

Plan marketing 2013-2014



I. Analyse Swot de l'entreprise Subway

Analyse SWOT de Subway

Opportunités :

- *Marché :*
 - Améliorer les relations entre franchisés
 - Elargir la gamme des désert emballés
 - Demande croissante pour une alimentation plus saine
 - Continuer à actualiser l'offre de menus
 - Créer un service de livraison
 - Co-branding
 - Améliorer le système de fidélité

Menaces :

- *Marché :*
 - Peur de la création de franchise
 - Concurrence de Macdo, Quick, kebab...
 - Le ralentissement économique (baisse consommation)
 - Saturation restauration rapide dans les pays développés
 - Mauvaise image restauration rapide

Analyse SWOT de Subway (suite)

Forces :

- *Entreprise :*
 - Nombres de magasins important et positions stratégiques (gares,...)
 - Offre de produit saint frais et rapide
 - Notoriété mondiale de la marque
 - Offres de menu personnalisable
 - Coût de démarrage du franchisé bas
 - La franchise est structuré, démarrage et succès rapide

Faiblesses :

- *Entreprise :*
 - Le décor des points de ventes est simplistes, démodé
 - Service fidélité non compatible entre les magasins
 - Statut de franchisé très contrôlé
 - Beaucoup de changement dans les menus
 - Turn over élevé

II. Le marché et l'environnement

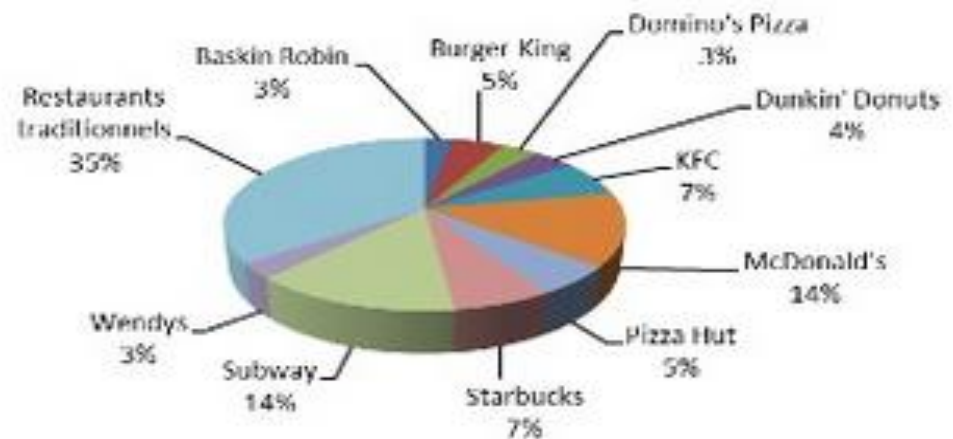
1) L'état du marché

- ✓ La restauration rapide en France : **34 milliards** d'euros de chiffre d'affaires en 2012 avec une progression de 75% sur les 10 dernières années. (source www.lefigaro.fr)
- ✓ 400 restaurants Subway début 2013 contre 1200 enseignes pour McDonalds
- ✓ **Chiffre d'affaire:** Subway (185 millions) troisième chaîne de restauration rapide en France loin derrière McDonalds (4 milliards) et Quick (800 millions).
- ✓ L'enfant, **prescripteur** de l'achat : 97% des enfants de 7 à 10 ans proposent l'achat à leur parent (CRIOC octobre 2003).
- ✓ **50%** des clients ont moins de 30 ans.

La restauration rapide à l'échelle mondiale

Le top 10 des plus grandes chaînes de restaurations rapides sont :

1. **Subway** : 33 749 restaurants
2. **McDonald's** : 32 737 restaurants
3. **Kentucky Fried Chicken (KFC)** : 16 264 restaurants
4. **Starbucks** : 16 076 restaurants
5. **Pizza Hut** : 13 280 restaurants
6. **Burger King** : 11 900 restaurants
7. **Dunkin' Donuts** : 9 235 restaurants
8. **Domino's Pizza** : 8 624 restaurants
9. **Wendys** : 6 650 restaurants
10. **Baskin Robin** : 6 328 restaurants



Parts de marché de la restauration rapide Janvier 2011

McDonald's a longtemps été en tête de liste des plus grands réseaux de restauration rapide avec 32 737 restaurants à travers le monde en janvier 2011. Durant la même période, il a été dépassé pour la première fois par le groupe Subway possédant 33 479 restaurants.

