

# HEMBLEM

SOCIAL MEDIA HEROES

## Bienvenue sur la plateforme solidaire #SAUVETONRESTO HemblemxLePotCommun

Nous vous remercions pour votre participation à ce projet et nous vous invitons à communiquer auprès de votre clientèle. Pour cela nous allons vous donner les clés pour réussir votre communication et générer des ventes.

### COMMUNICATION ET VENTE VIA LES RESEAUX SOCIAUX

Vous participez à un mouvement solidaire, il faut le faire savoir ! Pour la communication sur les réseaux sociaux nous vous recommandons d'utiliser Instagram en priorité mais vous pouvez relayer le message sur vos autres réseaux (Facebook, Twitter...).

**Étape 1 :** Nous vous conseillons de **mettre le lien de votre établissement sur la plateforme dans votre biographie Instagram** afin que les utilisateurs puissent vous trouver facilement et faire une réservation. Il est important sur vos publications (post ou story) d'écrire "LIEN EN BIO" pour informer votre audience qu'il suffit de cliquer sur le lien de votre biographie pour accéder à votre profil et donc votre catalogue sur la plateforme.

**Étape 2 :** Vous devez prendre la parole régulièrement en partageant des posts et des stories pour informer votre communauté de l'opération ! Le ton doit être assez émotionnel, n'hésitez pas à utiliser dès les premiers mots "**SAUVEZ NOMBRESTAURANT !**" ou encore "**AIDEZ NOUS !**". L'idée n'est pas de crier au secours et de paraître désespéré mais il paraît tout à fait normal d'exprimer clairement un appel à l'aide dans cette situation qui met de nombreux acteurs du CHR en danger. **Selon le ton donné à vos publications, vous obtiendrez des montants réellement différents en termes de ventes.** Si vos clients ressentent à travers vos publications que vous avez réellement besoin d'eux, ils vous aideront. Si les publications n'impliquent pas d'émotions, elles ne vont pas générer de ventes.

#### RYTHME DE PUBLICATIONS RECOMMANDÉ :

- **Minimum 1 post Instagram / 3 jours** avec une photo de l'équipe. Vous pouvez également inclure certaines photos de vos plats signatures ou ce que chérissent en particulier vos clients dans votre établissement.
- **Minimum 1 story / 2 jours** relayant l'opération avec un lien swipe-up (si possible) vers la plateforme ou en indiquant toujours "LIEN EN BIO". Vous pouvez utiliser des photos de vos débuts qui permettront à vos clients de se replonger dans votre nostalgie. Encore une fois il faut générer de l'émotion !

#### TYPE DE VISUELS :

Pour la communication, **privilégiez au maximum des visuels de l'équipe** car c'est l'humain qui compte dans cette opération. Même s'il n'est pas toujours évident de se mettre en avant il est primordial de le faire ! La qualité de la photo n'est pas essentielle car Instagram va de toute façon compresser les visuels. Vous pouvez utiliser des photos prises avec un téléphone portable sans aucun problème.

Tags à utiliser sur les posts et les stories : @sauvetonresto @wearehblem @lepotcommun  
Hashtags à utiliser sur les posts : #sauvetonresto #lepotcommun

## COMMUNICATION ET VENTE VIA VOTRE BASE DE DONNÉES

Nous vous conseillons d'utiliser votre base de données afin de contacter vos clients et votre entourage pour les informer de votre participation à l'opération Sauve ton resto. **Le meilleur moyen de contacter l'ensemble de votre base de données est via une newsletter.**

En ce qui concerne le contenu il va être du même type que sur les réseaux sociaux. Les règles sont les mêmes :

- Le ton doit être assez émotionnel
- Privilégiez au maximum des visuels de l'équipe
- Impliquez la personne qui va lire le mail et donner lui envie de vous aider

Si vous avez peu de mails à envoyer vous pouvez aussi le faire manuellement.

Si vous avez une base de données très importante vous pouvez utiliser des plateformes d'envoi de newsletter comme Mailchimp (<https://mailchimp.com>). Cette plateforme permet de choisir la mise en page du mail et de l'envoyer à une grande base de données.

## RECEPTION DES PAIEMENTS

Un journal de transaction sera édité depuis la plateforme le Pot Commun tous les 7 jours à partir de lundi 13 avril.

Vous recevrez ce journal et une confirmation de virements sur votre compte. **Les virements auront lieu de manière hebdomadaire.**

Une fois le premier versement reçu, nous vous suggérons de créer les offres Le Pot Commun sur vos caisses enregistreuses de manière à pouvoir fixer vous-même la TVA.

Dans la mesure du possible, pour respecter la NF525 ainsi que le contrôle des stocks, nous vous suggérons d'encaisser les commandes avant la fin du confinement (à l'aide du journal de transactions qui vous sera fourni).

Ensuite, pour éviter d'être taxé à deux reprises, il faudra mettre les offres à 0€. Cette manœuvre vous permettra également de justifier vos stocks en cas de contrôle.

Lorsque les clients se présenteront pour récupérer leurs commandes, vous n'aurez plus qu'à taper les commandes à 0€ et le noter sur votre journal de transactions.

---

### Ils nous soutiennent

---



# EXEMPLE LIIFE



## 58

### Participants:

100% de ces participants font partie de la communauté Liife.

## 4

offres allant de 6,50€ à 33,00€.

## 58%

des commandes achetées en dessous de 20€.

## 20%

des clients habitués ont pris plusieurs commandes dans le but de revenir plusieurs fois en profitant des offres.

**96**  
commandes  
en 4 jours