





## SKY THRIVE STRATEGIES

SKY THRIVE : ÉLEVEZ VOTRE MARQUE, TOUCHEZ LE CIEL



**YASMINE ABASSI**

Cheffe de Projet

# Vos besoins

Vrac'mentBio est une **chaîne d'épiceries en vrac** fondée en 2011 par Monsieur Salomon.

La chaîne offre plus de 900 produits **bio et zéro déchet** dans ses deux magasins physiques stratégiquement situés à Paris.

## VOS ASPIRATIONS :

Étendre votre réseau en France par le biais de franchises.

Élargir votre offre avec des produits non alimentaires.

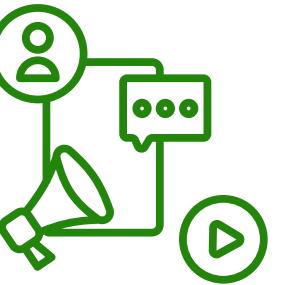


# Nos solutions



## ACCOMPAGNEMENT

Élaboration d'une stratégie pour la mise en place de vos **franchises** et du recrutement



## COMMUNICATION

Mise en place d'une stratégie de communication offline et online sur un an



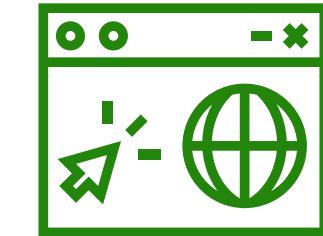
## IDENTITÉ

Conception d'une **identité visuelle** cohérente avec les valeurs de la marque



## ZERO DÉCHET

Lancement d'une campagne de sensibilisation sur le vrac et le "zéro déchet"



## SITE WEB

Développement d'un site **e-commerce** fonctionnel et ergonomique



## E-RÉPUTATION

Étude et accompagnement pour la gestion de votre e-réputation

# Sommaire



<b>LE MARCHÉ DES ÉPICERIES EN VRAC</b>	<b>06</b>
<b>VOS CONCURRENTS DIRECT ET INDIRECT</b>	<b>12</b>
<b>VOS CIBLES ET ZONES DE CHALANDISE</b>	<b>16</b>
<b>LES FRANCHISES</b>	<b>19</b>
<b>VOTRE NOUVELLE IDENTITÉ VISUELLE</b>	<b>24</b>
<b>PLAN DE COMMUNICATION 2024 - 2025</b>	<b>27</b>
<b>VOTRE SITE WEB</b>	<b>43</b>
<b>CAHIER DES CLAUSES TECHNIQUES</b>	<b>44</b>
<b>DEVIS</b>	<b>45</b>

# Marché VRAC

**C'est un marché en plein essor**

**1,3 Mds**

d'euros de CA  
en 2020

**0,75%**

de part du marché de  
la consommation

**920**

épiceries spécialisées  
vrac en France

**5,4 M**

de foyers qui achètent  
des produits en vrac

**2 M**

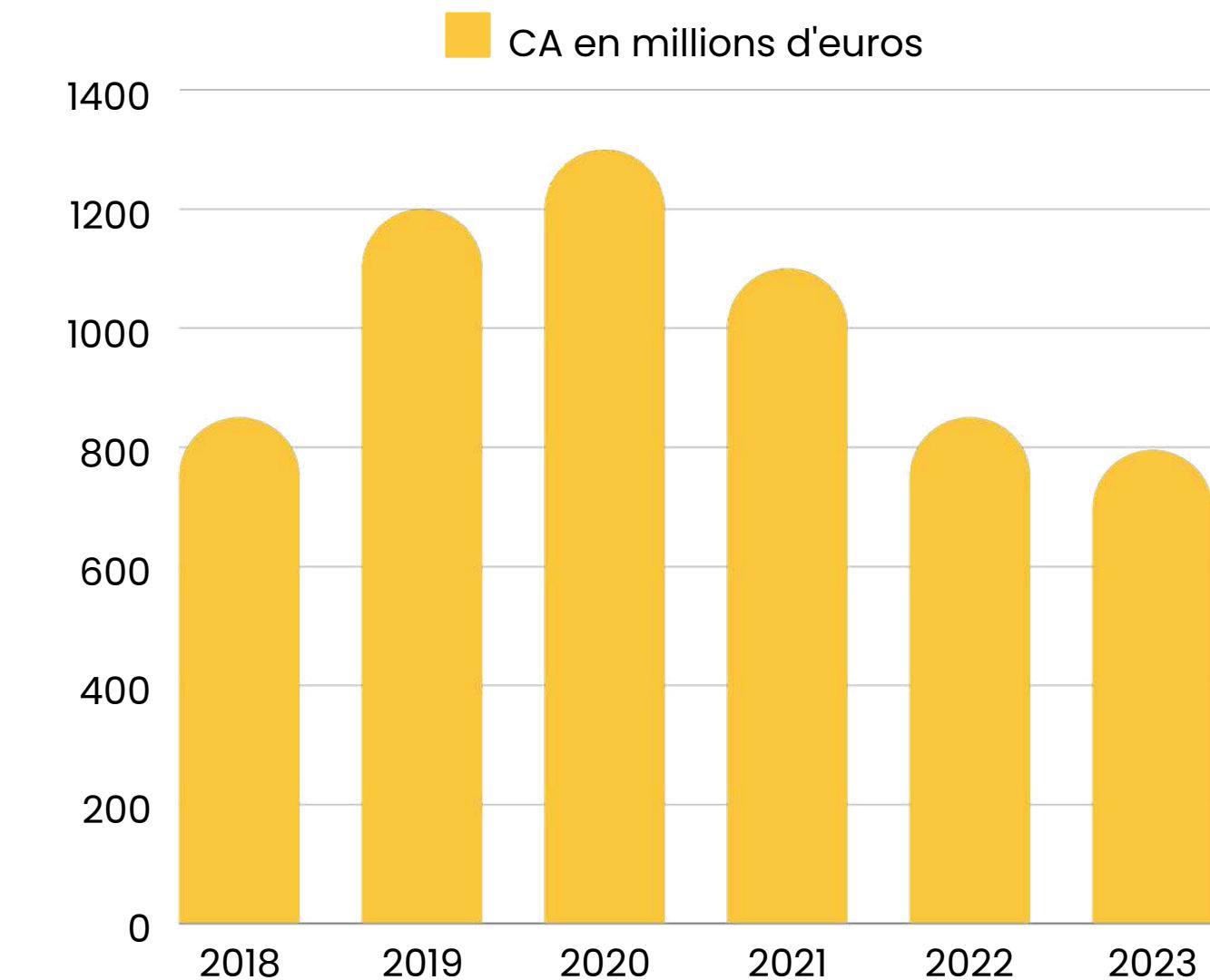
Acheteurs réguliers

**10%**

moins chers que les  
produits emballés

**LE VRAC EN QUELQUES CHIFFRES CLÉS**

**Le marché du vrac a subit un déclin  
suite à la crise sanitaire**



Source : CircuitBio

**EVOLUTION DU MARCHÉ DU VRAC EN FRANCE**

# Marché

VRAC



## HABITUDE DE CONSOMMATION



43% sont des acheteurs réguliers (au moins un achat par mois)

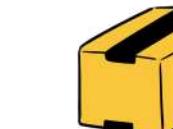


Panier Moyen = **42 euros**

## MOTIVATIONS D'ACHAT

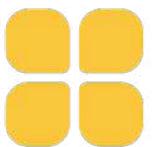


Juste quantité (Acheteurs occasionnels)



Moins d'emballage (Acheteurs réguliers)

## ATTENTES DES CONSOMMATEURS



Diversité de l'offre



Qualité de l'offre

## PRODUITS LES PLUS CONSOMMÉS EN VRAC



Fruits secs



Farine



Céréales



Café & Thé



Légumineuses

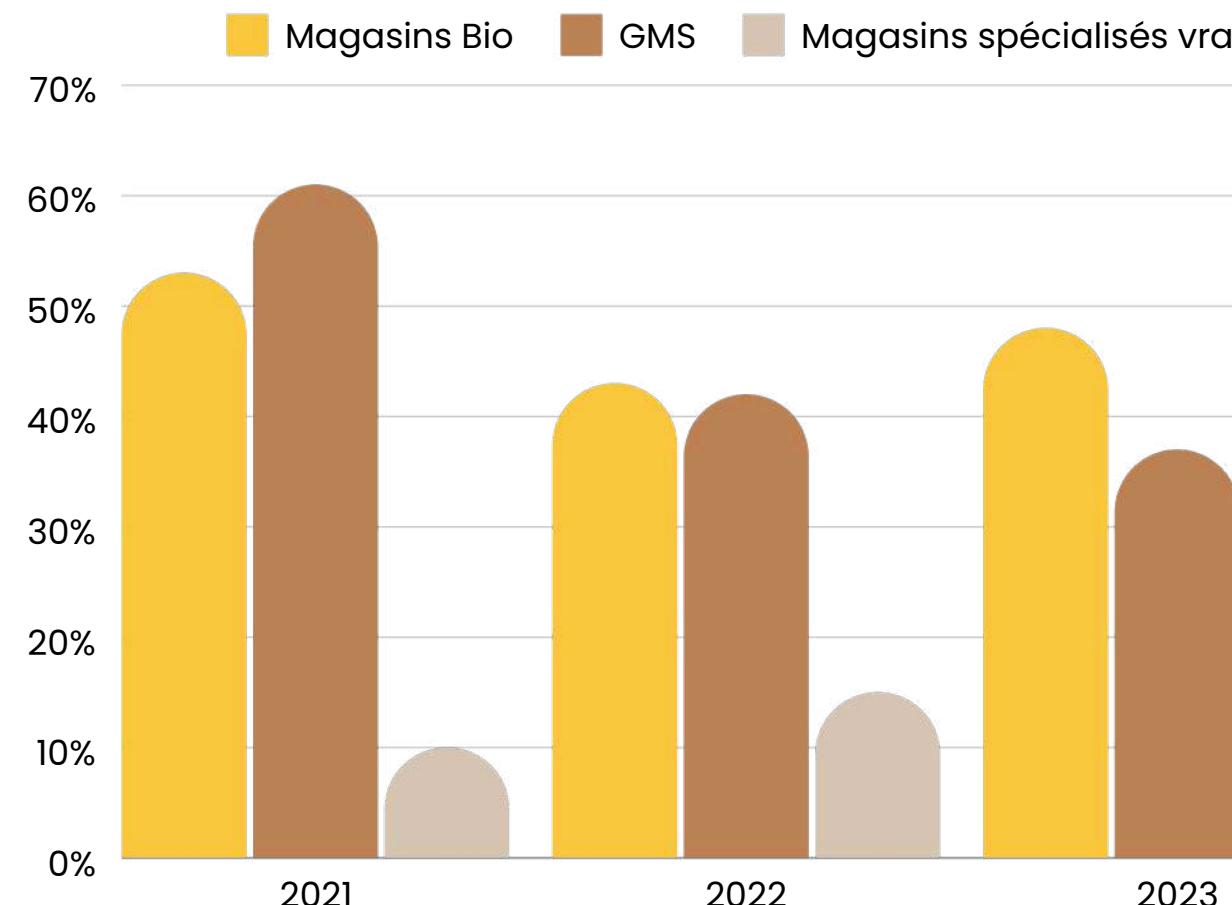


Pâtes & Riz

# Marché VRAC



## CIRCUITS DE DISTRIBUTION



RÉPARTITION DES PARTS DE MARCHÉ DU VRAC  
PAR CIRCUIT DE DISTRIBUTION DE 2021 À 2023

## CANAUX DE DISTRIBUTION



Magasins



Drive



Vracs itinérants



Site e-commerce

## RÈGLEMENTATIONS



Règlementations sanitaires strictes (viande, poisson ou produits laitiers ne sont pas admis)



Respect des règles en matière d'hygiène, de stockage, de manipulation et de la vente (ex: pesage)



Fournir des informations claires et précises sur les produits vendus en vrac (origine, composition, allergènes)



