

biooop
LA BIO NOUS RASSEMBLE

Lopez Adelina, Bergia Chloe, Marilou Lotti

TC21

Sommaire

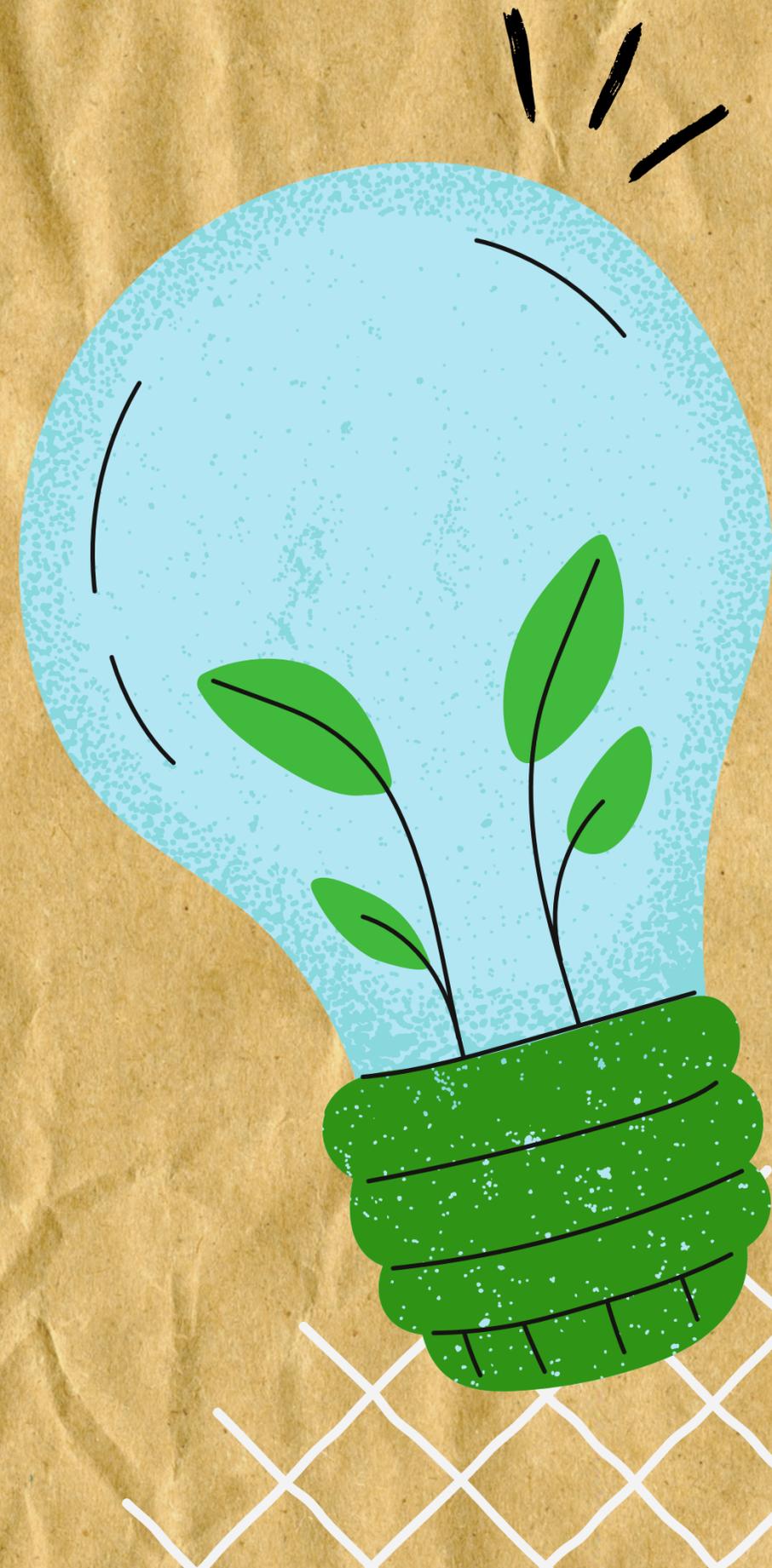
Problématique : Quel ciblage, quelle(s) stratégie(s) et quelles actions peuvent être proposés au chef d'entreprise de Biocoop centre et ouest afin de répondre à leur problématique respective ?

