

SAYNA-MARKETING-EVALUATIONF-072022

Programme D-CLIC

Spécialité : Marketing

Évaluation Finale - L'agence

Marketing

PARTIE 1: L'agence Marketing

1. Nom d'agence et un logo simple :

Le groupe est constitué de quatre jeunes femmes et d'un seul homme. Nous avons nommé notre groupe **V@lkyrie** pour plusieurs raisons :

- Dans la mythologie nordique, le nom valkyrie représente le personnage d'une femme guerrière, tout comme les femmes dans ce groupe.
- Eh oui, tous les défis, toutes les étapes qu'on a réussi à franchir, tous ce qu'on a pu accomplir jusqu'à maintenant font de nous des warriors.
- Nous pouvons toujours trouver un moyen pour faire avancer les choses et une fois que nous avons pris une décision sur quelque chose, rien ne peut nous arrêter. Nous avons foi et espoir en l'avenir.
- Le « V » dans V@lkyrie représente l'initiale du nom Vagno qui est le seul et unique homme du groupe.

Notre logo :



On a choisi cette couleur noire pour son côté carré et classe. Le logo est composé d'un icône représentant un casque de guerrier, du nom de notre groupe « Valkyrie » avec comme spécificité, l'utilisation de l'arobase (@) à la place de la lettre « a ». Et en toute dernière ligne, la dénomination de notre entreprise. La couleur typographique est le blanc et les polices utilisées sont Connemara Old Style Pro bold pour le titre et Nordin free regular pour le sous-titre.

Pour le côté esthétique du nom V@lkyrie, on a choisi d'utiliser « l'arobase » pour remplacer le « a » afin de prouver que nous sommes une agence numérique.



2. Organisation de travail dans l'équipe pendant 2 semaines:

a. Tâches de chacun dans le projet :

Fulgeoline : partie 3 Audit et étude de marché

Vagno : partie 4 Marketing et Communication Digital

Pela : partie 5 Audit SEO

Michaëlla : partie 6 Audit SEA

El-Sarah : partie 7 Rédaction Web

b. La manière dont nous avons divisé les tâches :

Comme nous sommes 5 dans le groupe il est évident de répartir les tâches pour réaliser le projet.

Lors de l'entrevue avec le client, il y a celle qui a pris le rendez-vous, puis il y avait un porte-parole pendant l'interview. Certaines ont pris des notes et d'autre a fait des enregistrements audio.

Pendant la réalisation du projet dans l'espace de travail, chacun a également son rôle respectif, il y a ce qui est responsable de la saisie, celui qui se charge de la recherche, celle qui se concentre sur la vérification et de la rectification, et un autre qui s'occupe de noter les points importants.

Vu que c'est un travail d'équipe, la participation de chaque membre du groupe compte beaucoup et les rôles sont complémentaires.

c. La manière dont nous avons priorisé les tâches :

Toutes les parties du sujet sont prioritaires donc on a choisi de les traiter par ordre de leur classement.

d. Les outils de communication, outils de gestion de projet et outils d'organisation utilisés pour coordonner les actions d'équipe.

Les outils de communication que nous utilisons sont : Discord, Messenger.

Pour coordonner les actions d'équipe, on a choisi le Trello comme outil de gestion et d'organisation du projet.



PARTIE 4 : Le client et son entreprise

1. La manière dont nous avons démarché notre client :

L'un des membres du groupe savait déjà l'existence de l'entreprise ART LANTO DESIGN. Nous avons donc décidé de faire notre petite recherche sur internet, et nous pensons que ce serait intéressant de faire l'étude de cas de cette entreprise.

2. Présentation de notre client :

a. L'histoire de l'entreprise :

ART LANTO DESIGN est une petite entreprise artisanale fondée par RAKOTOARIVELO Lantoniaina Malala promoteur dans un concours de projet organisé par Pôle Intégré de Croissance Tuléar (Projet PIC) en 2017. En 2018, l'entité a pu maîtriser la technique de tressage et à former son équipe. Et cette entreprise est constituée des 13 ouvriers, 1 Co-gérant qui s'en charge de la communication de l'entreprise et la relation interne, 1 Gérante.

Présente sur le marché en 2019, l'entreprise a commencé la vente et a participé à de nombreux événements comme la vente exposition lors de la célébration de la journée internationale des femmes du 08 mars.

Elle a également participé à la foire « Andrarangy », Foire Régionale Economique Atsimo Andrefana « Andrarangy » du 28 au 31 octobre 2021 qui s'est déroulé dans le gymnase couvert de Tuléar.

b. Son activité :

La société est spécialisée dans l'artisanat. Elle fait des produits à base de fibre végétale appelée Jonc de mer ou Boboky de Belalanda.

c. Ses clients :

Les hôtels et restaurants, les particuliers, les touristes nationaux et internationaux, les amateurs de décoration naturelle, revendeur local et exportateur.

d. Localisation :

L'atelier se trouve dans la région Atsimo-Andrefana, plus précisément dans la commune rurale de Mitsinjo Betanimena.

e. Produit proposé :

Pour l'instant, l'entreprise ne fait que produire et vendre des articles de décoration, des différents types de rangement et des sets de table. Mais elle envisage de proposer un service de location de ces articles plus tard.

