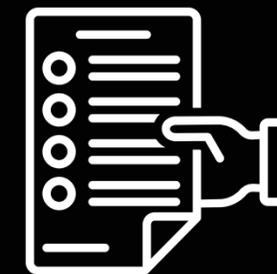


Benchmark social media

BISCUITERIE
BILLIOTTE

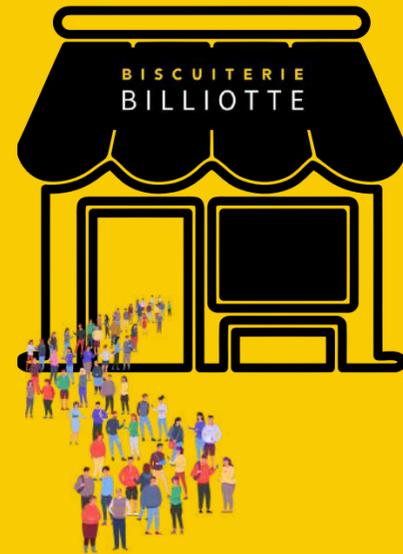


RAPPELS DE LA DEMANDE





DÉVELOPPER
LA VISIBILITÉ DE LA MARQUE

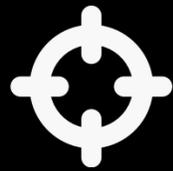


AUGMENTER
LE TRAFIC EN MAGASIN



GÉNÉRER
DU TRAFIC EN LIGNE





FEMMES ACTIVES

A PARTIR DE 25 ANS



ENFANTS

POUR L'AMBIANCE FAMILIALE



TOURISTES

POUR LES SOUVENIRS





BISCUITERIE BILLIOTTE



SOMMAIRE

Benchmark social media

1.1 Concurrents directs et indirects

1.2 Bilan quantitatif

1.3 Bilan qualitatif

1.4 Analyse du marché

