

Partie 4

MARKETING ET COMMUNICATION DIGITALE

La communication digitale est une nouvelle discipline de la communication. Elle désigne l'ensemble des échanges et des informations transmises via tous les supports que proposent l'écosystème numérique.

Elle définit les stratégies et les actions de communication menée sur le web dans le but de transmettre:

- des messages, des valeurs
- ou encore des résultats.

Dans le cadre de ce travail, l'attente avec la cliente a été de mettre en avant son service *femme* sur les réseaux sociaux. De trouver des stratégies pour booster ses pages existantes et en créer d'autres.

Étape 1

Moyen de communication via OWNED, PAID, EARNED Media

Étape 2

Construction de la Ligne Editoriale

Étape 3

Construction de la Stratégie d'Inbound Marketing

Étape 4

Construction de la Stratégie Marketing



Construction COMMUNICATION

Afin de transmettre un message à son public cible, Le service *femme* peut utiliser différents canaux de communication. Il peut s'agir d'une communication média (presse écrite, radio, télévision) ou d'une communication hors média (catalogue, site web, publicité). Il existe un très grand nombre de canaux de communication

Une étude sur sa stratégie de communication sera fait ci-dessous enfin d'optimiser sa présence dans le web

Paid media	Owned media	Earned media
Google: pas d'annonce	Site Internet de la marque: pas de site	Mention sur les réseaux sociaux: Au fil du temps FEMME SARL reçoit des commentaires positifs.
Display: Affiche	Blog de la marque: pas de blog	Avis de consommateurs : Depuis 2020, la clientèle apprécie les service de FEMME SARL tout en critiquant son parfum naturel
Article sponsorisé: aucun blog	Réseaux sociaux: https://www.facebook.com/profile.php?id=100069968905391 Types de contenus : vidéos, photos, textes	
les réseaux sociaux: https://www.facebook.com/profile.php?id=100069968905391	Vidéo: uniquement sur sa page Facebook	

Nous remarquons au terme de cet étude sur la stratégie de communication de *femme* que la visibilité sur les réseaux sociaux et sur le net en général est très faible. Pour palier à cela nous allons commencer par créer un site web personnalisé et augmenter le trafic dans les réseaux sociaux en ouvrant un compte Facebook, Twitter, Instagram, Tiktok. Le secteur earned Media nous permettront d'avoir les retours sur les services

Construction de la LIGNE EDITORIALE

Toute entreprise, qu'il s'agisse des TPE, PME, des entreprises B2B ou B2C a besoin de communiquer de façon permanente sur son produit encore beaucoup plus à cette ère du digital. De ce fait, il est plus pratique pour elle d'utiliser des lignes éditoriales qui leur permettent de donner une direction et un cadre aux différents contenus produits.

Proposons une ligne éditoriale pour la communication de *femme* :

- Contexte

femme est une marque de MYRO&FILS qui touche à la fois la diététique et la cosmétique. elle propose des produits naturels pour la perte de poids, l'entretien de la peau, des cheveux etc.... du client. Sa valeur ajoutée est le soucis du bien-être de ses différents clients.

- Positionnement

femme est encore peu connu du public et est talonnée de près par plusieurs concurrents tels que la méthode M du docteur MARCEL TEAGUE. Côté prix, les produits proposés sont plutôt accessibles sur le marché. *femme* vous propose du naturel à moindre coût. L'objectif de créer un site web sera de se mettre au digital et de faire connaître la marque sur le marché.

- Cibles

Comme cœur de cible, avec son thé minceur le service s'adresse à des personnes de forte corpulence à la recherche de solutions pour perdre ces kilos en trop. Puis, vient le côté cosmétique pour toute personne dans le besoin (hommes, femmes, enfants).

- Ton

Le ton utilisé sera percutant, friendly, formel, informatif et en utilisant le "vous" dans des circonstances particulières.