I) Biocoop de l'ouest

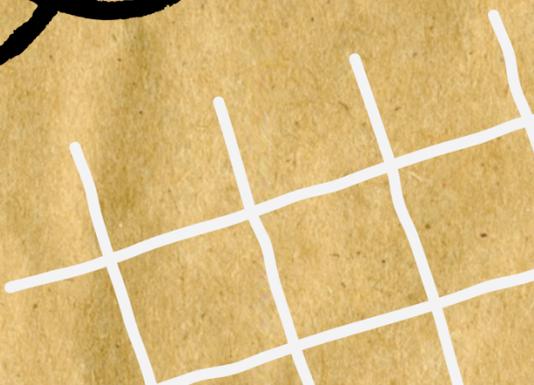
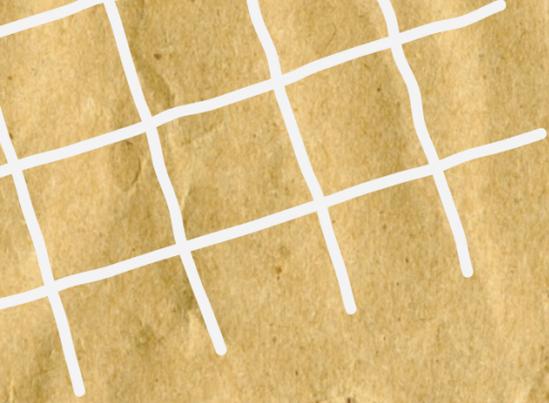
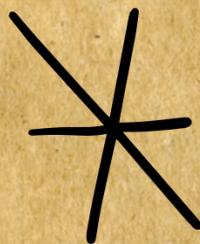
- A- Rappel des problèmes rencontrés
- B- Rappel de la cible stratégique
- C- Nouveau segment et stratégie
- D- Décisions opérationnelles

II) Biocoop du centre

- A- Rappel des problèmes rencontrés
- B- Rappel de la cible stratégique
- C- Nouveau segment et stratégie
- D- Décisions opérationnelles



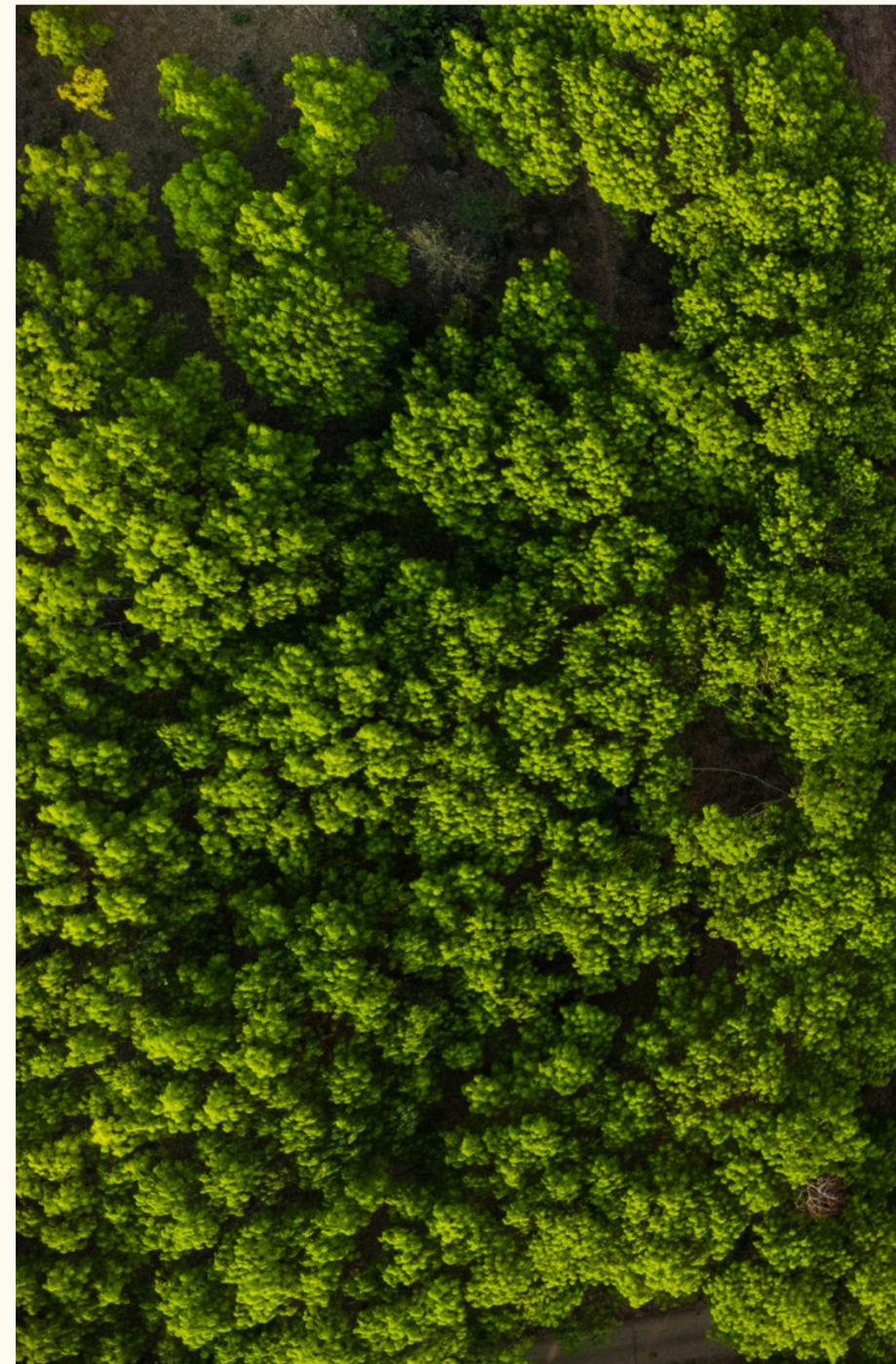
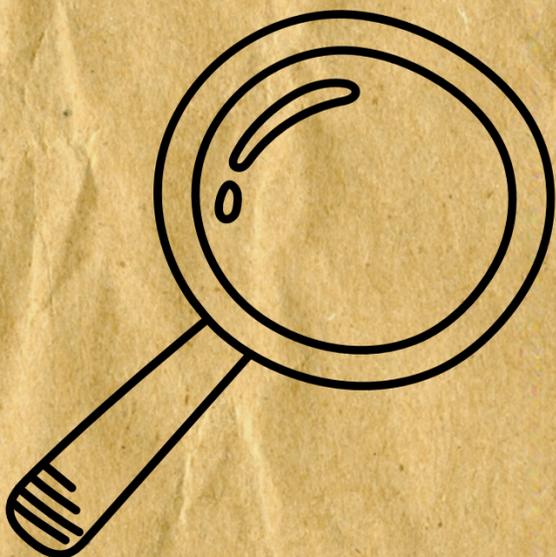
I - Biocoop de
l'ouest