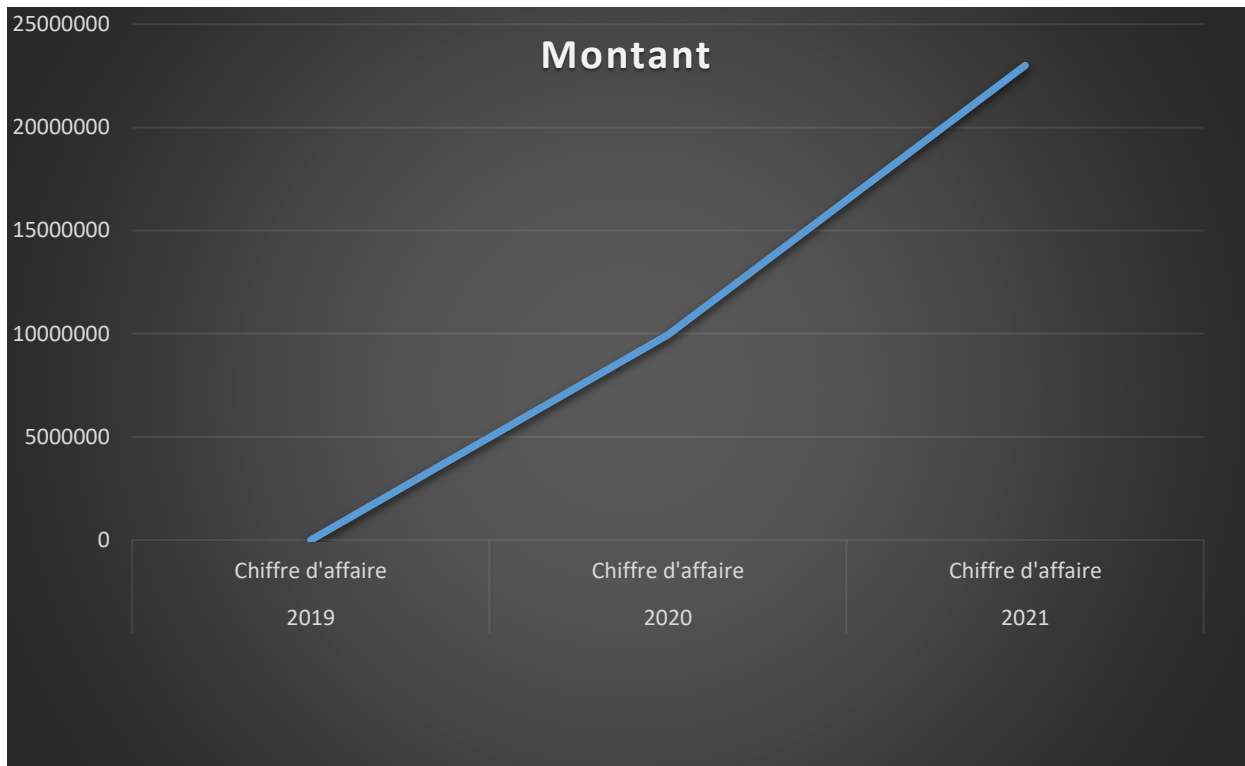
f. Chiffre d'affaires de l'entreprise :



Selon la responsable, le chiffre d'affaire de l'entreprise est croissant, autrement dit, il a connu une forte augmentation depuis 2019.

- 2019 : l'entreprise n'a pas tenu sa comptabilité.
- 2020 : 9.949.000 ariary
- 2021 : 23.000.000 ariary

La hausse de ce dernier chiffre d'affaire est grâce au contrat de prestation de service réalisé en tant que formateur de tressage.



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

- Stratégie marketing efficace
- Présence sur les réseaux sociaux
- visibilité

4. Analyse de la communication existante de notre client :



- a. **Réseaux sociaux :** nombre d'abonnés, taux d'engagement, type de contenus publiés, sujet sur lesquels l'entreprise publie
- Réseaux sociaux : Facebook
 - Nombre d'abonnés : 2.613 de personnes, nombre de j'aime : 2535
 - Taux d'engagement :
 - Type de contenus publiés : photos, vidéos, des petits textes descriptifs.
 - Sujet sur lesquels l'entreprise publie : Vente et publicité
- b. **Site : construction du menu, SEO :**
- Aucun
- c. **Autres présences dans le numérique :**
- Aucun
- d. **Présence digital :**

L'entreprise que nous avons choisie possède déjà une page sur le réseau social Facebook. Et pour l'instant elle n'envisage pas d'élargir cette visibilité dans les autres réseaux sociaux pour pas mal de raisons :

D'abord la responsable de l'entreprise pense que la création d'un site e-commerce n'est pas primordiale. Selon la responsable, elle n'est pas disponible à gérer plusieurs réseaux sociaux à la fois. Vu leur faible capacité de production, l'entreprise n'est pas en mesure d'embaucher quelqu'un pour s'en charger.

