

Rubrique : COMMUNICATION

Modules : Marketing Digital,
SEO/SEA & Redaction Web

| **ÉVALUATION FINALE** |

L'AGENCE MARKETING

*Tous vos travaux devront être déposés sur votre
compte Github*

Table des Matières

I - Introduction

II - Objectif

III - Consignes

IV - Énoncé

Préambule

PARTIE 1 : L'agence Marketing | (1 journée de travail)

PARTIE 2 : Le client et son entreprise | (1 journée de travail)

PARTIE 3 : Audit et étude de marché | (2 journées de travail)

PARTIE 4 : Marketing et Communication Digital | (2 journées de travail)

PARTIE 5 : Audit SEO | (2 journées de travail)

PARTIE 6 : Audit SEA | (1 journée de travail)

PARTIE 7 : Rédaction Web | (1 journée de travail)

PARTIE 8 : Livrables

ANNEXES

Matrice et Templates

1 - PESTEL

2 - 5 forces de PORTER

3 - SWOT

4 - Marketing Digital

5 - Ressources supplémentaires

I - Introduction

Repository Name : SAYNA-MARKETING-EVALUATION-F

La totalité de vos fichiers, qu'importe le format, doivent être inclus dans votre
livraison

dépôt Github.

II - Objectif

Le marketing est un ensemble de techniques de vente et de communication destinées à optimiser les résultats financiers d'une organisation (une entreprise, une association, une ONG, etc.). Dans l'ère du digital, de nombreuses méthodes sont apparues pour optimiser la stratégie marketing. On parle alors de marketing digital, de SEO/SEA et de rédaction web, comme les activités principales pour concevoir une stratégie complète.

Souvent, on ne s'aperçoit pas, en tant que spectateur/utilisateur, de tous les efforts mobilisés pour améliorer la visibilité et la clarté des informations d'une organisation. De plus, les organisations de notre époque se doivent d'avoir une présence et une réflexion dans le digital ainsi que dans leur identité si elles veulent rester compétitives.

Cette activité a pour objectif de vous mettre en situation professionnelle réelle. En effet, vous devrez simuler **la création de votre agence marketing**, proposant des prestations pour les entreprises du coin. Vous devrez d'abord réaliser un **audit** pour avoir une vision concrète de la structure et de son environnement, pour ensuite proposer une **liste d'actions** à mettre en place. Tout ceci s'insère dans une stratégie plus globale, d'améliorer la visibilité de la structure et d'optimiser ses ventes.

À l'issue de cette évaluation, vous devrez réaliser un rapport présentant tous vos

éléments de réflexion, les méthodes utilisées, les actions à mettre en place et les conseils pour maintenir une stratégie marketing optimale.

III - Consignes

Pour réaliser cette évaluation, vous pouvez **utiliser les outils de votre choix** (Google Doc, Canvas ou autres) et copier les éléments de l'énoncé dont vous aurez besoin pour réaliser votre rapport. Tous les éléments de l'évaluation devront être présents dans un seul et même document. Dans le cas où vous avez des documents complémentaires à intégrer dans votre rendu, pensez à le préciser dans votre document principal (astuces : vous pouvez rajouter un README dans votre dépôt pour ajouter des explications sur l'organisation de vos rendus). Pensez à argumenter le plus possible pour que le client et les correcteurs comprennent vos choix et votre démarche.

Le format du rendu des documents à préconiser est le format PDF . Pensez donc à sélectionner les bons formats de vos rendus lors de votre dépôt sur Github.

Le rendu des activités se fera sur Github (comme pour les projets précédents) en respectant impérativement la nomenclature suivante et en utilisant qu'un seul dépôt :

SAYNA-MARKETING-EVALUATION-F

⚠ **Si la nomenclature n'est pas respectée, le projet ne sera pas pris en compte lors de la correction et l'évaluation** ⚠

⚠ **Pensez à mettre votre dépôt en "Public". Le projet ne sera pas corrigé si le dépôt se trouve en "Privé"** ⚠

IV - Énoncé

Vous êtes un marketeur en freelance qui réalise des prestations pour des entreprises locales. Afin d'apporter de meilleures prestations et une force d'actions plus importantes, vous décidez avec des confrères de vous unir, dans le but de monter une Agence Marketing. Pour cette mission en équipe, vous décidez de sélectionner ensemble une entreprise locale qui vous tient à cœur et pour laquelle vous souhaitez proposer une prestation complète : audit et mise en place de la stratégie marketing. Cette entreprise ne possède pas obligatoirement de présence effective dans le numérique, ce qui pour vous doit représenter une thématique à développer. Afin de définir le cadre de la mission ainsi que les objectifs de livrable, vous devez convenir d'un rendez-vous avec votre client. Ce premier brief permettra de vous présenter et de comprendre les enjeux et les objectifs de votre client et de son entreprise.

