



biocoop
ANGOULEME



- Biocoop Centre
 - Difficultés rencontrées
 - Stratégies Adoptées
 - Prix
 - Produit
 - Communication
 - Service
- Biocoop Ouest
 - Difficultés rencontrées
 - Stratégies Adoptées
 - Prix
 - Produit
 - Communication
 - Service
- Stratégie Biocoop Angoulême

biocoop

CENTRE



DIFFICULTÉS RENCONTRÉES

- Une baisse significative du chiffre d'affaires.
- Une diminution du nombre de clients et du panier moyen, avec des difficultés à attirer de nouveaux clients.
- Le besoin de modernisation pour rester compétitif.



STRATÉGIES ADOPTÉES

- L'attraction d'une nouvelle clientèle.
- Une stratégie de communication média.
- L'amélioration de l'expérience d'achat.

BIOCOOP DU CENTRE

PRIX



- Prix compétitif sur les produits de consommation courante (diminuer sa marge)
- Prix plus élevés en clic and collect qu'en magasin pour inciter à l'achat
- Mettre en place un système de parrainage
- Passage en caisse 3x sans frais

BIOCOOP DU CENTRE

PRODUIT



- Conserver le même choix de produit existant mais ajouter une gamme “innovante” pour se démarquer (produits bien-être, gamme pour régime spéciaux (sans gluten,...))
- Juste rémunération des producteurs - partenariat et relation durable entre producteur et Biocoop
- les produits en vrac seront seulement des produits locaux



BIOCOOP DU CENTRE

PRODUIT (LIEU DE VENTE)

- Meilleur aménagement avec des matériaux naturels (bois, pierre,...) :
- Partie “bien-être” : parquet car plus chaleureux
- Lumière naturelle si possible
- Meubles blancs = plus moderne et perspectives entre les rayons
- Mettre des diffuseurs d’huiles essentielles
- Fruits présentés sans emballage (dans des cageots)
- Mettre des panneaux avec les catégories de produits



BIOCOOP DU CENTRE

COMMUNICATION MÉDIA

Communication ciblant les bio occasionnels

Communication média

- La radio → présentant les offres
- Publicité extérieur → PLV
informations produits sur devanture
de bus
- Presse quotidienne -> PQR
- Cinéma -> montrer les nouveautés
et les produits



BIOCOOP DU CENTRE

COMMUNICATION HORS MÉDIA

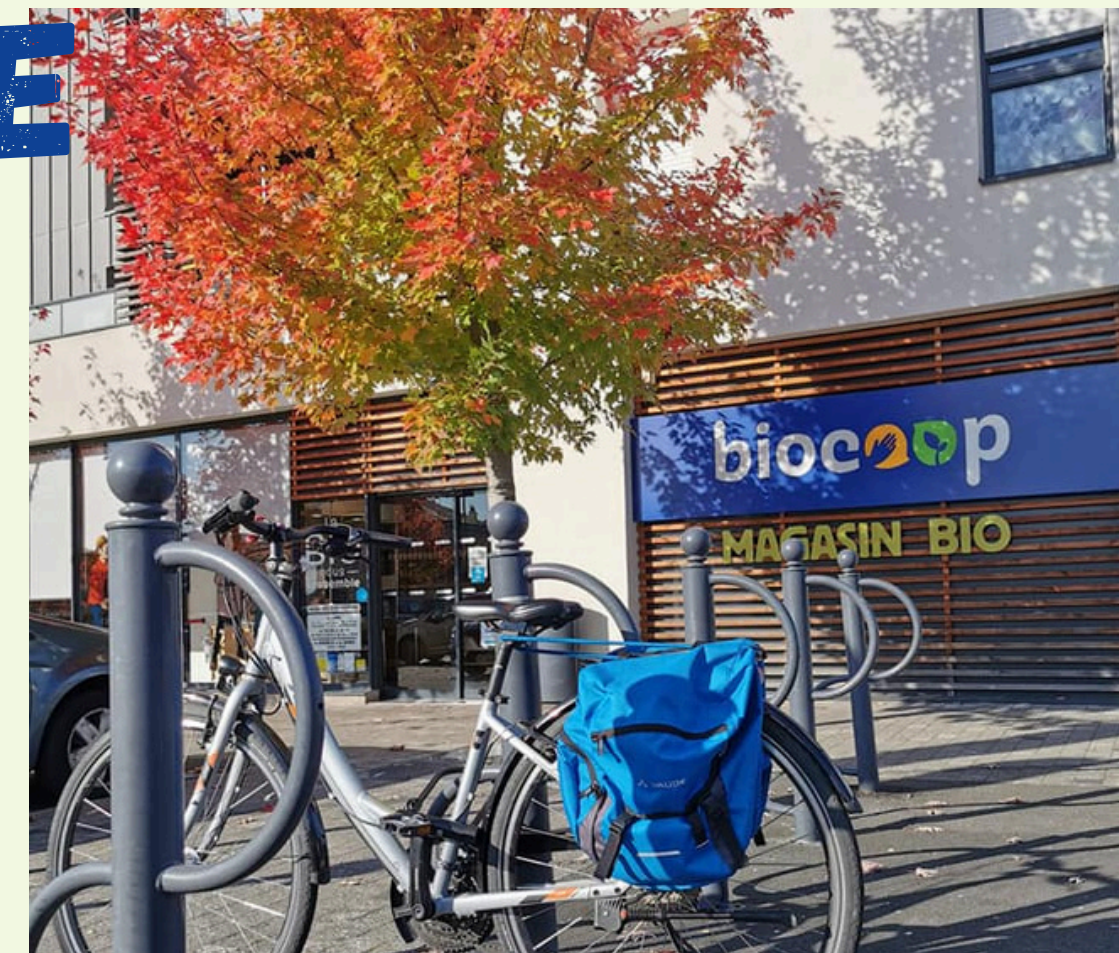
- Parrainé des producteurs français
- Marketing direct -> e-mailing , carte de fidélité
- Food Tour (événement)
- Festival Printemps durable (évènement)



