



| CO
| FA

www.fcc-entreprises.fr

Dossier **ANNEXES**

Belaloy MOUKOKO
Héloïse VRAY
Clément SCHOFFEN
Elissa COUSIN
Anna GRUET
Julia MARION



Sommaire

Annexe 1 : Analyse du contexte global	1	
Annexe 2 : Veille concurrentielle	5	
Annexe 3 : Benchmark	7	
Annexe 4 : Personas	13	
Annexe 5 : Statistiques des différents réseaux	14	
Annexe 6 : Posts/ Publications	17	
Annexe 7 : Le style de vidéos sur LinkedIn	22	
Annexe 8 : Salons	27	
Annexe 9 : Social Ads	29	
Annexe 10 : Spot radio	36	
Annexe 11 : Budget	37	
Annexe 12 : Calendrier	39	
Webographie	41	

Annexe 1 : Analyse du contexte global

SWOT

Forces	Faiblesses
- Reconnue pour sa qualité : FCC Entreprise est reconnue dans la région pour son travail avec certes, un coût élevé mais un travail de qualité qui satisfait ses clients depuis plus de 80 ans - Incrusté dans de nombreux secteurs : Depuis sa création, votre entreprise aide d'autres instituts issus de nombreux secteurs différents. Ce qui vous permet d'engranger une notoriété au sein de la région. - Entreprise locale et régionale : L'une des forces de votre entreprise est son authenticité ainsi que son rattachement à sa région, le Jura. Ceci donne davantage confiance aux prospects qui n'hésitent pas à passer à l'action. - 70 professionnelles autour de la FCC : Votre entreprise est actuellement entourée de 70 professionnelles dans les métiers proposées par la FCC ou la moitié de l'effectif est issue de l'apprentissage avec plus de 1500 heures de formation, ce qui vous crédibilise auprès de futurs prospects. - 4 pôles d'activités : La FCC détient aujourd'hui 4 pôles d'activité, un pôle d'études et de travaux thermique, un pôle particulier, un pôle charpente couverture et zinguerie et un pôle SAV - Maintenance. Ceci appuie sur le gage de qualité que peut offrir votre entreprise auprès de ses (futurs) clients. - 2 sièges sociaux : Votre entreprise a actuellement deux sièges installés dans le Jura. Un siège à Lons le Saunier et un siège à Dole. Ceci confirme votre ancrage régional au Jura et vous permet de toucher de nombreux prospects autour de cette région.	- Prix élevés : Malgré le fait que cela soit expliqué, votre entreprise propose ses services à un prix au-dessus de la moyenne du marché. Ce qui peut parfois faire fuir les particuliers qui chercheraient uniquement un fournisseur ou réparateur qui propose ses services à des coûts plus faibles. - 7 métiers différents : Avoir autant de métiers peut être un avantage comme un inconvénient car certains de vos métiers ne sont pas mis en valeurs comparé à d'autres. Baissant donc leur visibilité et permettant à la concurrence de se démarquer par leur seul axe de campagne. 7 métiers différents entraînent également une augmentation des potentiels concurrents. De plus, la pluralité de ces métiers peut faire peur au client qui vous pensera peut-être pas autant expérimenté qu'une entreprise exclusivement dédiée au service. - Faible présence digitale : Bien que vous ayez une page Facebook (353 abonnés), votre entreprise n'est pas beaucoup visible sur les plateformes digitales. Cela ne vous permet pas de médiatiser une campagne ou de créer une communauté plus large, plus impliquée et par conséquent, perdre l'opportunité d'aguicher certains prospects.

SWOT: deuxième partie des forces

- Une histoire unique : La FCC bénéficie d'une histoire qui lui permet jusqu'à aujourd'hui d'être connue dans le département du Jura et ses alentours. N'ayant jamais bénéficié d'une mauvaise réputation à proprement dit, vous pouvez vous servir de votre ADN issu du XIXe siècle afin d'attirer les prospects d'aujourd'hui.
- Connaissance technique : Le FCC bénéficie de connaissances techniques approfondies dans les 7 métiers qu'elle met en valeur. Elles le prouvent par sa moitié d'effectif issu de l'apprentissage.
- Nombreux clients fidèles : Aujourd'hui, votre entreprise détient de nombreux clients fidèles issus de différents secteurs qui s'inscrivent dans votre lignée qui est de concevoir, installer et maintenir.
- Une équipe disponible 7j/7 : Votre équipe est présente toute la semaine et ceci vous crédibilise dans votre efficacité d'intervention auprès des clients.
- Made In France : Conceptions et développements des matériaux réalisés en France
- Satisfaction client : Votre entreprise fait actuellement l'unanimité auprès de vos clients avec plus de 95% de satisfaction.

Diagnostic externe :

	Opportunités	Menaces
<i>Politique</i>	Subventions pour l'énergie durable , incitations à investir dans des solutions écologiques.	Réglementations environnementales grâce à des lois plus strictes sur l'efficacité énergétique et l'impact écologique (directive européenne 2018/2001/UE sur la promotion de l'énergie renouvelable, souvent appelée RED II) .
<i>Économique</i>	Croissance de la demande pour les services d'énergies renouvelables.	Fluctuations économiques influençant les budgets des particuliers et entreprises pour les rénovations.
<i>Social</i>	Sensibilisation croissante à l'éco-responsabilité et à la transition énergétique.	Demande imprévisible en fonction des conditions climatiques. Souvent des demandes de dernières minutes
<i>Technologique</i>	Développement de nouvelles technologies pour les énergies renouvelables et l'automatisation des services.	Besoin constant de suivre l'innovation technologique pour rester compétitif.
<i>Écologique</i>	Augmentation de la demande pour des solutions de chauffage, ventilation et climatisation respectueuses de l'environnement.	Les conditions climatiques plus extrêmes perturbent les besoins saisonniers.
<i>Légale</i>	Renforcement des normes de sécurité créant une demande pour des services de qualité.	Changements fréquents dans les régulations locales et nationales.

Positionnement

Votre marque s'identifie comme une marque de qualité mettant en avant son savoir-faire français transmis depuis 1836.

Crédible : FCC Entreprise se positionne comme un acteur crédible dans les métiers du bâtiment. Forte de plus de 80 années d'expérience, l'entreprise met en avant son expertise et son savoir-faire français, reconnu pour sa qualité et son suivi. Chaque projet est réalisé par des professionnels qualifiés, garantissant des prestations fiables et durables. La satisfaction de ses clients et son engagement pour des travaux bien faits renforce la crédibilité de la marque, notamment sur le marché régional.

Distinctif : FCC Entreprise se distingue notamment grâce à son ancrage local en Bourgogne-Franche-Comté, offrant ainsi un service de proximité et une réactivité supérieure. Ce lien avec la région et sa spécialisation multisectorielle (charpenterie, plomberie, chauffage) font d'elle une entreprise unique se distinguant de ses concurrents.

Attractif : FCC Entreprise attire ses clients par son offre complète qui répond aux besoins variés des particuliers, entreprises et collectivités locales. En effet, avec ses 7 secteurs d'activités, elle permet à ses clients de réaliser tous leurs projets dans une même entreprise. L'entreprise se distingue aussi par son service client personnalisé et son écoute attentive des besoins.

Durable : L'entreprise intègre des pratiques de qualité dans ses prestations. Elle s'efforce d'optimiser l'efficacité de ses interventions pour garantir des résultats durables. Cet engagement se reflète également dans la relation client, avec un suivi rigoureux après les travaux, assurant des solutions fiables et un accompagnement avant, pendant et après la prestation. (concevoir, installer et maintenir.)

Diagnostic :

FCC Entreprise se spécialise dans des services de construction et d'énergie de haute qualité, s'adressant à un large éventail de clients, allant des particuliers aux professionnels de divers secteurs. Malgré une expérience accumulée sur plus de 80 ans, l'entreprise fait face à un enjeu majeur : une visibilité numérique insuffisante. Comme mentionné précédemment, dans un contexte où la présence en ligne joue un rôle crucial dans les choix des consommateurs, il est impératif pour FCC d'optimiser sa stratégie digitale pour rester compétitive et atteindre sa clientèle efficacement.

Annexe 2 : Veille concurrentielle

Concurrents	Métiers	Lieux / répartition géographique	Cible / Secteur	Taille	CA	Valeurs	Site internet
Concurrents Bureau d'étude / Pro							
Dalkia (Groupe EDF)	Maintenance exploitation des installations Réseaux de chaleur ou de froid Contrat de performance énergétique & Carbone Maintenance multitechnique Travaux de rénovation Services énergétiques spécifiques	National - Toutes la France 7 directions régionales Région Centre-Est Région Nord-Ouest Région Est Région Ile-de-France Région Centre-Ouest Région Sud-Ouest Région Méditerranée	Les professionnels (Sites industriels, bâtiments tertiaires, collectivités, établissements de santé, logements)	20 000 salariés	6,4 milliards d'euros en 2023	Engagement pour la transition énergétique Innovation Sécurité Durabilité	https://www.dalkia.fr/
Engie	Energie renouvelables : - Eolien - Solaire - Géothermie - Biogaz / Biomasse - Hydrogène vert - Hydroélectricité Solutions : - Réseaux de chaleur chaud et de froid - Performance énergétique - Mobilité durable	Mondial présent dans plus de 70 pays Forte présence en Europe	Villes & Collectivités Industries Tertiaire Particuliers	Groupe Mondial 97 000 collaborateurs	82,6 milliards d'euros en 2023	Responsabilité environnementale Innovation Inclusion	https://www.engie.com/
Eimi Groupe	Génie climatique (chauffage, climatisation, ventilation, sanitaire, énergies renouvelables, tuyauterie) Génie électrique (mise en service + maintenance) Photovoltaïque Cuisines professionnelles (conception + installation d'espaces de restauration, de production culinaire, de laverie et de blanchisserie)	National 6 régions Bourgogne / Franche-comté Grand Est Nord-Ouest Paris Sillon Alpin	bâtiments process industriels clients professionnels industriels collectivités tertiaires Restauration	45 ans d'ancienneté 28 implantations + 1 100 collaborateurs	80 millions d'euros en 2023	Sécurité Respect Proximité	https://www.eimi.fr/
Palissot	Installations de chauffage Climatisation Sanitaire Ventilation Electricité Plomberie (études et analyse / Planification / suivi de chantier et administratif / service après vente)	Entreprise familiale implantée en Bourgogne-Franche-comté Haute-Saône, à Bucey-lès-Gy Arc-lès-Gray et Annecy Intervention sur ensemble du bassin Haut-Saônois, Biscornin et Dijonnais	Professionnels et Particuliers Villes Collectivités Industries Tertiaire	depuis 1958	11,7 millions d'euros (2023)	Qualité Sécurité Innovation Développement durable	https://www.groupepalissot.fr/
Anvolia	Chauffage Climatisation Gestion des énergies Plomberie Sécurité incendie Maintenance	18 agences réparties sur tout le territoire national	Commerces Industries Hôtels & Restaurants Bureaux Etablissements de santé	550 collaborateurs + de 30 ans	49,48 millions d'euros (2021)	Esprit familial & Humain Confiance	https://www.anvolia.com/

