

## 1 - Organisation - Mcdonald's France

Site web : [www.mcdonalds.fr](http://www.mcdonalds.fr)

Réseaux sociaux : Instagram, Facebook, TikTok, YouTube, LinkedIn, X

## 2- Analyse site web (force / faiblesse)\*

Forces :

- Message clair : mise en avant de la simplicité, du plaisir et de la proximité.  
Navigation intuitive : menus bien organisés, géolocalisation rapide des restaurants.
- Design cohérent : respect de la charte jaune/vert, visuels de qualité, interface moderne et responsive.

Faiblesses :

- Peu de contenu informatif sur les engagements écologiques ou la qualité nutritionnelle.
- Site parfois lourd à charger à cause des visuels et animations.

Visibilité et réputation :

- Très bonne visibilité sur Google, avec un référencement fort sur les produits et restaurants.
- Réputation contrastée : image sympathique et populaire, mais critiques fréquentes sur la santé et l'écologie.

## 3- Analyse réseaux sociaux (forces / faiblesses)

Forces :

- Ton jeune, humoristique et adapté à chaque plateforme (TikTok très actif).
- Bonne fréquence de publication, surtout lors des campagnes saisonnières (McFlurry, McFirst, etc.).
- Visuels attractifs, cohérence de la charte graphique et storytelling efficace.

## Faiblesses :

- Engagement variable selon les posts : certains formats vidéo fonctionnent mieux que d'autres.
- Peu d'interaction personnalisée avec les clients (réponses automatiques ou absentes).

## 4- 2 recommandations stratégiques

### Améliorer l'efficacité du site web

→ Ajouter une rubrique claire et accessible sur les *engagements RSE* (recyclage, produits français, nutrition) pour renforcer la confiance et la transparence.

### Renforcer la cohérence et la présence sur les réseaux

→ Créer des séries de contenus réguliers autour du *local* (fournisseurs, équipes, initiatives environnementales) pour humaniser la marque et augmenter l'engagement.