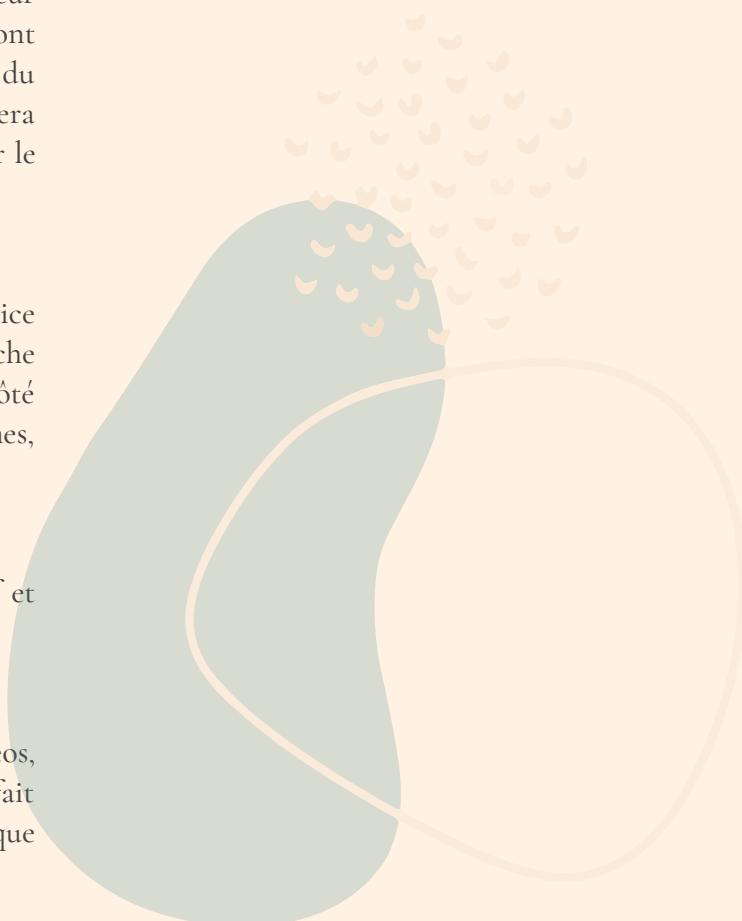
- Le contenu proposé au client

Le contenu sera créé selon le réseau social utilisé. Des vidéos, images, textes et articles blogs et des audio si besoin se fait ressentir. Le but est de faire comprendre à la clientèle que *femme* existe, d'essayer le produit, ils seront pas déçus.

- Fréquence de publication

3 articles par semaine.

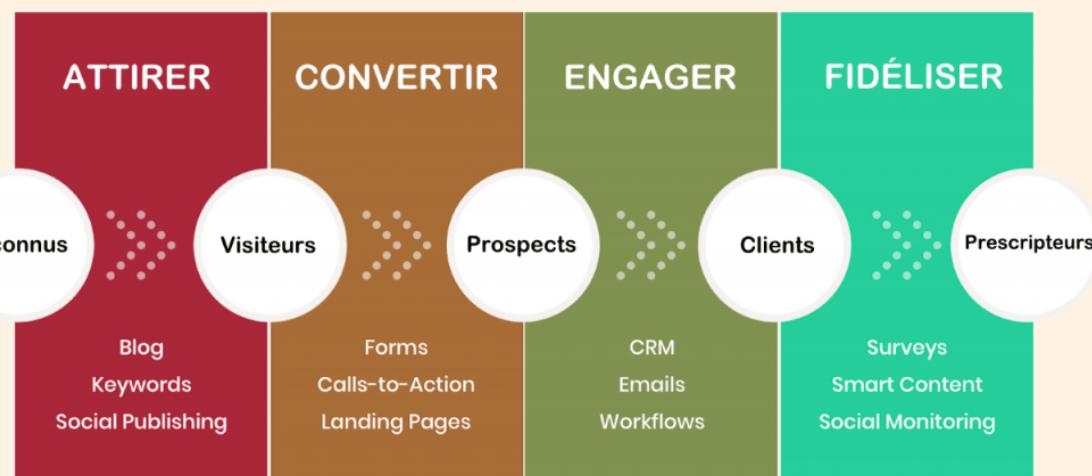
COMMENCEZ VOTRE STRATÉGIE DE CONTENU



Stratégie de mise en place D'INBOUND MARKETING

Le secteur de la beauté est un secteur concurrentiel, dynamique et en constante évolution. C'est pourquoi, les marques de beauté doivent rester agiles et constamment s'adapter aux besoins et attentes des consommateurs, et à l'évolution de leurs concurrents directs.

