



Switch to
Grill & Chill



Challenge national OFYR

Équipe Astrylis

Mathilde Daviet

Ilona Martin

Diane Piranda

Chloé Pebay

Maud Robert

Anaëlle Krattinger



SOMMAIRE

01 } Stratégie de communication
Pages 01 à 02

02 } Stratégie créative
Pages 03 à 04

03 } Stratégie des moyens
Pages 05 à 09

SOMMAIRE

Stratégie de COMMUNICATION

Synthèse de la demande

Vous souhaitez **rajeunir l'image** de la Plancha de table TABL'O qui rencontre des **difficultés de vente** depuis son lancement en 2021. L'objectif est de la positionner comme un **incontournable de la cuisine entre amis** en mettant en avant l'ensemble de ses avantages. Vous attendez une campagne **engageante et divertissante** qui puisse se décliner à l'international avec 3 options de budget : 20 000 , 50 000 et 90 000 euros.

Votre marque

Votre concept est simple, **réussir à rendre la cuisine en plein air conviviale**. Pour cela votre marque propose des appareils de cuisson en extérieur **haut de gamme et design**. Grâce à une équipe de designers vous avez agrandi votre gamme de produits à des meubles d'extérieurs et des ustensiles afin de proposer un concept complet de style de vie en plein air.

PROBLÉMATIQUE

Comment rendre la Plancha de table TABL'O **plus attrayante** pour les moins de 35 ans et **rajeunir son image** afin de **stimuler les ventes** ?



POSITIONNEMENT

OFYR se positionne comme une marque **haut de gamme** offrant des équipements de cuisine en extérieur **élégants, innovants, durables et conviviaux**.

 **Annexe 1, 2 et 3**

Cibles principales

Femmes et hommes entre 25 et 50 ans avec un extérieur (terrasse, balcon ou jardin), CSP+

Comportements & préférences

Apprécient la cuisine, la décoration d'extérieur.
Cherchent des activités à partager en famille.

Attentes & valeurs

- Produits de qualité, durables, esthétiques et pratiques.
- Valorisation du temps passé avec les amis et la famille.

Cœur de cible

Jeunes actifs de 25 à 35 ans avec un extérieur (terrasse, balcon ou jardin), CSP+

Comportements & préférences

Actifs sur les réseaux sociaux, apprécient les innovations et les produits qui facilitent la vie sociale. Ils aiment organiser des soirées ou des repas entre amis.

Attentes & valeurs

- Produits de qualité, durables, esthétiques et pratiques.
- Valorisation du temps passé avec les amis et la famille mais aussi un intérêt pour la durabilité et l'écologie, ainsi qu'une préférence pour une alimentation saine et des modes de cuisson innovants.

Cibles périphériques

- *Influenceurs et blogueurs (Cuisine, lifestyle, famille...)*

Comportements & préférences

Partagent leurs expériences et recommandations sur les réseaux sociaux.

Attentes & valeurs

- Cherchent des collaborations avec des marques qui correspondent à leur image et proposent des produits pouvant plaire à leur public.
- Authenticité, engagement avec leur communauté.

- *Revendeurs et distributeurs*

Comportements & préférences

Cherchent des produits qui répondent aux besoins de leurs clients et qui rencontrent une demande importante.

Attentes & valeurs

- Produits de haute qualité, populaires auprès des consommateurs.
- Rentabilité, satisfaction du client, et partenariats durables.

- *Journalistes et médias spécialisés*

Comportements & préférences

Ils sont constamment à la recherche de nouveautés dans les domaines de la cuisine, du design et du style de vie.

Attentes & valeurs

- Attirés par des produits innovants et esthétiques.
- Nouveauté et pertinence pour leur public cible.

