

# Stratégie Webmarketing

## Projet Xhelio



**Maryna Korzun Sacilotto**

*Module Webmarketing, IESA Multimédia, Février 2017*

Sous la direction de N. Bournez Desvigne et C. Lamandé

# Sommaire



1. PROJET XHELIO ET STRATÉGIE WEBMARKETING
2. RÉFÉRENCEMENT NATUREL / SEO
3. E-PUBLICITÉ /SEA
4. COMMUNITY MANAGEMENT - RÉSEAUX SOCIAUX
5. E-MAILING
6. CONCLUSIONS

\* Le nom « *MonElio* » sera utilisé pour les exercices d'application du projet

# 1. Présentation du projet



## **Une plateforme de cours particuliers (maths/physique/chimie) entre étudiants-ingénieurs et lycéens d'une région**

Xhelio est un projet visant à aider les lycéens dans leur apprentissage des mathématiques et de la physique-chimie. Nous proposons des cours particuliers en ligne que ce soit pour du soutien, pour revoir un point de cours précis, faire des exercices ou pour un approfondissement. L'intérêt de Xhelio réside dans l'utilisation de tablettes graphiques qui permet au professeur et à l'élève de pouvoir faire un cours depuis chez eux sans se déplacer.

# Contexte et objectifs

## **Contexte:**

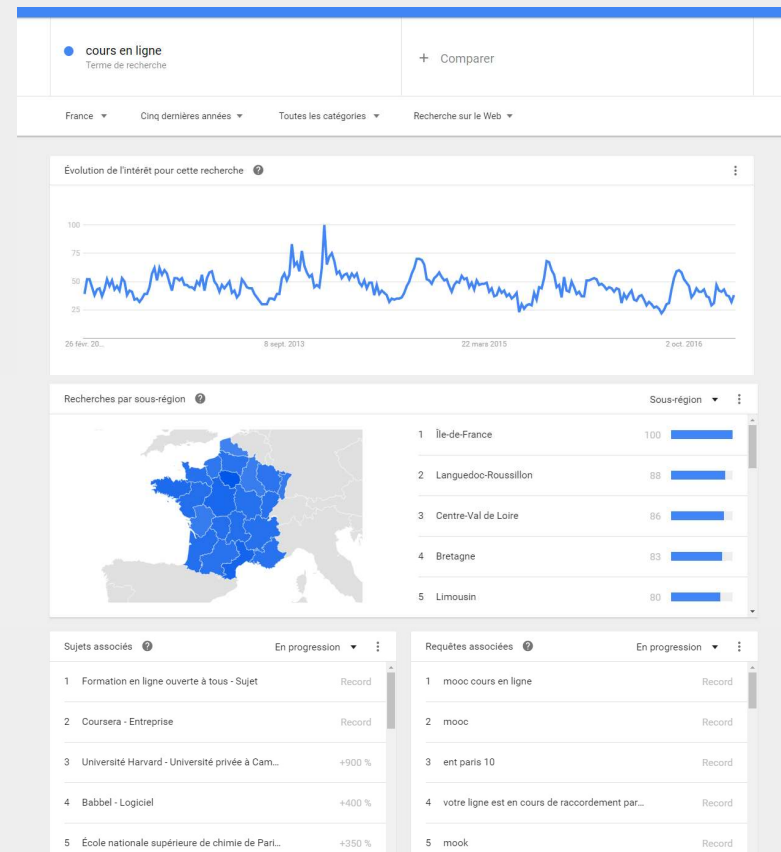
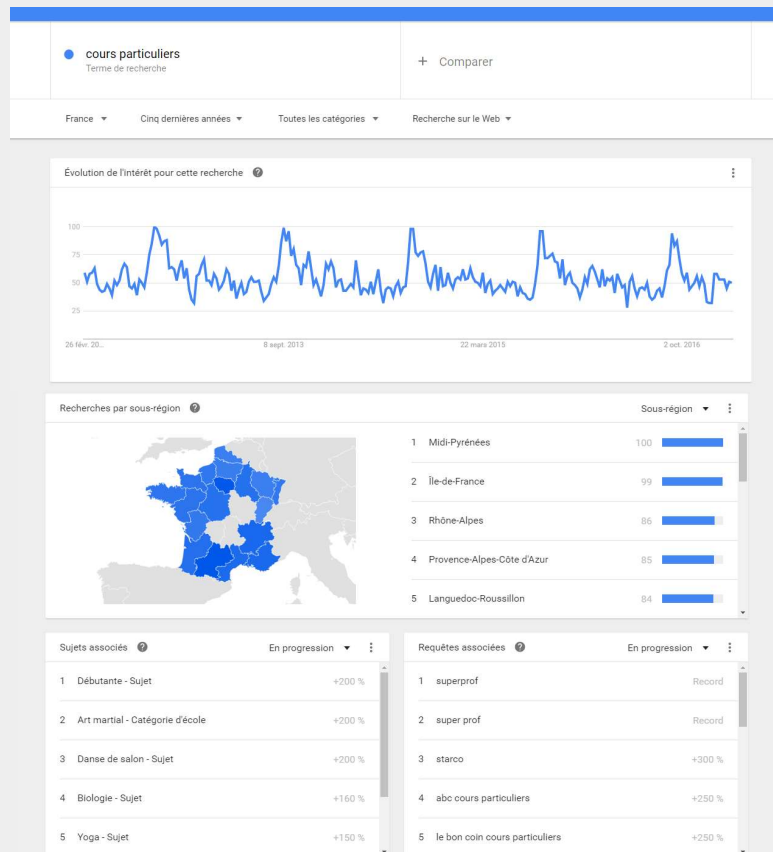
Les déplacements du professeur ou de l'élève rendent la mise en place de cours particuliers en présentiel difficile: temps de trajets parfois longs, difficulté pour les parents de pouvoir amener l'élève, etc. D'autre part, beaucoup d'étudiants ont la volonté de donner des cours peu chers à des lycéens et n'ont pas toujours une voiture pour se déplacer.

