

## LA COMMUNICATION

**DOREVA communique localement pour présenter la stratégie du point de vente et nationalement pour asseoir sa notoriété.**

Kakemonos



Opération publicitaire



Le plan de communication du point de vente se déroule en 3 phases principales :

1. L'ouverture du magasin
2. La conquête de nouveaux clients
3. La fidélisation de la clientèle

La communication interne du magasin :

- Les kakémonos, les PLV, les étiquettes

La communication externe du magasin :

- Tous types de communication comme la presse, les réseaux d'affichage, les dépliants, la radio, les pages jaunes des annuaires, l'internet...

Le budget de communication :

Il représente 4% d'investissement sur la zone de chalandise attribuée au franchisé. Ce budget est géré directement par l'affilié.

La Communication nationale représente 2% du CA HT réalisé annuellement par le magasin.

A l'ouverture du magasin l'affilié consacre un budget de 12 000 € sur deux mois pour permettre un développement de chiffre d'affaire immédiat.