



# BURGER KING

Veille  
Concurrentielle

# SOMMAIRE

01

## HISTOIRE

De la petite entreprise au géant international

02

## COMMUNICATION

Moyen de communication de Burger King

03

## RÉSEAUX SOCIAUX

Analyse des réseaux sociaux

04

## CONCURRENTS

Mcdonalds et KFC concurrents directs

05

## CONCLUSION

Observation après la veille concurrentielle

# 01 HISTOIRE

Burger King est une chaîne de restauration rapide connue pour sa grande diversité de burgers.

Burger King a vu le jour en 1953 en Floride grâce à Keith J. Kramer et Matthew Burns.

Il est aujourd'hui implanté dans plus de 100 pays avec plus de 13 000 restaurants.





# 02

## COMMUNICATION

Marque grand public, son cœur de cible s'adresse davantage aux **adolescents et jeunes adultes** (15-30 ans).

Jeu de mot, humour, blague... La marque possède une **image de marque moderne, jeune et dynamique** et utilise une communication **proche de sa communauté**. Ils répondent aux commentaires de leurs clients et ne craignent pas de répondre également aux commentaires négatifs.

# Exemple de campagne

Une de leur campagne de marketing visant à promouvoir la qualité 100% française des ingrédients n'est pas passée inaperçue. En effet, il s'agissait de photos des ingrédients avec des citations de français qui se plaignent ( c'est bien connu que les Français se plaignent 😊) afin de se rapprocher au plus près de ses consommateurs.



# INFLUENCEUR

Partenariat avec Arkunir -> création d'un burger selon les votes de la communauté.

Burger King avait mis le twittos Arkunir au défi. 100.000 likes plus tard, l'enseigne de restauration rapide promettait que le nom de l'internaute apparaîtrait sur la carte. Le Arkunir Burger fait alors son apparition dans tous les Burger King de France

-> **Bon buzz d'influence pour la marque**





# 03

## RÉSEAUX SOCIAUX

Burger King communique sur Instagram, Twitter, Tik Tok et Facebook avec une communication toujours bien pensée.



## INSTAGRAM

**Nombre d'abonnés** : 338K

**Types de post** : burgers, évènements et bons plans, réponses aux clients mécontents, ou encore origine des ingrédients (communication très proche de celle sur Facebook).

**Fréquence** : 2 à 3 publications par semaine

**Engagement** : L'engagement des internautes est faible (environ 200 commentaires et 4000 likes) comparé à Facebook.



## FACEBOOK

**Nombre d'abonnés** : 638K

**Types de post** : burgers, évènements et bons plans, réponses aux clients mécontents, ou encore origine des ingrédients (communication très proche de celle sur Instagram).

**Fréquence** : 2 à 3 publications par semaine

**Engagement** : L'engagement des internautes sur facebook est beaucoup plus fort.

# EXEMPLE DE DIFFÉRENCE D'ENGAGEMENT SUR LA MÊME PUBLICATION

FACEBOOK



Burger King France  
le 26 septembre à 11:27 · 🌐

Nos Masters sont toujours préparés avec 150g de bœuf 100 % français.



4,3 K

579 commentaires 189 partages

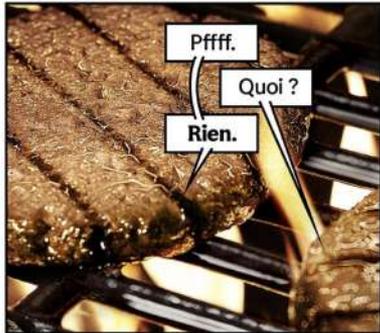
J'aime Commenter Partager

INSTAGRAM



17:12  
BURGERKINGFR  
Publications  
Suivre

burgerkingfr



1/4

2807 J'aime

burgerkingfr Nos Masters sont toujours préparés avec 150g de bœuf 100% français.

Voir les 63 commentaires

lenaick0721 @little\_\_ju il sont absolument pas objectif

Home Search Add Post Profile



## TWITTER

**Nombre d'abonnés** : 128K

**Types de posts** : La marque montre un engagement fort et prend position sur des sujets d'actualité, elle ne craint pas d'exprimer ses opinions, de critiquer des internautes ou encore balancer ses concurrents + partage de même et humour

**Fréquence** : très actif – 5 fois par semaine

**Engagement** : Fort engagement (partages, likes et commentaire) grâce aux publications drôles



## TIK TOK

**Nombre d'abonnés** : 209K

**Types de post** : la marque se déplace au plus près de ses consommateurs avec des micros-trottoirs, des vidéos d'humour et des vidéos des clients.

**Fréquence** : 2 à 3 publications par semaine

**Engagement** : Dépend du contenu, environ 20k vus mais peu de commentaire



**04**

# **CONCURRENTS DE BURGER KING**

Mc Donalds et KFC

# MCDONALD'S



## LIEUX

1200 restaurants  
implantés en France  
VS Burger King  
environ 300

## RÉSEAUX SOCIAUX

Les deux marques mènent  
une petite bataille sur les  
réseaux sociaux (publicité  
comparative)

## CIBLE

Enfants et aussi  
parents -> aire de jeux  
enfant, anniversaire  
enfant, happy meal...