## **Objectifs:**

- permettre à des lycéens d'accéder à des cours particuliers en ligne flexibles afin d'améliorer leur autonomie d'apprentissage;
- permettre à des élèves ingénieurs de gagner de l'argent facilement;
- supprimer les déplacements physiques des utilisateurs;
- réduire les coûts (absence de locaux; location de matériel (tablette graphique); utilisation Paypal)

# Notre domaine: cours particuliers en ligne

## Evolution positive et constante en France sur Google Trends

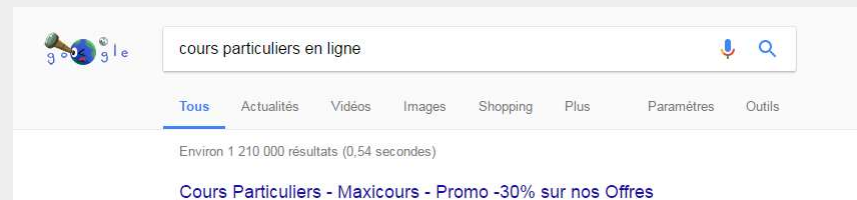


# Notre domaine: cours particuliers en ligne

## Résultats de recherche sur Google Search

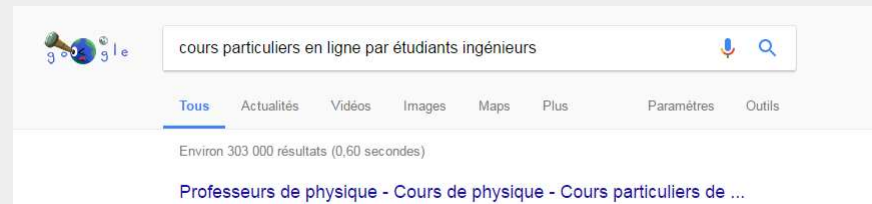
cours particuliers en ligne

**1 210 000**



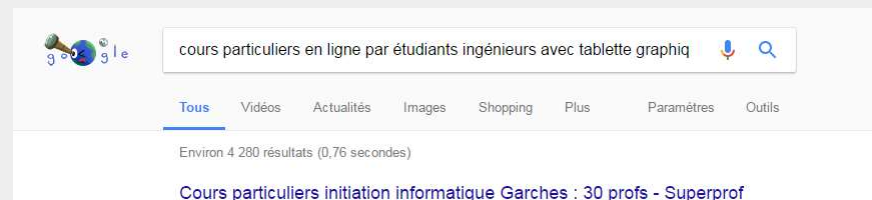
cours particuliers en ligne  
par étudiants ingénieurs

**330 000**



cours particuliers en ligne par étudiants  
ingénieurs avec tablette graphique

**4 280**



# Nos Cibles

## **Élèves:**

- obtenir de l'aide facilement;
- cours flexibles;
- étudier sans stress et dans une « bonne ambiance »

## **Parents:**

- trouver une aide scolaire peu cher et de qualité;
- réduire le temps des déplacements

## **Étudiants ingénieurs:**

- gagner un peu d'argent facilement;
- partager leurs connaissances et expériences de "classes prépas" ;
- pouvoir travailler chez eux avec des horaires flexibles

## Notre service

**Intérêt social de ce projet:** faciliter l'accès à l'enseignement de qualité

**Nom du domaine:** <http://www.xhelio.com/>

**Logo:**



**Prix de service:** 17€ /heure (dont 15,50€ /heure de rémunération du professeur)

**Autres sources de revenus:** 1€ /semaine de location de tablette graphique

**Chiffre d'affaire prévisionnel:** **42 500 €** = 50 cours/semaine X 17€ x 50 semaines

*(année de lancement dans la région Hauts-de-France, 182 000 lycéens)*



# SWOT : ANALYSE DE STRATÉGIE

OFFRES	<b>Forces</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Concept innovant</li><li>• Soutiens et partenariats</li><li>• Compétences et savoir-faire</li><li>• Utilisation des TIC</li><li>• Prix de service</li></ul>	<b>Faiblesses</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Réalisation et suivi technique</li><li>• Gestion des relations humaines</li><li>• Renouvellement des tuteurs</li><li>• Changements fréquents des programmes</li></ul>
	<b>Menaces</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Concurrents connus et installés</li><li>• Renouvellement rapide des technologies</li><li>• Spoliation du concept</li></ul>	<b>Opportunité</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Niveau bas des élèves français dans les matières scientifiques</li><li>• Manque de professeurs qualifiés en maths</li><li>• Augmentation des dépenses familiales en soutien scolaire</li></ul>

## Objectifs webmarketing

- ➔ Faire connaître le projet
- ➔ Optimiser le référencement du site
- ➔ Accroître la visibilité
- ➔ Recruter de nouveaux clients
- ➔ Fidéliser nos clients

## Leviers pour atteindre les objectifs

- Référencement naturel (SEO)
- Liens sponsorisés (SEA)
- Publicité
- Affiliation
- E-mailing
- Facebook
- Buzz marketing

# Budget et Planning Webmarketing

**Hypothèse basse: 1 000 € /an**

- **Campagne AdWords:** 420 € ( 3 fois /an)
- **Campagne Facebook:** 400 €
- **E-mailing:** 200 € (rémunération pour 4 missions)
- **Community manager:** 0 € (bénévolat de 2 mois - tournant)

Planning	MAI	JUIN	JUILLET	AOÛT	SEPT	OCT	NOV	DEC	JANV	FEV	MARS	AVRIL
Lancement site												
SEO												
Liens sponsorisés SEA												
Lancement Facebook												
FB : contenu												
FB : Ads												
Emailing Marketing												
Display												

# Champs lexicaux

*cours particuliers*

*cours en ligne*

cours particuliers en ligne proposés par les étudiants ingénieurs

cours en ligne flexible et sans déplacement grâce à la tablette graphique

cours en ligne pour connecter les étudiants et les élèves  
cours particuliers en ligne pour faciliter l'apprentissage des élèves

