



STRATÉGIE MARKETING AIP



Réalisé par :
Le GROUPE 2





Sommaire

Audit Marketing de AIP

- Analyse des 4P
- Analyse SWOT
- Analyse PESTEL

1
2
3

Etude concurrentielle

- Etude la communication
- Analyse SEO

5
6

Etude des cibles de l'AIP

- Coeur de cible
- Cibles primaires
- cibles secondaire

7
7
7
7

Rédaction Web

8

Article 1:

Le duo essentiel pour bien gérer son entreprise au quotidien

Article 2: Comment passer d'une idée à un projet ?

Stratégie marketing



Audit marketing de AIP

Analyse des 4P

Analyse de SWOT

Analyse PESTEL

Etude la concurrence

Analyse des **4P**



PRODUIT OU SERVICE de l'AIP: des diagnostics, de la réflexion stratégique, de la formation, du coaching de dirigeants et la recherche de financement. Développer les soft skills, structurer les compétences de gestion, et les accompagner à décrocher leur premier emploi.



PRIX: Optimiser l'utilisation du budget, Établir l'impact réel et quantifiable des interventions.





PROMOTION: Ouverture d'un site web optimisé, présence sur les réseaux sociaux, établir des panneaux publicitaires dans la ville et des tract pour distribuer aux personnes directement, faire une campagne de prospection.

PLACE: AIP offre ses services dans plusieurs endroits tels que Bénin, Togo, Mali, Niger, Côte d'Ivoire.



S

FORCES: L'expertise, l'état d'esprit et les valeurs éthiques de l'équipe et l'approche du conseil très opérationnel et pragmatique.

En plus des conseils, l'accompagnement dans l'exécution, Diagnostic, Stratégie, Refonte et développement, Formation, Suivi.

AIP possède un personnel très qualifié avec des experts pour des expertises pragmatiques.

W

FAIBLESSES: Faible notoriété et l'image de l'entreprise n'est pas répandu, le manque des bailleurs de fond pour financer les projets, base de client réduire, système informatique en retrait.

O

OPPORTUNITÉ: L'entrepreneuriat est un secteur en croissance et à fort potentiel, avec l'avènement des nouvelles technologies telles que les réseaux sociaux, le SEO pour optimiser son site web. La réglementation sur les PME favorise la création ou l'initiative des jeunes entrepreneurs dans leur projet ou idée

T

MENACES: La compétition directe avec d'autres entreprises (EST, DELOITE, AFRICA SMART) qui fond dans le financement des projets et le suivi des jeunes diplômés. De nos jours, ce secteur est vraiment convoité d'où la venue de nouvelles entreprises. La tendance sur le marché est tellement mature qu'il faut un bon niveau pour convaincre sa clientèle.



Analyse de PESTEL

L'Etat crée un environnement plus incitatif pour le financement des PME, notamment par la mise en place d'un cadre institutionnel favorable à la création de sociétés de capital-risque, et la prise de mesures incitatives pour amener les banques commerciales à financer les PME. L'assureur crédit mesure enfin la "fragilité" des systèmes politiques et le degré de "populisme" des discours politiques empêche les merceries et les bailleurs de fond de parrainer des projets. En effet, pour plus de rentabilité les entreprises spécialité en PME doivent s'assurer d'un environnement politique stable.



L'explosion démographique de l'Afrique constitue un gros avantage sur son plan sociologique ou encore socio-culturel. Grâce à ceci les PME ont beaucoup de projets à présenter au bailleur de fond bref le secteur est vraiment très croissant. Néanmoins, ce taux démographique peut aussi créer moins de finance appropriée pour pouvoir accomplir un bon projet.





Les Nouvelles Technologies ont marqué ces dernières années par l'accélération de leur rythme et l'ampleur de leur généralisation. Cette situation à laquelle s'ajoute la globalisation et la mondialisation des économies, crée autour des entreprises, un environnement économique turbulent, reconnaît que les avantages compétitifs que procure aux entreprises la connexion à Internet. En particulier l'utilisation rationnelle d'Internet constitue un atout significatif dans la création et la gestion de petites entreprises. L'ouverture d'une boîte à lettres électronique, quasiment gratuite, est instantanée. L'installation d'un site web représente, toutes choses égales par ailleurs, une mise modeste à l'échelle des investissements courants de l'entreprise, même si ce montant est assez sensible à la nature des fonctionnalités mises en œuvre.

