

# SAYNA-MARKETING-EVALUATIONF-072022

## V - PARTIE 1 : L'agence Marketing

Nom de l'agence : LA REUSSITE

**logo**



**Argument :** « Véritable **symbole** de liberté, on associe souvent à l'**oiseau** la notion de rêve. Un **oiseau** a la capacité de se déplacer où bon lui semble, dans les airs. Il a cette possibilité d'aller toujours plus loin et d'atteindre une hauteur de vol incroyable. L'**oiseau est le symbole** de la réussite, de l'atteinte des objectifs. Et la réussite c'est la réalisation de vos désirs »

## 2-Organisation de travail durant les deux semaines à venir :

Au début, dans la partie 1, 2, 7, 8 chacun a participé et après on a divisé les restes pour que chacun obtient une partie à traiter :

**Diamondra : partie 4**

**Hermann : partie 5**

**Jean aimée : partie 6**

**Sidonie : partie 3**

## a- Les outils de communication :

Nous avons choisi **Messenger facebook** comme outil de communication car on trouve que c'est facile pour nous d'y accéder même en domicile.

Et nous avons aussi choisi **TRELLO** comme outil de gestion de projet car TRELLO est un outil professionnel et très animé adapté à notre niveau.

## V - PARTIE 2 : Le client et son entreprise

### Démarche avec le client :

Nous avons envoyé un e-mail avec la lettre d'introduction venant de SAYNA académie et de l'OIF, puis nous avons aussi envoyé un message privé sur facebook. Le client n'a pas répondu très rapidement donc nous avons décidé d'appeler le responsable Mr TOVO, et lui demander si on pouvait se rencontrer en personne. Puis il disait qu'il est vraiment occupé et qu'il n'aura pas du temps donc nous avons décidé de parler en téléphonant. Le client a refusé de nous donner des informations concernant leur chiffre d'affaires.

### 1- L'entreprise et son histoire :

L'hôtel 3 étoiles ZOMATEL est implanté depuis 2001 au centre de la ville aux milles couleurs. Il propose plusieurs services adaptés aux besoins de la clientèle, tant locale qu'internationale. De l'extérieur à l'intérieur, les bois en arcs et les briques locales recouvrent l'ensemble de l'établissement, offrant une vue panoramique hors pair. Composé de 56 chambres spacieuses et confortables, l'hôtel est devenu un carrefour incontournable des voyageurs. Le Snack Zomagrill, ouvert à toute heure de la journée.

Il est situé en plein centre de la Place du Zoma, connu pour son mythique marché, l'hôtel-restaurant ZOMATEL, classés 3 étoiles, vous accueille pour un séjour agréable et chaleureux au cœur de la capitale betsileo. Bâtie sur des collines, la ville de Fianarantsoa est connue pour sa grande richesse culturelle et gastronomique devenue un véritable carrefour routier incontournable des voyageurs. Découvrez le restaurant L'entrecôte du Zoma proposant une cuisine gastronomique avec diverses spécialités. Après une balade dans la Ville Haute, il est également possible de savourer en toute simplicité nos différents plats au snack Bar Zomagrill. Envie d'un moment/ d'une pause bien être. Vous avez le choix entre vous relaxer dans notre jacuzzi et sauna ou bien vous détendre en sirotant un cocktail de fruit frais dans notre jardin verdoyant.

## - services :

Restaurant  
Homeopharma  
Snack  
O'Bistro  
Bien-être  
Arts Malagasy  
Galerie Pierrot Men  
Divertissement

## - Prix des produits et services :

### **Bien être:**

- massage aromatique: Ar40000
- Sauna: Ar 20000
- Jacuzzi: Ar 200000
- Piscine tiède: Ar 20000

### **Loisirs : tarif par heure**

- Baby foot : Ar 5000
- Billard : Ar 5000

### **Art Malagasy : entrée Ar 2000**

- Boite à bijoux : Ar 12000
- Lémurien palissandre GM : Ar 12000

### **Nourriture :**

- Plat + dessert : Ar 27000
- Entrée + plat : Ar 27000
- Entrée + plat + dessert : Ar 39000

### **Homeopharma : vente *de produit naturels***

- Confret Vanille : Ar 64 000
- Coffert Ylang : Ar 46 000
- Coffert Baobab : Ar 40 000
- Noni : Ar 18000

## **- Ses clients :**

Tout professionnel ou personne physique capable au sens des articles 1123 et suivants du Code civil, ou personne morale, qui visite le Site objet des présentes conditions générales.