Spie Batignolles	Infrastructures Construction Energie Immobilier Paysage Travaux Maritime & Fluviaux Maintenance (Génie électrique Génie Climatique en Climatisation Ventilation Chauffage, plomberie et sprinklage, photovoltaïque, bornes de rechargement.)	222 Implantations France & International	Ferroviaire Maritime Industriel	9 066 collaborateurs 176 ans d'histoire	240 ME	Proximité Confiance Réactivité	https://www.spiebatignolles.fr/en/la-spie-batignolles-energie/
Concurrents Charpentes							
Pugel	Charpente Couverture Zinguerie Bardage Isolation Désamiantage	Dole / action locale : donc à Dole et autour de Dole	Professionnels et particuliers dans le secteur de la construction ou de la rénovation	Entreprise à taille humaine : 23 salariés dont certains avec 30 ans d'ancienneté	3 031 000€	Qualité / Respect des traditions / Local / Score social : A / Score territorial : B / Score fiscal : B	https://www.toiture-pugel.com/index.htm
VCB (Vernier Construction Bois)	Toiture Structure bois Isolation	Siège social Rochefort sur Nonon à proximité de Dole et Besançon et Lons-le-Saunier (39, Jura, Franche-Comté).	particuliers, architectes, publics	75 ans d'expérience	467 000€	Savoir-faire et formation continue Réactivité Adaptabilité	https://constructionbois-vernier.com/
Concurrents Globaux							
ETS Gros	Installation de chaudières, poêles, radiateurs, adoucisseurs et salles de bain	Siège à Dole : Service dans tout le bassin doleis	Cible principale : particuliers Sociétés/ Commerçants/ Collectivités territoriales et l'Etat et Distributeurs de combustibles	179 ans et 19 employés	6,6 millions d'€ en 2022	Bio / Local /	https://gros.fr/ Note google : 2,6/5 étoiles
Bonnin	Chauffage / Photovoltaïque / Climatisation / poêle et cheminée / Salle de bain et cuisine / SAV dépannage / Piscine/ SPA / Sauna / Dressing et rangement	Siège à Lons-Le-Saunier : Action dans le Jura, la Bresse, le Doubs et la Côte d'Or	Particuliers Professionnels Collectivités locales	74 ans / 33 salariés qualifiés	2,7 M en 2022	Construction et rénovation / Qualité/ Sécurité / Innovation / Responsabilité sociale et environnementale	https://www.bonnin39.fr/
CSTI	Ingénierie Consulting Maîtrise d'œuvre (construction et rénovation) Services de maintenance	Siège à Payrolles-en-Provence mais action dans toute la France et à l'international.	Action dans le secteur du nucléaire / énergies renouvelables / Défense / labos de recherche	38 ans d'ancienneté et 220 collaborateurs	23 M	innovations technologiques/ Confiance réciproque / Adaptabilité / Services sur-mesure	https://csti-groupe.com/
Concurrents SAV							
Maintenance énergie	Plomberie / Tout type de chauffage / Installation sanitaire / Climatisation et pompes à chaleur / Installation et dépannage / Energie renouvelable / Contrats d'entretien	Siège à Dole : intervention dans le Jura et dans les départements limitrophes	installation, dépannage, entretien et rénovation	8 salariés	2,8 milliards d'euros (2022)	Rapidité / Prix sur mesure / Qualité	https://chauffage-dole.fr/
Concurrents Solaire							
Solaire 38	Photovoltaïque : Pose de panneaux solaires : alimentation maisons individuelles / Piscines / Voitures électriques / Entreprises et collectivités + 30 ans de garanti produits	Siège à Dole : mais ouverture d' une usine en Suisse	Particuliers / Tertiaire / Industriels	150 employés	capital social de 10 000 euros	Engagés dans la préservation de l'environnement / Innovation / local	https://solaire-38.fr/

Annexe 3 : Benchmark

Concurrents	Réseaux sociaux	Sujets abordés	Fréquence de publication	Formats	Ton	Ce qui marche chez eux
Concurrents Bureau d'étude / Pro						
Dalkia (Groupe EDF)	Linkedin : 146 K X : 9 K Instagram : 2,6 K Youtube : 3,1 k	Annonce / republication d'évènement (salons / formations / JO / Accueil d'étudiants / évènement sportif) Présentation de nouvelles installations Reproduction d'articles Proposition de poste (alternance) Présentation de labels Présentation de métiers Présentation de chiffre / résultats	Linkedin : 5 à 8 publications par mois X : 4 à 6 publications par mois Instagram : 2 à 4 publications par mois Youtube : Au moins 1 vidéo / mois (parfois plus selon le sujet : présentation de métier)	Infographie Photos Vidéos	Professionnel Initiatif Motivant & Engagé	
Engie	Linkedin : 926 K X : 67 K Instagram : 44,4 k Youtube : 26,4 k Facebook : 721 K	Chiffre de consommation d'énergie / résultat Evènement (live, retour sur les salons) Présentation des locaux et des manières de productions (installation de panneaux solaire, réseaux de chaleur...) Présentation des métiers de l'entreprise Photo des lieux (éolienne / biogas) Interview Présentation d'animaux sauvage	Linkedin : ~5 publications / semaine X : ~5 publications / mois Instagram : 3/4 publications par mois Youtube : 1 vidéo / an Facebook : ~5 publications / semaine Publications très fréquente	Infographie Photos Vidéos (format documentaire)	Publications en anglais (sur linkedin / X) = International Publications en Français sur les autres réseaux	
Eimi Groupe	Linkedin : 5K Instagram : 45 abonnés Youtube : 93 abonnés Facebook : 410 abonnés	Insta : pas beaucoup de posts, jeune compte -> premier post le 5 juin, 4 story a la une : Recrutement / Présentation de l'évènement "Le 79" / Integration / Notre histoire. Linkedin : Présentation des travaux, Postes à pourvoir récents, Infos sur l'entreprise, nombre d'employés Youtube : film de présentation, témoignage sur l'histoire (familiale) de la marque	Linkedin : 1/ 2 publications par jours Instagram : non actif durant les vacances ~ 1/ semaine Youtube : 1/ 6 publications par mois Facebook : 1 / 2 publications par jours	Story à la une Infographie Photos	informatif Valorisation Professionnel Accessible	

*Nous avons choisi d'analyser plus en profondeur uniquement les concurrents directs de FCC Entreprises; c'est pourquoi le dernier point, « Ce qui marche chez eux », n'est pas complété pour tous. Cependant, nous avons noté certains éléments lorsqu'ils se révélaient significatifs chez des concurrents moins directs.

Palissot	Linkedin : 202 abonnés	Aucune publication	Linkedin : 0 publications 3 ans d'ancienneté	Aucune publication		Pas de posts sur les réseaux, Relation très personnel avec les clients : "A votre écoute" "Accompagnement personnalisé" Peut-être en recherche de personnel, section "Recrutement" sur la page d'accueil C'est un groupe avec plusieurs enseignes, 6, 1 pour chaque spécialisation, (Palissot Grands Travaux, Confort Habitat, Les maîtres du bain, Centrelec, Palissot dépannage et maintenance, Scalabrini Clavel)
Anvolia	Linkedin : 5K Youtube : 37 abonnés	Contenu éducatif Actualité de l'entreprise (anniversaire / nouveaux locaux) Evènement sportif Offre d'emploi Présentation des métiers (sous format de mini série) Tutoriels	Linkedin : 3 à 7 publications par mois (5 ans d'ancienneté) Youtube : 1 vidéo par mois	Infograpgie Photos des locaux & du personnel Vidéos	ton professionnel & convivial = effet de proximité	Vidéo YouTube (Fast & Curious), et vidéos pour expliquer les métiers qu'ils font
Spie Batignolles	Linkedin : 128 K X : 3,1 K Youtube : 636 abonnés Facebook : 6K	Linkedin : Retours sur événements, Vie de l'organisation chez Spie Batignolles, Posts à pourvoir, Nombres d'employés, photos des chantiers X: Beaucoup de photos de chantiers, Opération d'intégration, Valeurs YouTube : Retrospective, Concepts : Tour de france Spie BatiJeunes, Spie Dating Facebook : similaire aux posts linkedin	Linkedin : Très actif ~ 1/ jour X: Très actif ~ 1/ jour Youtube : plus de vidéo depuis 3 mois Facebook : Très actif ~ 1/jour	Infographie Vidéos Photos	ton professionnel & convivial = effet de proximité	Organisation d'évènement Photos des équipes / des travaux (en cours et finis) Présents sur beaucoup de réseaux (