2) Quelles sont les attentes des consommateurs

✓ **La proximité:** Etre utile aux consommateurs, c'est être proche d'eux, répondre à leurs demandes et leur faciliter la vie.

Implantation dans les centres-villes, les centres commerciaux, au cœur des quartiers de bureaux, dans les banlieues. Depuis quelques années dans des zones de chalandises plus restreintes (villes moyennes, quartiers) ou plus spécifiques (gares SNCF, stations RER, stations-service, aires de repos sur les autoroutes).

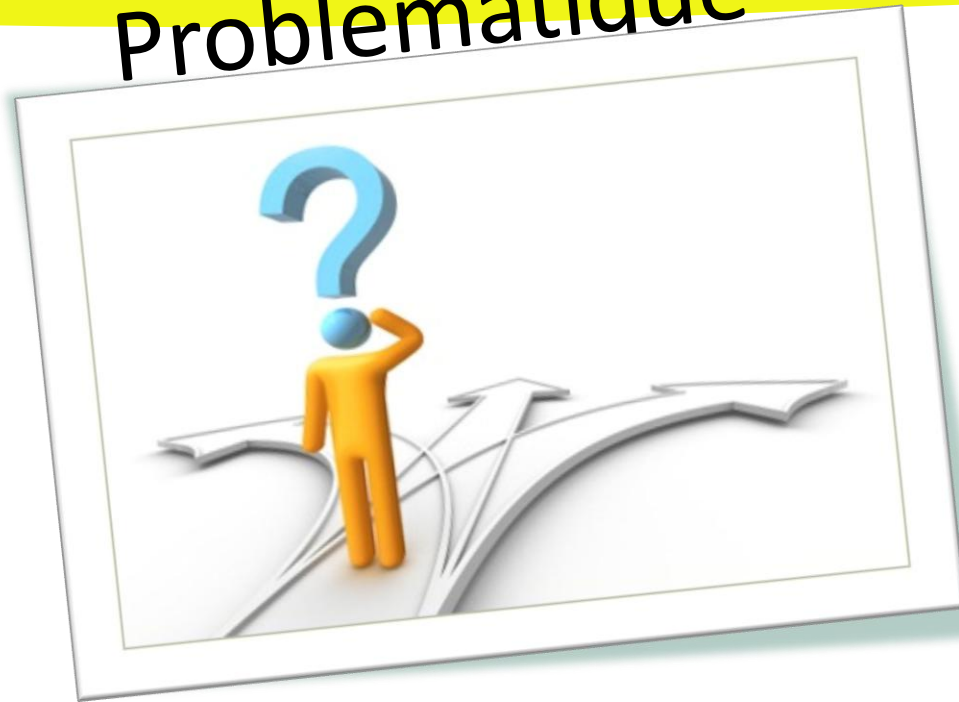
✓ **Des habitudes changeantes:** Des repas pris de plus en plus rapidement

- 17 min pour le petit déjeuner
- 33 min pour le déjeuner
- 38 min pour le diner

Les attentes des consommateurs (suite)

- ✓ **La rapidité et la praticité** : Un repas en restauration rapide dure en moyenne une demi-heure contre près du double dans la restauration traditionnelle.
- ✓ **Le rapport qualité/prix** : La restauration rapide offre le repas complet le moins cher de toute la restauration commerciale.
- ✓ **La liberté et la convivialité** : Assurance d'un service efficace, propreté et qualité des produits.
- ✓ **Autre facteur** : Généralisation du travail des femmes réduisant le temps de préparation des repas.
La rapidité du service et l'organisation rationnelle de la restauration rapide (ouverture 7 jours sur 7, service continu, larges plages horaires, service au volant)

Problématique



Comment augmenter les parts de marché de Subway France dans le secteur de la restauration rapide générant 34 milliards d'euros de chiffre d'affaires ?

