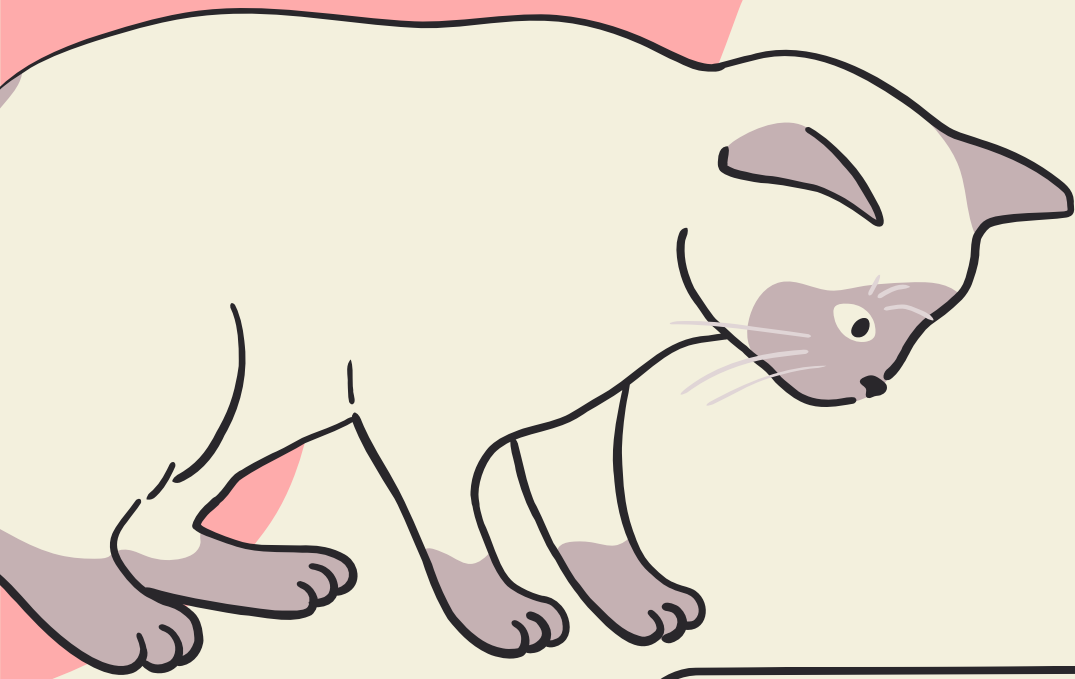


Coffee Cat

BAR À CHATS ROUEN



Qui suis-je ?



LILY LE BELLEGUIC
FREELANCE EN COMMUNICATION DIGITALE

- COMMUNITY MANAGEMENT
- CRÉATION DE CONTENU
- GESTION DES RÉSEAUX SOCIAUX
- IDENTITÉ VISUELLE
- COMMUNICATION DIGITALE
- VISIBILITÉ EN LIGNE



Sommaire



- PRÉSENTATION ET PROBLÉMATIQUE
- AUDIT DE COMMUNICATION (MISSION, CIBLES, SUPPORT DE COMMUNICATION)
- CONCURRENTS

- CALENDRIER ÉDITORIAL : CONTENU, BIO (PLANNING)
- CONCLUSION



Présentation



PRÉSENTATION : LE COFFEE CAT EST UN BAR À CHATS SITUÉ À ROUEN, CRÉE EN OCTOBRE 2024, GÉRÉ PAR MALAURIE FRANCO. L'ÉTABLISSEMENT PROPOSE DES PLATS SALÉS ET SUCRÉS AINSI QU'UNE VARIÉTÉ DE BOISSONS. L'ENTREPRISE TRAVAILLE EN PARTENARIAT AVEC L'ASSOCIATION « UN ESPOIR POUR DEMAIN », QUI S'OCCUPE DE STÉRILISER ET SOIGNER LES CHATS AVANT DE LES PLACER EN FAMILLE D'ACCUEIL.

LE COFFEE CAT RÉALISE ENCORE PEU DE VENTES LE MIDI, NOTAMMENT POUR L'OFFRE SALÉE. IL EST DONC IMPORTANT DE MIEUX METTRE EN AVANT LES PRODUITS PROPOSÉS AFIN D'ATTIRER DAVANTAGE DE CLIENTS ET D'AUGMENTER LES VENTES.

Catégories

		Quantité	Montant
chaud	(boissons)	34	133.70
froid	(boissons)	26	102.50
sucré	(pâtisseries, desserts)	26	112.20
salé	(plats)	3	48.50
Supplément		9	7.80



Problématique

PROBLÉMATIQUE : COMMENT LES RÉSEAUX SOCIAUX
PEUVENT-ILS PROMOUVOIR L'OFFRE SALÉE DU COFFEE
CAT POUR AUGMENTER LES VENTES ?



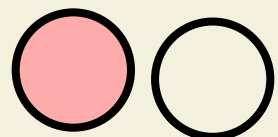
INFORMATION : MALAURIE FRANCO PARTAGE RÉGULIÈREMENT SON QUOTIDIEN SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX À TRAVERS DU STORYTELLING. ELLE PUBLIE DU CONTENU SUR LES CHATS À L'ADOPTION, LES CHATS EN GÉNÉRAL, AINSI QUE SUR LES PRODUITS PROPOSÉS PAR LE COFFEE CAT (CAFÉS, BOISSONS, PLATS, PÂTISSERIES, ETC.). ELLE PARTAGE ÉGALEMENT DES ASPECTS PLUS PERSONNELS DE SA VIE, COMME SA GROSSESSE, AFIN DE CRÉER UNE RELATION DE PROXIMITÉ AVEC SA COMMUNAUTÉ.



