

ÉTUDE DE CAS

LA PREUVE QUE LES JOURNAUX FONCTIONNENT : CAMPAGNE DE MARQUE EN COURS POUR DIVERS PRODUITS

Le défi

Les restaurants McDonald vendent un large éventail de produits. De plus, ils ont toujours de nouveaux produits qui s'ajoutent, ou des offres de prix qu'ils souhaitent partager avec le public tout en continuant de faire connaître leur marque de commerce.

L'objectif

Transmettre le message général que les restaurants McDonald comprennent les consommateurs canadiens et qu'ils créent des offres qui répondent à leurs besoins. De plus, la chaîne souhaite se positionner comme le restaurant de nourriture rapide qui donne aux Canadiens une excellente valeur pour l'argent durement gagné qu'ils y dépensent – ainsi ces derniers y retourneront jour après jour puisqu'ils considéreront ces établissements comme l'endroit où aller pour obtenir un repas ou une collation à prix abordable.

Le plan

La chaîne change régulièrement ses offres spéciales; elle doit donc communiquer ses plus récentes promotions par le biais d'un média opportun. De plus, elle doit communiquer ses prix tout en transmettant une image visuellement attrayante. Elle a donc choisi de privilégier les journaux, qui offrent tous ces éléments.

Se lancer dans une campagne de longue haleine placée toujours au même endroit dans le journal encouragerait les consommateurs à s'attendre à y voir des publicités des restaurants McDonald, et même à anticiper leur arrivée.

The Creative

Les publicités dans les journaux devaient avoir une allure et une image semblable tout en se démarquant suffisamment pour que le consommateur voie qu'un message unique était transmis. Pour une meilleure cohésion, chaque annonce aurait la même forme (une bannière), serait juxtaposée à une grande image appétissante d'un aliment, contiendrait le prix, aurait des couleurs vibrantes et, bien sûr, mettrait en vedette le grand M jaune de la marque.

new **REAL fruit SMOOTHIES**

\$1.99 each snack size plus tax

At participating McDonald's® restaurants in Canada. ©2012 McDonald's

McCafé

Detailed description: A black banner advertisement for 'new REAL fruit SMOOTHIES'. On the left, the text 'new REAL fruit SMOOTHIES' is written in white and pink. In the center is a tall pink smoothie cup with a straw, surrounded by fresh fruit like strawberries, blueberries, and kiwi. On the right, the price '\$1.99 each snack size plus tax' is displayed in white. The McDonald's logo and 'McCafé' are in the bottom right corner. Small text at the bottom left reads 'At participating McDonald's® restaurants in Canada. ©2012 McDonald's'.

Double up on quality.

Value VP Picks

McDOUBLE™ \$1.39 plus tax

©2012 McDonald's

I'm lovin' it.

Detailed description: A red banner advertisement for 'McDOUBLE™'. On the left is a close-up of a double cheeseburger. To the right, the text 'Double up on quality.' is at the top. Below it is a 'Value VP Picks' logo. The main offer is 'McDOUBLE™ \$1.39 plus tax'. The McDonald's logo and 'I'm lovin' it.' slogan are in the bottom right. Small text at the bottom left reads '©2012 McDonald's'.

Summer's on. Cool off.

SOFT DRINKS \$1 ANY SIZE plus tax

©2012 McDonald's

Detailed description: A blue banner advertisement for 'Summer's on. Cool off.'. On the left is the McDonald's logo. The text 'Summer's on. Cool off.' is in large white letters. Below it, 'SOFT DRINKS \$1 ANY SIZE plus tax' is written. On the right are two soft drink cups, one Coca-Cola and one Sprite, filled with ice. Small text at the bottom left reads '©2012 McDonald's'.

Eat between the lines.

Enjoy your complimentary copy of The Province newspaper when you purchase a large McDonald's® coffee!

Pay how you want.

©2012 McDonald's

I'm lovin' it.