1.5 Synthèse et Recommandations

Concurrents



DIRECTS



INDIRECTS

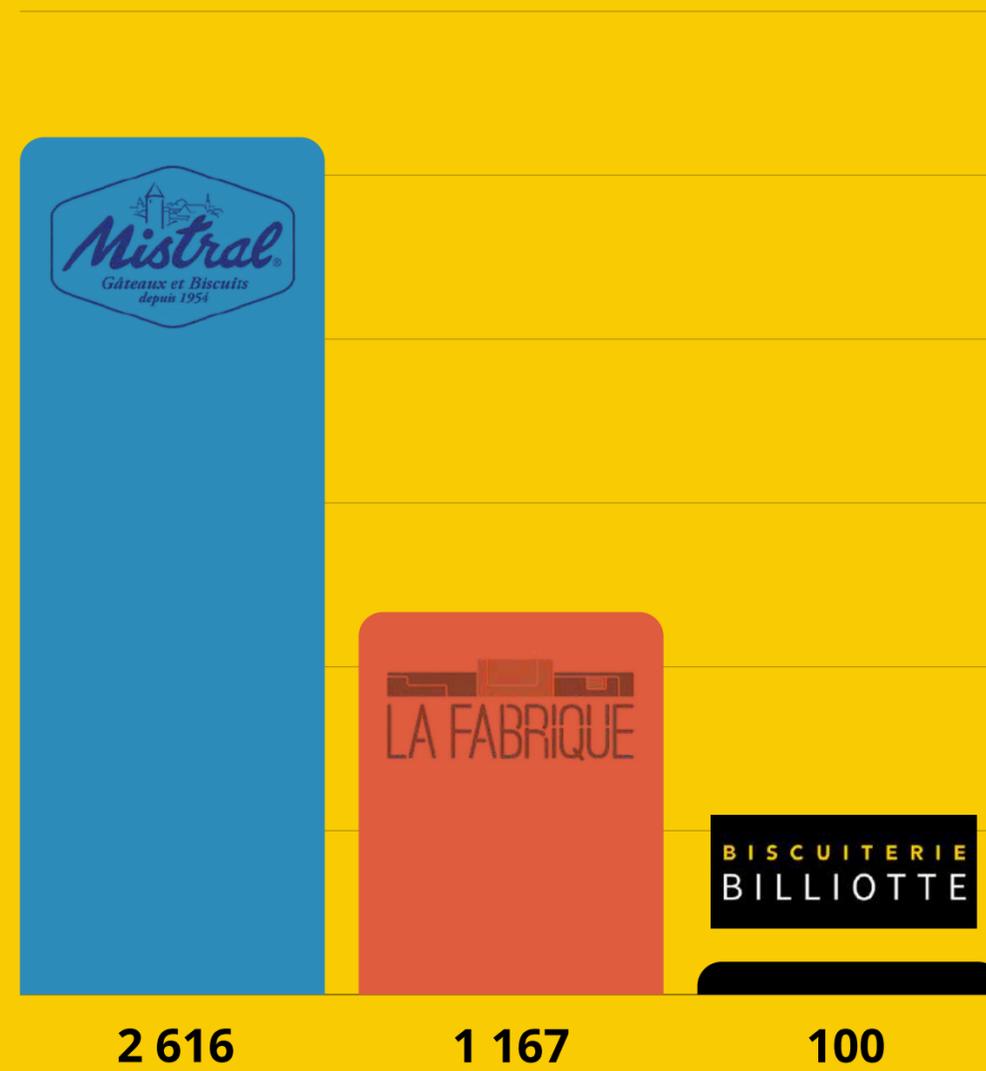


BILAN QUANTITATIF



Nombre d'abonnés +

Puissance d'audience de Billiotte et de ses concurrents directs (en nombre d'abonnés).



Fréquence

Fréquence de publication de Billiotte et de ses concurrents directs sur le réseau social Facebook par semaine.



BISCUITERIE
BILLIOTTE

→ 2 à 3 posts par semaine



→ 1 à 2 posts par semaine



→ Inactif (pas de compte Facebook)

Fréquence

Fréquence de publication de Billiotte et de ses concurrents directs sur le réseau social Instagram par semaine.



