

Avant de commencer notre analyse, il peut être utile voir nécessaire de se remettre dans le contexte à l'aide d'un retour en arrière vers les débuts de l'entreprise, et l'évolution jusqu'à aujourd'hui :

Présentation de Monin :

Fondation : Monin est une entreprise française fondée en 1912.

Spécialisation : Elle se consacre à la production de sirops, de sauces et de concentrés pour boissons.

Chiffre d'affaires : En 2021, le chiffre d'affaires de Monin s'élevait à 147 millions d'euros.

Gamme de produits : Monin propose plus de 150 parfums de sirops de bar, ainsi que des nappages et des coulis de fruits pour aromatiser et sublimer cocktails et boissons.

Implantation géographique : Monin est basée à Bourges, en France, où elle dispose de plusieurs usines de production. Elle possède des filiales dans de nombreux pays, notamment aux États-Unis, au Royaume-Uni, en Allemagne, en Espagne, en Australie, au Brésil et en Asie.

Savoir-faire et authenticité : Monin se positionne comme plus qu'une simple solution pour boissons. C'est une expérience basée sur une expertise centenaire, utilisant uniquement les meilleurs ingrédients naturels de façon attractive et créative.

Produits phares :

Sirops de bar : Monin propose une gamme iconique de sirops avec plus de 150 parfums, allant des saveurs classiques comme la vanille et la fraise, aux saveurs plus exotiques comme la noix de coco et le fruit de la passion.

Sirop de Citrouille Saveur Epicée : Un produit phare pour les saisons automnales.

Sirop de Fraise des Bois : Une option délicieuse pour les amateurs de fraises.

Sirop de Myrtille : Idéal pour les boissons rafraîchissantes.

Innovation et pionnier : Monin a su innover dans les arômes et les usages pour mettre en relief l'infini potentiel du sirop.

En résumé, Monin est une marque française renommée dans le domaine des sirops, avec une large gamme de produits et une longue histoire d'expertise. Elle continue d'innover et de séduire les amateurs de boissons à travers le monde.

Histoire de l'entreprise

L'entreprise Monin, fondée en 1912 à Bourges, est une championne des sirops haut de gamme. Elle mise sur l'export pour son développement, notamment après une période difficile due à la crise sanitaire. **Avant la crise, la grande majorité de son chiffre d'affaires était réalisée dans les bars et les restaurants.** Cependant, Monin a su se réinventer et se tourner vers l'international, devenant l'une des très rares entreprises françaises à miser fortement sur les marchés étrangers.

Voici quelques éléments clés concernant Monin et sa stratégie :

Diversité de produits : Monin dispose d'un portefeuille de produits unique, comprenant sept gammes de produits. Outre ses fameux sirops, elle propose également des préparations spécifiques aux fruits, des sauces et des liqueurs. La diversification de ses produits lui permet de toucher différents segments de marché, des bars aux cafés en passant par les restaurants.

Internationalisation : Dans les années 1990, Monin réalisait plus de 90 % de son chiffre d'affaires en France. Aujourd'hui, ce chiffre n'est plus que de 20 %, tandis que 80 % provient de l'international. Monin est présente dans plus de 160 pays, avec des filiales aux États-Unis (Floride), en Chine et en Malaisie. Elle possède également un bureau à Dubaï. Cette expansion internationale témoigne de sa capacité à s'adapter et à conquérir de nouveaux marchés.

Innovation et adaptation : Monin a su innover dans les arômes et les usages pour mettre en relief l'infini potentiel du sirop. Son succès à l'exportation démontre qu'en affaires, tout est possible avec la volonté et la vision d'un dirigeant tel qu'Olivier Monin, troisième génération à la tête de l'entreprise. Au moment de sa reprise, le chiffre d'affaires était de seulement 8 millions d'euros, mais sous son impulsion, il a explosé à 330 millions d'euros avant la crise.

BENCHMARK

Nom de la marque : **MONIN**

Monin est une entreprise française de production et de commercialisation de sirops, liqueurs et purées de fruits, destinés en priorité aux professionnels.

