



# **RAPPORT D'AUDIT**

## **DE L'ENTREPRISE THERA CONSEILS**

Présentée par :

- Lila RAMAROJAONA
- Marie Annette TREFINDRAZANA
- Noeline RAVONIARISOA
- Faniry Ella HASINIAINA

## INTRODUCTION

De nos jours, avoir une présence en ligne constitue une étape cruciale dans la visibilité d'une organisation (une entreprise, une association, une ONG, etc.).

La présence en ligne permet de donner de la visibilité à l'organisation, de montrer son expertise à son public cible, d'attirer plus de prospects, et d'améliorer ses résultats financiers. Une stratégie marketing bien élaborée contribue énormément au développement de l'organisation et lui permet d'être plus proche de ses clients pour mieux répondre à leurs besoins.

C'est dans ce cadre que nous avons mené notre étude afin de développer la présence de notre client dénommé « *Thera Conseils* » dans le digital.

Ce document présente notre Agence marketing, notre client et son entreprise, l'étude de marché dans lequel évolue notre client, une partie dédiée au marketing et à la communication digitale, un audit permettant de mettre en place de nouvelles stratégies, et quelques propositions pour améliorer la communication digitale de l'entreprise.

## **PARTIE 1 :**

**L'agence Marketing**

## **1. Le nom de notre agence et présentation de notre logo**

**NOM** : PYXIS MARKETING

Dans le domaine digital le « Pixel » représente un point de couleur qui constitue une image.

Le mot *Pyxis* rappelle le mot pixel. Mais le mot Pyxis est aussi le nom latin de la constellation de la boussole.

Comme une boussole qui guide vers une destination, Pyxis Marketing s'efforce de mener les actions pour que nos clients atteignent leurs objectifs sans jamais perdre le cap.

### **LE LOGO**



- ❖ Logotype épuré et uniquement en noir et blanc.
- ❖ Un logo monochrome simple mais éloquent.
- ❖ Une constellation d'étoile en symbole pour rappeler « Pyxis » avec les quatre points cardinaux d'une boussole.
- ❖ L'usage d'un lettrage capital pour une plus grande lisibilité et un impact visuel fort du nom de la marque.

## **2. Notre organisation de travail durant les 2 semaines. Comment vous êtes-vous organisés dans votre équipe :**

### **a. Quelles sont les tâches de chacun dans le projet ? Comment avez-vous divisé les tâches ?**

Durant ces deux semaines de travail pour l'évaluation finale, notre équipe a été très organisée. Chacun a eu sa part de boulot à finir dans les questionnaires comme,

Partie1 : Annette

Partie2 : c'est nous tous qui l'avons fait au rendez-vous avec la directrice de Thera Conseils (notre client). Puis cette partie a été rédigée par Lila.

Partie3 : Noeline

Partie4 : Faniry accompagnée par Lila qui a traité la ligne éditoriale et la création des différents types de contenus proposés au client, et Annette qui a traité le calendrier éditorial.

Partie5 : Lila

Partie6 : Lila (question 1), Annette (question 2)

Partie7 : Annette a fait le landing page, Faniry a rédigé l'article de blog, et Lila a rédigé l'article sponsorisé.

Partie8 : Noeline et Faniry

Mise en page du rapport : Lila

Pour la division des tâches ce n'était pas compliquée, chacun a pris la partie qu'elle veut traiter.

Nous avons priorisé les tâches le plus difficile selon nous.

### **b. Quels sont les outils de communication (Teams, Google Meet, Discord, etc.), outils de gestion de projet et outils d'organisation (Trello) que vous avez utilisés pour coordonner vos actions d'équipe.**

Nos outils de communication sont discord et Messenger.

Pour notre organisation de travail, nous avons utilisé Trello.

**Trello** Espaces de travail Récent Favoris Modèles Crée Parcourir

Espace de travail de Lila Rmj

SAYNA

Tableau Espace de travail de Lila Rmj Privé MT FE NR RM Partager Power-ups Automatisation Filtre

Vos tableaux SAYNA

Mission à réaliser

- PARTIE 1 : L'agence Marketing
- PARTIE 2 : Le client et son entreprise
- PARTIE 3 : Audit et étude de marché
- PARTIE 4 : Marketing et Communication Digital
- PARTIE 5 : Audit SEO
- PARTIE 6 : Audit SEA
- PARTIE 7 : Rédaction Web
- PARTIE 8 : Livrables

+ Ajouter une carte

Missions terminées

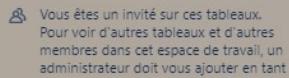
- Partie 1: Annette 0/3
- Partie 2: c'est nous tous qui l'avons fait au rendez-vous avec la directrice de Thera Conseils (notre client). Puis cette partie a été rédigée par Lila. 2/4
- Partie 3: Noeline 2/3
- Partie 4: Faniry accompagnée par Lila qui a traité la ligne éditoriale et la création des différents types de contenus proposés au client, et Annette qui a traité le calendrier éditorial. 0/10

+ Ajouter une carte

Missions terminées

- Partie 5: Lila
- Partie 6 : Lila (question1) , Annette (question2)
- Partie 7: Annette a fait le landing page, Faniry a rédigé l'article de blog, et Lila a rédigé l'article
- Partie 8: Noeline et Faniry

+ Ajouter une carte

  
Vous êtes un invité sur ces tableaux.  
Pour voir d'autres tableaux et d'autres membres dans cet espace de travail, un administrateur doit vous ajouter en tant que membre.

## **PARTIE 2 :**

**Le client et son entreprise**

## 1. Le démarche client

Un membre de notre groupe nous a recommandé d'approcher le client. Nous étions entrées en contact avec la Gérante de l'entreprise pour présenter notre agence et notre offre.

Comme elle souhaite développer la visibilité de son entreprise, nous avions convenu de procéder à une mission d'audit ayant pour but de mettre en place une stratégie marketing leur permettant de développer leur présence en ligne, d'attirer des prospects, et d'avoir de nouveaux clients.

## 2. Présentation de notre client

### a. L'histoire de l'entreprise



Thera Conseils est une entreprise spécialisée dans le domaine du développement personnel et professionnel, et du bien-être.

Elle a été fondée en 2021 par une jeune entrepreneure passionnée par le développement personnel et le marketing digital.

L'entreprise a pour objectif d'aider les gens à prendre leur vie en main et à avoir une vie qui correspond à leurs aspirations, mais aussi et surtout de contribuer au développement de la communauté tout en leur apportant une aide afin de leur offrir un avenir meilleur.

### b. Ses activités

Les activités de l'entreprise consistent à aider les personnes à devenir responsable, à libérer leur potentiel, et à réaliser leurs projets pour qu'elles puissent avoir une vie heureuse et épanouie tant sur le plan personnel que professionnel, et vivre en toute liberté.

### c. Ses clients

Les clients de l'entreprise Thera Conseils sont :

- Les personnes en reconversion professionnelle qui désirent trouver leur mission de vie, libérer leur potentiel et vivre en toute liberté dans la paix et dans la joie.
- Les personnes qui ont besoin d'un accompagnement pour créer leur propre entreprise.
- Les personnes qui souhaitent développer leurs compétences pour être plus productives, efficaces et performantes dans leur carrière professionnelle.
- Les personnes qui ont besoin d'être coachées pour vivre en toute sérénité.

### d. La zone d'implantation du client

Le client se situe à Antananarivo Madagascar.

### e. Les services proposés par l'entreprise ainsi que leurs prix et leurs spécifications

Thera Conseils propose des services de formation et accompagnement, de coaching et de consulting.

#### - La formation et accompagnement

Il s'agit de programmes de formation en ligne pouvant être suivis d'un accompagnement d'une durée de 3 mois selon les besoins du client. Les programmes sont basés sur le développement personnel et professionnel, l'entrepreneuriat/business, et le bien-être.

- Pour la formation en développement personnel et professionnel, le prix s'élève à partir de 200 000Ariary. Avec un service d'accompagnement, le prix est évalué à environ 300 000Ariary.
- Pour les programmes de formation concernant le bien-être, il y a 3 niveaux. Le prix appliqué pour le premier niveau (niveau de base) est de 150 000Ariary. Pour le niveau 2 (niveau avancé), le prix est de 200 000Ariary. Pour le niveau 3 (approfondissement), le prix est de 250 000Ariary. Ces programmes sont suivis d'un accompagnement pendant 3 mois pour chaque niveau.
- Pour l'entrepreneuriat/business, les prix varient en fonction des besoins du client.

#### - Le coaching :

Le coaching permet d'aider les personnes à apprendre à mieux se connaître, à trouver leur mission de vie, et à se libérer de leurs blocages. Suivre un programme de coaching les aiderait à avoir une vie heureuse et épanouie dans tous les domaines.

Le tarif pour un coaching individuel s'élève à 50 000Ariary par séance (une séance d'une heure environ). Le tarif pour un coaching de groupe s'élève à 20 000Ariary par personne la séance.

#### - Le consulting :

Le consulting consiste à offrir des services sur-mesure aux clients en fonction de leurs besoins. Cela permet d'aider les clients à lancer et/ou développer leur business, à développer leur présence en ligne, et à améliorer leur méthode de gestion et d'organisation.

Les prix appliqués dans le cadre de ce service varient en fonction des besoins du client. La demande se fait sur devis.

### 3. Les besoins de notre client en termes de marketing ou de communication digitale

A l'issue de notre réunion de brief, le client souhaite marquer sa présence dans le digital et mettre en place une stratégie marketing pour développer sa visibilité en ligne tant sur les réseaux sociaux que sur le web afin d'attirer plus de prospects et d'avoir plus de clients.

Comme la majeure partie de leurs activités se déroulent à distance, une bonne visibilité en ligne constitue un atout très important pour le développement de l'entreprise.

### 4. Analyse de la communication existante du client

#### a. Réseaux sociaux : nombre d'abonnés, taux d'engagement, type de contenus publiés, sujet sur lesquels l'entreprise publie

L'entreprise est présente sur deux réseaux sociaux : Facebook et Instagram. Les détails de notre analyse se trouvent ci-après.

➤ Pour la page Facebook :

Nombre d'abonnés : 74

Taux d'engagement : 0,03%

Type de contenus publiés : Textes accompagnés de visuel

Sujet sur lesquels l'entreprise publie : L'entreprise publie sur des sujets concernant le développement personnel tels que le mindset, la motivation, etc.

➤ Pour la page Instagram :

Nombre d'abonnés : 7

Taux d'engagement : 0,57%

Type de contenus publiés : Textes accompagnés de visuel

Sujet sur lesquels l'entreprise publie : L'entreprise publie sur des sujets concernant le développement personnel.

b. Site : construction du menu, SEO

En ce qui concerne le site web de l'entreprise Thera Conseils, le site a été construit tout en favorisant au maximum l'expérience utilisateur.

Le menu est composé de quelques rubriques simples avec un wording assez clair qui permet à l'utilisateur de naviguer avec facilité selon ses besoins. Par exemple : la rubrique « A propos » qui redirige vers une page A propos présentant l'entreprise ; la rubrique « Nos services » qui présente en détail les services offerts par l'entreprise ; la rubrique « Contact » qui permet d'entrer en contact avec l'entreprise.

En ce qui concerne le SEO, la stratégie appliquée par l'entreprise est basée sur les mots-clés, les contenus, les liens en interne, et surtout l'ergonomie et le design du site. L'entreprise s'est un peu plus concentrée sur le plan interne (tel que le linking interne, le côté technique du site, etc.) que sur le plan externe tel que le linking externe, l'analyse des concurrents, les sources de trafic externes, etc. Une nouvelle stratégie tournée vers l'extérieur pourrait lui être favorable.

## 5. Récapitulatif de ce qui existe et ce qui manque au client en termes de communication digitale.

Après une certaine analyse, l'entreprise Thera Conseils a commencé à mettre en place les bases pour leur communication digitale. Cela est marqué par la création d'un site web contenant un blog, ainsi que la création d'un compte sur les réseaux sociaux Facebook et Instagram.