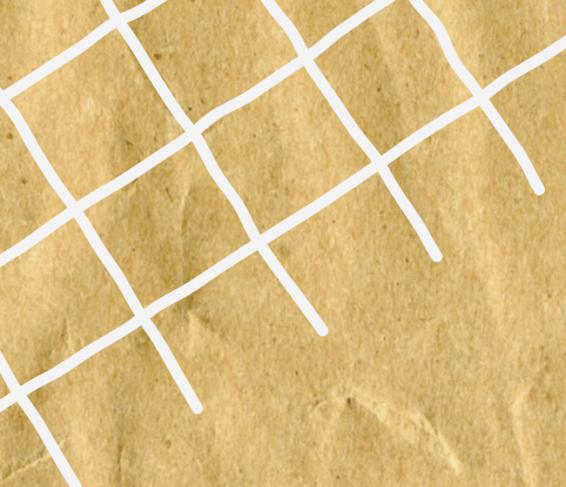


A - Rappels des problemes rencontrés

Biocoop de l'Ouest : (objectif : fidéliser)

- Gestion des ressources humaines (manque de compétences)
- Coûts importants suite au déménagement
- Concurrence





B - RAPPEL DE LA CIBLE STRATEGIQUE



Ciblage strategique

Biocoop Ouest



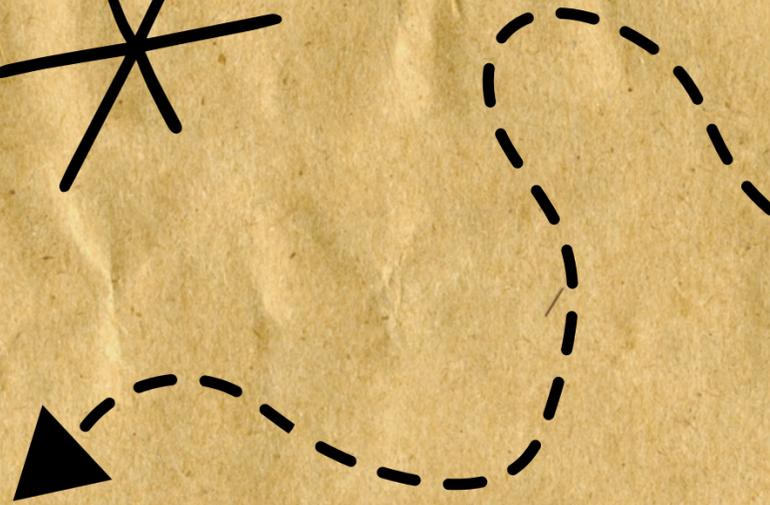
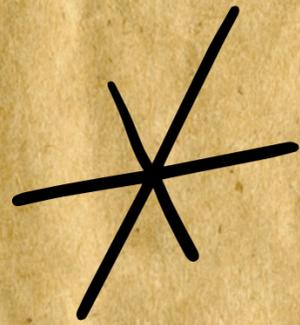
Clients urbains, adultes actifs, classes supérieures,
revenu élevé

