



88 Av. des Champs -
Élysées Gallerie des,
75008, Paris

bubble tea

and more...

Open everyday
9-8 PM

PROBLÈME

1 : Fidélisation

- Améliorer la Rétention.



2 : Panier moyen

- Améliorer le Revenue.

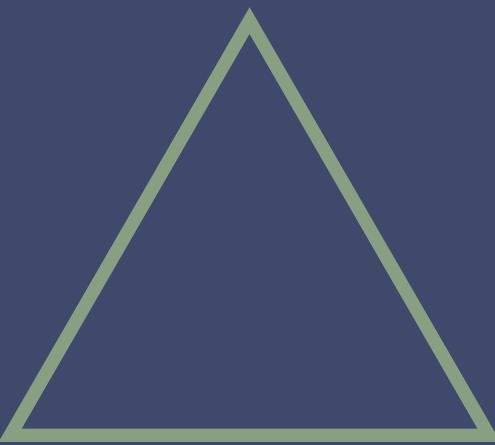


HYPOTHESE

solution

Si je crée une boisson 'mystere' cela
augmentera l'engagement social

TEST : bubble tea mystere



Amelioration : si ca marche on
garde sinon creer un menu
mystere

→ MOFU

Analyse : vente du bubble tea
mystere / affluence sur les reseaux
nbr d'abonnés / nbr de hashtags

si on met en place une gamification avec un systeme de
reward pour panier +12€ les clients vont revenir et
augmenter le panier moyen

Test : ticket a gratter



Amelioration : si ca
marche on garde sinon
version qr code

→ TOFU

Analyse : nombre de client qui
revient / nbr de personne qui ont
entendu parler du ticket / cbm on
en as donné / diff de CA avant
apres

PROSPECTION



Scrapper les emails des abonnées des concurrents*

- Utilisation de Phantombuster pour des cold mail de qualités

Envoyer un cold mail (réduction à expiration)

- Le cold email permet d'acquérir des clients à faible coût, de mesurer les résultats rapidement, et de personnaliser le message localement pour augmenter les conversions.

Faire de la Pub Sur les réseaux

- Faire parler de nous avec des réseaux tels que Instagram / TikTok



Le taux d'ouverture moyen
est de 40%

Taux de conversion de : 2 - 8 %

PERSONA

Cible

1. Jeunes urbains (15-35 ans), très connectés
2. expérience premium et “instagrammable”
3. entrepreneurs et franchisés potentiels



Canaux



CANAUX

Stratégie : Visibilité

- Description et Canaux : Marquage au sol pour informer les passants de la boutique
- KPI (Indicateur Clé) : Nombre de passages devant la boutique.

Stratégie : Réseaux Sociaux (Image)

- Description et Canaux : Campagnes Reels / TikTok mettant en avant l'esthétique des boissons ("Instagrammable") et les saveurs uniques (ex: Taro, Tiger).
- KPI (Indicateur Clé) : Impressions / Vues des vidéos. Taux d'engagement (likes, partages).

Stratégie : Publicité Ciblée

- Description et Canaux : Annonces sur Google Maps et plateformes sociales ciblant les amateurs de thés, de boissons froides, ou les personnes dans un rayon proche d'un magasin.
- KPI (Indicateur Clé) : Taux de clics (CTR). Coût par acquisition (CPA).

Stratégie : Partenariats Locaux

- Description et Canaux : Collaborations avec des influenceurs locaux, des écoles, des événements de quartier.
- KPI (Indicateur Clé) : Nombre de mentions de la marque. Trafic généré par les codes promos.

TEST A

LANDING PAGE

Révélez Votre Mystère
BeiTea Champs-Élysées

Commandez à l'aveugle. Goûtez la surprise. Partagez votre découverte.

DÉCOUVRIR VOTRE MYSTÈRE



TEST B

LANDING PAGE

Révélez Votre Mystère
BeiTea Champs-Élysées

Commandez à l'aveugle. Goûtez la surprise. Partagez votre découverte.

DÉCOUVRIR VOTRE MYSTÈRE

TEST A

LANDING PAGE

BEÏTEA.
L'Art du Bubble Tea sur les Champs-Élysées.

COMMANDER (CLICK & COLLECT)



TEST B

LANDING PAGE

BEÏTEA.
L'Art du Bubble Tea sur les Champs-Élysées.

COMMANDER (CLICK & COLLECT)

L'Excellence
Thés grands crus.

Le Geste
Perles cuites sur place.

Le Lieu
Design par Moinard Bétaille.

LE FUNNEL D'ACQUISITION BEITEA

1. TOFU : ATTRACTION (Visibilité)

Objectif : Stopper le scroll, capter l'attention.