Zomagrill : menu du jour, snack-bar, pâtisserie, viennoiserie, pizzeria au feu de bois, crêperie et gaufrierie (Entrée + Plat+ dessert: Ar 25 000)

## **2- Les besoins des clients en termes de marketing :**

Augmentation en visibilité

Obtenir de nouveaux clients

Attirer plus de visiteurs et clients

Etre le plus populaire à Fianarantsoa

## **4-Analyse de la communication du client :**

### **a- Réseaux sociaux :**

-Facebook : 23 064 personnes abonnées

Types de contenu publié: services

-twitter : 505,2k abonnées, 44 abonnements.

Type de contenu publié: services

-Youtube : 35 abonnée

Contenu publié: présentation de l'entreprise et ses services

### **b-Site : construction du menu SEO :**

- Menu horizontale
- Le logo n'est pas cliquable
- Le site web n'utilise ni de solutions flash ni de solution frame
- Excellent! Le site web utilise une URL Search Engine Friendly!
- Excellent! Pas de tiret bas (\_) dans l'URL.
- Les adresses e-mails sont visibles
- Excellent ! Le site web utilise des Favicons.
- Doctype HTML 5
- Excellent ! Le site web utilise un plan de site!
- Le site web utilise le chercheur d'étiquettes Google.

*b- Le client a une présence dans le numérique*

*d- L'entreprise que nous avons choisis a une présence dans le digital*

## **5-Récapitulatif de ce qui existe et ce qui manque à notre client en termes de communication digitale :**

### **a- Ce qui manque :**

- Blog
- Newsletter
- Référencement payant SEA
- Application mobile

### **b-Ce qui existe :**

- Réseaux sociaux
- Site web

## V - PARTIE 3 : Audit et étude de marché

### 1 - PESTEL

Politique	Economique	Sociologique	Technologique	Environnemental	Légal
La politique de détaxation globale appliquée par l'ancien Président de la République a entraîné une inflation sur le marché. risque terroriste présent et instabilité politique dans certaine zone touristique.	l'augmentation du nombre d'arrivées entraîne l'amélioration de la caisse de devises. La monnaie malgache se déprécie alors par rapport aux autres devises.	développement de la communauté locale.  croissance en tourisme intérieure en général.	wifi gratuit dans tous les établissements , entrée en relation avec client via internet	d'hôtel à Madagascar profite de cette opportunité pour attirer la clientèle qui est de plus en plus préoccupée par la question de la nature et la protection de l'environnement.	comme dans plusieurs pays interdiction de fumer dans l'espace intérieure, activités de restauration soumises à des règles d'hygiène strictes

