

Par l'équipe CRÉA - WAKANDA

Audit et Proposition d'une Stratégie Marketing

de



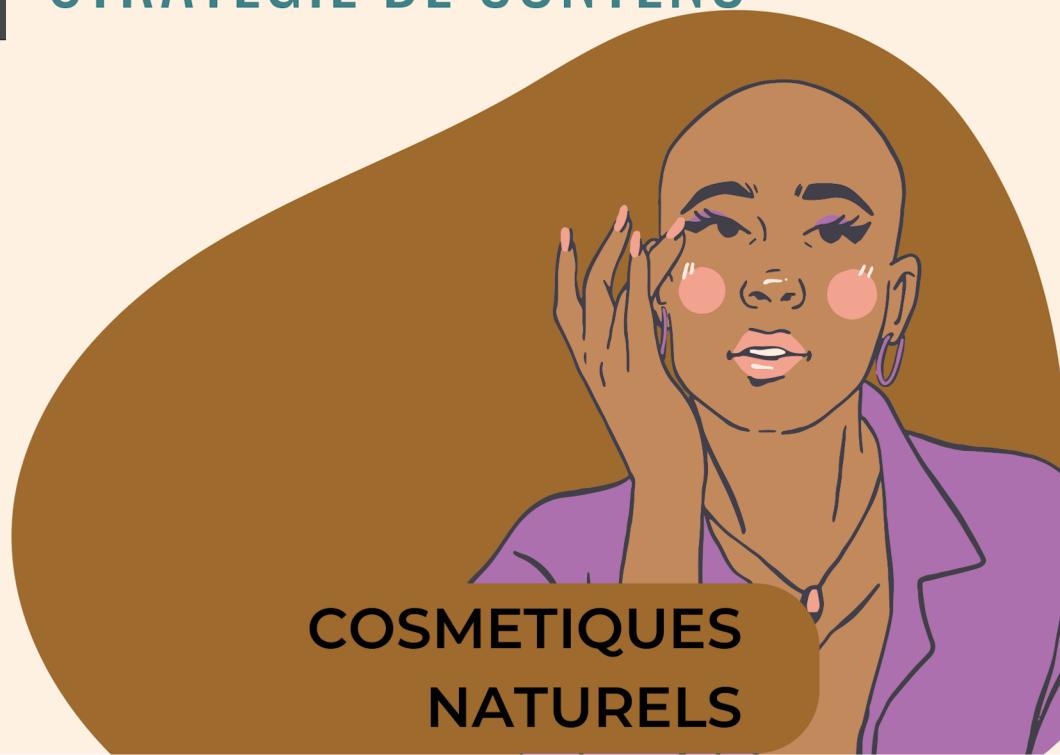
COSMETIQUES NATURELS
& DIETETIQUE



SOMMAIRE

Par l'équipe Crée-wakanda

- | | |
|---|------------------------------------|
| 0 | INTRODUCTION & CAHIER DE CHARGE |
| 1 | AGENCE MARKETING |
| 2 | LE CLIENT ET SON ENTREPRISE |
| 3 | AUDIT ET ÉTUDE DE MARCHÉ |
| 4 | MARKETING ET COMMUNICATION DIGITAL |
| 5 | AUDIT SEO |
| 6 | AUDIT SEA |
| 7 | STRATÉGIE DE CONTENU |



INTRODUCTION

Dans le cadre du programme Talents For Startup (T4S) de la Sayna Academy en partenariat avec Digital Africa, pour notre évaluation finale en Marketing Digital, il nous a été demandé de créer une agence de communication digitale qui se chargera de faire un audit et une proposition de stratégie marketing pour une entreprise locale. Nous avons décidé de porter notre choix sur la Société les ETS MYRO & FILS.

Pourquoi cette Entreprise?

Moyenne entreprise, les ETS MYRO & FILS apporte des solutions à différents problèmes que connaît la société et a actuellement besoin non seulement de se faire connaître, mais aussi de faire connaître ses services et ses différentes gammes de produits parmi lesquels les produits de sa marque "*femme*" sur laquelle nous focaliserons notre attention. C'est pour cette raison que nous avons souhaité lui apporter notre expertise afin de la mettre en lumière.

Il est donc question pour nous dans ce travail de lui faire un audit et une proposition de stratégie marketing, pour la faire grandir en notoriété et lui permettre d'accroître son chiffre d'affaires.

À cet effet, nous allons présenter notre travail ainsi subdivisé en Sept parties :

- Présentation de notre agence marketing ;
- Présentation du Client et son entreprise ;
- Audit et étude de marché ;
- Marketing et Communication Digitale ;
- Audit SEO ;
- Audit SEA ;
- Stratégie du Contenu.