ISO 9001, 26000, 50001 ou encore 14001 : vous avez le choix pour mener à bien votre stratégie RSE !

Les normes environnementales sont un vrai plus, quelle que soit la taille ou le secteur de votre entreprise. Les certifications ISO sont fiables et reconnues à l'international

Etude de la concurrence

La manière dont la concurrence affecte la gouvernance des petites et moyennes entreprises (PME) fait l'objet de questionnement permanent. Plusieurs recherches empiriques consacrées à l'analyse de l'interactivité concurrentielle ont exploré les comportements des dirigeants face aux actions d'entreprises rivales. Elles ont mis en évidence une interdépendance entre la perception concurrentielle et les différentes réactions qui caractérisent les modes de gestion des dirigeants de PME. Ici nous allons développer la rivalité que peut avoir AIP face à des gros concurrents tels que DELOITTE.



Deloitte est le moteur du progrès. Leurs cabinets du monde entier aident les clients à devenir des leaders partout où ils choisissent de rivaliser. Deloitte investit dans des personnes exceptionnelles aux talents et aux antécédents divers et leur donnent les moyens d'accomplir plus qu'elles ne le pourraient ailleurs.

Leur travail allie conseil, action et intégrité. Ils pensent que lorsque les clients et la société sont plus forts, ils le sont aussi.

Leur organisation est présente sur l'ensemble du continent (**Afrique francophone, anglophone, lusophone...**) ce qui permet une coordination forte au service des clients.



Deloitte est une entreprise qui a plus de **1500 collaborateurs** dont 55 associés basés dans **15 bureaux** en Afrique francophone, ils offrent à leurs clients un accompagnement de proximité et sur mesure grâce à la maîtrise des enjeux locaux.

Deloitte propose des services tels que **l'audit** et **assurance, l'expertise comptable, le consulting** etc... tout ceci est implémenté dans les secteurs comme la consommation, secteur public, l'énergie ressources et produit industriel, et aussi dans la technologie, les médias et les télécommunications.



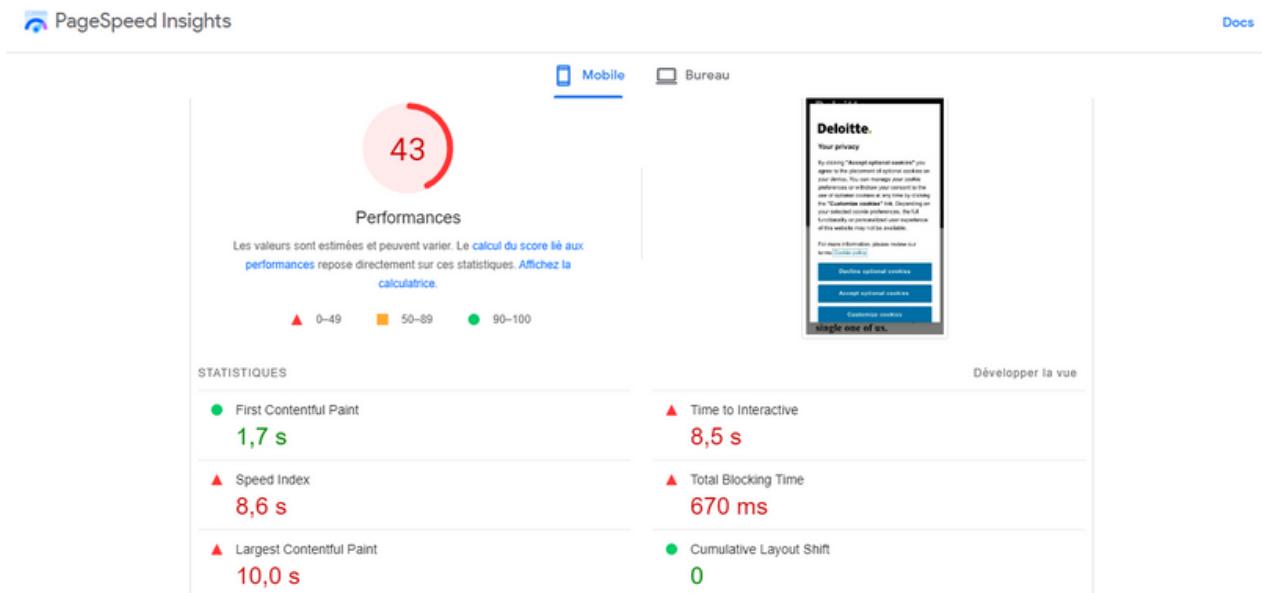
Deloitte sur **twitter** a **1841 Abonnements** et **31,7K Abonnés** à sa page. Ainsi ils publient des vidéos des certaines de leur conférence de textes des offres qu'ils proposent. Sur Facebook, ils ont **1565 850 personnes** qui les suivent et **1550 307 personnes** qui aiment leur entreprise et ce qu'ils font. Ils publient des contenus textuels qui parlent de la campagne ou le projet qu'ils sont en train de réaliser ou qu'ils veulent réaliser. Par ailleurs, sur **LinkedIn** ils ont **456 641 employés**, plus de 10 millions d'abonnés. Ici ils publient leur produit, post les événements avenir de leur compagnie et des post de publicités sur les offres de l'entreprise. De plus Deloitte se déploie sur d'autres réseaux sociaux comme: **YouTube** avec **3,4 k abonnés** ou ils publient des petites vidéos sur le "women in cyber" et bien d'autres.