**BISCUITERIE
BILLIOTTE**

→ 2 à 3 posts par semaine



→ 1 à 2 posts par semaine


LA FABRIQUE

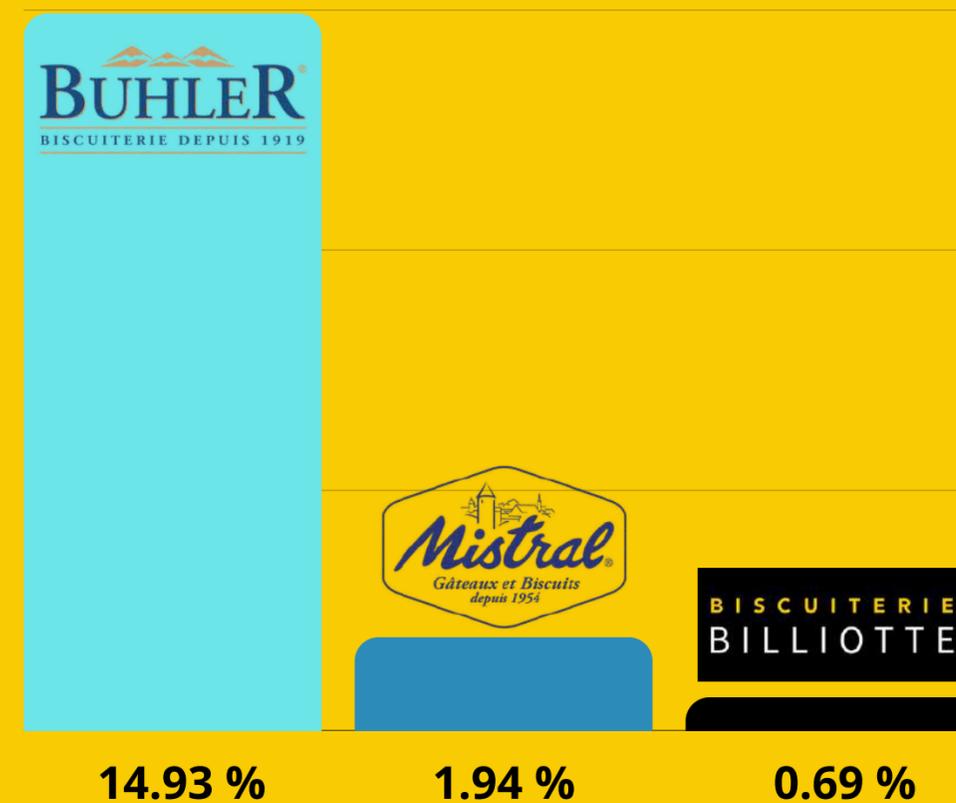
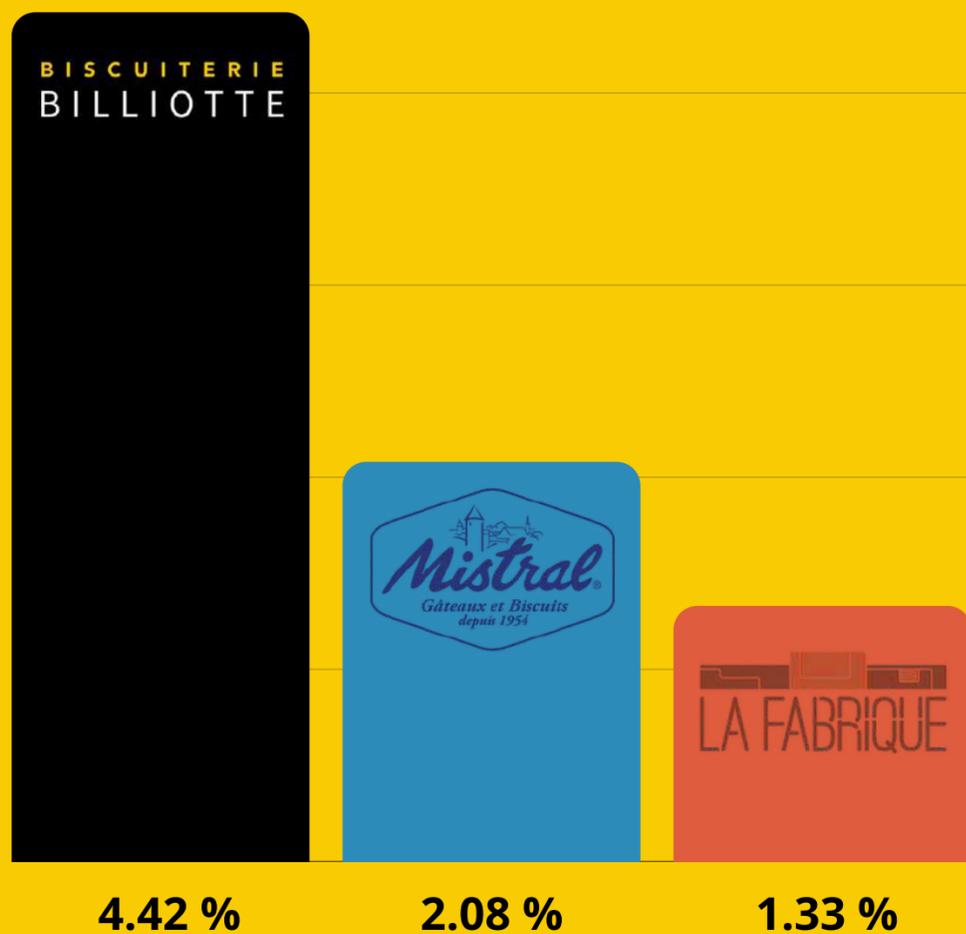
→ 1 post par semaine


BUHLER
BISCUITERIE DEPUIS 1919

→ Inactif (pas de compte Instagram)

Taux d'engagement

Indicateur clé de performance mesurant le niveau d'engagement des internautes avec le contenu que propose la Biscuiterie Billiotte (en %).



