

# LA VACHE QUI RIT®

## CAMPAGNE BACK TO SCHOOL 2025

Une campagne pour créer de la connexion humaine, émotionnelle et qui fait du bien aux familles camerounaises à la rentrée scolaire.





# LA VACHE QUI RIT®. PARCE QUE C'EST MEILLEUR DE RIRE.

## Attitudes des cibles



### Cœur de cible

Les familles, en particulier les mamans (décideuses du panier alimentaire), les enfants (prescripteurs affectifs) et les jeunes adultes en charge d'achats.



### Les enfants

Aiment le goût doux, le format ludique et la surprise d'un gadget.



### Les parents

Cherchent de la nutrition, de la praticité, et un petit plus pour faire plaisir.

📌 **Insight :** La rentrée est souvent source de stress. Les familles cherchent des opportunités d'alléger leur peine ... mais aussi des ressources capables de maintenir leurs enfants éveillés; forts et intelligents.





# OBJECTIFS DE LA CAMPAGNE

1

## Recruter

Attirer de nouveaux consommateurs vers la marque

2

## Stimuler

Augmenter les ventes et mettre en avant les 04 nutriments essentiels pour des enfants éveillés; intelligents et forts

3

## Fidéliser

Créer un lien durable via une activation chaleureuse et éducative

4

## Renforcer l'image de marque

Augmenter la visibilité et le love brand

# CELEBRATION SQUARE

## Univers de déploiement







# ACTIVATION EN POINT DE VENTE

| VILLES  | LISTE DE PADV          | NBRE DE BP | JOURS & HEURES    | MECANISME                                                                                                                                                                                                                                                                                               | LOGISTIQUE                                                                                                                                                       |
|---------|------------------------|------------|-------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| DOUALA  | Carrefour Bonamoussadi | 1          | Mer – Dim_12h-20h | <ul style="list-style-type: none"> <li>Pour l'achat de 3 produits : cahier offert via roue de la fortune (aléatoire)</li> <li>Qualifié au ticket de tombola pour gagner des bons d'achats de 25 000 FCFA (40 Bons d'achats, soit 20/Ville)</li> <li>Objectifs de ventes : 04 Cartons/BP/Jour</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>Supports PLV (Si prévu)</li> <li>T-shirts (02/Ressource)</li> <li>02 Cartons de gratuits pour les dégustations</li> </ul> |
|         | SPAR Atrium            | 1          | Mer – Dim_09h-18h |                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |                                                                                                                                                                  |
|         | Santa Lucia Bonaberi   | 1          | Mer – Dim_09h-18h |                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |                                                                                                                                                                  |
| YAOUNDE | Carrefour Warda        | 1          | Mer – Dim_09h-18h |                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |                                                                                                                                                                  |
|         | SPAR Bastos            | 1          | Mer – Dim_09h-18h |                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |                                                                                                                                                                  |
|         | Santa Lucia Mvan       | 1          | Mer – Dim_12h-20h |                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |                                                                                                                                                                  |

- **Attendu de DEE LITE** : 06 Tables de sampling; Stock de dégustations (10 Cartons)
- **NB1**: La plupart de ces points de ventes sont exposés à des éventuelles agressions à la tombée de la nuit
- **NB2**: L'opportunité aura baissé dès la fin du mois d'Août. Si possible, revoir les objectifs à la baisse



# STREET ACTIVATION

| VILLE     | NBRE DE BP | JOURS & HEURES        | MECANISME                                                                                                                                                                                                         | LOGISTIQUE                                                                                                                                        |
|-----------|------------|-----------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Douala    | 09         | Mardi – Dim_07h – 16h | Achat d'une boîte = tour de roue de la fortune virtuelle (Gain de cahier instantané aléatoire)                                                                                                                    | 02 T-shirts/Ressources<br>02 Cartons de gratités<br>02 Tentes<br>02 Tables de sampling<br>01 Baffle mobile avec micro<br>Parapluies<br>Sacs à dos |
| Yaoundé   | 09         |                       |                                                                                                                                                                                                                   |                                                                                                                                                   |
| Bafoussam | 02         |                       | Achat de 2 boîtes = Eligible à ticket de tombola<br><br>Objectifs de vente: 2,5 Cartons/Jour/Ressource<br><br><b>Univers à couvrir:</b> Marchés permanents; quartiers et carrefours populeux; Marchés périodiques |                                                                                                                                                   |

- **Attendu de DEE LITE :** Des commerciaux dédiés avec leurs tricycles pour approvisionner les ressources; Stock de dégustations (10 Cartons)
- **NB:** L'opportunité aura baissé dès la fin du mois d'Août. Si possible, revoir les objectifs à la baisse