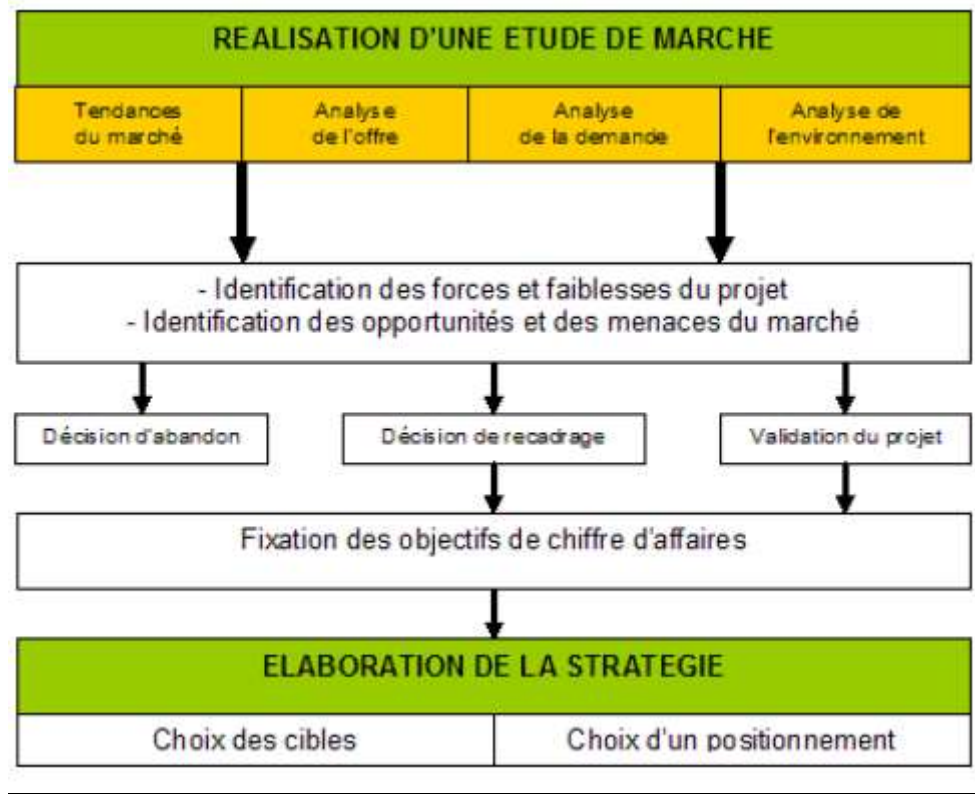
### 2 - 5 forces de PORTER

Menace des nouveaux entrants	Pietra hôtel est un nouvel entrant ; un hôtel trois étoiles.
Degré de rivalité avec les concurrents	Toujours au top concernant la rivalité avec les concurrents, 75 expériences vécues.
Menace des produits de substitution	Pietra hôtel pourra être à la hauteur de zomatel dans le cas de produit de substitution.
Pouvoir de négociation des fournisseurs	C'est la capacité des fournisseurs de rang 2 à contrôler le marché fournisseurs et à influencer la rentabilité du secteur, plus leur nombre est faible plus leur pouvoir de négociation est important. Il s'agit dans les faits de la capacité des parties prenantes à une négociation collective d'atteindre leurs objectifs.
Pouvoir de négociation des clients	De nombreux clients se plaignent du manque de certains services au sein de l'hôtel, mais il y a aussi ceux qui sont satisfaits par le services.

### 3 – SWOT

FORCES	FAIBLESSES
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Le moteur de réservation en ligne conviviale augmente les réservations directes.</li> <li>-Accès à tout moment et en tout lieu au logiciel pour gérer l'hôtel à distance.</li> <li>-Une grande expérience dans le secteur touristique.</li> <li>-L'enregistrement en ligne allège la charge de travail et est apprécié des clients.</li> <li>-produit</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Les concurrents peuvent offrir des services similaires</li> <li>-services</li> </ul>
OPPOSRTUNITES	MENACES
<ul style="list-style-type: none"> <li>-Des initiatives surprises et ravissante pour fidéliser et renouveler les réservations.</li> <li>-Développer les opportunités de revenus auxiliaires.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Baisse de voyage dû à des externalités négatives : la pandémie de COVID19</li> <li>-Concurrent avec la meilleure recherche stratégique intensive</li> </ul>

d. Un résumé récapitulant des différents éléments à prendre en compte pour la mise en place de stratégie.



## 2-a-b- Analyse des concurrents de l'entreprise :

LES CONCURRENENTS	LOCAL	NATIONAL	
Concurrents direct	<p><b>PIETRA HOTEL :</b> L'Hôtel Pietra sera le lieu privilégié de vos rendez-vous et de vos repas d'affaires. Chacun appréciera son emplacement ; idéal pour une courte halte ou une visite aux alentours. Nos suites et nos appartements de luxe, sécurisées climatisées (type résidence Appart Hotel), conviennent aux longs séjours grâce à leur cuisine entièrement équipée.</p> <p>Pour vous sentir tout à fait à votre aise, nous mettons à votre disposition nos studios (31 m2) et nos suites (75 m2).</p> <p>La chambre dispose:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-d'une salle de bain équipée d'une douche à l'italienne et d'un lavabo. Vous y trouverez du linge de toilette de qualité, peignoir de bain, sèche cheveux, miroir grossissant, produits d'accueil</li> <li>-d'un téléviseur écran plat (deux téléviseurs dans les suites)</li> <li>-d'un téléphone fixe et d'une connexion wifi haut débit</li> <li>-d'un mini-bar</li> <li>-d'un coffre-fort</li> </ul> <p><b>TSARA GEUST HOUSE :</b> Tsara Guest House est un petit hôtel de charme à l'architecture traditionnelle des Hautes Terres avec vue sur la Vieille Ville. Nos chambres sont cosy et décorées sobrement avec les matériaux du pays. Notre gastronomie raffinée met en valeur des mets avec les produits du terroir. Notre jardin invite à la quiétude avec ses superbes Ravinala, ces fameux arbres du Voyageur. Idéalement situé à proximité des banques, notre hotel se trouve à mi-chemin entre le centre-ville et la vieille ville.</p>	<p><b>NOVOTEL :</b> Le Novotel Madagascar vous propose une expérience 5 étoiles où se retrouve confort et modernité aux standards internationaux. Une sélection de 180 chambres et suites modernes et luxueuse dont certaines en vue panoramique où s'allient confort et technologie. Un événementiel adapté dont une Convention Arena de 800 personnes. Plusieurs choix de restaurants et bars dont le rooftop Skybar avec une vue</p> <p>L'Hôtel idéal au meilleur prix! Votre Hôtel idéal au meilleur prix — comparez plus de 213 sites web! Réservation en ligne. Réservation sécurisée. Le meilleur prix garanti. Réservez et sauvegardez. Les sites d'hôtel.</p>	
Concurrent indirect		<p><b>VITA FOAM :</b></p> <p>VITAFOAM Madagascar, créée en 1964 en association avec BRITISH VITA MANCHESTER est une marque de renommée internationale. C'est la première société dite "fabricant de mousse" implantée à Madagascar. La Literie VITAFOAM ainsi que tous nos produits sont réalisés dans nos usines équipées de machines avec une production</p>	