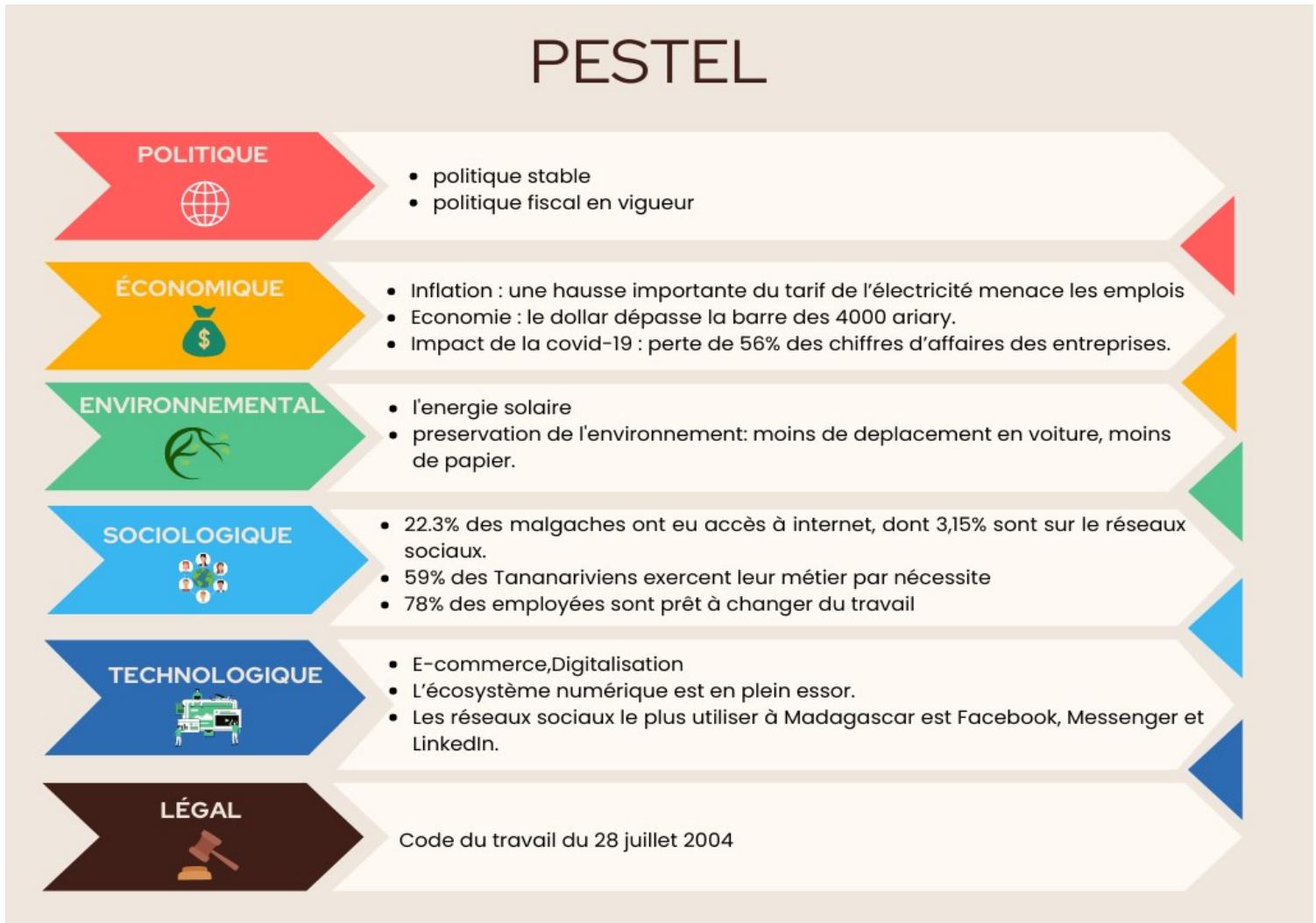
Comme l'entreprise est encore à ses débuts dans le monde du digital, les bases sont en place mais il manque la « ***bonne stratégie*** » qui lui permet de marquer sa présence en ligne et de développer sa visibilité. Cela pourrait avoir des impacts sur sa communication digitale car l'entreprise n'a pas de visibilité vis-à-vis de sa clientèle cible, et pourrait rencontrer des difficultés à créer une communauté engagée autour de la marque.

## **PARTIE 3 :**

**Audit et étude de marché**

## 1. Etude de marché sur lequel le client se trouve

### a) LA MATRICE PESTEL :



## b) LES 5 FORCES DE PORTER :

# 5 FORCES DE PORTER

### Menace des nouveaux entrants

- Beaucoup de personnes sont présentes sur les réseaux sociaux pour offrir des formations sur le développement personnel.
- Formation des clubs dans le but de proposer des activités sur le développement personnel.

### Degré de rivalité avec les concurrents

- Le degré de rivalité est haut parce que les concurrents sont beaucoup et présent sur tous les réseaux sociaux même sur les plateformes des annonces.

### Menace des produits de substitution

- Livres : de nos jours, les livres sont devenus un moyen de communiquer avec les autres surtout qu'ils sont maintenant disponibles en version numérique et téléchargeable facilement sans devoir payer.
- Conférences et séminaires : les deux sont des moyens de communication oral facile à comprendre ou on peut même poser des questions si on ne comprend pas quelque chose immédiatement.
- Podcast et Vidéos : ces deux-là sont facile à trouver et même gratuit sur toutes les plateformes.

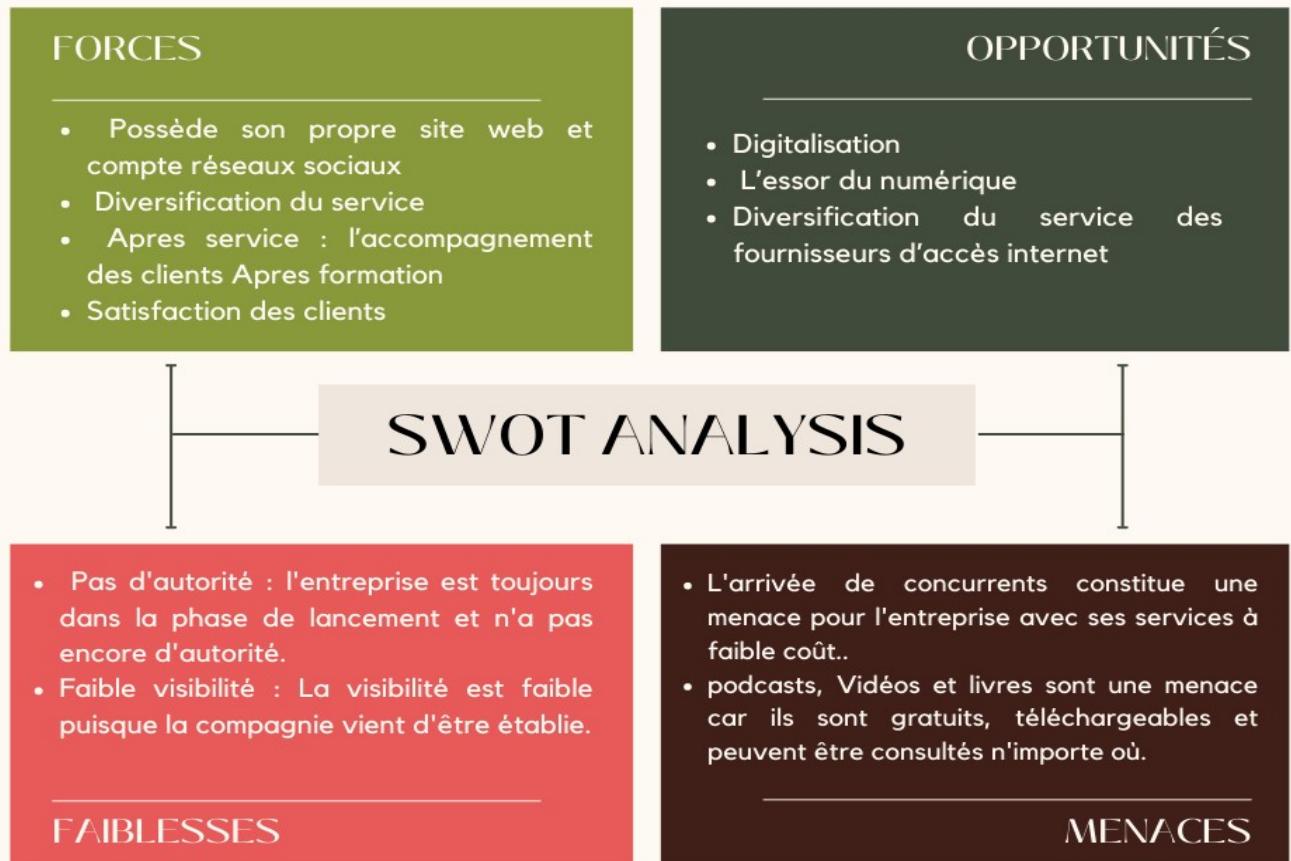
### Pouvoir de négociation des fournisseurs

- Le pouvoir de négociation des fournisseurs est élevé car ils peuvent influencer les prix des services s'ils veulent par exemple les fournisseurs d'accès à internet.

### Pouvoir de négociation des clients

- Le pouvoir de négociation des clients est haut car il peut influencer le marché.

### c) L'ANALYSE SWOT :



### d) Un résumé récapitulant les différents éléments à prendre en compte pour la mise en place de la stratégie :

En conclusion, après avoir analysé le marché sur laquelle le client est, les éléments à prendre en compte sont **les concurrents**, **les clients** et **les opportunités**. Ces élément-là sont très important car il tient un rôle important pour la mise en place de la stratégie. Savoir exactement qui sont ses clients (ses besoins, ses frustration) et aussi savoir combien de concurrent sont présent sur le marché et avec l'opportunité qui vient, tout cela nous permet d'orienter quelle direction prendre pour développer la stratégie de l'entreprise.

## 2. L'analyse de la concurrence de l'entreprise

### (a) 2 concurrents directs :

#### (i) Académie Fahombiazana :

##### 1. Introduction :

L'Académie Fahombiazana est un centre de formation en ligne sur le développement personnel, la psychologie pratique, le leadership, la communication, l'intelligence financières et bien d'autres encore.

Elle a été fondée par Nary Andriatsolondriaka qui est un coach, formateur et conférencier en développement personnel. Non seulement il est le fondateur de l'académie mais aussi le premier responsable. L'académie fahombiazana est situé au Lot IVK 127 Bis Ankadifotsy, 101 Tananarive, Madagascar

Leur objectif est de partager les clés de la réussite aux Malagasy et plus particulièrement les jeunes.

Leur formation se divise en deux catégories :

- Le premier est la formation longue c'est-à-dire que la formation est divisée par plusieurs étapes qui durent plusieurs années.
- La deuxième est la formation à court terme. Elle est basée sur des thèmes où les abonnés peuvent choisir. Comme son nom l'indique, cette formation est limitée en temps.

Leurs services sont (Si on choisit de paye tout-en-un quelque mois il y a des réductions.) :

- Service de base ou service <<histoire>> : une histoire par semaine avec des leçons sur la réussite. Le cout est de 1000 *Ar* par mois avec une promotion d'essaye gratuit.
- Service premier niveau: le service de base plus une formation toute la semaine avec des PDF, MP3, vidéo, séminaire à seulement 3000 *Ar*.
- Service seconde niveau ou maitrise financière : les deux plus une formation sur la maitrise de finance à 5000 *Ar*.

---

## 2. Réseaux sociaux:

- Nombre d'abonnés : 510
- Taux d'engagement : 1%
- Type de contenus publiés : Texte accompagné de visuel, photos, textes.
- Sujet sur lesquels l'entreprise publie : la situation du pays, le développement personnel

### 3. Site:

- Construction du menu



La construction du menu est composée de cinq partie et il est clair et accessible au premier coup d'œil. On peut facilement trouver les informations. Chaque lien amené vers leurs contenu respectifs. Les texte sont clair et facile à lire, il y a le changement de couleur lorsqu'on survole le menu.

Néanmoins, les textes sont longs ce qui est un peu désagréable à voir. Le logo devrait être en alignement avec les répertoires et l'image en haut devrait être en bas.

- Contenue du site

Le contenue du site est un peu simple mais L'arrière-plan du site devrais correspondre au couleur du logo. Les éléments sont hiérarchisés par les contrastes des zones les plus importants : le menu, un vidéo à propos de l'académie, des paragraphes suscitant a l'inscription, une formulaire d'inscription et des témoignages.

Les textes sont lisibles et courts sauf ce du menu. La taille de police est plutôt standard et la police est aussi classique. Les liens sont soulignés et les textes sont noir sur des fonds blancs.

Il n'y a pas trop d'animation mais Il y a un vidéo qui regroupe toute les informations concernant l'académie en haut dans le page d'accueil.