Etablissons une stratégie d'Inbound Marketing pour *femme* :



En résumé;

femme élabora des blogs avec des textes bien positionnés grâce aux mots clés pour attirer des inconnus sur leurs réseaux sociaux ;

puis, convertira ces visiteurs en prospects en faisant des Call To Action, des Landing Pages, etc ; ensuite, les transformera en potentiels clients en les envoyant directement des E-mails lors de leur recherches. En effectuant également des CRM et Workflows ;

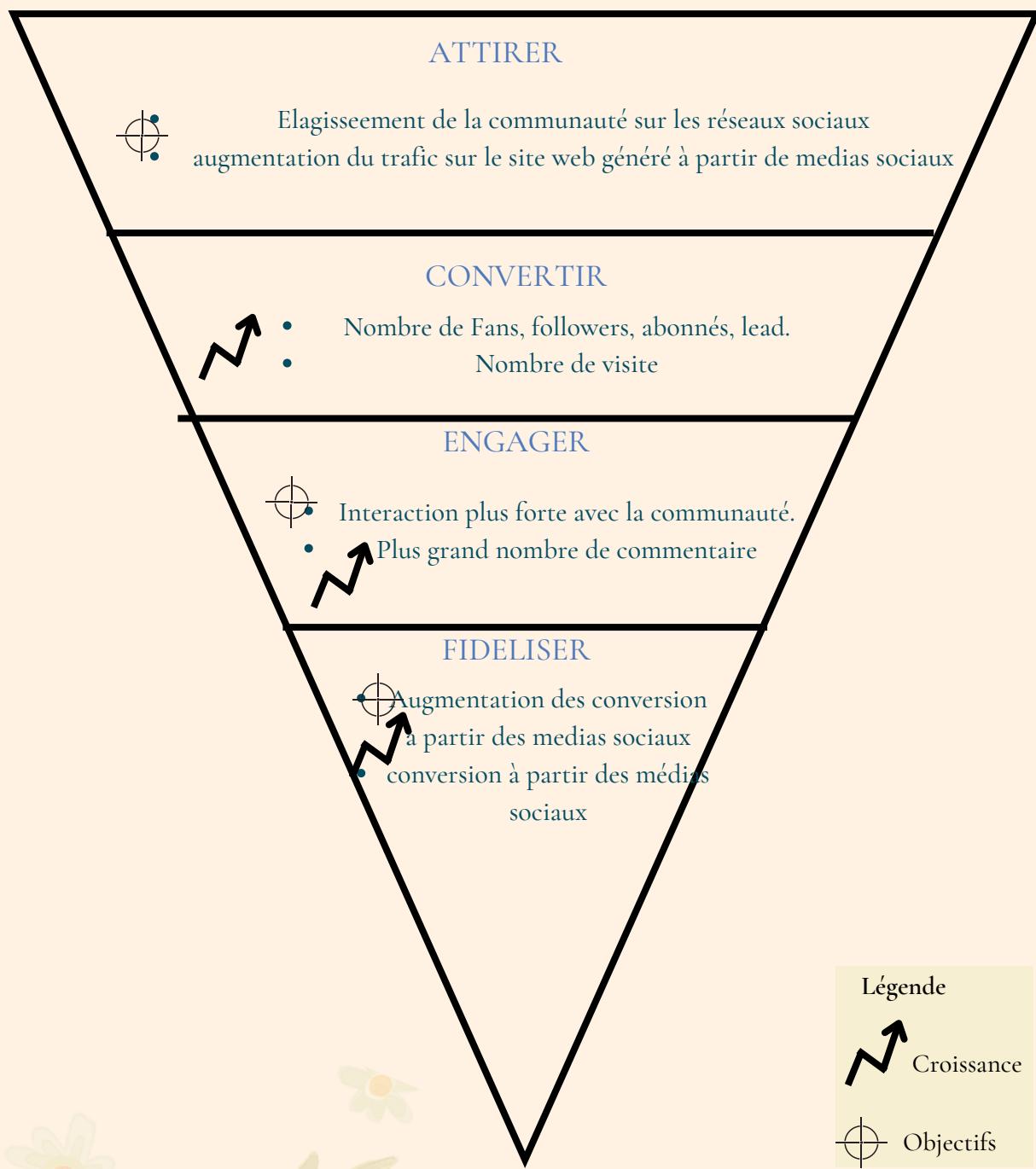
enfin, fidélisera sa clientèle en les permettant d'être des porteurs de la marque. En leur faisant de temps en autres des réductions à une période de l'année.