étudiants-ingénieurs accompagnent vos enfants dans leurs apprentissages

cours particulier	étudiants-ingénieurs	élèves	interface en ligne	tablettes graphiques	flexibilité
exercices	professeurs	parents	connecté	location de la tablette	à la demande
approfondissement	tuteurs	inscription	serveur	achat de la tablette	faciliter
en-ligne	enseigner	satisfaction	logiciel de traitement	écriture	un compte d'unités
symboles scientifiques	suivi personnalisé	chez soi	webcam	écrire des symboles	heure des cours
programmes	entretien	savoirs pratiques	support d'échange	logiciel	réserver un cours
cours en ligne	inscription	astuces	plateforme	support	disponibilité
formation	disponibilité	bon contact			sans déplacement
education par le numérique	rémunération	motivation			interaction directe
mentoring	proximité				gain de temps
tutoring	compétences scientifiques				

## 2. SEO - Référencement naturel site web



### Stratégie “technique”:

- Balise meta <title >: une balise unique par page, mot important
- Balise meta <description>: appel à l'action, 165 caractères
- Nom du domaine: géolocalisation, serveur
- Images: nom, attribut “alt” ( max. 80 caract.), format, poids
- Rapidité chargement des pages web: moins 3 sec.
- Actualisation du site
- Site responsive

### Stratégie “popularité”:

- “brand content”: pages de qualité avec information pertinente
- articles de fond, analyses, actualité
- des vidéos, photos, présentations (pdf, ppt)
- “backlinks”: échange des liens interne/externe

### Stratégie “contenu”:

- contenu en HTML
- contenu en <body> pas <footer>
- éviter menu déroulant
- balise <h1> seule par page
- <h2> et <h3> chapeau de l'article
- hiérarchiser contenu, structure claire et logique
- phrases courtes
- min. 200 mots par page
- mots en gras, italique
- liens internes/externes

### 3. SEA: LIENS SPONSORISÉS

Objectifs: Apparaître sur les premiers résultats de recherche sur Google (ADWORDS)

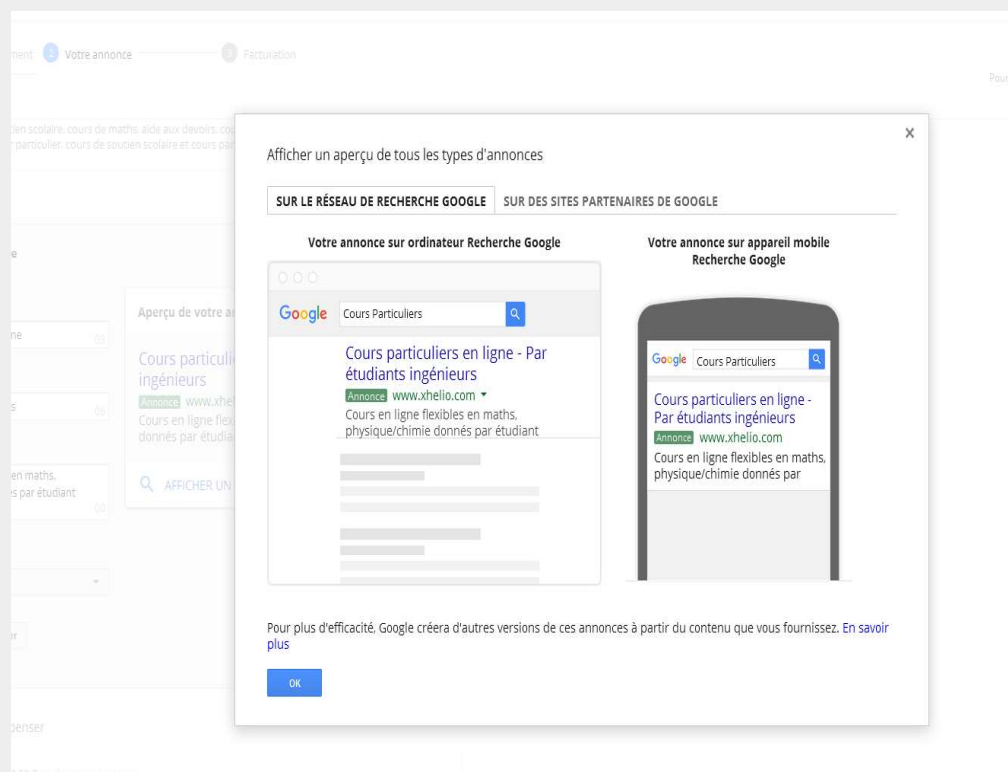
S'imposer sur un marché des cours particuliers en pleine expansion avec un service qui se distingue des autres