(ii) Zava SARL:

1. Introduction :

Zava SARL est un centre de formation en développement personnel, en culture entrepreneurial et en culture d'entreprise. L'entreprise est fondée en 2018 par Seheno Ranoarivony.

Leur service se concentre plutôt sur l'entrepreneuriat et le prix varie.

2. Réseaux sociaux :

- Nombre d'abonnés : 2744
- Taux d'engagement : 1,9%
- Type de contenus publiés : Texte accompagné de visuel, photos, vidéos.
- Sujet sur lesquels l'entreprise publie : entrepreneuriat, coaching

(b) Concurrent indirect : MASTERLIFE

1. Introduction :

Masterlife Company est une entreprise spécialisée dans le domaine du développement personnel à travers les formations, séminaires, conférences et coaching. Il est situé à Lot IBF 9B Antsahavola Immeuble La préservatrice vie Antananarivo, 101 par Toky Rajaona.

Masterlife offre des produits et des ressources en développement personnel aux gens qui souhaitent libérer leur plein potentiel dans le but de devenir la meilleure version d'eux-mêmes.

Leurs programmes sont :

- ❖ Mindset3X : Ce programme consiste à téléchargez dans l'esprit les secrets de grands leaders !  
Le programme complet Mindset 3X est *140 000 MGA*

Dans ce programme les bénéficiaires trouveront :

- ⌚ 10 résumés de best-sellers mondiaux axés sur le mindset et la réussite
- ⌚ 18 à 30 pages par résumé > juste Ce qu'il faut
- ⌚ 20 à 30mn de lecture (au lieu d'y passer des semaines, voire des mois)

Et il Apprendre à :

- ✓ Économise beaucoup d'argent,
- ✓ Apprendre à réussir plus vite,
- ✓ Lisez 3X plus et 3X plus vite,
- ✓ Retenez l'essentielle de chaque livre.

- ❖ Mindbooster : un programme de coaching complet avec une série complète de *40 podcasts* audio. Le prix est de *200 000 MGA*.



Ce que les participant vont obtenir en participant sont :

- Des questionnements stratégiques pour renforcer votre mindset de leader (*qui s'applique aussi professionnellement et qui peut transformer une crise, en une opportunité de croissance*).
- Des méthodes prouvées scientifiquement pour bétonner votre résilience et transformer vos insécurités en bien-être et paix intérieure.
- 3 techniques très puissantes issues de la PNL pour dépasser vos peurs et sortir de la paralysie émotionnelle.
- Les 3 défis qui m'ont permis d'avoir plus de clarté dans ma vie (personnelle et professionnelle) et muscler ma confiance en moi.
- Des exercices de préparation neuro-émotionnelle pour vous reconnecter avec vos pouvoirs intérieurs (*juste ces exercices valent largement le prix de ce programme*).
- Des secrets (*très peu connus*) de grands leaders comme Tony Robbins, Richard Branson, Oprah Winfrey ou encore Kobe Bryant... pour se forger un mental d'acier.
- Pourquoi 95% des gens passent à côté de leurs vies ? Quelle est la mécanique de progression que les 5% ont adoptée pour devenir la meilleure version d'eux-mêmes ?
- La stratégie « A.M.I.S » qui permettent aux anglo-saxons de générer très rapidement des résultats concrets, surtout dans leurs business.

- Un procédé inspiré des lois de l'attraction pour devenir un aimant à énergies positives (*que vous y croyez ou non, ça fonctionne*).

Dans ce programme, les gens :



Apprenez à mieux maîtriser vos émotions négatives

Save



Téléchargez des mindsets de millionnaires dans votre cerveau



Boostez votre niveau de confiance en vous



Dites stop à vos angoisses et au sentiment de mal-être



Contaminez positivement vos proches avec une joie contagieuse



Bénéficiez d'un puissant programme dans l'air du temps

## 2. Réseaux sociaux :

- Facebook :

- Nombre d'abonnés : 23k
- Taux d'engagement : 0,24%
- Type de contenus publiés : Texte accompagné de visuel, photos, vidéos.
- Sujet sur lesquels l'entreprise publie : le développement personnel

- LinkedIn:

- Nombre d'abonnés : 170
- Taux d'engagement : 4.11%
- Type de contenus publiés : Texte accompagné de visuel
- Sujet sur lesquels l'entreprise publie : le développement personnel

### 3. Site :

- Construction du menu



A propos ▾ Programmes ▾ Nos événements 0

La construction du menu est hiérarchique, il suit par ordre d'importance et conçue en pensant à l'utilisateur, le premier est visible à l'œil nu et important puisqu'il regroupe ce que l'utilisateur veut savoir mais lorsqu'on les survole on trouve des sous-répertoires pour certains d'autre.

Le langage est clair et facile à comprendre et les liens mènent vers les pages les plus importantes. Elle utilise une espace blanche et des changements de couleur lorsqu'on les survole. Il y a une icône d'achat.

- Contenu du site

Le slogan est rattaché au logo tout en haut de la page au dessus de la zone de menu. Il est simple et court, seulement deux mots qui résume l'objectif de l'entreprise et que l'utilisateur comprendra au premier regard. Le temps de chargement de site est très rapide.

L'utilisation du blanc dans la page est essentielle pour l'œil se focalise sur une information importante et bien le site a su jouer de blanc dans la page pour séparer les informations et rendre le site plus lisible. Il n'y a pas trop d'animation ce qui rend le téléchargement du site plus rapide. Les pages sont unifiées lorsque l'utilisateur navigue: le header, la couleur et la typographie reste le même pour toutes les pages.

Les pages et les textes sont toutes lisibles. Les éléments visuels sont hiérarchisés cela se passe par la hiérarchie des importances des zones puis des textes. Il y a deux typographies et il sait jouer sur les différentes graisses et la mise en forme.

Le site a su jouer sur le contraste de couleur entre le fond et les titres. Pour la typographie, la couleur est noir sur un fond blanc et le contraire pour les icônes. Le bouton d'action n'est pas

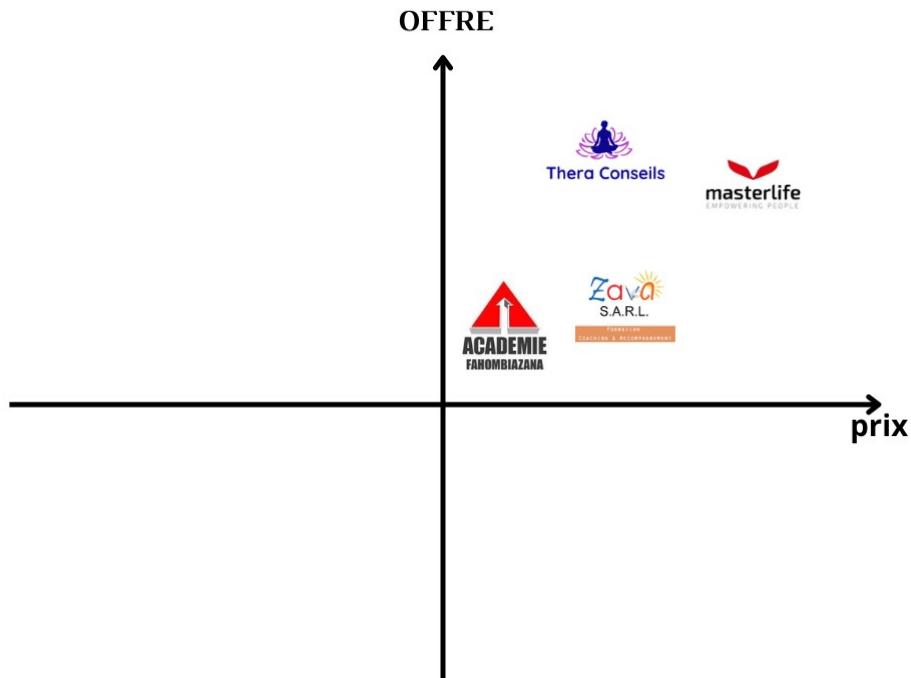
oublié, un verbe d'action est rajouté et le texte est court mais la couleur est moins attractive. En plus il n'y pas d'animation.

Dans le header, un bouton d'action en haut est place à droite et des contacts sont à gauche suivi du menu en bas. Dans le footer, des informations sont rajoutées avec le logo et l'adresse de l'entreprise.

Le site est responsive sur le mobile. Les photos sont en carrée et lisible, le poids est léger : les images compressées tout en gardant leur qualité. Les tailles minimales des boutons et des icônes sont respectées.

Le formulaire est simple : un label sur chaque champ, l'ordre des champs logiques, les nombres de champs sont minimisés et adaptés et les erreurs sont clairement affichées lorsqu'une information est incorrecte.

(c) LE POSITIONNEMENT :



#### (d) MARKETING MIX

## MARKETING MIX



### SERVICE

- 1.La formation et accompagnement
  - développement personnel et professionnel
  - le bien-être
- 2.Le coaching
  - apprendre à mieux se connaître, de trouver sa mission de vie, et de se libérer de ses blocages
- 3.Le consulting: aider le client à lancer son business et à développer sa présence en ligne



### PLACE

- 1.service a distance: l'entreprise est en line avec son site web présent.
- 2.media sociaux : le media sociaux sont de plus en plus utilisés et facilitent la manipulation. C'est un moyen de trouver un client potentiel.
- 3.mailing, rendez-vous : un moyen facile d'entrer en contact direct avec le client



### COMMUNICATION

- 1.blog: le blog permet de faire savoir au client ce que nous offrons
- 2.bouche à oreille: les clients satisfaits sont un autre moyen de faire de la publicité et attirent des clients potentiels.
- 3.messager: de plus en plus de personnes sont familières avec le messager et ça fait de cette application un outil d'opportunité



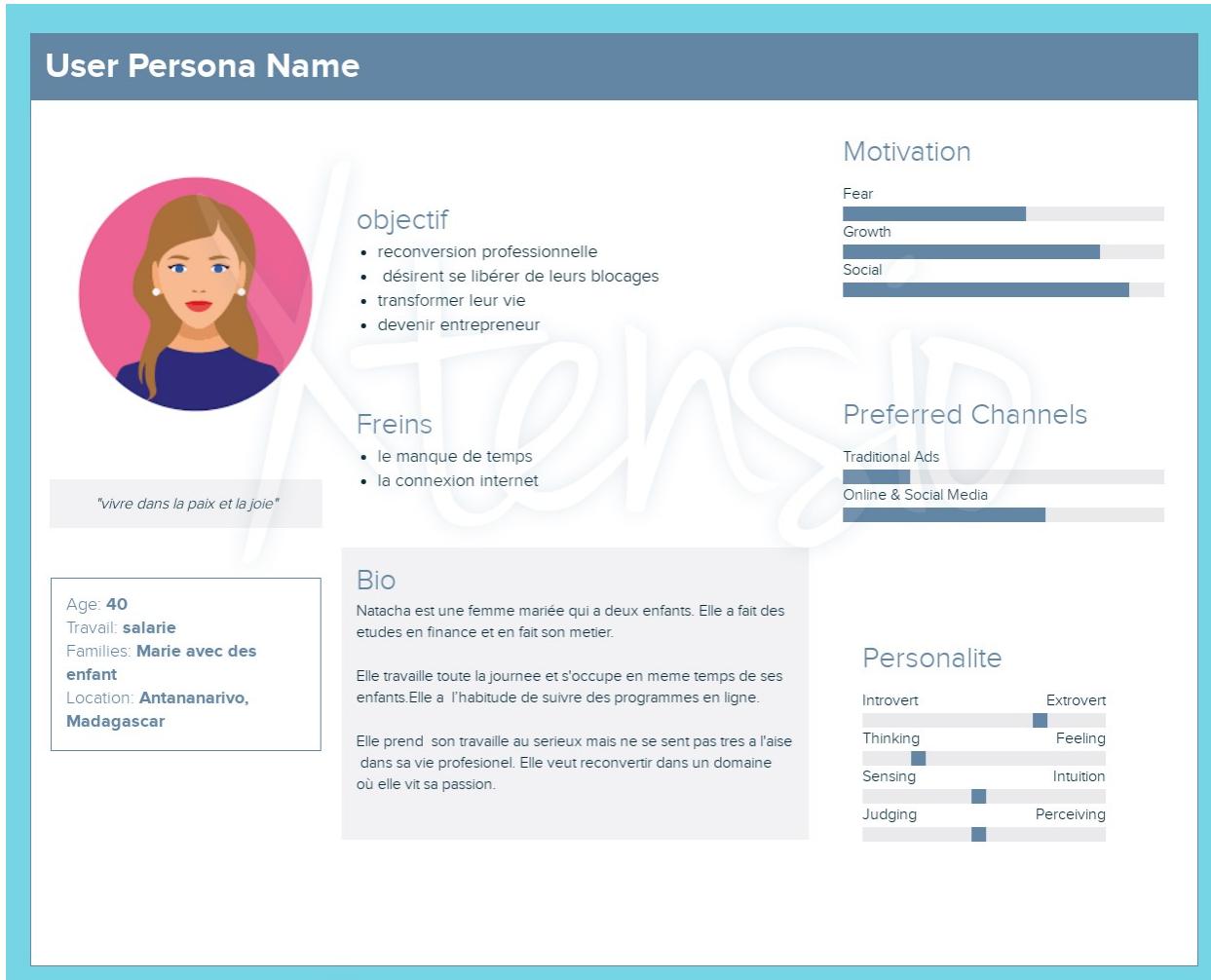
### PRIX

- 1.promotion à chaque nouveau lancement d'une nouvelle offre
- 2.prix varie pour chaque service
- 3.Paiement mobile ou espèces: le virement se fait directement avec la présence des deux parties ou se fait par le biais du téléphone.