# Marché

COSMETIQUE EN VRAC

## UN MARCHÉ EN CROISSANCE

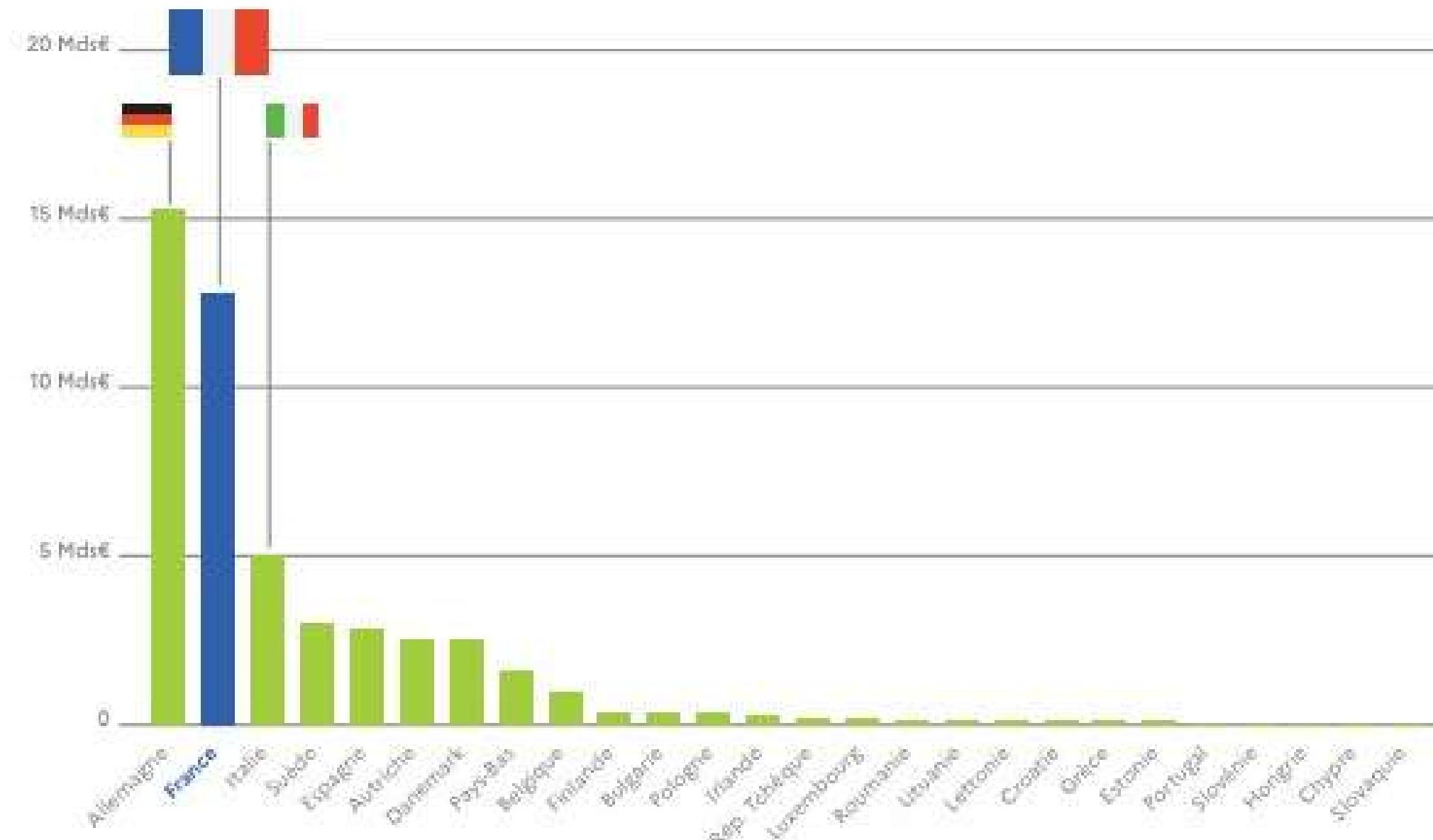
- Marché mondial : 48 Milliards de dollars
- Des consommateurs qui recherchent des alternatives durables
- Une préférence pour les **cosmétiques certifiés Bio** (produits non nocifs pour la santé)
- Une large gamme de produits cosmétiques disponible en vrac pour la réduction d'emballages
- Deux principaux types :
  - Cosmétiques solides (savons, shampoings, dentifrices secs, ...)
  - Cosmétiques liquides (gels douches, shampoings, lotions, eaux de parfum, ...)



# Marché BIO

LA FRANCE : 2ÈME LEADER EUROPÉEN EN TERMES DE CA (CHIFFRE D'AFFAIRES)

2.3 MILLIARDS D'EUROS DE CA EN 2023



## APERÇU DU MARCHÉ

### Principaux défis :

- Baisse de la demande => baisse de la productivité et des certifications
- Réduction des subventions
- Rendements plus faibles => incompatibilité avec l'autosuffisance.

### Principaux atouts :

- Résistance à l'inflation => moins affectée par l'augmentation des coûts des intrants = Stabilité des prix
- Meilleure résilience face au changement climatique

**Le BIO est une solution prometteuse pour l'avenir de l'agriculture et de l'alimentation**

# Marché BIO

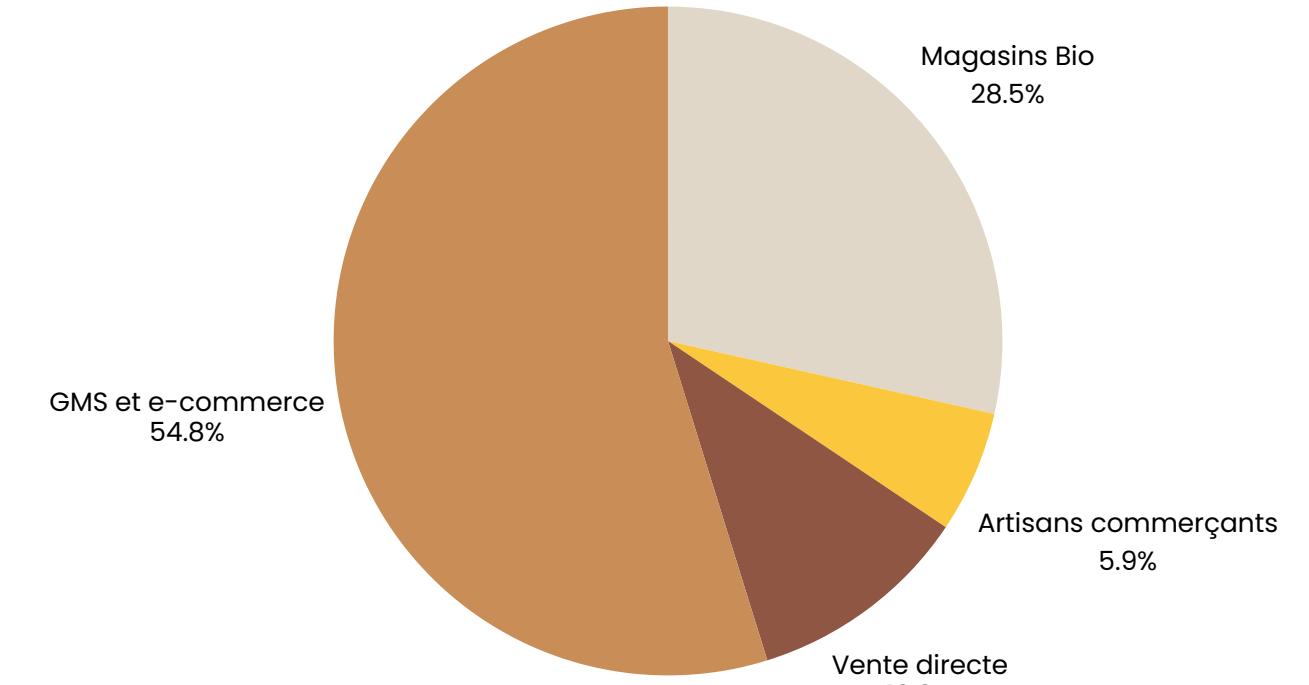


## CONSOMMATEURS

- 83% sont des consommateurs occasionnels  
**Nouveaux consommateurs réguliers :** Jeunes, cadres, femmes au foyer avec enfants en bas âge
- **Motivations :**
  - Qualité de l'alimentation en faveur de la santé
  - Consommation éco-responsable
- **Produits les plus consommés en bio :**



## DISTRIBUTION



## CERTIFICATIONS ET LABELS



ECOFEUILLE



AGRICULTURE BILOGIQUE



# Analyse concurrentielle

CONCURRENT DIRECT

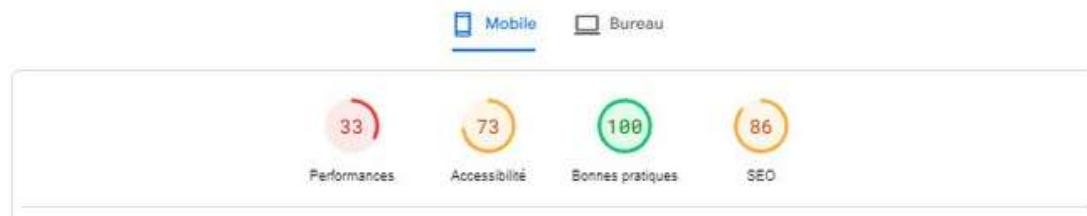


## day by day ☺

Enseigne française spécialisée dans le vrac, fondée en 2013.

**Mission :** défendre le pouvoir d'achat des consommateurs en rendant le vrac accessible à tous et réduire l'utilisation des emballages plastiques

**Score mobile :**



**Score bureau :**



**Responsive :** OUI



### ⊕ Points forts

#### Modèle économique

Plus de 750 produits en vrac  
Repose sur un réseau de franchises  
Reconnaissance et influence via la création de l'association Réseau Vrac

#### SEO

Trafic organique : 28.6 K  
Bon score d'autorité : 30  
Backlinks : 267K

#### SMO

Notoriété développée sur les RS



Publicité Meta Ads

#### SEA

Publicité payante Google Ads

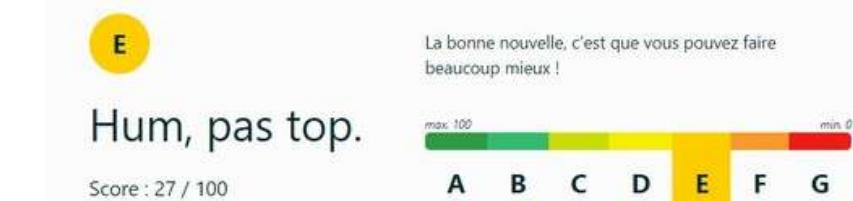
### ⊖ Points faibles

#### Accessibilité

Présence de quelques erreurs (attributs manquantes)  
Alt

Contraste de couleur inférieur au ratio minimum sur la page contact

#### Score Green IT :



# Analyse concurrentielle

CONCURRENT DIRECT



Marque française spécialisée dans les produits biologiques et écologiques. Fondée en 1987.

**Mission :** promouvoir l'agriculture biologique dans un esprit d'équité et de coopération.

**Score mobile :**



**Score bureau :**



**Responsive :** OUI



## ⊕ Points forts

### Modèle économique

Plus de 600 produits vracs. Engagements forts en faveur de l'alimentation responsable, l'environnement et l'économie sociale et solidaire.

### SEO

Trafic organique : 270.6 K  
Bon score d'autorité : 43  
Backlinks : 953K

### SMO

Notoriété développée sur les RS



### Publicité Meta Ads

### Accessibilité

Les tests automatisés et manuels réalisés indiquent que le site web atteint un niveau satisfaisant de conformité aux normes d'accessibilité reconnues.

## ⊖ Points faibles

### Performance du site

Score de performance faible sur mobile

### Accessibilité

Présence de quelques erreurs d'accessibilité (attributs Alt manquantes, erreur de contraste)

### Score GSrEeAen IT :



# Analyse concurrentielle

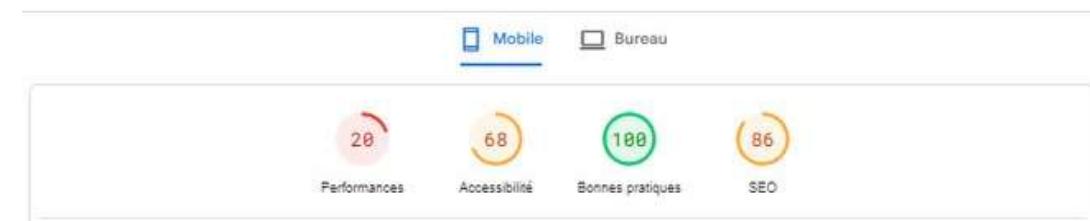
## CONCURRENT INDIRECT



Chaîne de magasins bio française, fondée en 2007.

**Mission :** proposer des produits biologiques et écologiques de qualité tout en promouvant un mode de vie sain et respectueux de l'environnement.

