic sur le site internet et les réseaux sociaux (avis, likes, commandes)



RADIO

OBJECTIFS

Apporter de la visibilité à la marque
Renseigner sur les valeurs du producteur
Informer sur la fabrication d'ail noir

CIBLES

Département (Gers)
Sud-Ouest
Région

RÉSULTATS (ROI)

Traffic sur le site internet et les réseaux sociaux
(avis, likes, commandes)

BUDGET

300€ (1 semaine)



Stratégie



ONLINE

Objectifs

Moderniser l'image

Accroître la notoriété

Informer

Stratégie Off-Line &
Contenus Réseaux
sociaux

Créer un besoin



Community
management

Instaurer une
relation



TUNNEL DE CONVERSION

DÉCOUVERTE

CONSIDÉRATION

CONVERSION

FIDÉLISATION

Attirer l'attention

Vidéo publicitaire
& Développer la SEO

Se démarquer des
concurrents

Site internet &
Contenus marketing

Faciliter l'achat

Ergonomie du site
& Informations sur
l'utilisation de l'ail noir

Instaurer une
relation

Marketing de contenu

Formats

- Owned média
- Paid média
- Earned média

Ton/Message

- Convivialité
- Simplicité
- Gourmandise (se faire plaisir)

Supports

- Site internet
- Youtube
- Réseaux sociaux (Instagram, Facebook)

KPI

- Taux de clics
- Nombres de vues
- Durée de visionnage
- Traffic sur le site internet

PUBLICITÉ

TYPE D'ANNONCE

Thème: convivialité & gourmandise

Centres d'intérêts communs:

- Cuisine
- Produits français

Données démographiques: Sud-Ouest (Pyrénées)

SUPPORT Youtube

Format annonce Instream désactivable

KPI Durée de visionnage
Traffic site internet

BUDGET 600€ (2 semaines)

https://youtu.be/FSfsEkwcO0U?si=GI9QkZa_75ykr3g2



RECETTES

CONCEPT Recettes gourmandes et rapides mais originales
Formats:
Tuto vidéo (5min)
Recette écrite

SUPPORT

Vidéo	Écrit
Youtube	Instagram (story épinglé)
Instagram (réel)	Facebook (post)
Facebook	

KPI

Taux de clics (abonnements, likes, commentaires, partage)

Nombres de vues



PODCAST



CONCEPT

15/20 minutes

Invités divers (chef, clients, commerçants, influenceurs)

Sujets:

- Production locale
- Les bienfaits de certains aliments
- Expériences culinaires

SUPPORT

Youtube

Accès:

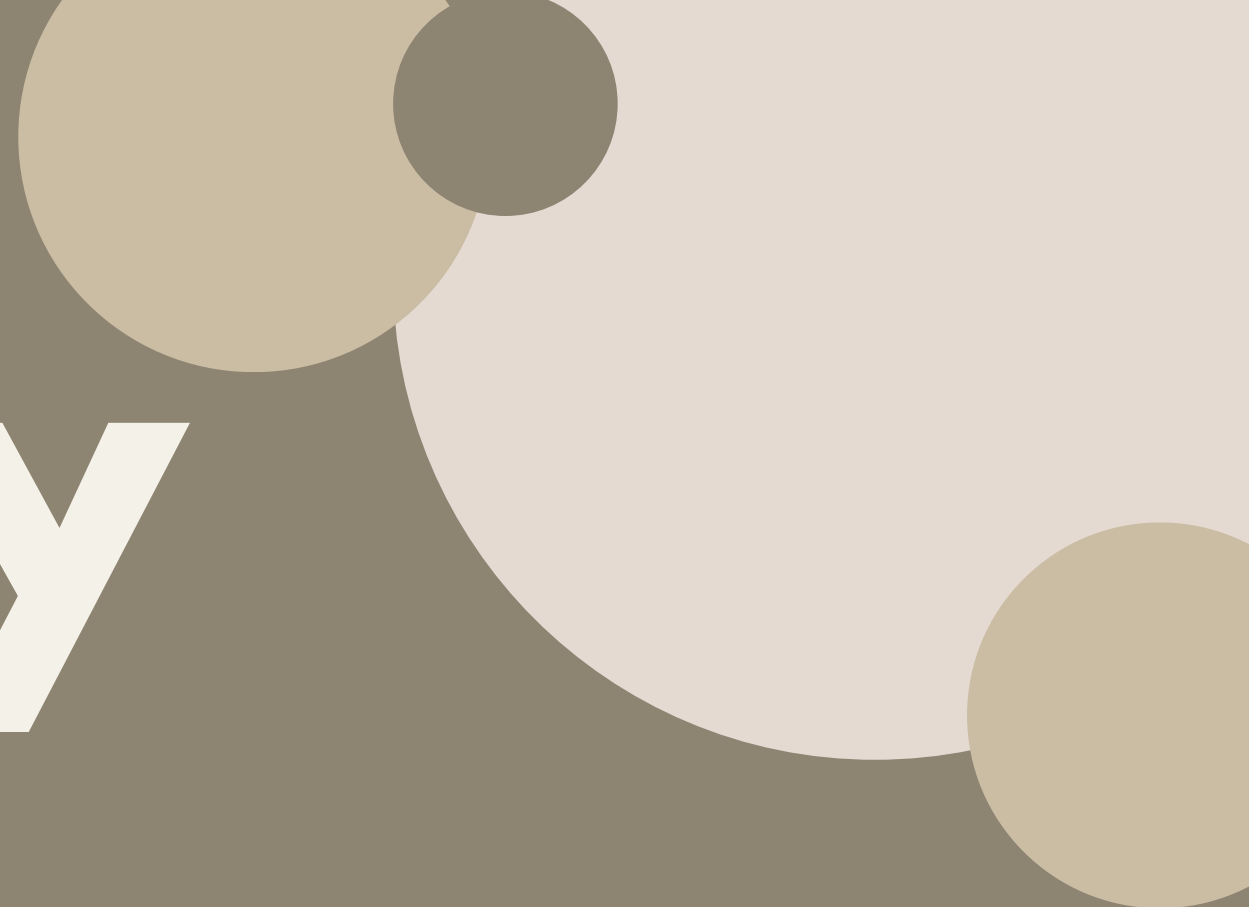
- Bio Instagram & Facebook
- Forum

KPI

Durée de visionnage / d'écoute

Community

Management



CRÉER UNE COMMUNAUTÉ

FORUM

Ouverture d'un forum, en lien direct avec le podcast.

- Recettes détaillées
- Point de rassemblement (consommateurs et producteur)
- Feedback

FIDÉLISER ET SUSCITER L'ENGAGEMENT

RÉSEAUX SOCIAUX

FIDÉLISER :

Interactions sur les réseaux sociaux

- stories
- sondages

L'ENGAGEMENT :

- Jeu concours (pack découverte)