		<p>continue (Viking) et discontinue (bloc par bloc).</p> <p>Pour nos clients c'est la garantie de l'uniformité de la qualité.</p> <p>Chaque étape de fabrication est contrôlée et assurée par nos équipes de techniciens, dont le savoir-faire et les compétences sont transmis depuis trois générations.</p> <p>La Collection Ravinala conseillée à notre clientèle hôtelière, propose des matelas haut de gamme de types sandwich - duo - confort - luxe et latex. L'hôtel Tripolitsa à Antananarivo, le Moringa hôtel à Tuléar, l'hôtel Concorde à Diego-Suarez, le Zomatel à Fianarantsoa, comme beaucoup d'autres à travers la Grande Ile, sont équipés de matelas VITAFOAM</p>	
--	--	--	--

## C-Analyse de communication des concurrents :

### i- Réseaux sociaux :

#### -Pietra hôtel :

facebook : 10413 abonnées (il publie sur les types des produits)

#### -Tsara gueste house :

Facebook : 204 abonnées ( il publie leurs types de service et produits)

#### -Novotel :

Fcebook : 12k abonnées (il publie sur les types de service et produits)

Instagram : 1579 abonnées (il publie sur les types de produit et des services)

#### -VITAFOAM :

Facebook : 80389 abonnées (il publie sur les produits)

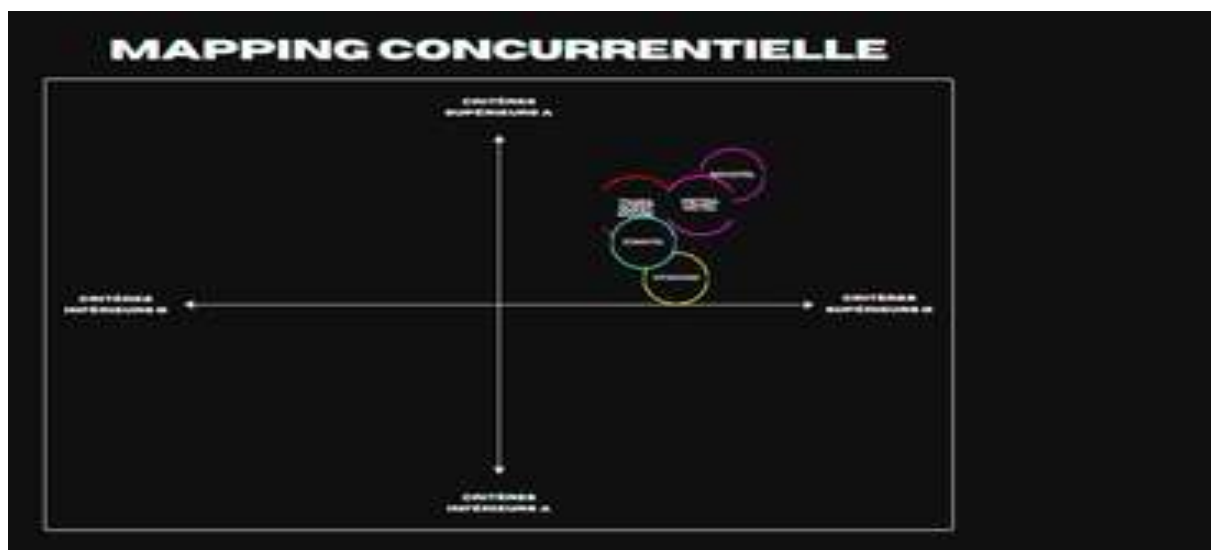
Twitter : 306 abonées (publie sur différentes produits)

Youtube : 9 abonnées (publie sur différente produits et des conseils)