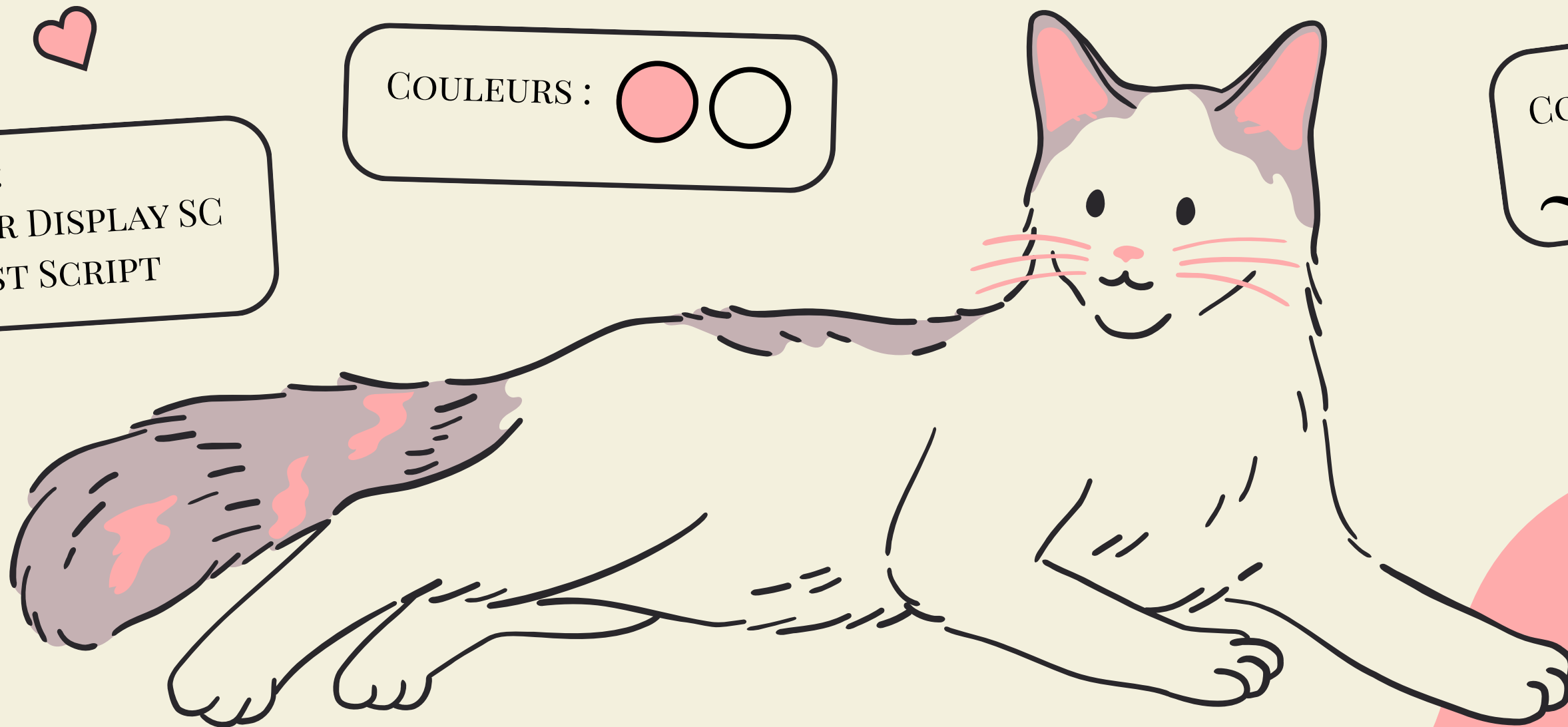
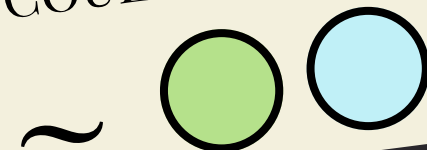
Charte graphique

TYPOGRAPHIES :
TITRE : PLAYFAIR DISPLAY SC
TEXTE : PLAYLIST SCRIPT

COULEURS :



COULEUR DE LA BOUTIQUE :





Audit de communication

MISSION ET VENTE

NOTORIÉTÉ

FAIRE CONNAÎTRE LE CAFÉ

IMAGE

POSITIONNER LE COFFEE CAT COMME COSY, GOURMAND,
CONVIVIAL

VENTE

VENDRE LES BOISSONS, PLATS SALÉS ET SUCRÉ
ARRIVER À FAIRE ADOPTER LES CHATS.

SUPPORT DE COMMUNICATION

INSTAGRAM : 6118 FOLLOWERS, 159 PUBLICATIONS DEPUIS 2024. 3 À 5
CONTENUS PAR MOIS, MAJORITAIREMENT DES RÉELS, AMBIANCE
PASTELS, MIGNONS, COSY, LIKE TRÈS VARIABLES (100 À 400 EN
MOYENNE), COMMENTAIRES VARIABLES (5 À 15 EN MOYENNE)

TIKTOK : COMME INSTAGRAM POUR LE VISUEL ET LES CONTENUS,
ACTIVE DEPUIS 2025, 2507 FOLLOWERS, 26.2K J'AIME, PAS D'ACTIVITÉ
DEPUIS NOVEMBRE 2025

PAS DE **SITE INTERNET** À ELLE, MAIS RÉFÉRÉE SUR LE SITE DE ROUEN
PRÉSENTE SUR LINKEDIN EN TANT QUE MALORIE FRANCO, PAS DE
COFFEE CAT.

UN AUDIT CORRESPOND À ANALYSER LES ACTIONS DE COMMUNICATIONS, FAIRE UN ÉTAT DES LIEUX.