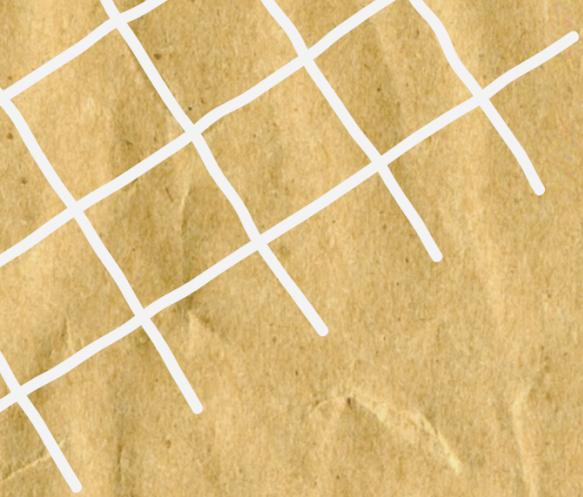


produits issu de l'agriculture biologique, soucieux de
leur santé



Fidéliser de nouveaux clients





C-NOUVEAU SEGMENT ET STRATEGIE





Biocoop Ouest

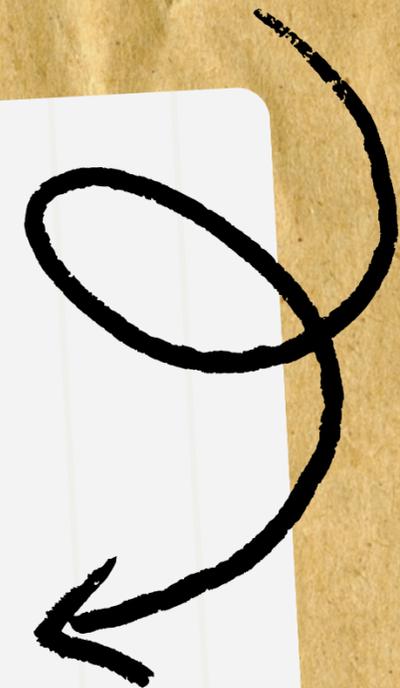
Le "Bio Nouveaux et occasionnels"

• Segment

- Adultes urbains (30/50)
- CSP =
- recherche de nouveauté
- accès santé, environnement, paramédical
- produits variés et de qualité

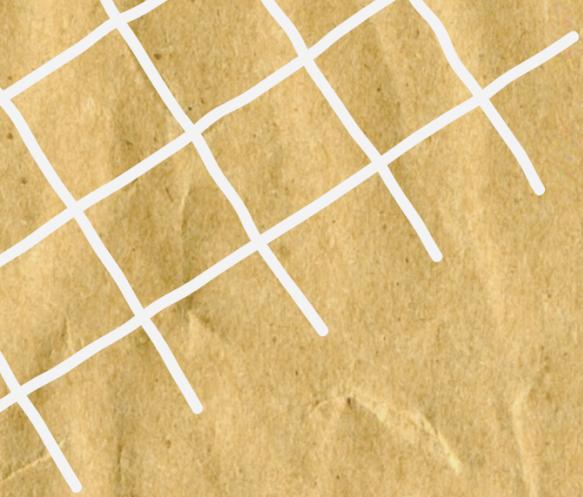
• Strategie

- Initiatives de marketing sur les nouveaux produits et offres spéciales.
- Aspect innovant et attractif
- Promotions et dégustations en magasin

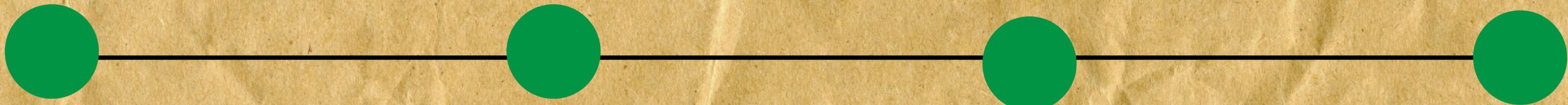


**Biocoop de l'Ouest
2023**

	Fréquentation/an	Montant mensuel des achats	% de la clientèle	% du Chiffre d'affaires
Bio coopain	Supérieur à 40 visites	Plus de 300€	5%	10%
Bio coopés	Supérieur à 24 visites	Entre 80€ et 300€	10%	35%
Bio occasionnel	Supérieur à 12 visites	Moins de 80€	35%	30%
Bio nouveau	Moins de 12 visites	Moins de 50€	50%	25%



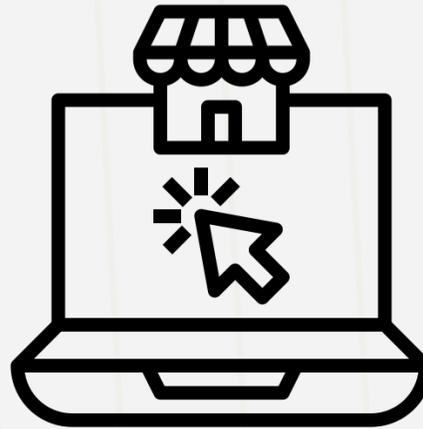
**D-DECISIONS
OPERATIONNELLES**



Distributions / services clients



Drive



click & collect

Place



Expérience d'achat



Grand parking



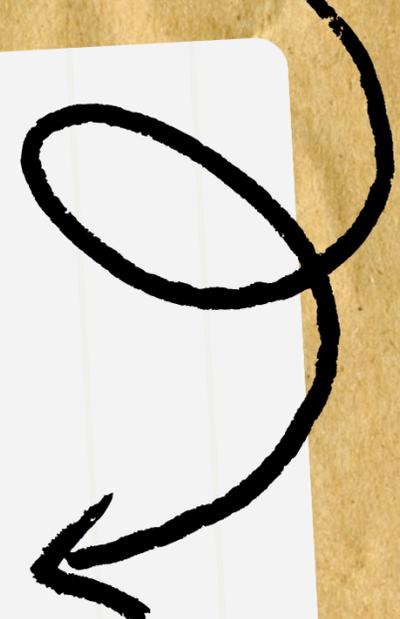
Bon emplacement



Decisions physique



Horaires



Communication hors-media



L'atelier cuisine Biocoop



Stand
rencontre
producteurs



Supports
papiers

Communication hors-media

Exemples



Têtes de gondoles promotions & prix



Catalogue



Magasin militant



Evènements :