5. **Récapitulation de ce qui existe et ce qui manque à notre client en termes de communication digitale**

En résumé, notre client n'est présent que sur Facebook. Donc il lui manque la visibilité sur les autres réseaux de recherches et réseaux display

PARTIE 3: Audit et étude de marché

1. **Etudier de marché sur lequel est notre client :**
- a. **Les facteurs au niveau macro-environnemental à l'aide de la matrice PESTEL**

POLITIQUE	ÉCONOMIQUE	SOCIOLOGIQUE	TECHNOLOGIQUE	ENVIRONNEMENTAL	LÉGAL
Stabilité politique au niveau local et national est encore faible. Le secteur de l'artisanat est peu	Tuléar est parmi les villes à forte taux de chômage. Bienqu'Art Lanto Design soit une petite entreprise	Mesures relations aux droits des salariés : les salariés d'Art Lanto Disegn sont payés suivant	La vente en ligne sur Facebook est efficace pour Art Lanto Design. En outre, la présence	L'activité d'Art Lanto Design a un impact négatif sur l'environnement. Pour l'entité, la matière première nécessaire à	L'entrepreneuriat d'Art Lanto Design est une forme d'artisanat bien connue et prend

<p>considéré dans la politique du gouvernement tant au niveau local qu'au niveau national. D'ailleurs, la visibilité et la distribution de produit d'Art Lanto Design est favorisée par des revendeurs locaux et exportateurs.</p> <p>Par conséquent, la politique adapter à ce secteur d'activité risque de décourager la volonté de production pour les artisans Malgache. Pour Art Lanto design, sa politique de distribution peut risquer la perte de place sur le marché international.</p>	<p>artisanale, elle génère d'emploi pour 13 tisserandes locales dans sa zone d'implantation. Par observation du chiffre d'affaire de l'entreprise, on constate qu'il y a évolution du pouvoir d'achat c'est-à-dire le prix des produits de l'entreprise est abordable par rapport au revenu des consommateurs.</p> <p>Malgré la faiblesse de la capacité de production de l'entité, la demande des consommateurs est largement supérieure. Ce qui prouve la confiance des consommateurs à la qualité de la marque Toliara Handcraft.</p>	<p>la performance de production de chacun.</p> <p>Evaluation de la population de la zone chalandise : l'activité de l'entreprise est non seulement traditionnelle mais aussi une source de revenu pour certaine population. Dans ce cas, l'entreprise est avantagée pour la transmission de ses messages, tout en tenir compte des messages qualifiés racistes.</p>	<p>dans les autres réseaux est suggérée à l'entreprise.</p>	<p>la production est le jonc de mer ou « Boboky » de Belalanda. Par contre, dans le but de respecter la loi portant charte de l'environnement Malagasy, La société exige la qualité de la matière première utilisée. L'entreprise propose également un type de produit utile pour contenir des pépinières.</p>	<p>considéré dans la loi portant sur l'environnement.</p>
--	--	---	---	--	---

b. Ses forces de Porter :

5 forces de PORTER

Menace des nouveaux entrants	<ul style="list-style-type: none"> le montant moyen des investissements initiaux nécessaires pour se lancer est : dix dollars (10\$) le niveau de réglementation pour pouvoir exercer l'activité : <ul style="list-style-type: none"> C'est une entreprise formelle. la taille critique à atteindre pour être rentable : <ul style="list-style-type: none"> gains de notoriété et la part de marché
Degré de rivalité avec les concurrents	<ul style="list-style-type: none"> le nombre de concurrents sur le marché : <ul style="list-style-type: none"> sur le marché local : néant sur le marché national : 20 la taille des entreprises concurrentes et leur diversité : <ul style="list-style-type: none"> ses concurrents sont en générale des Petites et Moyennes Entreprises (PME). le degré de différenciation des concurrents : <ul style="list-style-type: none"> au niveau de production : par rapport à ses concurrents, seul Art Lanto Design fabrique de bac à linge. Au niveau de la communication : la majorité de ses concurrents ont déjà la présence digitale. la croissance du marché : <ul style="list-style-type: none"> la marque Toliara Handicraft est très convoitée sur le marché national.
Menace des produits de substitution	<ul style="list-style-type: none"> les avantages et les inconvénients de produits de substitution :

	<ul style="list-style-type: none"> - Avantage : le style de tressage unique sur le marché national. - Inconvénients : le style de tressage unique risque de changer l'image du produit aux yeux de consommateur. • le degré de facilité, pour un client, de changer de fournisseur : <ul style="list-style-type: none"> - la couleur du produit est naturelle. • le rapport entre la valeur des produits de substitution et leur prix. <ul style="list-style-type: none"> - Le prix est abordable et correspond à la valeur de produit.
Pouvoir de négociation des fournisseurs	<ul style="list-style-type: none"> • le nombre et la taille des fournisseurs : <ul style="list-style-type: none"> - deux fournisseurs individuels. (02) • le degré de rareté des produits vendus par les fournisseurs : <ul style="list-style-type: none"> - toujours disponible. • le coût d'un changement de fournisseur : <ul style="list-style-type: none"> - non facturer
Pouvoir de négociation des clients	<ul style="list-style-type: none"> • le nombre de clients et leur poids respectif dans l'activité : <ul style="list-style-type: none"> - 100 clients. • la taille des clients, et leur localisation :

c. Les facteurs au niveau micro-environnemental à l'aide de la matrice SWOT



FORCES	FAIBLESSES
<ul style="list-style-type: none">• La matière première nécessaire à la production se trouve dans la même région que la zone d'implantation de l'entreprise.• Pas de concurrent direct sur le marché local.• Une gamme très variée de produits.• Connue sur le marché local et national.	<ul style="list-style-type: none">• Faible capacité de production.• Fréquente rupture de stock.• Manque d'espace de stockage.• Produit sans marque.• Les majorités des produits sont trop encombrants pour les touristes.• Outil de production archaïque.
OPPORTUNITÉS	MENACES
<ul style="list-style-type: none">• Développer une boutique en ligne, avoir un système de clic.• S'associer avec des grandes surfaces, en tant que nouveaux canaux de distribution• Elargir l'activité en visant le marché internationale.• Augmenter la visibilité sur les réseaux sociaux.• Proposition de service de location.	<ul style="list-style-type: none">• Risque d'insuffisance de la quantité de matière première dû à l'exploitation abusive et non renouvelé.• Mécontente du client suite à la rupture de stock fréquente.

d. Résumé récapitulant les différents éléments à prendre en compte pour la mise en place de notre stratégie.

