

27 Mars 2012

Business lab redore le blason des brasseries FLO

Business lab accompagne depuis 3 ans déjà le Groupe FLO dans :

- L'élaboration et le déploiement de son programme de fidélité « Esprit Brasserie »
- La redéfinition du positionnement et des identités graphiques des 13 brasseries emblématiques du groupe et de sa chaîne Brasseries Flo.

Au fil des mois et des réalisations, Business Lab a su redonner à la « brasserie à la française » incarnée par le Groupe FLO ses lettres de noblesse en dessinant un univers haut de gamme et exigeant spécifiques à chacune des brasseries. Des univers qui prennent naissance en brasseries par le biais des menus, flyers, PLV... et qui se diffusent en acquisition et fidélisation via des campagnes emailing.

Il était désormais temps pour le Groupe FLO et Business lab de procéder à la refonte des sites existants pour prolonger cette montée en gamme sur le digital, avec un défi de taille : donner à voir la spécificité de chacune des maisons en conservant une structure commune à toutes.

C'est chose faite avec la refonte de l'ensemble des sites, dont le dernier : Brasserie Flo Reims, vient d'être mis en ligne ce lundi 26 mars.

13 brasseries emblématiques aux objectifs communs mais aux ambiances uniques.

Les nouveaux sites des brasseries devaient répondre aux objectifs communs de :

- Communiquer sur la carte et les événements
- Donner la possibilité de réserver une table en ligne
- Mettre en avant la richesse du patrimoine de chacun des lieux
- Immerger l'internaute dans l'ambiance de chacune des brasseries
- Donner accès à des versions multilingues du site

En revanche, ces mêmes sites devaient également prendre en compte les spécificités suivantes :

- Des chartes graphiques et éditoriales propres à chacune des brasseries
- Du contenu variable d'une brasserie à l'autre : au niveau des cartes proposées, du patrimoine, des services proposés...

Réalisation d'une structure de site commune dont le fond et la forme s'adaptent à chaque brasserie.

Business Lab a conçu un site « master » répondant aux besoins de l'ensemble des brasseries.

Une fois dupliqué, ce master générique devient le site d'une brasserie dans lequel, si la structure générique est conservée, le graphisme et le contenu sont spécifiquement travaillés en fonction de la brasserie.

Un déploiement efficace : 13 sites en moins d'1 an !

Ce master, conçu il y a 1 an, a ensuite donné naissance aux sites des brasseries emblématiques suivantes :

		
<p>www.lacouple-paris.com Août 2011</p>	<p>www.bofingerparis.com Octobre 2011</p>	<p>www.terminusnord.com Octobre 2011</p>
		
<p>www.vaudevilleparis.com Octobre 2011</p>	<p>www.julienparis.com Octobre 2011</p>	<p>www.brasseriebalzar.com Novembre 2011</p>
		
<p>www.brasserie-excelsior.com Novembre 2011</p>	<p>www.auxarmesdebruxelles.com Novembre 2011</p>	<p>www.brasserielesbeauxarts.com Novembre 2011</p>
		
<p>www.boeufsurletoit.com Janvier 2012</p>	<p>www.brasserietheatre.com Mars 2012</p>	<p>www.brasserieflo-paris.com Mars 2012</p>
		
<p>www.floreims.com Mars 2012</p>		

Un résultat à la hauteur des espérances des brasseries !

13 sites plus tard, on redécouvre les brasseries emblématiques à travers des chartes graphiques faisant la part belle aux éléments identitaires de chaque maison (éléments artistiques, décoratifs, architecturaux,...). Mais si la création

graphique a largement guidé la refonte de ces sites, les nouvelles fonctionnalités implémentées ne sont pas en reste et participent au succès des brasseries FLO :

- Les diaporamas : permettent de retranscrire fidèlement l'ambiance et la déco de la brasserie ainsi que des plats qui y sont proposés.
- La gestion du multi-langues : déployée actuellement sur les brasseries des Armes de Bruxelles et La Coupole. En 2012, toutes les brasseries emblématiques enrichiront leur site d'une version anglaise.
- Le module de réservation en ligne : afin de réserver une table en quelques clics seulement, avec confirmation par email et SMS.
- La publication d'avis : pour enrichir le site de témoignages de clients.
- Les contenus multimédias : avec des vidéos et des visites virtuelles pour prolonger ou préparer sa visite en brasserie.

Concernant la gestion du contenu, chacune des brasseries maintient son site à jour via un Back-Office permettant une actualisation instantanée.

Mis en ligne il y a plus de 6 mois, les premiers sites montrent des résultats très satisfaisants avec des statistiques atteignant les 36 000 visites / mois.

Prochaine étape pour Business lab et le Groupe FLO : Les versions mobiles des sites des brasseries : affaire à suivre...

Business lab en bref...

Business lab accompagne les grandes marques dans leur stratégie de communication et de marketing relationnel adaptés à l'ère digitale !

Solidement implantée dans le marché depuis 1998, Business Lab est reconnue pour son bouquet d'expertises On / Off (Campagnes de communication, Ecosystème digital, Promo, E-business, In Store, CRM, MD, Presse, TV, Média Online...) et pour le caractère novateur des dispositifs proposés.

Clients actifs : E.Leclerc, Leroy Merlin, Peugeot, Casino, Areva, Amplifon, Adidas, OpenSkies, UCPA, Dyson, BNP Paribas, Bouygues Immobilier, Decolor Stop, Banque Casino, Brasseries Flo, SFR, Airlinair, Crédit Agricole, Fromageries Bel, Apéricube, La Vache Qui Rit, Gîtes de France, Cardif...

Votre contact presse :

Frédérique Boyer/ Adeline Kroetz, Agence Bermudes-rp

Tel. : 01 40 54 23 40 / fboyer@bermudes-rp.com / akroetz@bermudes-rp.com