ateliers cuisine / rencontre producteurs



Conseils / éducatif

Communication media

Exemples



Magasin militant



1 produit = 1 prix



Boucherie



Large gamme



Restaurant



Promotions



Recette de cuisine / ateliers cuisine



Produits locaux



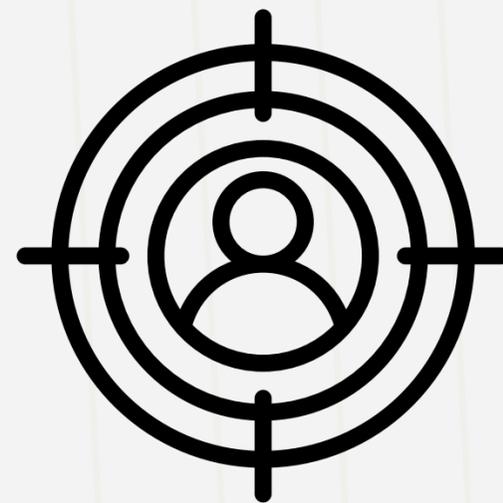
Le personnel

Ressources humaines

Formation du personnel :



Formations



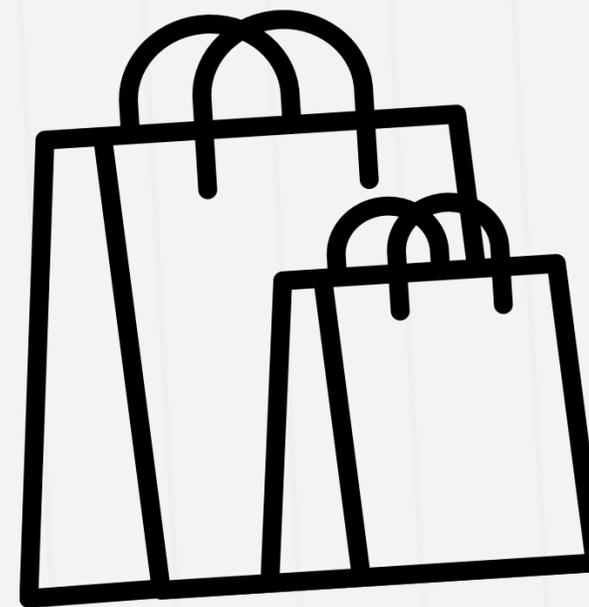
Recrutements



Produits

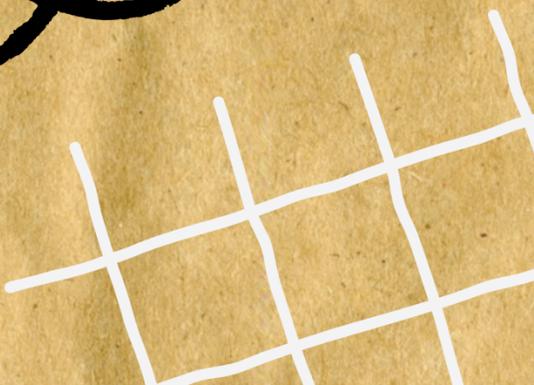
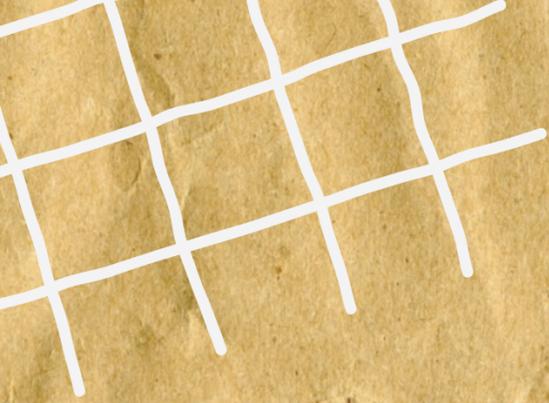
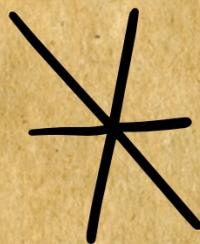