Pour la mise en place de notre stratégie, nous tenons en compte : la capacité financière de notre client pour faire une dépense; les avantages que la société peut bénéficier ; La capacité de production de notre client par rapport à la demande sur le marché et la positionnement du concurrent sur le marché.

2. Analyse des concurrents de l'entreprise sur le marché local / national / voir international selon le client ainsi que son ambition de développement.

a. Les 2 concurrents directs et 1 concurrent indirect de votre client.

➤ Les 2 concurrents directs :

- ATY MDG

➤ Le concurrent indirect :- marché local

b. Un paragraphe présentant l'entreprise et ses différentes gammes de produits/services, pour chacun des concurrents.

- ✓ Valiha Madagascar : Une entreprise de création de pièces d'exception aux lignes singulières, aux jeux de matières raffinés et dans un esprit artisanal chic.
Décoration intérieure et des accessoires à base de fibre naturelle sisal.
- ✓ ATY MDG : une entreprise de décoration intérieure qui privilège les fibres naturelles comme : le sisal, le raphia et la fibre de coco pour les petites décorations.
- ✓ Marché local : vendeur au marché de coquillage à Tuléar.

c. Analyse de la communication de chacun des concurrents.

- i. Réseaux sociaux : nombre d'abonnés, taux d'engagement, type de contenus publiés, sujet sur lesquels l'entreprise publie
 - Valiha Madagascar :
 - Facebook : nombre d'abonnés : 5807 de personnes
 - Taux d'engagement :
 - Type de contenus : photo, texte
 - Sujet traité dans les publications : publicité et vente
 - ATY MDG :
 - Facebook : nombre d'abonnés : 908 de personnes
 - Taux d'engagement :
 - Type de contenus : texte, photo
 - Sujet traité dans les publications : publicité et vente des articles
- ii. Site : construction du menu, SEO → s'appuyer sur la ressource "Audit SEO - Évaluation finale.xlsx"
- iii. Autres présences dans le numérique



d. Le positionnement de notre client face à ses concurrents à l'aide d'un mapping concurrentiel.

e. Le Marketing Mix de votre client (Produit, Prix, Distribution, Communication)
→ Matrice marketing mix

Produits		Prix	Distribution	Communication
Types de produits	Gamme de produit			
<u>Poufs</u> (produit commercial)	Dimension : D/H 60 cm / 30cm 60 cm / 18 cm	40 000 Ar	❖ Distribution sélective sur le marché local : Limiter leur nombre sur le marché. ❖ Distribution intensive sur le marché national et international, où la société a beaucoup de client et peut booster leur acquisition de trafic.	✓ Publicité sur les réseaux sociaux ✓ Promotion sur le marché local et national
	50 cm / 30 cm 50 cm / 18 cm	30 000 Ar		
	40 cm / 30 cm 40 cm / 18 cm	20 000 Ar		
<u>Panier</u> (Produit commercial)	Panier Carré : L / L/ h 35 cm / 15 cm / 30 cm 25 cm / 12 cm / 22 cm	9 000 Ar	❖ Distribution sélective sur le marché local : Limiter leur nombre sur le marché. ❖ Distribution intensive sur le marché national et international, où la société a beaucoup de client et peut booster leur acquisition de trafic.	✓ Publicité sur les réseaux sociaux ✓ Promotion sur le marché local et national
	Panier Picnic : L / L/ h 35 cm / 25 cm / 25 cm	20 000 Ar		
	Panier Cabas du Sud 50 cm / 15 cm / 30 cm 34 cm /12 cm / 25 cm	9 000 Ar		
<u>Rangement décoratif multi-usage</u> (Produit commodité) de	Rangement rectangle : L / L/ h 15 cm * 11 cm 17 cm * 13 cm 21 cm * 15 cm 25 cm * 19 cm 35 cm * 25 cm	A partir de 5 000 Ar	❖ Distribution intensive sur le marché local, national et international.	✓ Publicité sur les réseaux sociaux ✓ Promotion sur le marché local et national

