

Nom du groupe : Beta Geminorum

V - PARTIE 1 : L'agence Marketing

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

Notre agence web se nomme "LIKEYO AGENCY". Le choix du nom vient de l'assemblage des trois termes anglais: "Like, Key, SEO", **Like** est une référence à la réaction j'aime, l'agence offre des services qui facilite la visibilité des comptes sur les réseaux sociaux à partir des divers stratégies marketing et communication digitale : Facebook ads, mise en place d'une ligne éditoriale et calendrier éditorial cohérente, stratégie Inbound marketing. SEO, l'agence s'assure du fonctionnement du site web. Le référencement naturel est une autre clé d'une stratégie Inbound marketing réussie.



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 ?

Mlle RAKOTOMALALA Harinjiva Naëlla s'occupe de la rédaction Web et prise d'information sur l'entreprise. Mlle RAZANAKOLONA Tantely effectue les audits SEO/SEA. RAZAFINDRAMILY Somo Jean

Flegonne s'incombe du Marketing et Communication digital et HARICHATTE Allaoui Abderman Audit et étude de marché.

- **Comment avez-vous divisé les tâches ?**

Les tâches ont été divisées selon les compétences de chacun. Harichatte et Flegone s'entraide pour la partie Marketing et Communication digitale. Tantely et Harinjiva sont les agents de terrain pour recueillir les informations nécessaires à l'exécution du devoir.

- **Comment avez-vous prioriser les tâches ?**

La première étape du devoir consiste à nous organiser et à partager les tâches. Puis, nous avons prioriser le recueil d'information : prise de contact avec l'entreprise, interview du CEO de Sincro, mise en place d'une entente entre les étudiants et l'attente du CEO, étude de l'entreprise, étude du marché concurrentielle, comparaison de la présence numérique de Sincro et des entreprises, comparaison des prix des produits de vente. Enfin, on a déduit la stratégie à adopter pour raviver la présence numérique de Sincro.

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

On a utilisé Discord, Facebook et Email pour communiquer entre nous.

V - PARTIE 2 : Le client et son entreprise

1. Comment avez-vous démarché votre client ?

Aborder le CEO de Sincro a été simple puisque cette entreprise est liée au Bakao Services qui est l'un des espaces partenaires de Sayna pour D-CLIC Tuléar.

2. Présentez votre client :

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

⇒ RAZAFITOMBO Elijaona, gérant-propriétaire de Sincro. L'entreprise a été ouverte en 2002 à Tuléar.

b. Que fait-il ?

⇒ Il a une activité se centrant sur la vente, revente, maintenance et distribution de produits informatiques.

c. Qui sont ces clients ?

⇒ Il y a les entreprises d'administrations situées à Tuléar ainsi que les particuliers. Il n'y a pas de segment de clients spécifique mais ils font le nécessaire pour fidéliser ses clients.

d. Où se situe-t-il ?

⇒ L'entreprise se situe à Tuléar, il y en avait cinq boutiques mais ils ont dû être fermés à cause de la crise. La réouverture de certains des magasins est en cours de route.

e. Que propose-t-il (Services, produits ...) ?

⇒ Vente de tous ce qui est appareils électroniques (ordinateurs, périphériques d'ordinateurs, des consommables liés aux périphériques d'ordinateurs), téléphones mobiles (smartphones ou non smartphone, consommables des mobiles (crédits, mobiles money...))

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)

⇒ Le chiffre d'affaires de l'entreprise tourne autour d'Ar 300M l'année. C'était en décroissance pendant les deux dernières années mais l'entreprise espère remonter la pente cette année.

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

⇒ Accroître leur visibilité en termes de communication tout en restant juste avec le réseau social Facebook.

4. Faites une analyse de la communication existante de votre client

⇒ A part le site : <http://www.sincro.org/> il n'y a qu'une page Facebook : <https://www.facebook.com/sincroonline> avec le nom de Sincro.

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

⇒ Facebook : 1.920 abonnés

Type de contenu publiée : fiche technique, photographie, infographie, partage.

Sujet de publication : téléphone, ordinateur, Console de jeu vidéo.

Taux d'engagement : 73.5%

b. Site : construction du menu, SEO

⇒ Menu inexistant, il n'y a que des boutons de redirections vers un contenu qui n'a rien avoir avec le site. Concernant le SEO, le site n'a pas de contenu rédactionnel mis à part le titre H1.

c. Autres présences dans le numérique

⇒ Les seules présences de Sincro dans le numérique sont : le site Web et Facebook.

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

⇒ L'entreprise possède un site : <http://www.sincro.org/> et une page Facebook. Le site a besoin d'être rafraîchi. Les publications dans la page Facebook doivent être améliorées pour attirer les clients potentiels, diversifier les types de contenus.