### 3. Analyser les clients de l'entreprise

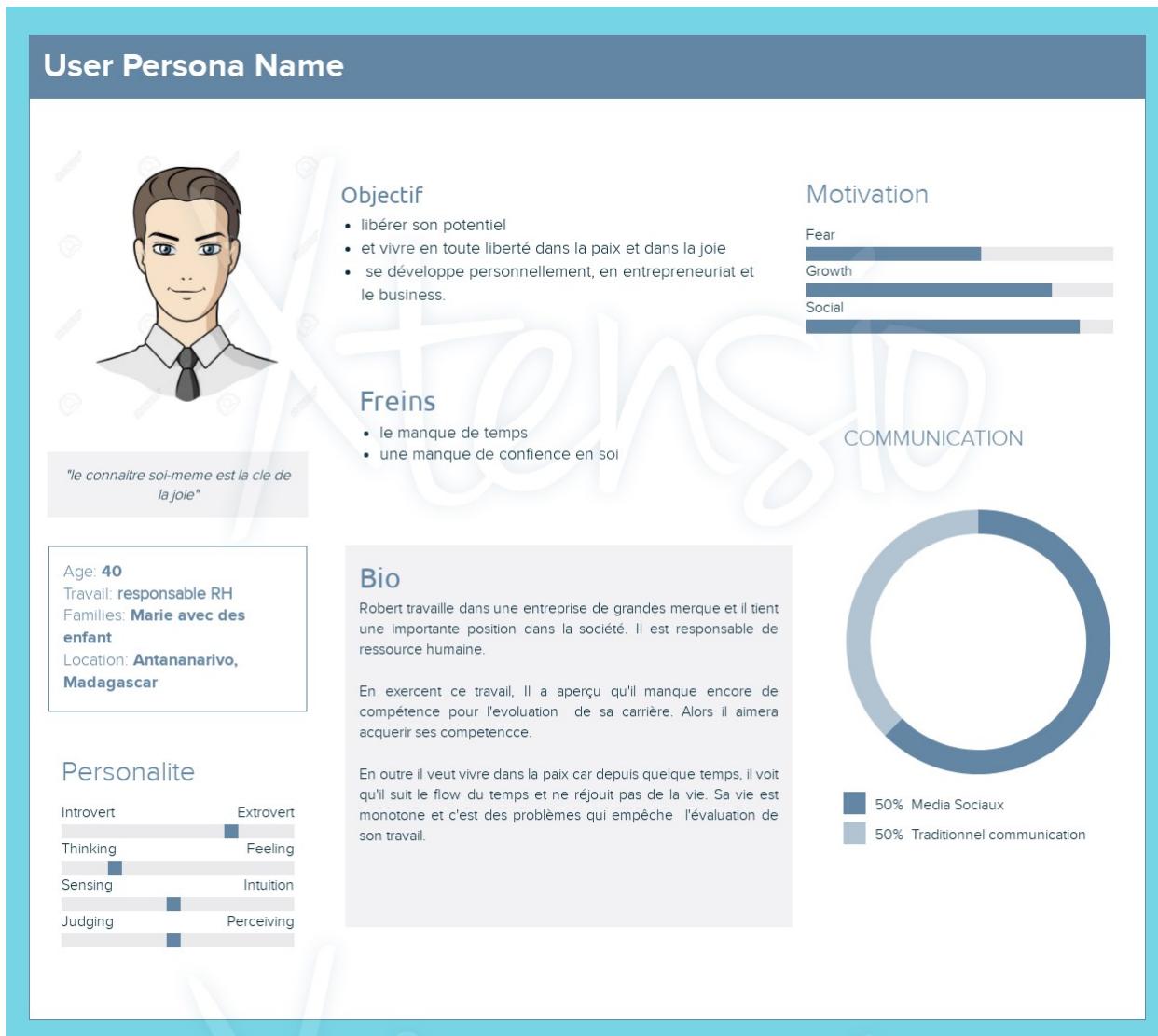
#### ➤ Cœur de Cible :

Les personnes en reconversion professionnelle qui désirent trouver leur mission de vie, libérer leur potentiel et vivre en toute liberté dans la paix et dans la joie.



➤ Cible primaire :

Les personnes qui désirent libérer leur potentiel et vivre en toute liberté dans la paix et dans la joie, ont un intérêt pour le développement personnel, l'entrepreneuriat et le business.



• Cible secondaire :

Les personnes qui ont besoin de se faire coacher pour vivre en toute sérénité. Chacun veut vivre dans la paix et sans se soucier des problèmes, mais la réalité est différente et les gens y succombent facilement. La monotonie rend les gens dépressifs.

## **PARTIE 4:**

**Marketing et Communication digitale**

## **1. Quels sont les objectifs que vous vous êtes fixés avec votre client ?**

### ***\* Développer la visibilité de l'entreprise en ligne :***

Etre plus présent sur le media Internet. En étant une nouvelle entreprise on est confronté à un problème de visibilité. Il faut mettre en place une stratégie pour être mieux connu et se rapprocher des cibles. Après une étude des cibles, on devra être présent sur les réseaux sociaux le plus utilisés des cibles et s'intégrer dans les communautés concernant les thématiques traitées par l'entreprise. Et familiariser également les internautes et leads sur le développement personnel et l'entrepreneuriat selon Thera conseil et voir même avoir une communauté sur les réseaux et le site web.

### ***\*Mettre en place les stratégies pour attirer plusieurs prospects***

On va se focaliser sur les cibles, et connaître ses habitudes et ses besoins. Le client souhaite miser sur le social proof et l'émotion des internautes. Pour ce faire, on peut intégrer sur les plateformes en lignes des témoignages. Partager de la joie et des valeurs précises pour les annonces et post sur les réseaux sociaux. Proposer des stratégies démontrant que le service est authentique et efficace. Et valoriser les compétences de l'entrepreneur. Faire des call to action.

### ***\*Construire une communauté engagée***

Mettre en place une communauté engagée à travers des valeurs humaines et faits social. Valoriser le sens de partage et sensation de chaque et on donne l'opportunité aux membres de s'exprimer et de parler librement afin qu'ils puissent agir. Pratiquer un bon ciblage et utiliser les outils adéquates pour savoir l'heure de publication et les comportements des abonnées. Répondre aux questions des cibles et donner des conseils et citations motivantes à la communauté c'est pour les fidéliser et garder le contact avec eux.

## **2. Quels sont les moyens de communication existant de votre client ?**

Thera conseil utilise plus l'Owned media. Le client souhaite être présent sur Internet, elle a mis en place des moyens visant plus la présence en ligne. Le choix des moyens se rapporte à

l'objectif de communication et marketing. Pour une visibilité en ligne et une communauté engagée, il faut créer un site web et des comptes professionnels sur les réseaux sociaux. Voici les moyens de communication de l'entreprise :

Types de medias	Moyen de communication
Owned Media	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Site web : <a href="https://theraconseils.com">https://theraconseils.com</a></li> <li>- Réseaux sociaux :           <ul style="list-style-type: none"> <li><a href="https://www.facebook.com/Thera.Conseils/">Facebook</a> :</li> <li><a href="https://www.instagram.com/Thera.Conseils/">Instagram</a> :</li> </ul> </li> </ul>

**3. Quels sont ceux que vous souhaiteriez lui créer ? Faites une liste en triant via Owned, Paid et earned média. Argumentez vos choix sur les actions que vous prévoyez de mettre en place**

Type de media	Moyen de communications	Actions à faire	Justification
Paid media	-Radio ou tv	Participer à une émission Tv ou Radio	C'est pour un ciblage bien précis et idéal pour une nouvelle entreprise.
Owned media	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Site web</li> <li>-Blog</li> <li>-Réseaux sociaux</li> </ul> Facebook et Instagram	Mettre en place une présence en ligne via le réseau Facebook <ul style="list-style-type: none"> <li>- Créer une communauté sur le réseau</li> </ul>	Il génère de la visibilité à long terme. Ces types de réseaux sont les plus utilisés des cibles. De plus, pour une nouvelle entreprise c'est mieux d'utiliser deux réseaux au début. A Madagascar Facebook est le plus utiliser.

			Cela permet d'être en contact avec les cibles. C'est mieux pour la création de communauté engagée.
<b>Earned media</b>	Partages sur les médias sociaux Mentions dans des publications ou tout autre type de contenu web Bouche-à-oreille Etc.	-Faire des calls to action (abonnement au site) -Envoyer des mails aux abonnés concernant les actualités et offres Ajouter des témoignages sur les outils	Les avis des autres aident les leads à décider et prendre une décision de participer à une formation Les earned media génèrent de la notoriété, une bonne image

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

##### ➤ La ligne éditoriale

Les éléments ci-dessous constituent la ligne éditoriale de Thera Conseils.

##### 1. Les thématiques :

Les thématiques tourneront autour du développement personnel dont notamment le mindset, la confiance en soi, l'estime de soi, etc. ; le développement professionnel basé sur la productivité ; et l'entrepreneuriat/business.

## **2. La cible :**

La cible est constituée des personnes en reconversion professionnelle ainsi que toute personne qui a un intérêt pour le développement personnel, l'entrepreneuriat et le business.

Le ton de communication sera décontracté avec l'utilisation du « vous » et parfois l'utilisation de « tu » pour être plus proche de la clientèle cible.

## **3. Les réseaux :**

Concernant les réseaux, on choisit de faire un blog pour partager des informations, des astuces et des conseils, puis diffuser des contenus sur les réseaux sociaux tels que Facebook et Instagram.

## **4. Les types de contenus :**

En ce qui concerne les types de contenus, les détails se trouvent ci-dessous.

- Pour le blog : articles illustrés par des images.
- Pour facebook : textes accompagnés de visuels, des infographies, des vidéos.
- Pour Instagram : textes accompagnés de visuels, des carrousels, des infographies, des reels.

## **5. La fréquence de diffusion :**

La fréquence de diffusion est présentée ci-après.

- Pour le blog : une diffusion par semaine
- Pour Facebook : une diffusion par jour
- Pour Instagram : 3 diffusions par semaine

## **5. Construire le Tunnel de conversion d’Inbound Marketing en sélectionnant pour chaque phase des moyens de communication**

En matière d’Inbound marketing les actions faites sont :

1 - Faire venir le client sur le site : les actions à faire ici consistent à accumuler plus des visiteurs et comment attirer les internautes à venir sur le site. Tout d’abord, bien assurer la pertinence

du site web, respecter les exigences de Google. Miser sur le référencement naturel ou SEO et faire des annonces attrantes. (Moyen 1 : site web). Ensuite pour plus de visibilité et faire connaitre l'entreprise, on peut faire des formations gratuits lors des évènements concernant le développement personnel et l'entrepreneuriat. Et lors de l'intervention donnez les contacts de l'entreprise et aussi utilisez la fiche de présence des personnes pour les envoyer un email (Moyen 2 : évènement). Profiter après de la relation publique ou plus précisément de la communication bouche à oreille. Participer à des émissions dédiés au bien-être, parlez de domaine du coaching et accompagnement c'est quoi exactement et tout en parlant du cas de l'entreprise, les tarifs et l'offre. (Moyen 3 : media radio ou TV). Ici, on peut prioriser les agences de communications qui diffusent des contenus dans les entreprises. Apportez des contenus avec les messages bien entretenus et bien conçus sur la page facebook. Partagez dans des groupes et communautés sur les thématiques traités par l'entreprise (Moyen 4 : réseaux sociaux). Faire call to action mettre en place des contenus permettant de se rediriger vers le site.

