



SOLUTIONS POUR
SERVICES ALIMENTAIRES

PROMOUVOIR VOTRE ODL

CONSEILS ET TRUCS ÉPROUVÉS POUR DES ODL RÉUSSIES



FÉLICITATIONS !

Vous avez développé votre idée d'ODL. Il ne vous reste plus qu'à la faire connaître ! Que vous soyez ou non un pro de la promo, nos conseils d'experts des médias sociaux, du marketing et de la photographie vous aideront à faire de votre ODL un succès.

Pour tirer le meilleur parti de votre initiative, considérez ces éléments :



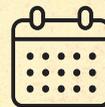
QUOI

En quoi consiste votre ODL



COMMENT

À quels endroits vous allez l'annoncer



QUAND

La durée et la fréquence de votre promo

COMMENT : DÉFINIR VOTRE ODL

1. Donnez un nom à votre ODL. Jetez un œil à notre guide des tendances pour vous inspirer. Le nom idéal est à la fois descriptif et amusant.

2. Ensuite, rédigez une brève description de votre ODL, en énumérant les ingrédients et en y associant des mots descriptifs comme croquant ou frais.

3. Fixez le prix. Il doit être comparable à celui d'autres plats de votre menu. Ajustez les ingrédients et la présentation de l'offre au besoin.

4. Déterminez la période de l'offre (la durée de votre ODL) et les dates de début et de fin.

5. Décidez où vous ferez la promotion de votre ODL. Les éléments de PLV sont incontournables (tentes de table, encarts de menu, etc.) et McCain peut vous aider à les créer. Vous trouverez aussi dans ce guide de l'aide et des idées pour la promotion numérique de votre ODL.

6. Photographiez votre ODL. Les expériences culinaires mémorables ont la cote sur les réseaux sociaux. Des photos alléchantes sont la clé pour attirer la clientèle dans votre resto.



Sérieux sandwich au fromage grillé

McCain® Bouchées de brocoli et de cheddar
UGC: 481220

TRUCS POUR PHOTOGRAPHER VOTRE ODL AVEC VOTRE TÉLÉPHONE

(APPROUVÉS PAR LES PHOTOGRAPHES PROFESSIONNELS)

1 L'ÉCLAIRAGE EST L'ÉLÉMENT LE PLUS IMPORTANT.

La lumière naturelle est la meilleure. Éteignez le flash de votre téléphone et, idéalement, placez le plat près d'une fenêtre, sans éclairage au plafond. Pour filtrer et adoucir la lumière, vous pouvez vous munir d'un réflecteur (Flexfill), mais une feuille de mousse blanche propre peut aussi faire l'affaire. YouTube est une excellente ressource pour apprendre à refléter la lumière sur votre produit. Ces techniques permettent d'éliminer les ombres ou les zones sombres et de s'assurer que le produit est mis en valeur et attrayant.

2 GARDER LE CONTRÔLE.

L'appareil ne doit pas bouger. Si vous n'avez pas de support pour votre téléphone, le simple fait d'appuyer votre bras ou l'appareil contre le bord de la table vous donnera plus de contrôle.

Assurez-vous aussi de réduire l'exposition dans les réglages de l'appareil photo de votre téléphone (cette fonction varie selon les appareils) pour obtenir plus de cachet et de raffinement. Consultez YouTube pour d'autres conseils pour utiliser l'appareil photo de votre téléphone.

3 RECADRER L'IMAGE À SON AVANTAGE.

Un angle de 45° peut déformer les éléments et les faire paraître plus grands. Si vous avez des clients particulièrement soucieux du prix, tenez-en compte et prenez des photos sous plusieurs angles. Comparez la précision et l'attrait de vos clichés, puis ajustez votre cadrage en fonction des résultats que vous souhaitez atteindre.

Vous pouvez montrer le plat dans son intégralité et faire un gros plan d'un de ses éléments les plus alléchants. Le recadrage est particulièrement efficace sur les réseaux sociaux, mais une prise de vue plus large est aussi nécessaire.

4 RESTER FIDÈLE À SON ÉTABLISSEMENT.

Votre photo doit donner envie aux gens de passer vous voir. Elle doit aussi leur donner un avant-goût de l'expérience qu'ils vivront à leur arrivée. N'intégrez pas d'éléments qui ne font pas partie de votre environnement habituel.

5 ÉCOUTER LES CLIENTS.