BIOCOOP DU CENTRE

SERVICE

- Construire un garage à vélo,
- Mise en place d'un click and collect
- Carte de fidélité plus avantageuse
- Ouverture continue (10h - 19h)
- mettre un compost à l'entrée du magasin



biocoop

QUEST



DIFFICULTÉS RENCONTRÉES

- Un déficit de compétences du personnel pour répondre aux attentes des clients en termes de conseils.
- Un chiffre d'affaires n'ayant pas atteint les prévisions.
- Un taux de fidélisation peu élevé



STRATÉGIES ADOPTÉES

- L'augmentation de la fidélisation.
- L'augmentation du chiffre d'affaires.
- Une stratégie de communication earned média.

BLOCCOOP DE L'OUEST

PRIX



- Politique de prix bas :
 - > sur les produits génériques de l'enseigne / de consommation courante
 - > sur ceux en vrac
- Mettre en place des promotions régulières sur certains produits (ex : fruits de saisons)
- Communiquer sur la politique de prix justes et équitables

BIOCOOP DE L'OUEST

PRODUIT

- Mettre en place des petites affiches claires et visibles dans le magasin à titre informatif
- Rémunération juste des producteurs locaux
- Renforcer les relations avec les producteurs et les fournisseurs locaux
- Mettre en avant les produits locaux et de saison
- Commande en centrale d'achat



BIOCOOP DE L'OUEST

PRODUIT

- Embaucher des membres plus qualifiés
- Encourager le personnel à s'engager auprès des clients
- Offrir une formation et un soutien supplémentaires à l'équipe (mieux connaître les produits)
- Etendre la gamme de produits en vrac avec des produits liquides (alimentaires et non alimentaires)



BIOCOOP DE L'OUEST

COMMUNICATION

AFFICHE SUR PANNEAU PUBLICITAIRE

- Promotion du drive
- Promotion de la boucherie
- Promotion du restaurant
- Panneau directionnel

