



DIGI GRILL

CAMPAGNE DE COMMUNICATION





CONTEXTE : POÊLE INTELLIGENTE

OBJECTIF :

- Vous faciliter le contrôle de ce que vous cuisinez
- Vous proposer un maximum en un objet

FONCTIONNALITÉS :

- **Pesée intégrée** : Peser les ingrédients directement dedans
- **Minuteur intelligent** : Programmer des temps de cuisson
- **Thermomètre intégré** : Contrôler la température en temps réel
- **Écran connecté** : Interface intuitive pour tout visualiser
- **Application mobile** : Accéder à des recettes, des conseils et partager leurs recettes
- **Chargement de la poêle avec un système solaire ou la chaleur**





OBJECTIFS SMART

1

RENTABILITÉ

Spécifique : Vendre 5 000 unités de la poêle intelligente d'ici la fin du premier trimestre de lancement.

Mesurable : Suivi hebdomadaire des ventes via la plateforme de vente en ligne et les points de vente physiques.

Atteignable : pub en ligne et centre commerciaux.

Réaliste : Affiche, promo, spot pub

Temporel : Se donner une date butoir de 3 mois après le lancement pour visualiser l'effet de notre marque et corriger le tir

2

CONFIANCE

Spécifique : Atteindre un taux de satisfaction client de 90 % sur les avis en ligne.

Mesurable : Site web et réseaux

Atteignable : Mise en place d'un service après-vente réactif et d'une équipe dédiée aux questions des clients.

Réaliste : S'assurer que le produit réponde aux attentes et en proposant un suivi proactif.

Temporel : Délai d'un an après le lancement.

3

NOTORIÉTÉ

Spécifique : Augmenter la notoriété de la poêle intelligente en obtenant 20 000 visites sur le site web.

Mesurable : Utilisation des outils d'analyse web pour suivre les visites, la durée des sessions, et le taux de rebond.

Atteignable : Lien sur les réseaux et dans le mode d'emploi

Réaliste : Lancer des campagnes publicitaires sur les réseaux sociaux et des collaborations.

Temporel : Délai de 3 mois après le lancement.



MAÎTRISEZ LA CUISINE, MAÎTRISEZ LE GOÛT

OBJECTIF :

- Augmenter la notoriété de la marque et mettre en avant l'innovation, la facilité d'utilisation et les avantages pour la cuisine au quotidien.

SLOGAN : "LA TECHNOLOGIE AU SERVICE DU GOÛT"

MESSAGE :

Les poêles connectées de **DIGIGRILL** permettent à toute personne de vivre une expérience culinaire simplifiée grâce à la technologie intégrée.





NOTRE CIBLE



Centre d'intérêt

- Technologie, la cuisine facile et saine, efficacité au quotidien.
- Aime la simplicité
- Besoin d'outils fiables et précis

PROFESSIONNELS

25 - 65 ans
Hommes & Femmes

Comportement :

- Recherchent des outils pratiques pour améliorer leur travail en cuisine

Justification :

- Optimise et simplifie leur activité, tout en réduisant le nombre d'ustensiles



FAMILLE

18 - 70 ans ++
Hommes & Femmes

Comportement :

- Privilégier des solutions simples pour préparer des repas de qualité pour toute la famille

Justification :

- Partager des recettes ensemble dans un moment convivial



AMATEURS DE CUISINE

18 - 70 ans
Hommes & Femmes & Etudiants

Comportement :

- Recherchent des outils innovants et multifonctionnels pour tester efficacement des recettes

Justification :

- Apprendre et essayer de nouvelles recettes
- Réduire le nombre d'ustensiles
- Tout en un





RÉSEAUX SOCIAUX



INSTAGRAM & FACEBOOK



TIKTOK



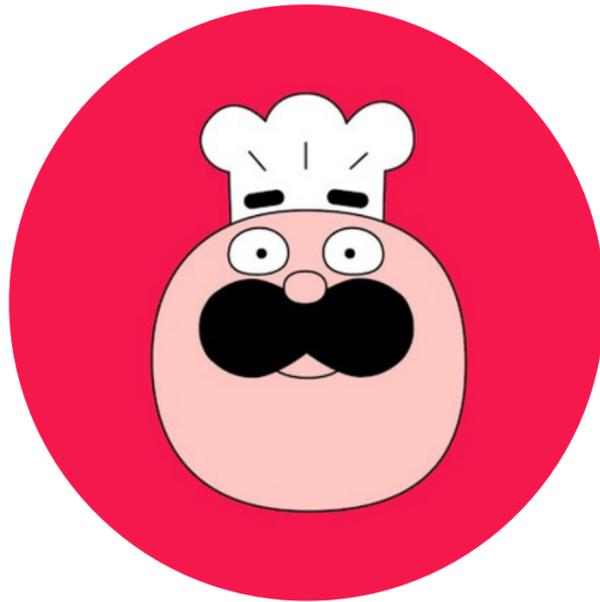
YOUTUBE

- **Contenu vidéo** : Créer des tutoriels et des démonstrations vidéos, jeux concours
- **Stories interactives** : Quizz, sondages et challenges autour de la cuisine
- **Reels & TikToks** : Formats courts et ludiques (tutoriels, conseils, petits sketches...)