**Score mobile :**



**Score bureau :**



**Responsive :** OUI



## ⊕ Points forts

### Modèle économique

Plus de 7000 références produits dont 200 références en vrac  
Produits bio et naturels pour une consommation responsable

### SEO

Trafic organique : 28.2 K  
Bon score d'autorité : 29  
Backlinks : 17.9K

### SMO

Notoriété développée sur les RS



### Publicité Meta Ads

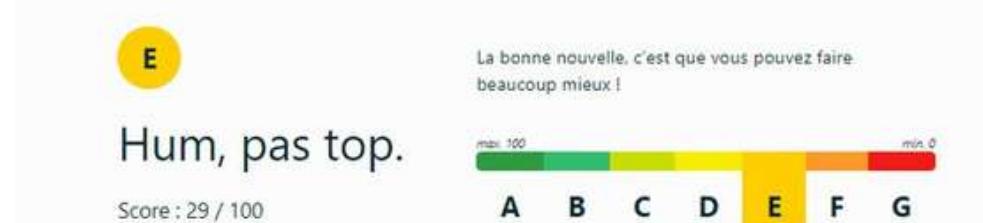
## - Points faibles

### Accessibilité

Présence de quelques erreurs (attributs manquantes)  
Alt

Contraste de couleur inférieur au ratio minimum sur la page contact

### Score Green IT :

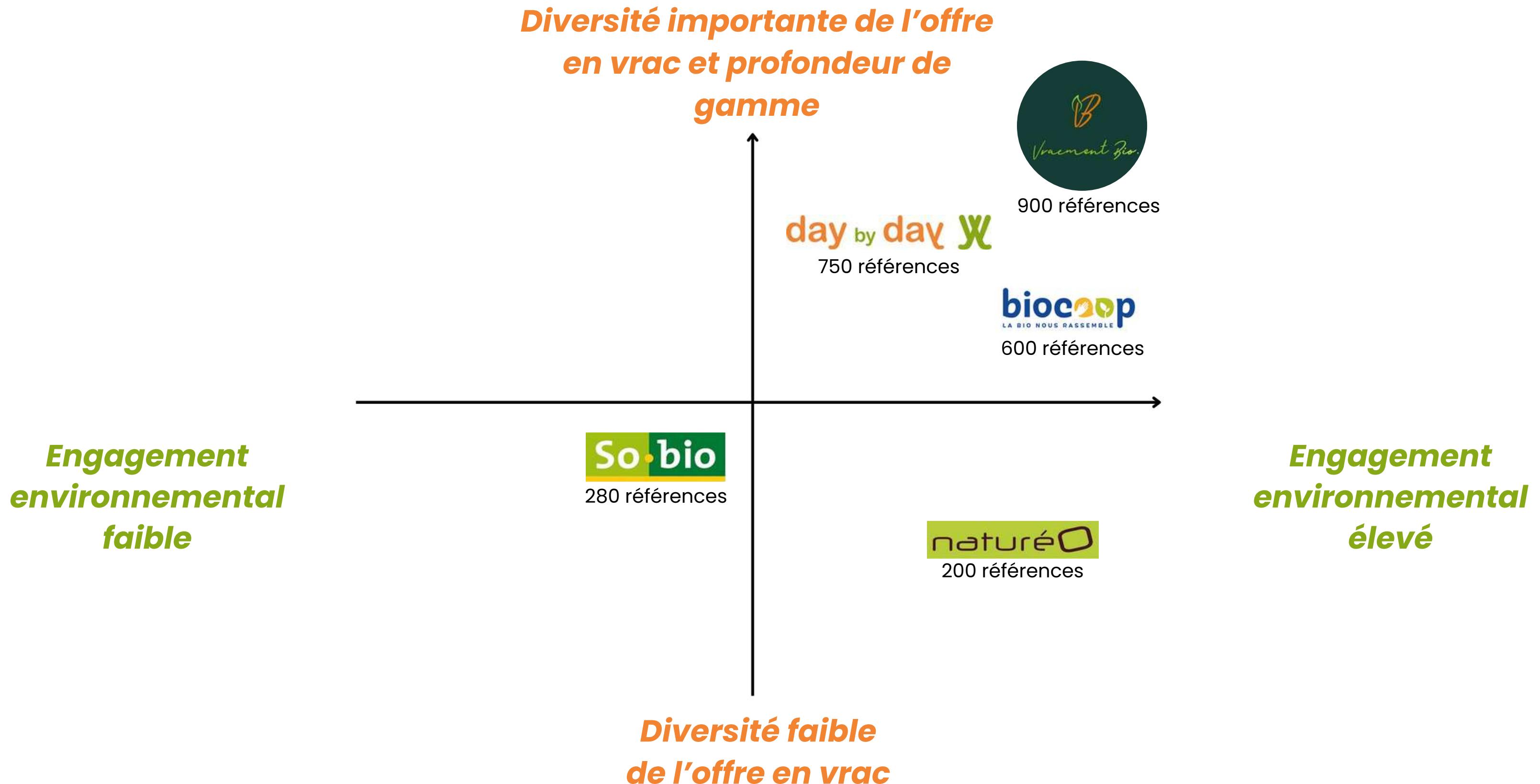


### SEA

Pas de publicité payante Google Ads

# Positionnement concurrentiel

MAPPING CONCURRENTIEL



# Cibles

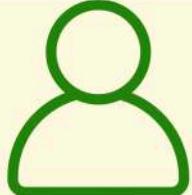
PRINCIPALES

# Cibles

COEUR

# Cibles

SECONDAIRES

	<b>ÂGE</b>	25 à 65 ans et plus	35 et 44 ans	BtoB : les entreprises et entrepreneurs
	<b>CSP</b>	CSP+ et les CSP intermédiaires	Actifs CSP+	
	<b>INTÉRÊTS</b>	Environnement, écologie, randonnée	Écoresponsabilité, cuisiner des plats sains	Partenariats stratégiques image de marque éco-responsable
	<b>BUDGET</b>	175€ / courses	100€ / courses	1 000€ à 2 000€ / mois
	<b>HABITUDES</b>	Niveaux de consommation de bio et de vrac variés	Consommateurs réguliers de bio et de vrac	S'approvisionne régulièrement en produits frais et de qualité, privilégie le vrac et le bio
	<b>MOTIVATIONS</b>	Soutenir les initiatives écoresponsables et inspirer les autres à adopter des gestes plus respectueux de la planète	Réduire son empreinte écologique et manger sainement	Valoriser le travail des producteurs locaux et répondre aux demandes de sa clientèle

# Claire Dubois

37ANS, MARIÉE, MÈRE DE DEUX ENFANTS, CITADINE

## ✓ Intérêts :

- Cuisiner sain pour elle et sa famille, en privilégiant des produits bios et locaux.
- Réduire le gaspillage alimentaire et minimiser l'impact environnemental de sa consommation.

## ✓ Motivations :

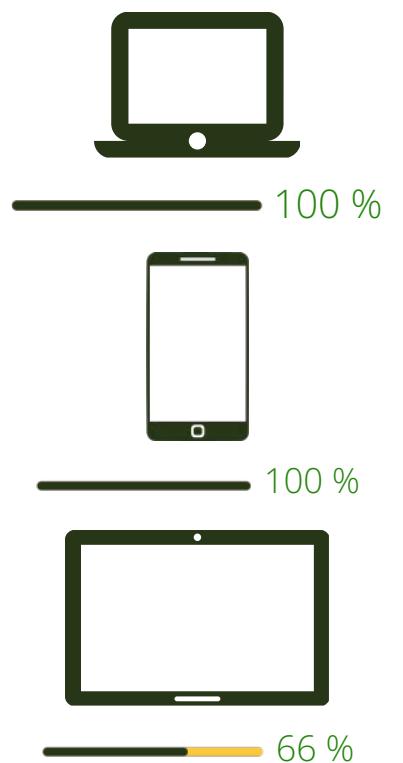
- Assurer une alimentation saine et équilibrée pour sa famille,
- Contribuer à la protection de l'environnement en réduisant les déchets et en soutenant les producteurs locaux.

## ✓ Défis et besoins :

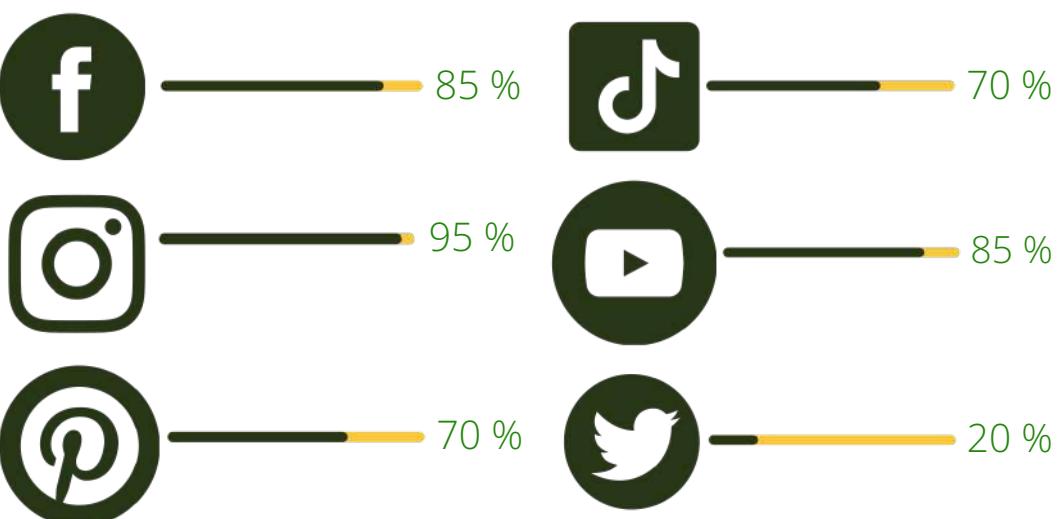
- Disposer d'informations claires et transparentes sur l'origine et la composition des produits.
- Accéder à une offre diversifiée de produits en vrac et bio qui répondent aux besoins de toute sa famille.

“Pour une famille saine et engagée, le vrac bio, notre choix éco-responsable”

