



Rubrique : COMMUNICATION

Modules: Marketing Digital, SEO/SEA
& Rédaction 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.

Pour réaliser ce projet, vous avez 2 semaines, du Lundi 07/11/2022 au Samedi 19/11/2022 minuit.

Vous devrez impérativement respecter les consignes de rendu pour que votre évaluation soit prise en compte.

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.

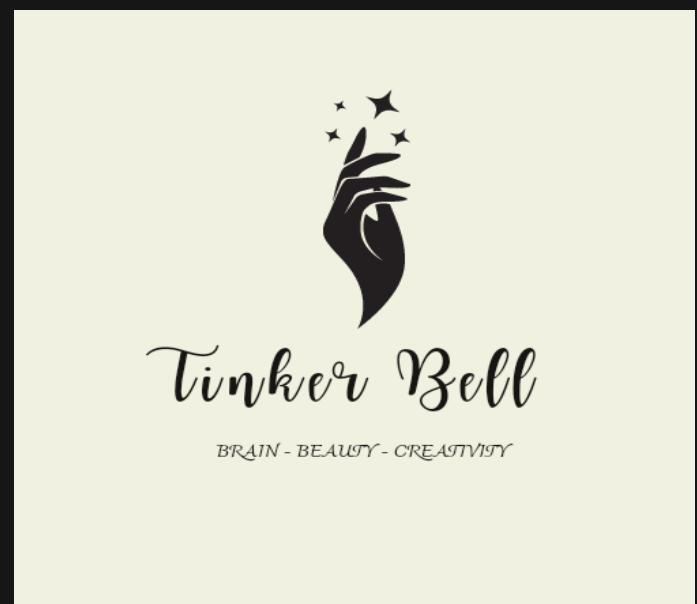
Cette phase de découverte est très importante pour la suite, car elle vous aidera à comprendre la situation de l'entreprise ainsi que la posture du gérant.

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

1. Définir le nom de votre agence ainsi qu'un logo simple : Pensez à argumenter vos choix

Nous allons créer une Agence Marketing dénommée Tinker Bell. Nous avons choisi ce nom en référence à la fée clochette. Nos doigts de fées vont concevoir pour vous les plus beaux designs. Nous allons également faire prospérer votre entreprise avec des stratégies marketing adaptées. Avec Tinker Bell, tous vos soucis disparaîtront comme par magie.

Ci-après notre logo :



Nos mots d'ordres : **BRAIN – BEAUTY – CREATIVITY**. Quand l'intelligence et la créativité sont combinées, il n'en peut en résulter que de la beauté.

2. Définir votre organisation de travail durant les 2 semaines à venir. Comment vous êtes-vous organisés dans votre équipe :

a. Quelles sont les tâches de chacun dans le projet ?

Comment avez-vous divisé les tâches ?

Comment avez-vous priorisé les tâches ?

Nous serons trois collaborateurs à travailler pour Tinker Bell :

- ✓ **Volet rédaction** : qui a une double casquette, à la fois rédacteur et designer
- ✓ **Responsable SEO/SEA**
- ✓ **Responsable marketing et évènementiel** : qui se chargera de tout ce qui est stratégie marketing et les évènements

Chronogramme d'activités

TACHES À FAIRE	CHRONOGRAMME													
	J1	J2	J3	J4	J5	J6	J7	J8	J9	J10	J11	J12	J13	J14
Prise de contact avec le client	■													
Audit et étude de marché		■	■											
Marketing stratégique				■	■									
Audit SEO						■	■							
Audit SEA								■						
Rédaction web		■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	
Elaboration du livrable							■	■	■	■	■			
Vérification et rectification												■		
Livraison du travail														■

b. Quels sont les outils de communication (Teams, Google Meet, Discord, etc.), outils de gestion de projet et outils d'organisation (Trello, Asana, Notion, etc.) que vous avez utilisés pour coordonner vos actions d'équipe.

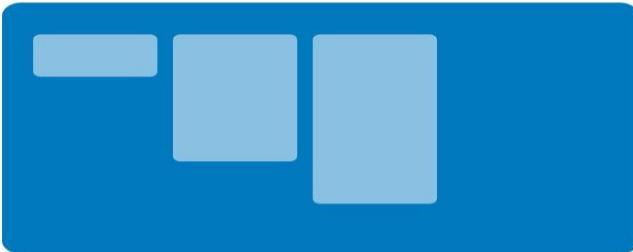
Pour organiser vos tâches, on vous préconise d'utiliser [Trello](#). Voici un mode d'emploi de Trello, accessible via [ce lien](#). Vous trouverez des modèles pour vous aider à constituer votre organisation, via [ce lien](#).

Nous allons utiliser Google Meet, Duo pour la communication, Trello ou Notion pour la réorganisation des tâches.

Tout

Professionnel

Conception



Taleau Simple

Créé par Trello



Central de Organização da Equipe

Créé par Trello Adapté aux équipes



Travail de groupe

Modèle de la communauté



Conception des produits

Créé par Trello Adapté aux équipes

Astuces : Nous vous avons également parlé de la force de Notion en termes d'outil organisationnel. Pour rappel, il vous permet de réaliser de nombreuses réalisations. Il est même possible de réaliser son rapport marketing directement via cet outil et de préciser le lien de partage dans votre dépôt, voire de l'enregistrer sous format PDF. Voici un petit tuto sur [les bases de l'utilisation de cet outil](#).

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 ?

Nous avons trouvé notre client via une plateforme de travail en ligne où des entreprises postent leurs annonces et où des travailleurs en Freelance et des agences de marketing à la recherche des offres.

2. Présentez votre client :

a. Qui est-il ? Quelle est l'histoire de son entreprise ?

Il s'agit de CYRIL LIGNAC, un artisan pâtissier spécialiste en chocolaterie. Il a fondé son entreprise le Groupe Cyril Lignac en 2005. Il s'agit d'une société indépendante française restaurants et des boutiques et des pâtisseries.

b. Que fait-il ?

CYRIL LIGNAC et son associé BENOIT COUVRAND, tiennent une pâtisserie artisanale située au 25 Rue Chanzy, 75011 Paris, France. Ils ont créé toute une gamme de produits cacaotées (tablettes de chocolat, oursons à la guimauve, pâtes à tartiner, etc.).

c. Qui sont ses clients ?

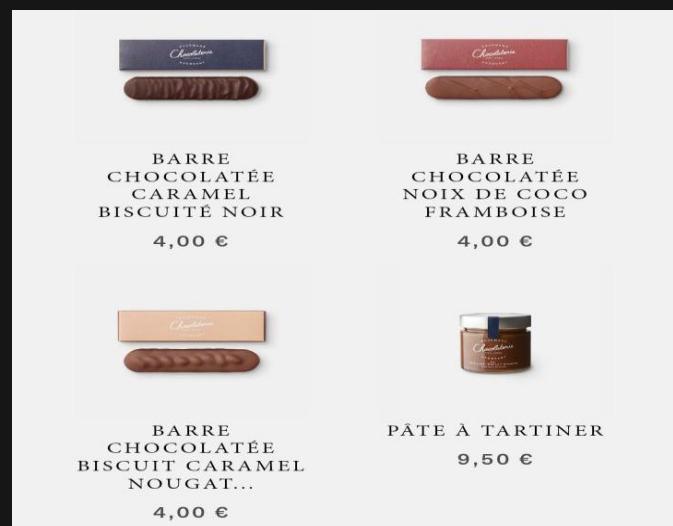
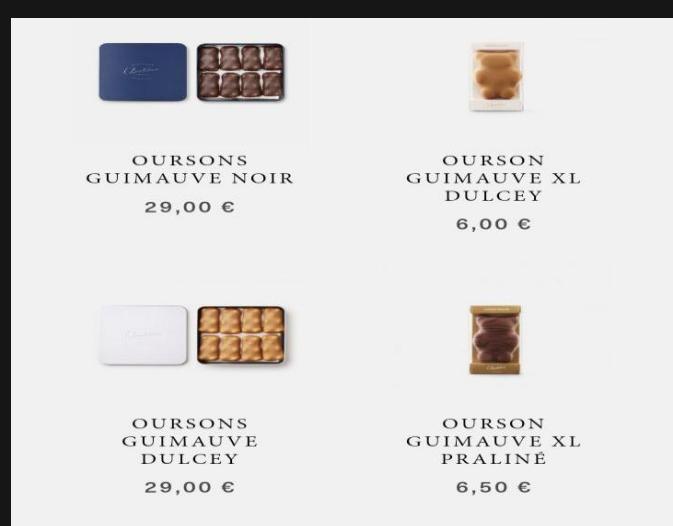
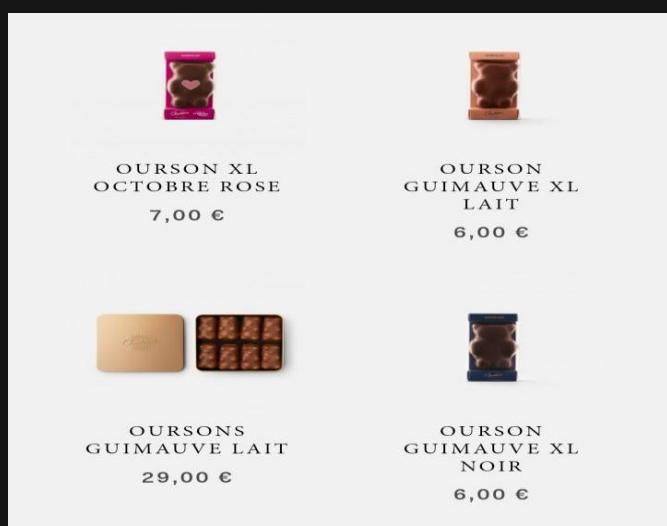
Les français de tout âge et de toutes catégories professionnelles. Tout le monde en France sauf allergies et autres problèmes de santé. Ses chocolats se vendent partout.

d. Où se situe-t-il ?

