

LE PARC DES COMBES

SAE

Communication Commerciale



**BOUCHARDON Robin, CHASSOT Alexia, JONARD
Capucine, THEVENARD Lola, VINCI Ludivine
29/11/2024**

SOMMAIRE

1	Le Problème à Résoudre	1
1.1	Objectif Marketing	1
1.2	Objectif de Communication	1
2	Déterminer nos cibles	2
2.1	Cible générale	2
2.2	Cible principale	2
2.3	Cible secondaire	2
2.4	Cœur de cible.....	3
1	Objectif de notre Communication	3
2	Copy stratégie classique	4
3	Description de l’affiche	5
3.1	Les éléments de l’affiche de haut en bas	6
3.2	Numérotation des éléments du plus au moins importants	6
3.3	Les codes couleurs.....	7
3.4	La description	7
3.5	La méthode et lecture.....	8
3.6	La distribution	8
3.7	Les stories	9

NB : Nous avons donné le logo du Parc des Combes à l’ensemble de la promo TC1 sans le fond blanc

1 Le Problème à Résoudre

Problème à Résoudre = PAR

Il y a trois types de **PAR** ; Comportement, Notoriété et Image.

Dans notre cas, c'est le **comportement** le problème à résoudre car l'objectif du Parc des Combes est d'attirer à nouveau sa clientèle.

1.1 Objectif Marketing

L'objectif marketing est de **fidéliser** les clients et les inciter à revenir grâce à notre affiche et notre campagne de communication.

1.2 Objectif de Communication

Étant donné que l'objectif marketing est de fidéliser les clients, nous les transformons en objectif **affectif** dans un premier temps, pour continuer de faire aimer cet événement qui se déroule seulement en décembre.

Puis un objectif **conatif**, car nos cibles ont déjà pu essayer le service donc on les pousse à repasser à l'achat notamment avec le QR Code placé sur l'affiche.

2 Déterminer nos cibles

Afin de mieux toucher nos cibles, nous allons les fractionner, c'est-à-dire que l'on va découper le marché en différents segments de clients par le biais de plusieurs critères. Nous utilisons donc la qualification des cibles de communication :

1) Qualification quantitative :

Socio démographique : Enfant de moins de 8 ans, école primaire

Géographique : Creusot et ses environs de 20km, une population d'environ 35 000 habitants

2) Qualification qualitative :

Psychographique : Émerveillé par la magie de Noël

Comportementaux : Déjà venu

2.1 Cible générale

Nous allons agir en **B to C**.

Et notre territoire d'action est **principalement local mais peut s'élargir aux alentours**.

2.2 Cible principale

Notre cible principale sont **les parents**. Grâce aux enfants enjoués de vivre de nouveau cette expérience, ils vont demander à leurs parents d'y retourner. Les parents ne pourront pas refuser une telle proposition devant leurs enfants émerveillés.

Les familles avec au moins un enfant représentent 40,9 % de la population creusotine. Ce qui est une bonne chose pour la sensibilité de notre campagne de communication.

Source : <https://www.linternaute.com/ville/le-creusot/ville-71153/demographie>

2.3 Cible secondaire

Nos cibles secondaires sont **les grands parents, les oncles et tantes** qui veulent offrir à leurs petits enfants ou neveux/nièces un moment de partage inoubliable sous les lumières de Noël proposé par le Parc des Combes.

2.4 Cœur de cible

Les enfants de moins de 8 ans sont notre cœur de cible car selon un article, il est dit que l'avis des experts est quasi unanime sur la limite d'âge concernant la croyance du Père Noël chez les enfants, c'est-à-dire 8 ans. C'est ce qu'on appelle l'âge de raison.

Source : https://www.huffingtonpost.fr/life/article/croire-au-pere-noel-oui-mais-jusqu-a-quel-age_29742.html#:~:text=L%27avis%20des%20experts%2C%20finalement,beaux%20moments%20de%20leur%20enfance

1 Objectif de notre Communication

Les enfants attendent chaque année avec impatience le retour de Noël. En effet, cette fête est synonyme de cadeaux et de magie. Les familles sont souvent réunies et passent d'agréables moments ensemble. Les enfants, mais aussi les adultes adorent décorer leur sapin et raconter l'histoire du Père Noël qui parcourt la Terre entière pour distribuer les cadeaux à une heure tardive.

Notre évènement se déroule justement pendant cette ambiance magique. Chaque enfant aura la possibilité de voir, parler et prendre une photo avec le Père Noël. Ils auront accès au train qui les fera voyager dans l'univers de Noël.

Aux dates suivantes : **1, 7, 8, 11, 14, 15, 18, 21, 22 et 23 décembre 2024**

Les départs du train se feront à **14h, 15h15 et 16h30 à la gare Avenue de l'Europe** sauf **le 24 décembre où le départ sera à 9h30 et à 10h45.**

Plein tarif pour les petits à partir de 1,20 mètres = 13,50 euros.

Tarif réduit pour les petits qui mesurent moins de 1,20 mètres = 10,90 euros.

Gratuit pour les moins de 90 centimètres.

2 Copy stratégie classique

PROMESSE :

Revivre la joie de Noël en famille au Parc des Combes lors des départs de trains durant le mois de décembre.

