

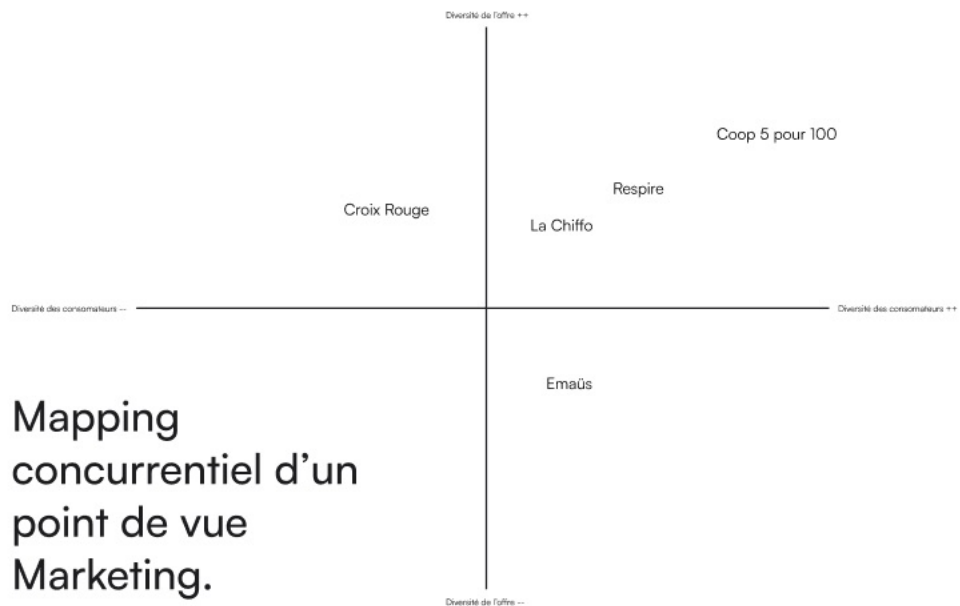
Analyse des concurrents direct

Concurrents	Spécialité	Site web	Réseaux sociaux	Autres canaux
Emmaüs	Vente de seconde main solidaire	Fonctionnel mais pas moderne	Régularité des posts sur IG (un tous les 2 jours), beaucoup de texte, feed peu cohérent visuellement	Pages jaunes et fiche Google My Business
La Croix rouge	Distribution de nourriture, entraide	Bien organisé, on retrouve bien la charte graphique	Présence sur FB, régularité des posts (tous les jours) Présence sur IG, mais dernière publication date de 2022 Présence sur tiktok, irrégularité des posts	Pages jaunes et fiche Google My Business
Le Cingal Respire	Ateliers, Réemploi divers	Identité visuelle peu identifiable mais bien organisé	Présence sur FB, bonne réguliarté de posts (un par jour en moyenne) Présence sur Instagram, irrégularité des posts	Pages jaunes et fiche Google My Business
La Chiffo	Ateliers, Réemploi divers	Site bien organisé, identité visuelle bien appliquée	Présence sur Linkedin mais peu actifs Présence sur FB, bonne régularité des posts	Pages jaunes et fiche Google My Business

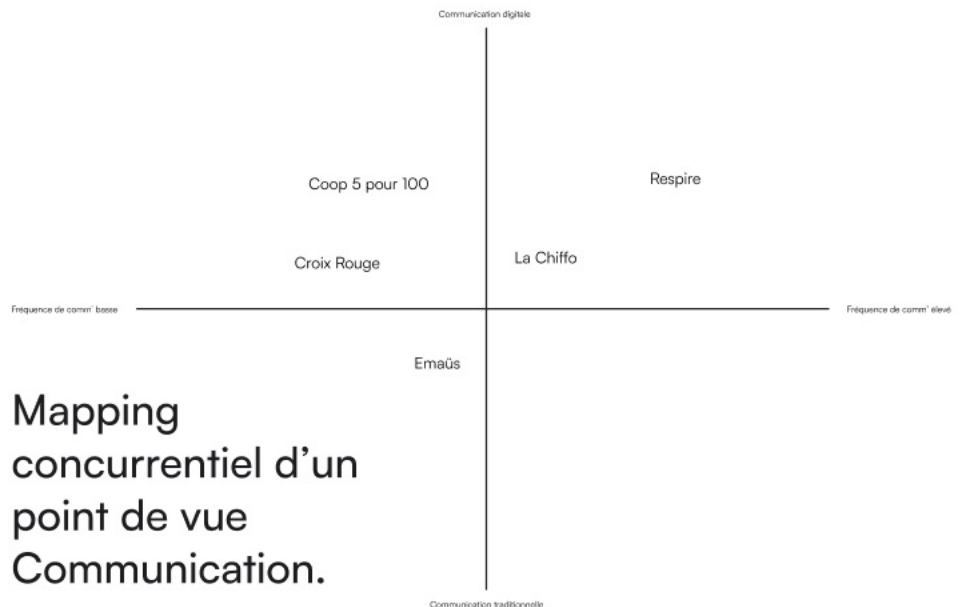
Analyse des concurrents indirect

Vinted	Vente de seconde main entre particuliers, objets divers	Application mobile intuitive et accessible à tous	/	SEA publicités payantes, influenceurs
Leboncoin	Vente de seconde main, objets divers	Site web organisé, disponible en application mobile	Présence sur Facebook, inactifs depuis 2022	SEA publicités payantes sur différentes plateformes et navigateurs
Biocoop	Vente de produits issus de l'agriculture biologique	Site web organisé, recettes disponibles, respect de l'identité visuelle	Présence sur Facebook, bonne régularité de posts Présence sur Instagram, bonne réguliarté des posts	SEA publicités payantes, panneaux publicitaires

Mapping concurrentiel



Mapping
concurrentiel d'un
point de vue
Marketing.



Mapping
concurrentiel d'un
point de vue
Communication.