CIBLES

CIBLE PRIMAIRE

ÉTUDIANTS AVEC REVENU SUFFISANTS, HOMMES-FEMMES, 24-35 ANS, À ROUEN,
PRÉSENTS SUR INSTAGRAM / TIKTOK, AMIS DES CHATS, PERSONNES ÂGÉES (50-60 ANS (CHERCHE LE
CALME POUR SORTIR LE MIDI, SE SOCIABILISER...))

CŒUR DE CIBLE

JEUNES FEMMES (ATTENTION : PAR PRÉCAUTION SANITAIRE, LA PRÉSENCE DES FEMMES ENCEINTES
EST DÉCONSEILLÉE), PERSONNE DE 25-30 ANS

SENSIBLES AUX LIEUX ESTHÉTIQUES

FANS DE COFFEE SHOPS ET DE CHATS

CIBLE SECONDAIRE

FAMILLES (SURTOUT AVEC ENFANTS CALMES POUR LE BIEN ÊTRE DES CHATS), TOURISTES FRANÇAIS,
CLIENTÈLE GOÛTER / DÉTENTE / DINER , TOURISTES ÉTRANGERS

CIBLE RELAIS

INFLUENCEURS LOCAUX, CRÉATEURS NOURRITURE, AMOUREUX DES CHATS, ÉTUDIANTS ET FAMILLES
PARTAGEANT LES CONTENUS (+ BOUCHE À OREILLES),

SPA ET ASSOCIATION “UN ESPOIR POUR DEMAIN”

SITE DE ROUEN, ACTU76, RÉSEAUX SOCIAUX NORMANDIE, ROUEN, ...

NOM : CLAIRE MARTIN

ÂGE : 29 ANS

PROFESSION : CHARGÉE DE COMMUNICATION

SITUATION : TRAVAILLE DANS LE CENTRE-VILLE DE ROUEN, À QUELQUES MINUTES DU COFFEE CAT

HABITUDES : CHERCHE UN ENDROIT CALME ET CHALEUREUX POUR SA PAUSE DÉJEUNER

BESOINS : MANGER RAPIDEMENT UN PLAT SALÉ LE MIDI TOUT EN PROFITANT D'UN MOMENT DÉTENTE

CENTRES D'INTÉRÊT : CHATS, CAFÉS COSY, INSTAGRAM, LIEUX "INSTAGRAMMABLES"

RÉSEAUX SOCIAUX UTILISÉS : INSTAGRAM ET TIKTOK

FREINS : NE CONNAÎT PAS VRAIMENT L'OFFRE SALÉE PROPOSÉE PAR LE COFFEE CAT

ATTENTES : VOIR DES PUBLICATIONS ATTRACTIVES SUR LES PLATS DU MIDI, LES MENUS ET L'AMBIANCE DU LIEU

OBJECTIF POUR COFFEE CAT :

ATTIRER DES PERSONNES ACTIVES TRAVAILLANT À PROXIMITÉ AFIN D'AUGMENTER LES VENTES DE L'OFFRE SALÉE LE MIDI GRÂCE À UNE COMMUNICATION PLUS VISIBLE SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX.

Persona



Audit de communication



TON

VOUVOIEMENT
FUN/ DRÔLE
COSY
CHALEUREUX

MESSAGE CLÉS

PLUS QU'UN CAFÉ À CHATS
PAUSE GOURMANDE À ROUEN
VENEZ DÉJEUNER AU COFFEE CAT
NOUS PROPOSONS AUSSI DU SALÉ POUR LE MIDI !
FORMULES SALÉES, SUCRÉES, BOISSONS
AMBIANCE COSY ET DÉTENTE
ADOPTÉZ ET PRENEZ SOINS DE NOS PENSIONNAIRES

VALEUR

CONVIVIALITÉ
BIEN-ÊTRE
AUTHENTICITÉ
GOURMANDISE
PARTAGE
PROTECTION ANIMALE
RESPECT



OBJECTIF

OBJECTIF COGNITIF (FAIRE CONNAÎTRE)

FAIRE CONNAÎTRE L'OFFRE DE RESTAURATION DU COFFEE CAT, SON CONCEPT DE CAFÉ À CHATS ET SON ENGAGEMENT EN FAVEUR DE L'ADOPTION VIA SON PARTENARIAT AVEC L'ASSOCIATION UN ESPOIR POUR DEMAIN.

OBJECTIF AFFECTIF (FAIRE AIMER)

DÉVELOPPER UNE IMAGE CHALEUREUSE, GOURMANDE ET ENGAGÉE, FAVORISANT L'ATTACHEMENT AU LIEU, AUX CHATS ET AUX VALEURS DE PROTECTION ANIMALE.

OBJECTIF CONATIF (FAIRE AGIR)

INCITER LE PUBLIC À VENIR DÉJEUNER AU COFFEE CAT, TESTER LES FORMULES SALÉES, LES PÂTISSERIES, LES BOISSONS, INTERAGIR AVEC LES CONTENUS DIFFUSÉS SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX ET ENVISAGER L'ADOPTION DES CHATS ACCUEILLIS AU SEIN DU CAFÉ.