BILAN QUALITATIF



Contenus



Sujets abordés (contenus) dans les publications de Billiotte et de ses concurrents sur le réseau social Facebook.



Contenus



Sujets abordés (contenus) dans les publications de Billiotte et de ses concurrents sur le réseau social Facebook.



Promotions

Produits / Nouveautés

Causes Sociales

Événements

Actualité entreprise



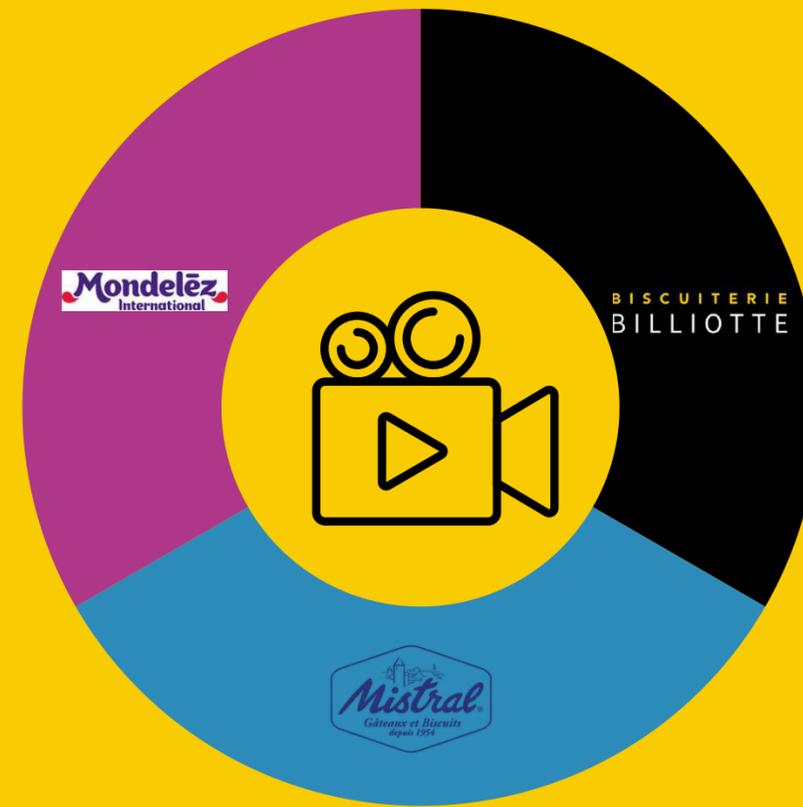
Formats



Formats employés dans les publications de Billiotte et de ses concurrents sur le réseau social Facebook.