Sa boutique principale se situe au 25 Rue Chanzy, 75011 Paris, France. Il a également d'autres boutiques à SEVRES, Rue PAUL BERT, Rue PASTEUR, Rue de CHAILLOT, Rue de BAYEN et à SAINT TROPEZ.

e. Que propose-t'il (Services, produits ...) ?

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)

Pour sa chocolaterie, son chiffre d'affaire est estimé à 3 000 000 € en 2022 et pour ses livres dont les trois tomes de « Fait maison », il a obtenu plus de 11,5 millions d'euros.

Nous n'avons pas eu l'évolution de ses chiffres d'affaires ces trois dernières années mais nous avons ces résultats lors de la création donc on peut voir à travers ces chiffres son évolution.



2. Lors de votre réunion de brief avec votre client, quels sont les besoins de votre client en termes de marketing ou de communication digitale ?

Notre client souhaite qu'on élabore une nouvelle stratégie marketing pour son entreprise et qu'on fasse de nouvelles fiches pour ses produits.

4. 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**

Réseaux sociaux	Nombre d'abonnés	Taux d'engagement	Type de contenus	Sujet traité
Facebook	2 100 000		Recettes, Photos et vidéos, émissions de télé réalité	Cuisine, chocolats, pâtisserie
Instagram	3 000 000	3812 publications	Photos, vidéos, publicités	Cuisine, chocolats, pâtisserie

- b. Site : construction du menu, SEO**



The screenshot shows the homepage of Cyril Lignac's website. At the top left is the logo (a stylized 'C' inside a circle) and the name 'CYRIL LIGNAC'. On the far right is a close button ('X'). Below the header, there is a dropdown menu indicated by a downward arrow and the text '▼ FR'. The main content area contains several links: 'LE CHEF', 'LES RESTAURANTS', 'LA PÂTISSERIE', 'LA CHOCOLATERIE', 'LES BONS CADEAUX', and 'LE RECRUTEMENT'. A prominent black button at the bottom right is labeled 'RÉSERVATION'.

c. Autres présences dans le numérique

The screenshot shows the YouTube channel page for "Groupe Cyril Lignac". At the top, there's a large video thumbnail showing a chef in a kitchen. Below it is the channel logo, a circular portrait of a smiling man (Cyril Lignac). The channel name "Groupe Cyril Lignac" is displayed in bold black text, followed by a "S'ABONNER" button. Below this, the channel stats are shown: "@cuisineattitude 10,5 k abonnés 13 vidéos". A descriptive text follows: "Le Groupe Cyril Lignac, fondé en 2005 par le Chef éponyme, est une société indépendante française regrou... >". Below this, a link to "instagram.com/cyril_lignac et 11 autres liens" is provided. At the bottom of the page, there are navigation links: ACCUEIL, VIDÉOS, SHORTS, and PLAYLIST.

The screenshot shows the "VIDÉOS" section of the YouTube channel. It lists four videos:

- [PORTRAIT] Lucas - Sous-Chef Boulanger ... 750 vues · il y a 1 an 1:05
- [PORTRAIT] Quentin - Demi-Chef de Partie ... 371 vues · il y a 1 an 1:02
- [PORTRAIT] Frédéric - Premier Vendeur à La... 439 vues · il y a 1 an 1:13
- La Pâtisserie Cyril Lignac - Saint-Tropez 2,2 k vues · il y a 1 an 0:54

d. Il est possible que l'entreprise choisisse, ne possède aucune présence dans le digital.

Dans ce cas, essayez de relever cela et de le justifier (manque de moyen, manque de temps, etc.)

Il est très présent dans le digital.

5. Faites un récapitulatif de ce qui existe et ce qui manque à votre client en termes de communication digitale.

	Présence	Absence
Facebook	X	
Instagram	X	
You Tube	X	
Site Web	X	

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 déterminez les facteurs au niveau macro-environnemental.

POLITIQUE	ÉCONOMIQUE	SOCIOLOGIQUE	TECHNOLOGIQUE	ENVIRONNEMENTAL	LÉGAL
Le secteur du chocolat est très dépendant des politiques étrangères des pays producteurs de cacao.	La Côte d'Ivoire avec 43% est le premier producteur mondiale. Le marché du chocolat en France compte 105 entreprises et 30 000 employés directs.	Le secteur du cacao et du chocolat n'a pas subi de perturbation majeure par la crise mondiale du COVID-19.	Le progrès technique lors du processus de fabrication est de plus en plus rare. L'évolution se concentre sur le packaging.	La filière du cacao doit produire du chocolat en majorité durable et responsable.	Les différents acteurs doivent se conformer aux réglementations sur le pourcentage de cacao et l'étiquetage des produits.

b. Déterminez les forces de Porter.

Menace des nouveaux entrants	Ferrero Rocher est un concurrent extrêmement difficile à reproduire car ses produits sont très complexes.
------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------

Degré de rivalité avec les concurrents	Les chocolats de Cyril Lignac ont beaucoup de notoriété en France. Cependant, on constate que Nutella possède 80% du marché des pâtes à tartiner.
Menace des produits de substitution	Nutella pour les pâtes à tartiner et Ferrero pour les chocolats.
Pouvoir de négociation des fournisseurs	Les produits sont artisanaux, les ingrédients viennent des 4 coins du monde et sont écoresponsables.
Pouvoir de négociation des clients	Les produits sont destinés à tout le monde (hommes, femmes et enfants de tout âge).

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

FORCES	FAIBLESSES
<ul style="list-style-type: none"> - Produits uniques - Attraction touristique - Personnalisation - Saveurs de signature - Construction d'équipe d'entreprise 	<ul style="list-style-type: none"> - Coûts de production élevés - Fluctuations saisonnières - Compétition interne - Dépendance à l'égard des fournisseurs - Adoption lente de la technologie
OPPORTUNITÉS	MENACES
<ul style="list-style-type: none"> - Tourisme et attraction locale - Evènements spéciaux - Fidélité de la marque - Extension de la ligne de produit - Présence en ligne et sur les réseaux sociaux 	<ul style="list-style-type: none"> - Concours - Frais - Ventes saisonnières - L'offre et la demande - Changer les préférences des consommateurs

d. Faites un résumé récapitulant les différents éléments à prendre en compte pour la mise en place de votre stratégie.

Les éléments à prendre en compte lors de la mise en place de la stratégie marketing :

- ✓ Les produits
- ✓ Le prix
- ✓ Les moyens de communications
- ✓ La distribution de produits et sa commercialisation.

2. Après avoir étudié le marché, vous allez analyser les 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. Déterminez 2 concurrents directs et 1 concurrent indirect de votre client.

On peut considérer **Patrick Roger** et la **Maison du chocolat à Paris** comme ses concurrents directs et **La Maison Christophe Roussel** comme un de ses concurrents indirects.

b. Pour chacun des concurrents, faites un paragraphe présentant l'entreprise et ses différentes gammes de produits/services. (Citez des exemples pour chaque gamme)

- ❖ **Patric Roger** est un chocolatier talentueux sis à Paris, Sceaux et Saint-Germain-en-Laye. Il a su s'imposer comme l'un des meilleurs chocolatiers de France et a gagné le titre du Meilleur Ouvrier de France Chocolatier (MOF) en 2000.

The screenshot shows the homepage of the Patrick Roger website. At the top, there's a navigation bar with the brand logo "PATRICK ROGER", language selection "EXPÉRIENCE FRANÇAIS", a search icon, a "PANIER" (cart) icon with "0" items, and a user profile icon. Below the navigation is a "CATÉGORIES" dropdown menu. The main content area features three product categories: "RWC23" (with an image of colorful chocolates), "BRUT" (with an image of a dark chocolate bar), and "DESIGN" (partially visible). A large banner at the bottom left reads "LES SENS DE LA CRÉATION".

The screenshot shows the homepage of the Patrick Roger website. At the top, there's a navigation bar with the brand logo "PATRICK ROGER", language selection "EXPÉRIENCE FRANÇAIS", a search icon, a "PANIER" (cart) icon with "0" items, and a user profile icon. Below the navigation is a "CATÉGORIES" dropdown menu. The main content area features two product categories: "EXCLUSIF Collection d'assortiments" (with an image of a dark chocolate bar) and "VEGETAL" (with an image of a dark chocolate truffle). A large banner at the bottom right reads "LES SENS DE LA CRÉATION".

❖ La Maison du chocolat de Paris, une des institutions françaises du chocolat.

Son chef Nicolas CLOISEAU est un véritable expert de la transformation du cacao. Il a été élu Meilleur Ouvrier de France chocolatier en 2007.

The screenshot shows the La Maison du Chocolat website's "Chocolate Assortments" section. At the top, there are navigation icons for menu, search, user profile, and shopping cart. The main heading "Chocolate Assortments" is displayed over an image of a red box filled with chocolates. Below the heading, a subtext reads: "Treat yourself to the intense flavor of our chocolate assortments." There are also icons for a person and a cross.

The screenshot shows a product detail page for a "Gesture Gift Box 2 chocolates". It features an image of an open gift box containing two chocolates. Below the image, the product name is displayed. To the right, a descriptive text block states: "Treat yourself to our delicious Indulgence collections. La Maison du Chocolat offers 3 different sizes, containing 2, 6 or 16 chocolates to delight your taste buds." Navigation icons for menu, search, user profile, and shopping cart are visible at the top.

❖ La Maison Christophe ROUSSEL, sis au 19 Rue General de Gaulle.

Il s'agit d'une chocolaterie très originale. Elle est connue pour ses crabes pralinés au cœur fondant et une carapace très croquante en chocolat au lait de Madagascar.