C'EST UN CONCURRENT DIRECT
CAR L'ENTREPRISE PROPOSE UNE
OFFRE DE PRODUITS ET DE
SERVICES SIMILAIRE À COFFEE CAT

Concurrent direct

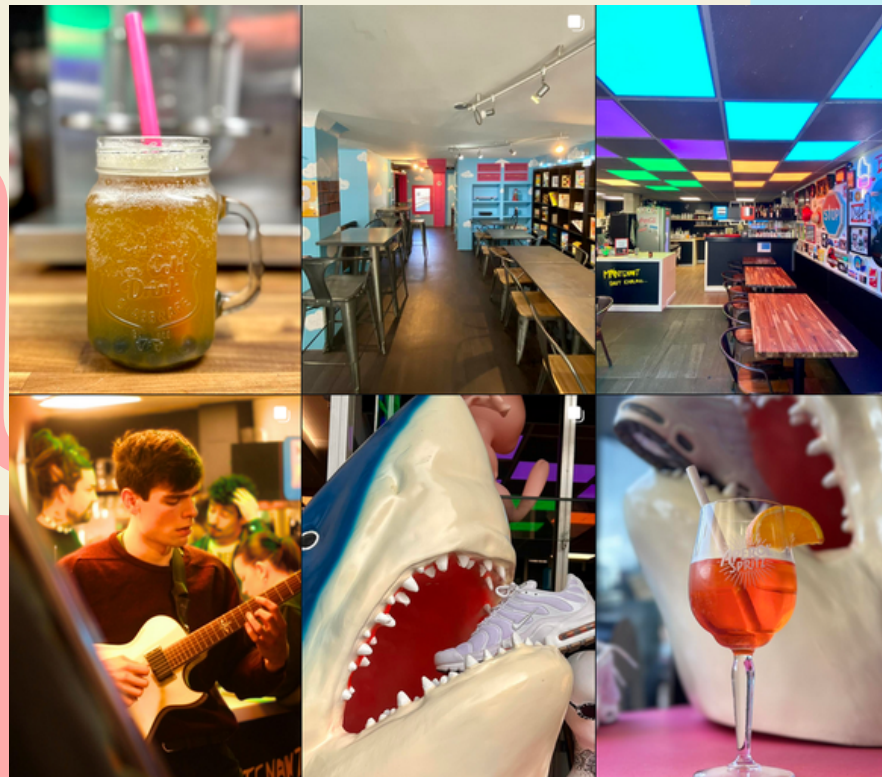
COSY LUNCH CRÊPERIE BAR À CHATS

8 PL. DE LA CALENDE, 76000 ROUEN

LIEU TRÈS BIEN SITUÉ PRÈS DE LA CATHÉDRALE, BAR À CHATS, JEUX DE
SOCIÉTÉS À VOLONTÉ,

SUR INSTAGRAM : VISUEL NÉON, AGRESSIF, PHOTOS DE CHATS ET DES
PRODUITS VENDUS

PRÉSENCE SUR FACEBOOK, MÊME TYPE DE CONTENU QU'INSTAGRAM,
MAIS PEU DE LIKSE , PAS DE PRÉSENCE SUR TIKTOK



C'EST UN CONCURRENT INDIRECT CAR
L'ENTREPRISE PROPOSE UN PRODUIT/
SERVICE DIFFÉRENT DE VOTRE OFFRE,
MAIS QUI SATISFAIT LES MÊMES
BESOINS

Concurrent indirect

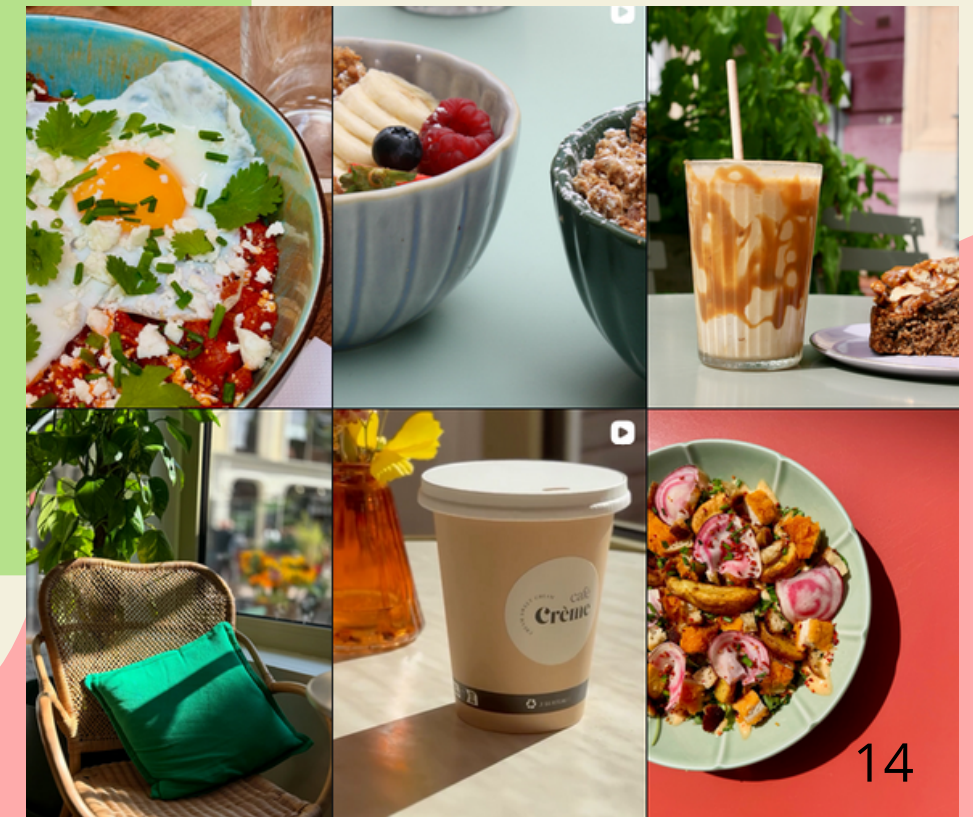
CAFÉ CREME

3 RUE DES BASNAGES, 76000 ROUEN

RÉSEAUX SOCIAUX : SUR INSTAGRAM, COULEUR SOBRE POUR UNE PARTIE DU
CONTENU, COULEUR SOLAIRE POUR UNE AUTRE PARTIE, MAIS CONTENUS
ATTRACTIF QUI DONNE ENVIE DE CONSOMMER , MAJORITAIREMENT DES RÉELS,
BEAUCOUP DE VISIBILITÉS (LIKE ET COMMENTAIRES)
PRÉSENCE SUR FACEBOOK (BEAUCOUP MOINS D'ABONNÉS)
SUR TIKTOK : PEU DE CONTENU...