Concurrents Charpentes						
Puget	Facebook : 209 followers	Republication de post Actualité de l'entreprise Présentation des locaux & des travaux réalisés (rénovations) Evènements Offre d'emploi	Facebook : 1 à 2 publications par mois	Infographie Photos	Style accessible Simple Informatif Proximité	Parlent beaucoup d'eux, pas beaucoup du client A la 3eme personne
VCB (Vernier Construction Bois)	Facebook : 1,2 K	Retour sur les travaux / rénovation réalisés Retour sur les événements de l'entreprise (événement sportif / moment convivial / concours) Republication	Facebook : 209 followers	Photos des rénovations et des travaux	Enthousiaste et convivial avec un peu d'humour Texte pas trop long Fierté	
Concurrents Globaux						
ETS Gros	Pas de réseaux					
Bonnin	Facebook : 48	Promotion	Facebook : Dernière publication en 2018	Affiche / design visuel	Commercial Texte court & simple	Contact très facile d'accès (haut à droite détaché du reste du menu) Services visibles sans clic
CSTI	Linkedin : 2K Facebook : 119 abonnés	Evènement (sportif / accueil d'élèves / formation) Actualité de l'entreprise (nouveaux locaux / matériel) Republication d'article / de post Présentation de travaux	Linkedin : 3 publications par mois (2 ans d'ancienneté) Publication irrégulière Facebook : 119 abonnés	Infographie Photos des locaux et matériels	Dynamique enthousiaste, positif Valorisation	Grosse présence sur LinkedIn, posts récurrents, Evenements entre employés organisés par l'entreprise (stage découverte, courses ...) qui sont ensuite partagés sur les réseaux
Concurrents SAV						
Maintenance énergie	Linkedin : 39 abonnés Instagram : 112 abonnés Facebook : 128 abonnés	Republication de post (restaurant / immobilier) Photos des produits (poele à bois / clim / chauffage / salle de bain)	Linkedin : Compte vierge Instagram : Dernière publication en décembre - 28 publications sur le compte Facebook : ~4 par mois	Photos & courtes vidéos qui présentent les produits	Texte court avec les coordonnées Informatif Incitatif Chalereux Convivial / Fidélisation	

Concurrents SAV					
Maintenance énergie	LinkedIn : 39 abonnées Instagram : 112 abonnés Facebook : 128 abonnés	Republication de post (restaurant / immobilier) Photos des produits (poele à bois / clim / chauffage / salle de bain)	LinkedIn : Compte vierge Instagram : Dernière publication en décembre - 28 publications sur le compte Facebook : ~4 par mois	Photos & courtes videos qui présentent les produits	Texte court avec les coordonnées Informatif Incitatif Chalereux Convivial / Fidélisation
Concurrents Solaire					
Solar 3S	Facebook : 197 abonnés	Publication concernant les installations Evènement Offre d'emploi	5 à 6 publications par mois	Photos Infographie	Informatif Proximité Promotionnel
FFC Entreprises	Facebook : 353 abonnés	Réalisation / Présentation des services (Avant/après) Retour sur évènement (foire / expositions / activités) Republication de post Information sur l'entreprise (maintenance / actualité / locaux / vie au sein de l'entreprise) Temoignage	1 à 3 publications par mois	Photos Infographies	Chalereux & Professionnel créer un lien de proximité avec les clients Convivial (moment de partage / vie dans l'entreprise) Dimension humaine

Exemples de communication des concurrents :

Palissot

PALISSOT GRANDS TRAVAUX

CONFORT HABITAT

LES MAÎTRES DU BAIN

CENTRELEC

PALISSOT DÉPANNAGE ET
MAINTENANCE

SCALABRINI CLAVEL

PALISSOT, PLUS QU'UN GROUPE... UNE HISTOIRE DE FAMILLE

Au fil des années, PALISSOT grâce à la force de ses collaborateurs et ses collaboratrices, a réussi à développer ses activités en gardant une proximité sans faille avec ses clients.

Création de l'entreprise

Monsieur Hubert PALISSOT crée l'entreprise familiale qui se compose de 2 personnes.

1958

1970

Changement de statut

L'entreprise devient SARL FRANCHE COMTE CHAUFFAGE et compte 4 personnes.

SERVICES POUR PARTICULIERS ET PROFESSIONNELS DES EXPERTS À VOTRE ÉCOUTE

Plomberie

Abrusseur, Chauffe-eau à Gaz, Électrique et...
Thermodynamique. Réfection ou Création de vos réseaux de tuyauteries eau chaude/ eau froide (cuisine, salle de bain, garage...).

Electricité

Installation complète de votre réseau électrique, de votre éclairage et de votre tableau électrique en neuf ou en rénovation.

Chauffage

Bénéficiez d'un savoir-faire et d'une expertise de plus de 60 ans et faites installer votre chaudière (gaz, fioul, bois, granulés...), pompe à chaleur par un professionnel agréé.

Climatisation

Nous réalisons l'installation de votre climatisation réversible et de groupe d'eau glacée dans votre logement en individuel ou en collectif.

Sanitaire

Salle de Bain clé en main y compris PMR, pose de vasque et de meuble de salle de bain, baignoire, douche à l'italienne. Réalisation de mur en faïence, carrelage...

Ventilation

Nos techniciens réalisent l'installation de votre centrale de traitement d'air en simple et double flux, votre aspiration centralisée ou la pose d'une ventilation mécanique contrôlée (VMC).

Anvolia

Les plus récentes

Populaires

Les plus anciennes



FAST & CURIOUS
SPECIAL ALTERNANCE
2:13

FAST & CURIOUS - Episode 2 : Spécial alternance 🎓
35 vues • il y a 2 mois



ALVIV'ASTUCES
NETTOYER LES FILTRES D'UN CLIMATISEUR
1:14

ALVIV'ASTUCES - NETTOYER LES FILTRES D'UN CLIMATISEUR 🌬️
572 vues • il y a 4 mois



#EDITIONSPECIALE PARTIE 2
JOURNÉE MONDIALE DE LA SÉCURITÉ & DE LA SANTÉ AU TRAVAIL
1:54

#EDITIONSPECIALE Partie 2 - Journée mondiale de la Sécurité & de la Santé au Travail
117 vues • il y a 5 mois



FAST & CURIOUS
SPECIAL ANNIVERSAIRE
2:05

FAST & CURIOUS - Spécial anniversaire 🎉
253 vues • il y a 6 mois



FABRICE
CHEF D'ÉQUIPE PLOMBIERS CHAUFFAGISTES
2:52

EP.3 : Fabrice - Chef d'Équipe Plombiers Chauffagistes chez Anvolia
10 vues • il y a 4 mois



MAXIME
CHEF D'ÉQUIPE CLIMATICIENS
4:34

EP.2 : Maxime - Chef d'Équipe Climaticiens chez Anvolia
10 vues • il y a 4 mois



#EDITIONSPECIALE
JOURNÉE MONDIALE DE LA SÉCURITÉ & DE LA SANTÉ AU TRAVAIL
5:19

#EDITIONSPECIALE - Journée mondiale de la Sécurité & de la Santé au Travail
10 vues • il y a 5 mois



VIRTUAL EXPO
ANVOLIA 13
0:46

#ZOOM sur le chantier Virtual Expo de l'Agence Anvolia 13
10 vues • il y a 5 mois



CSTI GROUPE
 2 162 abonnés
 4 mois •

+ Suivre ...

 Ce vendredi, les membres de la Direction de l'Ingénierie **CSTI GROUPE** ont vécu une aventure palpitante lors d'un stage de pilotage moto cross ... plus





 92
 2 commentaires • 5 republications








CSTI GROUPE
 2 162 abonnés
 2 sem. •

+ Suivre ...

CSTI GROUPE participait ce samedi 5 octobre à la 12ème édition de la Foulée Ressources à Aix-en-Provence pour octobre rose plus





 67
 1 commentaire • 2 republications

 J'aime
  Commenter
  Partager
  Enregistrer

Annexe 4 : Personnas



SOPHIE MARTIN

Agée de 42 ans, mariée et mère de deux enfants.

Elle occupe un poste de cadre dans une entreprise de services et réside à Besançon, en Bourgogne-Franche-Comté. Propriétaire d'une maison individuelle située dans un quartier résidentiel, Sophie accorde une grande importance à l'efficacité énergétique de son habitation.

Diplômée d'un master en gestion, elle possède un bon niveau d'éducation et est bien informée sur les questions de rénovation et d'aménagement. Avec un revenu familial supérieur à la moyenne, Sophie dispose d'une certaine capacité d'investissement pour réaliser des travaux de rénovation. Elle recherche des informations et des conseils sur des blogs spécialisés dans la rénovation et l'efficacité énergétique.



ARNAUD LEFÈVRE

35 ans, marié et père de trois enfants, est responsable commercial dans une entreprise agroalimentaire à Auxerre en Bourgogne-Franche-Comté. Propriétaire d'une vieille maison, il souhaite entreprendre une rénovation complète en réhabilitant la charpente, refaisant la plomberie, et installant un système de chauffage performant, ou encore en refaisant l'isolation. Soucieux de la durabilité et du confort de sa maison, Arnaud cherche à augmenter sa valeur en combinant des solutions modernes avec des techniques traditionnelles. Il privilégie les entreprises locales et est attentif à l'efficacité énergétique des travaux et aura besoin de faire appel à une entreprise proposant diverses prestations.

