



Séance 2 | Le pouvoir du Marketing | Les moyens

LE RÔLE DES INFLUENCEUREUSES

DÉCRIS CETTE VIDÉO : QUE MONTRE-T-ELLE ?

S'AGIT-IL D'UNE CRITIQUE OU FAIT-ELLE LA PROMOTION DES PRODUITS ?
POURQUOI ?

QU'EST-CE QU'UN OU UNE INFLUENCEUREUSE ? QUEL EST L'OBJECTIF
PRINCIPAL DE SON MÉTIER ?

SELON-TOI, POURQUOI LES INFLUENCEUREUSES JOUENT-ILS ET ELLES UN RÔLE
IMPORTANT DANS LES STRATÉGIES MARKETING DES FAST-FOOD ?

POINT INFO'

Le saviez-vous ? En 2021, l'association de consommateurs UFC-que-Choisir a accusé McDonald's d'avoir recours à des enfants influenceurs pour faire sa publicité en France. Des vidéos de déballage de Happy Meal par de enfants, ou de reproduction de fast-food à la maison sont en cause !





Séance 2 | Le pouvoir du Marketing | Les moyens

LA MAÎTRISE DES CODES DU DIGITAL

DÉCRIS CETTE VIDÉO : QUE MONTRE-T-ELLE ?

COMMENT L'ENSEIGNE CAPTE-T-ELLE NOTRE ATTENTION ?

SELON TOI, QUEL REGARD PORTE BURGER KING SUR LE DIGITAL/LES TÉLÉPHONES ?

À TON AVIS, QUEL EST LE PUBLIC CIBLÉ PAR CETTE CAMPAGNE ? POURQUOI ?





Séance 2 | Le pouvoir du Marketing | Les moyens

ÉVOLUTION DES LOGOS

COMMENT PEUX-TU RÉSUMER CE QUE TU VIENS DE COMPRENDRE ?



Séance 2 | Le pouvoir du Marketing | Les cibles

MISER SUR L'INCLUSIVITÉ !

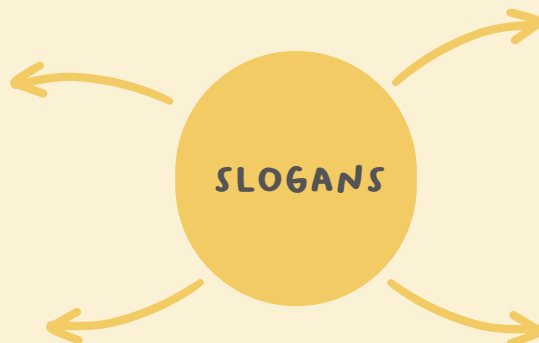
QUEL EST LE SLOGAN MAC DONALD ? QUEL EST SON BUT ?

COMMENT LA CAMPAGNE DE PUBLICITÉ LE MONTRE-T-ELLE ?

DÉCRIS LES CLIENTS ET CLIENTES DE LA CAMPAGNE DE BURGER KING.

QUE CHERCHE À NOUS DIRE L'ENSEIGNE ?

ET TOI, SUR QUELS SLOGANS MISERAIS-TU ?





Séance 2 | Le pouvoir du Marketing | Les cibles

LES ENFANTS

DÉCRIS LA SCÈNE QUI SE DÉROULE DANS LA PUBLICITÉ BURGER KING.

À TON AVIS, POURQUOI LES ENFANTS AIMENT ALLER DANS UN FAST FOOD ? QU'EST-CE QUI LES ATTIRE SELON TOI ?

QU'EST CE QUE CELA CRÉE CHEZ L'ENFANT ?

POURQUOI AVOIR CHOISI DES ENFANTS COMME CIBLE MARKETING ?

POINT INFO'

Pour attirer les enfants, McDonald crée le personnage du clown Ronald en 1963, ce personnage a pour but de familiariser l'enfant et donc de le mettre à l'aise afin qu'il est envie d'y revenir, ce n'est plus qu'un simple restaurant, il devient une attraction et une aire de jeux. La clientèle enfantine se fidélise donc à McDonald et continue d'y aller étant adolescent et même lorsqu'il passe à l'âge adulte.





Séance 2 | Le pouvoir du Marketing | Les cibles

LA GUERRE DES ENSEIGNES

QUELLES SONT LES ENSEIGNES QUI SONT EN CONCURRENCE ?

QUELLE EST LE TON SUR LES DIFFÉRENTES CAMPAGNES PUBLICITAIRES ?
POURQUOI ?

POURQUOI LES ENSEIGNES DE FAST-FOOD JOUENT-ELLES SUR CETTE
"RIVALITÉ" DANS LEUR PUBLICITÉ ?

QU'EST-CE QUE CELA CRÉE CHEZ LES CONSOMMATEURICES ?

POINT INFO'

Pour la journée de la paix, le 21 septembre 2015, Burger King a invité son fameux concurrent Mc Donald à faire une trêve dans leur "guerre". C'est en passant par le New York Times que Burger King a proposé la création éphémère d'un "MacWhopper". Un mélange iconique des deux fast food qui ne verra au final pas le jour.