Detailed description: A white banner advertisement for 'Eat between the lines.'. On the left is a large McCafé coffee cup next to a McDonald's coffee cup and a sandwich. The text 'Eat between the lines.' is at the top. Below it, the offer is described: 'Enjoy your complimentary copy of The Province newspaper when you purchase a large McDonald's® coffee!'. At the bottom, it says 'Pay how you want.' with logos for cash, credit, and debit. The McDonald's logo and 'I'm lovin' it.' slogan are in the bottom right. Small text at the bottom left reads '©2012 McDonald's'.

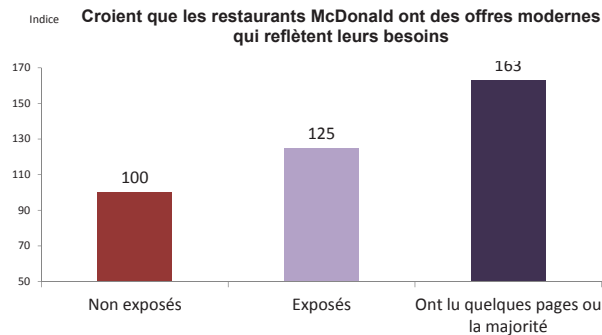
ÉTUDE DE CAS

LA PREUVE QUE LES JOURNAUX FONCTIONNENT : CAMPAGNE DE MARQUE EN COURS POUR DIVERS PRODUITS

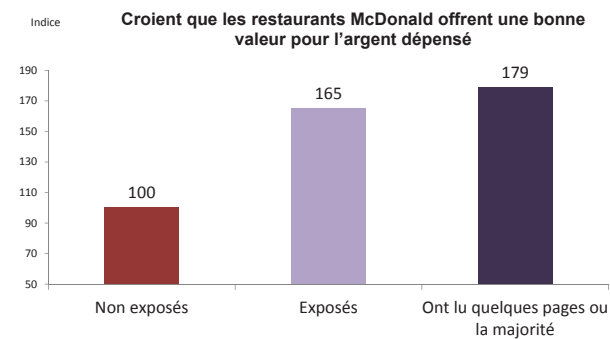
Les résultats

La firme de recherche Totum a effectué une étude pour déterminer l'impact de la publicité des journaux. La campagne McDonald s'est avérée extrêmement efficace puisque plus des deux tiers des lecteurs l'ont vue.

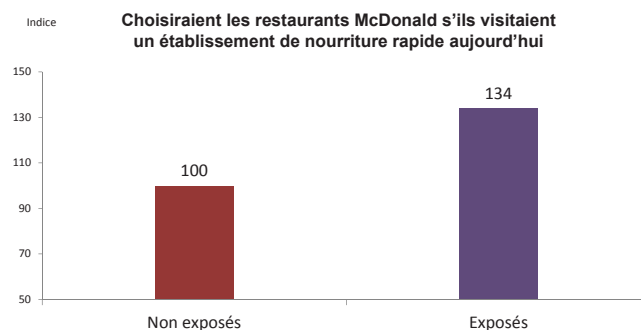
La campagne publicitaire dans les journaux a su renforcer le positionnement de la société qui a pour objectif d'offrir des produits alimentaires modernes qui reflètent bien les besoins des Canadiens.



Le message à l'effet que les restaurants McDonald offrent une bonne valeur pour le prix déboursé est un élément clé de chaque annonce; la proportion a largement augmenté chez les consommateurs qui ont vu la campagne.



Enfin, l'exposition à la campagne publicitaire dans les journaux a largement fait croître le choix des restaurants McDonald comme le restaurant de nourriture rapide qu'ils visiteraient aujourd'hui.



Privilégier une campagne de longue haleine s'est avéré le bon choix – la perception des restaurants McDonald en fut améliorée pour tous les critères mesurés.

Pour de plus amples renseignements au sujet de l'industrie, visitez www.journauxcanadiens.ca