	34 cm * 32 cm 50 cm * 30 cm 50 cm * 45 cm			
	Rangement carré : 10 cm, 15 cm, 20 cm, 25 cm, 30 cm ; 33 cm.	A partir de 5 000 Ar		
<u>Boîte de rangement décoratif multi-usage</u> (Produit de commodité)	Rectangle : L / l / h 15 cm * 11 cm 17 cm * 13 cm 21 cm * 15 cm 25 cm * 19 cm 35 cm * 25cm 34 cm * 32 cm 50 cm * 30 cm 50 cm * 45 cm	A partir de 7 000 Ar	❖ Distribution intensive sur le marché local, national et international.	✓ Publicité sur les réseaux sociaux ✓ Promotion sur le marché local et national
	Carré : 10 cm, 15 cm, 20 cm 25 cm, 30 cm, 33 cm	A partir de 7 000 Ar		
<u>Corbeille rond</u> (Produit de commodité)	60 cm, 50 cm, 40 cm, 33 cm, 25cm, 20 cm, 15 cm	A partir de 3 000 Ar sans couvercle. A partir de 5 000 Ar avec couvercle.		✓ Publicité sur les réseaux sociaux ✓ Promotion sur le marché local et national
<u>Set de table</u> (Produit commercial)	Rond 6 pièces 25 cm, 30 cm, 35 cm	A partir de 15 000 Ar	❖ Distribution sélective sur le marché local :	✓ Publicité sur les réseaux sociaux ✓ Promotion sur le marché local et national
	Rectangle : 40 cm / 30 cm	A partir de 35 000 Ar	<p>Limiter leur nombre sur le marché.</p> <p>❖ Distribution intensive sur le marché national et international, où la société a beaucoup de client et peut booster leur acquisition de trafic.</p>	

3. Il est temps d'analyser les clients de l'entreprise

a. Les cibles de notre client sont :

- Cœur de cible : personne physique entre 30 ans à 60 ans.



Ce sont les personnes qui connaissent son goût et son style de décoration.

- Cible primaire : les particuliers, les amateurs de décoration naturelle.

Les jeunes entre 23 ans et 25 ans qui ont leur source de revenu et qui connaissent leur besoin en article de décoration intérieure.

- Cible secondaire : les touristes et amateur de décoration internationale.

Construire la persona pour le cœur de cible et la cible Primaire.

Vous pouvez utiliser le site suivant pour réaliser votre persona : [Xtensio](#)

b. Le persona du cœur de cible :

Gladys



Bio

Gladys, 30 ans. Elle aime les défis et elle veut à tout prix atteindre ses objectifs, elle aime gagner beaucoup d'argent. En tant que gérante d'hôtel, elle a toujours emploi du temps très chargé mais cela ne l'empêche de faire des activités comme la danse et le sport pour se mettre en forme. Elle passe ses temps dans les plateformes d'apprentissage en ligne car elle aime également l'informatique. Concernant la décoration intérieure, elle est une amatrice des objets naturels. Elle aime les choses simples, basiques et surtout très classes.

Goals

- Avoir beaucoup d'argent
- Attirer des clients dans mon hôtel
- Réussir dans la vie

Frustrations

- Ne pas réussir
- Ne pas être au niveau et perdre
- Quand je ne termine pas au bout ce que je fais.

Personality

Introvert	Extrovert
Analytical	Creative
Loyal	Fickle
Passive	Active

Preferred Channels

Chrome
Mobile
Email
Traditional Ads

Motivation

Price
Comfort
Convenience
Speed
Loyalty/Miles

Brands

KAYAK lyft ACE HOTEL Expedia

Age: 30
Work: Gérante d'hôtel
Family: Mariée
Location: Toliara
Character: Fort caractère

Organized Practical
Protective Hardworking

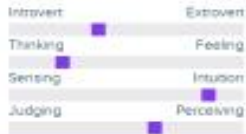
Le persona de la cible primaire :

Mireille



Age: 25
Work: Assistante dans une ONG
Family: Fiancée
Location: **Toliara**
Character: **Introverti**

Personality



Trait 1 Trait 2 Trait 3 Trait 4

Goals

- Avoir un emploi stable
- Avoir une vie parfaite
- Accroître mes compétences
- Voyager dans le monde, découvrir différentes cultures

Frustrations

- Peu de temps libre
- Problème financier

Bio

Mireille, 25ans, née et grandi à Toliara. Fille unique mais bien entourée. "J'aime bien être dans un confort, une routine, la preuve je suis restée dans le même établissement de la maternelle jusqu'en terminal. Je suis introvertie mais je commence tout juste à m'ouvrir aux gens : c'est un travail sur moi. J'ai tendance à mettre des réserves sur les choses qui me semblent nouvelles pour moi, ce qui fait que je prends très peu de risque dans ma vie. Elle a un style de déco handmade, autrement dit, elle aime les objets faits à main."

Motivation



Brands & Influencers



Preferred Channels



DO NEXT  Customer Journey Map

PARTIE 4 : Marketing et Communication Digital

1. Les objectifs que nous avons fixés avec notre client sont :

- Avoir une meilleure visibilité sur internet.
- Booster le nombre d'abonnés et les visiteurs du site.
- Optimiser le commerce en ligne.

2. Les moyens de communication existant de notre client sont :

Owned	
SEA (publicité sur les réseaux sociaux)	Facebook
Annonce sur moteur de recherche (Google)	Aucun
Display (Affiche, pub dans magazine...)	Aucun
Article sponsorisé (blog)	Aucun
Paid	
Site Internet de la marque	Aucun
Blog de la marque	Aucun
Réseaux sociaux (préciser lesquels)	Facebook : Toliara Handicraft
Newsletter/emailing	Aucun
Vidéo	Lien : https://m.facebook.com/pg/Toliara-handicraft-110786297318857/videos/?ref=page_internal&mt_nav=0
Earned	
Influenceurs	Aucun
Mention sur les réseaux sociaux	Aucun
Lien ou mention sur un blog	aucun

Avis de consommateurs	Aucun
Article de presse	L'express de Madagascar, Édition spéciale FIM 2022

3. Ceux que nous souhaiterions lui créer sont :

- Compte et page sur les réseaux sociaux (Facebook, YouTube, Instagram, Twitter, LinkedIn)
- Site Web.
- Blog personnel pour la marque.
- Newsletter.