Produits locaux



Confort de consommation

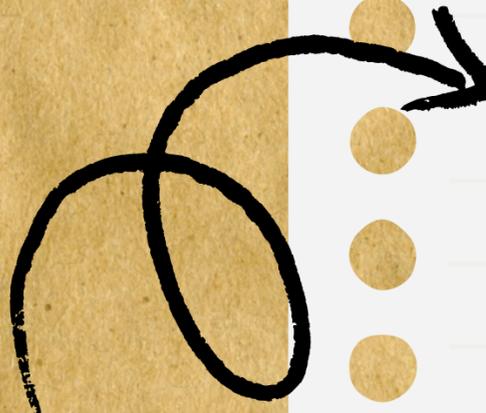
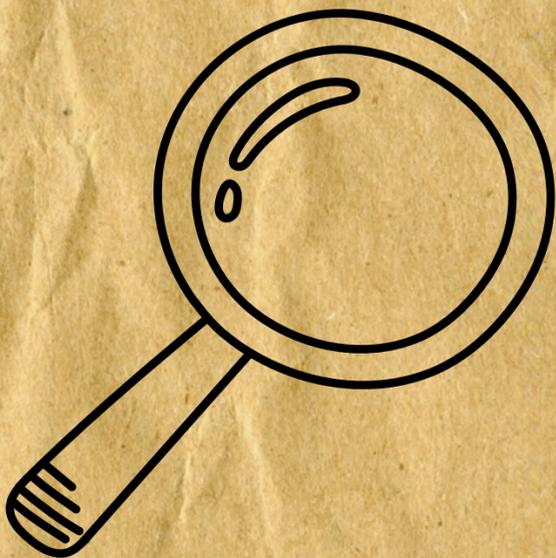
11 - Biocoop du
centre

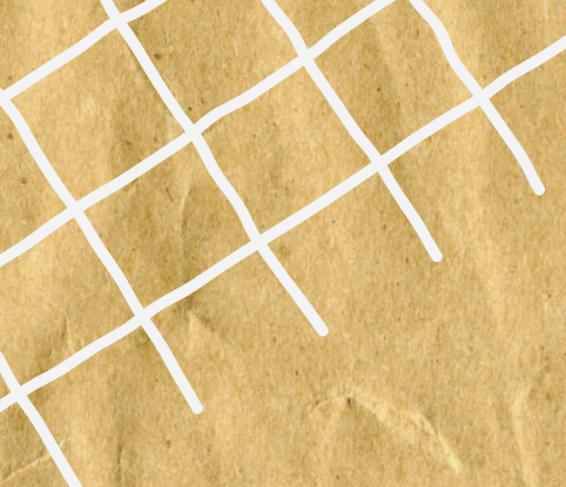


A - Rappel des problemes rencontrés

Biocoop du centre: (objectif : agrandir la cible, recruter
de nouveaux clients)

- Besoin d'expansion
- Taille restreint
- Places de parking en ville limité





B - RAPPEL DE LA CIBLE STRATEGIQUE



Ciblage strategique

Biocoop centre



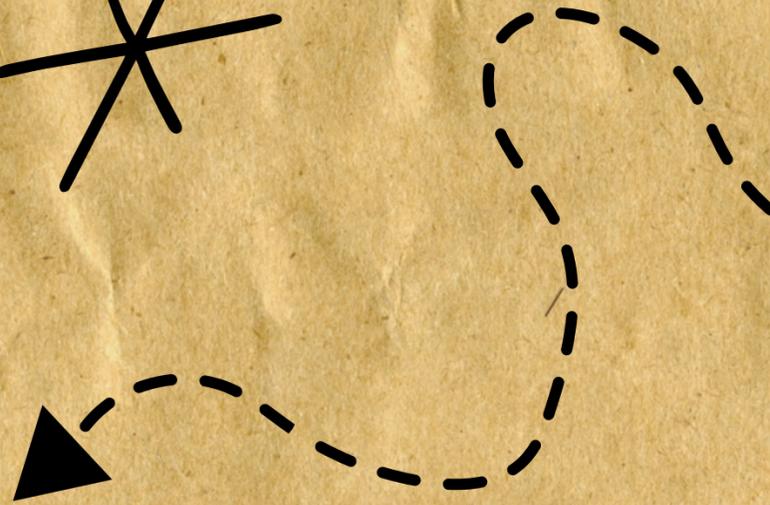
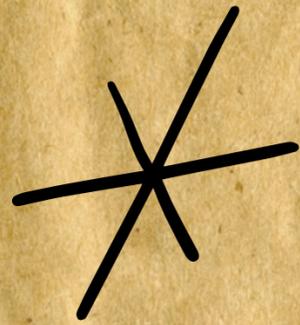
Clients urbains, adultes actifs, classes supérieures,
revenu élevé