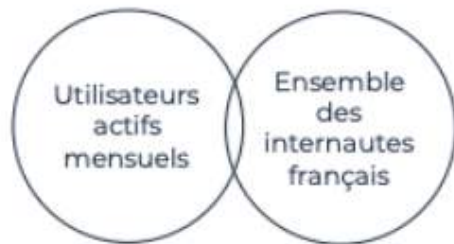


LYCÉE SAINT-PIERRE

Le Lycée Saint-Pierre est un établissement scolaire privé de Bourgogne-Franche-Comté qui cherche un partenaire comme FFC Entreprise pour l'aider à moderniser ses infrastructures, tout en respectant les réglementations environnementales et les contraintes budgétaires. En quête de solutions performantes, durables, et conformes aux normes en vigueur, l'établissement a besoin d'un prestataire fiable, capable d'intervenir avec réactivité et de garantir un suivi rigoureux des travaux, sans compromettre la sécurité et le bon fonctionnement du lycée.

Annexe 5 : Statistiques des différents réseaux

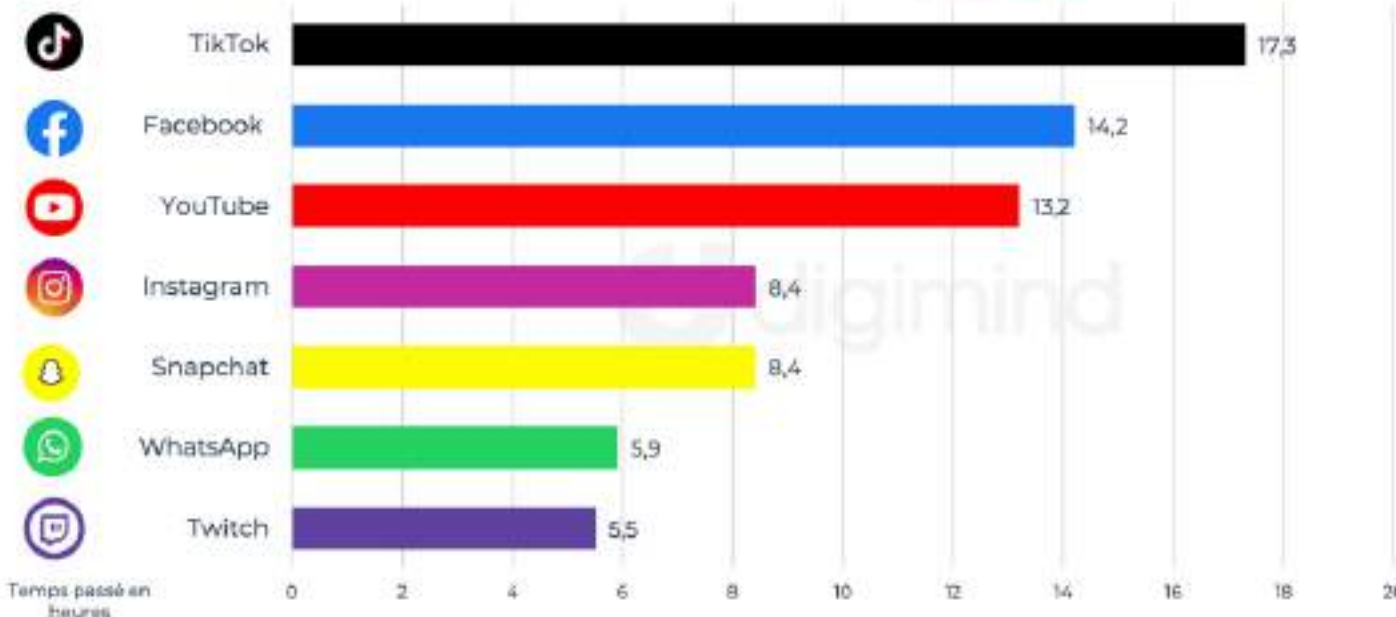
Internautes actifs sur les réseaux sociaux en France en 2023



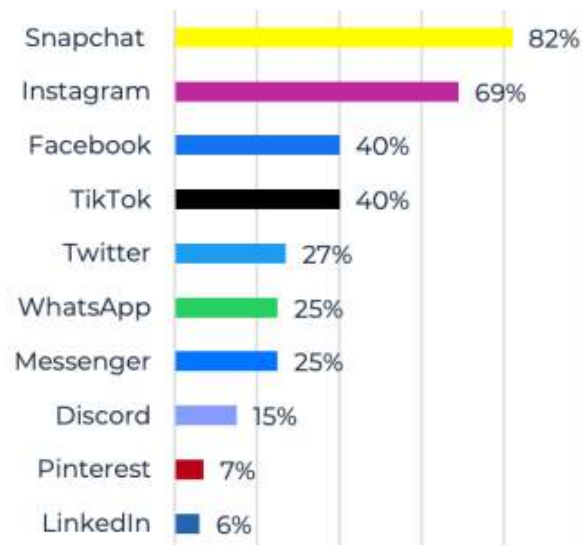
digimind



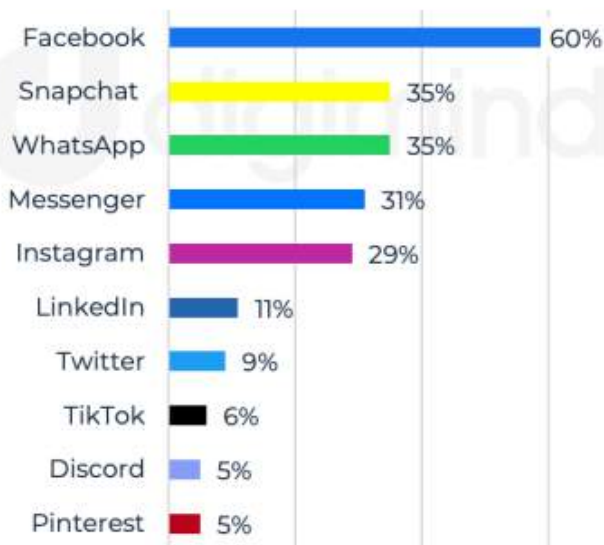
Temps passé sur les réseaux sociaux et messageries en heures par mois. France