Argumentation : Art Lanto Design est une petite entreprise qui a une faible présence sur les réseaux. Par contre elle est connue quasiment dans toutes les grandes villes de Madagascar. La raison pour laquelle nous souhaitons de lui mettre en place ces moyens de communication indispensable à sa croissance.

4. La ligne éditoriale de notre stratégie de communication.

- ❖ Message à faire passer : Art Lanto Design offre les meilleurs articles de décoration intérieure pour une cérémonie, les produits de son client, ainsi qu'à l'intérieur de la maison.
- ❖ Cible : les amateurs de décoration naturelle, que ce soit personne physique ou personne morale.
- ❖ Supports de communication : support numérique
- ❖ Types de contenus à produire : vidéo, article, photo, stories
- ❖ Veille concurrentielle :

Concurrents	Produits	Prix	Moyen de communication
Valiha Madagascar	<ul style="list-style-type: none"> • Poufs • Set de Table • Tapis • Sac en sisal • Pochette en raphia 	Prix élevé par rapport à la valeur maximum de produit de commercial chez Art Lanto design.	Facebook : valiha Madagascar Instagram : valihamdg
ATY MDG	<ul style="list-style-type: none"> • Poufs • Set de table • Tapis • Rangement • Panier 	Prix élevé par rapport à la valeur maximum de produit de commercial chez Art Lanto	Facebook : ATY MDG



		design.	
--	--	---------	--

❖ **Thématiques** : Mode

5. Le Tunnel de conversion d'Inbound Marketing pour chaque phase des moyens de communication

Tunnel de conversion	Moyens de communication
Attire les visiteurs	Site web et blog
Transformer les visiteurs en leads ou prospects	Site web et Newsletters
Transformer les leads en client	Facebook, YouTube, Twitter, LinkedIn et Instagram
Fidéliser les clients	Newsletters

6 et 7. les actions mises en place selon le tunnel de conversion de l'inbound Marketing afin de promouvoir l'activité de notre client avec 'objectif de SMART de chaque, les KPI que nous prenons en compte dans notre stratégie à chaque niveau du tunnel de conversion et les action à mettre en place.

MOYEN DE COMMUNICATION	ACTION REALISEE	OBJECTIF SMART	KPI
Site Web	Création : Tuléar-Handicraft.fr	Pour permettre au client d'Art Lanto Design d'avoir plus d'information sur les articles de produits.	Nombre de visites Visiteurs Uniques La durée de la visite Taux de rebond Nombre de formulaires remplis
Blog	Création: ArtLantoDesign.com	Pour faire connaître la marque Tuléar Handicraft et aussi d'acquérir des trafics.	Nombre de visites Visiteurs Uniques La durée de la visite Taux de rebond

Facebook	Optimiser la page existante : Tuléar Handicraft – Home Facebook	Avoir le maximum d'abonné à convertir en client et de le faire connaître tous les moyens de communication d'Art Lanto Design. Pour pouvoir publier des contenus et des démonstrations de la qualité de ses produits.	Volume d'abonnés Les partages Les mentions La portée
Instagram	Création compte professionnel : Tuléar Handicraft - Instagram	Pour pouvoir publier le calendrier éditorial regroupant les informations à publier et les journées importantes concernant le produit artisanal pendant lesquelles Art Lanto Design vont participer.	Volume d'abonnés Les partages Les mentions La portée
Twitter	Création : Tuléar @ Handicraft - Twitter	Pour trouver et interagir avec ses clients. Pour améliorer sa visibilité sur les moteurs de recherche. Améliorer la réputation de la marque.	Volume d'abonnés Les partages Les mentions La portée
YouTube	Création : Tuléar Handicraft – You Tube	Pour publier des vidéos démontrant la qualité et l'utilité des articles produits par Art Lanto Design. pour attirer ses clients. Pour Augmenter sa visibilité.	Volume d'abonnés Les partages Les mentions La portée
LinkedIn	Création : Tuléar Handicraft	Simplifier la relation avec les leads	Volume d'abonnés Les partages



	ILinkedin	professionnels (particulier ou entité) pour pouvoir les transformés en client.	Les mentions La portée
Newsletter	Création :	Pour fidéliser ses clients et établir une relation avec eux.	Volume d'inscription à la liste de diffusion.

8. Construction de calendrier éditorial sur 2 mois :

MOIS	EVENEMENTS
AOUT	FIER MADA 2022
SEPTEMBRE	-
OCTOBRE	FOIRE ANDRARANGY

9. Création différents types de contenus que nous avons proposés à notre client :

- ✓ vidéo :
- ✓ Article :
- ✓ Photos :
- ✓ Stories :

10. Le budget de notre stratégie de marketing / communication digitale est évalué à :

❖ 1 000 000ar

PARTIE 5: Audit SEO

1. Analyser de la concurrence :

Concurrents	Produits	Prix	Moyen de communication
Valiha Madagascar	<ul style="list-style-type: none"> • Poufs • Set de Table • Tapis • Sac en sisal • Pochette en raphia 	Prix élevé par rapport à la valeur maximum de produit de commercial chez Art Lanto design.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Facebook : valiha Madagascar ▪ Instagram : valihamdg
ATY MDG	<ul style="list-style-type: none"> • Poufs • Set de table • Tapis • Rangement • Panier 	Prix élevé par rapport à la valeur maximum de produit de commercial chez Art Lanto design	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Facebook