Les réseaux sociaux sur lesquels il/elle est présent(e) : Instagram

À quelle fréquence poste-t-il/elle sur ses réseaux ? 4-5 jours par semaine

Qu'est-ce que se dégage de sa création de contenu (fun, éducatif, sérieux, corporate, amical ...) ? Fun, corporate, éducatif

Quels sont les formats qui marchent le mieux ? Les reels et les photos attrayantes

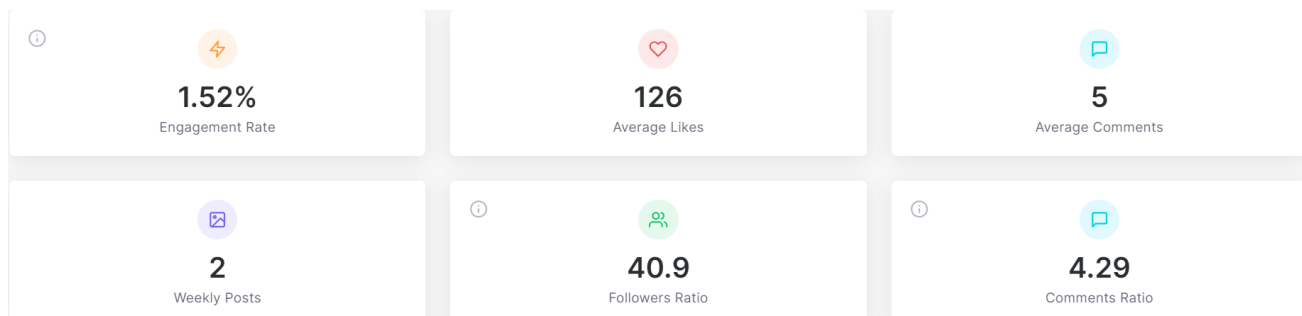
Le type de publication (éducatif, inspirant,) qui marche le mieux ? Les publications marchant le mieux sont celles qui inspirent, informent quant à leurs événements, éduquent sur leurs recettes

Les thématiques ou sujets abordés qui plaisent le plus ? Les événements de salon et comment reproduire leur boisson

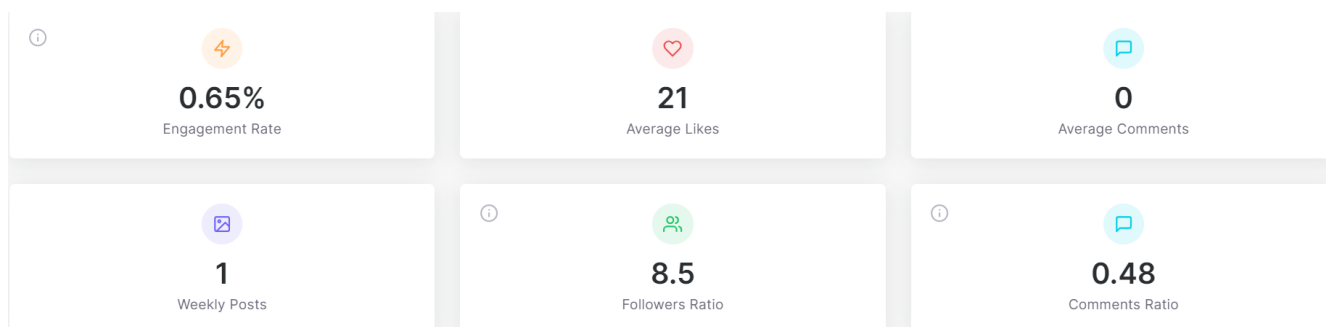
Concurrents : Eyguebelle, Le Philtre Vodka

Analyse des concurrents :

Lephiltrevodka : Ce compte publie beaucoup de contenu, il post 2 fois par semaines environ, avec beaucoup de stories à la une, marqué par des couleurs principales (vert et bleu), ce concurrent publie des carrousels des reels et des post classiques, montrant majoritairement des boissons nouvelles, et également un côté humain qui ressort puisque leurs photos contiennent des figurants ayant un air enjoué. Voici un aperçu plus détaillé des interactions du compte :