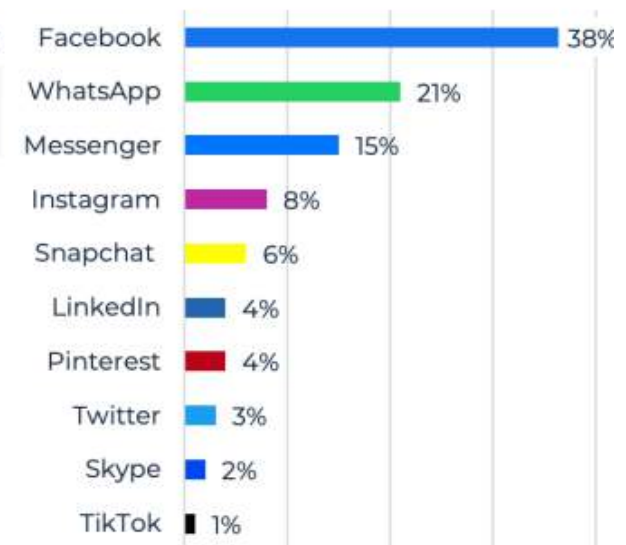
15-24 ans



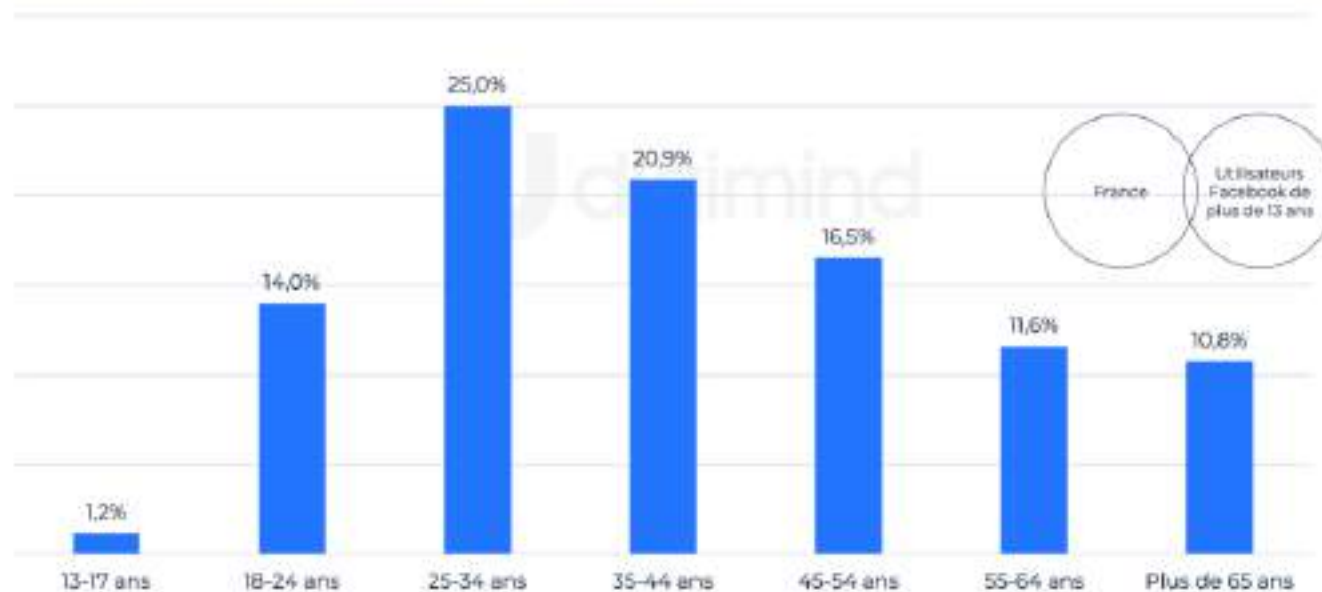
25-49 ans



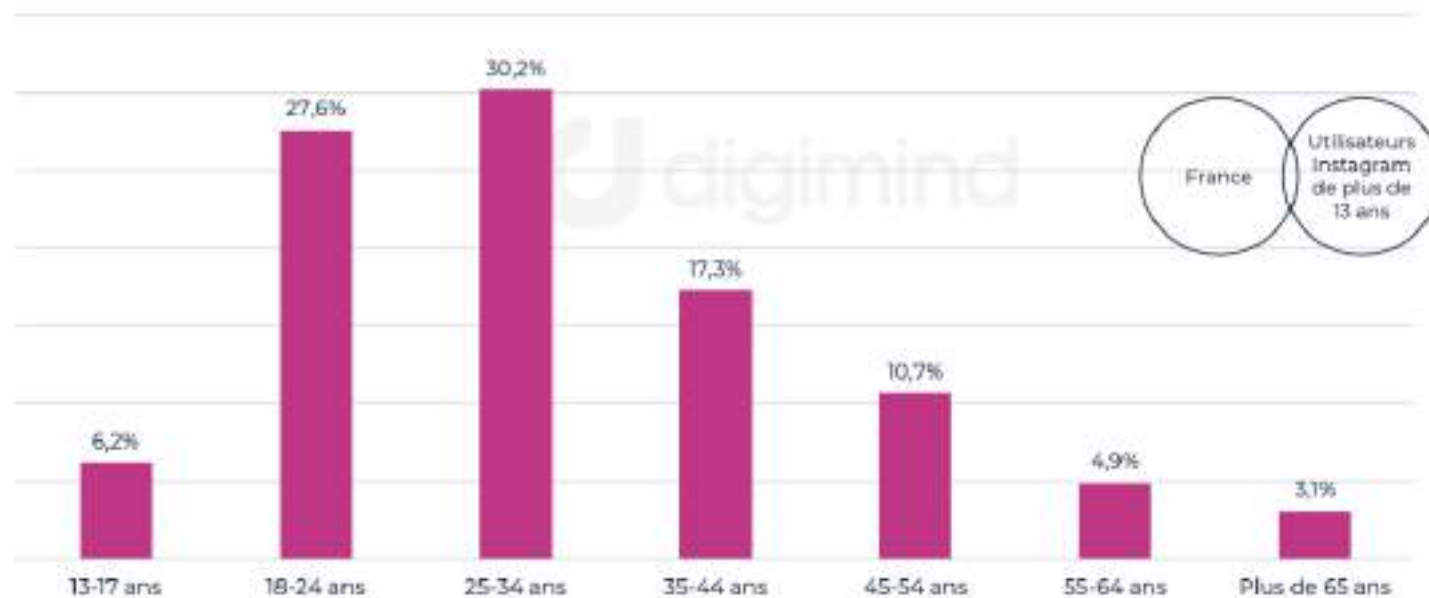
50 ans et plus



Profils de l'audience Facebook en France par âge



Profils de l'audience d'Instagram en France par âge



Facebook



Sources : Facebook France - presse interactive - Fuji Group, Facebook inc. - juillet 2021 - Statista - WeAreNode



LinkedIn



Sources : LinkedIn Corp. 2021-2022 - 2023 forecast - Earnings Release FY21 Q4 FY22 Q2 - LinkedIn campaign manager - Audience data France 2021



Instagram



Sources : Statista / Interactives - 2021-2022 - Instagram Ad Manager - Facebook Ad Manager - WeAreNode 2021



Annexe 6 : Posts/ Publications





Marronniers



Format avant/ après



Interviews



Quiz

2

**VOUS ENTENDEZ DES GRINCEMENTS
SUR LE TOIT. QUE POURRAIT VOUS
DIRE VOTRE MAISON ?**

- a) Les tuiles sont peut-être mal fixées
- b) Il est temps de vérifier la charpente
- c) Les gouttières sont bouchées
- d) Rien, c'est juste le vent



3

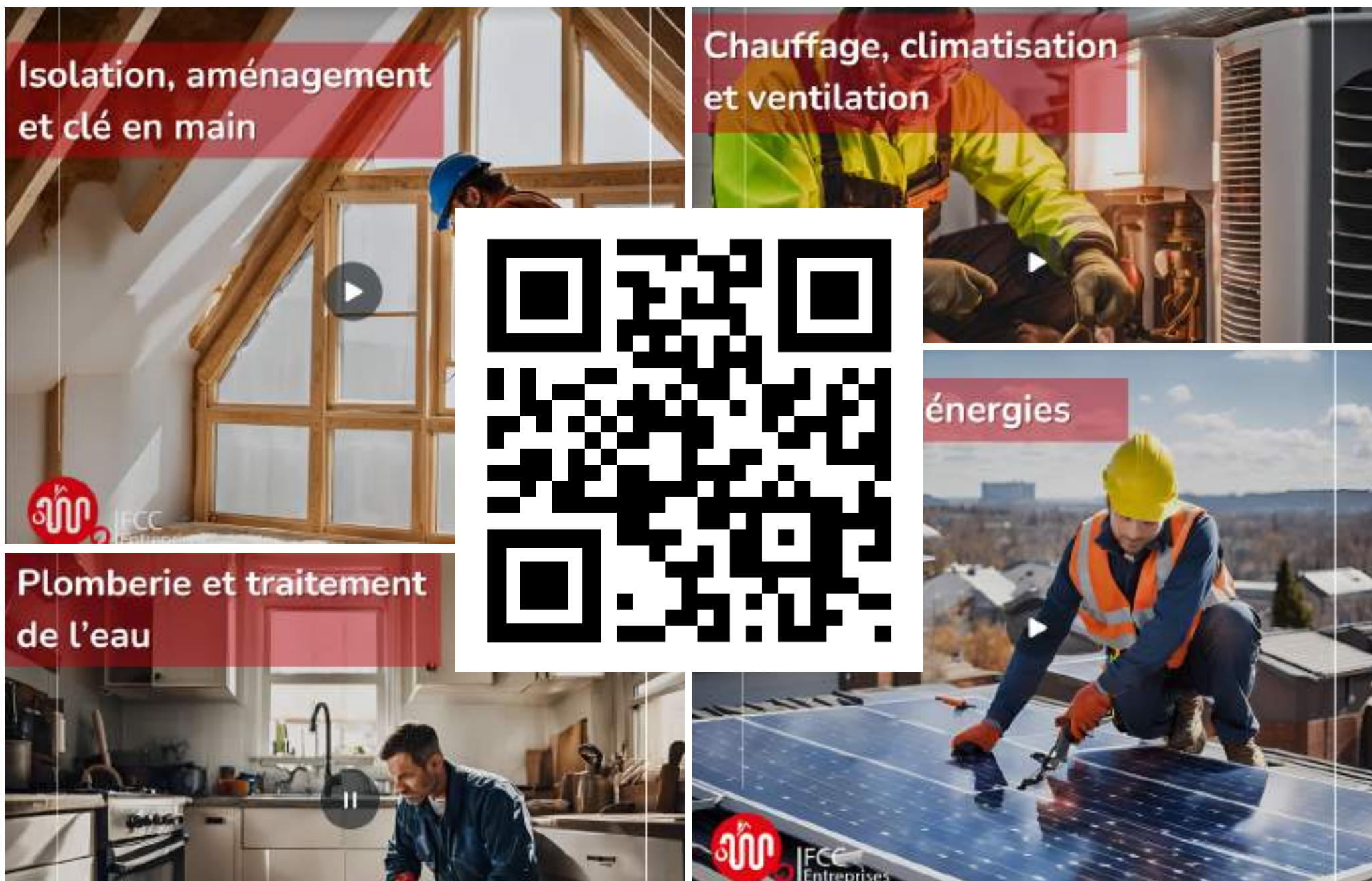
**VOTRE MAISON VOUS DIT QU'ELLE A
FROID. QUE VÉRIFIEZ-VOUS EN
PREMIER ?**

- a) L'état de l'isolation des murs
- b) Le bon fonctionnement de la chaudière
- c) Les radiateurs pour s'assurer qu'ils chauffent bien
- d) Les portes et fenêtres pour éviter les courants d'air



*Ce questionnaire est au format story et est destiné aux abonnés de votre entreprise. Il s'agit d'un questionnaire subtil, invitant les particuliers à répondre pour savoir comment réagir lorsque leur maison est en mauvais état. Cela accompagne l'axe principal de la campagne, qui est axée sur la santé, avec des jeux de mots bien trouvés.

Exemple de réel



Annexe 7 : Le style de vidéos sur LinkedIn

Moodboard



Présentation du Métier : ● ●

Plan rapproché : Un plan serré sur le visage de l'intervenant, qui sourit ou s'adresse directement à la caméra, créant une atmosphère chaleureuse. Cela renforce la proximité avec le spectateur.

Plan demi-ensemble : Montrer l'intervenant dans son environnement de travail, entouré des outils et matériaux qu'il utilise. Ce cadrage permet de mettre en avant la dimension humaine et contextuelle de son métier.





Aspects Culturels et Régionaux :

Plan de paysage : Prendre un plan large de paysages typiques de la Franche-Comté, intégrant des éléments reconnaissables comme les forêts, montagnes ou villages traditionnels.

Insertion subtile de symboles régionaux : Pendant les transitions, intégrer des images d'éléments culturels locaux (ex. un clocher comtois ou un artisanat local) en transparence, comme une transition visuelle.