Voici les grandes étapes que vous devrez réaliser :

- Créer votre agence web
 - Réaliser un entretien avec le client
 - Audit de l'entreprise
 - Étudier l'environnement de l'entreprise (veille environnementale)
 - Étudier la concurrence de l'entreprise (analyse concurrentielle)
 - Étudier la cible de l'entreprise (analyse de la cible)
 - Étudier la présence digitale de l'entreprise (marketing digital)
 - Réaliser un audit SEO
 - Proposer une stratégie marketing complète (marketing traditionnel + marketing digital)
 - Proposer des articles ou du contenu rédactionnel sur des sujets/thématiques au choix
- Tous les détails sont présents à la suite de ce document.

Préambule

Lisez l'ensemble de l'énoncé pour prendre connaissance des attentes de l'évaluation. Rapidement, vous devez entrer en contact avec votre client pour mieux comprendre ses besoins et ses attentes. Vous définissez ensemble les objectifs généraux de cette prestation en vous appuyant sur les éléments de l'énoncé. Cette phase de découverte est

très importante pour la suite, car elle vous aidera à comprendre la situation de l'entreprise ainsi que la posture du gérant.

PARTIE 1 : L'agence Marketing | (1 journée de travail)

1. Le nom de l'agence ainsi qu'un logo simple

MadaInteractive

LOGO :



PARTIE 2 : Le client et son entreprise | (1 journée de travail)

Pour cette partie, vous devez en amont entrer en contact direct avec votre client afin d'avoir toutes les informations nécessaires pour constituer votre audit. De plus, c'est le seul moyen de vous assurer de prendre en considération sa dynamique ainsi que sa vision sur l'avenir de son entreprise.

1. Comment avez-vous démarché votre client ?

➡ Alliance française Antsiranana, c'est l'entreprise associée à la programme D-CLIC 2023 en tant que Hub, et après avoir analysé la partie Communication, je me suis à proposer des idées pour améliorer les stratégies

2. Présentez votre client :

Alliance Française Antsiranana



- a. Histoire de l'Alliance Française

Afin de faire rayonner la culture et la langue française à l'extérieur du pays, Paul Cambon prit l'initiative, le 21 Juillet 1883, de créer une association portant le nom d'« Alliance Française ». Cette association, qui s'est transformée en fondation en Juillet 2007, contribue à l'enseignement du français en tant que langue étrangère et délivre donc des diplômes spécifiques comme le DELF ou le DALF. Les deux autres missions principales des alliances sont de promouvoir la diversité culturelle par le soutien apporté aux jeunes artistes locaux et le soutien à la lecture publique. Le réseau de l'Alliance Française est très vaste puisqu'il représente 116 implantations uniquement en Afrique et dans l'Océan Indien. Ces Alliances installées dans des pays étrangers naissent généralement d'initiatives locales et bénéficient d'une excellente image de marque.

C'est à Antananarivo, en 1947, que la première Alliance Française malgache fut créée. Et En 1967, Diego Suarez ouvrit sa propre Alliance et grâce à la confiance et au soutien des Diegolais, elle est devenue une des plus importante Alliance de Madagascar. Dans un contexte nordique difficile d'accès, l'Alliance est un centre de ressources (de par ses actions de développement), un centre culturel, un centre linguistique et la seule médiathèque de la ville.

b. Il contribue à l'enseignement du français en tant que langue étrangère et délivre donc des diplômes spécifiques comme le DELF ou le DALF. Les deux autres missions principales des alliances sont de promouvoir la diversité culturelle par le soutien apporté aux jeunes artistes locaux et le soutien à la lecture publique.

c. ses clients :

- Les étudiants
- Les artistes
- Les adultes qui veulent apprendre la langue Française

d. Alliance Française se situe sur la rue Colbert dans un quartier résidentielle à Diégo-Suarez

e. Les services proposés par Alliance Française Antsiranana :

- Cours de la langue Française
- Examen pour le diplôme DELF/DALF
- Médiathèque
- Des spectacles des Arts
- Des ateliers
- Des classes d'éveil