# Mécanisme de Collecte de base de données pour la Tombola

## Étape 1 : Eligibilité

- 1 ticket par achat éligible (3 produits instore / 2 produits street)
- Données client : nom, téléphone, ville
- **NB: Base de données numérique via application mobile de la campagne**

## Étape 2 : Extraction du listing

- Chaque fin de journée : Filtre des achats éligibles à la tombola
- 03 Jours avant le premier tirage au sort: Extraction des base de données qualifiées
- Traitement du listing pour éliminer les doublons ou parasites éventuels

## Étape 3 : Le tirage au sort

- Impression du listing final (Douala & Yaoundé)
- Production des coupons portant les coordonnées des clients qualifiés et remplissage de l'urne
- Exécution du tirage en off en presence de l'huissier qui fait son procès verbal





# Organisation de la Cérémonie de Remise

## Mise en place & décoration

- Camion podium brandé "La Vache Qui Rit®"
- Espace invités : 30 chaises pour gagnants + familles
- Mascotte pour photos souvenirs et interview des gagnants
- Sonorisation et dispositif audiovisuel (capitation photos et video)
- Flying Banners; Barrières de sécurité; générateur pour alimentation; confettis; vins mousseux

## Lieu & durée

Espace suggéré: Espace outdoor (marché ou point peuplé des zones ayant généré plus de ventes)

Durée totale: 1h30 à 2h00

Date: À déterminer (Soit une à mi-parcours de la campagne et l'autre à la fin de la campagne)

La cérémonie doit refléter l'image **souriante** et **familiale** de La Vache Qui Rit®, créant un moment chaleureux et médiatisé sur le digital pour maximiser l'impact de la campagne.





# Déroulé Chronologique de la Cérémonie





# AMPLIFICATION RADIO

Spot Radio : 25 secondes

**Voix enfant (joyeuse) :** « Maman, regarde ! C'est la Vache qui rit... elle est de retour pour la rentrée ! »

**Voix femme (souriante) :** « Eh oui ! Avec ses 4 nutriments essentiels et son goût inimitable, La Vache Qui Rit® rend chaque journée plus savoureuse. »

**Voix off masculine :** « Du 27 août au 21 septembre, retrouve La Vache Qui Rit® en magasins et dans les rues de Douala, Yaoundé et Bafoussam. Achète, déguste, joue... et gagne plein de cadeaux ! La Vache Qui Rit® : le sourire de la rentrée ! »



# CHOIX DE RADIOS

| Ville     | Chaînes de radio | Contenus de communication                                                                                                                |
|-----------|------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Douala    | Radio Balafon    | <ul style="list-style-type: none"><li>• 03 Emissions interactives plages matinales/Après midi</li><li>• 10 Diffusions de spots</li></ul> |
| Yaoundé   | Royal FM         | <ul style="list-style-type: none"><li>• 06 Emissions interactives plages matinales/Après midi</li><li>• 10 Diffusions de spots</li></ul> |
| Bafoussam | Radio Batcham    | <ul style="list-style-type: none"><li>• 03 Emissions interactives plages matinales/Après midi</li><li>• 10 Diffusions de spots</li></ul> |

Message à passer à la radio pendant les interventions: La vache qui rit, l'essentiel pour des enfants intelligents; éveillés et forts physiquement; le seul fromage qui procure du sourire et du peps ! Riche en éléments nutritifs essentiels pour le corps et le mental.



# AFFICHAGE

Formats & Emplacements clés

Formats

- 09 Banderoles 10 X 0,75 m<sup>2</sup> (04 Douala ; 04 Yaoundé & 01 Bafoussam)  
– Axes stratégiques à forte circulation





# Plan de Distribution et Objectifs de Dégustation

Voici la planification détaillée de nos stocks et objectifs quotidiens pour les deux circuits d'activation :

## Circuit "In-store Activations" (Variante Extra Crème)

|                                     |                                                   |
|-------------------------------------|---------------------------------------------------|
| Stock total disponible              | 10 cartons (soit $10 \times 324 = 3240$ portions) |
| Objectif quotidien par promotrice   | 27 portions                                       |
| Nombre de promotrices               | 6 (3 à Douala, 3 à Yaoundé)                       |
| Objectif quotidien total du circuit | $6 \times 27$ portions = 162 portions             |

Les activations en magasin ciblent une distribution plus qualitative avec un temps d'interaction client plus élevé.

