

**UNE BOULANGERIE
MODERNE :**

**UN GUIDE PRATIQUE
DE MARKETING ET CRÉER
SON IMAGE
DANS LA BOULANGERIE
MODERNE**

C' est du tout cuit!

Reste à tout vendre....

LA COMMUNICATION AVEC LE CLIENT SE FAIT

sur le lieu de vente
avec le personnel
avec les produits
avec la promotion

Sur le lieu de vente:l'aménagement du magasin



Sur le lieu de vente: l'affichage dans le magasin : prix, promotions



Sur le lieu de vente:l'étalage + le
troittoir + la façade +le style de
l'entreprise





Avec le
personnel :
La formation du
personnel doit être
une priorité.

Si on veut que le
personnel reflète le
style de la maison,
il faut investir!

**Les produits forment l'épicentre de
l'entreprise.**

On doit respecter le rapport prix-qualité.



Promotion par le personnel.



Promotion par un chevalet & une voiture d'entreprise



Promotion par des actions : carte d'épargne, concours, dessins, réductions, journées portes ouvertes ou de dégustation...



1. La jungle de communication

DE LA CONCURRENCE PARTOUT



Piccadilly Circus, London.

Photo: Franz Lazi, G.D.L.

Les chaînes et grandes surfaces & les appareils ménagers.



LA MAISON DU PAIN
LA FAMILLE MONASTIQUE DE RETHIEEM, DE L'ASSOMPTION DE LA VIERGE ET DE SAINT BRUNO



Les discounts, les magasins de nuit exotiques



Wit vezelbrood

- Met een gelijkwaardig gehalte aan voedingsvezels als volkorenbrood
- Inhoud: 800 g per brood



2 broden!
-22%
2 x 800 g
2,58 **2,-**



Kempisch brood

- Licht meergewas-ten brood met o.a. speltbloem, pitten, rogge en maïs
- 800 g • 2,00 normaal
- 1,45
- 31%!**
- 0,99**
- 800 g

2. PRENEZ SOIN DE L'EXTERIEUR DE VOTRE MAGASIN

uw brood - & banketbakker



Votre entreprise doit se singulariser
dans la rue.



Des chevalets ou des bannières transversales attirent l'attention.



Les étalages changés régulièrement...



...attirent le regard!

Pas d'affiches gênantes aux vitrines!



Positionnement de l'entreprise : exprimer l'ambiance de luxe



La tradition, l'artisanal..



Créez une identité visuelle.

Nom, logo & typographie





Couleurs de base et surtout une application conséquente !





**Tout et tous
collaborent...**

...pour le profil désiré de l'entreprise!



devos



brood-en banketbakkerij



3. Soignez l'intérieur de votre entreprise.



**Le même profil
doit se manifester
à l'intérieur comme
à l'extérieur.**



Couleurs et
intérieur
doivent
s'harmoniser.



- **Changez** les produits **de place** de façon régulière.

Les parfums font tourner les nez dans la même direction.

- Une rotation régulière de l'assortiment est un atout accueillant.

- **Enthousiasmez** votre clientèle!

Un présentoir avec des suggestions régulières.

Un écran pour la présentation des nouveautés.



Les couleurs et l'ambiance particulière doivent, selon le thème, surprendre la clientèle.





Tous les produits
doivent être
marqués d'un prix.



**Des étagères
bien remplies et
le sentiment
d'abondance
stimulent
l'achat.**





Communiquer
les
plus-values
du
boulanger-
artisanal!





Communiquez la plus-value du boulanger qui vend du pain frais et chaud.





Communiquez les plus-values de l'authenticité et de la tradition!