## ii- Construction du menu SEO des concurrents :

NOVOTEL	Menu horizontal / Logo : n'est pas cliquable / le site est excellent / Doctype html5 / <title>Novotel Convention ; Spa - Hotel in Antananarivo - Accor - ALL</title> <meta name="description" content="Stay in Alarobia's business district and visit Madagascar's capital: book a luxury bedroom and suite at the Novotel Antananarivo Ankorondrano.">
TSARA GUEST HOUSE	Pas de site internet
PIETRA HOTEL	Menu: horizontale / Logo: cliquable / Le site web est excellent / Doctypes : html5 / <title>Hôtel 3 étoiles - PIETRA HÔTEL ; Restaurant Analakely Antananarivo Madagascar</title> <meta name="description" content="Au cœur de la ville d'Antananarivo capitale de Madagascar, l'Hôtel Pietra sera le lieu privilégié de vos rendez-vous et de vos repas d'affaires. Chacun appréciera son emplacement ; idéal pour une courte halte ou une visite aux alentours">
VITAFOAM	<title>ACCUEIL   Vitafoam Madagascar</title> / <meta name="twitter:title" content="ACCUEIL   Vitafoam Madagascar"> / Logo n'est pas cliquable / Doctype html5

## d-Mapping concurrentiel :



Couleur violet : NOVOTEL / PIETRA HOTEL

Couleur rouge : TSARA GUEST HOUSE

Couleur vert : ZOMATEL

Couleur jaune : VITA FOAM

## E-MARKETING MIX (ZOMATEL)

PRODUIT / SERVICES	PRIX	DISTRIBUTION	COMMUNICATION
Entrecôte du Zoma : Entrée, plat, dessert :	Ar 27000 / 39000.	-A consommer sur place -Livraison à domicile	-Faire la commande avec le fiche du menu.  -Réservation par appel téléphonique, e-mailing
Zomagrill : Snack-bar, pâtisserie, viennoiserie, pizzeria au feu de bois, crêperie et gaufrierie...		-A consommer sur place -Livraison à domicile	-Faire la commande avec le fiche du menu.  -Réservation par appel téléphonique, e-mailing
O'bistro : -côte d'agneau grillée aux herbes. -Assiette de fromages -Cuisse de nymphe panée.	-Ar 16000  -Ar 16000 -Ar 18000	-A consommer sur place  -Livraison à domicile	-Faire la commande avec le fiche du menu.  -Réservation par appel téléphonique, e-mailing
Bien-être : -Massage aromatique -Sauna -Jacuzzi	-Ar 40000 -Ar 20000 -Ar 20000	Service disponible sur place.	-Réservation sur place -Par appel téléphonique -E-mailing
Homeo-Pharma : -Coffret Vanille -Coffret Ylang -Coffret Baobab -Noni	-Ar 64000 -Ar 46000 -Ar 40000 -Ar 18000	-Livraison à domicile  -A acheter sur place	-Voir la carte -Appelle téléphonique -E-mailing
Divertissement : -Billard -Baby foot	-Ar 5000	Service disponible sur place.	-Réservation sur place -Par appel téléphonique -E-mailing
Art Malagasy : -Boîte à bijoux -Lémurien palissandre GM	-Ar 12000	-Livraison à domicile  -A acheter sur place	-Appelle téléphonique -E-mailing - Voir sur place
Galerie Pierrot Men : -Soatanana	-Ar 2000 par photos	-Disponible surplace	-Aller sur place

### 3-a- Les cibles de notre client :

**-Cœur du cible :** Homme ou femme d'affaire, des groupes de touristes (: il s'agit des personnes qui voyagent en autocar, dont le déplacement inclut une ou plusieurs à l'hôtel). Des séminaires et incentives (ce sont les réunions professionnelles qui s'organisent dans l'hôtel). Des congressistes (les personnes participants à un congrès).

**-Cible primaire :** Vacanciers, seniors, familles, groupe de touristes, des mariés.

**-Cible secondaire :** toute personne qui veut entrer dans l'hôtel pour leur propre raison.

## V - PARTIE 4 : Marketing et Communication Digital

### 1. Les objectifs fixés avec le client :

-Prestations et Services

-L'objectif est d'apporter une prestation qui assure le meilleur taux d'accessibilité. L'hébergeur assure la continuité de son service 24 Heures sur 24, tous les jours de l'année. Il se réserve néanmoins la possibilité d'interrompre le service d'hébergement pour les durées les plus courtes possibles notamment à des fins de maintenance, d'amélioration de ses infrastructures, de défaillance de ses infrastructures ou si les Prestations et Services génèrent un trafic réputé anormal.