annonce pour page  
d'accueil

#### Mots clés

cours particuliers,  
cours en ligne,  
apprentissage,  
mentoring,  
accompagnement, cours  
particuliers en mathématique et  
physique  
proposé par les étudiants  
ingénieurs,  
cours flexibles, sans  
déplacement,  
tablette graphique



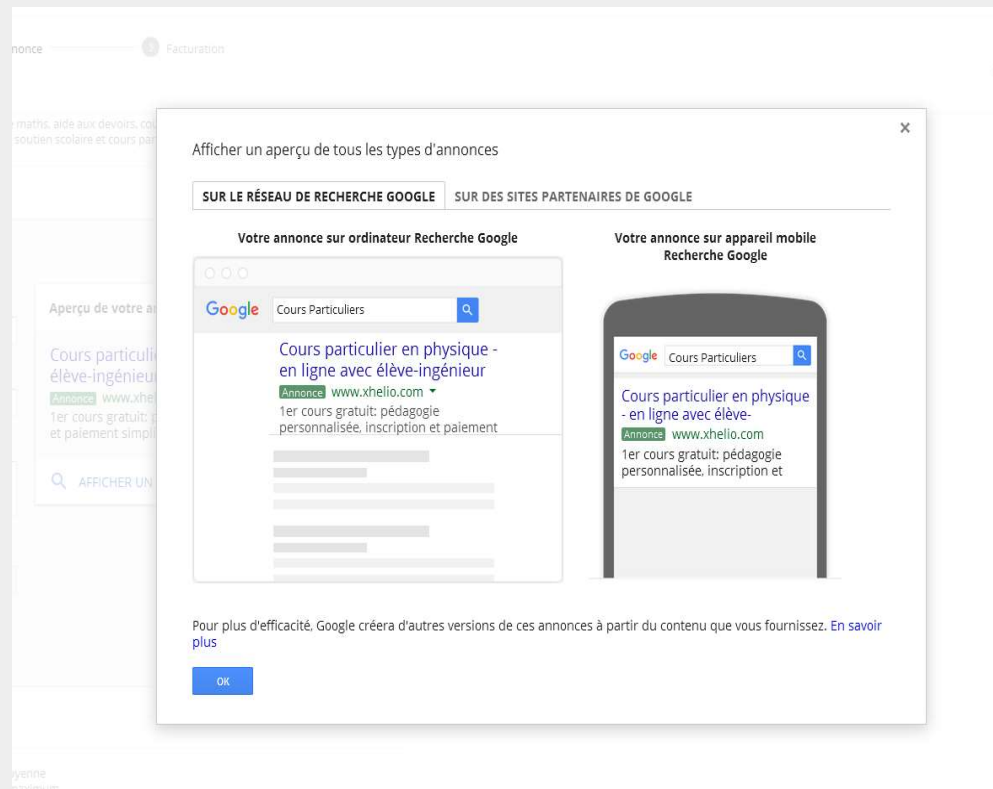
# SEA: LIENS SPONSORISÉS

Objectifs: Apparaître sur les premiers résultats de recherche sur Google (ADWORDS)

annonce pour page  
service

## Mots clés

cours particuliers,  
cours en ligne,  
cours particuliers en mathématique et  
physique,  
inscription et paiement simplifiés,  
réserver un cours,  
1<sup>er</sup> cours gratuit,  
cours flexible, sans déplacements,  
tablette graphique,  
webcam