The screenshot shows the Christophe Roussel website's product catalog. It features several items: "CARRÉS GRAND CRU MADAGASCAR 33%" and "CARRÉS GRAND CRU BAHIANA 67%", both priced at 8,00 €; "MENDIANTS-90G" priced at 12,00 €; and "PETITS CRABES" priced at 17,00 €. Each item has an image and a brief description below it. Navigation icons for menu, search, user profile, and shopping cart are at the top.

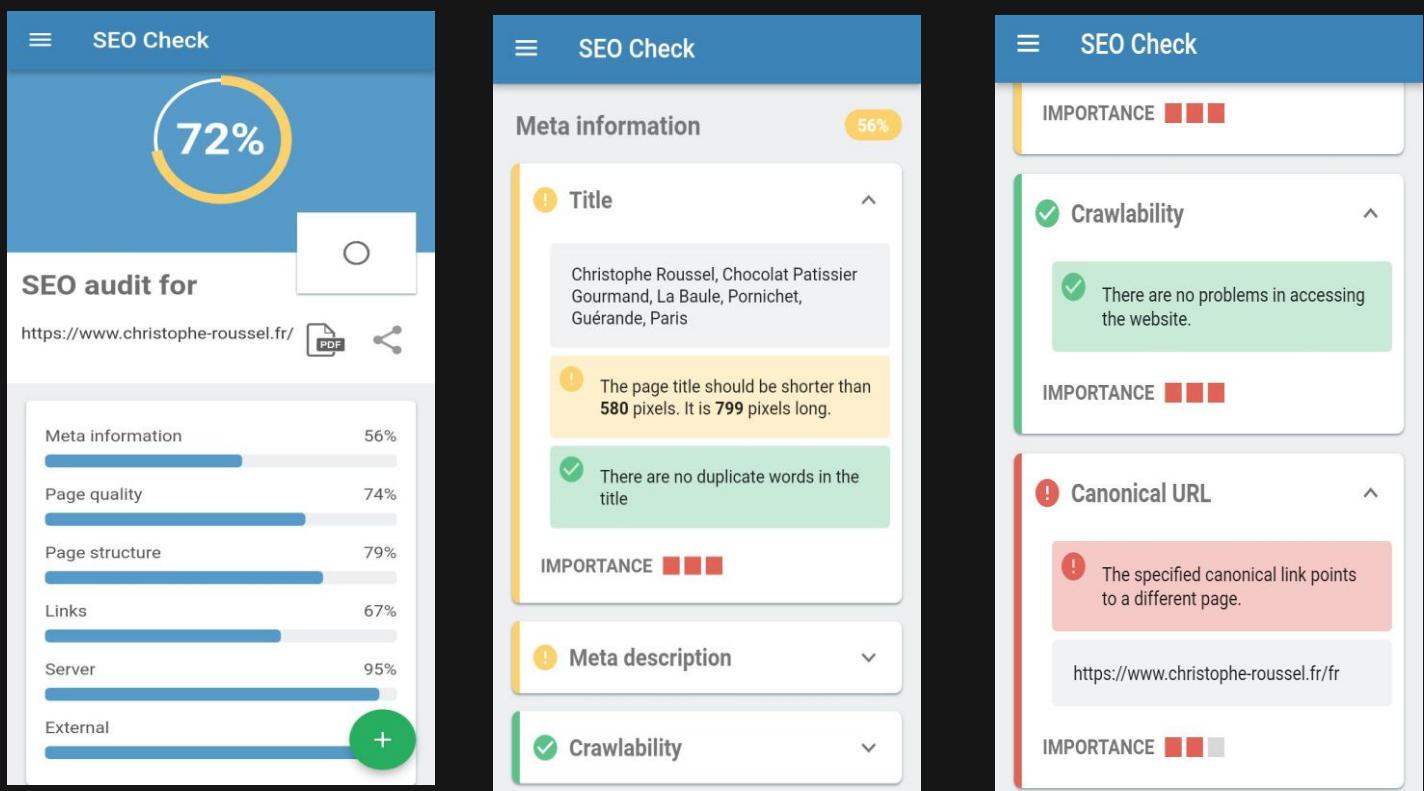
The screenshot shows a promotional offer for macarons. It features images of "12 MINI PAQUEBOTS" and "TONGS DE LA BAULE", both priced at 20,00 €. A large image of macarons is shown at the bottom with the text: "IN LOVE WITH MACARONS ! Commandez votre coffret et recevez-le chez vous". A "COMMANDER" button is located at the bottom right. Navigation icons for menu, search, user profile, and shopping cart are at the top.

c. Faites une analyse de la communication de chacun des concurrents.

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

Concurrents	Réseaux sociaux (Instagram)			
	Nombre d'abonnés	Taux d'engagement	Type de contenus	Sujet traité
Patrick ROGER	104 000	1129 publications	Photos et vidéos	Chocolat, sculpture
La Maison du chocolat	150 000	2 559 publications	Photos et vidéos	Chocolat, recrutement, glaces, pâques, recettes, snacking
La Maison Christophe ROUSSEL	101 000 abonnés	2 068 publications	Photos, vidéos, publicité	Cours, portes ouvertes, Evènements, Noël, recrutement, Biscuits, Saint Valentin

ii. Site : construction du menu, SEO → s'appuyer sur la ressource “Audit SEO - Evaluation finale.xlsx”



SEO Check

Language

- The following language is defined by HTML: **fr**
- Language detected in text: **fr**
- Language defined in HTML: **fr**
- Server location: **France**

IMPORTANCE

Alternate/Hreflang Links

- There are no alternate links specified on this page.

IMPORTANCE

SEO Check

Other meta tags

- There is no rel next meta tag on this page.
- There is no rel prev meta tag on this page.

IMPORTANCE

Domain

- The domain is no subdomain.
- The domain length is good.
- The domain does not contain non-latin characters.

IMPORTANCE

SEO Check

Page URL

- No parameters were found in the URL.
- No session ID was found in the URL.
- The URL does not have too many subdirectories.

IMPORTANCE

Charset encoding

- The charset encoding (**UTF-8**) is set correctly.

IMPORTANCE

SEO Check

Datatype

- The datatype **HTML 5** is set correctly.
- The datatype is placed at first in the HTML code.

IMPORTANCE

Favicon

- The favicon is linked correctly.

IMPORTANCE

Meta tags

SEO Check

Content

- This page contains **715** words. That's ok.
- 21.3%** of the text are stop words.
- Some words from the page title are not used within the pages content
- The page contains a listing, which indicates a good text layout.
- 8** paragraphs were found on this page.
- No placeholders texts or images were found.
- There are no duplicates on the site.
- The average number of words per sentence of **16.5** words is good.

SEO Check

Frames

- This page does not use a frameset.

IMPORTANCE

Mobile optimization

- A viewport "**width=device-width, initial-scale=1, maximum-scale=1**" is provided.
- No Apple touch icon is specified.
- This page only loads **3** JavaScript files. That's good!

IMPORTANCE

SEO Check

Bold and strong tags

The usage of strong and bold tags is perfect. We recommend the use of up to 14 tags for this page.

IMPORTANCE █ █ █

Image SEO

21 images have no alt attribute. The content of alt attributes is used by search engines.

IMPORTANCE █ █ █

Social Networks

There are only a few social sharing widgets on the page. Make your website popular in social networks with social sharing widgets.

SEO Check

Additional markup

No additional page markup was found.

IMPORTANCE █ █ █

HTTPS

This website uses HTTPS to protect privacy and integrity of the exchanged data.

All included files are also transferred via HTTPS.

IMPORTANCE █ █ █

Page structure 79%

SEO Check

Page structure 79%

H1 heading

! There is no H1 heading specified.

IMPORTANCE █ █ █

Headings

! The structure of headings is missing one or more levels. Do not skip heading levels.

IMPORTANCE █ █ █

SEO Check

Heading structure

Heading level	Content
H2	En ce moment...
H2	Tablette d'Or 2023
H2	Irrésistible !
H2	C'est dans la boite
H2	Créations festives
H2	Explorateur de saveurs
H2	Sauvez les gâteaux !
H2	Cours de pâtisserie
H2	Newsletter
H2	Une occasion particulière ?
H2	Au service des pros !
	Rejoignez l'équipe !

SEO Check

External factors 100%

Blacklists

! This website is rated as "Only for Adults".

IMPORTANCE █ █ █

Backlinks

This website has excellent links from other websites.

This page has backlinks from 267 referring domains.

This page has 17,087 backlinks.

This page has backlinks from 204 different ip addresses.

IMPORTANCE █ █ █

Facebook popularity

! The page has 931 shares and comments on Facebook.