-De satisfaire les clients

-Se développer dans tous le domaine surtout dans le numérique.

## 2. Les moyens de communication existant du client

**Owned média :** Site internet, réseaux sociaux, e-mail, relation presse.

**Earned média :**

Le bouche-à-oreille ;

Une mention sur un blog ;

Une mention sur un forum ;

Une mention sur les réseaux sociaux ;

Les avis et commentaires clients ;

La couverture médiatique.

## 3- Ce que nous souhaitons créer :

Owned média : Bloght, Chaîne You tube, utiliser plus de réseaux sociaux :

Cette démarche permet de garder le contrôle sur les canaux de communication, à long terme de fidéliser les clients existants et de nouer une relation durable avec les clients potentiels.

Paid média : payer google.

Il permet une visibilité massive et rapide avec des résultats concrets, mesurables et immédiats. Il est particulièrement utilisé par les entreprises afin de générer du trafic et des ventes sur leur site internet.

### 3. Construire la ligne éditoriale de votre stratégie de communication

#### LIGNE EDITORIALE DE STRATEGIE DE COMMUNICATION



5. Le Tunnel de conversion d'Inbound Marketing en sélectionnant chaque phase des moyens de communication :



## **Notoriété & visibilité**

Faire connaître vos produits et/ou services à ceux qui ne vous connaissent pas du tout

*Notoriété & visibilité*

## **Découverte & considération**

Inciter les personnes à aller sur votre site et optimiser l'expérience utilisateur

*Découverte & considération*

## **Conversion**

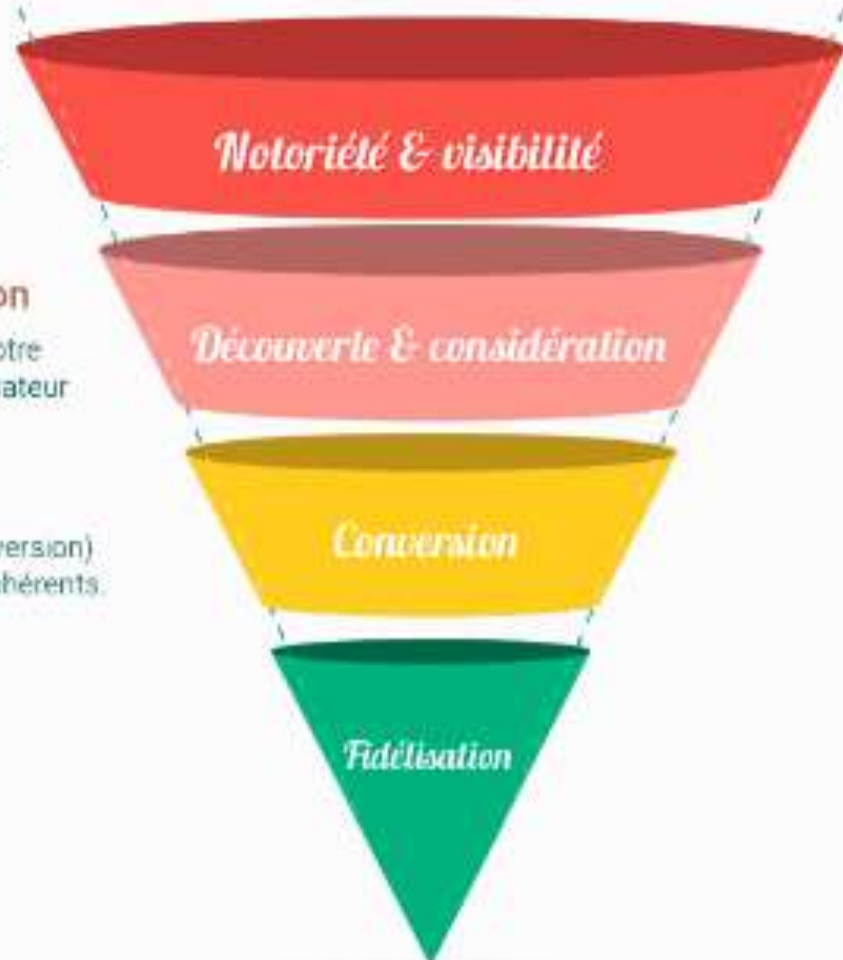
Concrétiser l'achat (ou toute conversion) grâce à des messages clairs & cohérents.