Synthèse Managériale

Points majeurs à développer:

- Elargissement gamme de produit
- Augmentation des franchises
- Développer la publicité grand public
- Réaménagement des points de ventes

Plan d'action

Elargissement gamme de produit :

Créer de nouvelles recettes en éditions limités dans le temps et des sandwiches bio, nouveaux dessert (Fruits...)

Augmenter le nombre d'enseigne :

Développer l'engouement des franchisés à la multi franchise.

Nombre de magasin du franchisé	Taux redevance	Taux dégressif
1	8%	8%
2	8%	7,5%
3	8%	7,25%
4 et 5	8%	7%
6 à 9	8%	6,5%
10 et plus	8%	6%

Notre plan d'action pour inciter les franchisés à ouvrir de nouveaux magasins et de diminuer progressivement le taux de redevance d'exploitation en fonction du nombre de franchises. Par exemple, en ayant 1 seule enseigne le taux serait de 8% et si le franchisé en possède 10, ce taux sera ramené à 6%.

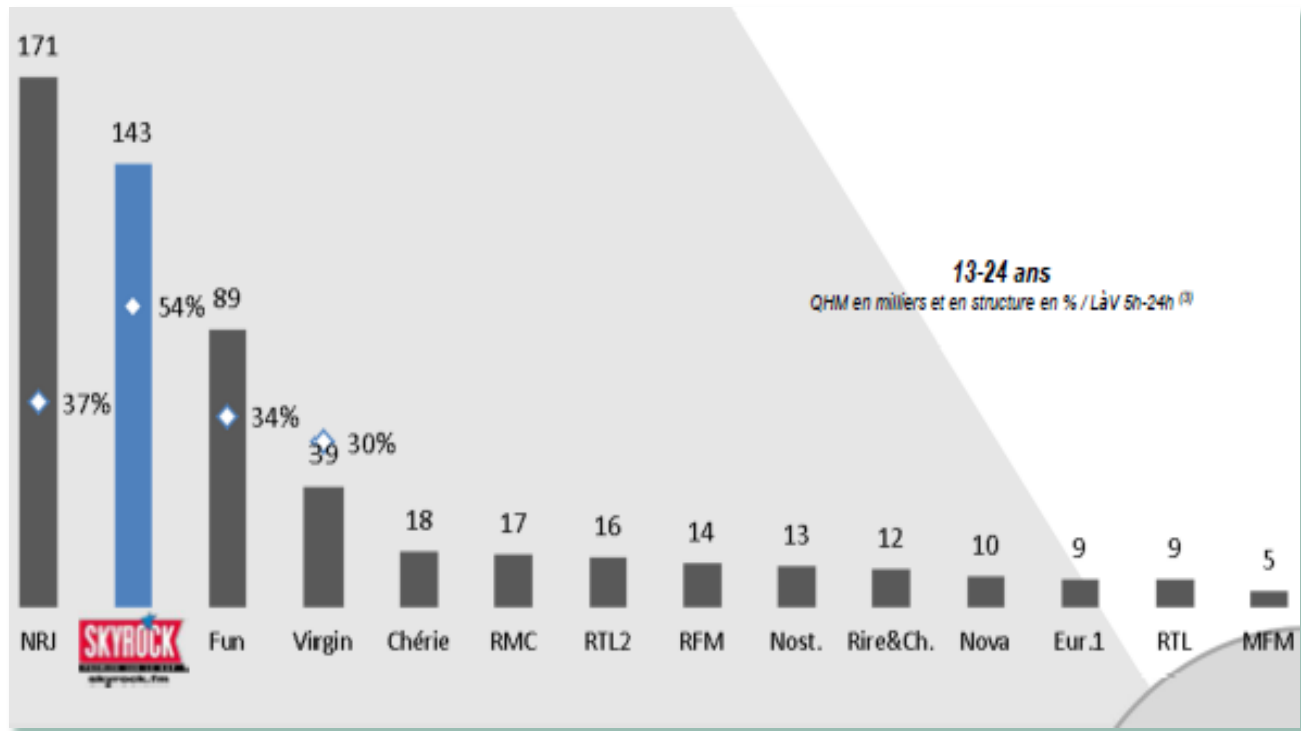
Plan d'action (suite)

Développer la publicité grand public :

1) Spot radio

Peut-être écoutée chez soi, en voiture, au travail, chez un commerçant.

