



PRÉSENTATION

# STRATÉGIE RÉSEAUX SOCIAUX

DE MIMIMOSA

présenté par  
Samhana Halilou

# **SOMMAIRE**

- Introduction
- 1- Benchmark
- 2- Stratégie visuel et rédactionnel
- 3- Forces et Faiblesses
- 4- Opportunités
- 5- Cibles, Persona
- 6- Ton, Valeurs et message clé
- 7- Audit des plateformes et outils existants
- 8- Stratégie de contenu
- 9- Choix des réseaux sociaux
- 10- Calendrier éditorial
- Conclusion



# **INTRODUCTION**

Mimimosa est un concept hybride à Rouen qui associe coffee shop de spécialité, univers végétale et ateliers créatifs ( terrariums, broderie, crochet). Le lieu se distingue par son ambiance chaleureuse, ses produits artisanaux et son approche humaine.

## **PROBLEMATIQUE**

Comment Mimimosa peut-elle utiliser les réseaux sociaux pour se différencier dans un marché très concurrentiel et attirer durablement des clients vers son coffee shop, sa jardinerie et ses ateliers créatifs?

## **Objectif**

Créer une stratégie de communication digitale afin de:

- Augmenter sa notoriété locale
- Attirer de nouveaux clients en boutique
- Promouvoir les ateliers
- Fidéliser une communauté engagée



# BENCHMARK

OBJECTIF : DIFFÉRENCIATION STRATÉGIQUE.



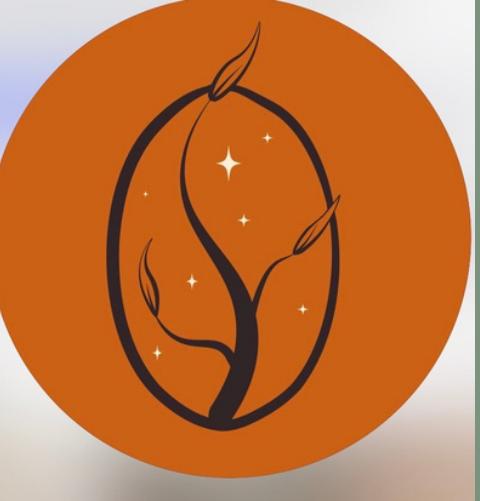
# MIMIMOSA

- **Nom commerciale :** Mimimosa
- **Offre :** Vente en détaille des fleurs, plantes, composition et articles de jardinage, organisation d'ateliers créatifs, cafés & boissons dans un lieu convivial
- **Cibles :** Les amoureux de plantes, Les amateurs d'expériences café et détente, Communauté créative & social lifestyle
- **Présence en ligne :** Instagram(7853 followers, 264 publications) & Facebook(1,6k followers) actifs, avec du contenu visuel, des actualités d'ateliers et des vidéos courtes qui montrent l'ambiance du lieu.
- **Avis en ligne :** Très bons retours sur Google/plateformes (ambiance, boissons, plantes, service).



# CONCURRENT DIRECT

- **Nom commerciale :** Herbarium
- **Offre :** Créations autour des plantes, Plantes vivantes et objets décoratifs , Ateliers sur les fleurs séchées, poterie, lettres ou compositions florales, Un coin détente / coffee bar.
- **Cibles :** Amateurs de botanique & plantes, Personnes Créatifs & lifestyle, Clients urbains curieux.
- **Présence en ligne :** Il est présent et actif sur Instagram(200followers, 10 publication), Herbarium dispose d'un site institutionnel ([herbarium.fr](http://herbarium.fr)) qui présente l'identité, l'histoire de la marque et une boutique en ligne.