Angle & Contenus : Esthétique 'Food Porn' & Lifestyle
ASMR Visuel & Sonore (Glacons, Textures)
Contenus 'Mood' & Sondages Viraux
Visibilité vitrine & Design boutique
Partenariats Locaux (influenceurs, écoles)

Canaux : TikTok Reels Pinterest, Publicité Ciblée (Google Maps, Social Ads)

2. MOFU : INTÉRÊT (Éducation)

Objectif : Transformer la curiosité en désir, rassurer.

Angle & Contenus :
Qualité Ingrédients (Frais vs Sirop)
Personnalisation & Expérience (Guide, Tutos)
Hypothèse 'Boisson Mystère' (engagement social)
Behind the Scenes, Preuve Sociale (UGC)

Canaux : Carousels, Newsletter, Stories

3. BOFU : CONVERSION (Action)

Objectif : Déclencher l'achat immédiat, augmenter panier moyen.

Angle & Contenus :
Urgence & Offres Exclusives (Happy Hour, Éditions)
Hypothèse Gamification (Ticket à gratter >12€)
Promo Étudiante (ex: 1 acheté = 1 offert mardi)
Facilité d'Accès & Livraison (UberEats/Deliveroo)
Liens directs & Promos Flash

Canaux : Ads, SMS, Push Notifications,
PLV Boutique

Fidélisation des clients

Augmentation du panier moyen

LA BOUCLE DE FIDÉLISATION BEITEA

1. ACTIVATION (Post-Achat Immédiat)

- Objectif :** Créer un 'Wow effect', donner une raison de revenir.
- Actions :** Remise du Ticket à Gratter (valable prochain achat), Qualité du service, Packaging 'instagrammable'.

2. RÉTENTION (Garder le contact)

- Objectif :** Stimuler la fréquence de retour.
- Actions :** SMS/Push pour éditions limitées (FOMO), Rappel promo étudiante (Mardi), Révélation 'Boisson Mystère'.

3. RECOMMANDATION (Ambassadeurs)

- Objectif :** Transformer en apporteurs d'affaires.
- Actions :** Incitation au partage UGC (repost stories clients), Mécanique de parrainage ('Tague ton binôme').

THANK

you



ANNEXE 1

SCRAPPER CE COMPTE INSTA :

- CLIENT FIDÈLE ET SENSSIBLE À NOS PRODUIT
- SITUÉ À PARIS

yifangtea.fr ...

YiFang Fruit Tea - France 

739 publications 22 k followers 568 suivi(e)s

Boutique de bubble tea

100 sans arôme artificiel

📍 PARIS 1 Pyramides

📍 PARIS 1 Les Halles

📍 PARIS 5 Austerlitz NEW

📍 PAR... plus

44 rue de Richelieu, Paris, France 75001

🔗 [yifangtea.fr/franchise et 1 de plus](http://yifangtea.fr/franchise)

👤 yifangtea.fr



ANNEXE 2

EXEMPLE TYPE : COLD MAIL

OBJET: FLASH : DÉCOUVRE NOTRE NOUVELLE BOX MISTER EN EXCLU

SALUT LUCAS,

C'EST L'HEURE DE SE FAIRE PLAISIR !