# Les sites pour des pubs en affiliation

Objectifs: augmenter la visibilité, générer la notoriété

## Actions:

- contacter webmasters;
- écrire des communiqués de presse;
- faire des commentaires

## Sites:

<https://www.amazon.fr/>

<http://www.letudiant.fr/>

<http://www.apel.fr/>

The Amazon logo, featuring the word "amazon" in a bold, black, sans-serif font, with a curved orange arrow underneath it pointing from the 'a' to the 'z'.



## Exemples Display sur les sites pour des pubs en affiliation



## 4. COMMUNITY MANAGEMENT - RÉSEAUX SOCIAUX

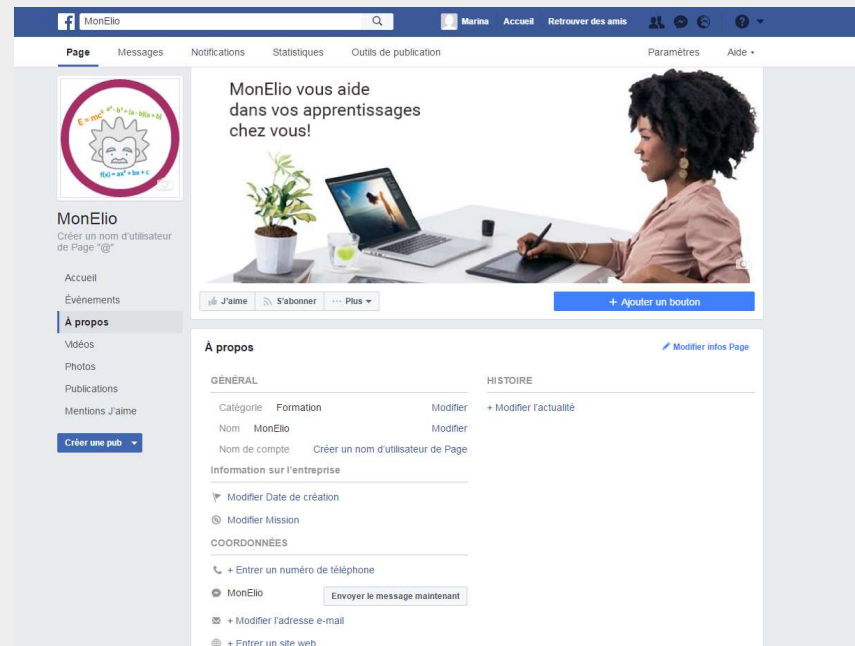
Objectifs: faire découvrir le projet, générer du trafic sur Facebook,  
trouver de nouveaux clients

Création page Facebook  
(cover, avatar)