IMPORTANCE █ █ █

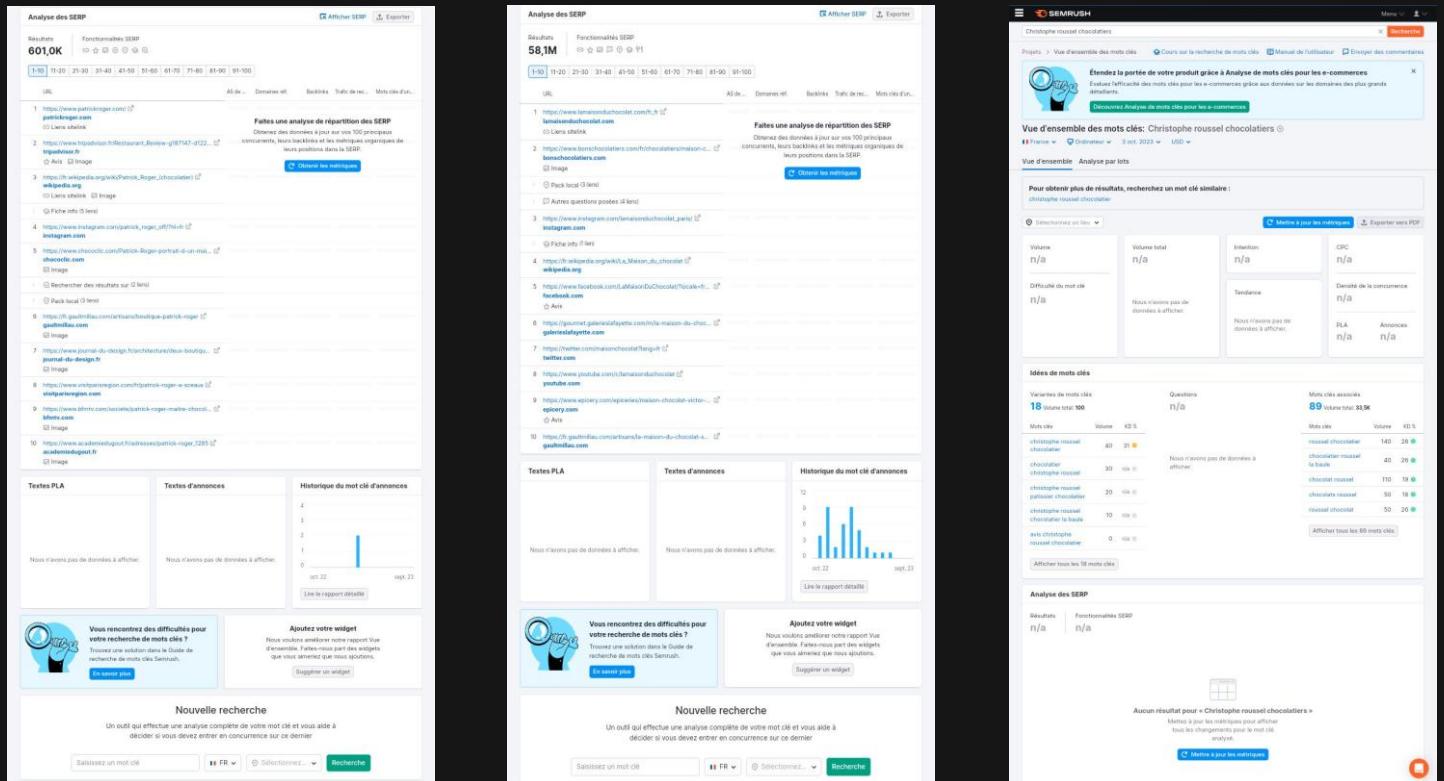
Miscellaneous

Robots.txt

Most important keywords

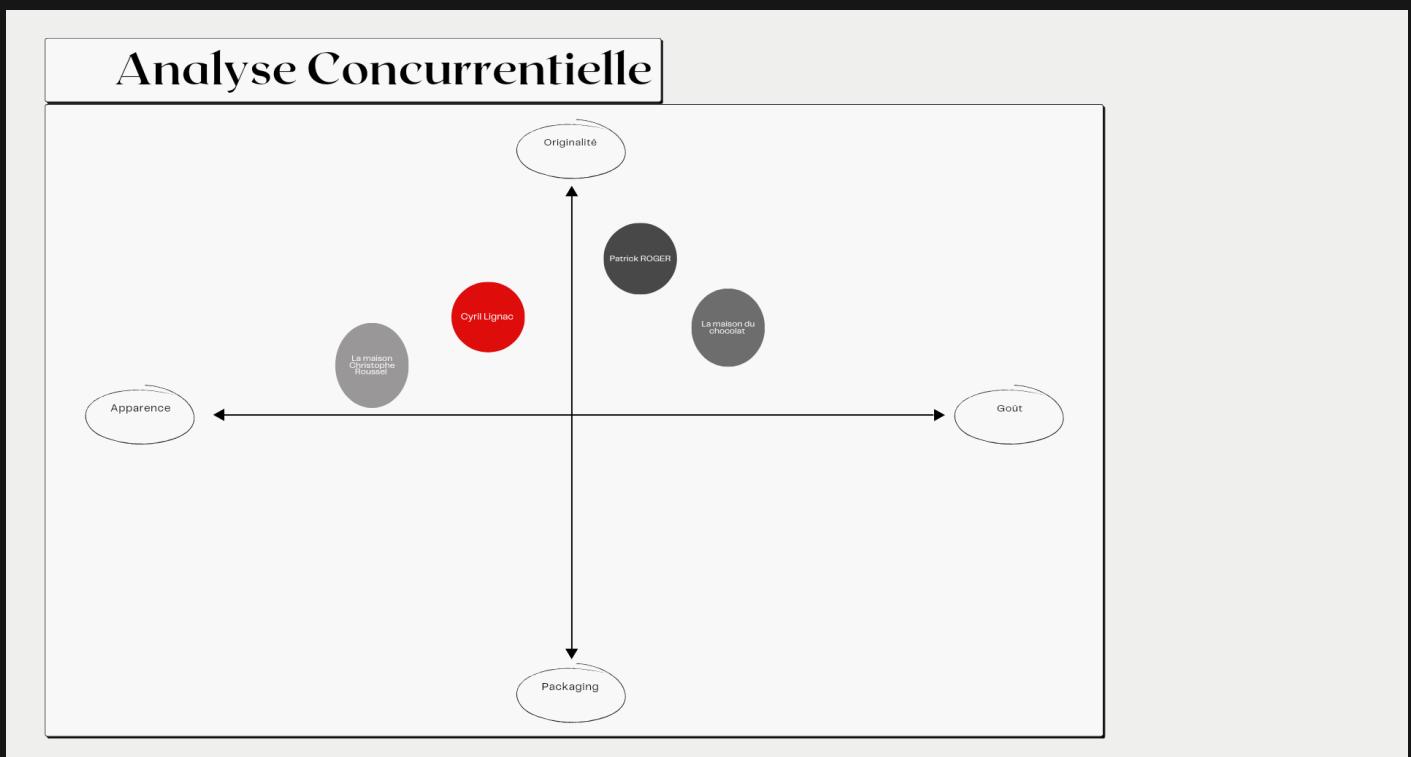
Keyword	Result
Roussel	71 %
Christophe	71 %
Christophe Roussel	71 %
au chocolat	66 %
chocolat	61 %
chocolats et	60 %
Roule	59 %

iii. Autres présences dans le numérique

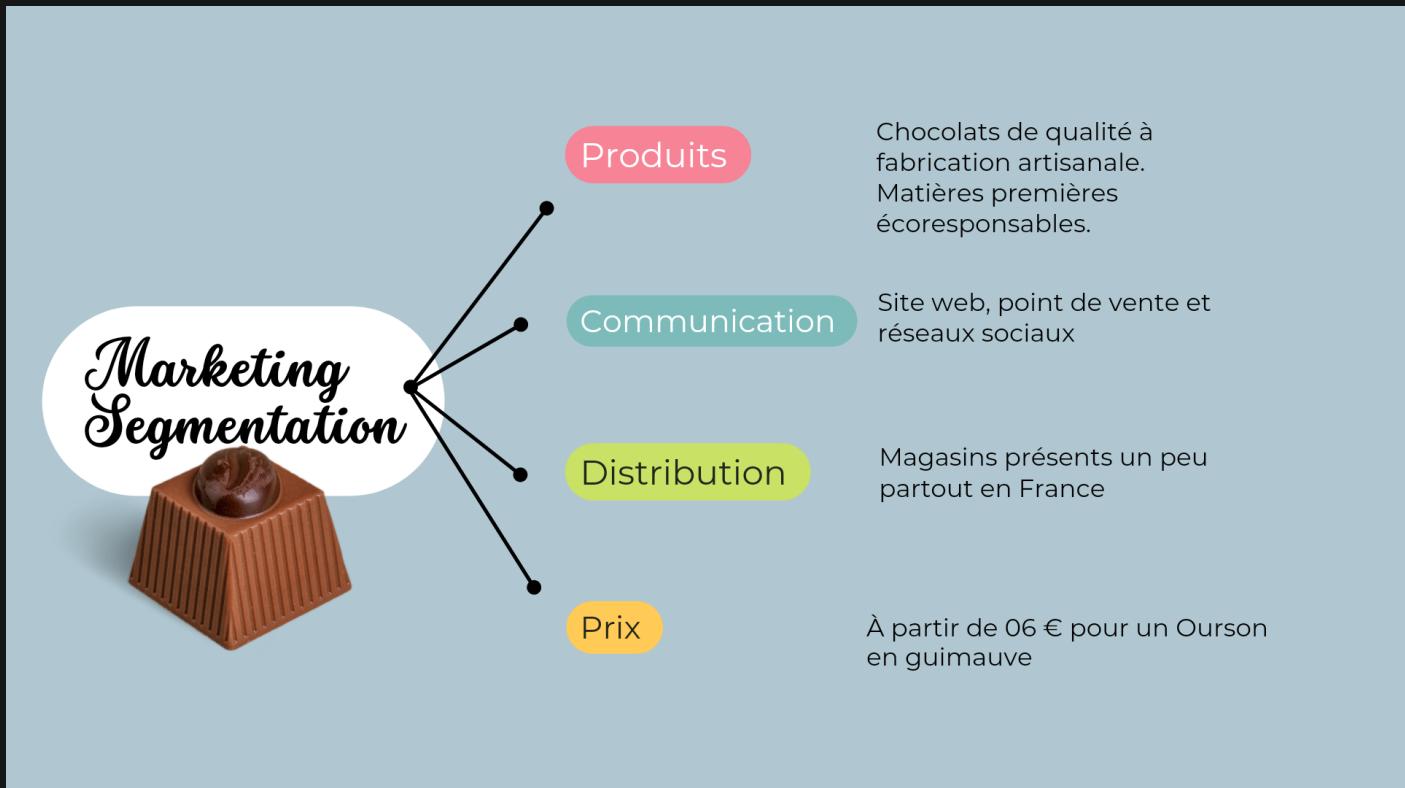


d. Après votre analyse et à l'aide d'un mapping concurrentiel, déterminez le positionnement de votre client face à ses concurrents.