Pour les produits et les services proposés, donnez les prix et les spécifications

f. Chiffre d'affaires de l'entreprise. Évolution durant les 3 dernières années (Selon la volonté de l'entreprise à communiquer sur ses résultats ou non)

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

- Amélioration de la visibilité en ligne : Il est nécessaire d'améliorer la visibilité en ligne de l'entreprise pour attirer davantage de clients potentiels grâce à une présence numérique.
- Optimisation du site web :(contenu, blog) l'entreprise a besoin d'un site Web pour argumenter sa valeur aux yeux des visiteurs
- Création des contenus des événements et des activités existants au sein de l'entreprise
- Suivi et évaluations des résultats
- Budget et ressources
- Utilisation d'autres réseaux sociaux que Facebook

3. Faites une analyse de la communication existante de votre client

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

Outils de communication	Nombres d'abonnés	Taux d'engagement	Type de contenu	Sujet traité
Réseau social Facebook https://www.facebook.com/AFDiegoSuarez/?locale=fr_FR	27 000	81%	<ul style="list-style-type: none"> – Partage des événement culturelles – Des images des Arts – Des informations importantes sur l'Entreprise 	Le sujet abordés sont souvent les publicités des événements à venir avec des affiches et les résultats.



PARTIE 3 : Audit et étude de marché (2 journées de travail)

1. À travers les différentes matrices, vous allez étudier le marché sur lequel votre client se place.

a. À l'aide de la matrice PESTEL ci-joints les facteurs au niveau macro-environnemental.



b. Les forces de Porter.

À l'aide de la matrice SWOT, déterminez les facteurs au niveau micro environnemental.

FORCES	FAIBLESSES
<ul style="list-style-type: none">- Service offert reconnu à l'international- Pas de concurrence dans la ville- Enseignant expérimenté	<ul style="list-style-type: none">- Manque d'outil de communication pour couvrir la ville et le périphérique

	<ul style="list-style-type: none"> - Pas de proposition de cours de langue française en ligne
OPPORTUNITES	MENACES
<ul style="list-style-type: none"> - Partenariat avec plusieurs entités (association, ONG, etc) - Exigence de certain Université ou entreprise d'avoir un diplôme DELF DALF car Le français est une langue officielle dans le pays - Emplacement et un bureau qui ont beaucoup d'espace. 	<ul style="list-style-type: none"> - Changement de la langue officielle par le gouvernement - Crise économique - Insuffisance de fond de l'association

Actuellement, Alliance Française Antsiranana, est la seule qui propose des épreuves à l'examen pour obtenir des diplômes de la langue Française reconnu à l'international dans la ville d'Antsiranana.

Les stratégies à mettre en place sont :

- Faire connaître aux habitants l'intérêt de parler la langue française couramment
- Convertir les prospects en clients
- Mettre en place une stratégie de fidélisation pour les clients afin qu'ils puissent être l'ambassadeur.

Analyse des concurrents de l'entreprise sur le marché local / national / voir international selon le client ainsi que son ambition de développement (Pensez à poser des questions à votre client pour avoir les réponses)

A Madagascar, l'Alliance Française est une association qui contribue à l'enseignement de la langue Français qui est la seule qui a la notoriété de livrer un diplôme DELF DALF reconnu à l'échelle national, international.

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

Elément du Marketing Mix	Description
Produits	<p>Les services :</p> <p>Cours de Français</p> <p>Cours de danse</p> <p>Cours de chant</p> <p>Médiathèque</p> <p>Epreuve à l'examen DELF DALF</p> <ul style="list-style-type: none"> - Avantages : tous les services sont proposés par des enseignants expérimentés - Spécificités : les cours sont dans les normes françaises - Valeurs ajoutées : participants au développement intellectuel des jeunes - Besoin : apprendre et parler Français
Prix	Le prix est dans la norme mais par rapport au pouvoir d'achat, plusieurs personnes

	n'ont pas le moyen de payer les cours et les épreuves à l'examen.
Communication	<ul style="list-style-type: none"> - Ouverture des réseaux sociaux LinkdIn et TikTok pour cibler l'âge moyen - Faire consulter la partie Marketing par un Agenc pour mieux gérer la partie communication.
Distribution	<ul style="list-style-type: none"> - Au niveau de l'agence - Sur le réseau social Facebook

Les cibles de votre client. (Coeur de Cible, Cible primaire et cible secondaire). Pour chaque cible, vous ferez un paragraphe expliquant qui sont-ils (socio démographique, habitudes, freins, etc.)