## TECHNOLOGIE



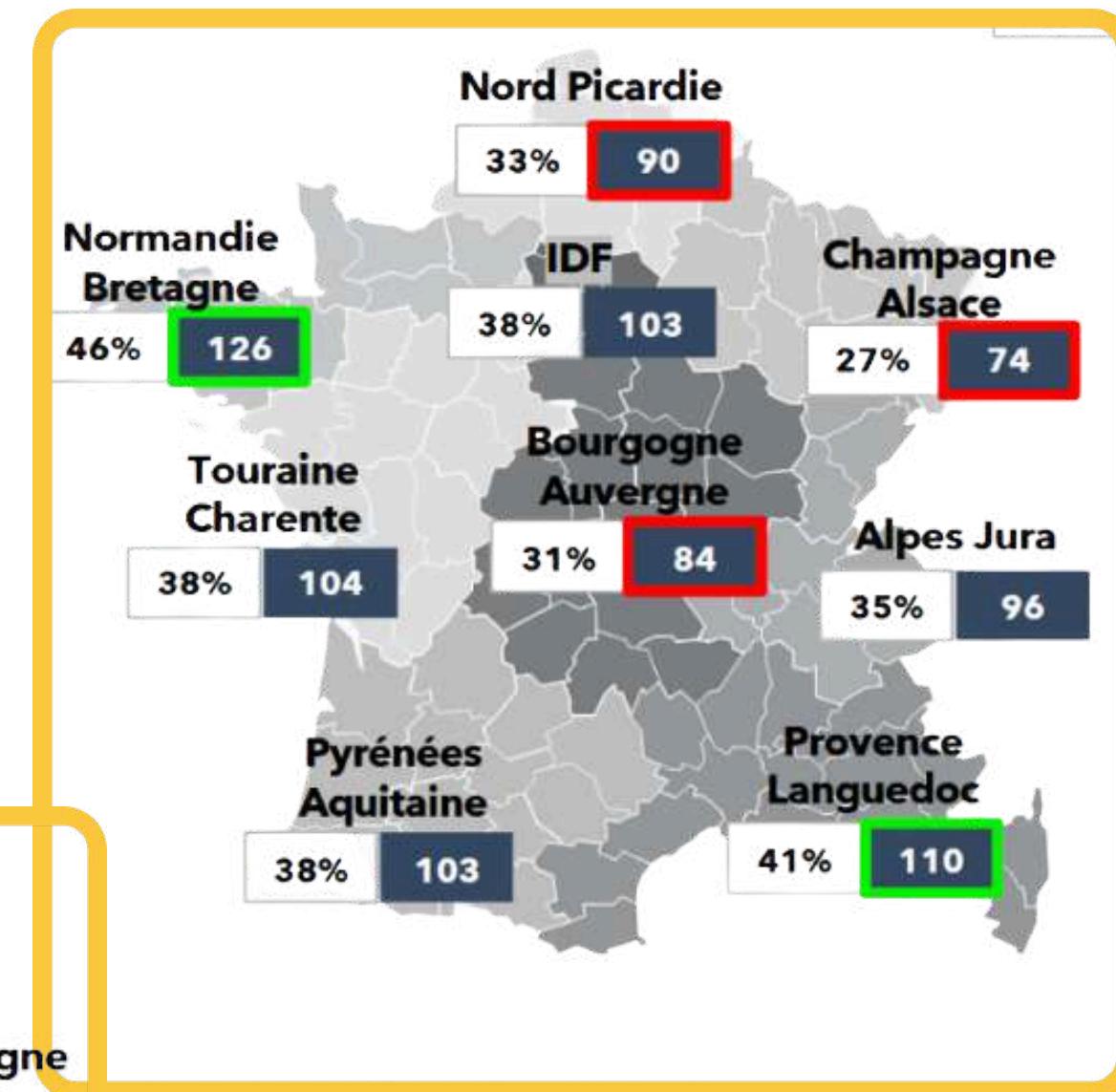
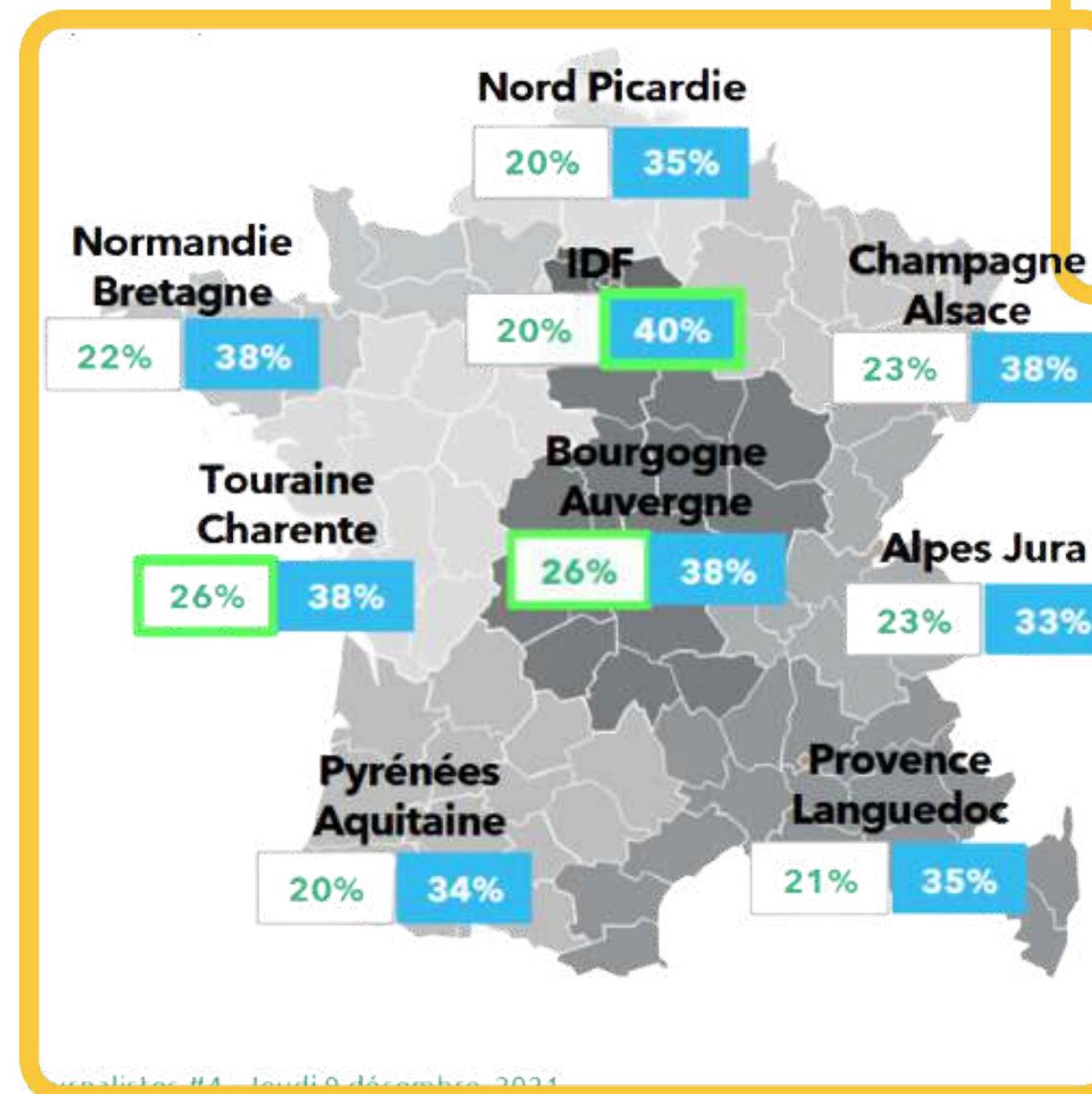
## RÉSEAUX SOCIAUX



# Zone de chalandise

## ZONE PRIMAIRE : GRAND-OUEST

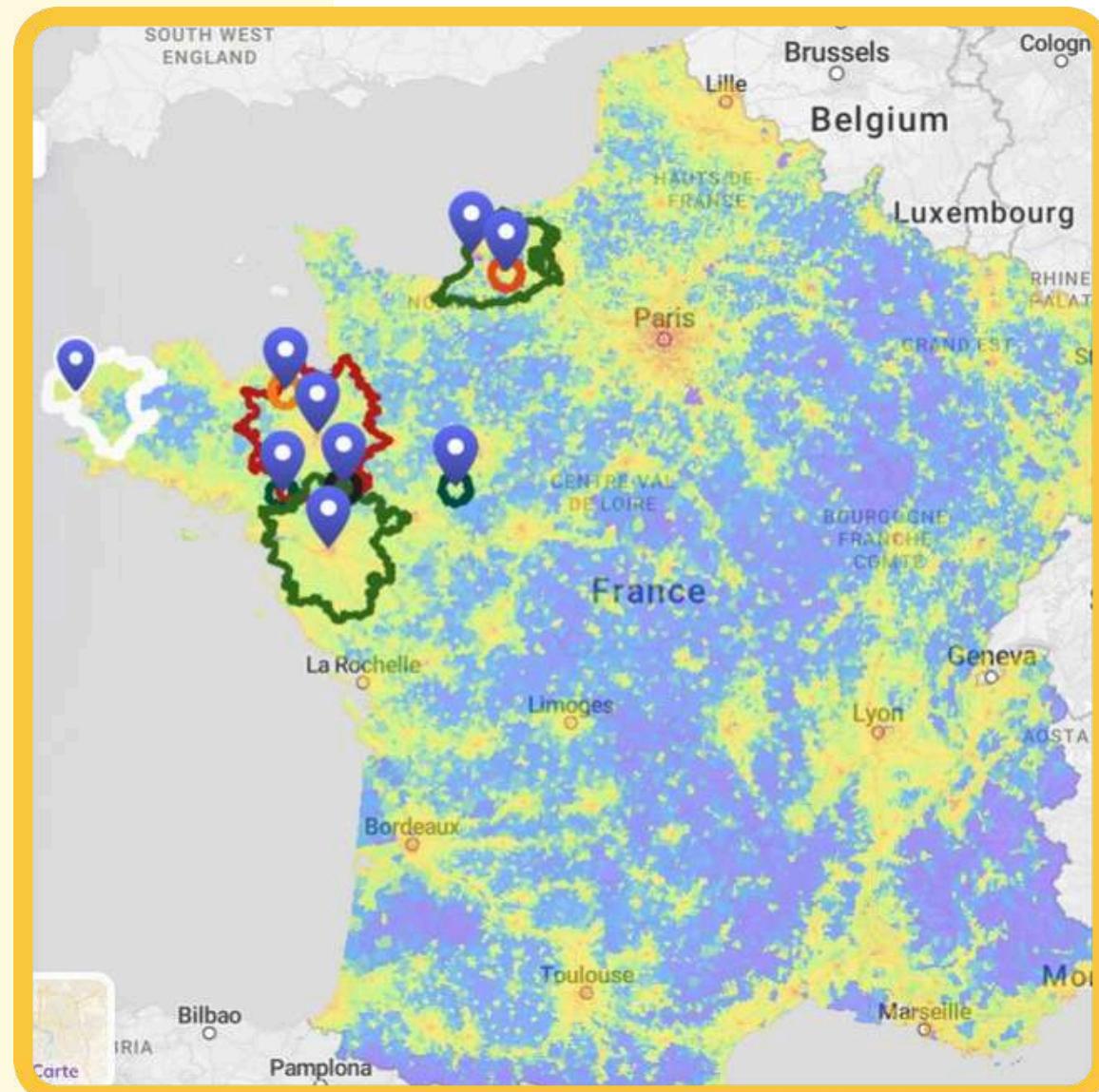
POURCENTAGE DES MOTIVATIONS D'ACHAT



INDICE DE CONSOMMATION PRODUIT EN VRAC

**ZONE SECONDAIRE :  
ÎLE DE FRANCE & SUD DE LA FRANCE**

# Mise en place des franchises



## ZONE DE CHALANDISE GRAND-OUEST

### BRETAGNE

#### villes les plus peuplées

- Rennes (département d'Ille-et-Vilaine)
- Brest (département du Finistère)
- Quimper (département du Finistère)

#### Villes de moins de 20 000 habitants

- Dinan (département des Côtes-d'Armor)
- Fougères (département d'Ille-et-Vilaine)
- Redon (département d'Ille-et-Vilaine)

### NORMANDIE

#### villes les plus peuplées

- Le Havre (département de la Seine-Maritime)
- Rouen (département de la Seine-Maritime)
- Caen (département du Calvados)

#### Villes de moins de 20 000 habitants

- Pont-Audemer (département de l'Eure)
- Argentan (département de l'Orne)
- La Ferté-Macé (département de l'Orne)

### PAYS DE LA LOIRE

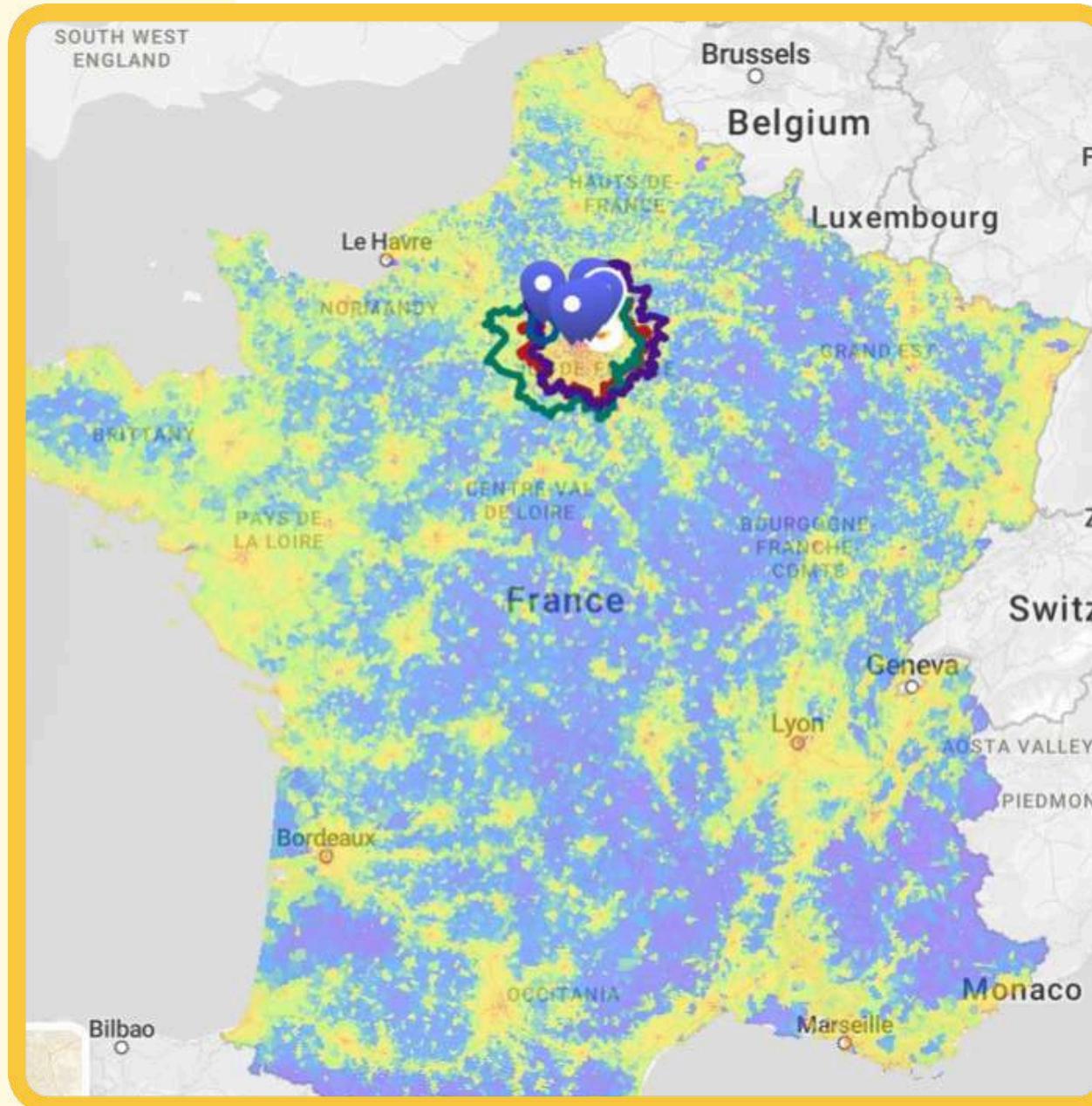
#### villes les plus peuplées

- Nantes (département de la Loire-Atlantique)
- Angers (département du Maine-et-Loire)
- Le Mans (département de la Sarthe)