Vous devrez définir par vous-même les axes d'analyse pour le mapping concurrentiel.



e. Construire le Marketing Mix de votre client (Produit, Prix, Distribution, Communication) → Matrice marketing mix



3. Il est temps d'analyser les clients de l'entreprise (de votre client)

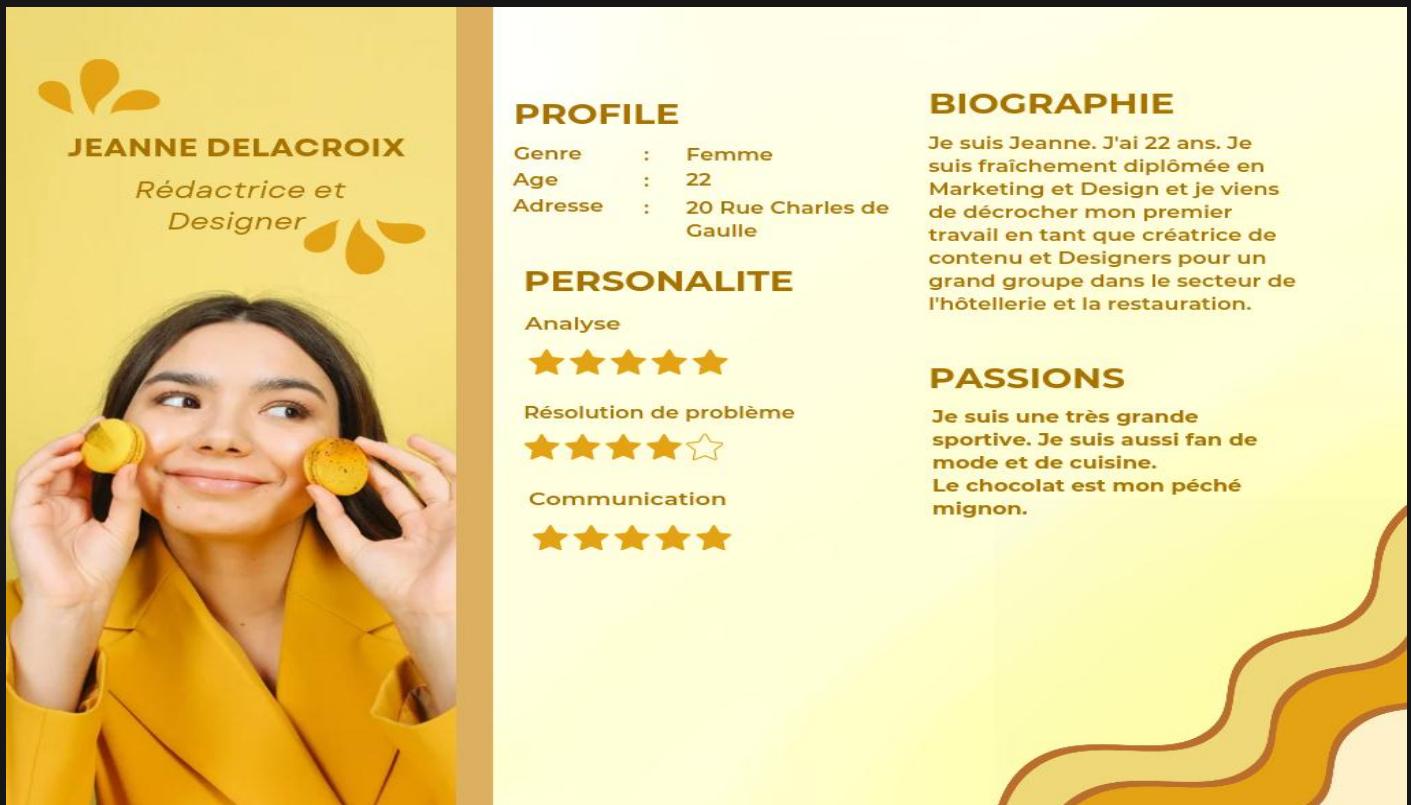
a. Déterminez les cibles de votre client. (Cœur de Cible, Cible primaire et cible secondaire).

Pour chaque cible, vous ferez un paragraphe expliquant qui sont-ils (socio démographique, habitudes, freins, etc.)

Cœur de cible	Cibles primaires	Cibles secondaires
Les français, hommes et femmes de tout âge. Les français adorent le chocolat. Ils les offrent en cadeaux pour les fêtes et les consomment surtout pour pâques et noël.	Pâtissiers et boulanger Les boulanger et les pâtissiers sont l'un des principaux clients sur le marché du chocolat. C'est l'un de leurs ingrédients phares sur la plupart de leurs recettes.	Les touristes La découverte de la gastronomie est l'une des raisons qui poussent à voyager. Pleins de touristes viennent visiter la France juste pour goûter à ses chocolats.

b. Construire le persona pour le cœur de cible et la cible Primaire.

Vous pouvez utiliser le site suivant pour réaliser votre persona : [Xtensio](#)



JEANNE DELACROIX
Rédactrice et Designer

PROFILE

Genre : Femme
Age : 22
Adresse : 20 Rue Charles de Gaulle

PERSONALITE

Analyse ★★★★★

Résolution de problème ★★★★★☆

Communication ★★★★★

BIOGRAPHIE

Je suis Jeanne. J'ai 22 ans. Je suis fraîchement diplômée en Marketing et Design et je viens de décrocher mon premier travail en tant que créatrice de contenu et Designers pour un grand groupe dans le secteur de l'hôtellerie et la restauration.

PASSIONS

Je suis une très grande sportive. Je suis aussi fan de mode et de cuisine. Le chocolat est mon péché mignon.

Cœur de cible



PROFILE

Age: 24
Genre Homme
Adresse 17 Rue Rolland Garros

À PROPOS DE MOI

Je suis Jean Luc, j'ai 24 ans et je suis boulanger pâtissier à mon propre compte. Je tiens une boulangerie artisanale en ville. On me sollicite souvent pour des snacks et pour différentes types d'évènements.

Profession: Boulanger Pâtissier
Statut: Marié

Jean Luc CRUCHOT

BUTS

- Élargir mon activité en ouvrant des boutiques annexes
- Sortir de nouveaux produits
- Avoir une plateforme de vente en ligne



Cible primaire

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

Mon client a déjà entamé des dynamiques dans le marketing digital et la communication digitale.

1. Quels sont les objectifs que vous vous êtes fixés avec votre client ?

Nous avons convenu avec Monsieur Cyril LIGNAC d'élaborer une stratégie marketing complète (marketing traditionnel + marketing digital) et de confectionner des fiches pour sa nouvelle gamme d'Ourson en guimauve.

2. Quels sont les moyens de communication existant de votre client ?

Faites une liste en triant via Owned, Paid et earned média.

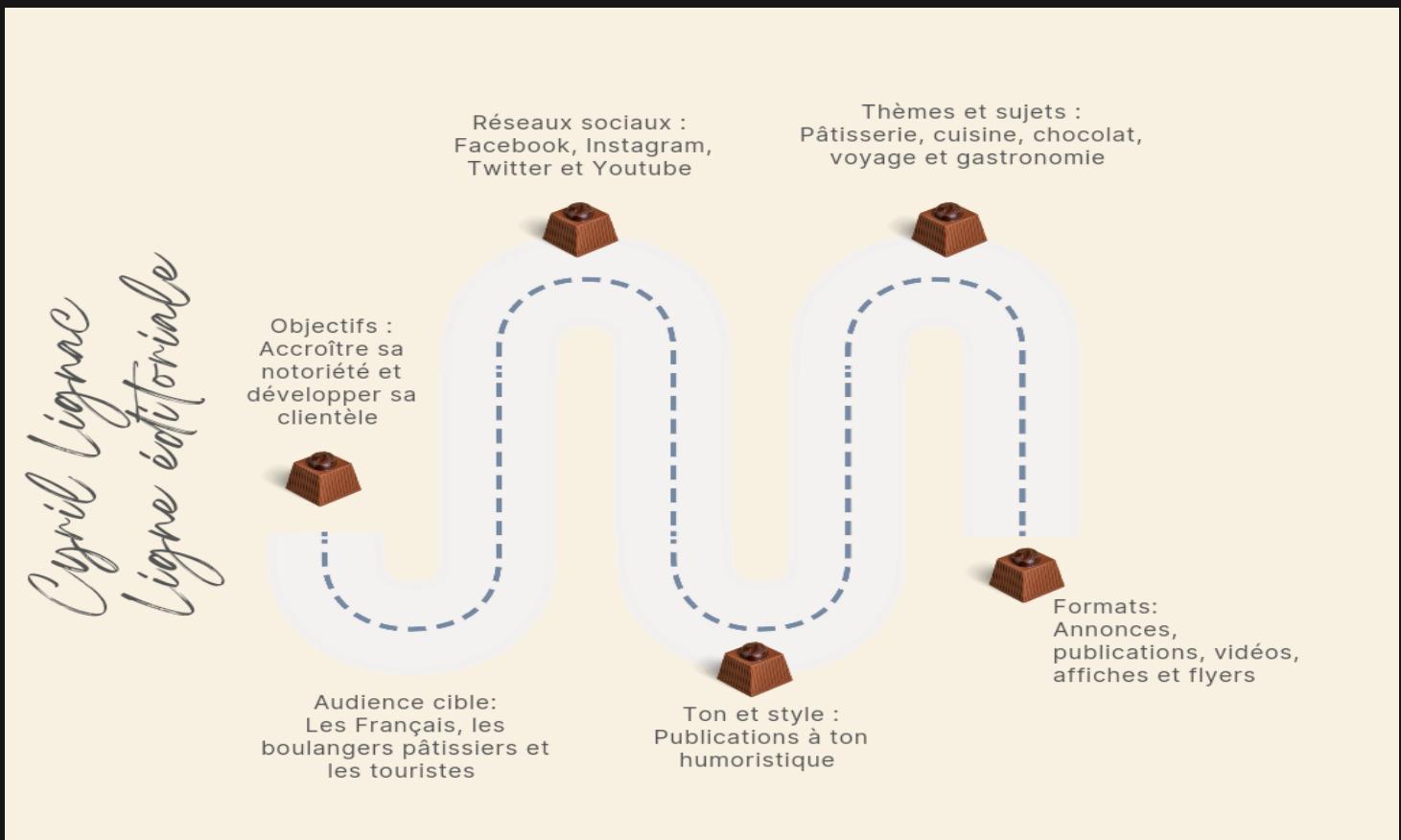
- ✓ **Paid media** : spot radio, google adwords, sms/mms, merchandising, encart presse, animation commerciale
- ✓ **Owned media** : dépliant BAL, mailing ciblé, goodies, e-mailing video, affichage,
- ✓ **Earned media** : partage sur Facebook, pages et blogs de fans sur instagram et sur le web, émission télé le meilleur pâtissier.