SOBRE/FONCÉ

SOLAIRE



Calendrier éditorial



CALENDRIER ÉDITORIAL NOTION





Réels



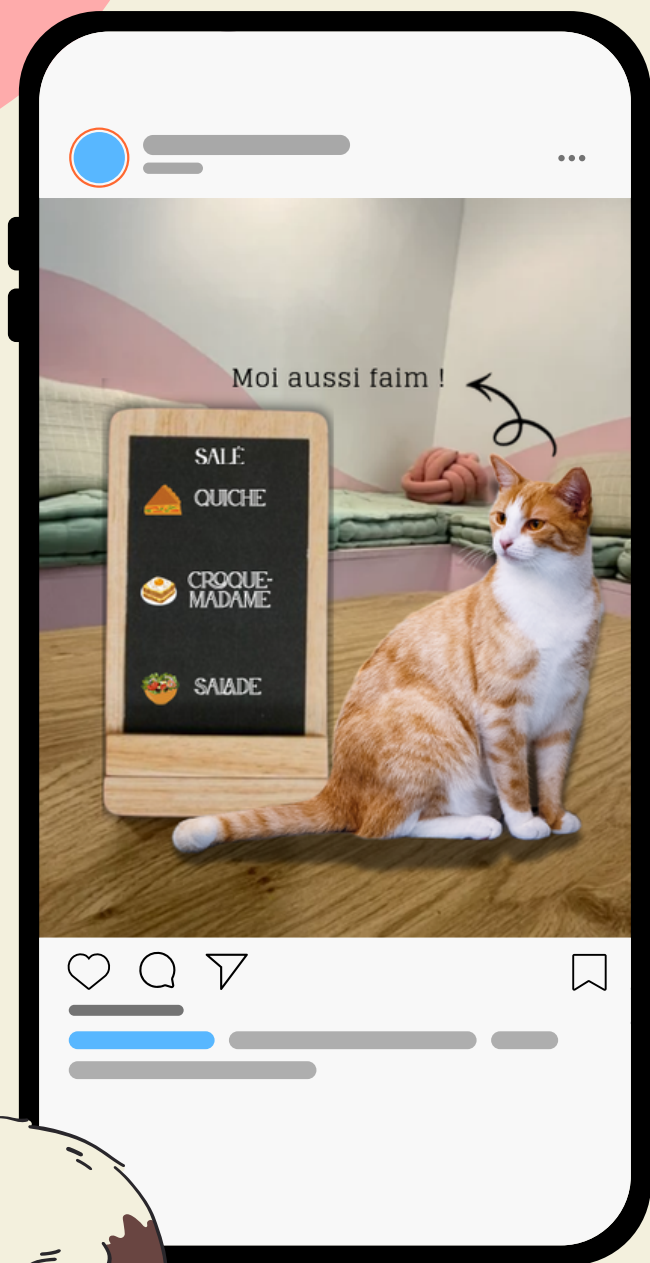
1

2

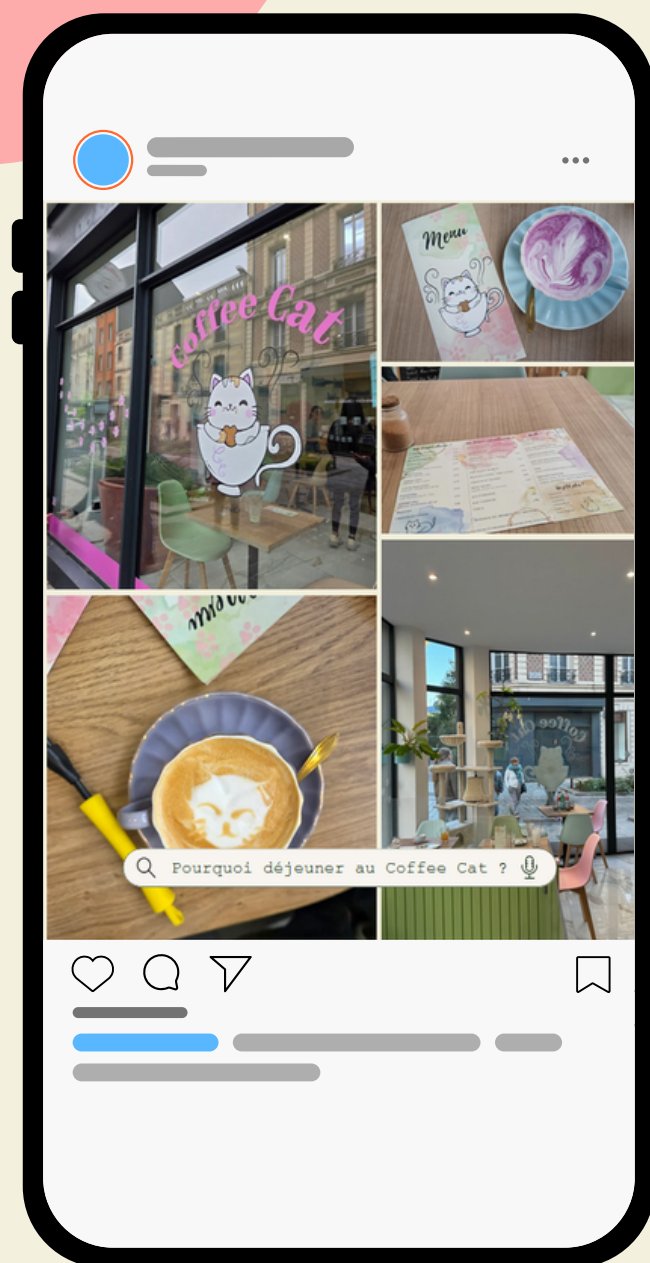
3

4

