



Sysco

BOUTIQUE ÉPHÉMÈRE

Allez aux meilleures pratiques du marché

Des façons créatives d'en faire la publicité

- L'application mobile de votre quartier
- Dépliants à distribuer lors de livraisons ou de ramassages en restaurant
- Signalisation à l'extérieur, comme une bannière ou un tableau sur trottoir
- Affichettes de porte
- Campagne de courriel à vos clients fidèles : Modèles de courriels
 - Membres du programme Récompenses
 - Envoyer un courriel à votre liste de distribution de clients
- Publicités radio
- Publicités numériques : télévision, Web, services en continu (*Pandora, Spotify, Google Music*)
- Page Web énumérant les emplacements participants
- Petits véhicules de livraison – publicité mobile
 - Autocollants sur véhicules de livraison
 - Habillage de véhicule
- **Avis Google Maps**
(Plans de Apple offre quelque chose de similaire)
 - Mettez à jour votre description d'entreprise pour aviser les gens que vous participez au programme de boutique éphémère. Les produits disponibles en boutiques éphémères peuvent varier selon l'emplacement, mais compteront les essentiels, comme des œufs, des condiments, du pain, du papier de toilette, etc.

Des façons traditionnelles d'en faire la publicité

- Médias sociaux
 - Les meilleures pratiques sur les médias sociaux sont disponibles dans la boîte à outils pour Boutique éphémère
 - Heures d'ouverture
 - Présentez chaque jour des produits disponibles et leur prix, soit par vidéo en direct ou en publication
 - Créez un sentiment d'exclusivité et de sécurité en prenant des rendez-vous
 - Jusqu'à épuisement des stocks
 - Heures spécifiques pour les personnes âgées
 - Rendez-vous pour le grand public
 - ◆ Utilisez un outil de planification pour permettre aux clients de choisir leur plage horaire
 - Publications renforcées
- Feuillelet publipostal
- Dépliants ou carte postale
- Mettre votre site Web à jour

Pour plus d'astuces par rapport à la COVID-19 :

**Communiquez avec votre consultant en
service alimentaire Sysco Visitez
www.sysco.ca/pop-up-shop**