Prises de Vue par Drone :

Vue aérienne de la pose des panneaux : Le drone capture l'artisan en train d'installer des panneaux photovoltaïques, soulignant l'ampleur et la technicité du projet.

Plan de toit et perspectives : Filmer la charpente vue du ciel, montrant la structure et le travail d'envergure, pour donner une vision globale de l'expertise en toiture.



Démonstration des Compétences :

Plan en mouvement : Un plan de type "travelling" horizontal, suivant l'artisan en pleine action. La caméra peut se déplacer pour suivre la progression du travail, montrant les matériaux et les étapes clés.

Gros plan : Cadrer de près les mains de l'artisan lorsqu'il travaille avec précision. Par exemple, s'il s'agit de charpenterie, montrer les gestes minutieux pour illustrer le savoir-faire technique.



Annexe 8 : Salons





Annexe 9 : Social Ads

Meat Business

Dans cette campagne, nous avons choisi d'allouer un budget de 7 954 € sur deux réseaux sociaux : Meta et LinkedIn. Nous avons opté pour une campagne de social ads afin de toucher vos cibles via les plateformes digitales, dans le cadre d'une stratégie majoritairement digitale basée sur les réseaux sociaux de l'entreprise. Vous pourrez voir ci-dessous que nous avons mis en place une stratégie de notoriété sur Meta Business et LinkedIn, comme demandé dans le brief.

Quels résultats attendez-vous de cette publicité ?

- ☐  **Recevoir plus de messages** ⓘ
Montrez votre publicité aux personnes susceptibles de vous envoyer un message sur Facebook, WhatsApp ou Instagram.
Bien pour : **Ventes**
- ☒  **Obtenir plus de visites de profil** ⓘ
Montrez votre publicité aux personnes les plus susceptibles de consulter votre profil Instagram.
Bien pour : **Trafic**
- ☐  **Encourager les visites en ligne** ⓘ
Montrez votre publicité aux personnes susceptibles de cliquer sur une URL qu'elle contient.
Bien pour : **Trafic**

Âge ⓘ

25  65+

Modifier l'audience

Lieux
Tapez pour ajouter plus de lieux

France
Région Bourgogne-Franche-Comté + 80 km X


Déplacer repère
80 km

Ciblage avancé ⓘ

Votre publicité sera montrée aux personnes qui correspondent à au moins un centre d'intérêt parmi les suivants.



Ciblage avancé
Recherchez des centres d'intérêt



Construction (industrie) X

Rénovation (construction) X

Habitat (maison et jardin) X

Chauffage, ventilation et climatisation (appareils électroménagers) X

Isolation thermique X

Isolation thermique du bâtiment X

 Supprimer l'audience

Annuler

Énergie renouvelable (énergie et services liés) X

Société de services énergétiques X

Immobilier (industrie) X

Maison (immobilier) X

 Supprimer l'audience

Annuler

Enregistrer l'audience

Votre publicité sera publiée aujourd'hui et diffusée pendant 364 jours, soit jusqu'au 22 oct 2025.

Budget quotidien

Le montant récurrent dépensé par jour peut être différent ⓘ

Pays, Devise
US, EUR

Couverture estimée : 3,2 K - 9,1 K Comptes de l'Espace Comptes par jour

€ 26,65

1,00 € ————— 200,00 €

Placements

Où les personnes devraient-elles voir votre publicité ?

☒ Instagram

Moyen de paiement

Résultats quotidiens estimés

Comptes de l'Espace Comptes touchés
3,2 K - 9,1 K

Clics sur un lien
56 - 162

Récapitulatif du paiement

Votre publicité sera diffusée pendant 364 jours.

Budget total	€ 9 700,60 EUR
26,65 € par jour x 364 jours	
Montant total	€ 9 700,60 EUR

Nous utilisons des données vous concernant pour vous offrir des options de facturation et de dépenses pour vos publicités.
[En savoir plus](#)

*Comme indiqué sur la capture d'écran, avec un budget de 26,95 € par jour, nous pouvons atteindre quotidiennement entre 3,2K et 9,1K personnes en Bourgogne-Franche-Comté. Nous voyons également que Meta nous assure de générer entre 56 et 162 clics si des liens sont inclus dans nos publications.

Examinez les informations sur le payeur et le bénéficiaire

Pour les audiences qui incluent l'Union européenne

À qui cette publicité bénéficie-t-elle ?

SWEEESH

Qui finance cette publicité ?

Belakoy Moukoko

☐ SweeshAddict

Créer

Calendrier et durée

Date de début

23 octobre 2024 14:09

Jours

364

Date de fin

22 octobre 2025

Résultats quotidiens estimés

Comptes de l'Espace Comptes touchés
3,2 K - 9,1 K

Clics sur un lien
56 - 162

Récapitulatif du paiement

Votre publicité sera diffusée pendant 364 jours.

Budget total	€ 9 700,60 EUR
26,65 € par jour x 364 jours	
Montant total	€ 9 700,60 EUR

Nous utilisons des données vous concernant pour vous offrir des options de facturation et de dépenses pour vos publicités.
[En savoir plus](#)

Audience

Qui doit voir votre publicité ?

- ☐ Automatique
Instagram cible des personnes semblables à vos followers
- ☒ FCC Entreprise (Cible principale / Particuliers)

Détails de l'audience

Lieu: France : Région Bourgogne-Franche-Comté (+80 km)

Âge: 25 - 65+

Personnes qui correspondent à : Centres d'intérêt : Rénovation (construction), Maison (immobilier), Chauffage, ventilation et climatisation (appareils électroménagers), Habitat (maison et jardin), Construction (industrie) ou Immobilier (industrie)



Examinez les informations sur le payeur et le bénéficiaire



Choisissez un objectif de campagne

certaines objectifs, vous pouvez désormais créer des campagnes générées par l'IA.

Notoriété



Notoriété de la marque

Atteignez plus de personnes avec votre post

Comment souhaitez-vous créer votre campagne ? ^x

Choisissez Accelerate pour optimiser les résultats.

Accelerate **Bêta**

Créez des campagnes qui maximisent les performances avec l'IA. Indiquez une URL pour créer rapidement un brouillon. Il vous suffit ensuite de vérifier, modifier et lancer la campagne.

Classique

Créez une campagne vous-même en utilisant les fonctionnalités disponibles dans Campaign Manager.



[Modifier l'objectif](#)

Où se trouve votre audience cible ?

Lieux

Lieu récent ou de
résidence ▼



[Retirer tous les
attributs](#)

Bourgogne-Franche-Comté, France

Votre audience a défini sa langue de profil sur

Français



La taille de votre audience peut varier selon la langue que vous avez sélectionnée. En sélectionnant l'anglais, votre campagne ciblera tous les comptes de membres situés à l'endroit ciblé par la campagne, quelle que soit la langue sélectionnée par les comptes de membres sur leur profil. *

* Ceci ne s'applique pas au Sponsored Messaging.

Secteurs d'activité de l'entreprise



Hôpitaux et services de santé



Services publics généraux



Programmes de logements sociaux et d'urbanisme



Installations sportives, récréatives et de loisirs



Musées, sites historiques et zoos



Commerce de détail



Travaux de construction spécialisés



Services d'hébergement et de restauration



Résultats prévisionnels ?



Taille de l'audience cible

140 000+

[Afficher les segments](#)

1 jour

7 jours

30 jours

Dépenses sur 30 jours

1800,00 \$US - 4650,00 \$US

Portée sur 30 jours

Résultat principal

14 000 - 37 000

Coût sur 30 jours pour 1 000 comptes membres atteints

112,72 \$US - 169,08 \$US

Fréquence moyenne sur 30 jours

1,0 - 1,4

Les résultats prévisionnels sont des estimations à titre indicatif et ne garantissent pas les performances réelles. Notez que les prévisions d'optimisation de la portée au-delà de 30 jours ne sont pas encore disponibles. [En savoir plus](#)



Est-ce utile ?

Oui

Non

Budget quotidien :

150,00 \$US

Le montant actuel dépensé quotidiennement peut varier



Recommandation suivie ; n'oubliez pas d'enregistrer votre campagne.

Programmation



Menez une campagne ininterrompue



Établissez une date de départ et de fin

Date de début

24/10/2024

jj/mm/aaaa

Date de fin

23/11/2024

jj/mm/aaaa

Votre campagne sera menée pendant 31 jours à partir du 24 octobre 2024.

Votre campagne dépensera jusqu'à 4 650,00 \$US au total.



Votre groupe de campagnes est programmé du 24/10/2024 au 23/11/2024.

Enchères

Objectif d'optimisation ?

Portée

Stratégie d'enchères ?

Diffusion maximale - Obtenez le plus de résultats possible avec tout votre budget

*Sur LinkedIn, c'est un peu différent, car ils utilisent le terme "Portée". Ils indiquent que nous pourrions atteindre une portée comprise entre 14 000 et 37 000 personnes sur une période de 30 jours.

Annexe 10 : Spot radio

Pour l'écouter

Script

[SFX : Bruit de fond d'une salle d'attente, horloge qui tic-tac]

Le bruit de la salle d'attente crée une ambiance d'angoisse et de tension.

Homme (inquiet, ému) : «Docteur, je ne la reconnais plus... Elle va mal. Elle était si forte, pleine de vie, et maintenant...»

Docteur (calmement) : «Calmez-vous. Dites-moi ce qui vous inquiète exactement.»

Homme (cherche ses mots) : « Elle n'a plus la même allure qu'avant. Elle semble usée, fatiguée. J'ai l'impression qu'elle souffre en silence.»

Docteur (faisant mine de prendre des notes) : «D'accord... et ces signes de fatigue, vous les voyez souvent ?»

Homme (soupirant) : «Oui... presque tous les jours. Parfois, elle craque, elle grince et moi je ne peux rien faire pour elle...»

