

Les 5 conseils marketing pour 2015



Le 'spécial' de la semaine

Observez attentivement vos produits phares, ceux qui sont le plus appréciés par vos clients. Si votre plus gros succès est, par exemple, le tacos guacamole, offrez-le alors avec un rabais de 20% une semaine par mois. Pour les trois autres semaines du mois, mettez en avant des produits moins populaires avec une réduction de 40%.

En pratiquant cette récurrence hebdomadaire, vous allez créer une accoutumance auprès de votre clientèle qui reviendra chaque semaine avec le désir de profiter d'une bonne affaire.

Restez impliqué

Vous devez vous prévaloir, comme beaucoup de vos concurrents, d'une promiscuité avec votre clientèle. Après tout, vous leur faite face durant tout le processus de production et vos ingrédients sont sans doute aussi locaux.

Alors poussez cette logique jusqu'au bout et voyez comment vous impliquer dans la vie de votre localité. Peut-être pouvez vous sponsoriser un marathon ou proposez une heure de dégustation gratuite a un évènement de charité.

Ce sont des moyens simples et efficaces pour promouvoir votre image et votre notoriété.

Lancez un concours

Vous avez à votre disposition de nombreux outils sociaux (Twitter, Facebook, Instagram, Pinterest...) pour proposer des jeux concours avec à la clé un diner gratuit par exemple.

Vos clients apprécient ces engagements anodins avec un petit prix. Ils ont tous à leur disposition un smartphone avec lequel, pour certains ils vous ont trouvé. Imaginez alors un jeu où la prise de photo permettrait de départager le gagnant.

Encore une fois, c'est un concept qui a fait ses preuves, qui ne vous coute pas grand chose et qui surtout rendra votre marque dynamique sur vos réseaux sociaux. Rien de pire qu'une page Facebook actualisée tous les deux mois...

Surfez sur les fêtes

L'année ne manque pas de fêtes religieuses ou purement marketing. Voilà une autre opportunité pour actualiser votre menu et votre présence digitale. La chandeleur est dédiée aux crêpes alors pourquoi ne pas intégrer ce simple enrobage dans votre carte. Si vous faites du burger, vous pouvez ainsi remplacer le bun avec une galette au sarrazin.

La saint Valentin reste un incontournable qu'il serait dommage de manquer. Autour d'un concept aussi large, tout est envisageable. Le coeur peut devenir l'élément central de votre carte et vous pouvez aussi imaginer un menu spécial duo à un prix compétitif.

Mettez en place un club VIP

Vos clients adorent être chouchoutés, voir considérés comme exclusifs... Une inscription à une mailing list peut suffire à communiquer tous vos évènements spéciaux et vous autorise aussi à récupérer un fichier client qui prendra de la valeur à mesure qu'il grossira.

Enfin, une carte de membre peut être aussi une manière de vous distinguer de la concurrence. Cette carte doit être créée avec attention pour éviter qu'elle ne soit reléguée dans le fond d'une poche. Toute carte privilège doit pouvoir se montrer avec une certaine fierté alors n'hésitez plus à considérer votre foodtruck comme un endroit VIP !