## Circuit "Street Activations" (Variante Originale)

|                                                 |                                                   |
|-------------------------------------------------|---------------------------------------------------|
| Stock total disponible                          | 10 cartons (soit $10 \times 324 = 3240$ portions) |
| Objectif quotidien par jour d'activation mobile | 135 portions                                      |
| Nombre de promotrices mobiles                   | 20 (09 à Douala, 09 à Yaoundé, 02 à Bafoussam)    |
| Objectif quotidien total du circuit             | 24 Jours $\times$ 135 portions = 3240 portions    |

Les activations de rue visent une distribution à fort volume pour maximiser la notoriété du produit.

# OBJECTIFS DE VENTES

Indicateurs de performance (KPI)



| Indicateur              | Objectif In-store         | Objectif Street            |
|-------------------------|---------------------------|----------------------------|
| Connects / jour / promo | ≥80                       | ≥95 (fixe) / ≥110 (mobile) |
| Conversion              | ≥60%                      | ≥60%                       |
| Ventes / jour / promo   | 4 cartons                 | 1,5 à 2 cartons            |
| Engagement digital      | +20% sur les interactions | +20% sur les interactions  |
| Visibilité terrain      | 100% de présence conforme | 100% de présence conforme  |



# Solution Digitale Intégrée : VQR Connect

Pour assurer le succès de la campagne, une plateforme digitale sera mise en place pour un suivi en temps réel des activations.



## Application mobile

Permet la saisie instantanée des ventes, des photos des stands avec géolocalisation et la génération automatique de rapports.