**Tout le personnel
doit s'harmoniser
dans le style de
l'entreprise.**





Style
d'entreprise



LUXE



GIFTS
2006/07

FAUCHON
PARIS



Style d'entreprise





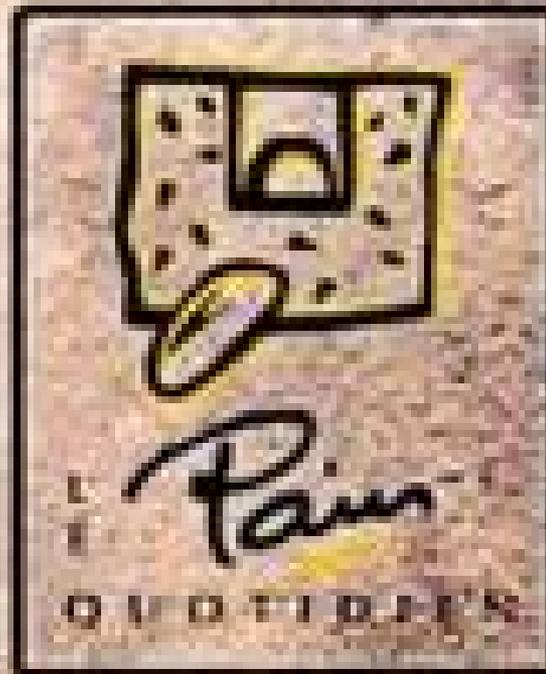
Style d'entreprise !!!





Style d'entreprise !

A quel type
d'entreprise
nous
attendons-
nous avec ce
logo?





© Thomas Schlijper | www.schlijper.nl

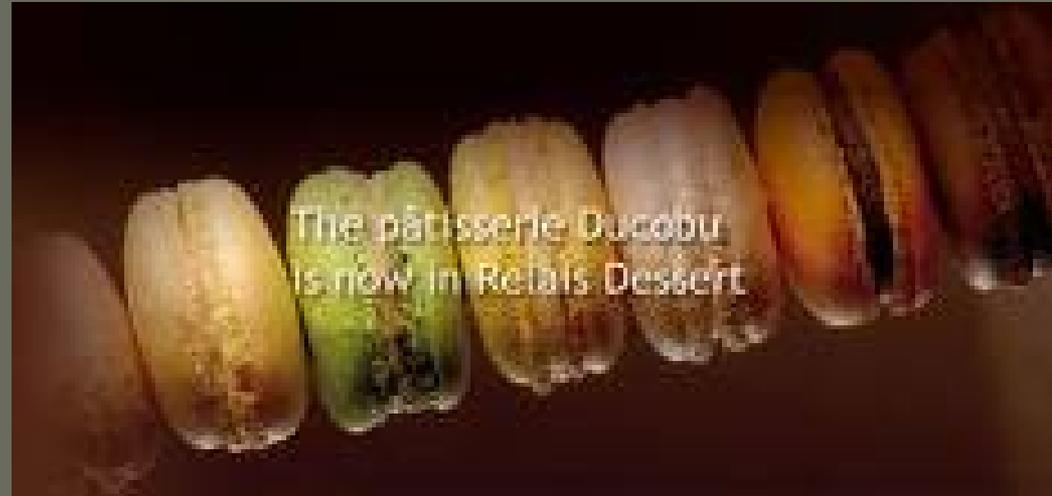


Selon vous, quel type d'entreprise se cache derrière ce logo?

The logo consists of the word "DUCOBU" in a stylized, outlined font. The letters are white with a thin orange outline. The 'D' is a simple square with rounded corners. The 'U's are simple U-shapes. The 'C's are simple C-shapes. The 'O's are simple O-shapes. The 'B' is a simple B-shape. The 'U' is a simple U-shape.

DUCOBU

— www.ducobu.be —



The pâtisserie Ducobu
is now in Relais Dessert

moderne





Raffinement



Quelle est la faute?



Voir = comprendre



j's pâtisserie



erotique



25 jaar

brood op de plank



Heidi's

Swiss Patisserie



4. TRAVAILLER SUR DES THEMES: ils donnent de la vie à votre communication!

- Créez chaque fois un nouvel étalage sur un thème concret et
- Dans la mesure du possible, adaptez aussi vos produits au thème choisi:





Le mois des vendanges =
le mois du pain

Le pain, le vin et du boursin



Les Floralies





La Fête des pères



DOONYCLOWNS

**Fêtes
d'enfants**



Noël



5.LES MOYENS DE COMMUNICATION

- Harmonisez la communication :
publicité, sponsoring, promotions, internet
- Utilisez sans hésitation les médias modernes :
le site web, le mailing, Facebook, Twitter

6.LES TECHNIQUES MODERNES DE COMMUNICATION

UN BON SITE INTERNET =

un point de vente supplémentaire !

