

CAMPUS EAT

LIVRAISON DE REPAS SUR CAMPUS UNIVERSITAIRE

Romane CAMPO - Lucas AUTRAN - Théo FAIVRE - Lucas GUEIRARD

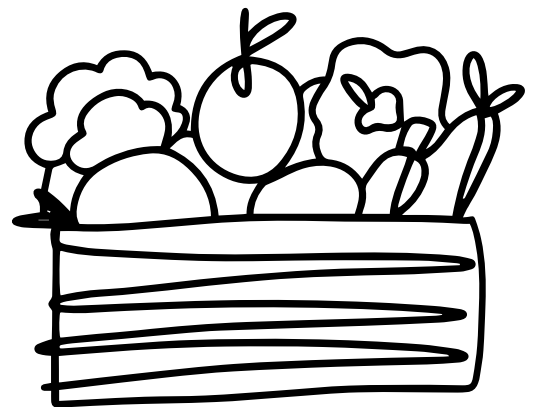
— Présentation et positionnement



Le concept : Livraison de plats frais et locaux directement sur le campus.

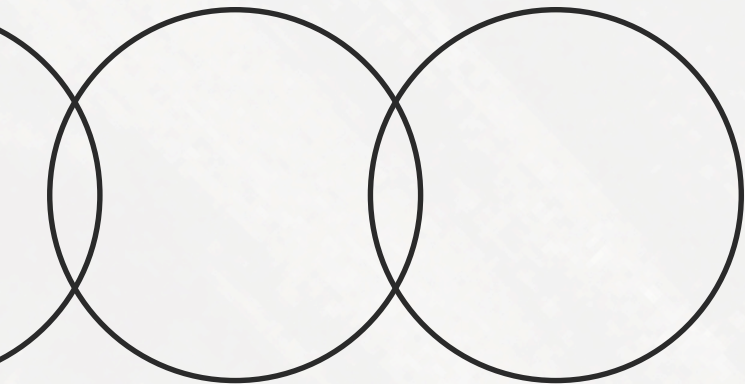
La promesse : Manger sain pour le prix d'un repas CROUS

Slogan : "Un meilleur repas pour une meilleure réussite."



Coœur de cible

Comprendre les besoins des étudiants du campus



Profil étudiant

Les étudiants de 18 à 25 ans, **digital natives**, recherchent des solutions rapides et adaptées à leur mode de vie.

Besoins alimentaires

Ils privilégient des repas rapides, abordables et **plus sains** que les options de fast-food traditionnelles disponibles.

Défis rencontrés

Le manque de temps et un budget limité rendent souvent difficile **la préparation de repas santé** à la maison.

Cible secondaire

Écosystème universitaire et son importance pour CampusEat

Associations sportives

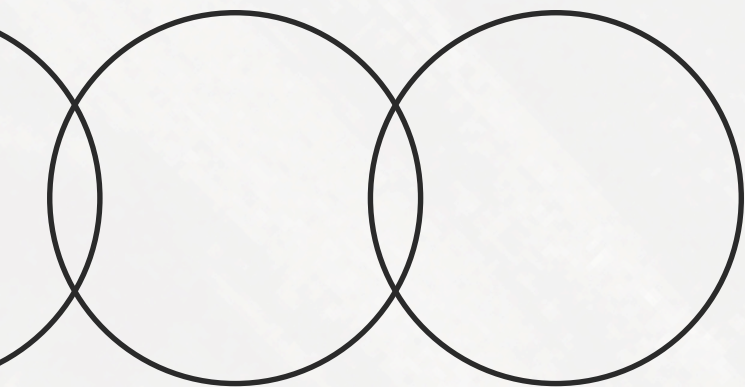
Ces groupes peuvent promouvoir CampusEat auprès des étudiants, accroissant ainsi notre visibilité et notre crédibilité sur le campus.

Administration universitaire

Collaborer avec l'administration permet de renforcer le bien-être étudiant et d'établir des partenariats durables et bénéfiques.

Partenaires stratégiques

Les partenaires peuvent aider à organiser des événements, augmentant notre notoriété et notre engagement envers la communauté étudiante.