# CONCURRENT INDIRECT

**Nom commerciale :** Plantis café

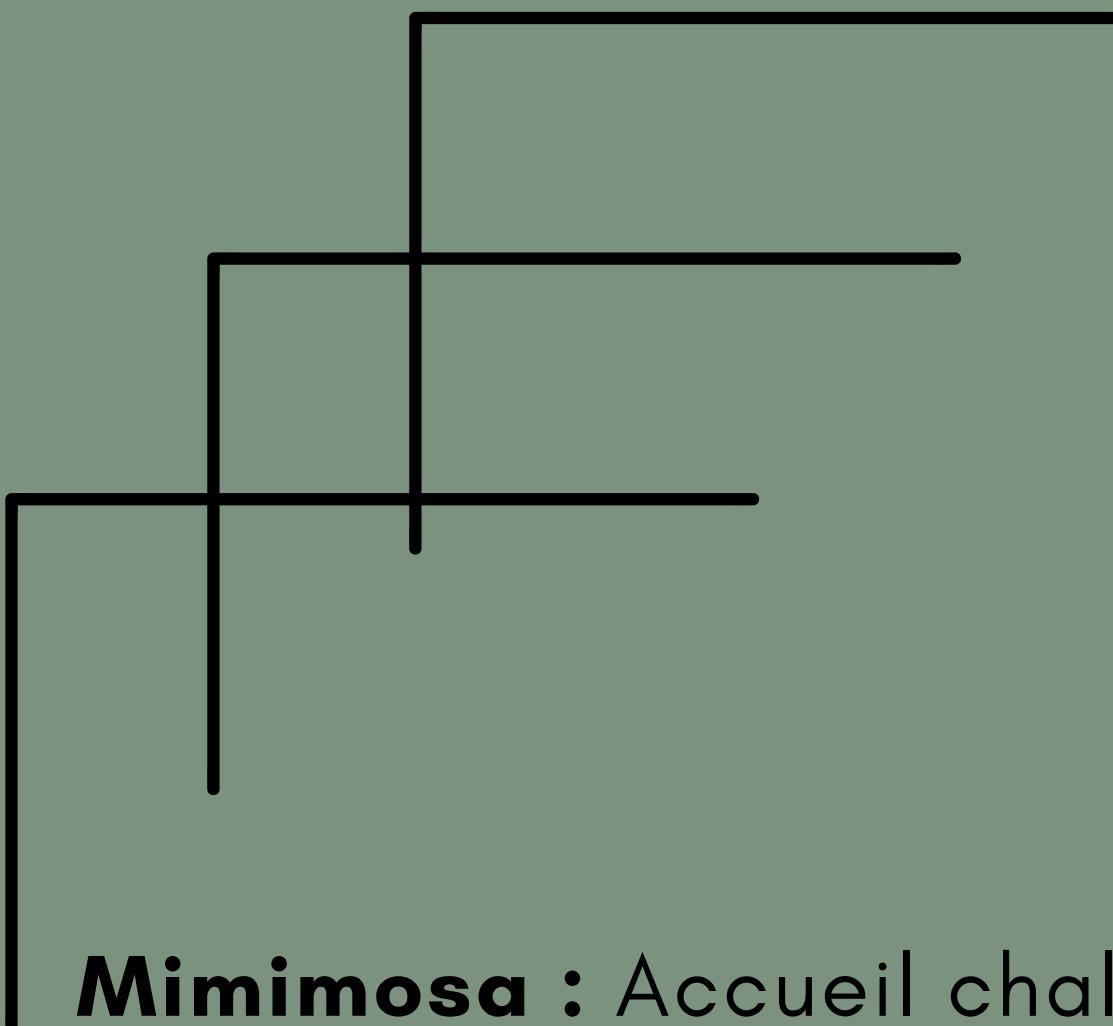
**Offre :** Café, matcha, thés, boissons latte, Pâtisseries, brunch, snacks, Décor rempli de plantes vivantes, Parfois quelques plantes ou objets à vendre

**Cibles :** Jeunes urbains & lifestyle

**Présence en ligne :** Présent sur Instagram( 992 followers, 14 publication), Facebook( 187 followers)

# STRATÉGIE VISUEL ET RÉDACTIONNEL

	<b>Mimimosa</b>	<b>Herbarium</b>	<b>Plantis Café</b>
Visuel	Vivant, chaleureux	Esthétique, artistique	Apaisant, cosy
Plantes	Produits + décor	Objets culturels	Décor
Présence humaine	Forte	Faible	Moyenne
Ton rédactionnel	Amical, direct	Poétique, inspiré	Simple, bien-être
Objectif	Créer du lien	Créer du désir	Faire rester



