

OFFREZ UN COUP DE FOUDRE



Alain Madelin, ministre de l'Industrie, examinant Coup de foudre de la gastronomie que lui présentent Stéphane Cherki, directeur général, et Jacques Gervaise, directeur commercial de Tir Groupé Promotion.

Tout le monde a connu un jour le coup de foudre pour une personne, un objet, un pays, un animal. Stéphane Cherki, directeur de l'agence de promotion Tir Groupé, a créé il y a aujourd'hui un peu plus d'un an «Coup de foudre de la gastronomie».

La raison de cette création : l'absence de la profession de restaurateurs parmi la liste des bénéficiaires du marché en pleine expansion du cadeau d'affaires, de stimulation, de concours.

Après de nombreuses recherches «Coup de foudre de la gastronomie» voit le jour fin 1986. Il s'agit d'invitations pour deux personnes pour aller dîner dans près de 200 restaurants en France parmi les plus titrés. Son fonctionnement est basé sur l'édition d'un recueil répertoriant les établissements qui honorent les invitations, et la commercialisation de sept types d'invitations gastronomiques. Elles ne mentionnent aucune valeur faciale et correspondent à une prestation différente allant du simple repas avec nuitée au week-end complet.

Il est cependant possible pour les bénéficiaires d'échanger cette invitation contre un bon d'achat valable à La Redoute ou contre du foie gras (P. Gueracagne), du champagne (Moët et Chandon), des vins et alcools (Château-Clarke, Antonin Rodet) ainsi que des chèques voyages (Touravia, Havas Voyages).

Après huit mois de commercialisation, Coup de foudre de la gastronomie a généré près de 4,5 MF uniquement en invitations, compte 150 clients et a un chiffre d'affaires prévisionnel de 15 MF pour 1988.

52 % des bénéficiaires ont choisi les invitations, 27 % les échanges, 21 % n'ayant pas encore pris leur décision. Le tirage du recueil des fêtes gourmandes 1988 est de 50 000 exemplaires (15 000 distribués en prospection et 35 000 vendus).

Ils sont utilisés pour fidéliser une clientèle, stimuler les forces de vente, créer des événements, ou plus simplement en cadeaux qu'ils soient d'affaires, d'entreprise ou personnels.

A chacun son invitation. Cette nouvelle technique promotionnelle en offre sept différentes : affaire, prestige, fascination, gastronomie, folies, tradition française, V.I.P., qui correspondent à une prestation bien définie chez chacun des restaurateurs, relais ou châteaux de France (les prix variant de 300 à 3 500 francs). Les invitations sont valables de trois à huit mois.

Pour son premier anniversaire, Stéphane Cherki et toute l'équipe de Tir Groupé ont reçu la presse et plus de 2 000 invités au cours d'une fabuleuse fête organisée aux Pyramides, nouveau centre d'affaires, de détente et de loisirs. (Tir Groupé, (1) 47.78.78.95).

invitation
non utilisable
pour deux personnes
offerte par

V . I . P .

Coup de Foudre de la Gastronomie

M. _____
vous recommandent spécialement ses deux invités

et vous prie de leur réserver le meilleur accueil.

La Direction.

Valable jusqu'au

COUP DE FOUDRE DE LA GASTRONOMIE
15, RUE COLLIN - 92800 PUTEAUX
TÉL. : (1) 47.78.78.95