#### Villes de moins de 20 000 habitants

- Châteaubriant (département de la Loire-Atlantique)
- La Flèche (département de la Sarthe)
- Sablé-sur-Sarthe (département de la Sarthe)

# Mise en place des franchises



## ÎLE DE FRANCE

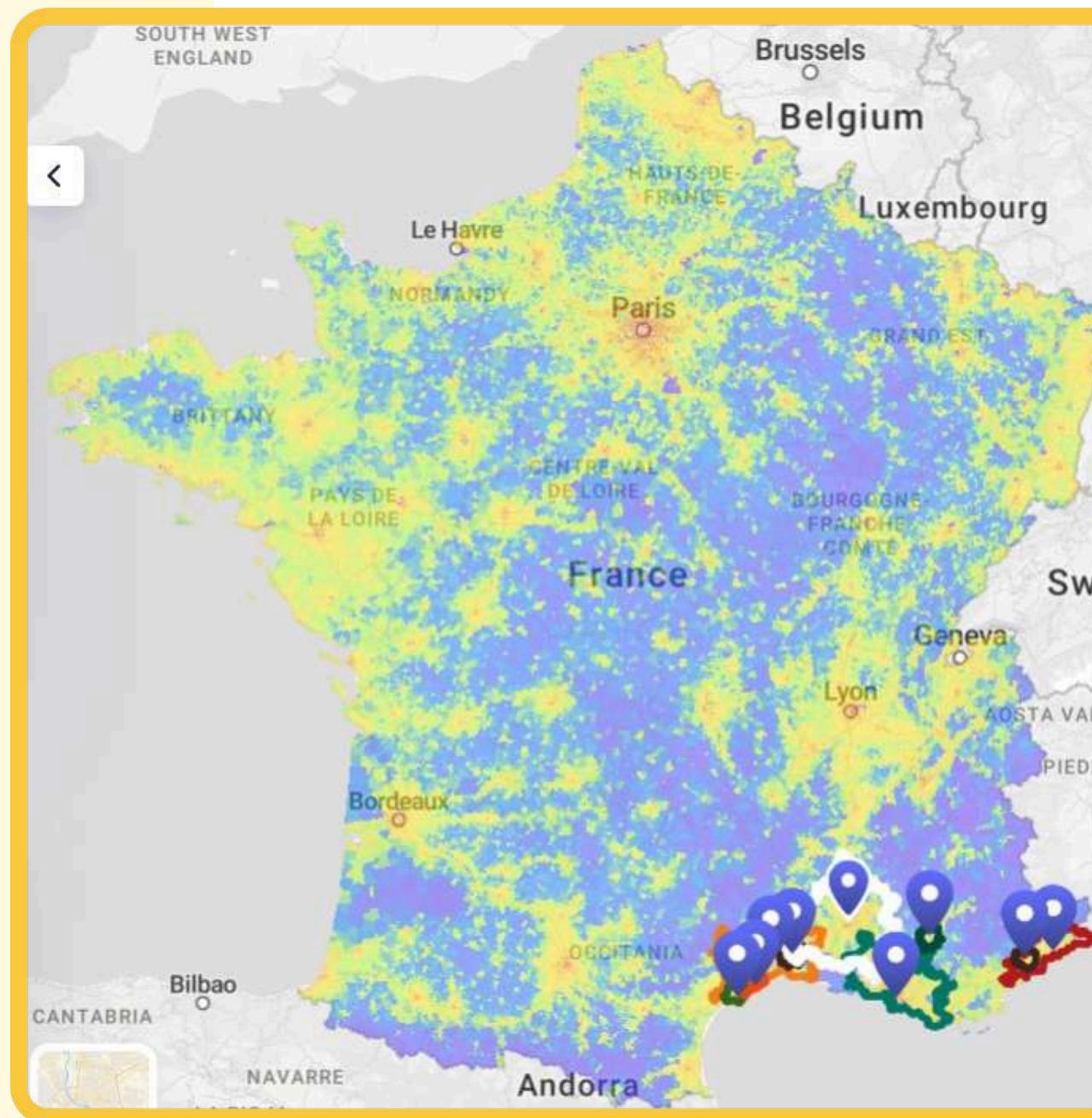
### villes les plus peuplées

- Paris : Département de Paris (75)
- Boulogne-Billancourt : Département des Hauts-de-Seine (92)
- Montreuil : Département de la Seine-Saint-Denis (93)

### Villes de moins de 20 000 habitants

- Goussainville : Département du Val-d'Oise (95)
- Palaiseau : Département de l'Essonne (91)
- Les Mureaux : Département des Yvelines (78)

# Mise en place des franchises



ZONE DE CHALANDISE SUD DE LA FRANCE

## PROVENCE & LANGUEDOC-ROUSSILLION

### villes les plus peuplées

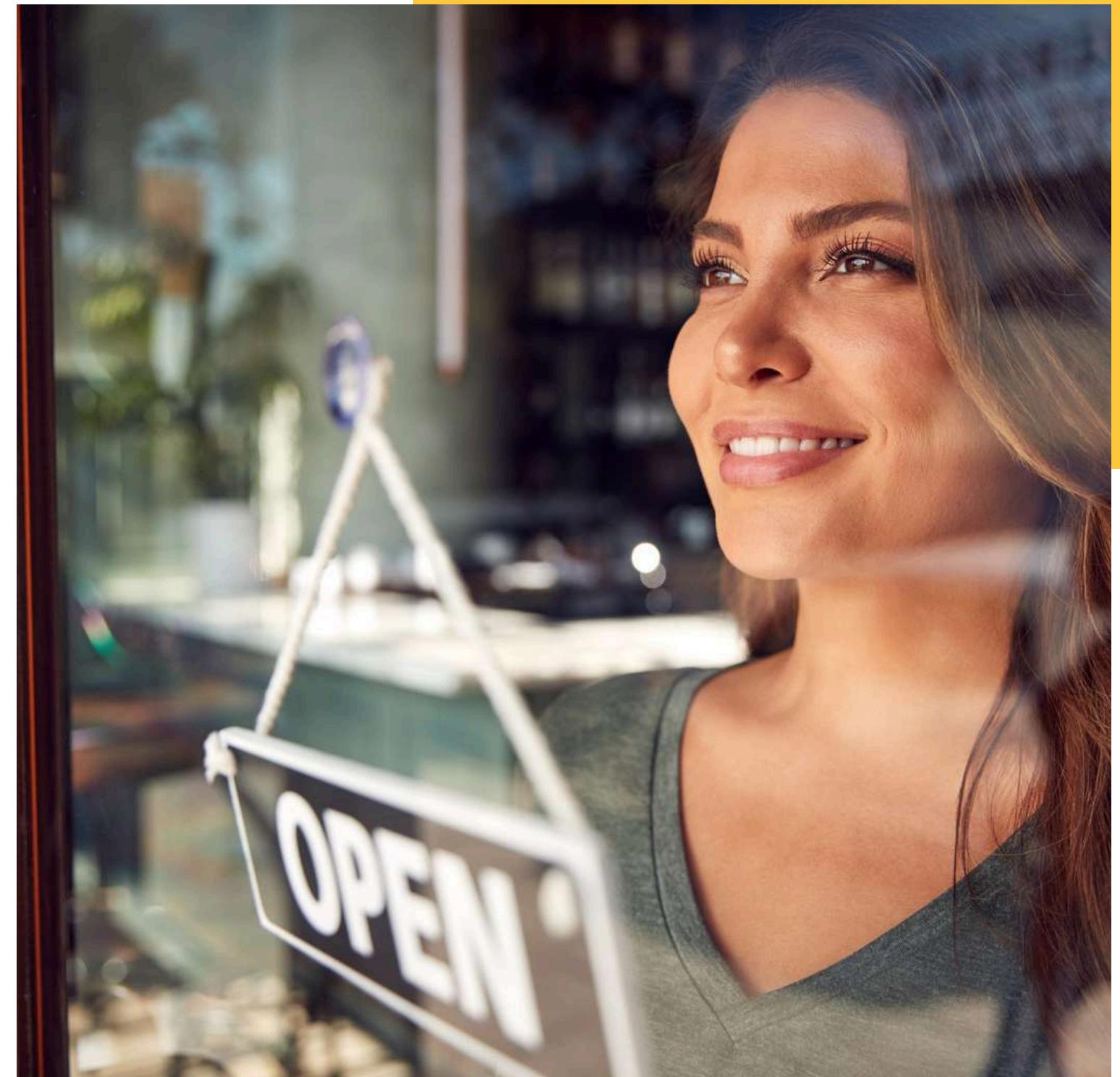
- Marseille : Département des Bouches-du-Rhône (13)
- Nice : Département des Alpes-Maritimes (06)

### Villes de moins de 20 000 habitants

- Menton : Département des Alpes-Maritimes (06)
- Sète : Département de l'Hérault (34)
- Lunel : Département de l'Hérault (34)

# Critères d'éligibilité pour les franchises

- **Expérience Professionnelle** Minimum 2 ans d'expérience dans le secteur de la vente au détail ou de l'épicerie bio.
- **Compétences en Gestion** Expérience en gestion de magasin ou de franchise, gestion d'équipe et leadership
- **Passion pour le Bio** Engagement démontré pour les produits biologiques, le zéro déchet et les pratiques durables, sensibilité à l'importance de l'écoresponsabilité
- **Capacité Financière** Capacité à investir un montant initial pour la franchise, solvabilité financière
- **Adhésion aux Valeurs de la Marque**, alignement avec les valeurs et la mission
- **Bonne compréhension du marché local**
- **Emplacement Stratégique** Localisation dans une zone à fort potentiel de clientèle pour les produits bio et en vrac



# Formation des franchisés

## PROGRAMME DE GAMIFICATION

- **Application mobile** avec défis quotidiens et récompenses pour motiver l'apprentissage continu.
- **Quiz et Mini-Jeux** Des quiz interactifs et des mini-jeux sur des sujets comme les produits bio, les techniques de vente, et la durabilité. Ces activités ludiques permettent de renforcer les connaissances de manière divertissante.
- **Leaderboards et badges** pour reconnaître les progrès et les réalisations : Les franchisés peuvent voir leur position sur un tableau de classement global, ce qui stimule une compétition. Pour suivre le niveau de progression, Des badges sont attribués pour des accomplissements spécifiques, comme "Franchisé Débutant", "Expert en Gestion des Stocks", ou "Champion de la Durabilité".

## FORMATION INITIALE IMMERSIVE

- **Immersion Pratique** : Lors d'une formation allant de 4 à 6 semaines, les nouveaux franchisés travaillent aux côtés des employés expérimentés dans une boutique existante, participant à toutes les activités quotidiennes pour une compréhension pratique.



# Identité visuelle

## LOGO

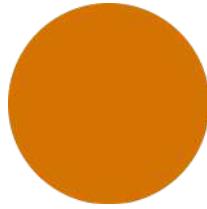




## COULEURS



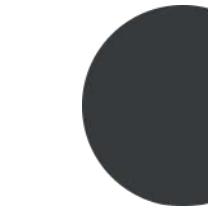
**HEXADECIMAL** #143d35



**RVB** 20, 61, 53



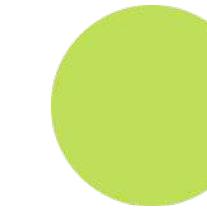
**CMJN** 67%, 0%, 13%, 76%



**HEXADECIMAL** #dc7701

**RVB** 149, 189, 43

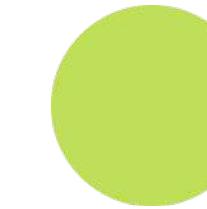
**CMJN** 21%, 0%, 77%, 26%



**HEXADECIMAL** #163029

**RVB** 22, 48, 41

**CMJN** 54%, 0%, 15%, 81%



**HEXADECIMAL** #bfdf5a

**RVB** 191, 223, 90

**CMJN** 15%, 0%, 60%, 13%

## TYPOGRAPHIE

### Playfair Display

ABCDEFGHIJKLM

NOPQRSTUVWXYZ

ABCDEFGHIJKLM

NOPQRSTUVWXYZ

0123456789

*Playfair Display  
Regular*

ABCDEFGHIJKLM

NOPQRSTUVWXYZ

ABCDEFGHIJKLM

NOPQRSTUVWXYZ

0123456789

*Playfair Display  
Regular Italic*

ABCDEFGHIJKLM

NOPQRSTUVWXYZ

ABCDEFGHIJKLM

NOPQRSTUVWXYZ

0123456789

*Playfair Display  
Bold*

ABCDEFGHIJKLM

NOPQRSTUVWXYZ

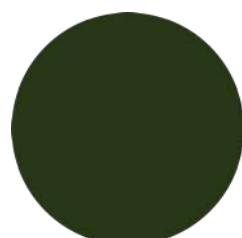
ABCDEFGHIJKLM

NOPQRSTUVWXYZ

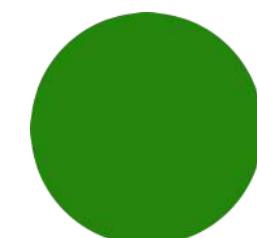
0123456789

*Playfair Display  
Bold Italic*

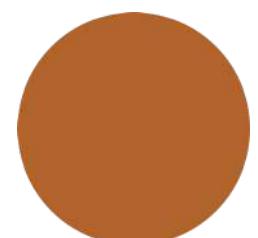
## PALETTE DE COULEURS



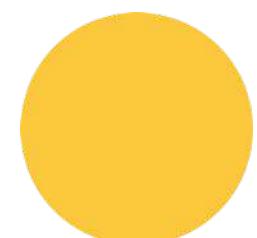
#283618



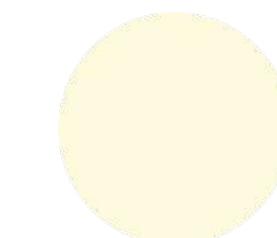
#24850D



#B0632B



#FBC83D



#FEFAE0

## ICONOGRAPHIE



## MOODBOARD



# SEO

## LES BONNES PRATIQUES

### Assurer la bonne indexation du site :

- Soumission d'un Sitemap XML à la GSC
- Suivi du statut d'indexation des pages via la GSC
- Accélération de la désindexation des pages erreurs via le fichier robots.txt

### Accessibilité :

- Description alternative pour chaque fichier sur le site
- Assurer un contraste de couleur supérieur à 4,5 et une taille de police suffisamment grande

### Amélioration de l'expérience client

- Présentation claire de l'offre
- Mise en place d'une navigation intuitive
- Maillage interne
- CTA accrocheurs dotés d'un wording persuasif
- Facilitation de la lecture (mots en gras, puces...)