# FORCES OBSERVÉES

**Mimimosa** : Accueil chaleureux, Prix perçus comme raisonnables, Image chaleureuse et mémorable

**Herbarium** : Image de marque premium, Produits à forte valeur perçue, Fort pouvoir d'attraction visuelle

**Plantis café** : Expérience très attractive, Forte fréquence de visite, Forte présence sur les réseaux sociaux

# FAIBLESSES OBSERVÉES

**Mimimosa** : Positionnement parfois flou, Visibilité limitée hors Rouen.

**Concurrents direct** : Dépendance à l'esthétique, Positionnement parfois élitiste,  
Faible présence sur les réseaux sociaux.

**Concurrent indirect** : Dépend du flux client, Moins de lien émotionnel profond.



# OPPORTUNITÉS DE DIFFÉRENCIATION STRATÉGIQUE

**Innover en expérience client**

**Miser sur le digital + humain**

**Différencier ses offre de services**

**Développer des partenariats innovants**

**Déploiement en marque nationale / internationale**

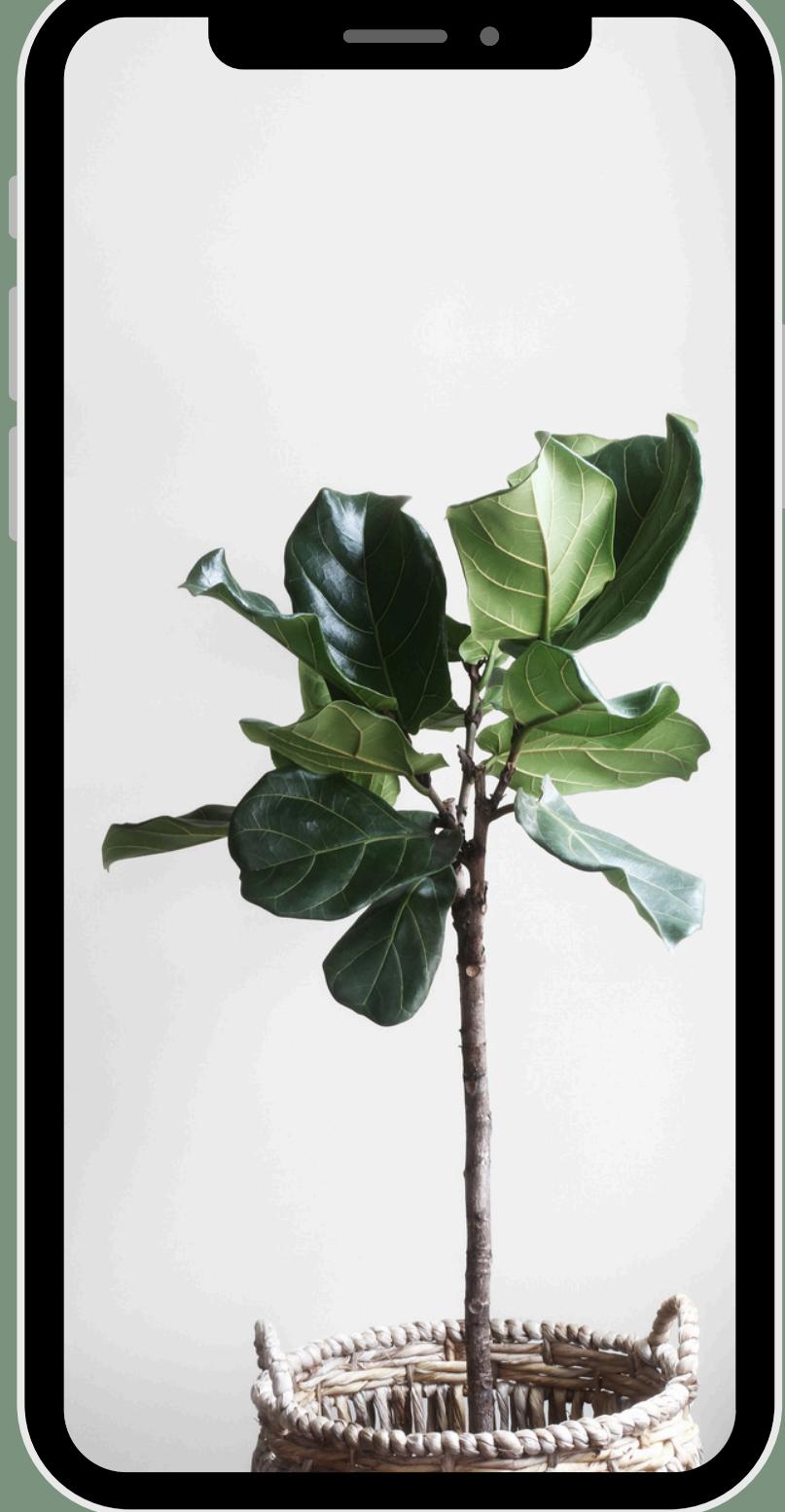
# Cibles

**Cible primaire** : 18- 35 ans,  
Amateurs de plantes, café de spécialité, loisirs créatifs  
communauté éco-responsable.

**Cible secondaire** : Familles, étudiants.

**Coeur de cible** : 25- 35 ans, vivant à Rouen, ils aiment les coffee shops indépendant et s'intéressent aux plantes, à la déco, au DIY. sont actives sur Instagram, Tiktok et Pinterest.





