

Présentation du Projet

Dans le cadre d'une collaboration avec l'agence de marketing 360° Jellyfish, nous avons été sollicités pour travailler sur un projet de traitement et d'exploitation de données search fournies par Michelin. Ce projet se concentre sur le marché sud-américain, et plus précisément sur le Mexique. L'objectif est d'exploiter ce jeu de données pour en extraire des insights stratégiques et en proposer des usages concrets.

L'une des premières étapes consistera à analyser, nettoyer, stocker et croiser ces données afin de les rendre exploitables. Une visualisation efficace sera mise en place à travers une interface web dédiée, permettant une consultation intuitive des informations. Cette interface devra être accessible aux équipes de Michelin ainsi qu'à leurs responsables SEO. Le choix des technologies et de la stack technique reste ouvert à discussion, l'idée étant de proposer des options adaptées tout en permettant aux équipes techniques de justifier leurs décisions.

Le projet s'articule autour de trois livrables clés. Tout d'abord, la conception d'une interface qui permettra de naviguer facilement parmi des clusters de données search, facilitant l'exploration et l'interprétation des tendances. Un enjeu majeur réside dans la structuration des informations, notamment dans la catégorisation des requêtes liées aux pneus pour véhicules électriques, ainsi que dans l'ergonomie et l'expérience utilisateur de cette interface. **(Deadline mi avril)**

Ensuite, l'analyse des données collectées servira de point d'appui pour formuler des recommandations stratégiques. Il s'agira d'identifier des opportunités de contenu et des axes d'optimisation pour améliorer la visibilité de Michelin sur les moteurs de recherche. Ces recommandations pourront se décliner en actions concrètes, que ce soit en matière de contenu, d'activation marketing ou de campagnes digitales adaptées aux enjeux SEO et concurrentiels. **(Deadline à définir)**

Enfin, l'ensemble du travail sera synthétisé et présenté sous la forme d'un support visuel et d'une restitution orale d'une quinzaine de minutes. Cette présentation visera à exposer les résultats obtenus, les recommandations stratégiques et les choix méthodologiques ayant guidé le projet. **(Deadline mi avril)**

Ce projet représente une opportunité d'allier analyse de données, développement d'interface et réflexion stratégique en marketing digital, tout en répondant aux enjeux spécifiques de Michelin sur le marché mexicain.

Planning pour cette semaine

- Choisir les groupes
- Exploration des données
- Nettoyage des données
- L'interface utilisateur (Attention l'interface doit être également compréhensible par les experts et les novices donc faire une interface facile et compréhensible en termes de UX/UI)
- Définir les KPI pour l'interface
- Commencer à faire l'interface.

Critères sur l'interface

- Interface clair et lisible (Aspet UX/UI)
- Le choix des différents données que vous avez choisi de représenter