Analyse SEO

Par rapport à leur site web il est très bien structuré et construit, le menu est constitué des Services qui en eux ont plusieurs sous titre à l'intérieur, des secteurs eux aussi possèdent des sous titres et enfin les carrières regroupés en plusieurs sous groupes. Parlant de l'ergonomie, le site web est bien organisé et même dans l'agencement des couleurs elles sont attractives pousse l'internaute à le visiter. En plus ils proposent tellement de services dans leurs catalogues que le futur client a tellement de choix possible. Ils ont aussi un blog à part le site web.

L'analyse du SEO ici montre que le site de Deloitte possède certaines caractéristiques pour avoir un bon référencement: le contenu des pages c'est à dire la rédaction des articles est pertinente, la présence des titres h1, h2 etc..., les mots en gras, la présence des liens et des mots clés mettent le SEO de Deloitte dans un bon positionnement sur Google.



Cependant grâce à l'outil de google **PageSpeedInsight** nous remarquons que leur site est **lent** et donc peut augmenter le taux de rebond, c'est-à-dire: les visiteurs quitteront vite leur site internet. Par conséquent leur inetrnet: <https://www.deloittedigital.com/> n'est pas assez optimisé pour un bon référencement.



Etude des cibles de l'AIP

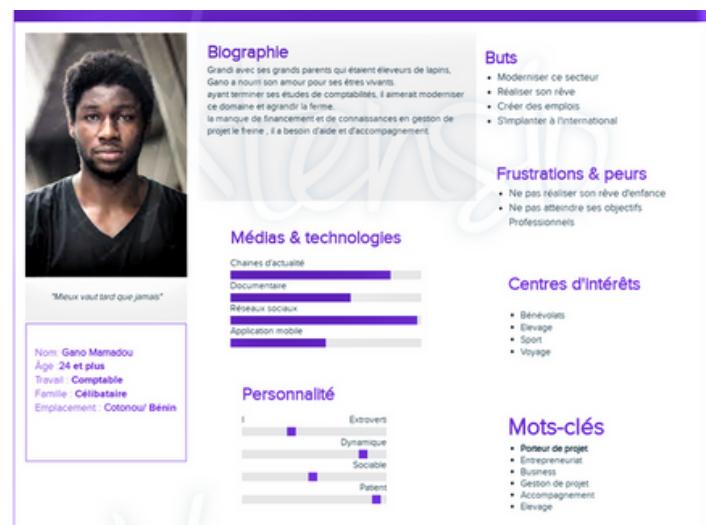
COEUR DE CIBLE

Notre cœur de cible sont les chefs d'entreprise, les managers. Ils sont nombreux, sans expérience et manque d'expertise et d'orientation dans leurs domaines d'activité et dans la recherche de financement. Ils ont besoin de conseils pour la bonne gestion de leurs activités. En gros, tous les services d'AIP doivent les intéressés.