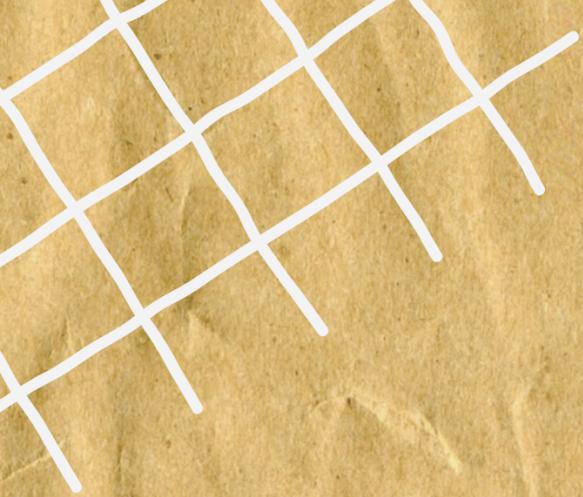


produits issus de l'agriculture biologique, soucieux
de leur santé



fidélisation : avantages exclusifs
campagnes de communication : impact positif





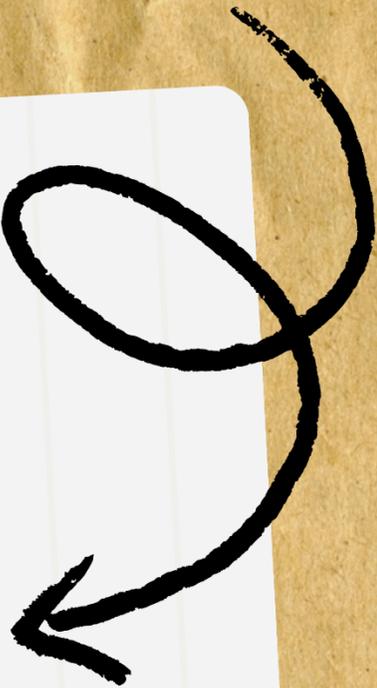
C-NOUVEAU SEGMENT ET STRATEGIE





Biocoop Centre

Le « Le Bio Nouveau »



- Segment:

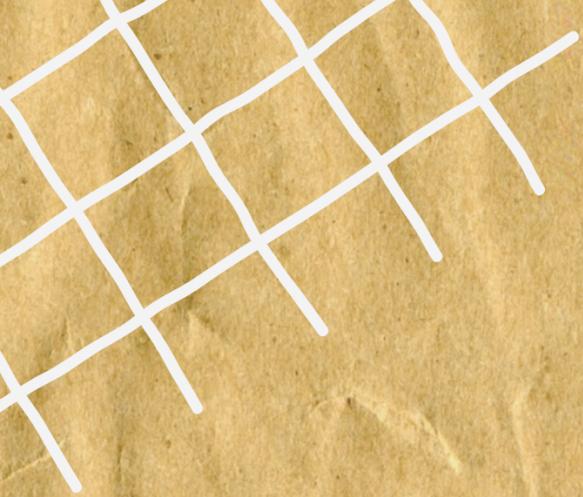
- Jeunes adultes urbains
- CSP +
- Accès santé et environnement
- Produits variés et de qualité
- Néanmoins le prix est un frein

- Strategie

- Renforcer la fidélisation en offrant des avantages exclusifs aux membres

Biocoop du Centre
2023

	Fréquentation/an	Montant mensuel des achats	% de la clientèle	% du Chiffre d'affaires
Bio coopain	Supérieur à 40 visites	Plus de 300€	25%	50%
Bio coopés	Supérieur à 24 visites	Entre 80€ et 300€	35%	30%
Bio occasionnel	Supérieur à 12 visites	Moins de 80€	25%	17%
Bio nouveau	Moins de 12 visites	Moins de 50€	15%	3%