## COMMUNICATION

Communication proche de  
son consommateur +  
utilisation de l'humour



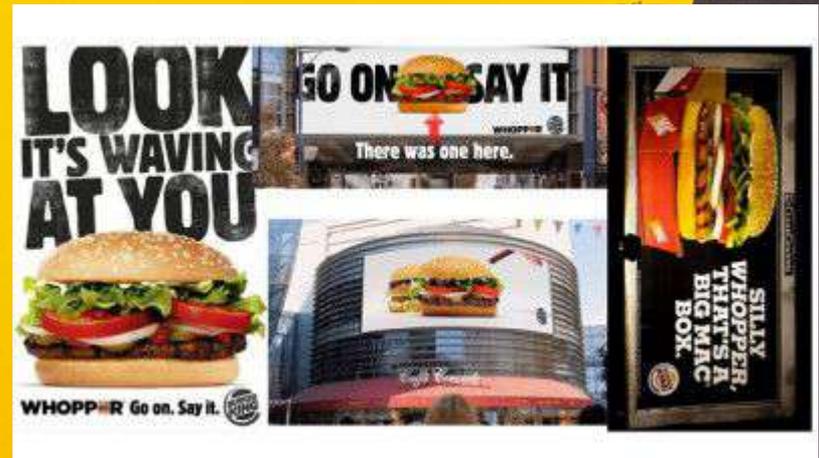
## SLOGAN

« venez comme vous êtes »  
-> cible tout le monde

# EXEMPLE DE CAMPAGNE

McDonalds est le principal concurrent de Burger King. D'ailleurs Burger King à travers sa campagne « **A whopper of secret** » montrait que ses burgers étaient plus généreux que ceux de son concurrent direct McDonalds. À chaque shooting photo un Whopper cachait un Big Mac à l'arrière.

Pour le **1er avril 2021**, Burger King a fait une blague à ses clients. Pour chaque commande livrée, les clients recevaient un sac McDonalds avec une étiquette à l'intérieur « on vous a bien eu ».



# RÉSEAUX SOCIAUX MCDONALDS

	INSTAGRAM	FACEBOOK	TWITTER	LINKEDIN
NOMBRE ABONNÉS	365K	1M	89K	3051
TYPES DE POST	Humour, photos de la vie quotidienne avec des objets mcdo (skate, vélo, bonnet, etc.)	Présentation des produits, sondage entre 2 produits, nouveautés, jeux happy meal	Nouveautés, produits, services (click & collect, livraison)	Interview producteurs, mise en avant des produits, des labels (rainforest alliance), qualité des produits, production agricole française, recrutement -> Image de marque
FRÉQUENCE	2-3/SEMAINE	2-4/SEMAINE	4/SEMAINE	1/MOIS
ENGAGEMENT	Beaucoup d'engagement sur les concours, 2000 à 5000 sur les posts et environ 20 à 200 commentaires	Varie selon les posts	Varie selon les posts, assez actif dans les réponses aux internautes	Peu d'engagement : moins de 20 commentaires et 100 à 200 likes

# EXEMPLE D'ENGAGEMENT SUR UN CONCOURS INSTAGRAM



CONCOURS POUR REMPORTER DES ARTICLES D'UNE COLLECTION MCDONALD'S LIMITÉE

→ Volonté de créer l'exclusivité, une communauté

# KFC



## LIEUX

250 restaurants  
implantés en France  
VS Burger King  
environ 300

## RÉSEAUX SOCIAUX

Message que la marque  
fait passer sur les réseaux  
sociaux : produits de  
qualité réalisés sur place +  
campagne multicanal

## CIBLE

Jeunes de 15 à 35 ans

# EXEMPLE DE CAMPAGNE

Grâce à sa chaîne Youtube, KFC développe de plus en plus la partie vidéo qui permet d'exprimer les valeurs de la marque.

Sur cette vidéo, on voit un retour dans le passé avec un homme cuisinant un bucket de Tenders dans la joie, la bonne humeur et la passion, le livrant ensuite à deux jeunes au drive KFC.

Cette vidéo montre l'expertise de KFC et la qualité des produits croustillants.



# RÉSEAUX SOCIAUX KFC

	INSTAGRAM	FACEBOOK	TWITTER	LINKEDIN	YOUTUBE
NOMBRE ABONNÉS	85.1K	58M	45K	9926	16.7K
TYPES DE POST	Sondage entre 2 produits, mise en avant des produits, humour : pose des questions à son consommateur, essai de le connaître	Promos, produits, sondage entre différents produits, humour	Humour, tweet avec réponses aux internautes	Partenaire, inauguration restaurant, événement	Recette des burgers, mise en avant des produits, qualité française
FRÉQUENCE	1/SEMAINE	3-4/SEMAINE	2-3/SEMAINE	1/SEMAINE	2/MOIS
ENGAGEMENT	Moins de 30 commentaires et environ 500 likes	30 à 200 commentaires et 30 à 100 likes	Moins de 100 likes et peu de commentaires – de 30	80 à 300 likes et moins de 20 commentaires	Peu précis : de 2K à 1M et moins de 10 commentaires



# 04 CONCLUSION



**Malgré sa place de leader, Burger King doit se préoccuper de ses concurrents qui utilisent des actions de communication similaires (complicité avec leur communauté + relation de proximité). Pour cela Burger King doit continuer à réagir aux commentaires, garder sa pointe d'humour qui plait aux internautes et divertir sa communauté.**