Travail au cours duquel nous étudierons entre autre l'environnement socio-économique dans lequel évolue la Société. En faisant usage d'outils tels que le Pestel, le Porter, le Swot, nous serons capable de définir le positionnement de l'entreprise et ses perspectives d'évolution. Tandis que l'analyse marketing étudiera les cibles, leur spécificité, en sortir l'identité de marque que nous souhaitons faire percevoir à son auditoire.

CAHIER DE CHARGE

Le cahier de charge du projet s'organise de sorte à fournir au client un livrable : Le document PDF présentant l'AUDIT et l'OPTIMISATION de la STRATEGIE MARKETING de la marque.

Partie 1

AGENCE MARKETING

La prestation de l'ensemble de techniques de vente et de communication destinées à optimiser les résultats financiers d'une organisation, relève du marketing. La réalisation de ces services, auprès des entreprises, nécessite d'être conforme à la loi.

Pour se faire, les cinq marketeurs freelances que nous sommes, avons décidé de nous constituer en entreprise. Aussi avons nous décidé de créer une agence marketing, au Cameroun sous l'appellation: FREE - MA - TECH Consulting Sarl.

Dans le cadre de la création et la constitution administrative de cette structure, nous avons procédé par étapes, à savoir:

Étape 1

Présentation Synthétique du projet

Étape 2

Analyse du marché

Étape 3

Besoins identifiés et solutions apportées par l'agence

Étape 4

Introduction de l'équipe de management



Présentation de l' Agence

RESUME DU PROJET

FREE - MA - TECH Consulting SARL est une agence de communication digitale et de promotion des cours du français langue étrangère (FLE).

Avec comme services :

- Élaboration de la stratégie marketing ;
- Communication Digitale ;
- Stratégie de référencement ;
- Redaction Web ;
- Conception site internet ;
- Certification FLE
- Formation

ORIGINE DU PROJET

FREE-MA-TECH c'est la solution apportée aux besoins qui se sont faits ressentir dans le domaine du digital.

LES OBJECTIFS DU PROJET

- Former et permettre aux entreprises de se développer et d'atteindre leurs objectifs ;
- Avoir des partenariats ;
- Acquérir un portefeuille d'au moins 1000 clients dans 3 ans ;
- Se réaliser.

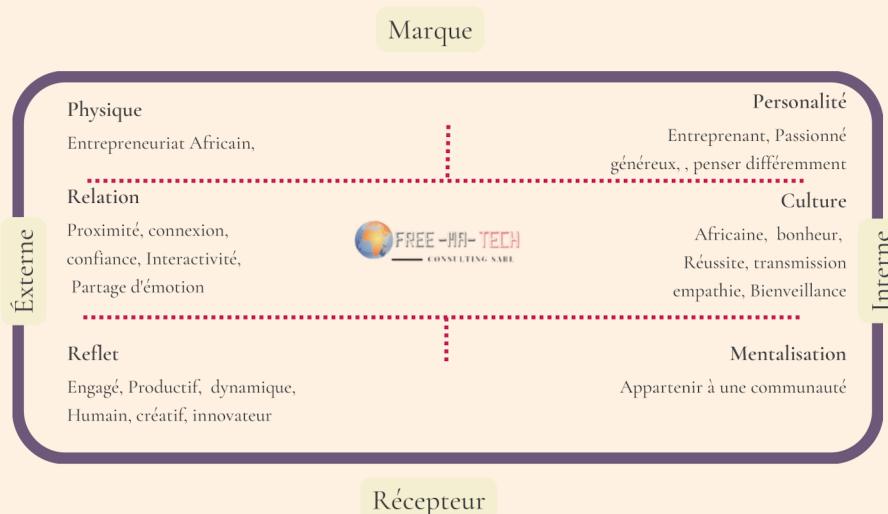
L'IDENTITE DE MARQUE DE L'AGENCE

L'identité de marque, c'est l'une des grandes forces de l'entreprise. C'est la façon dont une entreprise souhaite être perçue. L'image de marque quant à elle, représente la perception réelle de l'entreprise par les consommateurs.

Le branding se compose d'éléments de textes et de visuels qui ont pour objectif de refléter l'ADN d'une entreprise et sa valeur ajoutée.

Dans cette section, nous allons définir l'identité de FREE - MA - TECH Consulting SARL.

A- Construisons le prisme à 6 facettes du Professeur Jean-Noël Kapfere, pour définir l'image que souhaite montrer FREE - MA - TECH Consulting SARL.



FREE - MA - TECH Consulting SARL souhaite être perçu comme une entreprise avant-gardiste, dynamique, En s'intéressant à des domaines à fort impact sociétal, l'agence se met en posture proactive qui sait aller au devant de nouvelle tendance.

B- L'analyse profonde de la Raison d'être de l'agence

Grâce à cette analyse, nous pourrions mieux faire comprendre et partager l'identité de l'entreprise et faire vivre une expérience d'accompagnement inspirante, nouer des relations avec les prospects qui partagent les mêmes valeurs que FREE - MA - TECH Consulting.