Maintenant passons au second concurrent, **Eyguebelle** qui, se démarque par un compte Instagram, assez original. Puisqu'en plus d'avoir une identité visuelle marqué (principalement beige et blanc), ce compte a la particularité de poster majoritairement du contenu en lien avec les fêtes, et plus particulièrement les repas de fête (Noël, galette des rois, Nouvel An) c'est donc principalement par une mise en actualité constante que le compte Instagram permet de se démarquer. Malgré tout, la compte possède un taux de publication faible et il y a un faible taux d'interactions entre les abonnés et le CM. Voici un aperçu plus précis des statistiques d'interactions :



PERSONA

MONIN cible principalement les professionnels café indépendant ou bar branché, chaîne internationale ou petit restaurant familial, et les passionnés de boissons alcoolisées ou sirops.

Voici un Persona complet :



CHIAKI SATO
Gérante d'un nouveau bar

A propos de la cible

AGE : 28 ans

Enjouée, à l'écoute des clients et entrepreneurs, elle gère avec plaisir son café et professionnalisme. Elle a besoin de fournisseur de boissons fiable pour prendre confiance dans le monde de l'entrepreneuriat

Personnalité

N'aime pas prendre de risques
Stressé facilement
Ne baisse pas les bras face aux difficultés
A le goût de la fête (d'où l'envie d'avoir un bar)
Aime les boissons exotiques

Infos pour son business

Frustrations : Elle ne sait pas comment attirer de nouveaux clients et trouve qu'elle aimerait renouveler ses propositions de boissons mais manque de temps et d'idées innovantes.

Objectif : Laure aimerait plus de visibilité pour son café.

Loisir : Escalade, lecture de thriller, faire la fête.

Stratégie éditoriale

Objectifs : Assoir son expertise par rapport aux concurrents dans la fabrication de sirop

Client idéal : Les Parisiens de 25 à 55ans qui recherchent de nouvelles saveurs et restent à l'affût des tendances de célèbres bars ou salons

Les thèmes de contenus

Thème 1 : Cocktails Classiques

Histoire des cocktails : Partager l'origine et les anecdotes intéressantes sur les cocktails classiques.

Recettes de cocktails : Proposer des tutoriels et des guides étape par étape pour préparer des cocktails classiques avec les boissons de la marque.

Conseils de présentation : Donner des idées pour la présentation et la décoration des cocktails pour impressionner les clients.

Thème 2 : Boissons Innovantes

Tendances des boissons : Explorer les dernières tendances des boissons et cocktails, et comment les bars peuvent les intégrer.

Création de cocktails uniques : Encourager les bars à utiliser les boissons de la marque pour créer des cocktails exclusifs.

Thème 3 : Gestion de la crédibilité de l'entreprise

Insister sur nos accomplissements : L'évocation récurrente de nos succès permettra inéluctablement une meilleure crédibilité en termes d'image de marque

Organisation de concours : concours entre différents employés pour montrer le caractère compétitif dont fait preuve l'entreprise

Types de posts à publier :

Publication de reels pour toucher plus de non-abonnés, et des post classique pour promouvoir en détail les produits.

Fréquence :

1 publications par jour sur 5jours

Jours & heure

Lundi : 17h

Mardi : 17h

Mercredi : 17h

Jeudi : 17h

Vendredi : 19h

Mots clés :

Recette, artisanale, tendances, brunch, réunion, gala, innovantes, salon, complexes,

Choix d'un réseau social :

Instagram

Déterminer les objectifs

Quel est l'objectif de votre création de contenu ?

Comment atteindre cet objectif ?

Objectif : Augmenter la crédibilité de l'entreprise concernant l'image de marque pour doubler la concurrence

Action : Publier régulièrement des posts Instagram avec des objectifs clairs

Atteindre son objectif

Nous allons poster 5 fois par semaine, et 3 reels pour asseoir notre crédibilité au sein du marché.