“

"CampusEat est plus qu'un service de repas; c'est un mode de vie qui valorise la santé et la simplicité."

– CampusEat

Slogan et Justification

Mangez sainement, étudiez
sereinement

Slogan mémorable

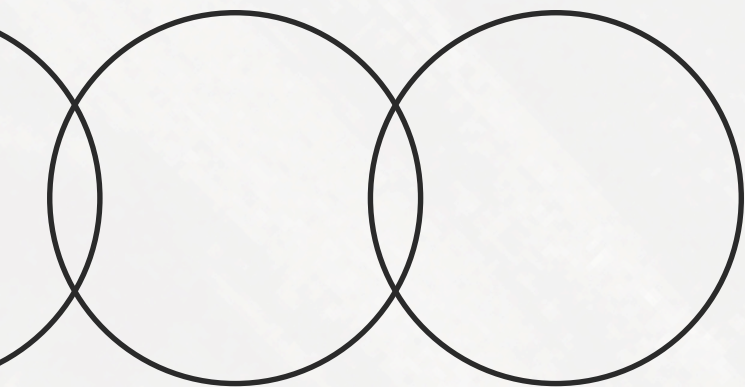
La rime en « -ement » facilite la mémorisation, rendant le message accrocheur et facile à retenir pour les étudiants.

Double bénéfice

Le slogan exprime à la fois l'action de bien manger et le résultat émotionnel de sérénité, renforçant son impact.

Message rassurant

CampusEat se positionne comme un soutien dans la vie étudiante, allant au-delà de la simple vente de repas.



Axes de Communication

- **Objectifs Globaux** : Développer la visibilité, la notoriété et l'image de marque.
- **La transparence** : Montrer les coulisses et la préparation pour rassurer sur la qualité.
- **L'accessibilité** : Site web optimisé pour la commande rapide.
- **La proximité** : Créer une communauté et faire participer les étudiants via les réseaux sociaux

Plan d'actions Web

Réseaux Sociaux



TIKTOK (NOTORIÉTÉ) :

- OBJECTIF : VIRALITÉ ET HUMOUR.
- ACTION : VIDÉOS COULISSES (TRANSPARENCE) ET PUBLICITÉS CIBLÉES AUX HEURES DE REPAS (10H30-13H00).



INSTAGRAM (CŒUR DE CIBLE) :

- OBJECTIF : FIDÉLISATION ET "LIFESTYLE".
- ACTION : PHOTOS APPÉTISSANTES ET SONDAGES EN STORY POUR CHOISIR LES FUTURS MENUS.



LINKEDIN (INSTITUTIONNEL) :

- OBJECTIF : CRÉDIBILITÉ.
- ACTION : VALORISATION DES PRODUCTEURS LOCAUX ET RECHERCHE DE PARTENARIATS UNIVERSITAIRES.

Plan d'actions Web

Site & Visibilité

Le Site Web (Mobile)

- Promesse : "Une faim transformée en commande en moins de 3 minutes".
- Fonctionnalités : Paiement rapide (Izly/Paypal...) et filtres (Végé/Sans gluten).

Visibilité Google (SEA & SEO)

- Stratégie "Faim" : Publicités Google Ads affichées uniquement sur le créneau 10h30 - 13h00.
- Référencement : Mots-clés locaux pour capter l'étudiant sur le campus

Plan d'actions Web

Mailing

LE CONCEPT : PRÉPARER SA SEMAINE ALIMENTAIRE.

LE TIMING : ENVOI LE DIMANCHE SOIR À 19H00

LE CONTENU :

MENU DE LA SEMAINE À VENIR.

CODE PROMO "EARLY BIRD" (COMMANDE AVANT LUNDI MIDI).

ACQUISITION : POP-UP SUR LE SITE (-10% CONTRE INSCRIPTION).

— Planning Synthétique

Court-terme	Moyen-terme	Long-terme
Ouverture réseaux sociaux	Lancement Site Web + Application	Programme Fidélité
Google Ads	Newsletter hebdomadaire	Extension Zone Livraison
Création Site Web	SEO	X
Création Application	Partenariat Association Sportive	X

Campus EAT