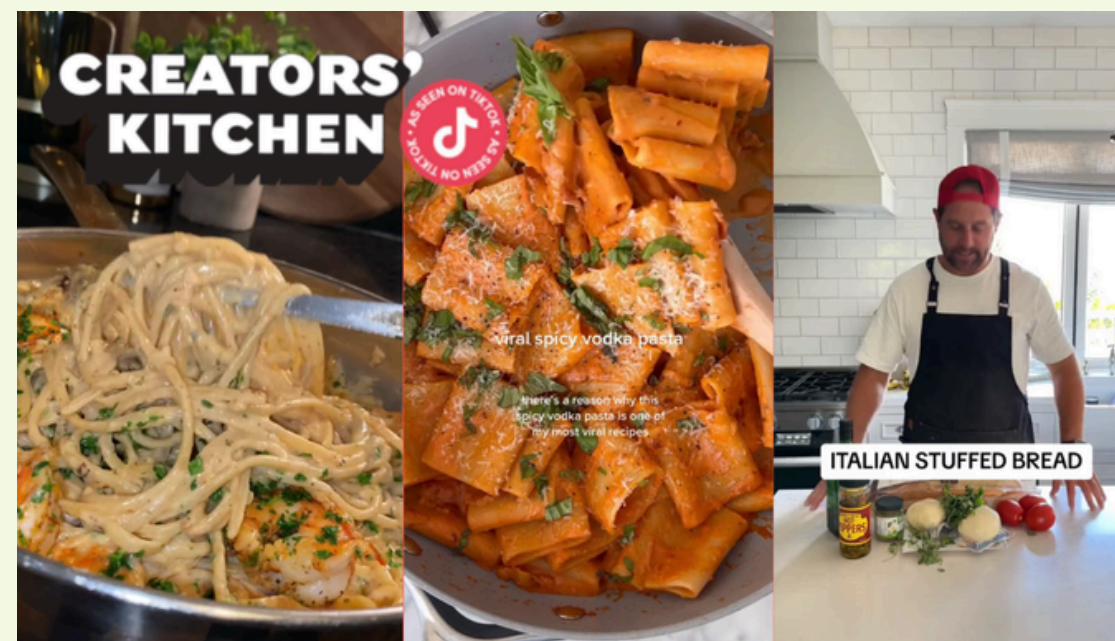


BIOCOOP DE L'OUEST

COMMUNICATION

RÉSEAUX SOCIAUX

- Promotion du drive
- Promotion de la boucherie
- Promotion du restaurant



BLOCCOOP DE L'OUEST

COMMUNICATION

PRESSE

- Participation au guide Michelin
- Faire une annonce pour chaque évènements dans les journaux



BIOCOOP DE L'OUEST

SERVICE

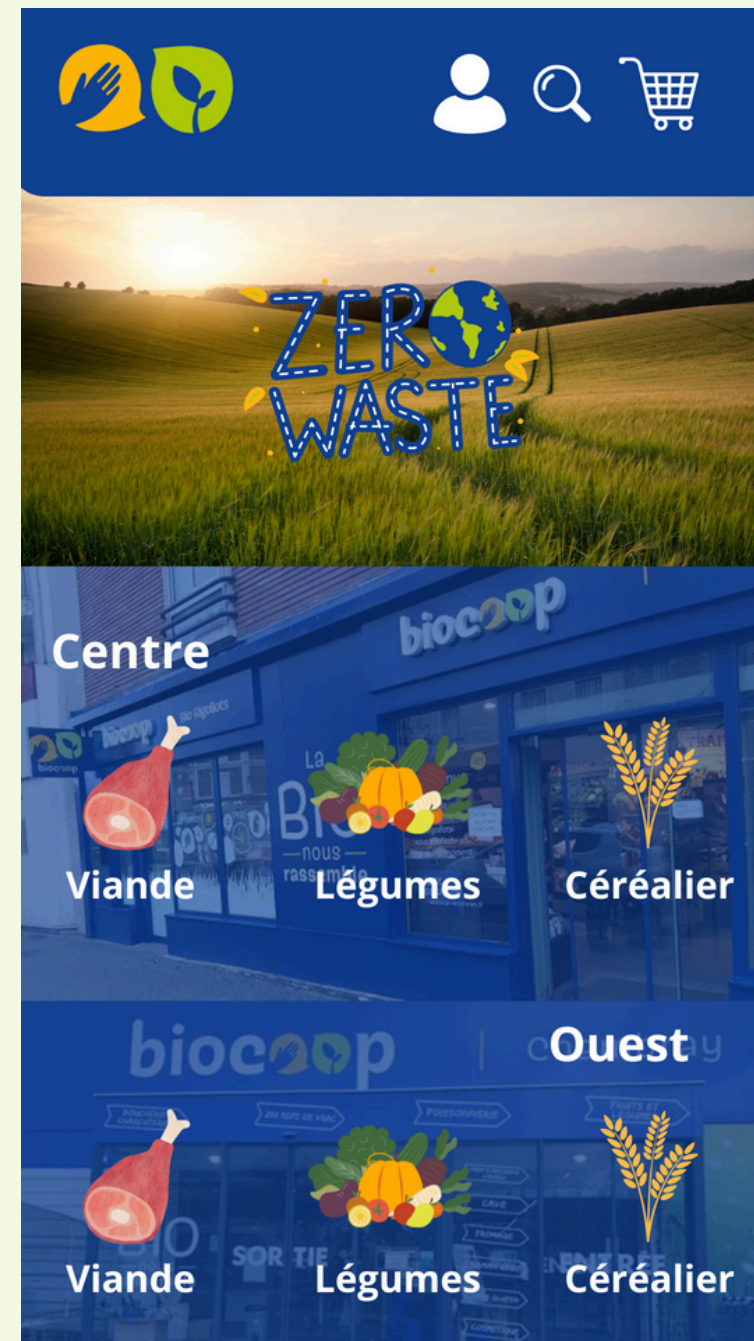
- Drive
- livraison à la maison



biocoop

ANGOULEME

- Créer une application pour fidéliser
- Utiliser un CRM pour récolter des adresses mails



biocoop

ANGOULEME

- Évènements de dégustation entre producteurs et clients fidèles



biocoop ANGOULEME

- Story telling des agriculteurs avec lesquels on collabore sur les journaux



biocoop^{ANGOULEME}

- Recette de cuisine dans un livre bio