2. Les points techniques les plus importants à respecter lors de la création d'un site internet :

- Création d'un site qui répond aux besoins de la cible
- Enrichissement des contenus Web
- Structuration de la page Web et leurs contenus.
- Exploitation du pouvoir de lien sur le Web

3. Proposition d'une stratégie de contenu à mettre en place :

Pour la stratégie de contenu à mettre en place, nous proposons de créer un blog pour l'entreprise parce que le blog est l'outil idéal pour gagner la confiance des consommateurs. Un blog permet d'attirer l'attention sur l'activité de l'entreprise, il permettra de créer des liens entre l'entreprise et les clients ainsi que les futurs clients. Un blog professionnel permet également de se présenter directement identifié en tant qu'auteur des articles. Et cela donne

toujours plus confiance aux prospects. Un blog est un moyen de véhiculer la créativité et les talents de l'entreprise. L'entreprise pourrait y proposer des articles de blog pour attirer la curiosité, provoquer le désir et pousser à l'action.

4. Les 5 sites d'autorité du domaine de l'entreprise et les suggestion en temps de que backlinks :

- ✓ Artisanat : <https://www.agencemalagasydepresse.com/editorial/artisanat/>
- ✓ jonc de mer : <https://www.focusmaison.com/dossier-121-jonc-mer.html>
- ✓ décoration intérieure :
- ✓ entreprenariat :
- ✓ le tressage qui s'inspire des philippins : <https://www.cairn.info/revue-internationale-de-politique-comparee-2001-3-page-501.htm>

PARTIE 6: Audit SEA

Proposition :

1. **Une campagne sur le réseau de recherche et les meilleurs mots-clés**
2. **Rédaction des annonces en proposant :**
 - a. **7titres différents**
 - ❖ « Toliara Handicraft, 100 % jonc de mer et fait maison »
 - ❖ « Panier stylé »
 - ❖ « Poufs confortables »
 - ❖ « Rangement décoratif multi-usage »
 - ❖ « Boîte de rangement décoratif multi-usage »
 - ❖ « Corbeille rond, pour une excellente rangement et décoration »
 - ❖ « Set de Table, pour décorer vos tables»
 - b. **2 descriptions**
 - « Corbeille rond en jonc de mer, fait à main, de couleur naturelle, lavable avec une éponge mouillée. A partir de 3000ar sans couvercle et à partir de 5000ar avec couvercle. Hauteur au choix. Sur commande. Idéal pour stocker les fruits et légumes, pour servir de cache pot,



pour présenter les pains, pour ranger les linges et jouet. »

- Pouf confortable, fait à la fibre naturelle jonc de mer, handmade. Existe en plusieurs dimensions, 60 cm, 50 cm, 40 cm. Tous à partir de 15.000ar. Sur commande. Pour donner une ambiance chaleureuse à votre maison. S'adapte à tous styles de décoration : salon, chambre, véranda.

PARTIE 7 : Rédaction Web

Dans le cadre de l'audit et des préconisations SEO / Marketing pour l'entreprise Art Lanto Design, nous proposons ces exemples de contenus rédactionnels qui permettront d'optimiser le référencement naturel du site de l'entité.

En voici l'article de blog :

Toliara Handicraft by art Lanto Design

Madagascar offre une palette de produits artisanaux qui particularisent le pays. Actuellement en voie de prospérité dans le marché économique malgache, les artisans cherchent divers moyens pour se différencier et surtout mettre en valeur les produits malagasy grâce à leurs créations artistiques.

Cependant, traversant la capitale sud de l'île qui est riche en produits artisanaux, plus particulièrement à la découverte d'une entreprise artisanale « **HANDICRAFT de chez Art Lanto Design** »

Qui sommes-nous ?

Art Lanto Design est une petite entreprise artisanale malgache qui produit et commercialise des produits qui se basent uniquement sur l'utilisation de fibre de jonc de mer, en adoptant un style de tissage particulière qui est celle des philippiennes.

Promouvoir l'artisanat malagasy mais également l'entrepreneuriat féminin est la principale mission de la gérante en lançant son entreprise en 2017. L'atelier confectionne plusieurs produits dont les produits phares sont la décoration intérieure, l'art de table, les paniers. Les produits handicraft de chez Art Lanto Design sont appréciés grâce à la beauté, la finesse, le design mais surtout par l'authenticité, l'originalité, et la résistance de ses produits qui mélangent style traditionnel et moderne à la fois.

La Propriétaire porte seul ses fonds privés, mais sa détermination pour que la promotion et la commercialisation du savoir-faire local démarre lui offre une image hors du commun. A part les impacts économiques, l'atelier art

Lanto design a également un impact social puisqu'elle travaille avec une dizaine de tisserandes locales qui mettent leurs compétences au développement économique de chacun et de la région en leur offrant un emploi stable.

Pourquoi choisir les produits de chez Art Lanto Design ?

La créativité

En choisissant un produit crée par Art Lanto Design, vous y constaterez une certaine créativité plus originale, qui rend unique et authentique leur produit. Art Lanto design offre également des produits personnalisé selon les désirs du client.