## Persona

**Prénom:** Léa

**Age:** 35 ans

**Ville :** Rouen

**Situation :** En couple, sans enfant

**Revenue :** Moyens, mais elle privilégie la qualité

**Réseaux :** Instagram, Pinterest, Tiktok

Léa aime les lieux qui ont une âme, elle fuit les grandes chaînes et préfère les coffee shops indépendants, les petites boutiques de créateurs et les espaces végétalisés. Son appartement est remplis de plantes, de livres, de bougies et d'objets faits mains. Elle aime le café, mais surtout le rituel du café( prendre le temps, s'installer et respirer). Elle est sensible à l'éologie, l'artisanat, le fait de faire les choses soit même et aux petits détails.



**Ton** : Chaleureux, Inspirant, Simple mais créatif,  
Bienveillant



**Message clé** : "Une tasse, une plante, un moment pour  
toi"



**Valeurs** : Authenticité, création, slow living, convivialité et  
la conscience écologique

# Audit des plateformes et outils existants



## Visibilité et Engagement Visuel

Publier des visuels captivants.



## Communauté et Partage

Créer des contenus engageants pour encourager le partage et l'interaction.



## Professionnalisme et Réseau

Partager des actualités de la boutique pour renforcer sa notoriété professionnelle.

# **STRATÉGIE DE CONTENU : BLOG, RÉSEAUX SOCIAUX ET VIDÉOS**

Une stratégie de contenu engageante renforcera la présence de Mimimosa en ligne. Blog, réseaux sociaux et vidéos pour augmenter sa visibilité tout en créant des liens solides avec l'audience.