L'objectif SMART fixé pour *femme* est d'augmenter la clientel à cinq (5) clients par jour soit 150 par mois pour les deux prochains mois et multiplier cette clientel par trois (3) pour les prochains mois.

Stratégie de mise en place

D'INBOUND MARKETING

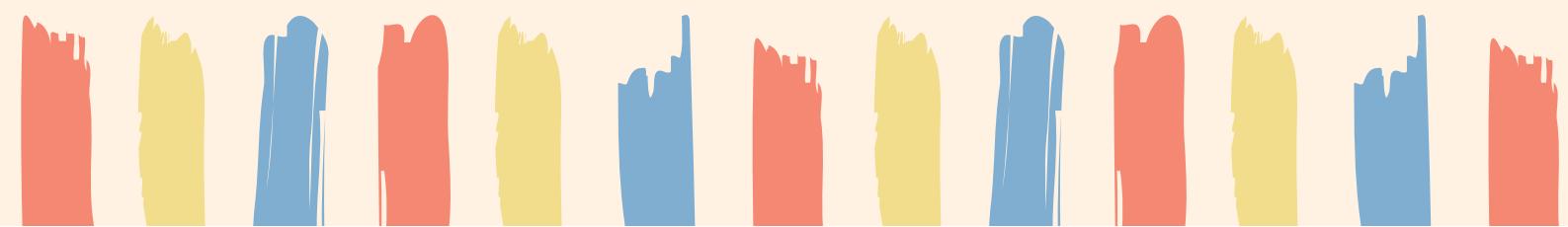
Les médias sociaux sont des outils précieux dans le cadre d'une stratégie d'inbound marketing et à ce titre il convient d'établir des indicateurs performants pour suivre l'évolution de ses plans d'actions.



Construction d'un CALENDRIER EDITORIAL

Publier du contenu sur internet, que ce soit via un blog ou un réseau social, demande un certain effort. Mais cela reste néanmoins un excellent moyen d'attirer à soi des prospects hautement qualifiés. C'est le « content marketing », ou « marketing de contenu » en français. À ce sujet, il existe un outil essentiel pour gérer toute la production du contenu : il s'agit du calendrier éditorial.

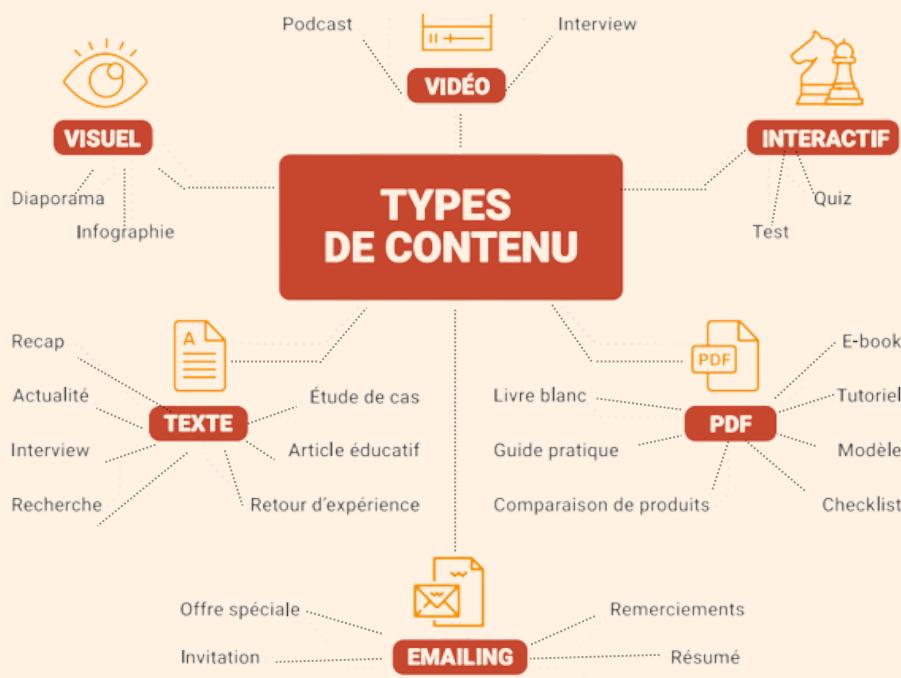
Ci-dessous un exemple de calendrier éditorial sur deux réalisé pour *femme*.