STRATÉGIE CRÉATIVE



“

Notre réflexion

Lors de l'organisation d'un barbecue, nous avons constaté qu'il y a souvent une seule personne qui s'occupe de tout, de l'installation à la cuisson, ce qui la prive du moment de partage avec ses invités. Alors, à vouloir être partout à la fois, ces personnes ne sont pas là où les choses se passent vraiment : autour de la table avec leurs proches. Ainsi, le concept de Plancha de table TABL'O résout parfaitement le problème. Cette approche permet de réunir les convives autour de la table, éliminant le besoin pour une personne de se lever. Ce repas entre amis devient alors une expérience véritablement collective. Chacun peut participer à la préparation du repas, choisir ses ingrédients préférés et ajuster la cuisson selon ses goûts.

”

SRATÉGIE CRÉATIVE

Insight

La personne en charge du grill doit constamment se lever, ce qui l'empêche de pleinement profiter des moments de partage.

Idée forte

Avec la plancha Tabl'O d'OFYR, la personne en charge des grillades n'est plus isolée : tout le monde profite à table.

Concept créatif

Ensemble et sans catastrophe

Signature

Switch to Grill & Chill

Justification

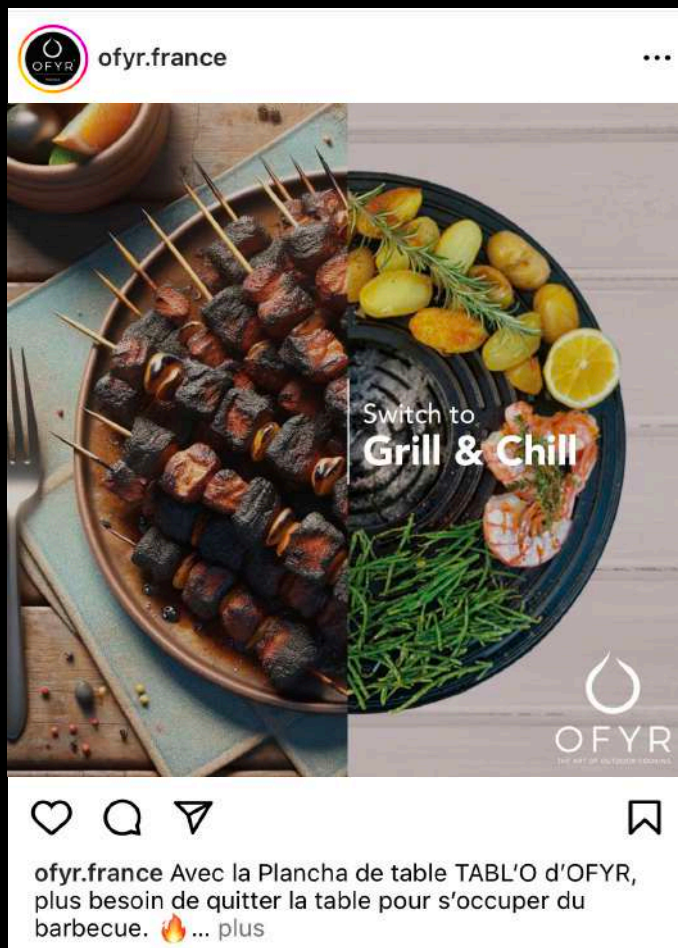
Une plancha unique rassemblant tous les convives et garantissant que chaque instant se déroule en toute sérénité.

Ton du message

Fun & Convivial

STRATÉGIE des MOYENS 20 000€

Posts réseaux sociaux



Pour répondre à vos attentes nous vous proposons une stratégie des moyens adaptée à votre budget de 20 000€, accompagnée de deux options budgétaires supplémentaires.

Pour débiter, nous avons réalisé des exemples d'une série de publications destinée à votre cœur de cible sur les réseaux sociaux. Cette série de publications met en avant les catastrophes potentielles pouvant arriver lors d'un barbecue traditionnel, comme une viande oubliée sur le feu. Ces catastrophes sont **directement comparées à la plancha** permettant de visualiser directement la différence entre une viande carbonisée et de délicieux plats grillés préparés avec la Plancha de table TABL'O. Ces visuels seront accompagnés du message **"Switch to Grill & Chill"**. Des descriptions seront intégrées pour enrichir les publications et améliorer la compréhension du message : « Avec la Plancha de table TABL'O, plus besoin de quitter la table pour s'occuper du barbecue. Profitez pleinement de la fête entre amis. »

Ils seront postés sur les comptes Instagram de **OFYR France et OFYR WorldWide**. La moyenne d'âge des utilisateurs de cette plateforme correspond parfaitement à votre cible. De plus, poster sur OFYR Worldwide permettra de toucher votre **cible anglophone**. L'ensemble de ces posts seront sponsorisés.