*Conversion*

## **Fidélisation**

Inciter les personnes à laisser un avis & les pousser à revenir

*Fidélisation*





MOYEN DE COMMUNICATION	ACTION REALISEE	OBJECTIF SMART	KPI
Site internet	Attraction des visiteurs. Conversion des visiteurs en leads. Transformation des leads en clients. Fidélisation des clients	Donner une information précise et à jour au sujet de votre entreprise, il peut aisément être mis à jour en temps réel. De ce fait, vous gagnez en souplesse et en réactivité. Augmentation de visibilité, consultation 24h/24 et 7j/7, modification rapide, Offre d'un support aux clients, automatisation de certaines tâches, ce n'est pas une dépense, c'est un investissement.	Utilisateur Taux de rebond Taux d'abandon Part des sessions mobile / tablette / desktop Utilisateurs Hommes / Femmes Pages vues Nombre de commentaires ou de partage par article Part des sessions de chat ou chatbot
Réseaux sociaux	Attraction des visiteurs. Conversion des visiteurs en leads. Transformation des leads en clients. Fidélisation des clients	production des résultats tangibles (veille, leads, social selling), développement des points de contacts puis de rencontre entre le consommateur et sa marque, amélioration de l'expérience client.  Gagner en crédibilité dans le domaine, augmentation, le trafic sur vos plateformes, développement de visibilité, amélioration de l'e-réputation, création de l'engagement des internautes, vente des produits ou services.	Le nombre d'abonnés. Le taux de croissance de votre communauté Le nombre d'impressions. La portée des publications. Le nombre d'interactions. Le nombre de clics. Le nombre de conversions. Le trafic généré vers le site web.

## 8. Un calendrier éditorial sur 2 mois

DATE DE PUBLICATION	TITRE	TYPE DE CONTENU	THÉMATIQUE	STATUT	DESTINATION	AUTEUR	CIBLE(S)	OBJECTIF(S)
JANVIER								
FÉVRIER								

## 9. Différents types de contenus proposés au client

Un blog :

<https://elysabethsidoniera.wixsite.com/zomatel>

## 10. Evaluation du budget de notre stratégie de marketing / communication digitale

La plupart du temps, le pourcentage du CA destiné à la **communication** s'élève de 2 à 20 % du montant annuel généré par les entreprises.

## V - PARTIE 5 : Audit SEO

Notre client a un site internet





Analyse de la concurrentielle

LES CONCURRENTS	LOCAL	NATIONAL	
Concurrents direct	<p><b>PIETRA HOTEL :</b> L'Hôtel Pietra sera le lieu privilégié de vos rendez-vous et de vos repas d'affaires. Chacun appréciera son emplacement ; idéal pour une courte halte ou une visite aux alentours. Nos suites et nos appartements de luxe, sécurisées climatisées (type résidence Appart Hotel), conviennent aux longs séjours grâce à leur cuisine entièrement équipée. Pour vous sentir tout à fait à votre aise, nous mettons à votre disposition nos studios (31 m2) et nos suites (75 m2).</p> <p>La chambre dispose:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>-d'une salle de bain équipée d'une douche à l'italienne et d'un lavabo. Vous y trouverez du linge de toilette de qualité, peignoir de bain, sèche cheveux, miroir grossissant, produits d'accueil</li><li>-d'un téléviseur écran plat (deux téléviseurs dans les suites)</li><li>-d'un téléphone fixe et d'une connexion wifi haut débit</li><li>-d'un mini-bar</li><li>-d'un coffre-fort</li></ul> <p><b>TSARA GEUST HOUSE :</b> Tsara Guest House est un petit hôtel de charme à l'architecture traditionnelle des Hautes Terres avec vue sur la Vieille Ville. Nos chambres sont cosy et décorées sobrement avec les matériaux du pays. Notre gastronomie raffinée met en valeur des mets avec les produits du terroir. Notre jardin invite à la quiétude avec ses superbes Ravinala, ces fameux arbres du Voyageur. Idéalement situé à proximité des banques, notre hotel se trouve à mi-chemin entre le centre-ville et la vieille ville.</p>	<p><b>NOVOTEL :</b> Le Novotel Madagascar vous propose une expérience 5 étoiles où se retrouve confort et modernité aux standards internationaux. Une sélection de 180 chambres et suites modernes et luxueuse dont certaines en vue panoramique où s'allient confort et technologie. Un événementiel adapté dont une Convention Arena de 800 personnes. Plusieurs choix de restaurants et bars dont le rooftop Skybar avec une vue</p> <p>L'Hôtel idéal au meilleur prix! Votre Hôtel idéal au meilleur prix — comparez plus de 213 sites web! Réservation en ligne. Réservation sécurisée. Le meilleur prix garanti. Réservez et sauvegardez. Les sites d'hôtel.</p>	
Concurrent indirect		<p><b>VITA FOAM :</b></p> <p>VITAFOAM Madagascar, créée en 1964 en association avec BRITISH VITA MANCHESTER est une marque de renommée internationale. C'est la première société dite "fabricant de mousse" implantée à Madagascar.</p>	