## **Blog**

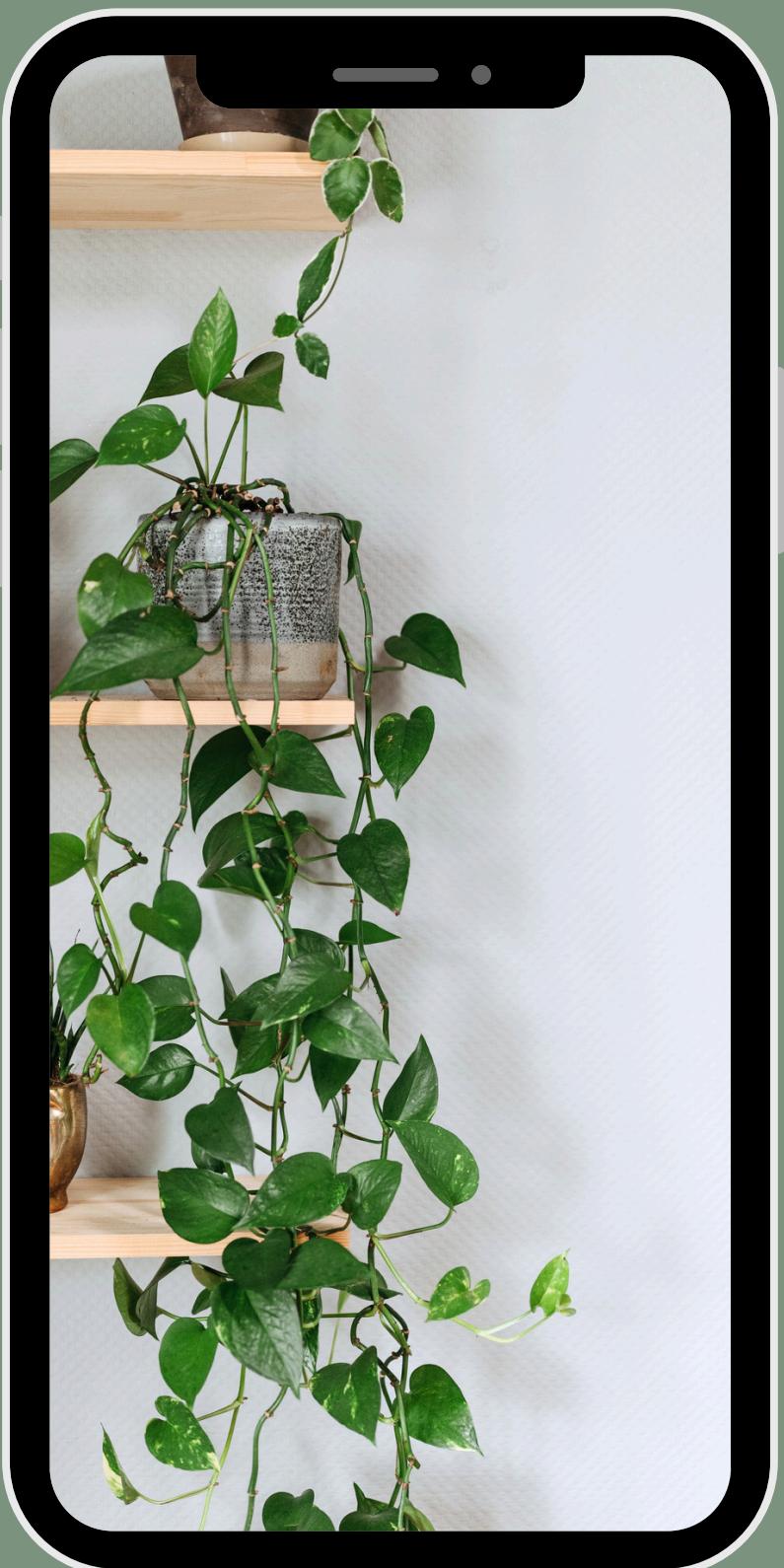
Articles optimisés pour montrer l'expertise de Mimimosa et améliorer son référencement.

## **Réseaux Sociaux**

Publications engageantes pour créer une communauté fidèle et active.

## **Vidéos**

Crée des contenus visuels impactant pour capter l'attention et renforcer l'émotion.



# CHOIX DES RÉSEAUX SOCIAUX

Plateforme	Objectif principal
Instagram	Visibilité + Engagement
Tiktok	Contenu dynamique + Viralité
Facebook	Communauté locale + Evénement
Pinterest	Inspiration visuelle/Moodboards
Site web/ Blog	Infos & Réservations centralisées



## POUR CONCLURE

Mimimosa dispose d'un concept fort et différenciant alliant café de spécialité, jardinerie et ateliers créatifs. L'audit et l'analyse du cœur de cible montrent que ce lieu répond aux attentes actuelles autour du slow living, de l'authenticité et de la créativité.

La stratégie de communication proposée vise à structurer son identité, renforcer sa visibilité locale et créer une communauté engagée, afin de faire de Mimimosa un lieu reconnu comme un refuge créatif et chaleureux à Rouen.





Merçi !

présenté par  
Samhana Halilou