3. Quels sont ceux que vous souhaiteriez lui créer ?

Faites une liste en triant via Owned, Paid et earned média. Argumentez vos choix sur les actions que vous prévoyez de mettre en place.

Nous souhaitons surtout travailler sur des contenus pour ses réseaux sociaux en lui créant des fiches produits, puis des affiches et des flyers à distribuer pour les touristes pour faire sa promo à l'international. Sa présence sur les réseaux est déjà très développée, donc nous voulons faire ces actions dans le but d'attirer une autre gamme de clients qui n'est pas connectée aux réseaux sociaux.

3. Construire la ligne éditoriale de votre stratégie de communication.



4. Construire le Tunnel de conversion d'Inbound Marketing en sélectionnant pour chaque phase des moyens de communication

Tunnel de conversion	Moyens de communication	Actions mises en place
Attirer	Réseaux sociaux : Facebook, Instagram et Twitter Moteur de recherche : Google	Faire des publications pour attirer de nouveaux clients.
Convertir	Réseaux sociaux : Facebook, Instagram et Twitter Moteur de recherche : Google	Faire des jeux et mettre les produits en lots pour les gagnants
Conclure	Moteur de recherche : Google	Convaincre les clients d'acheter le produit en prouvant sa qualité par des

		témoignages recueillis avec les clients bénéficiaires des cadeaux.
Fidéliser	Réseaux sociaux : Facebook, Instagram et Twitter	Créer une carte de fidélité pour inciter le client à faire beaucoup d'achat en mettant un seuil où il bénéficiera de cadeau sur le nombre d'achat.

Pour les questions 6 et 7, vous pouvez vous appuyer sur le tableau en annexe “Marketing Digital”.

6. Déterminez les actions mises en place selon le tunnel de conversion de l'inbound Marketing afin de promouvoir l'activité de votre client.

Pour chaque action, déterminez l'objectif SMART.

7. Quelles sont les KPI que vous prendrez en compte dans votre stratégie à chaque niveau du tunnel de conversion d'inbound Marketing.

MOYEN DE COMMUNICATION	ACTION RÉALISÉE	OBJECTIF SMART	KPI
Réseaux sociaux : Facebook, Instagram et Twitter Moteur de recherche : Google	Faire des publications pour attirer de nouveaux clients.	Augmenter le nombre de followers de 50%	Nombre de followers
Réseaux sociaux : Facebook, Instagram et Twitter Moteur de recherche : Google	Faire des jeux et mettre les produits en lots pour les gagnants	Vendre 40% des produits à travers la promo faites par les jeux	Taux de participations et nombre d'inscrits aux jeux
Moteur de recherche : Google	Convaincre les clients d'acheter le produit en prouvant sa qualité par	Accroître de 60% les ventes	Chiffre de vente

	des témoignages recueillis avec les clients bénéficiaires des cadeaux.		Nombre d'achats
Réseaux sociaux : Facebook, Instagram et Twitter	Créer une carte de fidélité pour inciter le client à faire beaucoup d'achat en mettant un seuil où il bénéficiera de cadeau sur le nombre d'achat.	Convertir 70% de nos visiteurs en clients fidèles	Effectif des clients fidèles

8. Construire un calendrier éditorial sur 2 mois



9. Créez différents types de contenus que vous avez proposés à votre client (vidéo, newsletter, posts, stories, articles, etc.).



10. À combien évaluez-vous le budget de votre stratégie de marketing / communication digitale ?

Le budget de la stratégie de marketing / communication digitale sera 10% du chiffre d'affaire donc 150 000 €.

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

Mon client a un site internet

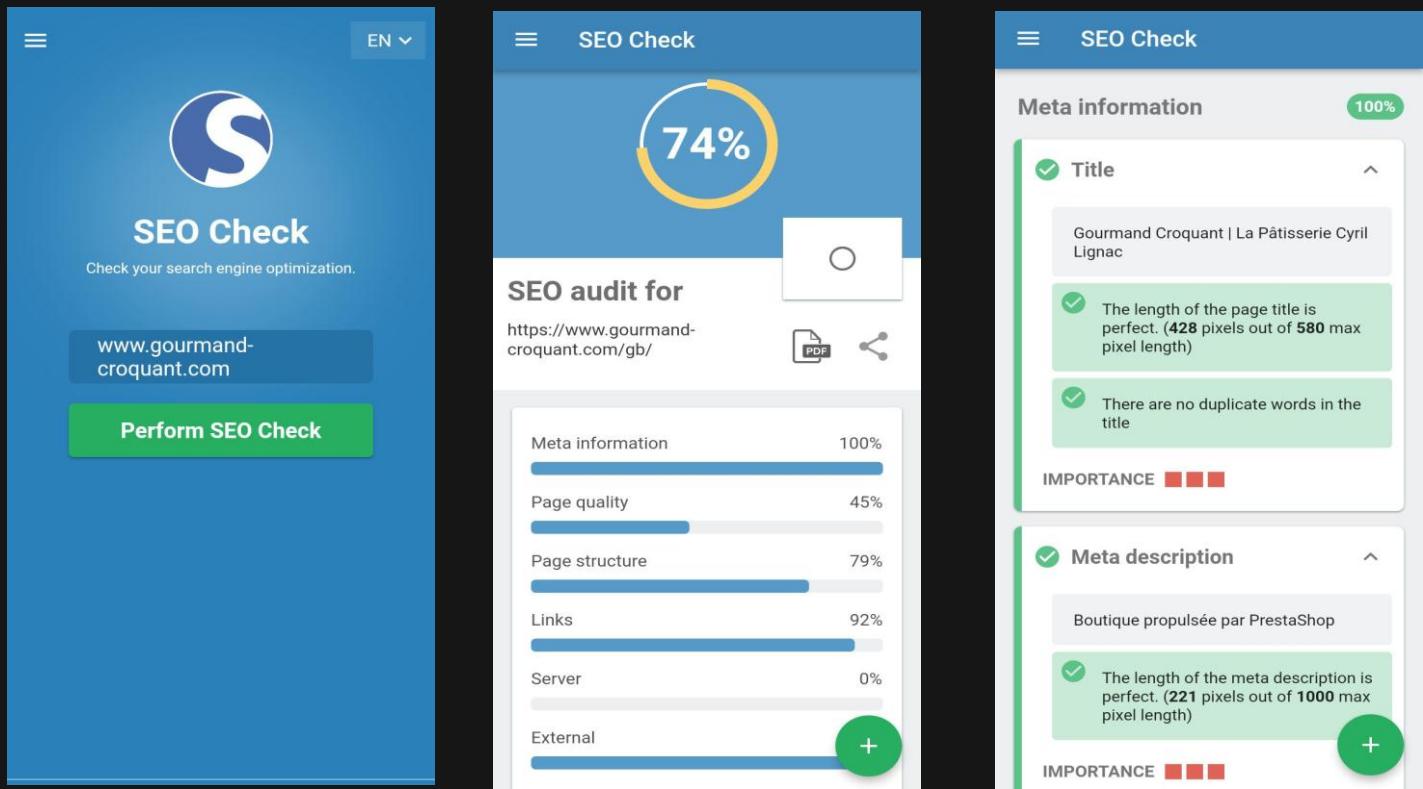
Vous devrez faire un audit du site actuel de votre client en mettant en avant les points négatifs ou à améliorer du site internet et en proposant des solutions.

Pour ce faire, il vous faudra :

1. Analyser la concurrence (reprendre l'analyse concurrentielle de la partie marketing digital et la reporter au SEO)

2. Analyser les points techniques les plus importants à respecter lors de la création d'un site internet (respect des balises les plus importantes, structure des URLs, robots.txt, sitemap, etc.) et vérifier leur présence. Si ce n'est pas le cas, suggérer une solution.
3. Analyser la stratégie de contenu actuelle (présence d'un blog, d'une newsletter, d'une landing page). Proposer des solutions (améliorer la structure des pages, ajouter du contenu, revoir les balises h1, h2...)
4. Identifier 5 sites d'autorité du domaine de l'entreprise et les suggérer en temps de que backlinks.

Pour vous aider et être sûr de ne rien oublier, appuyez sur le document fournit répertoriant tous les points à analyser lors d'un audit → "Audit SEO - Évaluation finale.xlsx"



SEO Check

- Crawlability**
 - There are no problems in accessing the website.

IMPORTANCE ■■■
- Canonical URL**
 - No canonical link is specified.