2- Convertir les visiteurs en lead : les actions à faire se concentrent sur la conversion des visiteurs en une personne voulant les services de Thera conseils. Faire des appels à l'action en s'abonnant à la newsletter. (Moyen 1 : Newsletter). Envoyez chaque mois des actualités sur le domaine ou les offres et utilisez un ton amical. Mettre en place dans le blog du site des articles bien référencés et donnant les détails essentiels pour connaître l'entreprise et ses offres. Il faut ajoutez des photos et pour que ce soit plus en rapport avec l'humain vaut mieux des photos des gens. (Moyen 2 : copywriting) il faut adopter un ton amical avec les leads.

3- Conclure : mettre en avant des témoignages des clients (avis et comment il ou elle a vécu l'expérience) (Moyen 1 : site web et facebook et instagram). Essayer à travers les réseaux et site ou tout intervention propager le bien et des valeurs le sourire, l'humilité ces gestes aident les leads à prendre des décisions. (Moyen 2 : site web et facebook et instagram et évènement). Mettre en avant la capacité des formateurs exemple des certificats ou diplôme bien reconnus. Les gens ont tendance à se référer sur les symboles. Pour cette action le moyen utilisé est les réseaux sociaux puisque l'entreprise est délocalisé. Proposer des offres de réductions pour un période précis par exemple pour deux jours il y aura une remise de 30%. Les gens aiment ne pas

rater les opportunités et ils agissent plus suite à une annonce de remise. (Moyen 4 : annonce Facebook et lors des évènements en suivant le calendrier de l'entreprise.

## **6. Déterminez les actions mises en place selon le tunnel de conversion de l'inbound Marketing afin de promouvoir l'activité de votre client. Pour chaque action, déterminez l'objectif SMART.**

On va voir dans cette partie une analyse approfondie des actions prévus. Revoir le moyen et l'action à faire avec les objectifs y afférents et aussi les indicateurs.

Tunnel de conversion	Moyens de communications	Actions réalisés	Objectif SMART	KPI
Faire venir les cibles sur le site	1-Site web 2-Evenement	-Référencement SEO du site -Intervenir lors des évènements sur le développement personnel et l'entrepreneuriat - Faire connaître l'entreprise et ses services - Collectez les informations sur les cibles -Participer à une	Le nombre des visiteurs sur le site web augmentera, 20 visiteurs par jour.	nombre de visite, temps passé sur le site web, taille de la communauté, taux d'engagement

	<p>3- Media Radio ou Tv</p> <p>4- Réseaux sociaux</p>	<p>émission Tv ou Radio</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Mettre en place une présence en ligne via le réseau Facebook</li> <li>- Créer une communauté sur le réseau</li> </ul>		
Convertir les visiteurs en lead	<p>1-Site web</p> <p>2-Reseau sociaux</p> <p>3-Newsletter</p> <p>4- Copywritting</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Faire des calls to action (abonnement au site)</li> <li>-Envoyer des mails aux abonnés concernant les actualités et offres</li> <li>- Rédiger des articles attrayants et bien référencés</li> </ul>	<p>Les abonnés à la newsletter seront de 20 par mois</p>	<p>temps passe sur le site web, nombres de pages visités, taux d'ouverture et taux de clic, taux de rebond, nombre de leads quantifiés</p>
Conclure	1-			taux de conversion

## **7. Construire un calendrier éditorial sur 2 mois**

Le calendrier éditorial sur 2 mois est présenté dans le fichier excel joint à ce document.

## **8. Créez différents types de contenus que vous avez proposés à votre client (vidéo, newsletter, posts, stories, articles, etc.).**

### **Post sur Facebook**

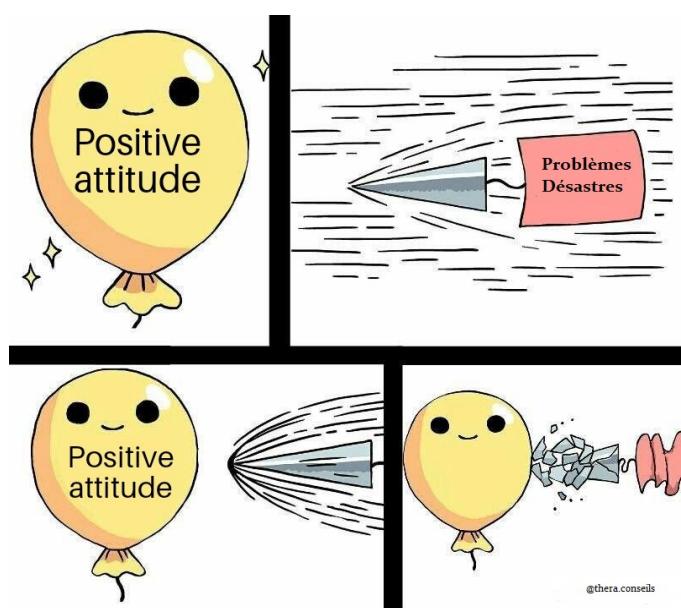
***Quand tu as une positive attitude, rien ne peut t'atteindre, ni les problèmes, ni même les désastres. ☀️😎***

Est-ce que toi aussi tu connais une ou des personne(s) qui a une positive attitude ?

Tague-les dans les commentaires. 😊

PS : ça t'intéresserait de suivre un programme de coaching pour développer ton mindset et avoir une positive attitude qui te permettra de réaliser tes projets ? Envoie-nous un MP pour plus de détails. 🤗

#affirmationpositive #energiepositive #positiveattitude #coaching #mindset



## Post sur Instagram

Vivre de manière saine engage une certaine responsabilité vis-à-vis des autres et des situations auxquelles vous êtes confronté.

Qu'en pensez-vous de ces conseils qui vous aident à établir des limites saines dans votre vie quotidienne ? Dites-nous tout dans les commentaires !

N'oubliez pas de vous abonner à @Thera.Conseils si ce n'est pas déjà fait.

#developpementpersonnel #developpementprofessionnel #avis #conseil #coaching #limites  
#facondepenser #objectif #energiepositive #positiveattitude #changerdevie #viepositive #bienetre  
#reussite #succes

**Établir des Limites Saines**

- 1 Identifiez ce qui vous pousse à réagir hors de l'ordinaire.
- 2 Posez-vous la question : est-ce que j'ai la tolérance pour ces énergies, personnes ou situations spécifiques ?
- 3 Sinon, supprimez ces déclencheurs à volonté.
- 4 Eloignez-vous des facteurs qui ne protègent pas vos règles et votre espace.
- 5 Conservez votre énergie propre des énergies toxiques qui vous font réagir différemment.

@Thera.Conseils

## Stories



### 9. À combien évaluez-vous le budget de votre stratégie de marketing / communication digitale ?

Afin de mieux estimer le budget alloué pour cette campagne marketing, on a besoin d'analyser les ressources nécessaires. La réalisation des activités prévus requiert l'utilisation de deux ressources matérielles, et humaines. On va voir un à un les deux pour parfaire l'étude et mieux anticiper des solutions.

#### Ressources matérielles

Ce type de ressource englobe tout ce qui est matière utile pour la réalisation du projet. Plus précisément, les appareils pour les activités de Thera conseils. Ce sont les outils pour communiquer avec les cibles, ou pour conclure des contrats ou pour se ressourcer en terme d'information et aussi les moyens de communications. Et va voir les couts des utilisations des outils essentiels à la stratégie convenu. On va voir cela dans un tableau

**Tableau 1**

Libellé	Quantité	Prix unitaire	Budget alloué
Google Ads	10 jours	90 000Ariary	900 000Ariary
Plateau TV, radio	1 séance	-	500 000Ariary
Facebook Ads	10 jours	22 500Ariary	225 000Ariary
<b>TOTAL</b>	-	-	<b>1 625 000Ariary</b>

## Ressources humaines

Afin de réaliser les actions que l'on a prévu pour Thera conseils, on a aussi besoin des ressources humaines. Des personnes bien qualifiés et réputé pour ses prestations pour mener à bien les stratégies et atteindre les objectifs fixes. On va voir dans un tableau le budget utile pour ce type de ressource.

**Tableau 2**

Désignation	Quantités	Prix unitaire	Montant	Total
Rédacteur web	500 mots	30 Ar	15 000Ar	180 000 Ar
Community manager	7 posts/semaine	400 000 Ar/mois	1 200 000 Ar	1 200 000 Ar
<b>Total : 1 380 000 Ariary</b>				

Comme on peut voir dans ce tableau 2, on peut voir que l'on a besoin de deux personnes pour la réalisation des activités. Le total de budget est estimé comme le budget utile pour trois mois pour ce type de ressources.

Libelle	Montant	Budget alloué
Ressources matérielles	1 625 000 Ar	1 625 000 Ar
Ressources humaines	1 380 000 Ar	1 380 000 Ar
<b>TOTAL</b>		<b>3 005 000 Ariary</b>

Pour la stratégie marketing et communication de Thera conseils en trois mois prévus pour les activités, on prévoit **3 005 000 Ariary**.

## **PARTIE 5:**

### **Audit SEO**

## 1. Analyse de la concurrence

Dans cette partie, nous nous focaliserons sur les deux principaux concurrents directs de l'entreprise Thera Conseils et sur son concurrent indirect.

### Les concurrents directs:

Les concurrents directs sur lesquels nous portons notre analyse sont :

- Académie Fahombiazana ([fahombiazana.com](http://fahombiazana.com))
- Zava SARL

### Le concurrent indirect:

Le concurrent indirect est :

- Masterlife Company ([masterlifecompany.com](http://masterlifecompany.com))

Analysons un par un ces concurrents.

#### ➤ Académie Fahombiazana

L'Academie Fahombiazana est une plateforme de formation en ligne permettant aux gens d'apprendre des techniques qui leur aident à réussir dans la vie.

Comme l'Académie Fahombiazana est destinée à la population malgache, la langue utilisée sur le site web de l'Académie est le malgache. Il est tout de même possible de faire une traduction du site en français ou en d'autres langues.

#### 1) Construction du menu

Le menu de navigation de l'Académie Fahombiazana est composé de cinq entrées. La sémantique est claire ce qui permet aux visiteurs de comprendre facilement les contenus du site et de s'orienter facilement par rapport à ses besoins.

Par contre, chaque rubrique du menu est présentée sur différentes tailles ce qui ne rend pas le menu bien ordonné et agréable à voir.



[Misy fanontaniana tianao apetraka ve ?](#)



Inona moa ity  
Académie ity?  
Inona no  
tanjon'ny  
Académie?  
Ahoana ny  
fidirana ao  
anatiny?  
Ahoana ny  
sarany?  
Fifandraisana  
& Telefaonina

## 2) Les mots-clés

D'après notre recherche, l'Académie Fahombiazana n'a pas mis en place une stratégie de mots-clés. De ce fait, aucune donnée concernant les mots-clés n'a été trouvée.

## 3) La plus-value de l'Académie Fahombiazana

La plus-value de l'Académie Fahombiazana est la présence d'un espace personnel où ses clients peuvent entrer leurs données et se connecter directement sur le site pour bénéficier de leurs services.

De plus, dans leur stratégie marketing, comme il s'agit d'une Académie œuvrant dans la formation en ligne, elle offre un mois gratuit à ses clients pour que ces derniers puissent tester les services.

**Vous vous êtes inscrit? Ajoutez votre e-mail et mot de passe ci-dessous:**

Adresse e-mail

Mot de passe

Suivez les cours!

[Vous oubliez le mot de passe ?](#)

**Vous n'êtes toujours pas inscrit ?**  
[Cliquer-o ici](#)



C'est une joie de vous accueillir à l'Académie du Succès. Il y a tellement de choses que vous obtiendrez dans cette Académie, et non seulement il est un ami avec vous, pour vous aider, pour vous guider et pour vous pousser à réussir pleinement dans la vie.

**« Alors, que faites-vous en premier? »**

Entrez à l'Académie **GRATUITEMENT (GRATUIT)** POUR l'enseignement et tout ce qui est fourni à l'Académie. Voici un service de test ou une « période d'essai » ([Cliquer-o ici pour savoir ce que vous obtiendrez dans ce mois gratuit](#))

#### 4) Les contenus

Comme le titre de chaque rubrique du menu est présenté sous forme de question, les contenus de chaque page du site sont assez pertinents pour répondre aux questions des rubriques du menu.