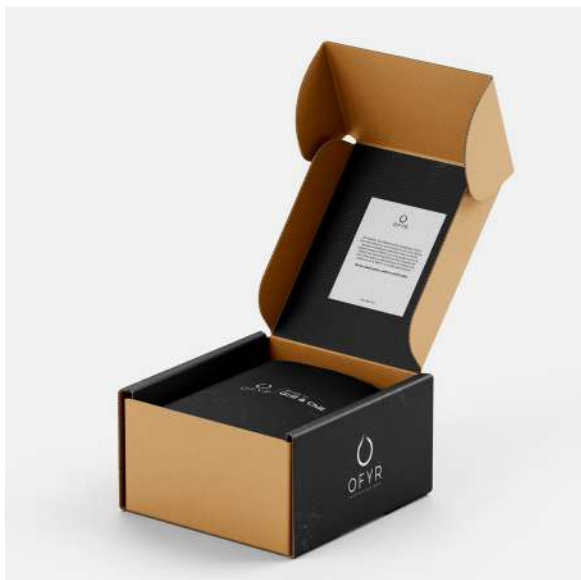
Annexe 4 et 8



Mèmes réseaux sociaux

Pour une touche **d'originalité**, nous vous offrons une **série de mèmes**. Ces derniers mettront en lumière des images largement partagées sur Internet, accompagnées d'un texte soulignant des situations humoristiques susceptibles de se produire lors d'un barbecue. Ce ton permet de **renforcer la mémorisation et la notoriété de la marque**. Ils vont être publiés dans la story Instagram du compte **OFYR France et WorldWide**. Encore une fois, le choix de cette plateforme s'explique par sa moyenne d'âge d'utilisateurs qui correspond à votre cible, mais également car la plupart des mèmes sont partagés sur Instagram. De plus, afin de toucher votre **cible anglophone**, ces mèmes seront traduits en anglais.

Annexe 5



Pour ce premier budget, nous avons choisi de focaliser la **plupart de nos efforts sur nos cibles périphériques**, à savoir les influenceurs, les blogueurs et les distributeurs du produit. Ce sont des cibles très importantes car les consommateurs leur font confiance. Ils joueront le rôle de relais dans la communication de notre campagne. En raison de contraintes budgétaires, nous ne sommes pas en mesure de nous adresser directement et efficacement à votre public cible principal.



Kit de communication

Afin de toucher toutes vos cibles, nous proposons de créer des Kits de communication contre l'enfer des barbecues traditionnels. Ils seront distribués aux revendeurs, blogueurs et influenceurs.

Kit revendeurs & distributeurs

Nous vous recommandons de créer un kit de communication à envoyer à vos distributeurs et revendeurs, comprenant **une PLV** et un **jeu de cartes traditionnel OFYR** personnalisé à offrir aux clients à chaque achat de Plancha TABL'O. L'objectif est de souligner la commodité de cette plancha, qui permet de profiter pleinement du moment ensemble, sans avoir à se lever de table.

Kit journalistes & blogueurs

Les kits de relations presses destinés aux blogueurs, faisant partie de votre réseau d'affiliation, sont des documents conçus pour leur fournir des **informations complètes** sur la Plancha de table TABL'O et son utilisation. Ils visent à faciliter la compréhension des avantages produits vis-à-vis d'un barbecue traditionnel. Mais aussi à encourager la couverture médiatique par les blogueurs. Nous leur enverrons la Plancha TABL'O accompagnée de son jeu de carte exclusif et d'une lettre d'introduction.. Afin d'optimiser leur communication, nous leur transmettons des **formulations et des visuels prêts à l'emploi**. Ainsi, l'objectif global de ces kits est de faciliter la création de contenu par les blogueurs en leur fournissant toutes les ressources nécessaires. Le script de la lettre est présent en annexe.