Photos



Vidéos



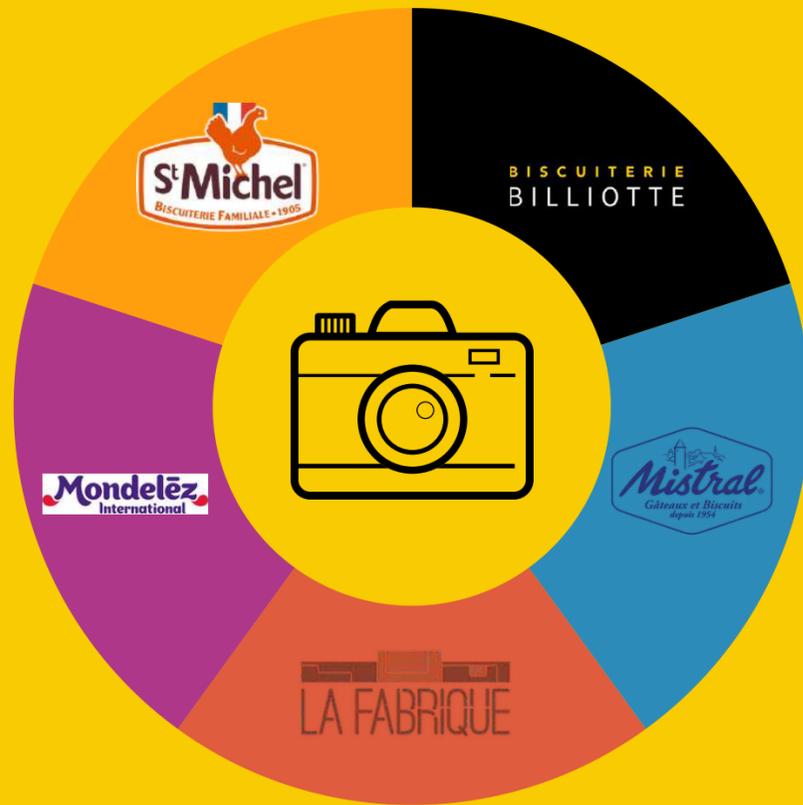
Visuels/montages



Formats



Formats employés dans les publications de Billiotte et de ses concurrents sur le réseau social Facebook.



Photos



Vidéos



Visuels/montages



ANALYSE DU MARCHÉ



Forces & Faiblesses

Résumé des forces et faiblesses concernant les contenus et les formats employés par les concurrents **directs**.

	Forces 	Faiblesses 
	<ul style="list-style-type: none">• Fréquence de publication supérieure et plus régulière que ses concurrents.• Fort taux d'engagement sur le réseau social Instagram.• Grande diversité des contenus.• Utilisation de tous les formats.	<ul style="list-style-type: none">• Pas énormément d'abonnés sur Facebook et très peu sur Instagram.• Faible taux d'engagement sur Facebook.• Ne parle jamais de l'actualité de l'entreprise.
	<ul style="list-style-type: none">• Des vidéos très bien réalisées mettant en avant les produits et le savoir-faire.• Une fréquence de publication très ponctuelle sur Facebook.• Grande diversité des contenus.• Un nombre d'abonnés important.• Utilisation de tous les formats.• Communication importante pour les évènements.	<ul style="list-style-type: none">• Un taux d'engagement faible par rapport au volume d'abonnés.• Faible fréquence de publication sur Instagram.

Forces & Faiblesses

Résumé des forces et faiblesses concernant les contenus et les formats employés par les concurrents **directs**.

	Forces 	Faiblesses 
	<ul style="list-style-type: none">• Un fort taux d'engagement.• Beaucoup de sujets abordés dans leurs contenus.	<ul style="list-style-type: none">• Pas de compte Instagram.• Très peu d'abonnés sur Facebook.• Fréquence de publication faible.• Pas de vidéos sur leur compte.
	<ul style="list-style-type: none">• Fort taux d'engagement.• Plusieurs sujets abordés dans leurs contenus.• Utilisation de tous les formats.• Un nombre d'abonnés important.	<ul style="list-style-type: none">• Pas de compte Facebook.• Fréquence de publication faible.• Faible taux d'engagement.

Forces & Faiblesses

Résumé des forces et faiblesses concernant les contenus et les formats employés par les concurrents **indirects**.

	Forces 	Faiblesses 
	<ul style="list-style-type: none">• Bonne diversité des formats sur Instagram.• Belles photos.	<ul style="list-style-type: none">• Pas de vidéos sur Facebook.• Peu de diversité des contenus sur Instagram et Facebook.
	<ul style="list-style-type: none">• Bonne diversité de contenus sur Instagram et Facebook.• Bonne diversité des formats sur Instagram et Facebook.	



Suite aux analyses précédentes, nous avons trouvé intéressant de regarder ce que faisaient d'autres entreprises étant sur un marché d'alimentation locale, hors région Bourgogne Franche-Comté.

Ces marques sont : *Fortwenger, Biscuiterie Albisser, Biscuiterie Fossier, Biscuits roses de Reims de Fogier, les gavottes de Loc Maria.*

Ces entreprises sont des concurrents indirects, elles peuvent donc être inspirantes pour l'entreprise Billiotte afin de se développer davantage. Néanmoins, elles proposent des produits différents, c'est pourquoi nous avons choisis de ne pas en faire une analyse qualitative détaillée (via des graphiques) mais de résumer leurs forces et faiblesses.