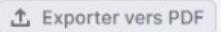
Les contenus sont en lien avec l'idée que reflète l'Académie mais ne comportent pas de titre spécifique correspondant à chaque page car cette dernière porte le nom de l'Académie tout au long du site.

Pour mettre en avant les expressions importantes, l'Academie favorise la surbrillance de ces expressions et parfois la majuscule à la place du mis en gras.

A part cela, nous avons remarqué que le site ne contient aucun bouton de partage sur les réseaux sociaux, ni des boutons qui permettent de suivre l'Académie là-dessus.

## 5) Le Netlinking

L'Académie Fahombiazana a 225 backlinks au total dont 221 backlinks en liens follow et 4 backlinks en liens nofollow.

**Vue d'ensemble du domaine : fahombiazana.com** 

Monde entier | US | UK | MG | ... | Ordinateur | 21 juil. 2022 | USD

Vue d'ensemble Comparaison des domaines Croissance Comparaison par pays

Authority Score  5	Trafic Organique Données introuvable. S'il s'agit de votre domaine, vous pouvez obtenir toutes les données nécessaires sur les classements de ses mots clés. <a href="#">Vers Suivi de position</a>	Trafic Payant 0 Mots clés	Backlinks  225 Domaines référents 8
--	---	------------------------------	--

**Backlinks**  Monde entier  Toute la période

Titre de la page référente / URL de la pag...	Texte d'ancrage / Lien URL	Type
Comment éduquer l'enfant en ce qu...	-	follow
<a href="http://educationenfant.com/difficult...">http://educationenfant.com/difficult...</a>	<a href="http://autorep.fahombiazana.com/su...">http://autorep.fahombiazana.com/su...</a>	
Ylang.net® - Annuaire et Moteur de...	Fahombiazana	follow
<a href="http://www.ylang.net/index.php?na...">http://www.ylang.net/index.php?na...</a>	<a href="http://www.fahombiazana.com/">http://www.fahombiazana.com/</a>	
Ylang.net® - Annuaire et Moteur de...	<a href="http://www.fahombiazana.com/">http://www.fahombiazana.com/</a>	follow
<a href="http://www.ylang.net/index.php?na...">http://www.ylang.net/index.php?na...</a>	<a href="http://www.fahombiazana.com/">http://www.fahombiazana.com/</a>	
éducation	-	follow
<a href="http://educationenfant.com/tag/edu...">http://educationenfant.com/tag/edu...</a>	<a href="http://autorep.fahombiazana.com/su...">http://autorep.fahombiazana.com/su...</a>	
Les colères des ados : que faire?	-	follow
<a href="http://educationenfant.com/adolesc...">http://educationenfant.com/adolesc...</a>	<a href="http://autorep.fahombiazana.com/su...">http://autorep.fahombiazana.com/su...</a>	

[Voir les détails](#)

**Follow et Nofollow**



Liens follow	221
Liens nofollow	4

[Voir les détails](#)

**Types de backlinks**

Type	Pourcentage	Nombre
Texte	18 %	10
Image	20 %	11
Forme	63 %	35
Frame	0 %	0

[Lire le rapport détaillé](#)

Les meilleurs ancrages sont : le mot « Fahombiazana » où le site a 10 backlinks, un lien dirigeant vers le site avec 3 backlinks, une page de l'Académie intitulé : Formation, et d'autres ancrages qui n'ont pas été nommés.

Les principaux domaines référents sont les suivants :

- educationenfant.com,
- ylang.net,
- ylang.free.fr,
- andoblog.canalblog.cm,
- tntcode.com.

Meilleurs ancrages			Exporter
Ancrages	Domaines	Backlinks	
<EmptyAnchor>	5	174	
fahombiazana	2	10	
http://www.fahombiazana.com/	2	3	
académie fahombiazana: formati...	1	3	
open link	1	1	

Domaines référents			Exporter
Domaine racine	Pays/IP	Backlinks	
educationenfant.com ↗	🇺🇸 209.236.113.22	34	
ylang.net ↗	🇫🇷 80.247.228.225	12	
ylang.free.fr ↗	🇫🇷 212.27.63.109	3	
andoblog.canalblog.com ↗	🇫🇷 195.137.184.101	2	
tntcode.com ↗	🇩🇪 162.55.245.36	2	

Pages référencées			Exporter
Titre et URL	Domaines	Backlinks	
Academie Fahombiazana http://www.fahombiazana.com/	2	22	
- https://www.academie730.fahombiazana.com/	1	3	
Academie Fahombiazana http://fahombiazana.com/	1	1	
Visitor anti-robot validation https://fahombiazana.com/	1	1	
Academie Fahombiazana http://www.fahombiazana.com/cover.php	0	0	

## 6) Le côté technique du site

Pour toutes les pages, la balise Title du site demeure inchangée. La balise Title porte le titre : « *Academie Fahombiazana* » pour toutes les pages.

La balise meta description respecte bien le nombre de caractères requis par les moteurs de recherche.

Les URLs (permalinks) du site sont tous écrits en français. Elles sont bien lisibles, courtes, et ont une structure simple.

Le site n'a pas mis en place un sitemap et un robots.txt.

## 7) L'ergonomie et le design

En ce qui concerne l'ergonomie de la page, la figure ci-dessous présente le temps de chargement et la performance du site (source : PageSpeed).

Mobile BureauInfo Découvrez l'expérience de vos utilisateursInfo Aucune donnéeInfo Analysez les problèmes de performances

## Performances

Les valeurs sont estimées et peuvent varier. Le [calcul du score lié aux performances](#) repose directement sur ces statistiques. Affichez la [calculatrice](#).

▲ 0–49 ■ 50–89 ● 90–100



## STATISTIQUES

Développer la vue

● First Contentful Paint**0,4 s**● Time to Interactive**1,8 s**■ Speed Index**1,4 s**● Total Blocking Time**50 ms**■ Largest Contentful Paint**1,8 s**● Cumulative Layout Shift**0**

D'après cette figure, la performance du site est évaluée à 90%.

L'affichage du premier texte ou la première image se fait après 0,4s. Le chargement d'une page du site prend 1,4s tandis que le texte le plus long ou l'image la plus grande s'affiche après 1,8s.

Le temps nécessaire pour que la page devienne entièrement interactive est de 1,8s.

La somme en millisecondes des périodes entre l'affichage du premier texte ou la première image et le temps nécessaire pour que la page devienne interactive est de 50ms.

Concernant le design, le site serait mieux présenté si les contenus sont un peu plus aérés et justifiés, et les formulaires bien ordonnés.

Le site comporte un peu plus de couleurs qui ne sont pas parfois en harmonie. Le rendu serait meilleur si les couleurs principales du site étaient basées sur 2 ou 3 couleurs environ et qui sont en harmonie.

Les témoignages paraissent un peu longs sur le site avec un espace réduit dans sa largeur.

### ➤ ZAVA SARL

Comme ZAVA SARL ne dispose pas de site web, nous n'avons pas pu faire une analyse SEO pour cette entreprise.

### ➤ Masterlife Company

Masterlife Company est une entreprise œuvrant dans le développement personnel et qui a pour mission de vulgariser la croissance personnelle à Madagascar.

#### 1) Construction du menu

Le menu de navigation de Masterlife est composé de trois entrées avec un panier qui permet de faire des achats en ligne. Le menu du site est présenté de manière simple, sans aucune décoration.

La sémantique est claire avec un wording très facile à comprendre ce qui permet aux visiteurs de se diriger directement vers les pages qui pourraient répondre à leurs besoins que ce soit à travers les rubriques ou les sous-rubriques.

## 2) Les mots-clés

D'après les recherches que nous avons effectuées, nous avons relevé les meilleurs mots-clés organiques listés ci-dessous (source : SemRush).

- Formation Bob Proctor
- Investisseur 3.0
- Crypto high
- Bob proctor vous êtes né riche.pdf

Recherche organique : masterlifecompany.com ↗ Exporter vers PDF

FR 5 HT 2 CA 1 ... Appareil : Ordinateur Date : 26 juil. 2022 Devise : USD

Vue d'ensemble Positions Changements de position Concurrents Pages Sous-domaines

Filtrer par mot clé Positions Volume KD Intention Fonctionnalités SERP Filtres avancés

Mots clés Trafic Coût du trafic  
**5** -16,67 % **0** -100,0 % **0 \$US** 0,0 %

Positions de recherche organique 1 - 5 (5)											+ Ajouter à la liste	Gérer les colonnes (12/16)	Exporter
Mot clé	Inte...	SF	Pos.	Diff.	Trafic...	Volume	KD %	CPC (...)	URL	SERP			
formation bob proctor >>	I	⊕	☆	71 → 71	0	< 0,01	50	3 ●	0	ma...t3x/	<span style="color: blue;">↗</span>	<span style="color: blue;">↗</span>	
investisseur 3.0 >>	N	⊕	+2	89 → 89	0	< 0,01	70	20 ●	1	ma...vel/	<span style="color: blue;">↗</span>	<span style="color: blue;">↗</span>	
confiance illimitée franck nicolas pdf gratuit >>	I	⊕	+2	• → 30	nouveau	< 0,01	50	17 ●	0	ma...les/	<span style="color: blue;">↗</span>	<span style="color: blue;">↗</span>	
crypto high >>	I	⊕	+3	48 → 48	0	< 0,01	260	22 ●	0	ma...vel/	<span style="color: blue;">↗</span>	<span style="color: blue;">↗</span>	
bob proctor vous êtes né riche pdf >>	I	⊕	+2	33 → 33	0	< 0,01	50	15 ●	0	ma...les/	<span style="color: blue;">↗</span>	<span style="color: blue;">↗</span>	

### 3) La plus-value de Masterlife

La plus-value de Masterlife est l'existence d'un panier sur leur site où les clients peuvent effectuer leurs achats en ligne. Les paiements se font via les mobile money.

Masterlife se distingue également par ses services. En plus de ses activités de formations et de coaching privé, elle a une offre de services en matière de team building qui se fait à travers une démarche de coaching d'équipe. Ce service la met en contact direct avec ses clients et la rapproche encore plus des gens.

#### 4) Les contenus

Concernant les contenus, à première vue, nous notons sur le site la présence des boutons dirigeant vers les réseaux sociaux. Ces boutons permettent de s'abonner à leurs pages et de suivre les actualités de l'entreprise sur Facebook et Linkedin.

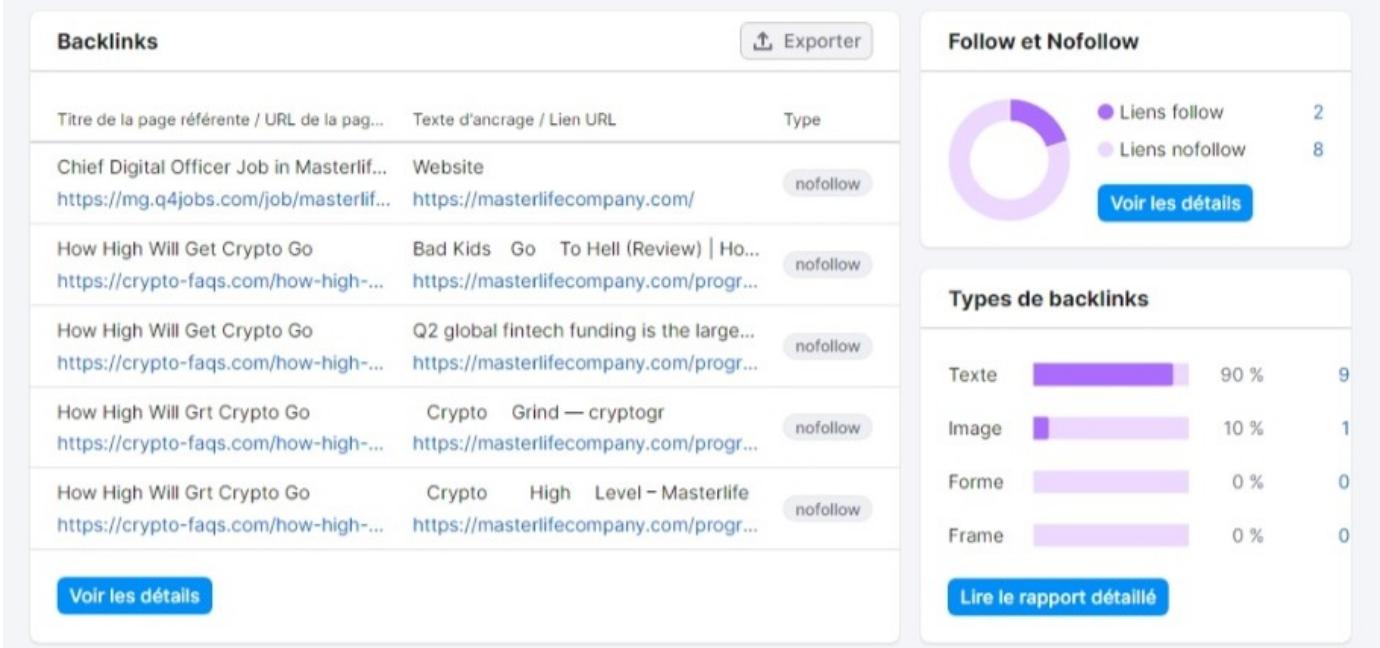
Les contenus présentés sur le site sont pertinents et correspondent bien aux titres de la page.