**Engagement:** invitation aux  
likes et commentaires

**Ton:** dynamique, bienveillant,  
convivial, tutoiement

**Fréquence:** post quotidien

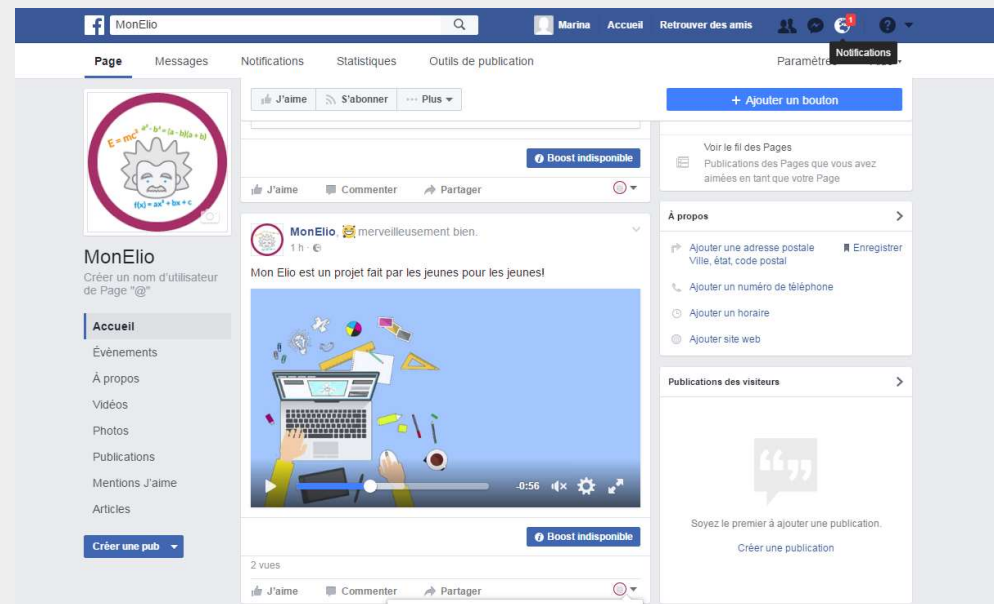


# COMMUNITY MANAGEMENT - RÉSEAUX SOCIAUX

Objectifs: faire découvrir le projet, générer du trafic sur Facebook, trouver de nouveaux clients

**“La story”**  
du projet en vidéo

**Communication sur:**  
image positive des études  
concept social du projet

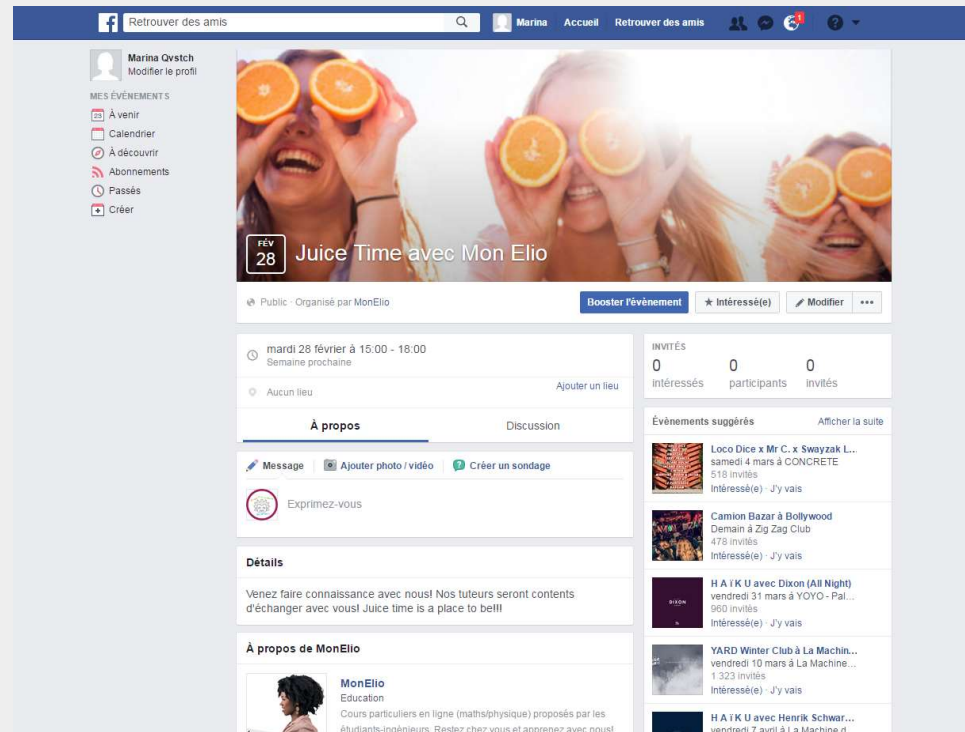


# COMMUNITY MANAGEMENT - RÉSEAUX SOCIAUX

Objectifs: faire découvrir le projet, générer du trafic sur Facebook, trouver de nouveaux clients