Une qualité exceptionnelle

A la différence des produits standardisés, les produits artistiques créés chez Art Lanto Design sont particuliers puisqu'ils sont **résistants, robuste** donc vous pouvez le gardez bien plus longtemps, des produits que vous pouvez transmettre à vos enfants par sa qualité. Toutefois, ils sont **faciles à nettoyer** et leur style de **tissage philippin** apporte une touche esthétique et unique à leur produit.

Des produits écologiques

Une fois que vous avez choisi, les produits de chez handicraft, rassurez-vous que vous utilisés des produits **100 % naturel, sain, et écologique**, puisque la fibre de jonc est une sorte de fibre végétale aquatique.

Large gammes de produits

Les produits handicraft saura ravir toute la famille et pourra être posé dans presque toutes les pièces de la maison, tels cuisine, salle de séjour. Sa couleur naturelle vous permet d'aménager votre intérieur selon vos envies. On distingue tout autant de produits issus de la fibre de jonc chez Handicraft tels : Paniers, Cabas, Corbeilles, poufs confortables, sets de table, rangements décoratifs

Prix abordable pour tous

Les produits artisanaux sont réputés à avoir des prix un peu plus hausse, cela est dû aux qualités, la créativité et prix de la main d'œuvre des artisans. Ce qui particularise Art Lanto Design c'est qu'elle essaye de garder un prix abordable pour tous pour que chacun puisse acheter leurs produits. Vous pouvez commander selon votre besoin, l'achat en ligne est également disposé. Les clients s'étendent non seulement dans la région sud-ouest mais également à l'échelle nationale. Mais elle ne compte pas en rester là car leur vision c'est d'attirer plus de public à l'échelle internationale pour mettre en valeur les produits locaux malagasy.

Porter un panier de chez Handicraft pour vos virées shopping, lors de vos promenades, très résistantes où vous pouvez tous y rangés avec nos trois séries de paniers stylés

Nos paniers stylés



CABAS DU SUD

Dimension

L/I/H

50 cm/15 cm/30 cm

34 cm/12 cm/25 cm

Prix: à partir 9 000 Ar

AJOUTER AU PANIER



PANIER CARRE

Dimension

L/I/H

35 cm/15 cm/30 cm

25 cm/12 cm/22 cm

Prix: à partir 9 000 Ar

AJOUTER AU PANIER



PANIER PICNIC

Dimension

L/I/H

35 cm/25 cm/25 cm

Prix: à partir 20 000 Ar

AJOUTER AU PANIER

NOS SET DE TABLE

Pour vos assiettes et poêles, décorez votre table avec nos sets de tables rond ou rectangle selon votre choix.
100% en jonc de mer et fait main,
Lavable avec une éponge mouillée
Couleur naturel



SET ROND 6 PIECE

Dimension

25 cm

30 cm

35 cm

Prix: à partir 15 000 Ar

AJOUTER AU PANIER

SET RECTANGLE 6 PIECES



Dimension

25 cm

30 cm

35 cm

Prix: à partir 15 000 Ar

AJOUTER AU PANIER

NOS POUFS CONFORTABLES

Pour donner une ambiance chaleureuse à votre maison optez les Poufs de chez Handicraft qui s'adaptent à tous styles de décoration mais très confortables pour se reposer



POUF D60



POUF 50



POUF 40

Dimension

25 cm

30 cm

35 cm

Prix: à partir 15 000 Ar

AJOUTER AU PANIER

Dimension

25 cm

30 cm

35 cm

Prix: à partir 15 000 Ar

AJOUTER AU PANIER

Dimension

25 cm

30 cm

35 cm

Prix: à partir 15 000 Ar

AJOUTER AU PANIER



RANGEMENTS DECORATIFS

100% en jonc de mer et fait main, Lavable avec une éponge mouillée
Couleur naturel
Avec ou sans support métallique
Avec ou sans anses
Hauteur au choix



RANGEMENTS DECORATIFS RECTANGLE



Dimension : L/l/H

15, 20, 25 cm

Prix : à partir de 3000 Ar

AJOUTER AU PANIER

RANGEMENTS DECORATIFS CARRE



Diamètre : 15, 20, 25 cm

Prix : à partir de 3000 Ar

AJOUTER AU PANIER



100% en jonc de mer et fait main, Lavable avec une éponge mouillée
Couleur naturel
Avec ou sans support métallique
Avec ou sans anse
Hauteur au choix

**RANGEMENT
DECORATIF
MULTI USAGE**

RANGEMENTS DECORATIFS RECTANGLE



Dimension : L/l/H

15, 20, 25 cm

Prix : à partir de 3000 Ar

AJOUTER AU PANIER

RANGEMENTS DECORATIFS CARREE



Dimension : L/l/H

15, 20, 25 cm

Prix : à partir de 3000 Ar

AJOUTER AU PANIER



CORBEILLE ROND

Idéal pour stocker les fruits et légumes, pour servir de cache pot, pour présenter les pains, pour ranger les linges et jouets et pourquoi pas pour exposer vos produits pour la vente

Hauteur au choix ; Style de tressage au choix ;
Avec ou sans couvercle ; Avec ou sans anses



CORBEILLE ROND SANS COUVERCLE



Diamètre : 15, 20, 25 cm

Prix : à partir de 3000 Ar

AJOUTER AU PANIER

CORBEILLE ROND AVEC COUVERCLE



Diamètre : 60, 50, 40, 33 cm

Prix : à partir de 5000 Ar

AJOUTER AU PANIER