#### 5) Le Netlinking

Masterlife a 10 backlinks au total dont 2 backlinks en liens follow et 8 backlinks en liens nofollow.



## Backlinks Monde entier Toute la période



Les principaux domaines référents sont

- [Crypto-faqs.com](#)
- [Autositechecker.com](#)
- [Invincible.mg](#)
- [Prostats.org](#)
- [Q4jobs.com](#)

Les meilleurs ancrages sont présentés dans la figure ci-dessous (source : SemRush).

On relève : masterlife company, open link, website, bad kids go to hell (review), q2 global fintech funding ...

Meilleurs ancrages			Domaines référents		
Ancrages	Domaines	Backlinks	Domaine racine	Pays/IP	Backlinks
masterlife company	1	1	crypto-faqs.com	165.227.204.222	5
open link	1	1	autositechecker.com	172.67.202.166	1
website	1	1	invincible.mg	13.33.21.112	1
bad kids go to hell (review)   ...	1	1	prostats.org	173.212.232.151	1
q2 global fintech funding is the la...	1	1	q4jobs.com	159.69.58.52	1

Pages référencées	Exporter
<p>Titre et URL</p> <p>403 Forbidden <a href="https://masterlifecompany.com/">https://masterlifecompany.com/</a></p> <p>Webinaire Money Mindset (regarder maintenant) – Masterlife <a href="https://masterlifecompany.com/webinaire-money-mindset-regarder-maintenant/">https://masterlifecompany.com/webinaire-money-mindset-regarder-maintenant/</a></p> <p>Mindbooster – Part 11 – la meilleure version de vous même – Masterlife <a href="https://masterlifecompany.com/videos/mindbooster-part-11-la-meilleure-version-de-vous-me...">https://masterlifecompany.com/videos/mindbooster-part-11-la-meilleure-version-de-vous-me...</a></p> <p>Page non trouvée – Masterlife <a href="https://masterlifecompany.com/produit/money-mindset-education-financiere-au-xxieme-siecle/">https://masterlifecompany.com/produit/money-mindset-education-financiere-au-xxieme-siecle/</a></p> <p>Crypto High Level – Masterlife <a href="https://masterlifecompany.com/programmes/crypto-high-level/">https://masterlifecompany.com/programmes/crypto-high-level/</a></p>	<a href="#">Exporter</a>

## 6) Le côté technique du site

Masterlife a mis en place la balise title pour chaque page.

La balise meta description est un peu longue. De ce fait, elle a été coupée dans les résultats de recherche. Par contre, elle évoque bien le message que l'entreprise souhaite faire véhiculer pour attirer ses clients cibles.

<https://masterlifecompany.com> ▾ [Mandika an'ity pejy ity](#)

## Masterlife Company

REPROGRAMMEZ VOTRE CERVEAU POUR LA RÉUSSITE ET LA RICHESSE ET  
REPENEZ (ENFIN) LE CONTRÔLE DE VOTRE VIE ! · EMPOWERING PEOPLE ® · Toky...

Les URLs (permalinks) du site sont bien lisibles, courtes, et ont une structure simple. Ils correspondent au titre de chaque page.

Nous notons la présence d'un sitemap sur le site web de Masterlife. Ce sitemap contient au total 19 URLs qui redirigent vers les différentes pages du site.

Un robots.txt existe également au niveau du site.

## 7) L'ergonomie et le design

En ce qui concerne l'ergonomie, la figure ci-dessous présente le temps de chargement et la performance du site (source : PageSpeed).

Mobile Bureau

Découvrez l'expérience de vos utilisateurs

Aucune donnée

Analisez les problèmes de performances



Les valeurs sont estimées et peuvent varier. Le [calcul du score lié aux performances](#) repose directement sur ces statistiques. [Affichez la calculatrice.](#)

▲ 0–49 ■ 50–89 ● 90–100



#### STATISTIQUES

[Développer la vue](#)

■ First Contentful Paint

1,1 s

▲ Speed Index

4,6 s

▲ Largest Contentful Paint

5,4 s

● Time to Interactive

1,5 s

● Total Blocking Time

30 ms

● Cumulative Layout Shift

0,005

D'après cette figure, la performance du site est évaluée à 65%.

L'affichage du premier texte ou la première image se fait après 1,1s. Le chargement d'une page du site prend 4,6s tandis que le texte le plus long ou l'image la plus grande s'affiche après 5,4s.

Le temps nécessaire pour que la page devienne entièrement interactive est de 1,5s.

La somme en millisecondes des périodes entre l'affichage du premier texte ou la première image et le temps nécessaire pour que la page devienne interactive est de 30ms.

Le mouvement des éléments visibles dans la fenêtre d'affichage est de 0,005s.

Concernant le design, le site est bien ordonné et les contenus sont accompagnés d'une image et/ou des illustrations à chaque fois. Les couleurs utilisées sont bien en cohérence.

## 2. Analyse des points techniques les plus importants à respecter lors de la création d'un site internet (respect des balises les plus importantes, structure des URLs, robots.txt, sitemap, etc.), vérification de leur présence et proposition d'une éventuelle solution.

Lors de la création d'un site internet, il y a certains points techniques importants à respecter, à savoir les balises, la structure des URLs (permalinks), la structure Hn des articles (découpage d'un texte long en titres et sous-titres : h2, h3, h4, ...), l'existence d'un robots.txt, le sitemap, etc.

Pour son site web, l'entreprise Thera Conseils a bien tenu compte de la présence de la balise title pour chaque page et des URLs correspondants à chaque contenu. De plus, les URLs du site contiennent le protocole https qui est fortement conseillé par Google.

Cependant, l'optimisation de la balise meta description serait à préconiser. La description doit être de 160-165 caractères afin d'être mieux affichée sur le moteur de recherche.

Dans les contenus de blog, les articles sont découpés en titres et sous-titres. On note la présence de la balise h1 pour le titre de chaque article, les balises h2 et h3 pour les sous-titres de chaque paragraphe. La présence des balises h2 et h3 varie en fonction du contenu. Toutefois, il serait toujours mieux de s'assurer de la présence des balises dans tous les contenus du site.

En ce qui concerne les images, il manque la balise ALT pour certaines images.

La balise ALT permet d'afficher un texte quand l'image n'est pas disponible. Elle est prise en compte par le moteur de recherche et permet de référencer l'image par celui-ci. Pour cela, la présence de la balise ALT constitue un plus dans le référencement du site. Cette balise ne doit pas dépasser les 80 caractères car dans le cas contraire, Google pourrait mal référencer la page. Il

faudrait également vérifier que les images comportent des noms de fichier correspondant à l'image elle-même car les robots exploitent le nom de l'image ainsi que la balise alternative pour établir le classement dans la rubrique images.

En outre, un sitemap a été mis en place au niveau du site pour faciliter le travail des robots. Toutefois, il serait bien de s'assurer de la présence d'un robots.txt.

### **3. Analyse de la stratégie de contenu actuelle et proposition de solutions**

Dans sa stratégie actuelle, l'entreprise dispose d'un blog sur son site. Ce blog consiste à partager des contenus relatifs au domaine d'activité de l'entreprise. Cette dernière n'a pas encore mis en place les étapes permettant d'attirer et de convertir les visiteurs.

Voici quelques solutions qui pourraient améliorer encore plus la stratégie mise en place par l'entreprise, que ce soit dans la stratégie d'acquisition ou la stratégie de conversion.

#### **➤ Première proposition**

Publier des contenus assez souvent (au moins une fois par semaine) tout en tenant compte des balises h1, h2, etc. favorise le référencement du site sur les moteurs de recherche.

Il serait également bien d'utiliser des mots-clés ciblés dans la balise title, dans la balise h1 et dans la balise <body>, et se concentrer un peu plus sur des contenus informatifs.

#### **➤ Deuxième proposition**

Pour faire décoller le tunnel de vente, à travers la stratégie d'acquisition, le landing page constitue une très bonne solution pour récolter les adresses e-mail de la clientèle cible (ou le lecteur) en échange d'un ebook. Une fois que la clientèle cible a pris conscience de son problème, grâce à l'ebook, il se qualifie en lead. Dans cette démarche, l'objectif est de convertir les leads en clients à travers la stratégie présentée dans le tunnel de conversion et leur vendre par la suite les services offerts par l'entreprise.

### ➤ **Troisième proposition**

Une autre solution serait la mise en place d'une newsletter. La newsletter permet de rester en contact avec les prospects et de leur partager de temps en temps les actualités de l'entreprise ainsi que les services en cours ou encore les nouvelles offres qui pourraient les intéresser.

#### **4. Suggestion de 5 sites d'autorité du domaine de l'entreprise en temps que backlinks.**

Les backlinks sont les liens entrants sur le site web provenant des sites externes.

Dans une stratégie de SEO, les backlinks sont très importants car ils ont une grande influence sur le référencement du site web auprès des moteurs de recherche. Les backlinks de qualité augmentent la notoriété d'une page et améliore la réputation du site ce qui lui permet d'être mieux référencé, tandis qu'un mauvais backlink a une influence négative le référencement.

Pour l'entreprise Thera Conseils, nous suggérons les sites ci-après auprès desquels l'entreprise pourrait acquérir des backlinks.

- alternego.com
- penserchanger.com
- blog.goalmap.com
- promethee-devperso.com
- studiosifaka.org

## **PARTIE 6:**

**Audit SEA**

## 1. Campagne sur le réseau de recherche et les meilleurs mots-clés (volume de recherche, CPC, concurrence...)

Mots-clés	Volume de recherche	CPC	Compétitivité
Confiance en soi	14 800	€0,55	15
Comment reprendre confiance en soi	1 600	€0,54	18
Confiance en soi et estime de soi	320	€0,39	7
Estime de soi	8 100	€0,24	0,76

## 2. Rédaction des annonces avec proposition de 7 titres différents et 2 descriptions

Les annonces avec 7 titres différents et 2 descriptions

- Développer sa confiance en soi en 8 façons

La confiance en soi n'est pas donnée à tous. Vos opinions sont valables, au même titre que celles de n'importe qui d'autre.

