



Plan de communication

Durant une semaine, nous avons réalisé toute la partie communication, de MJK Déco, grâce à nos analyses sur les documents fournis et nos recherches.

Présenté par Morgane ROUILLON Ophélie PERRIN Chloé NEYRET

Année 2021

L'histoire de MJK Déco



Yohann Kvaternik, est un homme de 36 ans, marié à Melissa, et papa de 2 petits garçons.

Il commence ses études dans la mécanique. Ce domaine d'activité ne lui plaisant pas, son grand-père lui suggère d'effectuer une journée test en tant que menuisier en 2009.

Yohann décide alors d'arrêter la mécanique et de faire une formation chez les compagnons du devoir, spécialité menuisier. Cette dernière consiste à fabriquer des meubles et des ouvrages servant à l'agencement et à la décoration intérieure.

Cette expérience lui permet notamment de proposer la fabrication et la mise en œuvre des huisseries (portes, fenêtres), des escaliers, des parquets, des boiseries, des agencements... Il gère aussi la restauration du patrimoine.

Pris de passion par le métier de son grand-père, il devient sous-traitant de plusieurs grandes marques avant de se spécialiser dans les cuisines et décide très rapidement de se mettre à son compte. Yohann a collaboré avec *Le Bâtiment menuisier* et *l'Ébénisterie de Champagne*.

À la fin de l'année 2018, il commence la vente et la pose de cuisines en passant par des fournisseurs qui fabriquent des meubles 100% français.

Depuis peu, Yohann a décidé de se diversifier dans la vente et la pose de salles de bains et de dressings.

Il aimerait transmettre cette passion à ses enfants (ceux-ci l'accompagnent sur quelques chantiers).

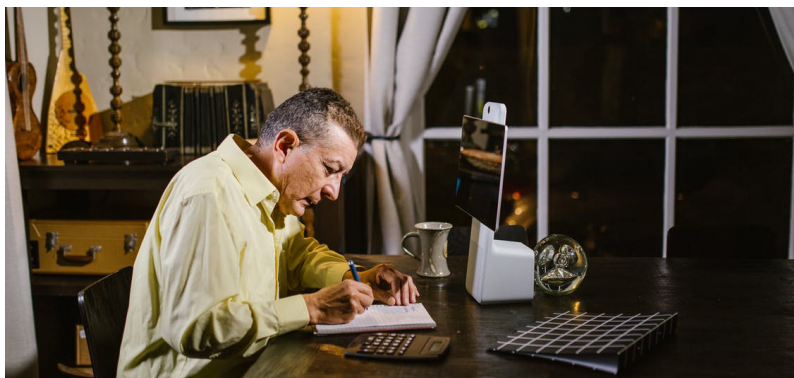
Présentation de la cible

Votre cible : 35-60 ans, en activité, avec de l'expérience professionnelle ou à la retraite.

Aimant cuisiner (plus souvent avec des produits locaux), ou se réunir / partager / se rassembler entre amis, et aimant les belles finitions et la belle décoration.

MJK Déco s'adresse aux personnes en couple, aux familles qui sont propriétaires d'une maison ou d'un appartement.

La cuisine correspond à l'évolution de nos modes de vie. Confinés chez eux durant plusieurs semaines, les Français se sont rendus compte de l'importance de cette pièce. Ils y passent plus de temps notamment grâce aux émissions dédiées à cela en direct, telle que « Tous en cuisine » de Cyril Lignac.



Territoire de marque

Qui sont les concurrents ?

Au niveau du territoire de marque, nous avons plusieurs marques concurrentes telles que :

Schmidt et Mobalpa, qui sont les deux plus gros concurrents. Parmi les français nous avons Eggersmann, Charles Rema, Hemea ou encore Cuisines Morel.

Quelques marques de cuisines de luxe telles que Boffi (it), Bulthaup (all), Eggersmann (fr), La Cuisine Française (fr), Poggenpohl (all), SieMatic (all), Snaidero (it) et Valcucine (it).

Et en ce qui concerne la concurrence locale : Fabrice Bressan Menuiserie (Bétheny), Samm (Reims), Le Bâtiment Menuisier (Bezannes), Menuiserie Veyer (Reims) et Jerome Denis Menuiserie (Bazancourt).



	SAV	Logiciel 3D	Projet clé en main	Proximité avec les clients	Site internet	Réseaux sociaux	Qualité	
Schmidt	-	+++	-	-	+	+	+	7
Mobalpa	-	++	-	-	+	+	+	5
Fabrice Bressan	+++	-	++	+++	-	+	++	11
Samm		-	++	+++	+	+	++	12
Le bâtiment menuisier		-	++	+++	+	+	++	12
Menuiserie Veyer		-	++	+++	+	+	++	12
SARL Jérôme Denis menuiserie		-	++	+++	+	+	++	12

- : Mauvais/inexistant

+ : Correct

++ : Bon

+++ : Très bon

Au niveau des concurrents la plupart sont orientés sur 3 axes : le SAV, la proximité et la qualité. Il y a donc une place à prendre au niveau du site internet et des réseaux sociaux.
Le logiciel 3D représente un plus de votre entreprise.

Plan de communication

Où communiquer ?

Au vu de notre cible, les canaux de communications à prioriser sont les réseaux sociaux ainsi que les foires et conventions.

Support	Image	Flux client physique	Pédagogie	Notoriété	Note
Facebook	x		x	x	3/4
Instagram	x		x	x	3/4
Pinterest	x		x	x	3/4
Youtube	x		x	x	3/4
Site physique	x	x	x	x	4/4
SiteWeb / Blog	x		x	x	3/4
Flyers	x			x	2/4
Goodies	x				1/4
Foire / Salon	x	x	x	x	4/4

Les réseaux sociaux permettent d'avoir une meilleure visibilité ainsi que de promouvoir la marque efficacement grâce à des visuels (photos et/ou vidéo).

Cela permet également d'interagir avec les consommateurs et de créer un sentiment de proximité client/marque.

La création d'un site web permettrait d'avoir une plateforme pour la vente, d'afficher d'autres modèles de cuisine, salles de bain et dressings, puis, de mettre pourquoi pas un contenu permettant une pédagogie pour l'utilisation des produits, de réparation, ou de montage.

Une apparition lors des foires et dans des lieux d'usages lui permettrait quant à elle une meilleure visibilité ainsi qu'une proximité avec le client non négligeable, afin que le client voit la qualité produit.

Il est important de donner des cadeaux ainsi que des flyers pour qu'il ait envie d'en apprendre plus sur le produit, et qu'il n'oublie pas l'entreprise une fois rentré chez lui.