PROFITES DE NOTRE BOX MYSTÈRE AVANT TOUT LE MONDE DONNE LE CODE "MONMYSTÈRE" À L'HOTE DE CAISSE

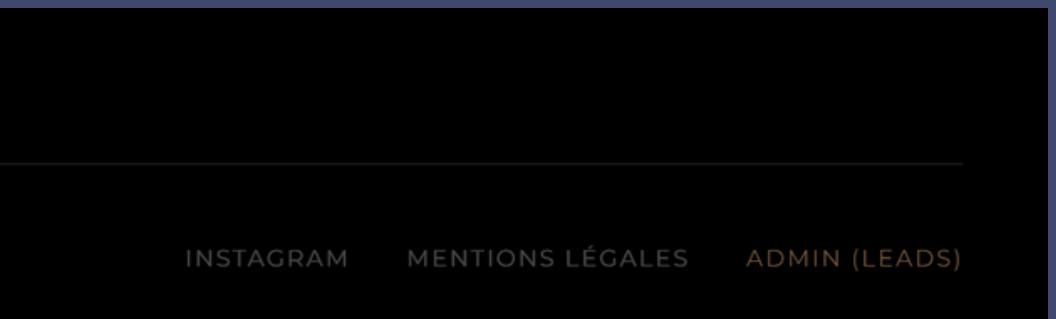
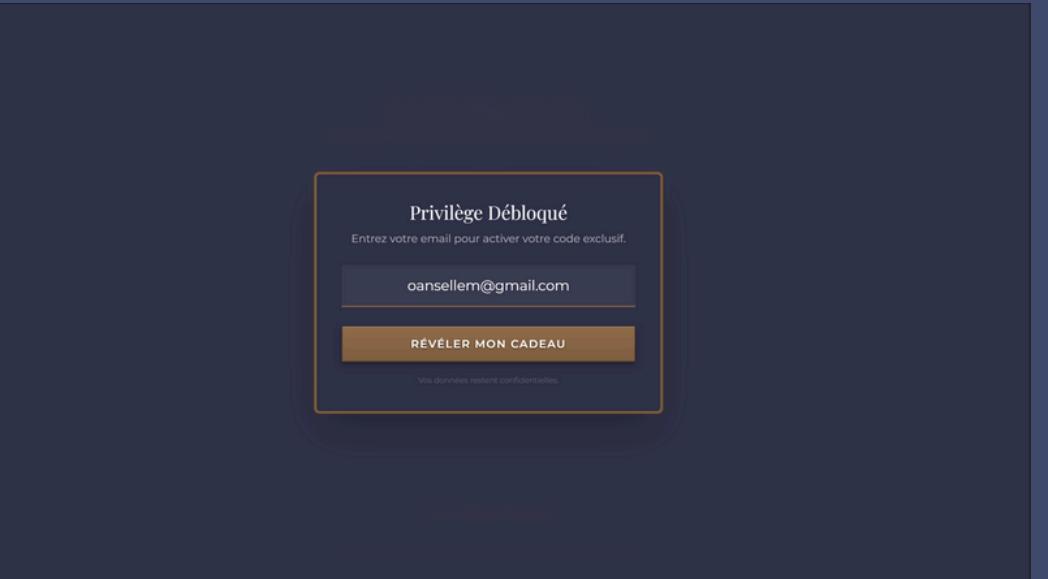
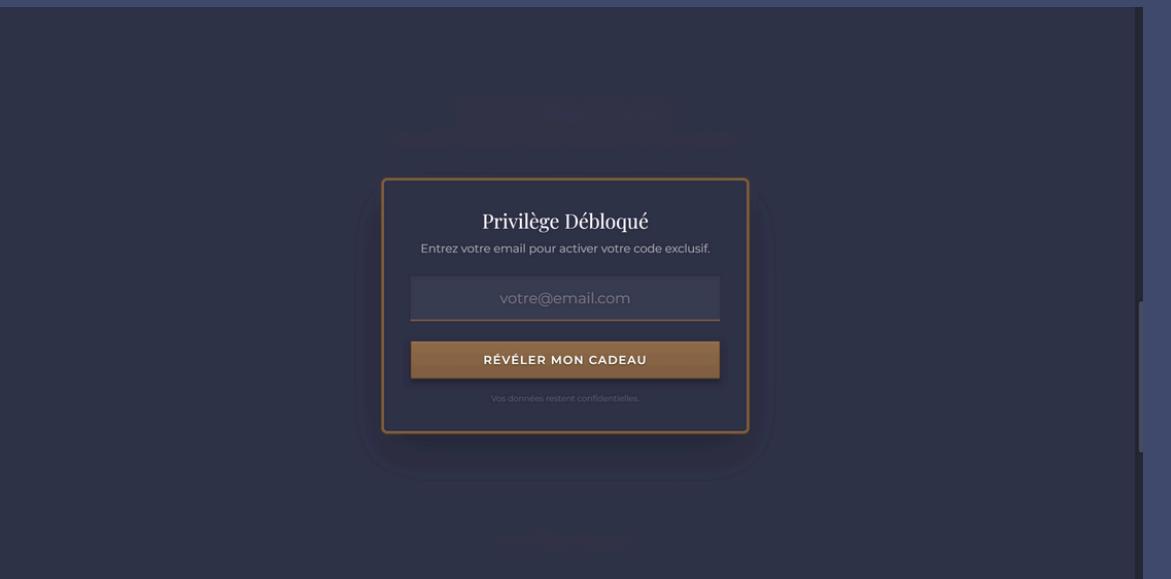
VALABLE UNIQUEMENT AU BEITEA CHAMPS ELYSÉES.

VENEZ VITE EN PROFITER !

À TRÈS BIENTÔT,

L'ÉQUIPE BEITEA

Leads pour la 2 problématique



A screenshot of Microsoft Excel showing a single row of lead data. The row contains two entries in column A:

Email,Date
1 oansellem@gmail.com,2025-12-16T14:44:53.745Z
2 jnystdu@gmail.com,2025-12-16T15:28:32.003Z