CIBLE PRIMAIRE

Notre cible primaire concerne les porteurs de projets. Nombreux sont ses jeunes, enfin ou en cours d'études qui ont des projets mais ne savent pas par où ni comment concrétiser leurs idées ni comment trouver le financement: AIP répond à la problématique de ces jeunes, en leur montrant la voix.



CIBLE SECONDAIRE



En ce qui concerne notre cible secondaire, il s'agit des personnes qui veulent aider leur communauté mais non pas de moyen et ne savent pas comment s'y prendre pour trouver un financement, AIP répond à ce frein en leur apportant, accompagnement et voir même des levées de fonds pour le démarrage de leurs activités.



Rédaction web

Article 1

Le duo essentiel pour bien gérer son entreprise au quotidien



LE DUO ESSENTIEL
POUR BIEN GÉRER
SON ENTREPRISE

Savoir communiquer, recruter, être positif, visionnaire...telles sont les qualités d'un chef d'entreprise mais savoir gérer au quotidien demeure une tâche difficile.

1-SE CONNAÎTRE

La connaissance de soi fait partie intégrante de l'activité professionnelle. De ce fait, le chef d'entreprise ne pouvant pas être bon dans tous les domaines doit mieux s'entourer, et faire un bon recrutement, il doit connaître ses forces et faiblesses.

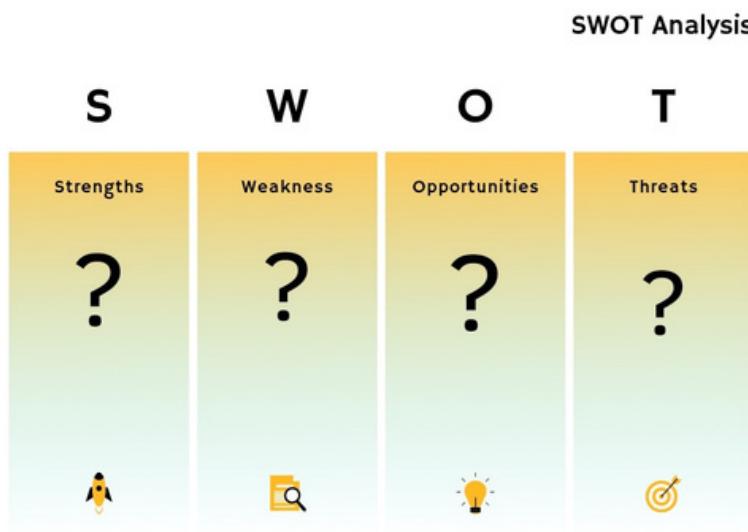
Pourquoi est-il important de connaître ses forces ?



Pour développer son leadership, il est important pour le chef d'entreprise de connaître ses forces pour mieux se concentrer sur ses points forts, son domaine d'expertise. Pour mieux manager

Son énergie et son enthousiasme réside dans sa force. L'identification de vos points forts pour les développer est de faire ressortir le meilleur de vous-même pour une meilleure performance individuelle et collective et une motivation accrue. Le chef d'entreprise recrute pour combler un vide généralement. Pour connaître ses forces et bénéficier de conseils, rendez-vous sur le site de Africa Integration Partner.

Identifier ses faiblesses, quels avantages

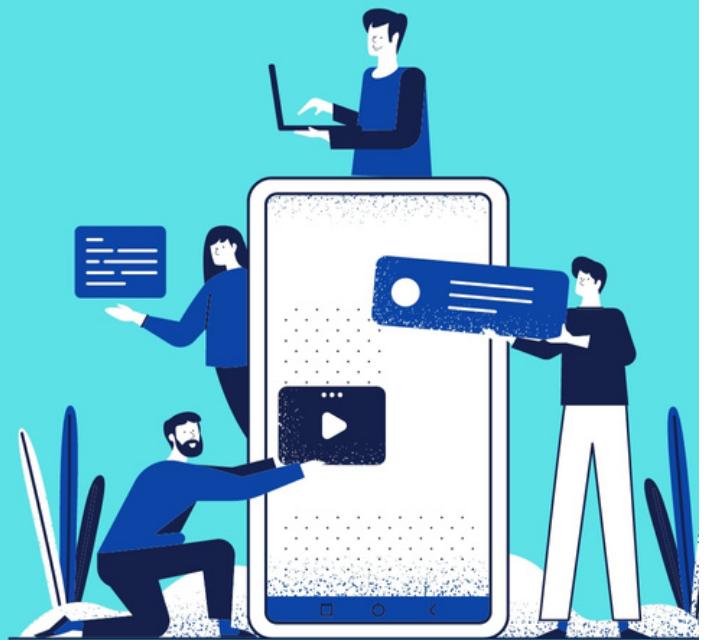


Il est important pour l'entrepreneur, le manager d'une entreprise ...de connaître ses faiblesses pour se former et faire un meilleur recrutement, être plus productif et un concurrent de taille.

