

*Stratégie*  
MARKETING ET COM  
DIGITAL

# Nos objectifs

Notre entreprise “les petits cuisto” se situe en centre ville à Toulouse et a pour but de faire découvrir des recettes et la nourriture au petit comme au grand. Nous voulons principalement faire découvrir la cuisine aux enfants. On pense que c’est un super âge pour découvrir des aliments qu’il ne peut être jamais goûter auparavant tout en profitant d’un moment amusant, familial, et convivial.

- Nous avons investi sur des produits locaux d’une bonne qualité.
- D’un personnel accueillant et chaleureux
- D’un partenariat (Thermomix) intéressant avec plusieurs recettes à sa disposition
- D’un bon matériel de cuisine
- D’un emplacement en centre ville et d’un local assez grand pour accueillir notre clientèle

Nos effectifs par année: afin d’assurer le bon fonctionnement de notre entreprise, nous avons engagé 1 chef cuisinier et 2 employés afin d’encadrer chacun nos cours

Durant notre première année nous avons pour but de faire découvrir notre entreprise le plus que possible et fidéliser notre clientèle, nous avons donc investi particulièrement sur notre budget de communication, nos prestations de cours, nos produits ou nous avons cherché à être le meilleur niveau qualité prix avec une bonne variété de produits de qualité. Nous étions également les seuls sur le marché des enfants ce qui nous permettait d’avoir le monopole sur ce segment. Au fur et à mesure, plusieurs de nos concurrents se sont positionnés sur exactement les mêmes segments que nous, dont les enfants, ce qui nous a fait énormément perdre de la clientèle surtout que l’on a baissé nos prix afin d’avoir plus de clients et de clients et de faire plaisir à notre clientèle déjà fidèle. Mais à ça fait tout le contraire. Tous nos clients sont partis chez les concurrents, nous avons donc revu toutes nos stratégies et nous avons analysé où ça n’allait pas.

Suite à cela nous avons donc réaugmenté nos prix durant toute l’année petit à petit, ce qui a grandement plu à notre clientèle qui c’est donc fidélisé à nous, nous avons également augmenté la qualité des produits, payé mieux notre chef, et augmenté notre budget communication. Suite à cela la majorité de la clientèle venait principalement chez nous, ce qui nous a permis de remonter la pente.

# Nos cibles



## Vie personel

Camille , à 38 ans et travaille dans le marketing. Elle est célibataire et a 3 enfants entre 7-12 ans.

## Une journée type:

Camille travaille beaucoup et veut une bonne éducation pour ses enfants. Les mercredis et samedis après-midi sont des moments privilégiés avec ses enfants, mais elle cherche des activités éducatives et amusantes pour les occuper.

## Sont pain point:

N'arrive pas à trouver des activités qui soient à la fois éducatives et divertissantes pour ses enfants.

## Ses besoins:

Recherche des activités éducatives et divertissantes à faire faire à ses enfants.

## Comment nous a t'il connue?:

Camille utilise souvent Facebook afin de communiquer sur des groupes avec d'autres parents. Elle aime bien regarder les postes que ses proches lui partagent sur ses réseaux sociaux.

## Ce que l'on peut lui apporter:

Des cours de cuisine ludiques et éducatifs, permettant aux enfants de développer des compétences culinaires tout en s'amusant.



## Vie personel

Alexandre, à 35 ans et est un cadre dans le secteur de la finance. Il est marié et a 2 enfants en bas âge.

## Une journée type:

Une journée type pour Alexandre, est une journée remplie de réunion stressante au bureau. Quand il rentre à sa maison il doit s'occuper de ses enfants et leur faire à manger, il n'a donc pas de temps pour lui.

## Sont pain point:

Le manque de temps pour cuisiner de manière élaborée, et de manière saine.

## Ses besoins:

Il est à la recherche de cours pratiques pour des repas équilibrés et sains. Afin qu'il puisse participer au cours il préfère les faire en semaine.

## Comment nous a t'il connue?:

Alexandre utilise beaucoup LinkedIn de par son travail. Nous pouvons donc le contacter via des réseaux sociaux professionnels.

## Ce que l'on peut lui apporter:

Des cours de cuisine adaptés à son emploi du temps chargé, avec des recettes simples, rapides et saines.



# Nos cibles



## Vie personel

Isabelle, 45 ans travaille dans le secteur de la santé. Elle est mariée et à deux enfant adolescents.

## Une journée type:

Isabelle travaille à plein temps et passe ses soirées géré les activités parascolaires de ses enfants et les responsabilités domestiques. Les soirées en semaine sont les seuls moments où elle peut se consacrer à elle-même.