Envie et excitation de reprendre le train du Père Noël pour les enfants. L'expérience sera encore plus exceptionnelle que la dernière fois et renforcera encore plus les liens familiaux.

Slogan : Le Père Noël revient pour de nouvelles aventures dans son train

PREUVE :

Sur le site Internet du Parc des Combes, on remarque que l'avis général est positif à 4,3/5 sur google. Les commentaires des clients sont très favorables.

BÉNÉFICE CONSOMMATEUR :

Les familles gagneront une journée remplie de souvenirs inoubliables.

TON :

Magique, festif, enfantin, ludique.

3 Description de l'affiche

CANAL : Média et média numérique

MOYEN : Affiche

Le Père Noël revient pour de nouvelles aventures dans son train

Tarifs

Plus de 1.20 m: 13.50 €
Moins de 1.20 m: 10.90 €
Moins de 90 cm: gratuit

Le 1-7-8-11-14-15-18-21-22-23 décembre à 14h-15h15-16h30
Le 24 décembre à 9h30-10h45

Départ du train
Avenue de l'Europe

RESERVEZ VOS BILLETS

  

 
LE PLUS DE SENSATIONS
POUR TOUTE LA FAMILLE !

3.1 Les éléments de l'affiche de haut en bas

- Titrage en rouge
- Guirlandes de Noël
- Nuages de communications avec les tarifs et les dates
- Bonhomme de neige
- Train de Noël
- Flocon de neige
- Les logos des réseaux sociaux (Facebook et Instagram)
- QR Code
- Père Noël caché
- Le logo du Parc des Combes

3.2 Numérotation des éléments du plus au moins importants



3.3 Les codes couleurs

Nous nous sommes appuyés sur les codes couleurs du site des Parc des Combes. Ainsi nous avons repris un vert similaire à celui du logo pour créer deux gros nuages qui contraste avec le fond blanc. De plus, nous avons ajoutés une troisième couleur, le rouge. Pour 2 raisons :

- 1) **Le rouge est la couleur symbolique de Noël** qui est notre sujet de campagne publicitaire, donc celle-ci est centrale pour notre affiche.
- 2) Le rouge se trouve à l'opposé du vert sur le cercle chromatique ce qui fait ressortir encore plus le train par rapport aux nuages.

3.4 La description

Sur notre affiche nous avons placé un train au milieu pour représenter le train du Père Noël. En étant placé au milieu, il prend une position centrale dans le but d'attirer l'œil et de comprendre tout de suite quel est notre sujet. De plus, il s'oriente vers la droite comme s'il allait sortir de l'affiche et donc donner l'aspect qu'il arrive à grande vitesse et qu'il ne faut pas le rater. La fumée du train inscrit le fait que celui-ci est en marche et qu'il ne faut pas le rater.

Les petits nuages verts peuvent faire penser à la fumée qui sort de la cheminée du train. Nous avons volontairement laissé le fond en blanc pour contraster avec les éléments essentiels et pour représenter la neige.

Le QR Code permet d'accéder directement aux réservations du train sur le site Internet. C'est un moyen rapide, facile et économique pour le client qui n'a pas à se déplacer pour l'achat d'un billet.

Les logos des réseaux sociaux sont ajoutés à l'affiche pour montrer que le Parc des Combes est aussi présent sur ce canal média numérique.

Le slogan est en haut en rouge « Le Père Noël revient pour de nouvelles aventures dans son train » encadré de guirlandes pour rappeler les lumières de Noël et pour rester focalisé.

3.5 La méthode et lecture

Nous avons utilisé la **méthode AIDA** :

- L'**Attention** avec l'énorme train au centre de l'affiche.
- L'**Intérêt** avec notre slogan
- Le **Désir** avec le Père Noël
- L'**Achat** grâce au QR Code et « Réservez vos billets »

Ensuite nous avons construit notre affiche sous forme d'une **lecture en Z** :

Cela permet en un coup d'œil de faire le lien entre l'évènement, l'achat et le lieu.



3.6 La distribution

Les affiches seront distribuées devant et dedans :

- **Les écoles, crèches**

C'est le lieu le plus primordial pour notre affiche car l'école réunit un nombre important d'enfants au même endroit. De plus, les enfants parlent entre eux durant les récréations, ainsi un enfant peut recommander l'évènement à ceux de son groupe qui ne l'auraient pas vu. Les mamans et les papas qui attendent devant les grilles de l'école peuvent s'attarder dessus par curiosité. Il y aura une affiche à l'extérieur et une à l'intérieur de l'établissement.

- **Les clubs d'activités sportives et culturelles**
- **Les commerces de proximité**

3.7 Les stories

Nous posterons également des stories sur le compte Instagram du Parc des Combes une fois par semaine.





Votre story 6 s



Billetterie.parcdescombes.com

Le Père Noël revient pour de nouvelles aventures dans son train



Tarifs

Plus de 1.20 m: 13.50 €
Moins de 1.20 m: 10.90 €
Moins de 90 cm: gratuit

Le 1-7-8-11-14-15-18-21-22-23
décembre à 14h-15h15-16h30

Le 24 décembre à 9h30-10h45

Départ du train
Avenue de l'Europe



RESERVEZ
VOS BILLETS



Ajouter un commentaire...