<p>➤ Cœur de Cible : les jeunes étudiants</p> <p>- Information socio-démographique :</p> <p>Âge : jeune de 17 à 30 ans ;</p> <p>Sexe : Homme ou femme ;</p> <p>Composition de ménage : célibataire ;</p> <p>Adresse : Antsiranana;</p> <p>Profession : Etudiant ;</p> <p>Niveau d'étude : Terminal;</p> <p>Consommation médias : Internet/ livre/ journaux/ Influenceurs/ TV ;</p> <p>Rêve ou désirs : Maîtriser la langue Française pour avoir plus d'opportunité.</p> <p>- Freins : Pouvoir d'achat/ disponibilité</p>
<p>➤ Cible primaire : les fonctionnaires</p> <p>- Information socio-démographique :</p> <p>Âge : jeune de 30 à 60 ans ;</p> <p>Sexe : Homme ou femme ;</p> <p>Composition de ménage : Marié ;</p> <p>Adresse : Antsiranana ;</p> <p>Profession : Fonctionnaire ;</p> <p>Niveau d'étude : Terminal;</p> <p>Consommation médias : Internet/ livre/ journaux/ Influenceurs/ TV ;</p> <p>Rêve ou désirs : avoir un bonus de plus d'une année</p> <p>- Freins : Pouvoir d'achat/ disponibilité</p>
<p>➤ Cible secondaire : les enfants</p> <p>- Information socio-démographique :</p> <p>Âge : jeune de 4 à 16 ans ;</p> <p>Sexe : Homme ou femme ;</p> <p>Composition de ménage : célibataire ;</p> <p>Adresse : Antsiranana;</p> <p>Profession : Elèves ;</p> <p>Niveau d'étude : collège ;</p> <p>Consommation médias : livre/ TV ;</p> <p>Rêve ou désirs : apprendre le Français.</p> <p>- Freins : Pouvoir d'achat des parents</p>

PARTIE 4 :

Marketing et Communication Digital | (2 journées de travail)

Les objectifs que vous vous êtes fixés avec votre client :

➤ **Objectifs cognitifs**

- ✓ Faire connaître les services de l'entreprise
- ✓ Partager les valeurs et Informer sur le nouveau service
- ✓ Informer sur une actualité (calendrier des cours, examen, etc.)

➤ **Objectifs conatifs**

- ✓ Avoir plus des participants aux événements, cours et à l'examen
- ✓ Faire souscrire plus des personnes à un abonnement à la Médiathèque.

➤ **Objectifs affectifs**

- ✓ Créer une attraction pour le service
- ✓ Créer un lien entre le service et le consommateur
- ✓ Créer un intérêt pour un service proposé

Les moyens de communication existant de votre client :

PAID MEDIA		
Alliance Française	Oui : O Non : X	Liens, type de contenus, remarques...
SEA (publicité sur les réseaux sociaux)	O	Facebook,
Annonce sur moteur de recherche (Google)	X	
Display (Affiche, pub dans magazine...)	O	Affiche publicitaire :
Article sponsorisé (blog)	X	
OWNED MEDIA		
Site Internet de la marque	X	
Blog de la marque	X	
Réseaux sociaux (préciser lesquels)	O	Facebook: texte avec photos et vidéos. Lien: https://www.facebook.com/AFDiegoSuarez/?locale=fr_FR
EARNED MEDIA		
Influenceurs	X	
Mention sur les réseaux sociaux	O	Annonces des événements à venir Compte rendu et illustrations des activités récents

Lien ou mention sur un blog	X	
Article de presse	X	

On souhaite créer un site web, les réseaux sociaux LinkedIn et TikTok pour avoir plus des cibles.

ANNEXES

Matrice et Templates

1 - PESTEL

**POLITIQUE ÉCONOMIQUE SOCIOLOGIQUE TECHNOLOGIQUE
ENVIRONNEMENTAL LÉGAL**

2 - 5 forces de PORTER

Menace des nouveaux entrants

Degré de rivalité avec les concurrents

Menace des produits de substitution

Pouvoir de négociation des fournisseurs

Pouvoir de négociation des clients

3 - SWOT

FORCES FAIBLESSES

OPPORTUNITÉS MENACES

4 - Marketing Digital

MOYEN DE

COMMUNICATION

ACTION

RÉALISÉE

5 - Ressources supplémentaires

OBJECTIF SMART KPI

Via ce lien , vous accéderez à une panoplie d'outils pour vous soutenir dans vos tâches quotidiennes en tant que professionnel du marketing.