Ligne éditoriale

2 reels seront axé sur le fait d'insister sur l'expérience de la marque, tandis que 1 reels sera consacré à la mise en découverte de nouvelles boissons *trendy* pour que le client comprenne l'utilité de nous contacter, vu que lui-même va savoir que ces boissons pourront être vendu au vu de sa cible à lui. La musique sera tendance également. Pour le reste des post, il sera consacré 3 fois à faire la promotion de nos boissons avec une direction artistique alléchante, et 2 fois pour montrer notre crédibilité en tant que fournisseurs de qualité, mélangeant tradition et modernité, tout cela avec un ton enjoué, pour correspondre à l'ambiance des bars.

Choisir un outil de pilotage + un outil planification

Outils de pilotage : Google Doc

Outil de planification : Canva, Buffer

| Planning éditorial

| Jours | Sujet/Titre | Contenu/Détails | Objectif du contenu |
|-------------|--|---|--|
| lundi 01 | L'expérience unique de notre marque | Post mettant en valeur l'ambiance unique créée par nos boissons dans un bar; "Vivez l'expérience NomDeLaMarque - où chaque gorgée raconte une histoire." | Attirer : Présentation de nouvelles boissons tendance, incitant à la découverte et l'inspiration. |
| mardi 02 | Sélection premium du jour | Post pour montrer une de nos boissons phares sous son meilleur jour ; "Découvrez le goût de l'excellence avec le Latte Macchiato Roulé à la Cannelle" | Chauffer : Mise en avant d'une boisson phare, démontrant expertise et qualité. |
| mercredi 03 | L'héritage rencontre l'innovation | Post qui affiche l'histoire riche de notre marque, mêlant tradition et modernité; "Plongez dans l'histoire de MONIN - où tradition et innovation se rencontrent." | Chauffer : Partage de l'histoire de la marque, montrant l'expertise dans la fusion de la tradition et de la modernité. |
| jeudi 04 | Nouveauté à l'horizon | Reel introduisant une nouvelle boisson tendance, soulignant son unicité ; "Innovation en gorgée - découvrez notre sirop Saveur Fruits Rouges Epicés." | Attirer : Introduction d'une nouvelle boisson, offrant inspiration pour l'innovation dans les offres de bar. |
| vendredi 05 | Plaisir visuel et gustatif | Post promotionnel qui présente une autre boisson de notre gamme avec une direction artistique captivante ; "Un spectacle pour les yeux, un délice pour le palais - goûtez à notre Fizz Pomme et Fleur de Sureau." | Attirer : Présentation artistique d'une boisson, fournissant des idées visuelles attractives. |
| samedi 06 | LIBRE | Insérer des détails sur l'article ici | Insérer persona ici |
| dimanche 07 | LIBRE | Insérer des détails sur l'article ici | Insérer persona ici |
| lundi 08 | Engagement communautaire | Interagissez avec votre communauté en partageant du contenu généré par les utilisateurs ou en répondant aux commentaires. | Connecter : Interaction avec la communauté, renforçant les liens personnels et montrant le côté humain de la marque. |
| mardi 09 | Présentation des coulisses de la marque | Partagez un aperçu des coulisses, montrant comment vos boissons sont préparées ou l'histoire derrière une boisson spécifique. | Connecter : Aperçu des coulisses, montrant le processus authentique derrière la création des boissons. |
| mercredi 10 | Soirées mémorables avec MONIN | Reel qui illustre comment vos boissons peuvent transformer une soirée ordinaire en un événement mémorable; "Transformez vos soirées avec MONIN." | Chauffer : Illustration de l'impact des boissons sur l'ambiance des bars, montrant compréhension des besoins clients. |
| jeudi 11 | Élégance en bouteille | Post qui met en avant le design et l'aspect visuel de vos boissons; "L'élégance en bouteille - découvrez le design raffiné du Daiquiri Cederberg." | Attirer : Focus sur le design des boissons, inspirant pour l'esthétique des établissements. |
| vendredi 12 | Témoignages de partenaires | Post qui compile les avis et témoignages de bars et restaurants partenaires; "Nos partenaires parlent - l'impact de MONIN dans leur établissement." | Chauffer : Compilation d'avis de partenaires, renforçant la crédibilité et la confiance en la marque. |
| samedi 13 | LIBRE | | Insérer persona ici |
| dimanche 14 | LIBRE | | Insérer persona ici |