## Sont pain point:

Afin de se sentir mieux et plus productive, elle a besoin de trouver une activité équilibrée pour faire des activité pour elle .

## Ses besoins:

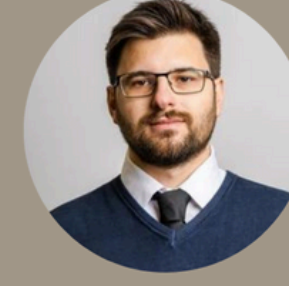
Elle recherche une activité relaxante et enrichissante pour se détendre après une journée chargée.

## Comment nous a t'il connue?:

Campagnes publicitaires ciblées sur les plateformes en ligne comme YouTube et les blog personnel, mettant en avant le côté relaxant et éducatif des cours de cuisine en soirée.

## Ce que l'on peut lui apporter:

Des cours de cuisine le soir en semaine, offrant à Isabelle une pause bien méritée tout en lui permettant d'apprendre de nouvelles compétences culinaires.



## Vie personel

Marc, 38 ans est ingénieur en informatique. Il est célibataire et aime regarder des émissions de cuisine, et est passionné de gastronomie .

## Une journée type:

Marc travaille intensément toute la semaine. Les week-ends, il cherche des activités enrichissantes pour équilibrer son style de vie. Il apprécie particulièrement la gastronomie et aimerait développer ses compétences culinaires.

## Sont pain point:

Marc n'aime pas trop la routine et le manque de variété dans ses activités de week-end et à la volonté d'apprendre des nouvelles recette.

## Ses besoins:

Il cherche une activité a faire le week-end afin de pouvoir améliorer ses compétence en cuisine, pour pouvoir impressionnée ses proches

## Comment nous a t'il connue?:

Marc aime beaucoup regarder des blog culinaire. Il aime aussi regarder des vidéos de nouvelles recette sur les réseaux sociaux. Marc nous a donc connue grâce a nos partenariat avec des blog culinaire, mais aussi nos nombreuses vidéos posté sur Tiktok.

## Ce que l'on peut lui apporter:

Des cours de cuisine le week-end, mettant l'accent sur des recettes raffinées et sur la création d'une expérience sociale agréable.

# Choix des canaux

## Site internet:

- Mettre en avant nos offres, avec un design interactif et des photos et vidéo attrayante.
- Site qui se charge vite et compréhensible pour tous.
- Optimiser le moteur de recherche SEO et inbound.
- Encourager nos clients à nous laisser des avis en ligne.

Par exemple, grâce aux avis positifs nos clients vont nous laisser sur Google nous allons renforcer la confiance de nos prospects ce qui nous donnera plus de visibilité.

## Emailing:

Les e-mails nous permettent de communiquer plus facilement avec la famille, les nouveautés ou les potentiels changements de cours. Comme certains de nos cours sont pratiqués par les enfants, et que les enfants n'ont pas de moyen de communiquer avec nous, il est donc plus facile de communiquer les informations aux parents par mail.

## Réseaux sociaux:

- Utilisation de Facebook avec des posts visés pour les mères et pères de famille.
- Grâce à TikTok et Instagram nous pourrions cibler les jeunes actifs, avec des vidéos courtes. Présenter certains de nos recettes que l'on réalise en cours.
- Nous allons aussi utiliser LinkedIn pour les actifs, car ce réseau est surtout utilisé comme un outil pour les personnes qui travaillent. Nous pensons que nous pouvons contacter plus facilement des personnes qui pourraient être notre cible.

## Publicité en ligne et partenariat:

- Nous allons investir dans les campagnes SEA (Search Engine Advertising) afin que l'on puisse cibler plus rapidement notre clientèle qui cherche des cours de cuisine.
- Nous allons aussi nous positionner sur des publicités des réseaux sociaux, en mettant en avant les offres que l'on propose.
- Nous avons comme objectif de créer des partenariats avec des blogs culinaires et des sites de recettes.



