

Annie Ardaens

Contenu éditorial
Community management
Relations presse



Annie Ardaens
138, avenue du Général de Gaulle
94170 le Perreux sur Marne
Tél. : 06 61 36 65 82
annieardaens@hotmail.fr



COMMUNICATION DÉVELOPPEMENT ET ACQUISITION

38% DE BOUCHE À OREILLE ET 62% DE 2.0

Dans un monde digital et ultra concurrentiel, être et artisan et communicant est indispensable. Pour être identifié, (re)connu puis choisi par une clientèle volage, ultra sollicitée, qui "bouche à oreille" sur le net chaque jour. Des plus grandes entreprises aux plus grands chefs, tout le monde communique !

"LE CONTENU EST ROI" Bill Gates

Quotidiennement, vos clients sont submergés d'informations et de publicités. Retenir leur attention par un contenu de qualité, utile et valorisant est un moyen d'acquérir et de fidéliser une clientèle.

Il leur faut un message émotion, informatif et pratique qu'ils pourront "liker", et partager.

24/7

Attachée de presse 2.0, Annie Ardaens gère avec Meyer Cohen, photographe et vidéaste professionnels, la communication éditoriale des chefs et établissements soucieux de gérer leur réputation, maîtriser leur image, développer leur stratégies d'influence et d'interagir avec leur communauté.

attractivité
clients
marque
médias
offline communication twitter
web
online
promotion facebook réputation corporate suivre
image target relations
interne entreprise montrer développement
convaincre gérer stratégie réseaux sociaux
séduction participation comptes objectif





ATTACHÉE DE PRESSE ET MARKETER HAUTE GASTRONOMIE

CONNAISSANCES, COMPÉTENCES 2.0
ET MÉTHODES

J'ai grandi dans le monde de la **restauration**.
Toute petite, j'adorais déguster et déjà
critiquer les plats imaginés par mon grand-
père, mon frère, mes oncles et cousins.

Après une maîtrise de **lettres et communication** à la Sorbonne, et
plusieurs stages **marketing**, je suis devenue Attachée de presse.

Grâce à mon aisance rédactionnelle, ma créativité et mes qualités de
communicant, j'ai participé à l'aventure de **Guy Savoy** et ses bistrotts, à
celle de **Marc Meneau** qui souhaitait regagner sa 3ème étoile, et à celle
de chefs moins connus qui le furent plus tard...

En 2008, j'ai quitté la gastronomie pour intégrer le monde de
l'entreprise en tant que **Responsable des Relations Presse et**
évènementiels des magasins U.

En 2010, je suis devenue **Directrice marketing et communication**
d'une grande entreprise française, Feel Europe.

Ces 2 grandes expériences salariées ont été très enrichissantes en
compétences comme le branding, la stratégie, les méthodes et les
outils 2.0. Elles m'ont permis de retourner en 2017 dans le monde de
la gastronomie.

AACOHMM

Créée en septembre 2016 par l'association d'un **photographe/**
vidéaste professionnel et d'une **attachée de presse spécialisée en**
gastronomie depuis plus de 20 ans, AACOHMM est une agence
tel un collectif national de communicants et artistes professionnels
au service de chefs et établissements soucieux de faire vivre leur
établissement (**perdurer**), de gérer leur **réputation**, maîtriser leur
image, développer une stratégie d'**influence** et interagir avec leur
clients.

NOS POINTS FORTS

Expert des problématiques 2.0, nous avons les compétences et les
qualités nécessaires à une opérationnalité immédiate, le **temps**
d'étudier chaque jour les attentes des consommateurs, le web, la presse,
les réseaux sociaux, l'actualité, la **sensibilité** clients, l'**esprit d'analyse**,
une **aisance rédactionnelle** et relationnelle, la **créativité**, un **sens**
artistique, la **réactivité** et une bonne **connaissance de l'écosystème**
dans lequel vous évoluez.



NOTRE OFFRE COMPLÈTE

CONSEILS EN MARQUE ET IMAGE

Désigner vos points forts dans une stratégie éditoriale différenciante.

Pour créer ou développer votre stratégie d'influence et mettre en place un ton et un discours originaux et impactant au service de tous vos supports de communication on et off line, il nous faudra faire connaissance. Nous allons identifier l'offre existante, vos valeurs, positionnement et moyens de communication sur l'ensemble des segments de clientèles individuelles et professionnelles. Puis être force de propositions en marque et image...

CONTENT MARKETING ET COMMUNITY MANAGEMENT

Créer et diffuser du contenu efficace, émotionnant, élégant, éphémère et facile.

Pour renforcer la visibilité on et off line de votre marque et améliorer l'expérience client, vous avez besoin de **contenu personnalisé, attractif et pertinent**.

Nous sommes stratégestes et créateurs de contenus éditoriaux **texte et image** pour votre site internet, vos réseaux sociaux, les journalistes, les guides, les blogueurs, etc. avec une approche 100% tournée expérience clients.

Nous rédigeons vos posts Facebook, Instagram, YouTube (vidéos), LinkedIn et Twitter mais aussi vos newsletters, communiqués et dossiers de presse, site internet, livres...

Vous allez apprécier la cohérence entre les textes et images, la sémantique, l'identité visuelle, dans une formule "tout compris".

RELATIONS PRESSE

You're famous !

Les relations médias restent primordiales car les journalistes (et les blogueurs) restent en tête dans la quête d'influence pour vous permettre d'acquérir une nouvelle communauté de clients grâce à une présence médiatique et une notoriété au niveau régional, national voire internationale. Of course, **we are fluent English**.



80% des internautes se renseignent sur la e - réputation

LES RELATIONS PRESSE

ACTIONS

Promotion et valorisation du chef et de l'établissement, des actions événementielles, des partenariats, etc.

~

Définition et mise en oeuvre et suivi opérationnel de la stratégie et des actions relations presse/médias

~

Conception et réalisation des avant programmes, les dossiers et les communiqués de presse

~

Envoi personnalisé des outils aux journalistes et blogueurs

~

Entretien et développement des relations avec les journalistes et blogueurs (téléphone, déjeuner, rendez-vous dans les rédactions, etc.)

~

Organisation de voyages de presse intimistes

~

Réponse personnalisée et réactive aux sollicitations des journalistes : envoi des informations, mises en relation avec le chef, organisation d'interviews, idées d'articles, etc.

~

Répondre aux sollicitations du chef
(accompagnement à des interviews, etc.)

~

Valoriser et analyser les retombées presse obtenues

~

Réaliser la veille sur les actions RP concurrentes

~

Reporter mensuellement selon l'avancement des projets