Pour cela, il nous suffit de répondre aux questions suivantes :

- Pourquoi avez-vous créé cette entreprise ?

FREE-MA-TECH c'est la connexion et la pensée de 6 jeunes entrepreneurs camerounais (apprenants de la team Cameroun SAYNA, régulièrement à l'espace de formation : NGO MBOUS Téclaire Solange, Michelle NKWIMI, Claire LIBAM, Friedah KONGBI, Léonie OUAFO et Tony NYA) qui étrangement ne se connaissent que depuis peu, grâce à un programme de formation (Talent4Startups - T4SU), qui a contribué à les mettre en contact. Ils ont pris la décision de participer au développement de leur pays, l'entrepreneuriat étant l'un des canaux à suivre pour participer activement à l'émergence de cette partie du monde.

- Quelles sont vos valeurs, votre éthique, votre culture d'entreprise ?

L'Africanité, le bonheur, la Réussite, la transmission, l'Empathie, la Bienveillance.

- Quelle est votre proposition de valeur ?
- une formation flexible en ligne et avec un accompagnement personnalisée de meilleure qualité en FLE a moins de 10000frs ;
- un devis gratuit en 24h ;
- un site internet en 72h a moins de 5000frs.
- Qu'est-ce qui la différencie de celle de vos concurrents ?

Une très bonne connaissance du marché

D- Construire l'identité visuelle

Cette dernière est constituée de tous les éléments graphiques, physiques et tangibles, de reconnaissance de la marque. Ces caractéristiques doivent être le reflet idéal des valeurs, de la culture et du message que FREE-MA-TECH voudrait faire passer. Il s'agit de :

- La palette de Couleur

P 486 C

P 703 C

P 7446 C

P 5615 C

P 7472 C

P 7477 C

P 7545 C

GAMME PROXIMITE

La gamme 'Proximit' se révèle dans des couleurs douces, des tons pastels qui évoquent l'aspect humain

- La typographie

Police Sans empattement

Font-family: Candara, Calibri, Segoe, Segoe UI, Optima, Arial, sans-serif.

Voici le Font Family

- Le logo

LE LOGO

Ce logo est ouvert sur tous les côtés, en haut, en bas, à droite, à gauche. Il exprime notre ouverture à tous les talents, à tous les profils et à toutes les cultures



Taille minimum d'utilisation

30mm

- Le Slogan

"Votre entreprise, sous les feux des projecteurs."

L' analyse du marché

RESUME DU PROJET

FREE - MA - TECH Consulting Sarl se propose de :

ORIGINE DU PROJET

L'idée de cette plateforme e-learning

LES OBJECTIFS DU PROJET

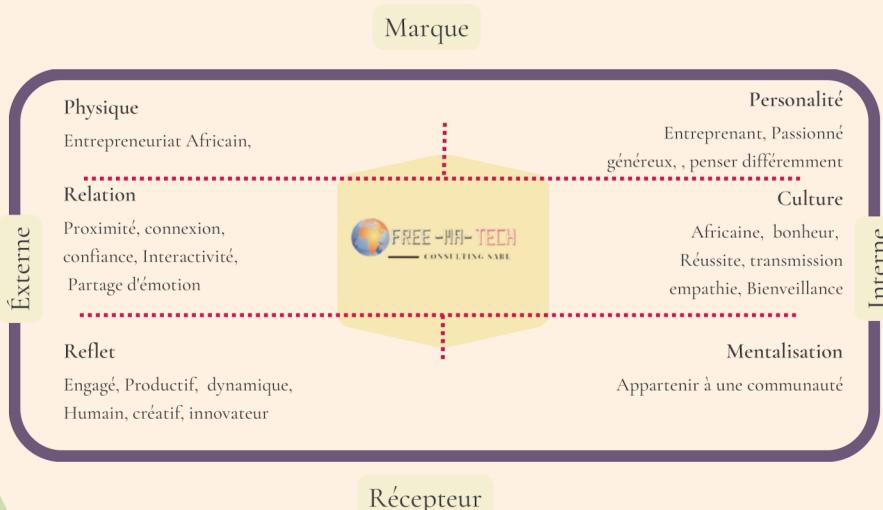
- Réaliser
- Avoir des partenariats ;
- Mettre en ligne d'ici un an ;
- Acquisition dans 3 ans ;
- Etre en deux (02) ans, s ; ;

L'IDENTITE DE MARQUE DE L'AGENCE

L'identité de marque, c'est l'une des grandes forces de l'entreprise. C'est la façon dont une entreprise souhaite être perçue, l'image de marque, elle, représente la perception réelle de l'entreprise par les consommateurs.