Nous pensons que ces entreprises peuvent aider à proposer d'autres contenus et actions pertinentes à la Biscuiterie Billiotte.



Forces & Faiblesses

Résumé des forces et faiblesses concernant les contenus et les formats employés par les concurrents **indirects spécialisés localement.**

	Forces 	Faiblesses 
	<ul style="list-style-type: none">• Un feed Instagram cohérent et harmonieux.• Utilisation de tous les formats.• Audience internationale.• Participation à des causes sociales : octobre rose.• Collaborations avec Marmiton.• Mise en avant d'ateliers pâtisserie.	<ul style="list-style-type: none">• Fréquence de publication irrégulière.• Peu d'interactions avec les utilisateurs
	<ul style="list-style-type: none">• Utilisation de tous les formats.• Très actifs.• Très belles photos.• Feed Instagram cohérent et harmonieux, une DA claire.	<ul style="list-style-type: none">• Peu de vidéos.

Forces & Faiblesses

Résumé des forces et faiblesses concernant les contenus et les formats employés par les concurrents **indirects spécialisés localement**.

	Forces 	Faiblesses 
	<ul style="list-style-type: none">• Posts réguliers.• Utilise Too Good To Go.• Bon taux d'engagement.	<ul style="list-style-type: none">• Peu de modernité dans les publications.• Aucune publication à propos de l'entreprise.• Peu de communication sur les évènements de l'année.
	<ul style="list-style-type: none">• Forte cohérence avec leur milieu (l'Alsace).• Beaucoup de communication sur Noël.• La tradition Alsacienne au centre de leurs contenus.	<ul style="list-style-type: none">• Peu de modernité dans les contenus (Facebook).• Peu de modernité dans les formats (Facebook).• Trop de contenus sur la période de Noël.

Important à retenir



Contenus ou formats intéressants employés par les concurrents directs ou indirects.

Directs



Réalisent des vidéos et photos de qualité et ils font des stories.



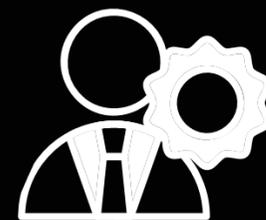
Beaucoup de communication sur les évènements qui ont lieu dans la boutique.

Indirect



Concours originaux et leur quantité est importante.
→ Le mot d'ordre: faire plaisir à leur communauté.

SYNTHÈSE ET RECOMMANDATIONS



Recommandations



Actions jugées utiles à exploiter par la Biscuiterie Billiotte sur ses réseaux sociaux.

Ces différents aspects permettent d'appuyer la **crédibilité** et le **professionnalisme** de l'image de l'entreprise.

- Mettre en place un feed Instagram et Facebook plus harmonieux et plus attractif, avec de belles photos/vidéos et moins de visuels.
- Entretenir et enrichir leur compte Facebook afin de toucher davantage de personnes.
- Représenter davantage la DA sur les réseaux sociaux.
- Interviews avec des professionnels de l'entreprise pour valoriser cet atout majeur qui est : la fabrication artisanale et mettre en avant le côté humain (sous forme de courtes vidéos).
- Plus d'interactions avec leur communauté : jeux concours, sondages, foires aux questions (F.A.Q.), afin de mieux cerner leurs besoins et leurs attentes.
- Mettre davantage en avant l'actualité de l'entreprise afin d'informer les clients.
- Collaboration avec des entreprises de cuisine telles que Marmiton afin de générer plus d'audience et d'affirmer leur positionnement sur le marché du biscuit.
- Utiliser les nouvelles fonctionnalités en story d'Instagram et Facebook : emoji slider, sondages, compte à rebours, quizz, questions, mentions et liens en stories, ...
- Insister sur l'aspect photo sur les réseaux sociaux car elles génèrent plus de likes.

FIN

Challenge Interne

Louis CLEMENT

Marien PARISSÉ

Avelaine CHEVIRON

Célia AUBLANC

Clara BROUSSIER

Lucas NICOLET