### Définition du champ sémantique du site web :

- Audit des mots-clés organiques des concurrents et choix des mots-clés pertinents pour Vrac'ment bio
- Création de contenus selon les mots clés trouvés

### Contenu

- Mise en place d'une partie blog sur le site : recettes, articles (publication d'articles régulières)
- Création de contenus monétisés
- FAQ, Newsletter

### Évaluation et amélioration de la performance du site

- Éviter d'alourdir le site (compression d'images, limiter l'utilisation d'animations et de plugin...)

### Optimisation des métadonnées :

- Étude des balises, des titres et des métadescription des pages grâce à Screaming frog



# SEO

LES MOTS CLÉS

**Voici quelques exemples de mots clés sur lesquels Vrac'ment bio pourra se positionner.**

Ces mots-clés organiques doivent être utilisés dans des contenus, par exemple :

- Un article sur le top 10 des manières de réduire ses déchets alimentaires
- Des fiches produits complètes présentant les méthodes de conservation des aliments

## MOTS-CLÉS LOCAUX

magasin bio autour de moi  
Paris magasin bio

## MOTS-CLÉS D'ACTION

acheter en vrac en ligne  
achat vrac bio

## MOTS-CLÉS DE LA MARQUE

vracment  
Vrac'ment bio pâtes

## MOTS-CLÉS GÉNÉRIQUES

Vrac alimentaire  
Produits vrac bio

## MOTS-CLÉS D'INFORMATIONS

Comment réduire ses déchets alimentaires  
Comment conserver les aliments en vrac

## MOTS-CLÉS SÉMANTIQUES

supermarché bio  
épicerie zéro déchet

## MOTS-CLÉS LONGUES TRAINES

prix du café en grain en vrac  
produits de beauté en vrac

# SEA

## LES CAMPAGNES SEA

**L'agence préconise à Vrac'ment Bio de lancer deux campagnes SEA distinctes :**

- la première, en utilisant des mots-clés génériques, vise à générer une large visibilité et à attirer un trafic général vers le site internet.
- la seconde, en se focalisant sur des mots-clés de longues traînes spécifiques, a pour objectif de cibler les utilisateurs ayant des intentions d'achat précises et de les diriger vers les produits spécifiques de Vrac'ment Bio.

### CAMPAGNE 1

#### MOTS-CLÉS

- Épicerie vrac bio, Produits bio en vrac, Magasin vrac Paris, Achat en vrac, Épicerie bio Paris, Produits bio sans emballage, Cosmétiques bio en vrac, Click & collect épicerie bio, Légumineuses en vrac bio, Fruits & légumes vrac bio

#### CIBLE

- consommateurs intéressés par une alimentation saine, respectueuse de l'environnement et souhaitant réduire leurs déchets. Ils peuvent être de différents âges, mais ont en commun l'intérêt pour les produits bio et en vrac.

#### CPC RECOMMANDÉ

- CPC moyen compris entre 0,50€ et 1,50€.

#### CPM RECOMMANDÉ

- CPM = 10€

#### DURÉE

- 3 mois

#### BUDGET

- 300€ hebdomadaire

# SEA

## CAMPAGNE SEA

### ARCHITECTURE DU COMPTE GOOGLE ADS

#### CAMPAGNE 1

Faire connaître Vrac'ment Bio et cibler les personnes pouvant être intéressées

#### GROUPES D'ANNONCES

##### ANNONCE 1

**Titre**  
Découvrez nos 900+ produits bio en vrac

**Description**  
Explorez notre large sélection de produits bio en vrac chez Vrac'ment Bio. Faites vos achats en ligne ou visitez nos magasins pour une expérience unique

##### ANNONCE 2

**Titre**  
Envie de vrac bio à Paris ? Découvrez Vrac'ment Bio

**Description**  
Vrac'ment Bio vous propose une sélection exceptionnelle de produits bio en vrac. Visitez notre site pour en savoir plus ou rendez-vous dans nos magasins pour une expérience unique, sainement différente

##### ANNONCE 3

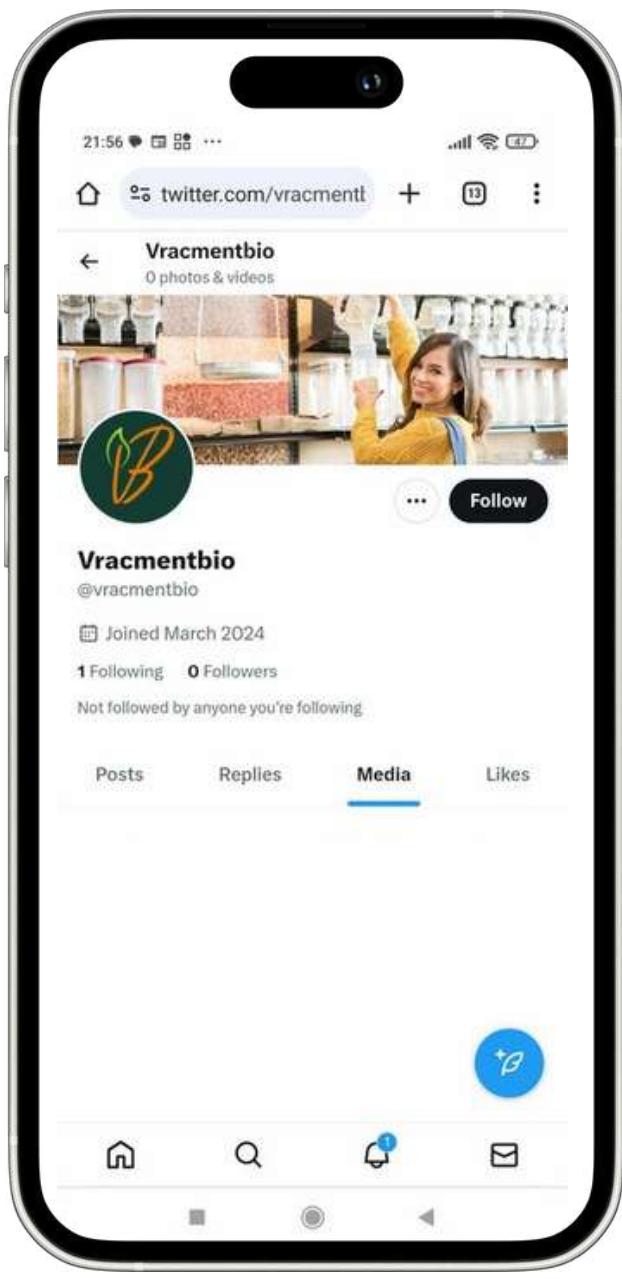
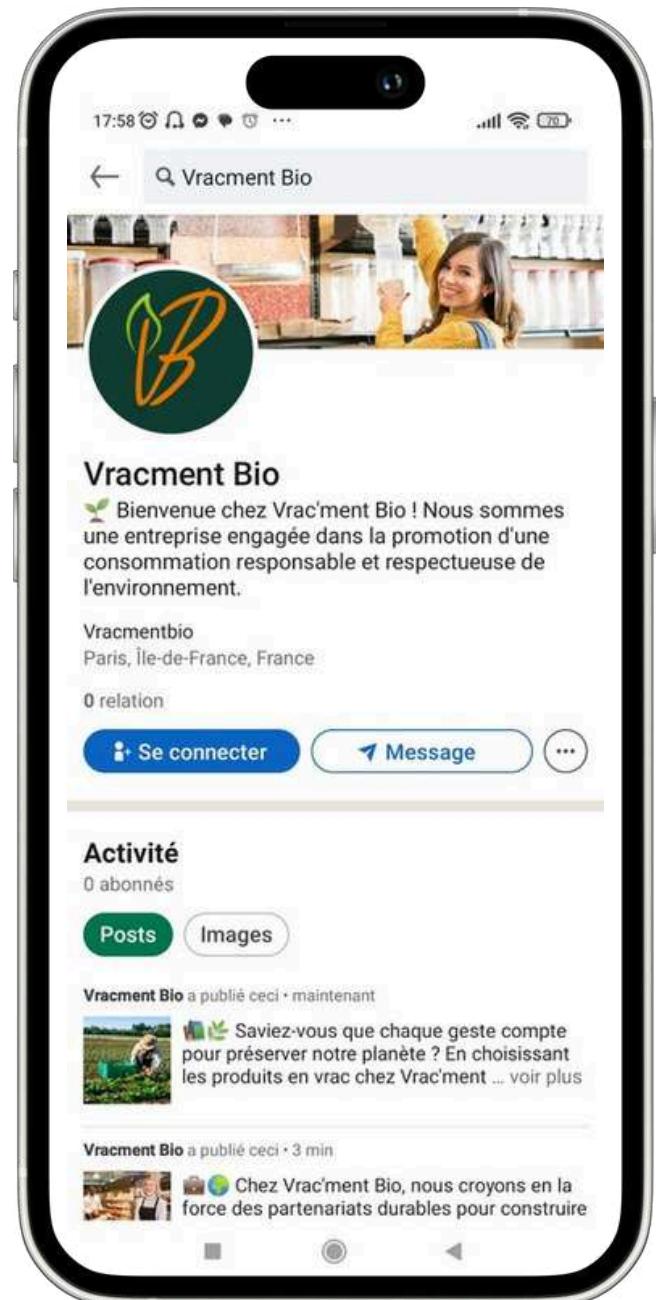
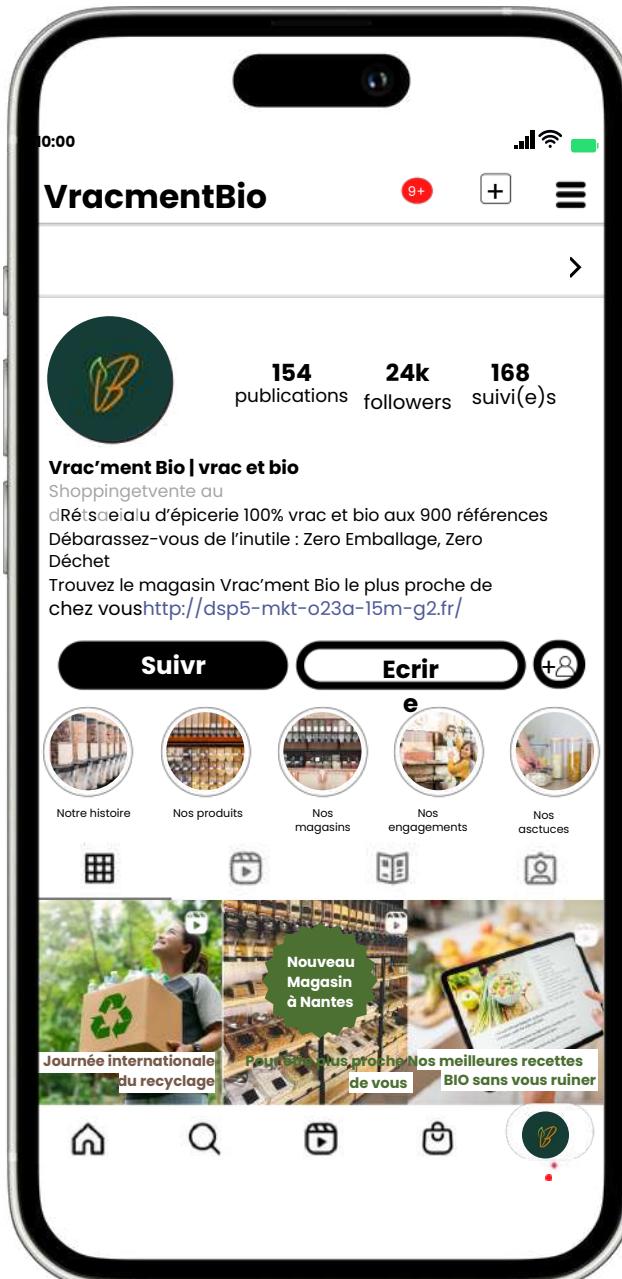
**Titre**  
Vrac'ment Bio : Votre destination pour le vrac et le bio

**Description**  
Trouvez tout ce dont vous avez besoin pour une alimentation saine et durable chez Vrac'ment Bio. Découvrez nos magasins à Paris ou commandez en ligne dès maintenant.