# Calendrier

## CALENDRIER COMMUNICATION

### JANVIER

- 4: Poste insta room de l'atelier
- 12: insta story vidéo enfants prestation
- 18: Facebook 5 bonne raison de venir après le travaille
- 30: tik tok pourquoi faire une activité créative

### FÉVRIER

- 8: insta poste présentation de notre équipes d'encadre
- 10 facebook vidéo cours
- 13: tik tok comment on choisi nos produits
- 18 : insta nous sur insta vs la vraie vie

### MARS

- 4: carrousel insta préparation d'une bonne tarte
- 9: tik tok vidéo dégustation avec les yeux fermé
- 24: facebook une journée avec nous
- 29: insta comment capter les enfants avec un cour de cuisine

### AVRIL

- 6: facebook venir profiter d'un de nos cours
- 14: Insta poste à quoi sert un cour de cuisine pour enfants
- 20 insta :story pourquoi avoir une bonne alimentation
- 30: promotion d'un cours spécial végane

### MAI

- 2: tik tok une journée dans la vie d'un chef cuisinier
- 10: insta poste pourquoi thermomix facilite nos cours
- 13:facebook 5 bonne raison de venir chez nous
- 25: tik tok comment faire un flan

### JUIN

- 8: facebook informer nous sommes ouvert pour les vacances
- 16: tik tok enfants devine aliment odorat et toucher
- 18: insta story comment faire une chantilly
- 25:Facebook pourquoi venir au cour de soir

### JUILLET

- 5 : poste tik tok découverte d'un produit
- 15 : story insta en liens avec la journée des compétence des jeunes
- 23: poste facebook photo enfants en activités

### AOUT

- 4: story insta de nous qui avons reçu en ingrédient surprise pour le prochain cour
- 14: tik tok faire vidéo des endfants pour voir leurs retour
- 28: facebbok montre des créations

### SEPTEMBER

- 1: story insta en liens avec le journée du sourire
- 11: facebbok video du chef pendant le cour
- 22: insta poste photo famille en prestation
- 27: story insta dégustation
- 30: tik tok expliquer un recette

### OCTOBER

- 6: story insta en liens avec le journée du sourire
- 12: insta poste 5 bonne raison de s'inscrire dans nos cours
- 26: tik tok room tour du local
- 29: facebook faire pub

### NOVEMBER

- 5: story insta en liens avec journée des parents au bureau bonne raison de venir chez nous
- 14: tik tok vidéos humoristique enfants sale après nos cours
- 30: facebook

### DECEMBER

- 2: poste facebbok inscription avant les fête pour préparer un super repas
- 19: poste insta cour recette buche de Noël prochain cour
- 27: tik tok de nous qui nous somme régaler grâce a tout nos cours de cuisine

# Budget

Nous avons en tout un budget de communication de 28000€, afin que tout les canaux de communication soit touché par nos service et que nos cibles soit satisfait de cours de cuisine  
voici les dépenses que l'on a prévue de faire, durant l'année.

## Le marketing en ligne :

- 8000€: Afin que notre site web soit élaborer, créatif et optimisé.
- 8000€: Pour tout se qui est réseaux sociaux et google Ads
- 6000€: Pour le marketing et le contenu des réseaux sociaux
- 4000€: collaboration avec des blogs culinaire, des chaine de cuisine, des influenceur ...

## Marketing hors ligne:

- 1500€: Recette du jour, carte de visite, planning des menus.
- 2500€: événement a l'extérieur et intérieur des locaux.



# Plan de lancement provisoire

## NOTORIÉTÉ

Relations Publiques (RP) et Annonces sur Facebook

- Rédiger des communiqués de presse sur le lancement des cours de cuisine adaptés aux cadres occupés.
- Mettre en place des annonces ciblées sur Facebook, soulignant la praticité des cours.
- Sponsoring des Contenus Premium et Continuation des RP
  - Collaborer avec des influenceurs culinaires pour parrainer les contenus premium.
  - Continuer les relations publiques avec des articles dans des médias spécialisés.
- Campagnes d'Interactions sur LinkedIn et Sponsoring sur LinkedIn
  - Lancer des campagnes d'interactions sur LinkedIn pour renforcer la présence professionnelle.
  - Sponsoriser des contenus premium sur LinkedIn pour atteindre une audience professionnelle.

## ACQUISITION

- Lancement des Campagnes SEA et Social Media Ads sur Facebook
- Démarrer des campagnes SEA avec des mots-clés pertinents pour attirer des professionnels pressés.
- Annoncer sur Facebook avec des visuels attrayants mettant en avant la simplicité des cours.
- Optimisation SEA et Continuation des Campagnes Social Media
- Optimiser les campagnes SEA en fonction des résultats initiaux.
- Continuer les campagnes Social Media avec des témoignages vidéo et des recettes rapides.
- Nouvelles Campagnes SEA et Campagnes de Trafic
- Lancer de nouvelles campagnes SEA en se basant sur les performances antérieures.
- Initier des campagnes de trafic ciblées, en mettant en avant un "fil rouge" pour attirer l'attention.