Les indicateurs sociaux peuvent vous donner une bonne idée de ce qui attire visuellement vos clients, mais n'ayez pas peur de leur demander leur opinion en personne. C'est une excellente entrée en matière.

CONSEILS VIDÉOS EN PRIME !



FILMER À LA VERTICALE.

Le format horizontal n'est pas le plus adéquat sur les réseaux sociaux. Votre vidéo se démarquerait... mais pas de la bonne façon.



AJOUTER DES LÉGENDES

ou d'autre texte. Le texte à l'écran empêche les utilisateurs d'aller directement à la fin de la vidéo.



RESTER BREF.

Une durée de 60 secondes ou moins est idéale pour les réseaux sociaux. N'allez pas au-delà de 90 secondes, sinon, vous gaspillez vos efforts et perdez des spectateurs.



RESTER ACCESSIBLE.

L'hospitalité et la sincérité sont essentielles en restauration. Gardez cela en tête lorsque vous créez des vidéos. Elles ne doivent pas ressembler à une publicité, mais plutôt à une extension de l'expérience culinaire que vous offrez.

PLANIFIER LA PROMOTION DE VOTRE ODL

Comment souhaitez-vous promouvoir votre ODL ? Voici les trois phases recommandées pour une campagne réussie. Et cela fonctionne aussi bien pour vos campagnes sur place que numériques.

1 Contenu aguiche. Une aguiche permet de créer un engouement et de l'anticipation avant même le début de votre ODL. Incluez la date du lancement de l'offre pour attirer des clients. Des trois parties de votre plan, le contenu aguiche doit avoir le moins de publications.

2 Contenu lancement. Le lancement se déroule généralement les 7 premiers jours, mais on peut le prolonger si la durée de la campagne ODL est de 12 semaines. Si vous avez présenté du contenu aguiche, c'est le moment d'être plus précis et d'informer vos clients sur les ingrédients, la durée de l'offre et le prix. Invitez-les aussi à donner leur avis en ligne ou à en parler dans leurs publications sur les réseaux sociaux. Et n'oubliez pas les stories ! Votre ODL ne doit pas se limiter à votre fil d'actualité. Les stories vous donnent la possibilité de publier du contenu plus fréquemment.

3 Contenu maintien. Cette phase dure toute votre campagne ODL. Créez un sentiment d'urgence avec des appels à l'action comme « Faites vite ! Cette offre disparaîtra bientôt. » ou « Plus que XX jours. Ne ratez pas cette offre ! » Des trois phases, le contenu de maintien est celui qui dépend le plus des performances de votre ODL.



Dans toutes les phases, vous devez avoir suffisamment de photos et de messages pour entretenir l'intérêt des clients. Commencez avec 3 à 5 photos, prises sous différents angles et utilisez-les en rotation. Ajoutez-en d'autres si vous le pouvez.

CRÉER VOTRE CAMPAGNE SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX

CONSEILS SIMPLES

- Utilisez Canva ou Adobe Express pour planifier votre calendrier de contenu et la longueur des publications par plateforme.
- Assurez-vous d'utiliser une voix, une tonalité et un style uniforme.
- Réagissez aux questions en ligne. Les utilisateurs sont vos clients, qu'ils soient devant leur ordinateur ou qu'ils franchissent votre porte.
- Soyez bref. Si vous ajoutez du texte sur votre image, optez pour 3 à 5 mots comme « Offert pour une durée limitée ! »

D'AUTRES IDÉES DE PUBLICATION !

- Commencez toujours par l'argument de vente principal. Il peut s'agir d'une photo de votre menu ODL. Le texte du message doit contenir le nom de votre ODL et la durée de l'offre.
- Le texte de la publication ne doit pas dépasser 125 caractères, espaces compris. Les messages plus courts sont plus efficaces.
- Restez accessible, sans être trop familier.

CONSEILS AVANCÉS

CRÉER DE L'ENGOUEMENT ET DE L'ANTICIPATION

Documentez l'ensemble de votre processus pour attirer l'attention sur votre ODL. Une photo de plusieurs plats avec le personnel en cuisine peut susciter de l'enthousiasme pour votre offre tout soulignant le travail de vos employés. N'hésitez pas à prendre des vidéos pour varier votre contenu.

