

# Plan Marketing Opérationnel Ebong.fr

## Objectifs :

- Accroître la notoriété auprès des curieux qui ne connaissent pas encore l'artisanat camerounais.
- Inciter à l'action (inscription et achat) en stimulant l'intérêt pour les produits.
- Fidéliser les nouveaux clients pour qu'ils deviennent réguliers.

## Cibles :

- Curieux : Population ne connaissant pas encore les produits artisanaux, principalement des touristes ou bien encore expatriés.
- Les habitués : Ceux qui connaissent déjà très bien le centre et qui ont besoin de passer du réel vers le digital
- Artisans locaux : Acteurs souhaitant intégrer le digital pour toucher un marché plus large.

## Canaux de Communication :

- Réseaux Sociaux (Marketing sur les réseaux sociaux) : Utiliser des plateformes comme Facebook, Instagram et WhatsApp pour capter l'attention des jeunes et des curieux en ligne.
- Présence sur les événements culturels (Marketing événementiel) : Participation à des foires artisanales et événements locaux pour un contact direct et immersif.
- Flyers et Brochures (Marketing traditionnel/Outbound) : Cibler les zones moins connectées et toucher une audience large grâce aux supports imprimés.

## Stratégie de Contenu :

- Storytelling (Content Marketing) : Mettre en avant les histoires et le savoir-faire des artisans pour séduire les curieux et établir une connexion émotionnelle.
- Contenu sur les réseaux sociaux : Publier des vidéos et des témoignages clients pour susciter l'intérêt et encourager l'interaction.

## Stratégie Promotionnelle :

- Offres de Lancement (Marketing promotionnel) : Réductions spéciales pour les nouveaux acheteurs pour créer un attrait immédiat.
- Programmes de Fidélité (Marketing personnalisé) : Récompenser les clients fidèles et inciter aux achats récurrents.

## Accompagnement des Artisans :

- Formation : Organiser des tutoriels pour aider les artisans à mieux utiliser la plateforme (Marketing relationnel).
- Support Continu : Apporter une assistance personnalisée pour optimiser leurs performances en ligne

## KPIs (Indicateurs de Performance) :

- Engagement des curieux sur les réseaux sociaux : Nombre de likes, partages et commentaires.
- Nombre de curieux convertis en acheteurs après les événements et campagnes.
- Nombre d'artisans inscrits et actifs sur la plateforme.
- Volume des ventes mensuelles réalisées via la plateforme.

## Budget :

- Réseaux Sociaux : 250 000 FCFA/mois (environ 400 EUR).
- Flyers et Brochures : 95 000 FCFA (environ 150 EUR).
- Participation aux Événements : 190 000 FCFA (environ 300 EUR).

## Calendrier :

- Semaine 1-2 : Création des contenus et supports, formation des artisans.
- Semaine 3 : Lancement des promotions, participation aux événements, début des campagnes sur les réseaux sociaux.
- Semaine 4 et au-delà : Suivi des KPIs, ajustement des actions marketing en fonction des résultats.