Contenu MARKETING

Le contenu marketing est une stratégie durable visant à attirer des prospects. Il ne doit pas être concentrer de texte uniquement, il sera aussi fait des vidéos (vidéo explicative, des animations, des témoignages, d'astuces), des quiz, des questionnaires.

Pour assurer un maximum de visibilité, il est nécessaire d'ajouter des liens les uns avec les autres sur chaque article. Il est aussi nécessaire de collecter des témoignages d'influenceurs; les recycler en textes, audio, vidéo et les exploiter plusieurs fois



Définition de La Stratégie Marketing

La stratégie marketing va définir un ensemble de méthodes et d'actions à mettre en œuvre pour permettre à une entreprise d'atteindre nos objectifs. Pour ce faire nous identifierons la stratégie qui convienne au projet *femme*.

A- Proposition d'une Stratégie

La Stratégie marketing qui conviendrait à ce projet serait la stratégie de différenciation. Avec cette stratégie marketing, la volonté est de travailler sur la qualité des services proposés afin de se démarquer de la concurrence.

La différenciation peut s'opérer sur la capacité à innover, sur une utilisation plus efficiente des ressources ou de la technologie, sur le développement de services additionnels associés à l'offre, une personnalisation de la relation client.

Avec une telle stratégie, l'entreprise cherche à développer et à préserver un avantage concurrentiel, mais aussi à rendre difficile l'émergence d'acteurs capables de gagner des parts de marché ou de se substituer à elle.

budget la stratégie de marketing / communication digitale

La bonne nouvelle, c'est que l'étude fait dans ce document dont il est question ne coûtera que 500 000 FCFA,

Partie 5

AUDIT SEO

L

' audit SEO (Search Engine Optimization) est une analyse conçue pour mieux mettre en exergue ses forces, comprendre ses faiblesses, appréhender les raisons d'un positionnement efficient ou défaillant d'un site internet dans les moteurs de recherche.

Un bon Audit SEO, fait d'abord l'étude des sites de la concurrence. Puis fait une analyse en profondeur de votre site internet en profondeur afin de mettre en place les actions qui augmenteront efficacement son référencement et donc, son trafic. Le bon référencement d'un site sur les moteurs de recherche dépend, entre autres, de sa capacité à améliorer sans cesse la qualité de son contenu.

Dans le cadre du travail de cette section, nous allons procéder par étapes:

Étape 1

Analyse de la concurrence

Étape 2

Enumérer les points techniques à respecter lors de la création d'un site web

Étape 3

Proposer une stratégie de contenu

Étape 4

Identifier 5 sites d'autorité du domaine de *femme*



L'Analyse SEO de la concurrence

Lors l'étude de la concurrence nous avons identifié: deux concurrents directs et un concurrent indirect. A savoir: la méthode M du Dr Marcel TEAGUE et LONGRICH, pour les concurrents directs. Et BEAUTY LINE INSTITUT

(B.L.I) CAMEROUN, concurrent indirect.

Nous allons procéder à la recherche de ce que ces marques font en terme de SEO.

La méthode M du Dr Marcel TEAGUE	
Audit SEO	Libellé
Etat des lieux	Site web: https://docteurmarcel.com/ - Inactif Page Facebook: https://www.facebook.com/bienetre.longevite/ -
Analyse des mots clés	
Analyse des mots clés concurrents	
Sources de trafic complémentaire	
Cartographie du linking interne	
Analyse netlinking	
Audit du contenu	
Audit technique	
Audit ergonomie et design	
Recommandations	

LONGRICH	
Audit SEO	Libellé
Etat des lieux	https://www.longrichservices.com/
Analyse des mots clés	RAS
Analyse des mots clés concurrents	
Sources de trafic complémentaire	
Cartographie du linking interne	
Analyse netlinking	
Audit du contenu	
Audit technique	
Audit ergonomie et design	
Recommandations	