**D-DECISIONS
OPERATIONNELLES**



Decisions physiques

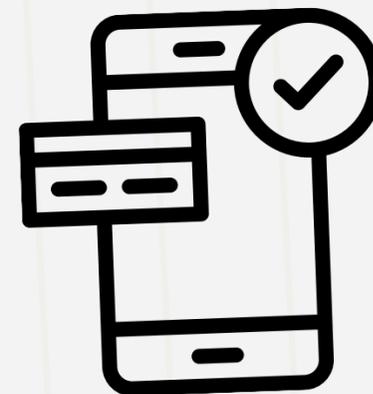
Amenagement



Réorganisation et
agrandissement



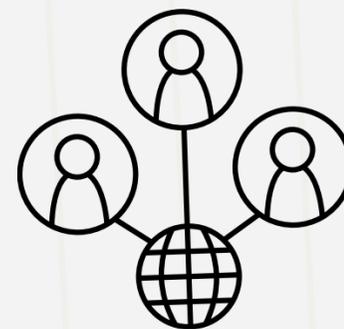
Sondages en magasin



Développement d'une
application mobile



Bornes tactiles

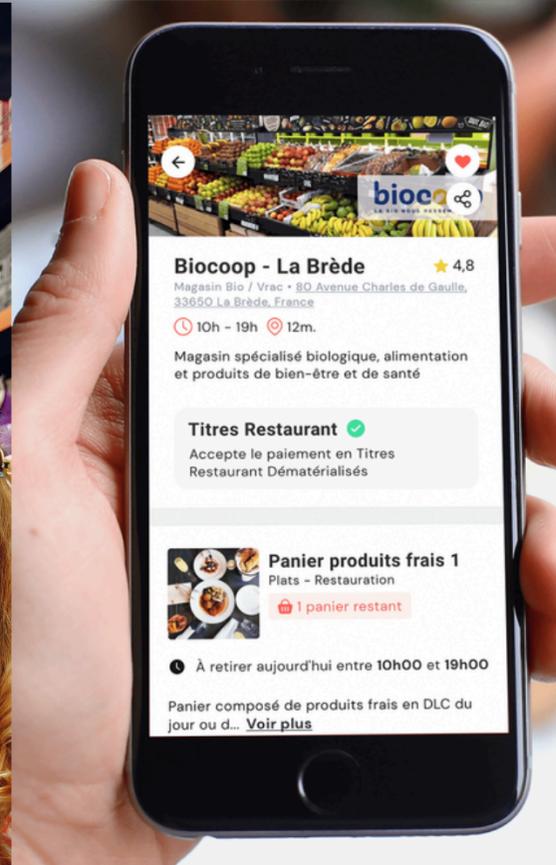


Communication



Decisions physiques

Exemple d'amenagement / ambiance



Communication media



Les nouveautés en magasin

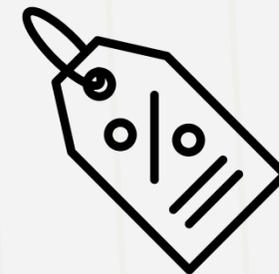


Partager des recettes de cuisine
(republication en story et site web)



Produits Locaux

Communiquer sur l'événement
"ateliers cuisine", l'invité
spécial et le street
marketing



Les promotions



Publicité sur les bus

Communication media

Exemples de communication



Publication recette de cuisine / ateliers cuisine



Publications "nouveau produit"



Story événement "ateliers cuisine"



Publications produits locaux



Publications promotions



Publicité sur les bus (promotion -10%)

Communication hors-media



street marketing



Conseil cuisine Biocoop



Invités
spécial

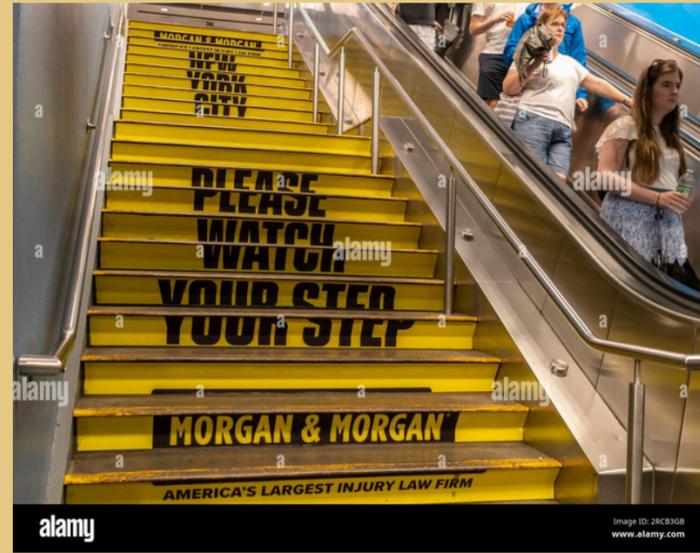


Communication hors-media

Exemples de communication



Street marketing



Ateliers cuisine

biocoop
LA BIO NOUS RASSEMBLE

fête son anniversaire
du 9 au 14 mars

- Animations
- Dégustations
- Tombola
- Cadeaux

-10%
sur tout le magasin
hors produits en promotion

GRENADE - FRONTON

biocoop
MAGASIN D'ALIMENTATION
BIOLOGIQUE & ÉCOPRODUITS

Les Halles
www.biocoop-leshalles.fr

Qualité Conseil & Prix
POUR TOUS!!!

Une bougie allumée sur un gâteau.
Votre magasin
d'alimentation bio
à Montbéliard Centre
fête son 1^{er} anniversaire

Pour profiter de l'événement, ce coupon est à remettre
au magasin Biocoop Les Halles du 1^{er} au 31 octobre 2012

10% OFFERT
sur tous les produits d'épicerie sucrée*
(thé, café, tisane, sucre, chocolat, confiture, céréales etc...)

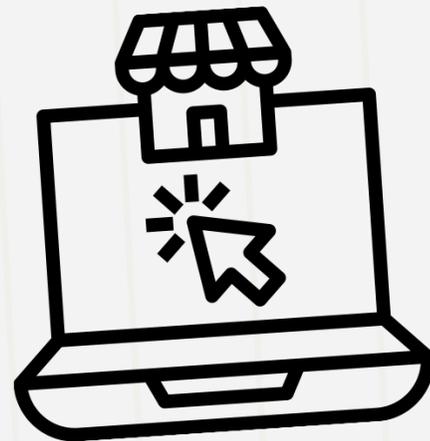
*hors promotions Bi.P

Promotions

Distributions / services



Points de
livraison



click &
collect



Livraison
à domicile



Produits

NEW

Ajout de nouveaux produits (suite à l'agrandissement)

Prix