Docteur (avec une voix rassurante) : «Ne vous en faites pas ! On va s'occuper d'elle. C'est simplement la plomberie qui est endommagée .»

Homme (plus confiant) : «Vous pensez pouvoir la remettre sur pied !?»

Docteur (révélant la vérité) : «Chez FCC Entreprise, c'est notre métier ! On prend soin de votre bien le plus cher !»



TARIFS AU 1^{er} JANVIER 2022
radiofrancepub.com

TARIFS GRAND EST
GRAND EST, FRANCHE-COMTÉ
Base 30"

SEMAINE lundi - dimanche

	06H00	07H00	08H00	09H00	10H00	14H00	17H00	19H00	20H00
FRANCE BLEU	07H00	08H00	09H00	10H00	14H00	17H00	19H00	20H00	20H00
Alsace	65	140	135	50	75	35	80	75	35
Belfort-Montbéliard	35	80	75	55	45	55	45	44	35
Besançon	64	130	125	60	75	35	70	75	35
Champagne-Ardenne	30	70	65	44	35	75	35	38	18
Lorraine Nord	41	85	77	55	45	77	40	47	35
Sud Lorraine	55	125	130	72	55	77	65	62	35

Communication sans programme
Tarif HT en €
TVA 20% en plus

TARIFS AU 1^{er} JANVIER 2022
radiofrancepub.com

TARIFS EST
AUVERGNE, BOURGOGNE, RHÔNE-ALPES (HORS DRÔME-ARDÈCHE)
Base 30"

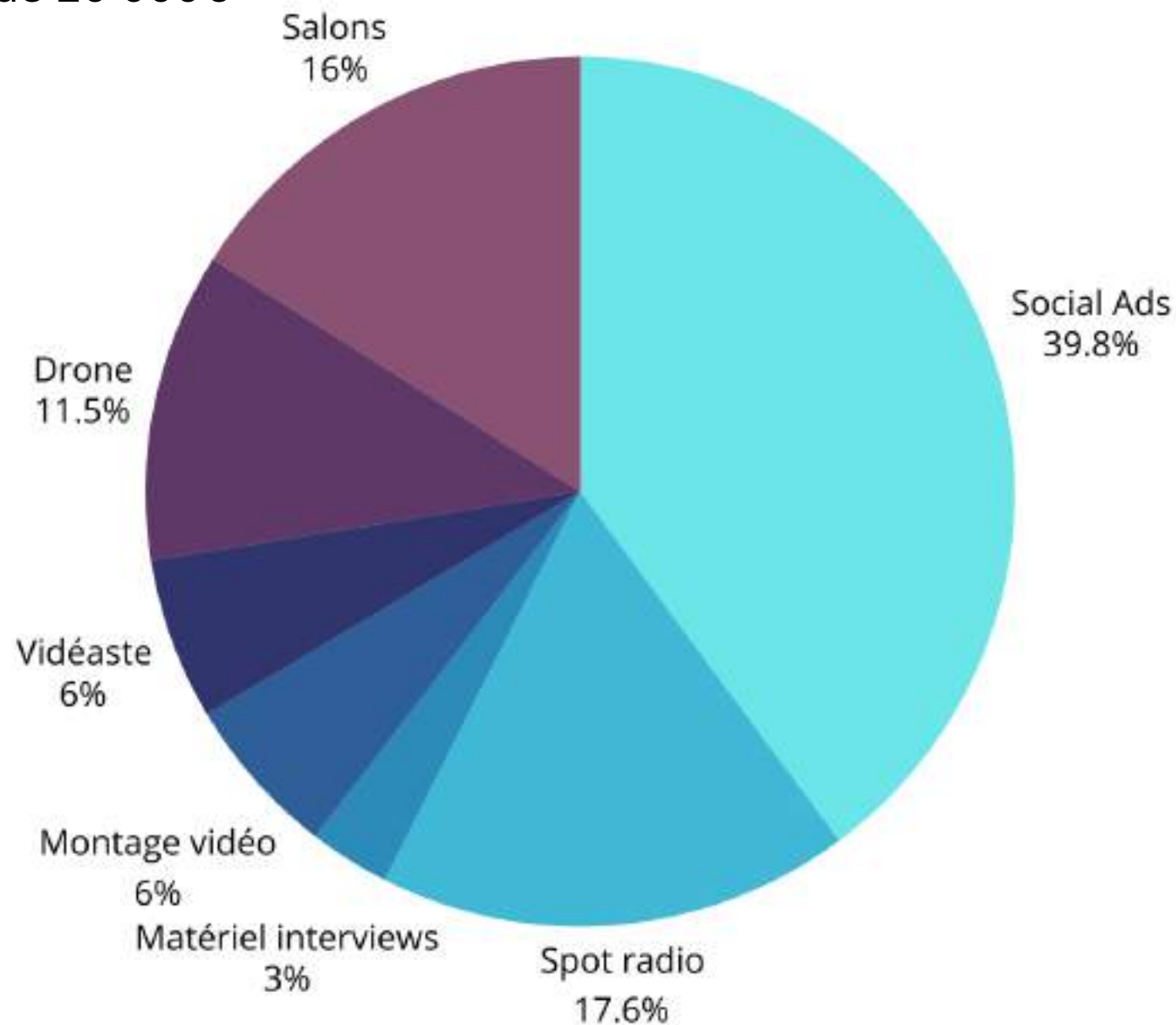
SEMAINE lundi - dimanche

	06H00	07H00	08H00	09H00	10H00	14H00	17H00	19H00	20H00
FRANCE BLEU	07H00	08H00	09H00	10H00	14H00	17H00	19H00	20H00	20H00
Auvergne	40	90	85	81	55	75	54	55	35
Bourgogne	33	110	100	70	55	72	60	60	35
Isère	50	107	111	75	65	74	70	68	37
Pays d'Auvergne	54	117	100	70	65	72	64	60	35
Pays de Savoie	59	127	111	70	65	74	70	68	37
Saint-Étienne Loire	81	111	80	70	57	71	61	60	35

Communication sans programme
Tarif HT en €
TVA 20% en plus
HT HT par message officiel

Annexe 11 : Budget

Répartition du budget de 20 000€



Détails du budget

ADS sur Meta et LinkedIn : 4 campagnes de 1 mois sur Méta = $826 \text{ €} \times 4 = 3304 \text{ €}$ + 1 campagne de 1 mois sur LinkedIn = 4 650 € donc somme total pour ADS = 7 954 €

Réalisation d'interview professionnelle : location de matériel d'interview chez Bookable à 199,99 € que l'on utilisera 4 jours lors de la campagne d'un an = 600 €

Monteur vidéo pour le spot radio et pour le montage des interviews :

$300 \text{ €} \times 4 \text{ jour de vidéos} = 1\,200 \text{ €}$

Vidéaste pour l'interview : $300 \text{ €} \times 4 \text{ jours de vidéos} = 1\,200 \text{ €}$

Frenchie Drone : location d'un drone DJI Inspire pour moodboard vidéo = 2 300 €

Matériaux pour évènements "Salons" = 3 200 €

Enregistrement d'un spot radio = 1 000 €

Diffusion en radio régionale France bleu de 9h-10h (1 semaine) + Copyright des comédiens = $(87 \text{ €} \times 7 \text{ jours à Besançon}) + (72 \text{ €} \times 7 \text{ jours à Dijon}) = 1\,113 \text{ €} + 1\,400 \text{ €}$ pour copyright des comédiens = 2 513 €