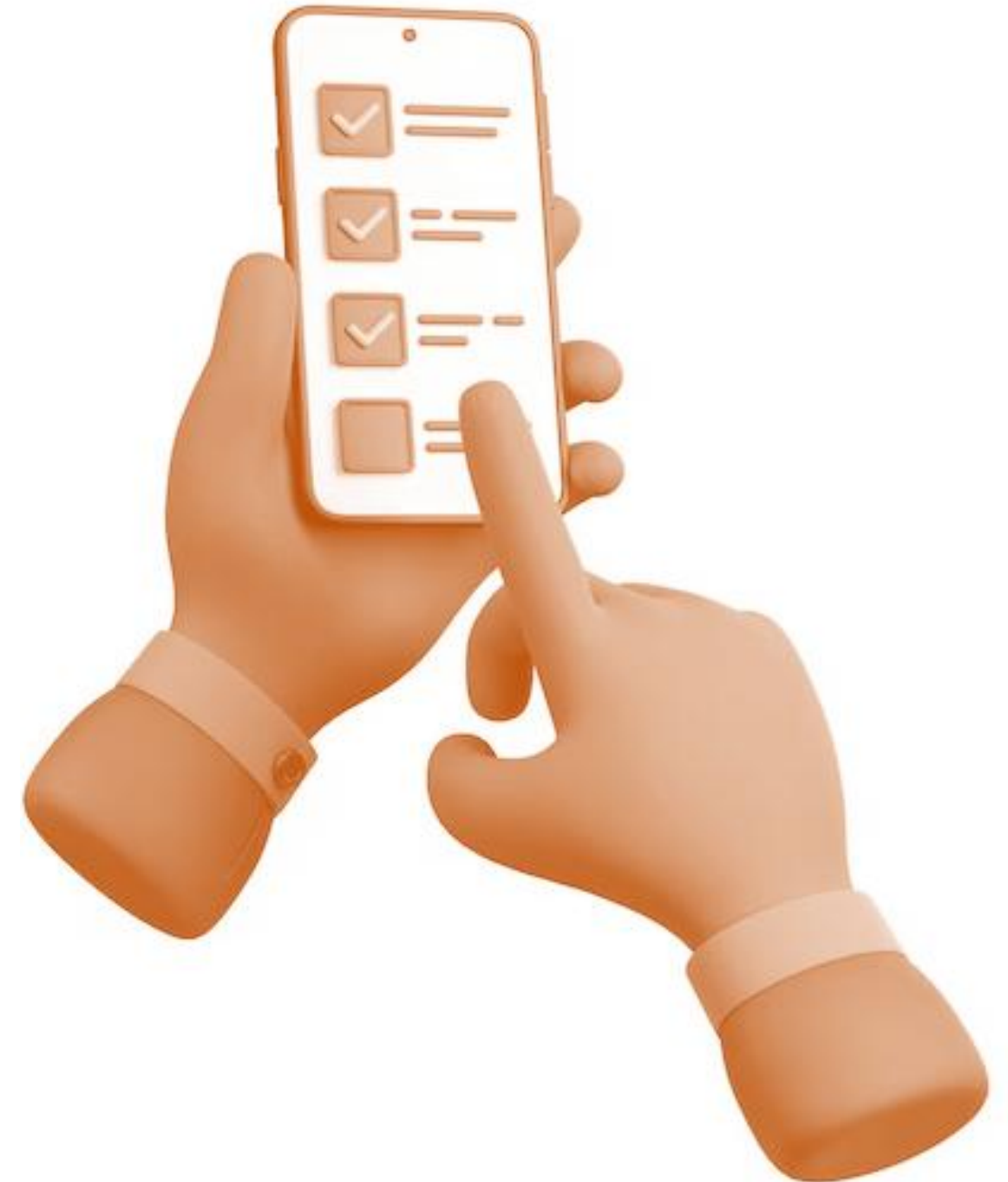
## Module de tirage au sort

Un système digitalisé permet aux clients de participer à une roue de la fortune virtuelle directement sur le Smartphone du BA.



## Dashboard analytique

Offre une visualisation en temps réel des performances par animateur, ville et canal, permettant des prises de décisions rapides.





# DISPOSITIF DE SUIVI

Groupe WhatsApp opérationnel

Communication en temps réel entre tous les acteurs de la campagne

Rapport hebdomadaire consolidé

Par ville + par canal, avec analyse des performances

Reporting journalier

Sur connect / conversion / ventes / incidents

Formulaire digitalisé pour le tirage

Validation numérique des tickets pour éviter les fraudes



# RECAP DES RESSOURCES OPERATIONNELLES

## 01 Coordonateur

Plannification stratégique

Préparation complete et contractualisation des ressources

Coaching des ressources; reporting et project management

## 02 Superviseurs

Plannification quotidienne des descentes

Approvisionnement des ressources

Suivi des ressources et des ventes; reporting; monitoring des recettes

## 20 Ressources commandos

Vente à pieds suivant les zoning préétablis; distribution des dégustations

Collecte de fonds des ventes

Application de la mécanique promo

## 06 Ressources Modern trade

Vente en PDV

Gestion des dégustations

Application de la mécanique promo

## 02 Mascottes

Animation pendant les cérémonies de remises de bons d'achats



# Tableau de **Rétroplanning** Détaillé

| Date                | Tâches                                           | Détails                                                                                                                                                                                                                    | Stakeholder               |
|---------------------|--------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------|
| 22-août             | Partage plan d'exécution                         | Transmission du plan opérationnel                                                                                                                                                                                          | Matanga Agency            |
| 23 – 24 août        | Préparation                                      | Préparer briefs (prestataires et logistique)                                                                                                                                                                               | Matanga Agency            |
| 25-août             | Validation du BC                                 | Réception du Bon de Commande et lancement officiel des préparatifs                                                                                                                                                         | Bel Fromagerie            |
| 26 – 28 août        | Engagement des PDV Modern Trade                  | Confirmation des PDV et prise de contact + Paiement pour bons d'achats                                                                                                                                                     | DEE LITE                  |
|                     | Mise à disposition du matériel d'activation      | 03 Tentés; 03 tables de sampling; 03 Baffles mobiles d'animations; Cartons de gratuités pour le sampling                                                                                                                   | DEE LITE                  |
|                     | Développement de la plateforme de monitoring     | Personnalisation et customisation de la plateforme de monitoring numérique de la campagne + Tests                                                                                                                          | DEE LITE                  |
|                     | Production & confirmations                       | Engagement régisseur pour Banderoles et proxys, achat d'espace radio<br>Productions supports (Cahiers; T-shirts; Rafraichissement Tables de sampling; parapluies; sacs à dos; Urne du tirage au sort; bon d'achat factice) | Matanga Agency            |
|                     | Enregistrement du jeu                            | Engagement cabinet huissier de justice pour enregistrement du jeu                                                                                                                                                          | Matanga Agency            |
|                     | Casting des ressources                           | Sélection des ressources définitives                                                                                                                                                                                       | Matanga Agency            |
|                     | Elaboration du plan de zonning                   | Plan de zoning et d'affectations de équipes terrains                                                                                                                                                                       | Matanga Agency            |
| 29 août – 1er sept. | Livraisons & dispatching + Formation des équipes | Livraison supports d'imprimerie, acheminement dans les villes hors de Douala; formation équipes terrain, répétition générale                                                                                               | Matanga Agency & DEE LITE |
| 2 – 3 septembre     | Mise en place terrain                            | Installation PLV (si prévu), kits promo, Répérages pour vérification de disponibilité de stocks                                                                                                                            | Matanga Agency & DEE LITE |
| 04-sept             | Lancement officiel 🚀                             | Déploiement complet de l'activité (ATL & BTL)                                                                                                                                                                              | Matanga Agency            |

LA VACHE QUI RIT®

LE SOURIRE DE LA RENTRÉE

Merci de votre attention