- Comment avoir confiance en soi ? 10 conseils simples

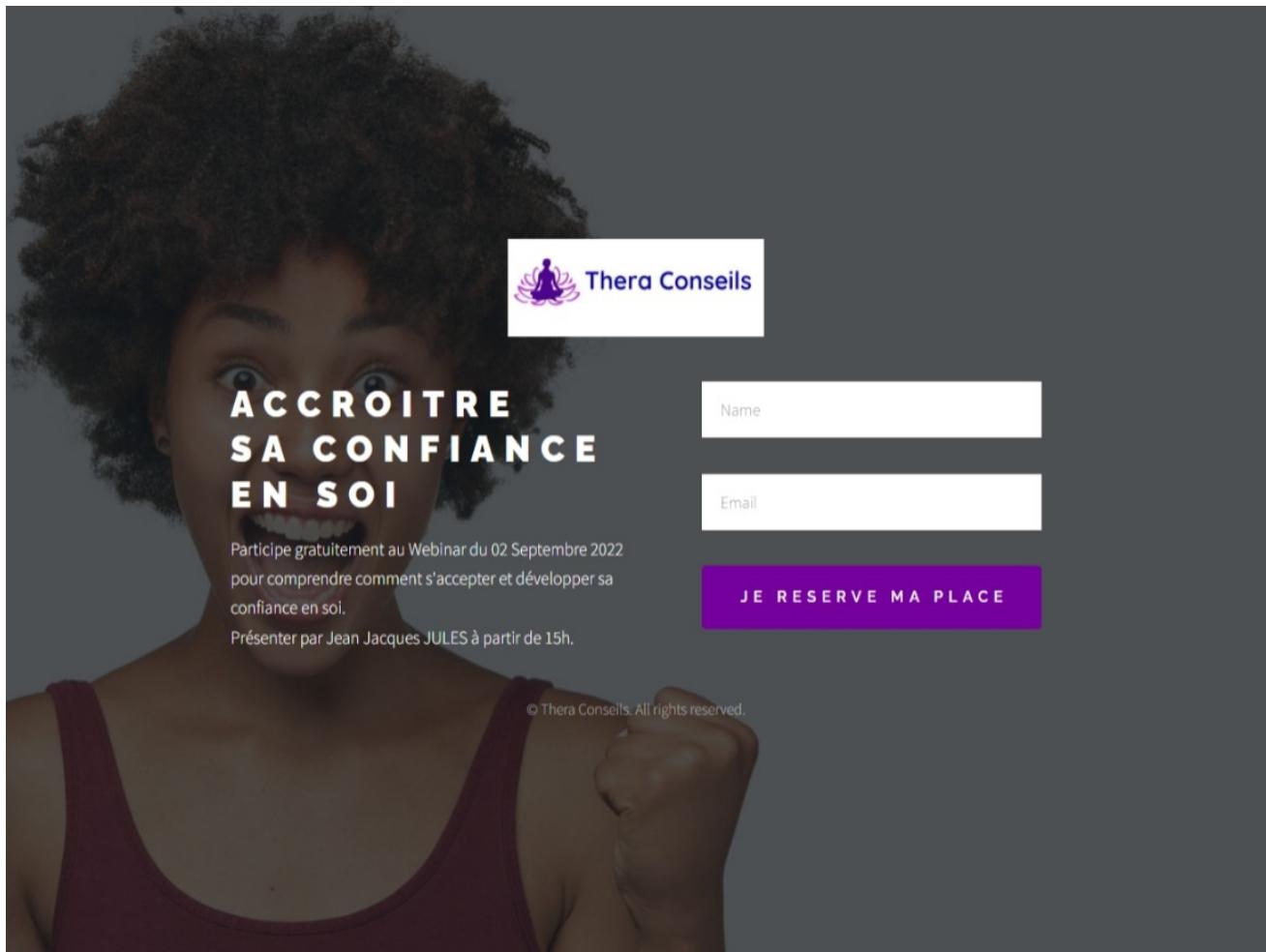
Vous vous demandez comment renouer avec la confiance en soi ? ... personne différente, avec un comportement et un avis différents du sien.

- Accroître sa confiance en soi
- Différence entre confiance en soi et estime de soi
- Les 3 piliers de l'estime de soi
- Le pouvoir de la confiance en soi
- Le principe de confiance
- Comprendre et améliorer son estime de soi
- Comment développer votre estime de Soi ?
- Quels sont les signes du manque de confiance en soi ?

## **PARTIE 7:**

**Rédaction Web**

➤ Landing page



➤ Article de blog

## De la gratitude à l'épanouissement personnel

« Ce n'est pas le bonheur qui nous remplit de gratitude, c'est la gratitude qui nous remplit de bonheur ». Brother David Steindl-Rast

La routine et le rythme à 200 km par jour vous mènent dans un état d'esprit désagréable et pleine de peur. Exprimer de la gratitude permet de vous libérez tout en ayant une croissance personnelle efficace. La gratitude signifie être reconnaissante suite à une action faite, service

rendu ou un bienfait. C'est un sentiment d'affection qu'une personne éprouve. Pour être plus explicite, prenant un exemple que vous pouvez apercevoir dans la vie de tous les jours. Après avoir reçu un café de la part de votre collègue de travail, vous dites merci. Ce petit geste se définit comme de la gratitude envers ce dernier.

### **1) Pourquoi exprimer de la gratitude aux autres et à soi-même**

En mettant en évidence de la gratitude dans votre quotidien, vous goutez à des instants de bonheur les plus inoubliables.

Voici les bienfaits de la gratitude :

-Impacte votre développement personnel, vous aurez des attitudes positives et une meilleure façon de voir le futur.

- Une bonne estime de soi, vous sollicitez vos potentiels et vos défauts ainsi que le bon côté des choses.

-Avoir de la confiance en soi, être en pleine action et bien communiquez et aussi exprimez vos émotions librement

-Vaincre ses peurs, vous devez connaître les causes et changez étape par étape en effectuant une petite action chaque jour.

### **2) Comment adopter de la gratitude dans sa vie**

Les méthodes ou techniques pour émettre de la reconnaissance complètent les conseils que vous recevez lors d'un coaching de développement personnel.

- Ecrire des lettres à soi-même pour les choses que vous souhaitez pardonner par exemple ne pas avoir soucié de votre bien-être intérieur, plaisir aux autres. Cela va vous libérer et vous propulser vers le haut et à atteindre vos objectifs. De plus, vous pouvez émettre votre témoignage sur les plateformes spécialisées ou groupes pour parler de votre cas et être un exemple pour les autres.

- Pratiquer des jeux de gritudes, plus on passe en action plus en obtient des résultats. Vous pouvez jouer du Wiki Gratitude avec vos amies, chacun pense à des choses envers quoi ou qui il se sent reconnaissant. Voici d'autres jeux comme PUZZLE, la liste de merci, méditation sur la gratitude.
- Ecrire dans son journal de gratitude, vous disposez d'un embarrât de choix de modèle, et vous pouvez aussi créer le vôtre. Le but est de prendre du temps pour soi et revoir trois faits ou vous êtes reconnaissants. Cette méthode vous aide à valoriser ce que vous avez faits de bien et non à vos erreurs.
- Dire au moins un mot de gratitude par jour comme Merci. Vous partagez de la joie, de la bonne vibration en faisons l'exercice chaque jour. Après quelque jour de pratique, cela peut devenir une habitude.

Mettre en valeur ses ressentis et émotions demeurent essentiel et important. Peu importe votre situation actuelle, si vous n'êtes pas à l'aise dans votre quotidien on peut vous aider. On vous a concocté des formations sur le développement personnel afin que vous trouviez de nouveau du goût à la vie. Thera conseil vous souhaite le meilleur, pleine de bonheur et soyez heureux.

A bientôt.

## ➤ Article sponsorisé

### Comment développer votre mindset ?

Savez-vous que vous pouvez transformer votre vie grâce à votre mindset ?

Vous vous dites sûrement : « comment est-ce possible ? » Ou encore « Ce n'est pas vrai ».

Pourtant, ce n'est pas un mythe. Et comme on le dit assez souvent : « **Tout est possible à celui qui croit** ». Chaque individu peut développer ou changer son mindset si vraiment il le souhaite.

Développer un bon mindset ne se fait pas du jour au lendemain, cela nécessite du temps. Mais quoi qu'il en soit, vous pouvez commencer à faire le travail dès maintenant pour obtenir des résultats.

Nous vous invitons à lire cet article jusqu'à la fin pour découvrir quelques astuces qui vont vous aider à développer votre mindset. Mais avant d'aborder cette partie, voyons tout d'abord ce que l'on entend par « ***mindset*** ».

## I. Qu'est-ce que le mindset ?

Le mindset est un terme anglais qui signifie « **état d'esprit** » ou « **mentalité** ».

Le mindset a une grande influence sur notre qualité de vie. Il peut nous conduire vers la réussite si on a un bon mindset ; ou dans le cas contraire, nous conduire vers l'échec si on a un mauvais mindset.

De ce fait, il est nécessaire de faire un **travail sur soi** pour avoir le « **bon mindset** » qui correspond à ce que l'on désire obtenir dans la vie et de bien l'entretenir autant que possible pour garantir les résultats sur le long terme.

Si vous souhaitez lancer votre propre projet et devenir indépendant, vous pouvez développer un mindset d'entrepreneur et garder un cap dans le positif pour réussir dans votre carrière.

## II. Comment faire pour développer votre mindset ?

De nombreuses personnes souhaitent développer leur mindset pour atteindre leurs objectifs et passer à la vitesse supérieure dans leur vie.

Pour ce faire, voici 4 astuces que vous pourrez appliquer dès maintenant pour développer votre mindset :

### ➤ Penser de manière positive

Vous avez sûrement déjà entendu cela maintes et maintes fois. Mais **pour avoir des résultats positifs, il faudrait penser de manière positive**. Vos pensées doivent être alignées avec vos désirs.

Sinon comment pourriez-vous espérer obtenir un résultat différent si vous entretenez les mêmes pensées qu'hier ? Ou encore comment pourriez-vous avoir des résultats positifs si vous nourrissez constamment des pensées négatives ?

Dans tous les cas, nourrir des pensées positives vous aidera à développer un mindset positif.

### ➤ Se fixer des objectifs

Pour réaliser vos projets et vos désirs, et avancer dans la vie, vous devriez fixer des objectifs. Cela pourrait être un ou des objectif(s) journalier(s), des objectifs hebdomadaires, etc. Cette étape est très importante car elle vous aide à avoir de la vision vers votre avenir.

Le fait d'avoir un objectif vous servira comme guide et une fois que vous aurez atteint votre objectif, vous vous sentirez plus heureux. Cela vous pousse encore plus à aller de l'avant. Cette nouvelle sensation aura certainement un impact positif sur votre mindset.

### ➤ Se former

C'est toujours bien de découvrir et d'apprendre de nouvelles choses. Le cerveau en sera stimulé !

Comme le temps évolue, il est important de se former pour mettre à jour les connaissances que vous avez acquises, mieux encore vous développerez de nouvelles compétences sur des sujets que vous n'avez pas maîtrisés auparavant. Cela vous sera très bénéfique que ce soit pour votre développement personnel ou professionnel. Et quand on connaît une nouvelle chose, on se sent plus motivé à mettre en pratique nos nouvelles connaissances. Avez-vous remarqué cela ?

### ➤ Passer à l'action

La dernière étape est de passer à l'action. Dès que vous avez défini votre objectif, n'hésitez pas à passer à l'action. C'est l'étape la plus importante pour obtenir des résultats.

Peu importe les moyens que vous avez à votre disposition, peu importe ce que vous avez réalisé jusque là, même si vous éprouvez de la peur au fond de vous, prenez votre courage et AGISSEZ car **l'action est la clé de la réussite.**

N'attendez pas le meilleur moment pour agir car cela risque de ne jamais arriver. Commencez dès maintenant à réaliser ne serait-ce qu'une toute petite chose pour faire la différence. Cela augmentera votre confiance en soi et boostera votre mindset.

Nous espérons que cet article vous a aidé. Si vous souhaiteriez suivre une formation ou bénéficier d'un coaching pour aller plus loin, nous vous invitons à cliquer [ici](#).

« **Seul on va plus vite, ensemble on va plus loin.** » Proverbe Africain

## CONCLUSION

Pour conclure, avoir une présence dans le digital s'avère important pour toute organisation (une entreprise, une association, une ONG, etc.). Cela développe la visibilité de l'organisation, augmente sa notoriété.

Avoir une présence en ligne l'aide également à asseoir son identité si elle veut rester compétitive sur le marché, lui permet de mieux communiquer avec ses cibles tout en étant plus proche d'eux, d'attirer de nouveaux prospects, et d'améliorer ses résultats financiers. De nombreux avantages s'offrent aux organisations dans cet axe.

Dans l'ère du digital, l'utilisation des diverses méthodes favorise la mise en place d'une bonne stratégie marketing pour optimiser les résultats de l'organisation et l'aider à atteindre ses objectifs sur le long terme.

Comme l'entreprise Thera Conseils souhaite développer sa visibilité dans le digital, voici un récapitulatif des étapes à suivre pour l'aider à réussir ses premiers pas suite au travail d'analyse réalisé.

La première étape consiste à mettre en place les stratégies nécessaires pour marquer la présence de l'entreprise dans le digital.

La deuxième étape étant la mise en place des outils pour attirer la clientèle cible et les convertir en lead.

La troisième étape se base sur la phase de conversion des leads en prospects puis en clients.

La dernière étape est la conclusion de vente suivie d'un bon entretien de la relation clientèle.

En bref, de nombreuses opportunités s'offrent à l'entreprise Thera Conseils grâce à sa présence dans le digital.