- Ne montrez pas tous les produits
- Une mise en page bien structurée
- Images professionnelles et de bonne qualité
- Respectez le style de l'entreprise
- Images animées avec respect pour le choix du visiteur du site!
- Actualisez régulièrement



devos_001.jpg



devos_004.jpg



devos_005.jpg



devos_009.jpg



devos_010.jpg



devos_013.jpg



devos_015.jpg



devos_016.jpg



devos_017.jpg



devos_018.jpg



devos_019.jpg



devos_020.jpg



devos_022.jpg



devos_023.jpg



devos_024.jpg



devos_025.jpg



devos_026.jpg



devos_027.jpg



devos_028.jpg



devos_029.jpg



devos_030.jpg



devos_031.jpg



devos_032.jpg



devos_033.jpg



devos_038.jpg



devos_041.jpg



devos_046.jpg



devos_049.jpg



devos_052.jpg



devos_060.jpg



devos_061.jpg



devos_062.jpg



devos_063.jpg



devos_065.jpg



devos_066.jpg



devos_067.jpg



devos_069.jpg



devos_071.jpg



devos_073.jpg



devos_074.jpg

- www.bakkerijdevos.be
- www.derouw.nl
- www.fauchon.com
- www.huizevanwely.nl
- www.patisserie-baele.be
- www.ducobu.be
- www.patisserie-wilmot.be
- www.bakkerijdhaese.be
- www.patisserienicolas.be
- www.debaerepatisserie.be
- www.desoete.be

SITE INTERNET actualisé

- Aucune journée ne passe sans commande ou demande d'information.

C'est la clientèle qui :

- est à la recherche d'un produit spécifique et qui découvre notre site;
- est habituée à naviguer sur notre site;
- a souscrit au mailing et qui réagit.

WWW

- Internet crée des possibilités jamais vues !
- Demandez les adresses électroniques de votre clientèle ; de cette façon, vous montez un dossier inestimable.
- La pub dans les journaux et les magazines est souvent trop chère.

Pourquoi l'internet et non pas :

Les dépliants ? Nous en recevons tous beaucoup trop et ils sont vite classés verticalement ! A moins qu'ils soient de grande classe et donc très chers mais aussi vite oubliés et mis de côté.

Même si l'on n'a pas les mêmes moyens que les grandes marques Coca-Cola et MacDonalds, c'est la répétition qui nous aidera à ne pas être oublié.



Deze folder bevat een aantal specialiteiten van
 welke u ook geeft wat u wilt en wat u
 niet wilt. Het is de beste manier om te bestellen,
 ook wij weten erop te rekenen op een
 succesvolle aflevering.

Openingsuren

Vrijdag 24/12	8:00 u doorgaat tot 17:00 u
Zaterdag 25/12	Gesloten
Zondag 26/12	Gesloten
Maandag 27/12	8:00 tot 18:00 u en 14:00 tot 18:00
Tuesday 28/12	8:00 tot 18:00 u en 14:00 tot 18:00
Woensdag 29/12	8:00 tot 18:00
Donnerdag 30/12	8:00 tot 18:00 u en 14:00 tot 18:00
Vrijdag 31/12	8:00 doorgaat tot 17:00
Zaterdag 01/01	Gesloten
Zondag 02/01	Gesloten
Maandag 03/01	Gesloten
Tuesday 04/01	Gesloten

Feestfolder 2010 - 2011

Kort & Biek
 Slagerij De Parade
 Koolstraat 125
 4100 Aalst



055 771 445
 slagerij@paradebier.be
 www.slagerijparade.be

KORT & BIEK BROODKRANT

De 3 Minuten voor kansen plus gratis Slagrij De Parade voor de beste

5,-

2,- **2,5,-** **3,-**

VAN THIJN'S BROOD

MAMA

ALS TAART ZOO LEKKER!

- En rédigeant un courrier électronique, vous arrivez à joindre le groupe-cible en un CLIC et avec peu d'argent.

LES MEDIAS SOCIAUX : quels sont les avantages pour le boulanger/pâtissier ?

Les médias sociaux ont connu un développement considérable ces dernières années.

Beaucoup d'utilisateurs "se parlent" virtuellement.

Ces outils sont utilisés pour communiquer et pour entamer des conversations aussi bien personnelles que professionnelles, sur différents sujets et à différents niveaux.

AVANT DE TERMINER...

Tenez toujours un appareil-photo à proximité !

Il est indispensable d'apporter de la dynamique dans ce monde numérique !