		<p>La Literie VITAFOAM ainsi que tous nos produits sont réalisés dans nos usines équipées de machines avec une production continue (Viking) et discontinue (bloc par bloc).</p> <p>Pour nos clients c'est la garantie de l'uniformité de la qualité.</p> <p>Chaque étape de fabrication est contrôlée et assurée par nos équipes de techniciens, dont le savoir-faire et les compétences sont transmis depuis trois générations.</p> <p>La Collection Ravinala conseillée à notre clientèle hôtelière, propose des matelas haut de gamme de types sandwich - duo - confort - luxe et latex. L'hôtel Tripolitsa à Antananarivo, le Moringa hôtel à Tuléar, l'hôtel Concorde à Diego-Suarez, le Zomatel à Fianarantsoa, comme beaucoup d'autres à travers la Grande Ile, sont équipés de matelas VITAFOAM</p>	
--	--	---	--

## Analyse des points techniques les plus importants à respecter de la création d'un site internet :

- -Balise title : <title>Accueil</title>
- - description: <meta name="viewport" content="width=device-width, initial-scale=1, shrink-to-fit=no">
- -Sitemap.xml:

<u>Name</u>	<u>Last modified</u>	<u>Size</u>	<u>Description</u>
 <a href="#">api.php</a>	2020-11-05 12:27	566	
 <a href="#">channels.php</a>	2020-11-05 12:27	551	
 <a href="#">console.php</a>	2020-11-05 12:27	593	
 <a href="#">web.php</a>	2021-11-15 09:13	8.2K	

- -Robot text:  
User-agent: \*  
Disallow:
- URLs: <https://zomatel-madagascar.com/>
- 404 <https://fr.semrush.com/analytics/backlinks/overview/?q=http%3A%2F%2Fzomatel-madagascar.com%2FDecouverte-l2.html&searchType=url>

### 3)-Analyse de stratégie d'un contenu :

Pas de blog, et pas de chaine youtube.

→SOLUTION : on suggère de créer un log pour réparer les mauvais avis des autres clients en mentionnant : un titre qui définit une offre, présenter l'ensemble de l'entreprise, exposer tous les différents services et produit, résumé claire et concis de l'offre, une preuve sociale comme des témoignages des clients.

### 4)-5 Sites d'autorité du domaine de l'entreprise :

<https://www.booking.com/>

<https://www.tripadvisor.fr>

[https://madagascar-tourisme.com/fr/obt\\_asc/zomatel/](https://madagascar-tourisme.com/fr/obt_asc/zomatel/)

<https://fr.hotels.com/ho1146082752/zomatel-fianarantsoa-madagascar/>

<https://planetofhotels.com/fr/madagascar/fianarantsoa/zomatel-hotel>

## V - PARTIE 6 : Audit SEA

Mots-clés	Contenu	Titre(title)	Description (meta description)	En- tête (titres)	Nombre moyenne;de recherche annuelle	Taux d'impression desannonces	Concurrence ↓
Zomatel	9	V	v	v	10-100	10%	moyen
Chambres	7	X	v	v	1k-10k	50%	Faible
Zoma	5	X	v	v	10-100	0%	fort
nuité	4	x	x	x	1k-100k	10%	moyen
reservez	4	x	x	x	10-100	50%	moyen
chambre	4	v	v	v	10-100	0%	moyen
Reservez maintenant	3	!	!	!	10-100	40%	moyen

## 2. Annonces proposant:

### a- Les 7 titres différents :

- Zomagrill
- Hotel
- Zoma
- Hébergement
- Réservation
- Vacances
- Restaurant

### .b- Les 2 descriptions :

- **Réservez** : Réservation en ligne utilisé pour faciliter le moyen de communication rapide et simple ;
- **Restaurant** : où l'on sert des plats préparés et des boissons à consommer sur place, en échange d'un paiement

## V - PARTIE 7 : REDACTION WEB

On a proposé de créer un blog pour optimiser le référencement naturel du site. On a fait un exemple comme dans ce lien:

<https://elysabethsidoniera.wixsite.com/zomatel>