Radios choisies: NRJ et Skyrock (public jeune au cœur de notre cible)



Budget : Sur une base d'un spot de 30 secondes

En euros BRUT HT applicables au 01/01/2013

✓ *Skyrock* : Deux passages par jour, Choix des passages à une période de forte audience (7h42 et 8h42)

- Par jour : 15 165€
- Par semaine: 75 825€
- Campagne de 6 semaines: 454 950 €

✓ *NRJ* : Deux passages quotidien au heure de forte audience (7h30 et 17h30)

- Par jour: 25 084€
- Par semaine: 125 420€
- campagne de 6 semaines: 752 520€

2) Bannière publicitaire web (Display)

- ✓ *Méthode* : Achat d'encart publicitaires sur sites internet à fort trafic.
- ✓ *Rémunération*: Coût par clic (CPC)
Coût pour mille (CPM)
A l'encart.

Avantages	Inconvénients
-Visibilité sur des sites à fort trafic -Création variées: vidéo, image, texte, son...	-Coût élevé -Clic facturé au CPC ou CPM, aucune garantie de ROI

Exemple : Campagne de display de 3 semaines, visant une population large des 25-49 ans coûte de **100000** à **400000** € en achat d'espace.

Publicité réalisée pour la campagne



3) Stratégie OFF-LINE

- ✓ Partenariat avec JC Decaux pour une campagne d'affichage sur panneaux en agglomération de plus de 30 000 habitants (104 villes françaises)
- ✓ Gamme « major 8+ » : Affichage sur mobilier de 8m² pour un total de 6940 faces a travers l'hexagone
- ✓ Mise en place pour une durée de 7 jours reconduite sur 2 périodes pendant 3 mois.
- ✓ Tarif: 940 000€ pour 7 jours. Total de **1 880 000 € pour deux campagnes**
- ✓ Audience: 20.8 millions / Couverture: 85.3% / Répétition 26.2

Nos réalisations

- ✓ Première réalisation



✓ Seconde réalisation:



4) Campagne sur transport urbain

- ✓ Mise en place d'une action de communication sur réseau de transport urbain (bus) en partenariat avec l'entreprise MediaTransport, gérante des supports publicitaires.
- ✓ Campagne sur encart apposé sur la face arrière du véhicule et/ou sur les flancs.
- ✓ Action mise en place pour un durée de 7 jours, débutant le mardi
- ✓ Campagne choisie:
 - Publicité sur **arrière de bus** pendant 7 jours, choix du pack « multi villes », 6125 faces (Paris+villes de plus de 100000habitants) = **553 640 €**
 - Publicité sur **flancs de bus** pendant 7 jours, choix du pack « Multi villes », 5630 faces (Paris + Provinces) = **501 421 €**

Nos réalisations

- ✓ Face arrière



✓ Flanc droit / gauche



5) Réaménagement des points de vente

- ✓ Modernisation des locaux, nouveau mobilier
- ✓ Un nouveau concept d'implantation



Résumé du budget

- ✓ Spot radio Skyrock : $75\,825 * 6 \text{ semaines} = 454\,950 \text{ €}$
- ✓ Spot radio NRJ : $125\,420 * 6 \text{ semaines} = 752\,520 \text{ €}$
- ✓ Campagne Internet : estimation à $400\,000 \text{ €}$
- ✓ Affichage JcDecaux : $7 \text{ jours} * 2 = 1\,880\,000 \text{ €}$
- ✓ Campagne Réseau urbain: $7 \text{ jours} * 2 = 1\,055\,061 \text{ €}$

TOTAL = 4 542 531 €

Le budget de départ était de 5 millions d'euros, soit 2,75 % du chiffre d'affaires de Subway France.

Sur ce budget nous gardons environ 10% pour les frais annexes (Rémunération, Confection spot radio...), soit environ 500 000€