| | | | |
|---------------|-------------------------------------|---|--|
| lundi 15 | Découvrez notre nouveauté | Reel présentant une autre nouvelle boisson, en insistant sur comment elle peut rafraîchir l'offre de boissons d'un bar; "Rafraîchissez votre menu avec le Maple Fashioned." | Attirer : Présentation d'une autre nouvelle boisson, stimulant l'intérêt pour l'innovation. |
| mardi 16 | Sélection du barman | Post qui met en avant une boisson choisie par un barman, incluant une citation ou une recommandation; "Le choix du barman - pourquoi le Fizz Pomme et Fleur de Sureau est un incontournable." | Chauffer : Sélection par un barman, mettant en avant l'expertise et la recommandation professionnelle. |
| mercredi 17 | Moment de détente avec MONIN | Post qui incite à la relaxation et au plaisir, idéal pour une fin de semaine; "Détendez-vous ce week-end avec Character." | Connecter : Invitation à la détente avec une boisson, créant une connexion émotionnelle par le plaisir. |
| Attirer : Pré | La qualité au cœur | Post qui souligne l'engagement de votre marque envers la qualité et l'artisanat; "Notre engagement pour la qualité - chaque bouteille de MONIN raconte une histoire de passion et d'artisanat." | Chauffer : Focus sur l'engagement pour la qualité, renforçant la confiance dans les produits. |
| vendredi 19 | L'expérience MONIN | Reel qui recrée une expérience client idéale avec vos boissons dans un cadre bar; "Plongez dans l'expérience MONIN - plus qu'une boisson, un voyage sensoriel." | Chauffer : Recréation d'une expérience client idéale, montrant l'expertise dans la création d'ambiances. |
| samedi 20 | LIBRE | Insérer des détails sur l'article ici | Insérer persona ici |
| dimanche 21 | LIBRE | Insérer des détails sur l'article ici | Insérer persona ici |
| lundi 22 | Nos cocktails innovants | Post qui présente des idées de cocktails utilisant vos boissons, pour inspirer les barmans et les clients; "Innovez avec Maple Fashioned - découvrez des cocktails uniques pour éblouir vos clients." | Attirer : Idées de cocktails innovants, fournissant des conseils pratiques et inspirants. |
| mardi 23 | Les coulisses de la création | Partagez des détails sur le processus de création d'une nouvelle boisson, en mettant l'accent sur l'innovation et la créativité. | Chauffer : Partage du processus de création, montrant l'unicité et l'expertise de la marque. |
| mercredi 24 | Édition limitée | Annoncez une édition limitée ou une offre spéciale, en créant un sentiment d'urgence et d'exclusivité. | Chauffer : Annonce d'une édition limitée, créant un sentiment d'exclusivité et d'innovation. |
| jeudi 25 | Choix premium du jour | Revenez sur une autre boisson phare, en partageant des détails uniques ou des accords mets-boissons. | Chauffer : Focus sur une autre boisson phare, renforçant l'expertise et la qualité. |
| vendredi 26 | L'art de la mixologie | Post qui montre comment vos boissons peuvent être utilisées pour créer des cocktails artistiques et tendance. | Attirer : Présentation de techniques de mixologie, offrant des conseils et inspirations pour la création de cocktails. |
| samedi 27 | LIBRE | | Insérer persona ici |
| dimanche 28 | LIBRE | Insérer des détails sur l'article ici | Insérer persona ici |
| lundi 29 | Nouveauté à l'horizon | Introduisez une autre nouvelle boisson avec un reel, en mettant en avant ses caractéristiques uniques et son potentiel pour dynamiser l'offre d'un bar. | Attirer : Introduction d'une nouvelle boisson, incitant à l'innovation dans l'offre de boissons des bars. |
| mardi 30 | Bilan du mois | Faites un post de clôture qui récapitule les moments forts du mois, en remerciant votre communauté pour leur engagement et en donnant un aperçu des projets à venir. | Chauffer : Bilan du mois, renforçant la confiance en montrant l'engagement et le succès de la stratégie de contenu. |