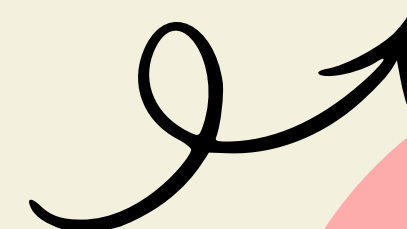
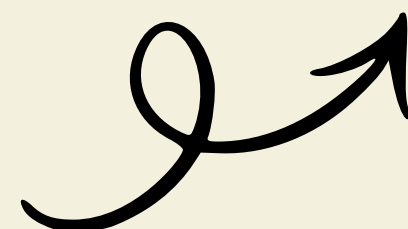
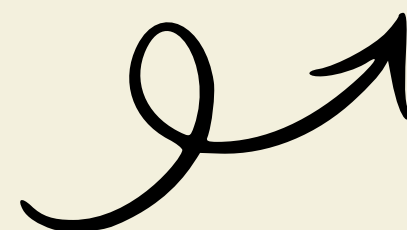
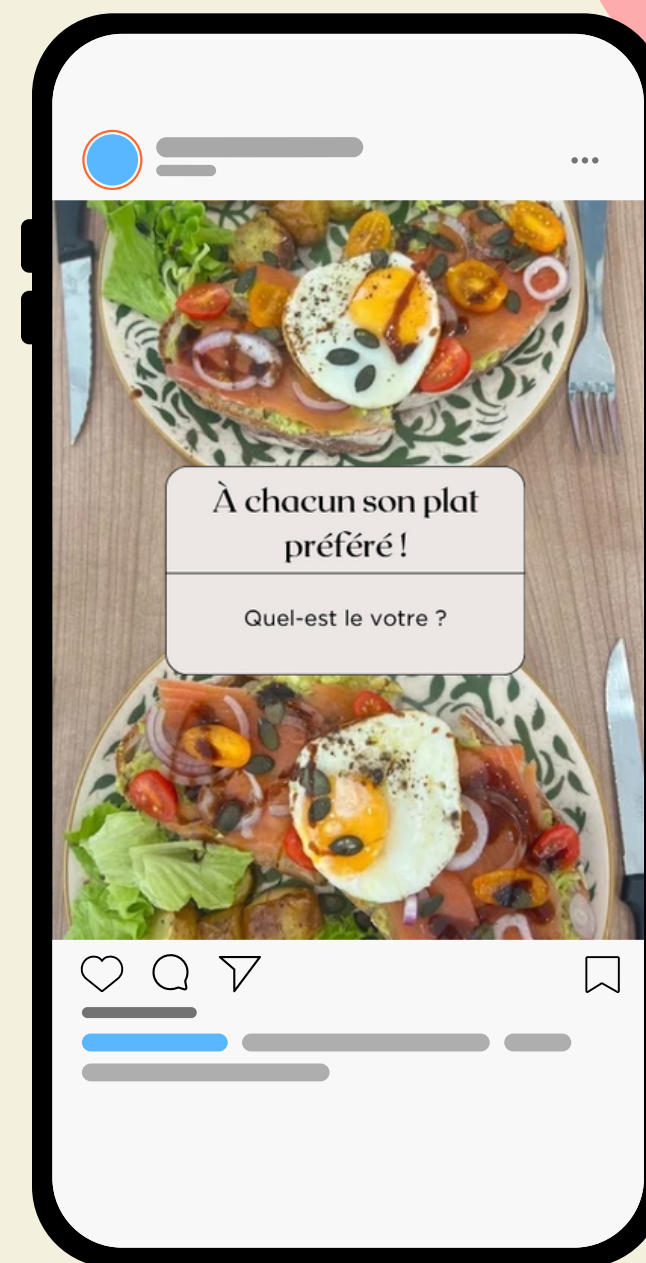
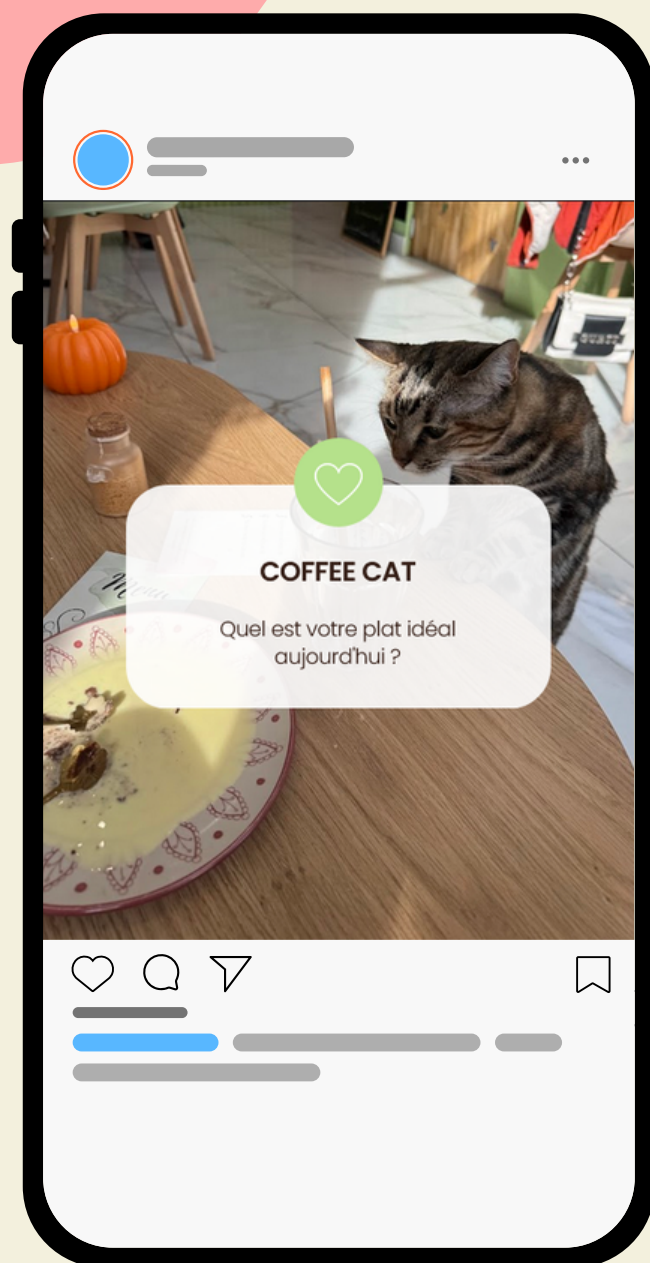
Posts et story