Le branding se compose d'éléments de textes et de visuels qui ont pour objectif de refléter l'ADN d'une entreprise et sa valeur ajoutée. Dans cette section nous allons définir une identité à FREE - MA - TECH Consulting

A- Construisons le prisme à 6 facettes du Professeur Jean-Noël Kapfere, pour définir l'image que AIP souhaite montrer



FREE - MA - TECH Consulting souhaite être perçu comme une entreprise avant-gardiste, dynamique, En s'intéressant à des domaines à fort impact sociétal, le cabinet se met en posture proactive qui sait aller au devant de nouvelle tendance.

Le besoin identifié et solution

Le besoin identifié est,

Et la solution que nous apportons c'est une plateforme de e-learning en Français Langue Etrangère

> Le besoin



> La solution

1

CRÉER UN PRODUIT
ACCESSIBLE SUR TOUS
LES APPAREILS

2

LANCER LES PREMIÈRES
FORMATIONS DE FLE EN LIGNE
EN AFRIQUE

3

DÉVELOPPER UNE
COMMUNAUTÉ

Appliquez des animations de page

Le besoin identifié et solution

Le besoin identifié est,

Et la solution que nous apportons c'est une plateforme de e-learning en Français Langue Etrangère

Partenaires Clé	Activités clés	Proposition de Valeur	Relation Clients	Segments de Marché
Dépenses administratives Internet /Électricité Salaire Marketing communication Matériel: achat et entretien	<ul style="list-style-type: none"> Prestations liées à la stratégie Formation en FLE, cours de certifications et de préparation aux tests Formation en alphabétisation et à l'écrit plateforme d'e-learning de fle les réseaux sociaux Les incubateurs Plateforme de e-learning Local Employés Materiel informatique Connexion Internet 	<ul style="list-style-type: none"> une formation flexible en ligne et avec un accompagnement personnalisée de meilleure qualité en FLE à moins de 10000frs un devis gratuit en 24h un site internet en 72h à moins de 5000frs une campagne marketing avec un ROI positif 	<ul style="list-style-type: none"> Ressources clés Distribution 	<ul style="list-style-type: none"> Particuliers qui souhaitent se préparer à l'obtention d'une certification en FLE Particuliers cadre d'entreprise qui souhaitent des mise à niveau en écrits professionnels en Français et en Anglais Organisme international - les programmes d'insertion des populations déplacées Entreprise Startups
Structure des coûts	Source de revenus et modèle pricing	Inscription + abonnement à la plateforme de formation : Forfaits pour certaines prestations: Devis et prestations sur mesure : Tarification à l'heure		

L'équipe de management

Le besoin identifié est,

Et la solution que nous apportons c'est une plateforme de e-learning en Français Langue Etrangère



Téclaire Solange NGO MBOUS
Directrice de la Clientèle & Media Planneuse

Diplômé En Graphisme
Bénéficiaire du programme T4SU de Sayna en spécialité Marketing Digital



Claire Valérie LIBAM Eپouse NGOCK
Gérante & Planneuse stratégique

Diplômée en management
Bénéficiaire du programme T4SU de Sayna en spécialité Marketing Digital



Friedah Kongbi Nkondo
Chef Pub et rédactrice web

Bénéficiaire du programme T4SU de Sayna en spécialité Marketing Digital



Michelle Linda MABOUOPDA
FOTSO Epse NKWIMI NANA

Conceptrice et rédactrice web

Bénéficiaire du programme T4SU de Sayna en spécialité Marketing Digital



Leonie Juliette OUAFO YOUNG
Service commerciale

Bénéficiaire du programme T4SU de Sayna en spécialité Marketing Digital

Partie 2

LE CLIENT ET SON ENTREPRISE

Créé le 04/06/2015 et enregistré sous le numéro RC/DLN/2015/A/1259, les ETS MYRO & FILS est une société gérée par Mme NOUTSA Myriam, qui regroupe en son sein plusieurs services parmi lesquels :

- Les prestations de services dans les Marchés Publics ;
- Les prestations de services dans le domaine de l'alimentaire : DHE Services ;
- Les prestations de services dans le domaine de la Cosmétique et de l'Esthétique par sa marque *femme*.

Dans le cadre de ce travail nous nous attarderons sur sa marque de Cosmétique et d'Esthétique *femme*.

Passionnée de tout ce qui a trait à la beauté depuis sa petite enfance, Mme NOUTSA Myriam est une femme entrepreneure âgée de 40 ans, épouse et mère de trois enfants qui décide de se lancer définitivement dans ce secteur après la venue de ceux-ci, car ayant beaucoup de problèmes de santé notamment ceux de la peau. créée en 2020, la marque *femme* a pour objectifs la résolution des problèmes de peau chez l'enfant et chez l'adulte, la lutte contre la dépigmentation, la lutte contre l'obésité et