BEAUTY LINE INSTITUT Cameroon	
Audit SEO	Libellé
Etat des lieux	https://www.google.com/maps/place/Beauty+Line+Institut+Cameroon/@3.8931399,11.5092482,15z/data=!4m2!3m1!1soxo:oxbd16d9b95797c290?sa=X&ved=2ahUKEwjo3fiHm7P7AhW_VqQEHZieCNcQ_BJ6BAg4EAM
Analyse des mots clés	pas de site
Analyse des mots clés concurrents	
Sources de trafic complémentaire	
Cartographie du linking interne	
Analyse netlinking	
Audit du contenu	
Audit technique	
Audit ergonomie et design	
Recommandations	

Un bon SEO les points techniques

Pour porter ses fruits et vous permettre de promouvoir votre activité, une création de site web doit respecter un certain nombre de bonnes pratiques.

Celles-ci portent autant sur les paramètres techniques de votre site web que sur son contenu. Il vous faudra donc maintenir une vigilance de tous les instants lors de sa conception. Et si l'on revenait ensemble sur les points les plus importants pour la création de site internet de qualité ?

- 1- CRÉEZ UN SITE WEB QUI RÉPOND AUX BESOINS DE VOTRE CIBLE
- 2- ENRICHISSEZ TOUS VOS CONTENUS WEB
- 3- STRUCTUREZ VOS PAGES WEB ET LEURS CONTENUS
- 4- EXPLOITEZ LE POUVOIR DES LIENS SUR LE WEB

Site D'autorité

Pour porter ses fruits et vous permettre de promouvoir votre activité, une création de site web doit respecter un certain nombre de bonnes pratiques.

Celles-ci portent autant sur les paramètres techniques de votre site web que sur son contenu. Il vous faudra donc maintenir une vigilance de tous les instants lors de sa conception. Et si l'on revenait ensemble sur les points les plus importants pour la création de site internet de qualité.

1- [HTTPS://CWARFR.NESTLENUTRITION-INSTITUTE.ORG/](https://CWARFR.NESTLENUTRITION-INSTITUTE.ORG/)

2- [HTTPS://WWW.ENNONLINE.NET/](https://WWW.ENNONLINE.NET/)

Partie 6

AUDIT SEA

RAS



Partie 7

STRATEGIE DE CONTENU

ARTICLE

LA BEAUTE AU NATUREL : UNE QUÊTE DU BIEN ÊTRE?

La beauté naturelle, ce n'est pas que les produits bio. Les gens recherchent une beauté holistique, en relation avec l'environnement, un mode de consommation qui laisse peu d'empreintes écologiques. La question c'est : comment retrouver une harmonie avec la nature dans notre société urbanisée et répondre ainsi aux besoins naturels de notre corps ? C'est une recherche d'authenticité. Il existe une autre tendance : le naturel en apparence. C'est ce qu'on voit dans les magazines par exemple, avec des mannequins jeunes au maquillage "nude". L'idée c'est d'effacer la trace du cosmétique avec des produits de beauté moins invasifs pour donner une apparence de naturel. Enfin, la troisième catégorie c'est les personnes qui sont par exemple accro au Botox qui donne certes une apparence de jeunesse naturelle. Là on est carrément dans la négation du naturel puisqu'il s'agit de nier le vieillissement. Le rapport à la nature est alors complètement biaisé.

La beauté au naturel , c'est finalement la quête du bien-être ? C'est une forme de lâcher prise ?

Selon Bernard Andrieu, philosophe et professeur d'épistémologie du corps et des pratiques corporelles et membre du comité de l' Observatoire NIVEA : Pas complètement. C'est une forme de souci de soi, une sorte d'esthétique de l'existence : s'emparer de son corps pour en faire quelque chose d'esthétique. Cela demande donc un véritable travail. C'est un mode de vie qui va de la diététique à l'alimentation en passant par les soins. Ce qui est nouveau dans la beauté au naturel c'est justement toute cette part holistique, l'idée que le corps fait partie de la nature. A mon sens, ce n'est pas seulement une mode. Avec la crise écologique actuelle, il s'agit d'une véritable prise de conscience. Ce n'est pas une régression ni un abandon, mais une stratégie alternative : continuer à s'exprimer, mais à travers une cosmétique plus naturelle .