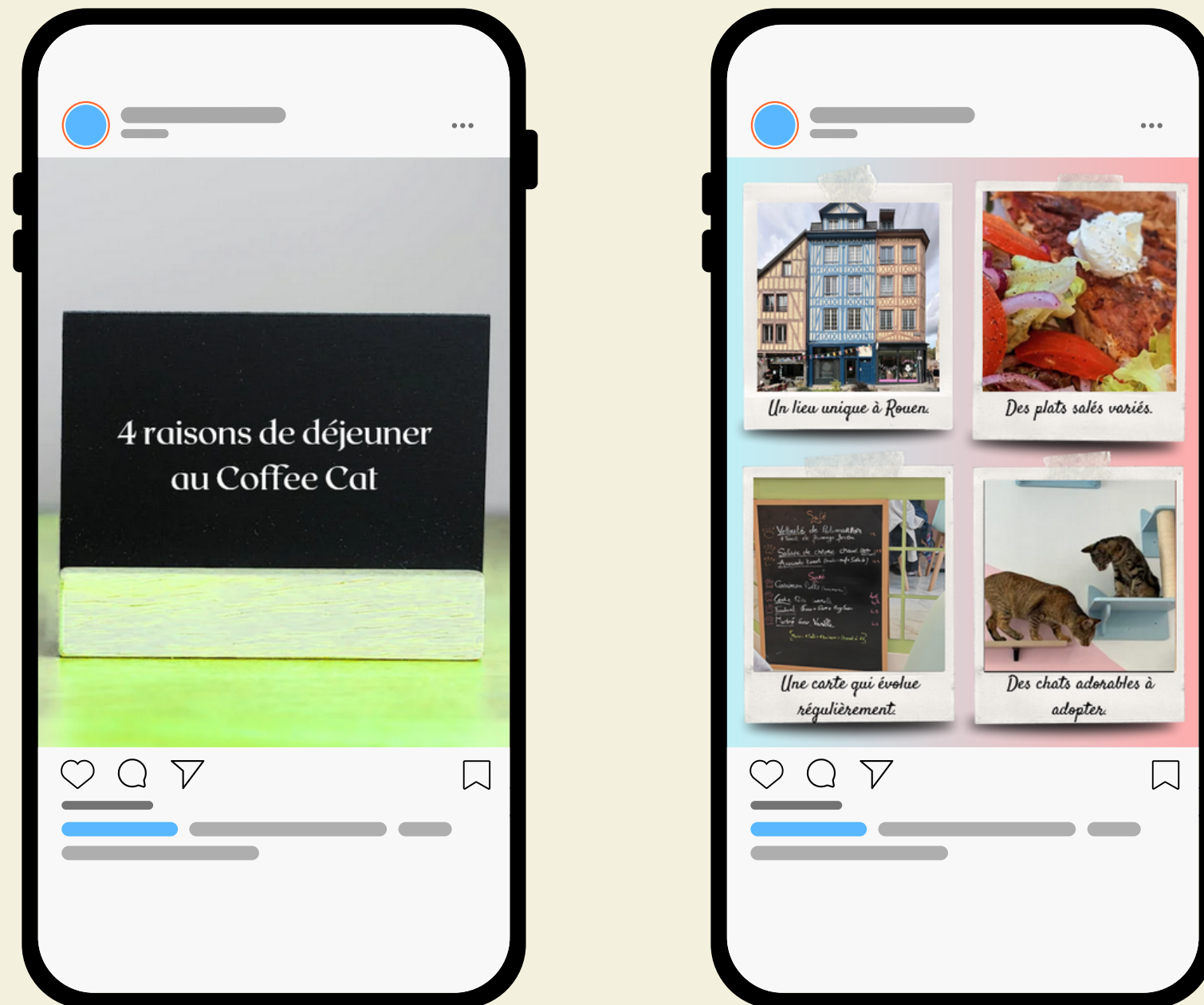
Carrousel 1



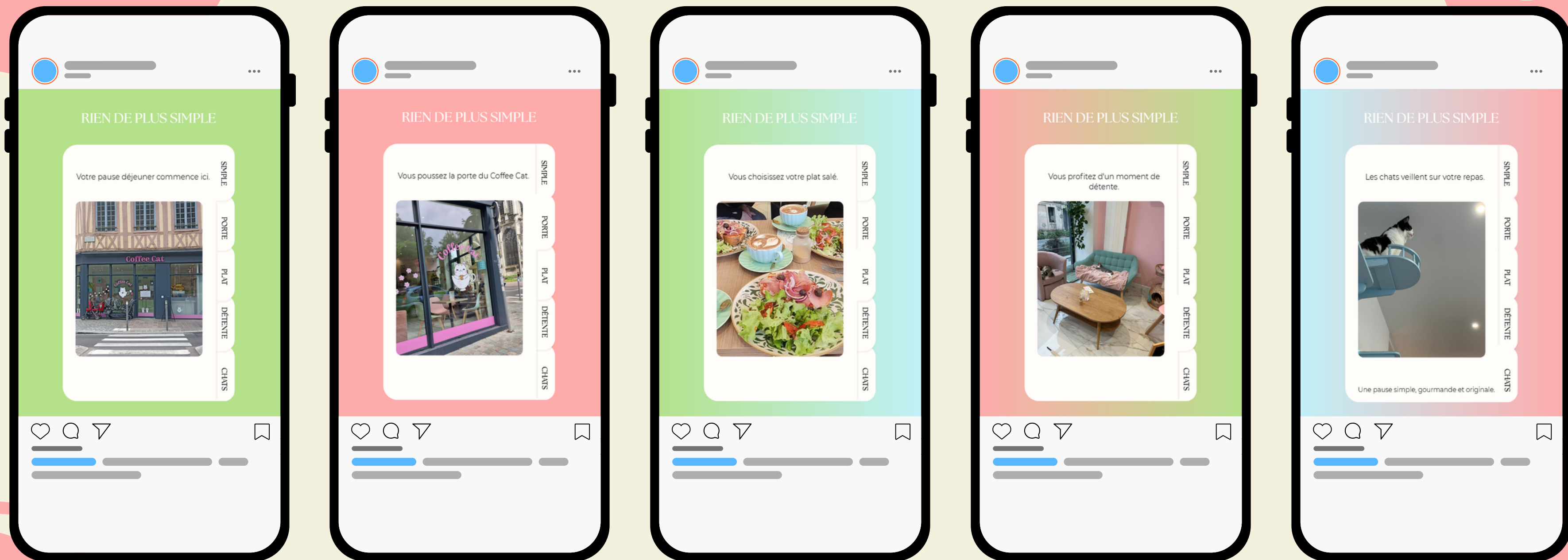
Carrousel 2



Carroussel 3



Carrousel 4



Conclusion

LA PROBLÉMATIQUE À LAQUELLE JE DEVAIS RÉPONDRE ÉTAIT SIMPLE : **COMMENT LES RÉSEAUX SOCIAUX PEUVENT-ILS PROMOUVOIR L'OFFRE SALÉE DU COFFEE CAT POUR AUGMENTER LES VENTES ?**

POUR Y RÉPONDRE, J'AI CRÉÉ **UNE STRATÉGIE DE COMMUNICATION SUR INSTAGRAM ET TIKTOK EN UTILISANT DIFFÉRENTS TYPES DE CONTENUS : RÉELS, CARROUSELS, POSTS ET STORIES.**

MON OBJECTIF PRINCIPAL ÉTAIT D'**ACCROÎTRE LA VISIBILITÉ DES PLATS SALÉS DU COFFEE CAT**, ENCORE PEU CONNUS PAR LA CLIENTÈLE. LES CONTENUS CRÉÉS METTENT EN AVANT LES DIFFÉRENTS **PLATS SALÉS, LA DIVERSITÉ DE LA CARTE, LES TÉMOIGNAGES DE CLIENTS SATISFAITS ET L'EXPÉRIENCE UNIQUE** DU COFFEE CAT. EN ASSOCIANT LES PLATS SALÉS À L'ATMOSPHÈRE CHALEUREUSE DU CAFÉ ET À LA PRÉSENCE DES CHATS, LA COMMUNICATION PERMET DE VALORISER CETTE OFFRE, SOUVENT MISE AU SECOND PLAN