

SASSIER Pauline
CORDIER Marie
TAMAYA Aymeric
RESSIGUE Hugo
FALANGA Nicolas
SANGOY Evan

SAE Communication Commerciale
Parc des Combes
Groupe 2

Plan de Communication :

Contexte : Affiche promotionnelle

L'entreprise le Parc des Combes est un parc de loisirs situé au Creusot en Bourgogne, ouvert depuis 1980. Le parc est constitué de 22 attractions. On souhaite pour cette campagne de communication promouvoir un événement celui d'Halloween.

Diagnostic Marketing :

La marque ainsi que le produit ont un positionnement sur le marché qui est basé sur le loisir dans un cadre familial. Le segment auquel on s'intéresse sont les visiteurs du parc ou futurs visiteurs.

SWOT :

Forces	Faiblesses
Animation tout au long de la saison	
Opportunités	Menaces
Développement d'événements pour attirer plus de visiteurs.	Concurrence : - Diverti parc - Touroparc - Le pal (animalier + attraction)

Les objectifs marketing de l'annonceur :

Par cette campagne pour la promotion d'Halloween, l'annonceur souhaite fidéliser sa clientèle afin de faire revenir ses clients.

Les objectifs de communication :

Tout d'abord, un objectif affectif car l'annonceur souhaite fidéliser sa clientèle dans l'objectif qu'ils passent un bon moment et qu'ils renouvellent l'expérience et ainsi revenir.

Mais également un objectif cognitif car l'annonceur souhaite faire connaître le parc auprès des nouveaux visiteurs de part cet événement d'Halloween.

Les contraintes imposées :

Aucune contrainte de diffusion ou de distribution ni budgétaire.

A. Question à poser en amont

1.

Le but de notre campagne est de fidéliser les clients en faisant la promotion d'un événement : Halloween. Afin d'attirer de nouveaux visiteurs.

2.

Par notre campagne publicitaire, nous souhaiterions toucher une cible qui apprécie l'évènement d'Halloween, elle s'adresse à une cible familiale parents et enfants qui souhaite vivre un moment ludique.

3.

Nous souhaitons rester sur l'atmosphère ludique voulu par le commanditaire dans ses campagnes précédentes. En ajoutant un ton humoristique pour séduire le consommateur. Avec un langage informel pour renforcer l'atmosphère familiale du parc.

4.

Nous avons fait le choix de faire la promotion de l'évènement d'Halloween en accord avec la période actuelle. Notre affiche sera principalement diffusée à travers le canal média numérique notamment sur les réseaux sociaux de la marque mais également sur leur site internet (MPN). De plus, le canal hors média sera exploité grâce à l'affiche exposée sur des panneaux publicitaires dans un format plus grand, des abris bus, ect.

5.

Copy Stratégie Créative :

Axe publicitaire : Dans cette affiche publicitaire nous communiquons notre programme pour Halloween. Le message principal est de proposer aux familles de venir passer un bon moment dans notre parc grâce aux animations proposées.

Concept évocation : Promotion du parc pour l'évènement d'Halloween avec une affiche aux couleurs noir et orange. Des éléments comme les chaudrons, les bonbons et l'araignée qui permettent l'évocation du thème d'Halloween aux cibles.

Thème de l'affiche : Halloween, jour de peur, journée familiale et activités inédites



CETTE ANNÉE, HALLOWEEN FRAPPE PLUS FORT

29, 30 ET 31 OCTOBRE

SOIRÉE SPECIALE
- 31 OCTOBRE -

DE 18H À 23H

Tarifs : 25 €
Gratuit - 8 ans

TRAINS D'HALLOWEEN
CHASSE AUX BONBONS
SOUPE D'HALLOWEEN

FAMILLES ET ENFANTS BIENVENUE !



2024