IMPORTANCE ■■■■
- Language**
 - The following language is defined by HTML: **en-gb**
 - Language detected in text: **en**
 - Language defined in HTML: **en-gb**
 - Server location: **Germany**

+

SEO Check

- Alternate/Hreflang Links**
 - There are no alternate links specified on this page.

IMPORTANCE ■■■■■
- Other meta tags**
 - There is no rel next meta tag on this page.
 - There is no rel prev meta tag on this page.

IMPORTANCE ■■■■■
- Domain**
 - The domain is no subdomain.
 - The domain length is good.
 - The domain does not contain non latin characters.

+

SEO Check

- Page URL**
 - No parameters were found in the URL.
 - No session ID was found in the URL.
 - The URL does not have too many subdirectories.

IMPORTANCE ■■■■■
- Charset encoding**
 - The charset encoding (**UTF-8**) is set correctly.

IMPORTANCE ■■■■■
- Doctype**
 - The doctype **HTML 5** is set correctly.
 - The doctype is placed at first in the HTML code.

+

SEO Check

- Favicon**
 - The favicon is linked correctly.

IMPORTANCE ■■■■■
- Meta tags**

Name	Value
description	Boutique propulsée par PrestaShop
generator	PrestaShop
robots	index,follow
viewport	width=device-width, minimum-scale=0.25, maximum-scale=1.6, initial-scale=1.0
apple-mobile-web-app-capable	yes
facebook-domain-verification	h5t0sh9ojtd9y7n8djgu m0k5xpse
lang	en-gb
og:image	http://gourmand-croquant.com/oglignac.jpg

+

SEO Check

- Content**
 - There are only **268** words on this page. Good pages should have about 800 words of useful content.
 - 31.7%** of the text are stop words.
 - Keywords used in the page title are also used in the page content. That's good!
 - The page contains a listing, which indicates a good text layout.
 - Only **1** paragraph/s was/were found on this page.
 - No placeholders texts or images were found.
 - There are no duplicates on the site.
 - The average number of words per sentence of **11** words is good.

IMPORTANCE ■■■■■

SEO Check

- Frames**
 - This page does not use a frameset.

IMPORTANCE ■■■■■
- Mobile optimization**
 - A viewport "width=device-width, minimum-scale=0.25, maximum-scale=1.6, initial-scale=1.0" is provided.
 - No Apple touch icon is specified.
 - This page loads **29** JavaScript files. This may affect the load time negatively.

IMPORTANCE ■■■■■
- Bold and strong tags**

+

SEO Check

- Bold and strong tags**
 - The usage of strong and bold tags is perfect. We recommend the use of up to 6 tags for this page.

IMPORTANCE ■ ■■■
- Image SEO**
 - Alt text (alternative text) is correctly used on all found images.

IMPORTANCE ■ ■■■
- Social Networks**
 - There are only a few social sharing widgets on the page. Make your website popular in social networks with social sharing widgets.

IMPORTANCE ■■■■ +

SEO Check

- Additional markup**
 - No additional page markup was found.

IMPORTANCE ■■■
- HTTPS**
 - This website uses HTTPS to protect privacy and integrity of the exchanged data.
 - All included files are also transferred via HTTPS.

IMPORTANCE ■ ■■■

Page structure

79%

- H1 heading**
 - There is no H1 heading specified.

IMPORTANCE ■■■ +

SEO Check

Page structure

79%

- H1 heading**
 - There is no H1 heading specified.

IMPORTANCE ■■■
- Headings**
 - The structure of headings is missing one or more levels. Do not skip heading levels.

IMPORTANCE ■■■

Heading structure

Heading level	Content
H2	An exclusive Marshmallow Bear
H2	for pink month
H2	The Paris-Brest

+

SEO Check

Heading structure

Heading level	Content
H2	An exclusive Marshmallow Bear
H2	for pink month
H2	The Paris-Brest
H2	crispy and creamy
H2	The assortment of gourmands macarons
H2	Configuration des cookies
H2	Sign up
H2	test
H3	Chocolates
H3	Are you a company?
H3	Gifts
H3	Pastries
H3	Chocolate bar
H4	Newsletter Subscription

+

SEO Check

Links

92%

- Internal links**
 - The number of internal links is ok.
 - Some anchor texts are used more than once.
 - None of the anchor texts is too long.
 - Some internal links have dynamic parameters. All internal URLs, which are not marked as nofollow, should not contain dynamic parameters.

IMPORTANCE ■■ ■■
- External links**
 - There are 6 external links on this page.

IMPORTANCE ■■■ +

SEO Check

Server

0%

- HTTP redirects**
 - This page redirects to "https://www.gourmand-croquant.com/gb/"
 - The redirect of URLs with www and non-www subdomain is configured correctly.

IMPORTANCE ■■■
- HTTP header**
 - No X-Powered HTTP header is sent.
 - The HTML page should be transferred using GZip compression.

IMPORTANCE ■■■
- Performance**

+

SEO Check

Performance

- ✓ The page response time is excellent with **0.22** seconds.
- ! This page loads **34** CSS files. This may affect the page load time negatively.
- ! This page loads **29** JavaScript files. This may affect the load time negatively.
- ✓ The file size of the HTML document is fine (**36 kB**).

IMPORTANCE █ █ █

HTTP Response Header	
Name	Value
content-type	text/html; charset=utf-8
date	Wed, 04 Oct 2023 06:38:16 GMT
p3p	CP="IDC DSP COR CURa ADMa OUR IND PHY ONL COM STA"
powered-by	PrestaShop
server	Apache
set-cookie	PrestaShop-5fe339571ef56df1be8f26c80379a6cd=J0jjnvaLHRtlM3e1WVKLo6bNOKzonu7mxTIWbM0C%2FfhB5tgCLwjdhO26A3YUa6lFQ0ENMqGOUL008%2BWxOwog1dkVnsgCauQKAyuhPEcR6UTaxKRd0Z%2BM%2BjJE%2B2qg%2FrHhxBwvpTzKuoXf2%2Ffdx10ee%2BXYYJaYorBudG8UnfdMKU%3D000117; expires=Tue, 24-Oct-2023 06:38:16 GMT; Max-Age=1728000; path=/; domain=www.gourmand-croquant.com; secure; HttpOnly
transfer-encoding	chunked

SEO Check

HTTP Response Header

Name	Value
content-type	text/html; charset=utf-8
date	Wed, 04 Oct 2023 06:38:16 GMT
CP="IDC DSP	+ +

SEO Check

External factors

100%

Blacklists

- ✓ This website is not classified "for adult only".

IMPORTANCE █ █ █

Backlinks

- ✓ This website has excellent links from other websites.
- ✓ This page has backlinks from **34** referring domains.
- ✓ This page has **82** backlinks.
- ✓ This page has backlinks from **26** different ip addresses.

IMPORTANCE █ █ █ + +

SEO Check

Facebook popularity

- ✓ The page has **119** shares and comments on Facebook.

IMPORTANCE █ █ █

Miscellaneous

Robots.txt

```
# robots.txt automatically generated by
PrestaShop e-commerce open-source solution
# http://www.prestashop.com - http://
www.prestashop.com/forums
# This file is to prevent the crawling and
indexing of certain parts
# of your site by web crawlers and spiders run
by sites like Yahoo!
# and Google. By telling these "robots" where
not to go on your site,
# you save bandwidth and server resources.
# For more information about the robots.txt
standard, see:
# http://www.robotstxt.org/robotstxt.html
User-agent: *
# Allow Directives
Allow: */modules/*.css
Allow: */modules/*.js
# Private pages
Disallow: /*?orderby=
Disallow: /*?orderway=
```

SEO Check

Most important keywords

Keyword	Result
Gourmand	60 %
Gourmand Croquant	58 %
Croquant	56 %
Cyril	52 %
Cyril Lignac	52 %
Pâtisserie Cyril Lignac	51 %
Pâtisserie	50 %
Chocolate	46 %
Marshmallow	42 %
Gifts	42 %

ABOUT SEOILITY

Try Seobility web app for a complete site audit of your website, use the Rank Tracker for Google Rankings and Backlink Checker:

Sign up free

+ +

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

Votre rôle est de proposer à votre client une stratégie SEA à mettre en place. Il vous faudra donc analyser l'activité de votre client (commerce, prestation de service, revendeur, etc.) et d'en déduire quelle sera la meilleure stratégie à mettre en place.

Pour ce faire, vous devrez proposer :

1. Une campagne sur le réseau de recherche et trouver les meilleurs mots-clés en précisant votre choix (volume de recherche, CPC, concurrence...)
2. Rédiger les annonces en proposant
 - a. 7 titres différents
 - b. 2 descriptions

Chocolaterie Cyril Lignac

Options ▾ Analyser

Il vous reste un crédit de **5 analyses** sur 5 que votre offre autorise.

Analyse de la SERP pour « Chocolaterie Cyril Lignac »
① 2023-10-05 09:09:14 – google.fr – fr/fr

EXPLORER LA SERP

OPTIMISER UN CONTENU

PDF XLSX

Informations sur la requête

Nombre total de résultats : **51 800**
Résultats payants : **0**
Nombre de requêtes mensuelles : **...**
Competitivité Google Ads : **...**

Historique / saisonnalité :

Ces fonctionnalités sont accessibles à partir de notre offre Agences.