## RÉTENTION & EDUCATION

- Mise en Place du Blog avec SEO et Préparation des Campagnes Emailing
- Créer le blog avec des articles sur la nutrition pour les professionnels occupés.
- Préparer les premières campagnes d'emailing avec des astuces de cuisine.
- Lancement du Blog avec Articles Continus et Lancement des Campagnes Emailing
- Lancer le blog avec des articles réguliers sur des recettes rapides et saines.
- Commencer les campagnes d'emailing avec des offres spéciales pour les premiers inscrits.
- Continuation du Blog avec SEO et Lancement du Nurturing
- Continuer à enrichir le blog pour renforcer le référencement naturel.
- Lancer des campagnes de nurturing par email avec des conseils personnalisés et des incitations à participer à de nouveaux cours.



NOTRE  
COMMUNICATION  
FASSE A LA CRISE  
D'INTOXICATION

# Notre mail

Monsieur Outupleur,

C'est avec une profonde préoccupation que nous avons pris connaissance des problèmes de santé signalés par certains participants à notre récent atelier de cuisine. Nous tenons à vous exprimer nos plus sincères excuses pour les désagréments subis par ces personnes.

La sécurité et le bien-être de nos participants sont au cœur de nos préoccupations, et nous prenons très au sérieux les allégations d'intoxication alimentaire. Dès réception de votre message, nous avons immédiatement mis en place une équipe dédiée pour enquêter sur ces incidents.

Nous comprenons l'urgence de la situation et nous nous engageons à collaborer pleinement avec vous et votre association pour comprendre les circonstances entourant ces cas d'intoxication présumée. Nous sommes déterminés à prendre toutes les mesures nécessaires pour remédier à la situation et assurer la sécurité de nos participants à l'avenir.

Sachez que nous partageons votre inquiétude et que nous prendrons toutes les mesures nécessaires pour rectifier la situation. Vous recevrez une réponse détaillée dans les plus brefs délais, une fois que notre enquête interne sera complétée.

Nous tenons à vous assurer de notre totale transparence et de notre engagement à résoudre cette situation de manière éthique et responsable. Si vous avez besoin de plus d'informations ou si vous souhaitez discuter de cette affaire de vive voix, n'hésitez pas à nous contacter directement.

Veillez agréer, Monsieur Outupleur, l'expression de nos plus sincères salutations.

Cordialement,

La direction Les Petits Cuistot.

# Notre discours

Bonjour ,

Je tiens à vous remercier pour votre présence ici aujourd'hui, alors que notre entreprise, "Les Petits Cuistots", traverse une période délicate. La santé et le bien-être de nos participants sont notre priorité absolue. Récemment, nous avons été informés de préoccupations concernant des problèmes de santé liés à nos ateliers de cuisine. Nous comprenons l'importance de cette situation et prenons cela très au sérieux.

Nous avons immédiatement mis en place une enquête interne pour examiner en détail tous les aspects de nos activités. Nous travaillons en étroite collaboration avec les autorités sanitaires pour identifier et résoudre toute source potentielle de préoccupation.

La transparence est cruciale pour nous. Nous vous tiendrons informés au fur et à mesure de nos découvertes et des actions que nous entreprenons pour résoudre cette situation. Nous nous engageons à assurer la sécurité et la qualité de nos services.

Nous comprenons l'inquiétude que cela peut susciter, mais nous sommes déterminés à remédier à cette situation de manière éthique et responsable.

Je suis maintenant prêt à répondre à vos questions et à fournir autant d'informations que possible pour rassurer le public et restaurer la confiance envers notre entreprise et nos services.

Je vous remercie pour votre présence et votre attention.



# Notre poste



Voici se que nous allons mettre en description de notre poste Facebook:

Bonjour, nos petit cuistot !

Votre sécurité et votre bien-être nous est très chers. Nous avons ainsi pris en compte vos témoignage et avons décidé de prendre des mesures immédiates afin résoudre le problème.

Nous avons ainsi effectué des inspections approfondies dans notre cuisine, chercher ou se trouve notre problèmes en prennent soins d'être a votre écoute et mis en place des procédures supplémentaires pour éviter que cela ne se reproduise à l'avenir.

Malgré cet incident, nous tenions a vous dire que nous sommes une équipe passionné par la cuisine, et faisons le maximum pour que chaque cours soit une expérience exceptionnelles. Nous tenions a vous remercier pour votre confiance et soutien. Nous vont proposons un cour gratuits a fin de vous dédommager .

Cordialement l'équipe des petits cuistot  
#cuisine #intoxication #cooking #coursdecuisine  
#france