**Mots-clés ciblés :** épicerie vrac bio Paris - produits bio en vrac  
-magasin vrac Paris - acheter en vrac Paris

# SMO

## LES RÉSEAUX SOCIAUX



# SMO

## CALENDRIER DE PUBLICATION: MOIS DE JUIN

Image du post	Contenu	Plateforme	Image du post	Caption	Plateforme	Image du post	Caption	Plateforme
	Découvrez notre recette exclusive de salade méditerranéenne aux produits bio en vrac ! Des saveurs authentiques pour une alimentation saine et équilibrée. #VracMiami #Bio #RecetteSaine			★ PROMO FLASH ! Pour une durée limitée, bénéficiez de 15% de réduction sur notre gamme de produits bio en vrac. Rendez-vous dans nos boutiques ou sur notre site web pour en profiter dès maintenant ! #Promo #VracBio #OffreExclusive			★ "Vrac'ment Bio a révolutionné notre approvisionnement en produits alimentaires. Une collaboration fructueuse pour une consommation plus responsable." - Témoignage d'un client satisfait. #TemoignageClient #Partenariat	
	PARTICIPEZ ET GAGNEZ ! Tentez votre chance pour remporter un panier rempli de délices bio en vrac ! Pour participer, suivez notre compte, aimez cette publication et identifiez deux amis avec qui vous partageriez ces produits savoureux. Bonne chance ! #Concours #VracGagnant			● TESTEZ VOS CONNAISSANCES ! Êtes-vous incollable sur le bio en vrac ? Répondez à notre quiz pour le savoir ! Partagez vos résultats en commentaire et comparez-les avec vos amis. #QuizBio #VracSavoir			● Inscrivez-vous dès maintenant à notre webinaire exclusif sur les tendances du marché du vrac bio. Une occasion unique d'échanger avec des experts et de découvrir les opportunités pour votre entreprise. #Webinaire #VracBusiness	
	📘 Nouvel article sur notre blog ! Découvrez les bienfaits du vrac bio sur votre santé et l'environnement. Adoptez une alimentation responsable avec Vrac'ment Bio ! #AlimentationSaine #VracResponsable			📹 Envie de réduire vos déchets et de préserver l'environnement ? Regardez notre tutoriel vidéo pour fabriquer vos propres produits ménagers naturels avec des ingrédients en vrac ! #DIY #EcoFriendly			"Nouvelle semaine, nouveaux objectifs ! 🌞 Qui est prêt à démarrer la journée avec un smoothie bio plein de vitamines ? 🍓 #MondayMotivation #VracBio #HealthyLifestyle"	

# SMO

## LES VALEURS QUI GUIDENT NOTRE PROJET

Image du post	Caption	Plateforme	Image du post	Caption	Plateforme
	"Découvrez nos conseils pour réduire le gaspillage alimentaire et adopter une consommation responsable grâce au vrac bio ! Économisez de l'argent tout en préservant la planète. #ZeroDéchet #VracBio #ConsoResponsable"	 20 juin (jeudi)		💼 Découvrez notre nouvel article sur l'impact du vrac bio dans le secteur de l'alimentation. Les entreprises peuvent-elles adopter une approche plus durable ? #VracBio #ResponsabilitéSociale	 26 juin (mercredi)
	"Un lundi sain et éco-responsable commence par des choix conscients ! Préparez une délicieuse purée de légumes bio pour bébé et faites un geste pour la planète. 🌱 #RecetteBio #VracBio #ZéroDéchet"	 22 juin (samedi)		"Les mamans et papas, préparez-vous à régaler bébé avec notre recette de purée de légumes bio ! Simple à préparer, saine et nutritive, cette purée ravira les tout-petits et les plus grands. Découvrez la recette sur notre site web ! #RecetteBio #AlimentationSaine #BébéBio"	 28 juin (vendredi)
	"Vrac'ment Bio : Un partenaire engagé pour une alimentation durable et éco-responsable 🌱 Contactez-nous pour découvrir nos solutions de vrac bio pour votre entreprise et contribuer à un avenir plus vert ! #AlimentationDurable #B2B #VracBio"	 24 juin (lundi)		Épinglé d'inspiration : "Découvrez nos conseils pour réduire le gaspillage alimentaire et adopter une consommation responsable grâce au vrac bio ! Économisez de l'argent tout en préservant la planète. #ZeroDéchet #VracBio #ConsoResponsable"	 30 juin (dimanche)

# Emailing

## 1 LA NEWSLETTER HEBDOMADAIRE “VRAC'MENT NEWS”

Actualités de l'entreprise, des nouveaux produits en vrac, des conseils santé, et des offres spéciales exclusives réservées aux abonnés. **Fréquence** : hebdomadaire **Destinataires** : inscription volontaire (en magasin, formulaire en ligne...)

## 2 EMAILS PROMOTIONNELS

Permet de promouvoir les offres spéciales en magasin. **Fréquence** : en période d'offres promotionnelles **Destinataires** : inscription volontaire et demande d'envoi du reçu par mail

## 3 EMAILS TRANSACTIONNELS

Confirmation d'achat et présentation des offres promotionnelles en cours. **Fréquence** : selon les achats des clients **Destinataires** : les demandeurs d'envoi de reçu par mail



Forfait suggéré : Standard (**213,72 € / mois** pour 180 000 emails / mois.  
Le nombre de contacts est limité à 15.000

# Offline

## SALONS ET FOIRES



### **Evénement 1 : Salon international de l'agriculture (24 Février au 3 Mars) à Paris Expo Porte de Versailles**

- Organisateur : L'Agence BIO
- Objectif : Visibilité, sensibilisation et prospection
- Format : Stand d'exposition et de vente
- Budget Total estimé : Entre 14 100 € et 19 600 €

### **Evénement 2 : Printemps Bio 2024 (22 Mai au 21 Juin 2024)**

- Organisateur : L'Agence Bio
- Objectif : Visibilités , notoriété, partenariat, prospection
- Format : Stand d'exposition et de vente
- Budget Total estimé : entre 11 500 € et 15 200 €

### **Evénement 3 : Salon international des produits biologiques ( 23-24 septembre 2024)**

- Organisateur : Natexpo
- Objectif : Visibilités , notoriété , partenariats , prospections
- Format : Stand d'exposition et de vente
- Budget Total estimé : Entre 5 400 € et 8 000 €

# Lancement d'une nouvelle gamme

## **Lancement de la gamme de Shampooing Bio "Melvita":**

Mise en place d'une campagne d'influence sur les réseaux sociaux ainsi qu'une offre promotionnelle sur le site "Offre du mois : -15% sur les produits cosmétiques"

### **1 OBJECTIFS CLÉS**

Nous souhaitons également générer au moins 500 clics vers notre site internet.

**Médias:** Instagram et Facebook

**Livrables et calendrier:** 1 réel pour Instagram, 3 Posts Facebook, 5 stories Instagram

**Délai :** 4 semaines



### **2 CIBLES**

**Audience ciblée :** Adultes: Les hommes et les femmes, parents et familles, nécessitant de gros formats entre 25 et 50 ans

### **3 BUDGET**

Budget total 2 950 €

# Campagnes de sensibilisation

GRAND PUBLIC SUR LE ZÉRO DÉCHET

Pour satisfaire votre aspiration à sensibiliser le grand public au zéro déchet,  
Sky Thrive Stratégie vous propose plusieurs actions marketing :

✓ **4 Ateliers de cuisine bio :**

**But :** promouvoir l'utilisation de produits en vrac bio et une cuisine responsable

**Budget :** 8 000€

**Dates :** mars, juin, septembre et novembre

✓ **2 Journées portes ouvertes :**

**But :** Sensibiliser les visiteurs au zéro déchet en mettant en avant l'absence d'emballage et la réduction du gaspillage

**Budget :** 5 900€

**Dates :** avril et septembre

✓ **Confection et vente/ distribution de sacs réutilisables :**

**But :** sensibiliser les clients à l'usage de produits réutilisable et limiter l'utilisation de sacs plastiques des clients

**Budget :** 32 659€

**Dates :** Tout au long de l'année

✓ **Posts sur les réseaux sociaux sur divers thèmes** sous diverses formes :

- Réduction des déchets dans la cuisine
- Le compostage domestique
- Les alternatives aux produits jetables

**Dates :** Tout au long de l'année



# Plan de communication

CANAL	Objectifs	KPI	Outil	Nb de ventes annuelles	CA en euros	Budget Annuel en euros	Dépenses en euros	Jan	Fev	Mar	Avr	Mai	Juin	Juil	Aout	Sept	Oct	Nov	Dec
		<b>SEO</b>		2857	120000	30000	30000	2500	2500	2500	2500	2500	2500	2500	2500	2500	2500	2500	2500
Audit initial (1er mois)	Visibilité + Notoriété + leads	Position sur google ; performance des mots-clés; taux de conversion organique ; coût d'acquisition	Ahrefs , Semrush, Google search console, Google Analytics					OFFERT											
Optimisation On-Page								500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500
Création de contenu								1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000
Netlinking								500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500
Suivi et reporting								500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500
		<b>SEA</b>		11905	500000	100000	100000	2300	2300	25200	25200	25200	6000	2300	2300	2300	2300	2300	2300
Campagne Ads #1	Visibilité + Trafic site	CPC ; Coût par conversion ; Taux de clics	Google Ads ; Google Analytics					1200	1200	12000	12000	12000	3200	1200	1200	1200	1200	1200	1200
Campagne Ads #2	Conversions (ventes)							600	600	12000	12000	12000	2300	600	600	600	600	600	600
Frais d'agence								500	500	1200	1200	1200	500	500	500	500	500	500	500
		<b>SMO</b>		9524	400000	100000	99920	12260	6360	6360	12260	6360	6360	6360	12260	6360	6360	6360	12260
Stratégie d'influence	Notoriété et engagement par le lancement d'une nouvelle gamme de produits	Followers, nb j'aime, nb commentaires, partages, impressions	Plateformes RS ; meta business ; metricool ; Google Analytics					5900			5900				5900				5900
Campagnes ciblées sur les RS								5360	5360	5360	5360	5360	5360	5360	5360	5360	5360	5360	5360
Frais d'agence								1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000
		<b>Emailing</b>		4762	200000	50000	50001	1714	8073	8073	8573	8573	1714	2714	2714	2714	1714	1714	1714
Forfait Mailchimp	Fidélisation	Taux d'ouverture ; Taux de délivrabilité ; taux de clics ; taux de conversion ; taux de désabonnement ; taux de rebond, taux de plaintes pour SPAM	Mailchimp ; Google Analytics ; Woocommerce (site)					213,72	213,72	213,72	213,72	213,72	213,72	213,72	213,72	213,72	213,72	213,72	
Campagne emailing								1000	7359	7359	7859	7859	1000	2000	2000	2000	1000	1000	1000
Frais d'agence								500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500
		<b>Offline</b>		14286	600000	120000	112259,2	4521,6	14321,6	11721,6	9971,6	11321,6	10721,6	6321,6	7021,6	14071,6	6321,6	7121,6	8821,6
Atelier cuisine bio	Sensibilisation + Conversions	Visibilité + Promotion du ZERO DECHET	ROI ; Couvertures média						2000			2000			2000		2000		
Journée portes ouvertes										2950						2950			
Sacs réutilisables								2721,6	2721,6	2721,6	2721,6	2721,6	2721,6	2721,6	2721,6	2721,6	2721,6	2721,6	2721,6
Evenement 1	Notoriété + Leads + Conversions	Outils Agence ; Analyses financières						8000	7000										
Evenement 2										5000	6000								
Evenement 3															6400				
Publicités locales dans les journaux et magazines								4300							4300				4300
Partenariats et collaborations	Partenariats							1800	3600		3600		3600		3600		3600	2400	1800
		<b>TOTAL</b>		43333	1820000	400000	392180	23295	33554	53854	58504	53954	27295	20195	20895	33845	19195	19995	27595

# Analyse des performances

Canal de Communication	Dépenses Annuelles (€)	ROI Estimé	CA généré (€)
SEO	30 000	300%	120 000
SEA	100 000	400%	500 000
SMO	100 000	300%	400 000
Emailing	50 000	300%	200 000
Offline	120 000	400%	600 000
TOTAL	400 000	355%	1 820 000

- **CA réalisé par magasin par an :**
  - 1 820 000 euros
- **Nombre de ventes réalisées :**
  - 43 333
- **Panier moyen :** 42 euros
- **Budget marketing et ventes :**  
400 000 euros
  - Ce budget représente environ 21,97% du chiffre d'affaires annuel :
    - Pourcentage =  $(400\ 000 / 1 820\ 000) \times 100 \approx 21,97\%$
- **CAC (Coût d'Acquisition Client) :**
  - $CAC = 400\ 000 / 43\ 333 \approx 9,23$  euros
- **Bénéfice réalisé par client :**
  - Bénéfice par client = 42 euros - 9,23 euros  $\approx 32,77$  euros
- **ROI global :**
  - $ROI = (1\ 820\ 000 - 400\ 000) / 400\ 000 \times 100 \approx 355\%$
  - Pour chaque euro investi, l'entreprise récupère environ 3,55 euros de bénéfice net, ce qui démontre une excellente efficacité des stratégies marketing et de ventes.