Établir un tableau SWOT personnel où vous vous assurez d'identifier vos points forts, vos points faibles ainsi que les opportunités et les menaces est un avantage. Cela vous permettra de définir un plan d'action pour une mise au point ultérieure.

Vous pouvez également bénéficier d'accompagnement dans une agence d'expert (Le lien de AIP) [Cliquez ici.](#)

Les avantages d'une bonne organisation



Efficacité, productivité grandissante, progrès, réduction du stress, un meilleur suivi des projets d'entreprise...quelques résultats d'une bonne organisation.

Une organisation plus efficace aide les employés à prendre leur mission en main. Cela permet également à la direction d'avoir une meilleure vision des compétences des employés, de la formation à donner, des postes à créer ou à renouveler ainsi qu'une augmentation de la productivité.

Bonus:

Il est important de définir un business modèle pour plus d'efficacité.
Rendez-vous sur cet article pour découvrir ou savoir **comment définir un bon business modèle.**

Article 2

Comment passer d'une idée à un projet ?



Aujourd'hui plusieurs jeunes, porteurs de projet sont confrontés aux mêmes problèmes et se posent les mêmes questions : comment faire naître leurs projets ? Par où commencer ? Où et comment trouver un financement ? Comment monter son projet sans aucune base en gestion de projet ?

Ces jeunes ont tous besoin d'accompagnement de coaching, de financement et surtout d'être formé avec une équipe d'experts.

Se poser les bonnes questions avant de créer son business model et enfin la technique de recherche de financement.

1-Se poser les bonnes questions avant de créer son business model ?

Se poser des questions auxquelles il faut trouver des réponses et des bonnes et sincères.

Le :

- **Pourquoi ?** Pourquoi ce projet, les motifs pour lesquels vous avez mis en place un tel projet ?
- **Quoi ?** Le service ou le produit associé au projet.
- **Quand ?** Établir un planning.
- **Comment ?** Votre mode de fonctionnement et les moyens qui s'offrent à vous.

Définir son business model



Le modèle d'entreprise, modèle d'affaires ou business model, est la représentation systémique et synthétique de l'origine de la valeur ajoutée d'une entreprise et de son partage entre les différentes parties prenantes, sur une période et pour un domaine d'activité clairement identifiés. (Source Wikipédia).

Comme mentionné dans l'article: **LE DUO ESSENTIEL POUR BIEN GÉRER SON ENTREPRISE AU QUOTIDIEN**, nous vous invitons à le lire d'ailleurs, il est important de définir le business model pour être plus efficace.

Il existe plusieurs types de business model, à vous de l'adapter selon votre domaine d'activité. Je vous invite à vous abonner à notre newsletter pour bénéficier de conseils et d'accompagnement.

Établir un business model revient à définir comment l'entreprise va gagner de l'argent :

- **Vos offres**
- **Votre manière de procéder**
- **Vos cibles**
- **Votre but**
- **Votre chiffre d'affaires.**

2- Les techniques idéals pour la recherche de financement



Le frein de tout entrepreneur, il est difficile, voire pénible de trouver du financement pour démarrer un projet. L'analyse de votre business model vous permettra d'établir un plan et des arguments pour mieux dialoguer avec un financeur.

On distingue trois types de financements qui sont :

- Le financement par fonds propres, il s'agit ici d'utiliser ses propres moyens pour débuter son projet.
- Le financement par dettes, consiste à obtenir des prêts auprès d'institutions ou par des connaissances.
- Le financement alternatif, c'est un mode de financement différent du système bancaire habituel.

Il est important pour tout porteur de projet, de faire un travail préalable avant la recherche de financement pour mieux pitch son projet avoir une crédibilité.