PAR RAPPORT AUX BOISSONS ET PÂTISSERIES. CETTE **STRATÉGIE RÉPOND DIRECTEMENT AUX ATTENTES DU PUBLIC CIBLE** : JEUNES ACTIFS, ÉTUDIANTS ET JEUNES FEMMES ÂGÉES DE 25 À 35 ANS, TRÈS PRÉSENTS SUR INSTAGRAM ET TIKTOK. CLAIRE MARTIN, NOTRE CLIENTE IDÉALE, TRAVAILLE À PROXIMITÉ DU COFFEE CAT, APPRÉCIE LES LIEUX CONVIVIAUX ET LES CHATS, MAIS NE CONNAÎT PAS SUFFISAMMENT L'OFFRE SALÉE DU DÉJEUNER.

GRÂCE À DES PUBLICATIONS RÉGULIÈRES ET ADAPTÉES AUX HABITUDES DE CONSOMMATION DES RÉSEAUX SOCIAUX, LE COFFEE CAT PEUT **DÉVELOPPER SA NOTORIÉTÉ, ATTIRER DE NOUVEAUX VISITEURS ET INCITER D'AVANTAGE DE PERSONNES À VENIR DÉJEUNER LE MIDI.** EN CONCLUSION, LES RÉSEAUX SOCIAUX SONT UN OUTIL EFFICACE POUR PROMOUVOIR L'OFFRE SALÉE. ILS PERMETTENT D'AMÉLIORER LA VISIBILITÉ, DE TOUCHER UNE CLIENTÈLE CIBLÉE ET DE CONTRIBUER À L'AUGMENTATION DES VENTES PENDANT LE DÉJEUNER.

Merci pour votre attention

LILY LE BELLEGUIC

LLEBELLEGUIC@NORMANDIEWEBSCHOOL.FR

» TOUT EN MINUSCULE