INFLUENCEURS



CHEFCLUB



FASTGOODCUISINE



L'ATELIER DE ROXANE



CARL IS COOKING





PROFESSIONNELS



CYRIL LIGNAC



PHILIPPE ETCHÉBEST



CÉDRIC GROLET



JUSTINE PILUSO





ÉVÉNEMENTS

Lancement en ligne :

- Organisation d'un événement de lancement en direct (live sur Instagram, YouTube et Facebook) où la poêle connectée est présentée. Inclure des démos en direct, des questions/réponses, et des concours pour gagner des poêles.

Tournée de démonstrations en magasin :

- Mise en place de stands interactifs dans des grandes surfaces ou magasins spécialisés pour montrer en direct comment la poêle fonctionne, avec dégustations.





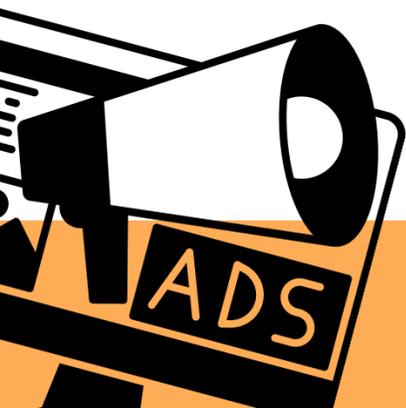
PUBLICITÉS

Télévision :

- Des pubs jouant avec des stéréotypes pour les casser (un homme qui cuisine, mais ne cesse de demander à sa femme où se trouvent les ustensiles : poêle, balance, minuteur, thermomètre).
- Des pubs qui présentent le produit et ses fonctionnalités

Publicité ciblée :

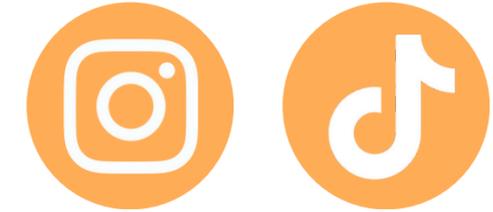
- **Facebook Ads / Instagram Ads** : Mettre en avant les fonctionnalités clés : chronomètre, applications de recettes, etc.
- **Google Ads** : Cibler les recherches sur des mots-clés liés à la cuisine connectée, les objets intelligents pour la maison.





CONTENU UGC

Challenge cuisine :



- Lancer un challenge **#MaCuisineDigigrill** :
- Les utilisateurs postent leurs recettes préparées avec la poêle connectée.

➔ **CHALLENGE POUR GAGNER DES ACCESSOIRES OU DES RÉDUCTIONS SUR D'AUTRES PRODUITS DE LA MARQUE.**

Avis & Témoignages clients :

- Encourager les clients à laisser des avis.
- Partager leurs recettes et expériences sur les réseaux sociaux en utilisant un hashtag (*#digigrill*).





RELATIONS PRESSE :

Articles sponsorisés :

- Rédiger des articles et des communiqués de presse sur l'innovation dans la cuisine et l'arrivée des poêles connectées. Les faire publier dans des magazines culinaires et des blogs tech.

Conférence de presse :

- Expliquer les résultats de l'enquête et les actions à venir.





ÉLABORATION DES KPI



1

OBJECTIFS DE VENTE

Nombre total d'unités vendues

Suivi des ventes effectuées sur :

- Le site web
- Les plateformes en ligne
- Les points de vente physiques.

Taux de conversion des visiteurs du site web : Pourcentage de visiteurs ayant finalisé un achat après avoir visité la page produit.

2

OBJECTIFS DE SATISFACTION CLIENT

Taux de satisfaction client

- Suivi des avis/notes données par les clients sur les différentes plateformes d'achats.
- Pourcentage de produits retournés ou de réclamations déposées.

3

OBJECTIFS DE NOTORIÉTÉ DE MARQUE

Trafic généré sur le site web

Nombre total de visites sur le site, analysé par source de trafic (réseaux sociaux, publicité payante, SEO..).

Taux d'engagement sur les réseaux :

Interactions (likes, partages, commentaires)

Performance des vidéos :

Nombre de vues cumulées sur YouTube, Instagram et TikTok.

Merci.

AVEZ-VOUS DES QUESTIONS ?