Statistiques de la SERP

Eléments clés de la SERP :

- Titre repris sur 40% des résultats
- H1 repris sur 20% des résultats
- Description reprise sur 30% des résultats

Eléments étendus de la SERP :

- Image présente sur 60% des résultats
- Date présente sur 0% des résultats
- Rating présent sur 10% des résultats
- Price présent sur 0% des résultats
- FAQ présent sur 0% des résultats

Statistiques des pages de la SERP

Page d'accueil : 30%

Nombre de mots :

- Nombre de mots moyen : 1032
- Nombre de mots median : 513.5
- Page la plus courte : 182
- Page la plus longue : 4834

Donnée structurée de date :

- Présente sur 20% des pages
- Pages de moins de 6 mois : 10%
- Pages de moins de 1 an : 10%
- Pages de moins de 3 ans : 10%

Meilleurs mots-clés

Filtrer

Mots-clés :	Présence du mot-clé dans l	Title :	H1 :	H2 :	H3 :	U
cyril lignac	100%	40%	20%	4

Meilleurs mots-clés

Filtrer

Mots-clés :	Présence du mot-clé dans l	Title :	H1 :	H2 :	H3 :	U
cyril lignac	100%	40%	20%	4
lignac	100%	40%	20%	10%	...	4
cyril	100%	40%	30%	4
chocolaterie	50%	60%	30%	4
pâtisserie	40%	10%	10%	4
paris	20%	10%	30%	10%	...	1
gourmand	40%	10%	2
croquant	30%	10%	2
chocolat	0
site	0
fr	5
com	6
pâtisseries	20%	0
savoir	10%	10%	10%	10%	...	0
inscrivez	50%	...	0
www	6
oursons	10%	10%	0
pâtisserie Cyril Lignac	30%	10%	0
adresses	10%	10%	10%	10%	...	0
couvrand	10%	0
cookies	40%	...	0
chocolats	20%	0
ourson	20%	...	0
politique de	0

1 à 30 sur 1119 | ⏪ ⏴ ⏵ ⏶ ⏷

SERP comparée aux contenus des pages

#	URL / Title
1	La Pâtisserie Cyril Lignac - Gourmand Croquant https://www.gourmand-croquant.com/fr/13-la-patisserie-cyril-lignac
2	Gourmand Croquant La Pâtisserie Cyril Lignac https://www.gourmand-croquant.com/fr/
3	Cyril Lignac - Chef cuisinier et pâtissier – Site Officiel https://cyrillignac.com/
4	LA CHOCOLATERIE CYRIL LIGNAC (Paris): Ce que faut ... https://www.tripadvisor.fr/Attraction_Review-g187003-d1134940-Reviews-La_Chocolaterie_de_Cyril_Lignac_Paris.html
5	Les Oursons de Cyril Lignac https://lesoursonsdelycillignac.com/
6	Restaurant La Chocolaterie de Cyril Lignac Paris - français https://www.restoaparis.com/fiche-restaurant-1134940.html
7	Adresses La Pâtisserie et La Chocolaterie Cyril Lignac https://www.pinterest.fr/pin/566820303097734

<https://www.lachocolateriecyrillignac.com/fr/ac>

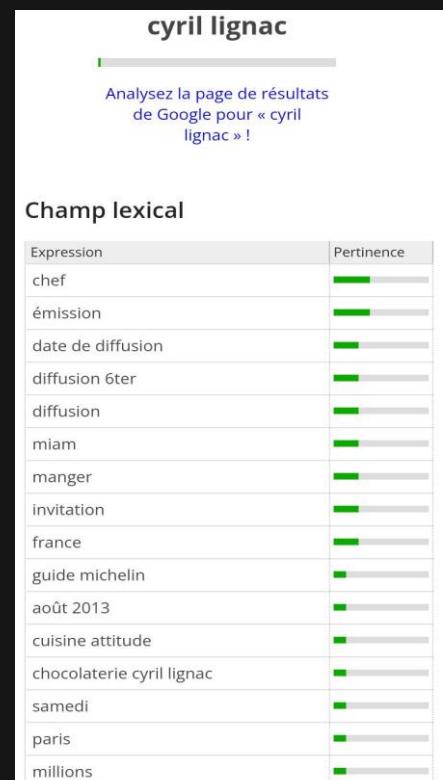
9 **La Chocolaterie Cyril Lignac**
<https://www.visitparisregion.com/fr/la-chocolaterie-cyril-lignac>

10 **La Chocolaterie - Cyril Lignac & Benoît Couvreur**
<https://www.luckyliam.com/chocolaterie-cyril-lignac>

Recherches associées

- cyril lignac boutique en ligne
- commander chocolat cyril lignac
- cyril lignac ourson
- ou acheter ourson cyril lignac
- ourson cyril lignac boutique
- boutique cyril lignac
- pâtisserie cyril lignac autour de moi
- pâtisserie cyril lignac paris

Suivez Alyze sur Twitter ou Facebook
À propos & mentions légales
© Alyze 2023 - Confidentialité



samedi	██████
paris	██████
millions	██████
christian etchebest	██████
bon	██████
musculation	██████
chef en france	██████
piscine	██████
savoir	██████
annonces	██████
guide	██████
petites annonces	██████
bon et à savoir	██████
janvier	██████
livres de recettes	██████

Expressions complémentaires

Les mots associés sont déterminés grâce au Dicollecte v5.7 (licence MPL).

Suivez Alyze sur Twitter ou Facebook
À propos & mentions légales
© Alyze 2023 - Confidentialité

Annonces	Titres	Metadescription
Oursons en guimauve noir	La perle noire de Cyril Lignac	Un coffret assorti doux
	Noir doux et fondants	moelleux et fondant. Un vrai
	Coffret délice by Lignac	délice pour vos papilles, le
	Ourson ou la vie	cadeau idéal pour vos proches.
	Halloween en douceur	Optez pour l'ourson en
	Tout en Choco	guimauve noir pour la chasse
Ourson en guimauve XL October rose	Black Honey Hunter	aux bonbons d'Halloween. Un
	La vie en rose	trésor dans votre panier à
	Octobre en chocolat	friandise.
	Rose fondant	Chocolat au cœur rose. Géant
	Ourson Barbie	doux et fondant à savourer en
	Pink and tasty	octobre en famille ou entre
	Halloween en douceur	amis.
	Géant moelleux	Sortis tout droit de Barbie Land,
		nos oursons arrivent en
		magasin pour gâter vos
		papilles.

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

Dans le cadre de l'audit et des préconisations SEO / Marketing pour l'entreprise que vous avez choisie, vous serez amené à proposer des exemples de contenus rédactionnels qui permettront d'optimiser le référencement naturel du site de l'entité partenaire.

Le type de contenus peut varier en fonction du secteur d'activité, des objectifs et du niveau de digitalisation de l'entreprise. Il peut notamment s'agir :

- D'une landing page
- De pages du site Internet
- D'un article de blog
- d'une fiche produit
- D'un article sponsorisé

- D'un communiqué de presse

L'évaluation de ces éléments portera sur :

- L'application des techniques de SEO propres à la rédaction Web (pyramide inversée, utilisation de mots-clés, Titres H1/H2, structure du contenu, nombre de mots...)
- La pertinence et la variété des contenus proposés (adéquation du type de contenus avec les objectifs de l'entreprise et les conclusions de l'audit)
- L'orthographe, la grammaire et la syntaxe des textes rédigés

Oursins d'Halloween

À l'occasion de la fête d'Halloween qui approche, les boutiques Cyril Lignac ont annoncé sur leur page, la mise en promo de leurs oursons en guimauve. Pour la joie de vos petits monstres et sorcières, faites un petit tour chez le point de vente le plus proche de chez vous.

Détails de l'offre



Visiter sa page **Facebook Cyril Lignac**

ou consulter sur **Instagram @cyril_ignac** pour voir les détails de l'offre. Pour trois coffrets achetés, vous bénéficieriez de deux oursons XL en cadeau. Du jamais vu, alors ne ratez surtout pas l'occasion. Venez avec le déguisement de votre enfant que vous venez d'acheter, nous vous offrirons un petit assortiment en chocolat en accord avec le monstre en question (vampire, sorcières, zombies, squelette, ...)

Pour qui ? Où ? Quand ?

Cette année, nous voulons satisfaire les petits en leur donnant plus que des bonbons. Nos boutiques resteront ouvert très tard pour Halloween alors vous pouvez venir à tout moment. L'offre est valable partout, pour tout le monde avant minuit. Ne ratez aucune information sur cette promo, abonnez-vous vite à nos pages **Facebook Cyril Lignac** et **Instagram @cyril_ignac**. Suivez nous aussi sur le web en suivant ce lien www.gourmand-craquant.fr.

À très vite, dans nos boutiques les petits monstres

PARTIE 8 : Livrables

À l'image du stage inversé, vous devrez réaliser un rapport professionnel présentant tous ces éléments d'audit et d'optimisation. **Ce rendu doit être esthétique, les arguments développés et le rapport doit être présentable devant un client réel.** Tous les documents de travail doivent être présents dans le rendu.

Veuillez trouver le livrable dans la livraison GitHub accompagnant ce fichier.

PARTIE BONUS :

Si vous avez le temps, nous vous proposons de faire un rendu sous format de vidéo ou présentation enregistré. Cette partie pourra donner beaucoup de points supplémentaires en fonction de la qualité du travail. Voici des propositions pour réaliser cela :

- Enregistrement vidéo en équipe pour présenter les éléments du rapport. Essayer de faire participer tous les membres de l'équipe.

La présentation ne doit pas durer plus de 20 minutes (+/- 5 minutes).

- Enregistrer une présentation diaporama (Power Point, Prezi, etc.) avec un audio en utilisant un outil d'enregistrement → Online Screen Recorder est une extension Google Chrome qui vous permettra de réaliser cela simplement.

La présentation ne doit pas durer plus de 20 minutes (+/- 5 minutes).

- Créer une plaquette de communication en résumant les éléments de l'audit afin de fournir un support écrit de grande qualité visuelle et esthétique (plus facile à lire et à comprendre pour un client).

- Si vous avez d'autres idées de formats de présentation, n'hésitez pas à nous faire vos propositions en justifiant le choix de votre format sélectionné.

ANNEXES

5 - Ressources supplémentaires

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	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.