Total : 19 967 €

Annexe 12 : Calendrier

Mois	novembre 2024	décembre 2024	janvier 2025	février 2025	mars 2025	avril 2025	mai 2025
Social A/S	Campagne du mercredi 20 novembre au mercredi 11 décembre : "L'hiver arrive ?" - LinkedIn - Misa				Campagne du mercredi 19 mars au mercredi 09 avril : "Le printemps reprend ?" - Misa		
Facebook	- Semaine 1 : Post "Pourquoi nous choisir ?" - Semaine 2 : Post Salon Lons le Saunier - Semaine 3 : Post pendant le salon	- Semaine 1 : Post Noël : Offrez des conseils pour préparer son chauffage pour l'hiver. - Semaine 2 : Post Noël : Offrez des conseils pour préparer son chauffage pour l'hiver. - Semaine 3 : Post Mémoriser (Noël) - Semaine 4 : Quiz interactif (répondre à des questions liés à l'entretien de la maison)	- Semaine 1 : Post Mémoriser - Semaine 2 : Post préparation du salon - Semaine 3 : Post Salon de Dole - Semaine 4 : Post pendant le Salon de Dole	- Semaine 1 : Post témoignage client - Semaine 2 : Post avant / après - Semaine 3 : Post retour sur le salon - Semaine 4 : Leçon de bricolage	- Semaine 1 : Story Conseils sur la maintenance de la chaudière et de la toiture - Semaine 2 : Post conseils d'experts - Semaine 3 : Post avant / après	- Semaine 1 : Post 1er avril - Semaine 2 : Quiz interactif "Votez : Ma maison est-elle en Bonne Santé ?" - Semaine 3 : Focus sur les métiers - Semaine 4 : Post isolation	- Semaine 1 : Post fête du travail - Semaine 2 : Page de rappel pensez à installer votre clim pour l'été - Semaine 3 : Post avant / après - Semaine 4 : Post Charpente
Instagram	- Semaine 1 : Création du compte - Semaine 2 : Post présentation - Semaine 3 et 4 : Réel notre évocation de l'événement	- Semaine 1 : Post & Story assure l'assurance - Semaine 2 : Réel « Préparer sa maison pour l'hiver » : Conseils sur l'isolation et les économies d'énergie - Semaine 3 : Post Mémoriser (Noël) - Semaine 4 : Quiz interactif (répondre à des questions liés à l'entretien de la maison)	- Semaine 1 : Post mémoriser, assurance - Semaine 2 : Post préparation du salon - Semaine 3 : Post arrivée salon de Dole - Semaine 4 : Post pendant le salon de Dole - Semaine 4 : Réel au salon	- Semaine 1 : Post retour sur le salon de Dole - Semaine 2 : Story projet : Suivez un chantier et découvrez des images fascinantes - Semaine 3 : Réel « Les outils de la rénovation » : Vidéo immersive d'un chantier - Semaine 4 : Post témoignage : Témoignage vidéo d'un client satisfait	- Semaine 1 : Post « Rénovation printemps » : Avant/Après d'une toiture rénovée - Semaine 2 : Story Chantier : Suivez une équipe PPC lors d'un chantier de charpente - Semaine 3 : Post avant / après	- Semaine 1 : Post 1er avril - Semaine 2 : Quiz interactif "Ma maison est-elle en Bonne Santé ?" - Semaine 3 : Focus sur les métiers - Semaine 4 : Post isolation	- Semaine 1 : Post fête du travail - Semaine 2 : Page de rappel pensez à installer votre clim pour l'été - Semaine 3 : Story avant / après - Semaine 4 : Post d'urgence
LinkedIn	- Semaine 1 : Création du compte - Semaine 2 : Post présentation - Semaine 3 et 4 : 3 posts réguliers montrant l'accompagnement des entreprises - Semaine 2 : Post arrivée au salon de Lons le Saunier - Semaine 3 : Post retour sur le salon - Semaine 4 : Post Type sur le chauffage	- Semaine 1 : Post : « Comment optimiser vos efforts pour l'hiver » : Conseils pour les entreprises - Semaine 2 : Vidéo l'interview d'un professionnel du métier - Semaine 3 : Post Mémoriser (Noël) - Semaine 4 : Post montant l'accompagnement d'une entreprise	- Semaine 1 : Post de nouvelle année - Semaine 2 : Post avant / après - Semaine 3 : Post présence au salon de Dole - Semaine 4 : Post actualité de la boîte	- Semaine 1 : Vidéo interview d'un expert de métier - Semaine 2 : « Focus sur nos services de plomberie pour les entreprises » - Semaine 3 : Page de rappel : Nouveau protocole - Semaine 4 : Post Type	- Semaine 1 : Post « Pourquoi anticiper les réparations extérieures » - Semaine 2 : Post Mémoriser : Journée de la femme - Semaine 3 : Post avant / après - Semaine 4 : Post actualité de la boîte	- Semaine 1 : Post 1er avril - Semaine 2 : Focus sur un métier - Semaine 3 : Suivi complet d'un chantier - Semaine 4 : Post isolation	- Semaine 1 : Post fête du travail - Semaine 2 : Page de rappel pensez à installer votre clim pour l'été - Semaine 3 : Post avant / après - Semaine 4 : Post Charpente
Newsletter	Création et lancement de la newsletter			Envoi d'une nouvelle newsletter			Envoi d'une nouvelle newsletter

juin 2025	juillet 2025	août 2025	septembre 2025	octobre 2025	novembre 2025						
Campagne du mercredi 18 juin au mercredi 04 juillet : "L'été approche" - Méta			Campagne du mercredi 17 au mercredi 15 octobre : "L'hiver arrive" - Méta								
- Semaine 1 : Story : sondage "Et vous, quel projet de rénovation envisagez-vous pour votre maison ?" - Semaine 2 : Projet phare avec chiffres-clés - Semaine 3 : Post avant / après	- Semaine 1 : Post solides - Semaine 2 : Leçon de bricolage - Semaine 3 : Focus métier - Semaine 4 : Post Ovr	- Semaine 1 : Challenge photo "Mon projet de rénovation" - Semaine 2 : recueil d'anecdotes - Semaine 3 : Post picture de rappel chauffage - Semaine 4 : Post type	- Semaine 1 : Picture de rappel pensez à préparer votre hiver - Semaine 2 : Post Méthode : "Les 2 astuces pour économiser de l'énergie" - Semaine 3 : Post type - Semaine 4 : Post global	- Semaine 1 : Post focus métier - Semaine 2 : Leçon de bricolage - Semaine 3 : Post avant / après - Semaine 4 : Post conseils	- Semaine 1 : Post préparation salon - Semaine 2 : Post arrivée sur le Salon - Semaine 3 : Post avant / après - Semaine 4 : Post retour de salon						
- Semaine 1 : Story : sondage "Et vous, quel projet de rénovation envisagez-vous pour votre maison ?" - Semaine 2 : Projet phare avec chiffres-clés - Semaine 3 : Post avant / après	- Semaine 1 : Post solides - Semaine 2 : Leçon de bricolage - Semaine 3 : Focus métier - Semaine 4 : Post Ovr	- Semaine 1 : Challenge photo "Mon projet de rénovation" - Semaine 2 : recueil d'anecdotes - Semaine 3 : Post picture de rappel chauffage - Semaine 4 : Post type	- Semaine 1 : Picture de rappel pensez à préparer votre hiver - Semaine 2 : méthode "Les 5 astuces pour économiser de l'énergie" - Semaine 3 : Réel vidéo d'un d'winter - Semaine 4 : Post global	- Semaine 1 : Post focus métier - Semaine 2 : Leçon de bricolage - Semaine 3 : Story avant / après - Semaine 4 : Réel Conseils	- Semaine 1 : Post préparation salon - Semaine 2 : Post arrivée sur le Salon - Semaine 3 : Story avant / après - Semaine 4 : Post retour de salon						
- Semaine 1 : Post focus sur un métier - Semaine 2 : Post avant-après - Semaine 3 : Post type - Semaine 4 : Vidéo interview	- Semaine 1 : Post solides - Semaine 2 : Post présentation global - Semaine 3 : Post focus métier - Semaine 4 : Post Ovr	- Semaine 1 : Post avant-après un chantier - Semaine 2 : Post présentation global - Semaine 3 : Post picture de rappel chauffage - Semaine 4 : Post type	- Semaine 1 : Post Méthode "Les 2 astuces pour économiser de l'énergie" - Semaine 2 : Post Nouvelle énergie et SAV - Semaine 3 : Post Focus métier - Semaine 4 : Post global	- Semaine 1 : Post actualité de la boîte - Semaine 2 : Post focus sur un expert - Semaine 3 : Post méthode - Semaine 4 : Post présence sur le Salon de Land	- Semaine 1 : Post accompagnement Portepipe - Semaine 2 : Post arrivée sur le Salon de Land - Semaine 3 : Post avant-après - Semaine 4 : Post retour de Salon						
		Envoi d'une nouvelle newsletter			Envoi d'une nouvelle newsletter						

Webographie

Site internet des concurrents :

<https://www.dalkia.fr/>
<https://www.engie.com/>
<https://www.eimi.fr/>
<https://www.groupepalissot.fr/>
<https://www.anvolia.com/>
<https://www.spiebatignolles.fr/entite/spie-batignolles-energie/>
<https://www.toiture-puget.com/index.htm>
<https://constructionbois-vernier.com/>
<https://gros.fr/>
<https://www.bonnin39.fr/>
<https://csti-groupe.com/>
<https://chauffage-dole.fr/>
<https://solar-3s.fr/>

Facebook

https://www.facebook.com/EngieFR/?brand_redir=539784956185869
<https://www.facebook.com/EIMIgroupe>
<https://www.facebook.com/SpieBatignolles/>
<https://www.facebook.com/p/SN-PUGET-SARL-100075940614172/>
https://www.facebook.com/vcbois/?locale=fr_FR
https://www.facebook.com/p/Bonnin-SARL-100068606596953/?locale=fr_FR
<https://www.facebook.com/richard.perret.144>
<https://www.facebook.com/profile.php?id=100089937094594>

X :

<https://x.com/dalkia/>
<https://x.com/engiegroupe>
<https://x.com/spiebatignolles>

Instagram

<https://www.instagram.com/dalkiaofficiel/>
<https://www.instagram.com/engie>
https://www.instagram.com/eimi_groupe/
https://www.instagram.com/maintenanceenergies?fbclid=IwY2xjawGFnrt-leHRuA2FlbQlxMAABHdwRSSyFDgHYct5nonvFQxHiqqDFZ-6sOyRNA-tlQmlayEZwW96aGtVbVg_aem_g1u_OPefXKEeV03VLTFGPA

Linkedin

<https://www.linkedin.com/company/dalkia/>
<https://www.linkedin.com/company/engie/>
<https://www.linkedin.com/company/eimigroupe/>
<https://www.linkedin.com/company/sas-palissot-buceylesgy/>
<https://www.linkedin.com/company/anvolia/>
<https://www.linkedin.com/company/spie-batignolles/>
<https://www.linkedin.com/company/csti-industrie/?viewAsMember=true>

Youtube

<https://www.youtube.com/c/dalkia>
<https://www.youtube.com/engiegroupe>
https://www.youtube.com/channel/UC_Y18P_FfHMLdzwX7KuQgrA
<https://www.youtube.com/channel/UC1qrEbpZB6qRHTj6OmSwA>
<https://www.youtube.com/@SpieBatignolles>

Recherches pour le contexte global :

<https://www.economie.gouv.fr/particuliers/renovation-energetique-arnaques>

<https://ufc-quechoisir-lille.org/fr/nos-actions/informations/travaux-renovation-energetique-arnaque/>

https://www.maprimerenov.gouv.fr/prweb/PRAuth/app/AIDES/BPNVwCpLW8TKW49zoQZpAw*!STANDARD

Notoriété et cibles des réseaux :

<https://www.blogdumoderateur.com/chiffres-facebook/>