Kit influenceurs

Le kit de communication dédié aux micro-influenceurs comprendra une Plancha TABL'O avec ses accessoires tels que des briquettes de coco, une pince et un set de table. Il comportera également le jeu de cartes personnalisé, une guirlande pour créer une ambiance conviviale, ainsi qu'un kit de sauces et d'assaisonnement. Cela permettra à chacun de personnaliser son expérience culinaire et d'y ajouter une touche personnelle à leurs plats. Ce kit sera accompagné d'une lettre qui vise à mettre en avant les avantages de la Plancha de table TABL'O. Le script de la lettre est présent en annexe.

Annexe 6



Option budgétaire de 50 000€

Avec le budget à 50 000€, nous vous proposons de garder les moyens employés dans le précédent budget et d'y ajouter la création d'une vidéo.

Vidéo Pré-Roll Skippable Youtube

Pour amplifier **l'effet fun** de votre campagne et **dynamiser vos réseaux sociaux**, nous prévoyons donc la création d'une vidéo qui serait diffusée en tant que **pré-roll non-skippable sur YouTube**. En effet, les vidéos ont tendance à attirer davantage l'attention que le texte ou les images.

Vous retrouverez son script **en annexe**.

Cette vidéo sera tournée en français mais possédera les sous-titres en anglais afin de mondialiser sa portée.

Vous pourrez également poster cette vidéo en intégralité sur votre compte **Youtube OFYR Global**.

Annexe 7 

Vidéo réseaux sociaux

De plus, cette vidéo sera adaptée en **versions courtes** pour les réseaux sociaux. Grâce à ses plans variés, elle se prête parfaitement à une multitude de formats. Pour créer des clips **plus dynamiques et adaptés aux réseaux sociaux**, nous utiliserons un montage « kombini » des différentes interviews de la version longue. Ces nouveaux **formats seront alors publiés en réel** pour les comptes **Instagram** de OFYR France et Worldwide mais aussi sur Tiktok, visant directement votre public cible. Nous avons choisi d'ajouter Tiktok car c'est le réseau social où les utilisateurs passent le plus de temps et apprécient le format de vidéos « reportages et interviews ».

La moyenne d'âge des internautes est de 23 ans donc cela vous permettra de **rajeunir votre image de marque**. Nous avons fait le choix de les **sponsoriser** sur le compte Instagram France et le compte Tiktok Global afin **d'augmenter la visibilité**.

Option budgétaire de 90 000€

Évènement

Concernant cette option, nous vous proposons de créer un évènement "Grill & Chill" à destination des influenceurs déjà contactés pour les kits et leurs proches.

Le concept

Dans un parc parisien, des tables équipées de Planchas de table TABL'O seront installées. Des buffets garnis de viandes, de légumes et de boissons seront disposés sur les côtés, permettant aux invités de composer leur repas selon leurs préférences. Cet évènement est prévu pour le 11 mai 2024 et pourrait être adapté pour d'autres pays, notamment anglophones, à l'avenir.

Après l'évènement

Nous vous conseillons d'engager des vidéastes afin de produire un aftermovie déclinable en extrait. L'objectif est de capturer ces moments collectifs de partage et ainsi alimenter et dynamiser vos réseaux sociaux.

De plus, nous vous invitons à réaliser des interviews des participants sous forme de témoignages. Vous pourrez ensuite diffuser ces vidéos sur vos réseaux sociaux, notamment sur Instagram en story et sur TikTok. Aussi, il serait pertinent de créer une story à la une au nom de l'évènement afin de centraliser l'ensemble de vos contenus.

Pourquoi ?

Les influenceurs auront l'opportunité de tester le produit dans un cadre convivial avec leurs proches, ce qui les incitera à partager leur expérience au sein de leur communauté. En exploitant leur influence, l'objectif est de dynamiser les ventes, car les consommateurs sont plus enclins à effectuer un achat sur les recommandations d'un influenceur qu'ils apprécient et en qui ils ont confiance.

 **Annexe 9**