**Événement “Juice Time”**  
*rencontre physique entre les  
élèves et les tuteurs*

**Communication sur:**  
communauté Xhelio  
(*sharing, caring*)



# COMMUNITY MANAGEMENT - RÉSEAUX SOCIAUX

Objectifs: faire découvrir le projet, générer du trafic sur Facebook, trouver de nouveaux clients

**Événement**  
“Chat avec les parents”

**Communication sur:**  
informer et rassurer les  
parents



# COMMUNITY MANAGEMENT - RÉSEAUX SOCIAUX

Objectifs: faire découvrir le projet, générer du trafic sur Facebook, trouver de nouveaux clients

**Publication**  
"Inscription"

**Communication sur:**  
informer les clients sur les  
modalités d'inscription



# COMMUNITY MANAGEMENT - RÉSEAUX SOCIAUX

Objectifs: faire découvrir le projet, générer du trafic sur Facebook, trouver de nouveaux clients

**Publication**  
“Notre innovation: tablette graphique”

**Communication sur:**  
pédagogie du projet



## 5. E-MAILING MARKETING

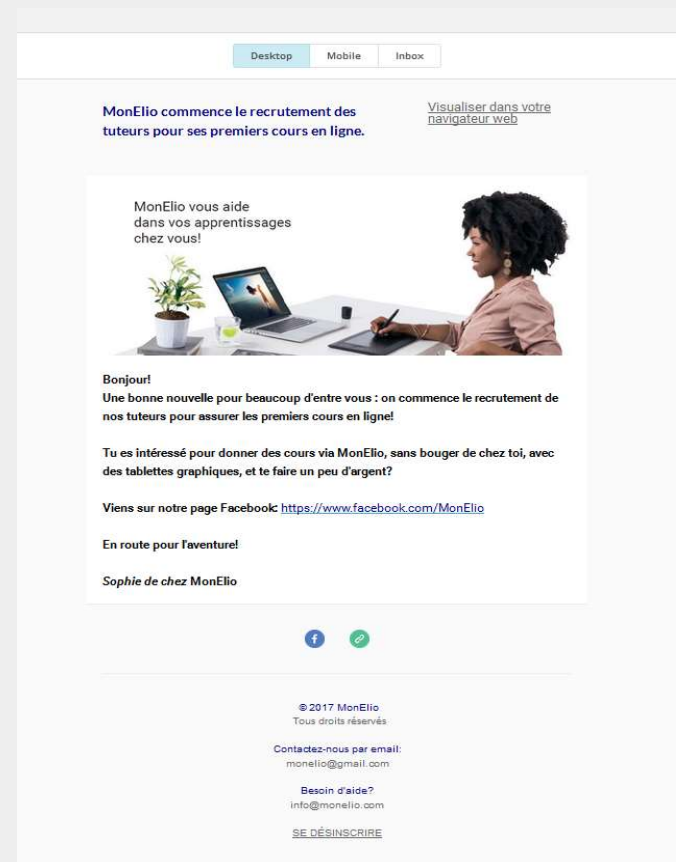
Objectifs: acquisition, collecte d'emails (online, off-line), newsletter



Informer sur la campagne de recrutement des tuteurs

### points importants:

- cible: jeunes
- contenu: phrases courtes et claires
- lien direct vers FB
- objet avec les mots clés: recrutement
- visuel parlant
- provoquer les clics





## 6. Conclusions: vers de nouveaux objectifs



- Développer les autres réseaux sociaux: Twitter, LinkedIn
- Suivre les tendances de communication web: veille stratégique
- Développer des partenariats: institutions d'enseignement et d'orientation
- Trouver un ambassadeur de qualité: « étudiant – inventeur »
- Travailler une campagne BUZZ: « la story de disparition étrange »

# Remerciements

*Je souhaite remercier l'équipe de Xhelio  
d'avoir partagé leur projet et leurs idées  
afin que je puisse réaliser cette étude!*

Xhelio