# KPIs



Canal de Communication	KPIs	Outils
SEO	Trafic organique, Position moyenne sur Google, Nb de Backlinks, Performance des mots-clés, Taux de conversion organique, Coût d'acquisition SEO	Google search console GA4 , Semrush, Ahref
SEA	Impressions, CPC, Coût par conversion, CPM, CTR	Google Analytics, Google Ads, Google Tag Manager
SMO	Nb de followers, Taux d'engagement (likes, partages, commentaires) , Impressions, Taux de conversion, Taux de churn des followers, e-reputation, sensibilisation	Meta Business suite, Metricool, plateformes RS, Google Analytics, Sprout social, Sociabakers
Emailing	Taux de délivrabilité , taux d'ouvertures, taux de clics, taux de conversions, taux de désabonnement, taux de rebond, taux de plaintes pour spam	Mailchimp, Site (woocommerce) , Google Analytics
Offline	nb de visites sur le stand, nb de prospects et contacts obtenus, couverture media	Analyse financières, rapports événements

# Fiche de poste

## RESPONSABLE DU DÉVELOPPEMENT DES FRANCHISES

**Selon votre besoin d'accompagnement dans le déploiement de vos franchises, nous avons élaboré plusieurs fiches de poste pour faciliter le recrutement de vos prochains talents.**

### Stratégie d'accompagnement :

- Définition des profils requis
  - Analyse des besoins et des compétences clés nécessaires
- Élaboration des fiches de poste
- Processus de recrutement
  - Conception d'un processus de recrutement détaillé comprenant les questions à poser lors des entretiens, les critères d'évaluation...
- Les fiches de postes créées :
  - Responsable du développement des franchises
  - Coordinateur/trice de formation des franchisés
  - Responsable de magasin en vrac
  - Vendeuse/eur polyvalent
  - ...



### Fiche de poste

#### Responsable du développement des franchises H/F

Intitulé du poste: Responsable du développement des franchises

Rattachement hiérarchique: Directeur général de Vrac'ment Bio

##### Particularités du poste

Poste basé au siège social de Vrac'ment Bio, à Paris 13ème.

Déplacements occasionnels à prévoir pour rencontrer des candidats potentiels à la franchise dans différentes régions.

Lieux du poste : Siège social de Vrac'ment Bio, Paris 13ème.



##### Profil requis

- Diplôme universitaire en gestion, commerce ou domaine connexe.
- Minimum 4 ans d'expérience dans le développement de franchises ou dans un poste similaire.
- Excellentes compétences en communication et en négociation.
- Capacité à travailler de manière autonome et en équipe.
- Orienté résultats, dynamique et proactif.



##### Compétences requises

Maitrise des outils informatiques (Suite Office, logiciels de gestion de projet).  
Connaissance des processus de franchise et de la législation en vigueur.

##### techniques



##### Aptitudes / Capacités liées au poste

Sens du relationnel développé.  
Capacité à gérer plusieurs projets simultanément.  
Esprit d'initiative et créativité.  
Résistance au stress et adaptabilité.



##### Outils utilisés

Suite Office (Word, Excel, PowerPoint).  
Logiciels de gestion de projet.<sup>11</sup>  
Outils de recrutement en ligne.<sup>41</sup>

# Fiche de poste (suite)

## RESPONSABLE DU DÉVELOPPEMENT DES FRANCHISES



### Fiche de poste

#### Responsable du développement des franchises H/F

##### Relations professionnelles

Internes: Équipe dirigeante, département marketing, franchisés existants.  
Externes: Candidats potentiels à la franchise, partenaires commerciaux.  
Conditions de travail:

Temps plein (39h/semaine)

##### Missions

Le Responsable du développement des franchises au sein de Vrac'ment Bio est un acteur clé de la croissance et de l'expansion du réseau de franchises de l'entreprise.

Il/elle est chargé(e) d'identifier les opportunités d'implantation de nouvelles franchises, d'élaborer des stratégies de développement et de croissance, ainsi que d'assurer le suivi et le soutien des franchisés existants.

Le maintien de l'éthique et des valeurs de Vrac'ment Bio constitue un élément essentiel dans la relation avec les candidats potentiels à la franchise et les franchisés actuels. En tant que représentant(e) de la marque, le Responsable du développement des franchises incarne les principes de l'entreprise et assure une communication transparente et bienveillante tout au long du processus de candidature et de suivi.

##### Fonction 1 : Développement et fidélisation du réseau de franchises :

- Identifier les opportunités d'implantation de nouvelles franchises dans différentes régions, en tenant compte des critères de sélection définis par Vrac'ment Bio.
- Élaborer et mettre en œuvre des stratégies de développement du réseau de franchises, en collaboration avec l'équipe dirigeante.
- Etablir des relations durables avec les candidats potentiels à la franchise, en partageant la vision et les valeurs de Vrac'ment Bio et en assurant un accompagnement personnalisé tout au long du processus de candidature.
- Assurer un suivi régulier et un soutien continu aux franchisés existants, en veillant à ce qu'ils respectent les normes et standards de la franchise.

##### Fonction 2 : Coordination et gestion administrative :

- Coordonner les différentes étapes du processus de recrutement des franchisés, en assurant une communication claire et efficace avec les candidats et les différentes parties prenantes internes.
- Assurer la gestion administrative des dossiers de candidature et des contrats de franchise, en veillant à la conformité aux réglementations en vigueur.
- Participer à l'organisation d'événements et de rencontres avec les candidats potentiels à la franchise, dans le but de promouvoir la marque et de renforcer les liens avec la communauté Vrac'ment Bio.

Expérience requise : 4 ans minimum

Salaire annuel : 60 000 euros brut annuel

*En fonction des besoins du service, des missions complémentaires peuvent vous être confiées dans le cadre de votre fonction.*

NOM ET PRÉNOM DU SALARIÉ(E) :

SIGNATURE:

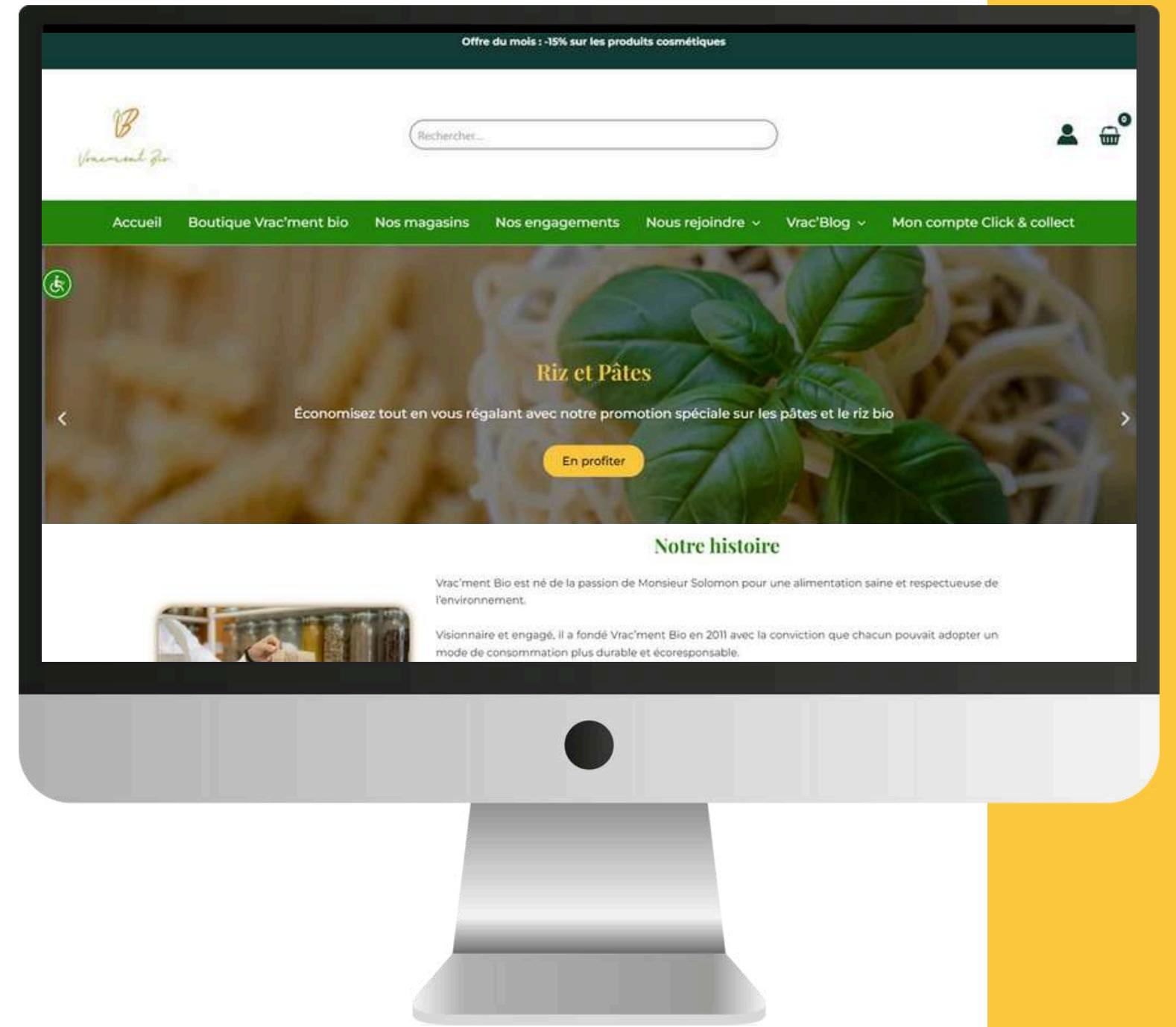
DATE:



# Bienvenue !

SUR VOTRE NOUVEAU SITE WEB

Découvrons la page  
d'accueil et achetons un  
savon solide sur votre site !



# Cahier des clauses techniques détaillées

## Content Management System : WORDPRESS



### Avantages

- Puissant, flexible, conviviale
- Un vaste choix de thèmes et plugins pour personnalisation
- Grande communauté de support
- Optimisation SEO intégré pour la visibilité en ligne
- Mises à jours régulières pour correction des bugs

la

## Hébergement



- Forfait Premium
- Sauvegardes quotidiennes automatiques
- Haute disponibilité, sécurité robuste, excellent support client

### Noms de domaine

[www.vracmentbio.fr](http://www.vracmentbio.fr)

[www.vracmentbio.com](http://www.vracmentbio.com)

# Devis

	Temps (heures)	Temps (jours)	Prix
<b>Cahier des charges</b>	47,6 H	5,95 Jours	2500,00 €
Descriptif	28,56 H	3,57 Jours	1500,00 €
Benchmark	123,76 H	15,47 Jours	6500,00 €
Cahier des charges fonctionnel	28,56 H	3,57 Jours	1500,00 €
Cahier des clauses techniques	28,56 H	3,57 Jours	1500,00 €
Charte graphique	104,72 H	13,09 Jours	5500,00 €
Cahier des légalités	28,56 H	3,57 Jours	1500,00 €
<b>Devis</b>	0 H	0 Jours	Offert
<b>Création du site</b>	232 H	29 Jours	12500,00 €
<b>Site fonctionnel + hébergement</b>	232 H	29 Jours	12500,00 €

Total HT	33 000,00 €
TVA(20%)	6600 €
<b>TOTAL TTC</b>	<b>39 000,00 €*</b>

\*Les coûts pour la mise en place de la stratégie de communication n'ont pas été pris en compte dans ce prix.



# Merci.

2023-2024