SOULIGNER LA VALEUR DE VOTRE OFFRE

Sur les réseaux sociaux, la simplicité est souvent la meilleure approche. Les grandes chaînes à service rapide génèrent un énorme buzz en mettant l'accent sur la nourriture et en mettant en valeur les ingrédients (imaginez une vue latérale d'un hamburger). Adoptez une approche similaire et présentez votre ODL sous tous les angles.

DEMANDER L'OPINION DE VOTRE PUBLIC

Tout le monde aime penser qu'il est un chef. Lorsque votre ODL tire à sa fin, sollicitez des idées pour vos prochaines ODL. Demandez aussi à vos clients en personne ce qui leur ferait plaisir.

Selon un sondage,

88%

des clients sont influencés par les avis lorsqu'ils prennent une décision d'achat.

Zendesk 2024

TIRER LE MEILLEUR PARTI DES SERVICES DE RÉFÉRENCIEMENT ET DE LIVRAISON

Profitez de services gratuits pour promouvoir votre prochaine ODL. Si vous n'avez pas encore revendiqué votre entreprise sur Google Maps ou d'autres services, faites-le maintenant.

Vous pourrez ensuite y ajouter votre promo ODL. C'est là que votre planification en amont porte ses fruits. Vous avez défini votre ODL. Il ne vous reste plus qu'à l'ajouter.

ÉTAPE 1.

Identifiez les endroits où votre entreprise est déjà répertoriée et trouvez la façon de promouvoir une offre sur ces services. Nous vous suggérons de commencer par les plus importants, c'est-à-dire Google Maps, GrubHub et Yelp, puis d'ajuster votre plan en fonction des endroits où vous savez déjà que votre entreprise est présente.

ÉTAPE 2.

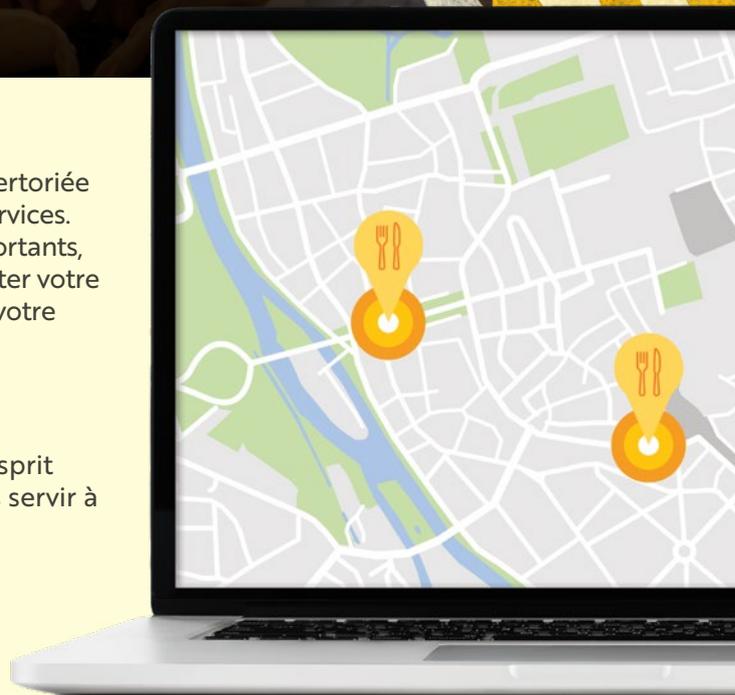
Surveillez régulièrement les avis en ligne. Gardez l'esprit ouvert. Plusieurs avis positifs pourraient même vous servir à créer une publication ODL sur les réseaux sociaux.

ÉTAPE 3.

Si ce n'est pas automatisé, définissez une alerte à votre calendrier pour mettre fin à votre ODL. Vous ne voulez pas qu'un client vous demande un plat que vous ne proposez plus.

PETIT PLUS

Assurez-vous de publier des photos de vos menus et de vos plats. Si vous avez créé un encart de menu pour votre ODL, ajoutez-le aussi. Assurez-vous que vos photos sont lisibles et claires – contrairement à de nombreuses photos prises par des clients.



DERNIER CONSEIL



Vous avez besoin d'aide supplémentaire pour promouvoir vos ODL ? Visitez McCainFoodservice.ca/fr-ca/LTOs pour trouver toutes les photos et images inspirées de nos quatre tendances.

Vous pourrez également accéder à des éléments numériques pour personnaliser et imprimer des encarts de menu, des tentes de table et plus encore. Ou balayez le code QR.