V - PARTIE 3 : Audit et étude de marché

1. À travers les différentes matrices, vous allez étudier le marché sur lequel est votre client.

a- PESTEL

POLITIQUE	ECONOMIQUE	SOCIOLOGIQUE	TECHNOLOGIQUE	ENVIRONNEMENTAL	LEGAL
Madagascar enclenche la vitesse supérieure dans son passage à la	Le marché est impacté par le taux d'inflation et la baisse de pouvoir	-Le mobile est de plus en plus nécessaire dans l'éducation	L'innovation des appareils qui sont connectés au téléphone mobile ne cesse d'augmenter	Un énorme impact écologique.	L'entreprise respecte les dispositions légales conformes au code de

transformation numérique d'après la communication de presse de présidence de la République.	d'achat représente un frein.	depuis le covid-19 - L'âge moyen pour l'utilisation de téléphone mobile est de 10 ans.	(comme les électroménagers)		commerce de Madagascar.
---	------------------------------	---	-----------------------------	--	-------------------------

b- Les forces de Porter

Menace des nouveaux entrants	Cette menace est plutôt faible car le marché de téléphonie mobile est très rempli il est donc difficile pour les acteurs de s'introduire.
Degré de rivalité avec les concurrents	La concurrence est très importante. Chaque concurrent met en place sa stratégie marketing. Le principal concurrent de Sincro est Cosmos, elle a une stratégie de communication plus imposante.
Menace des produits de substitution	Néant
Pouvoir de négociation des fournisseurs	Néant
Pouvoir de négociation des clients	Les clients peuvent avoir une réduction entre Ar 5.000 et Ar 25.000. Tout dépend du produit.

c- SWOT

FORCES	FAIBLESSES
-Garantie un an pour chaque produit -Service après-vente -Produits de qualités	-faible présence dans les réseaux sociaux -site web très simple -Ne pratique pas de la publicité -Faible notoriété
OPPORTUNITES	MENACES
-Marché du Smartphone en forte croissance	-Forte concurrence -barrière à l'entrée faible -L'inflation, baisse de pouvoir d'achat

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

L'élaboration d'une stratégie marketing de SINCRO va se baser sur une analyse de macro environnement selon le modèle PESTEL et aussi une analyse de micro environnement selon le modèle SWOT en identifiant ses forces et faiblesse, les menaces et les opportunités de l'entreprise. Il est également important de déterminer les forces de porter.

2- Analyse de la concurrence

a- Les concurrents

Les concurrents directs de SINCRO sont : COSMOS et ELLA MOBILE

Le concurrent indirect de SINCRO est : Orange Madagascar

b- Pour chacun des concurrents, faites un paragraphe présentant l'entreprise et ses différentes gammes de produits/services.

- COSMOS :

Cosmos est l'un des grands spécialiste dans la vente de Meuble, d'Electroménager, de Téléphonie, d'Instrument de musique et de Multimédia à Madagascar. Il s'engage sur les meilleurs services, les plus larges choix et les offres les plus attrayantes. Cosmos a inauguré son premier magasin à Antananarivo en 2015 et a pu se développer rapidement et étoffer son réseau. Aujourd'hui Cosmos compte 15 magasins dans tout Madagascar y compris Tuléar.

Leurs Gammes de produits :

- Électroménager : Four micro-ondes, cuisinière à gaz
- Instrument de musique : Guitare
- Téléphonie : Smartphone, ordinateur, accessoire téléphonique

- ELLA MOBILE :

Ella mobile est un magasin local de téléphonie mobile à Tuléar. Il a été ouvert en 2021. Il ne possède aucune présence dans le marketing digital et il n'est présent dans aucuns réseaux sociaux.

Leurs gammes de produits :

- Appareil informatique : Ordinateur
- Appareil téléphonique : Smartphone, téléphone avec touche

- ORANGE MADAGASCAR :

Orange est l'un des principaux opérateurs de télécommunication dans le monde. Il a une forte présence dans le Digital. A part les services de communication, Orange Madagascar est aussi dans le marché de téléphonie mobile. Ils ont des boutiques dans tous Madagascar.

Leurs gammes de produits :

- Téléphone touche de marque Finday nakà
- Des Smartphones : de marque Samsung, Infinix, tecno

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

- Cosmos

Réseaux sociaux	Facebook	Instagram
Nombre d'abonnés	175700	920
Taux d'engagement	0,38%	4,78%

Type de contenus	Photos, vidéos	Photos, vidéos
Sujet de publication	Fiche produits Annonce	Fiche produits Annonce

Site : construction de menu	Un menu très bien organiser et bien structurer. Il est composé de tous les éléments nécessaire pour guider les clients.
-----------------------------	--

- **Ella Mobile**

Ella mobile n'est présente dans aucuns réseaux sociaux.

- **Orange Madagascar**

Réseaux sociaux	Facebook	Instagram	Twitter	youtube
Nombre d'abonnés	29 851 542	1607	14.9K	1.2K
Taux d'engagement	0,001%	3,29%	0,04%	0,6%
Type de contenus	Photos et vidéos	Photos, videos	Photos	Vidéos
Sujet de publication	Fiche produits Annonce	Fiche produits Annonce	Annonce	Annonce

Site: construction de menu	Un menu très simple pas trop surcharger et facile à manipuler.
----------------------------	--

d- **Mapping concurrentiel**

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

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

Cœur de cible : le cœur de cible est une femme âgée de 30 ans nommée Linda. Elle occupe la fonction de secrétaire dans un cabinet de notaire. C'est une personne passionnée de son travail, elle est très occupée et elle a peu de temps libre. Elle passe son temps à travailler sur son ordinateur et son téléphone. Vu qu'elle passe trop de temps devant ces appareils, son plus grand peur est de ne plus avoir de batterie et de ne pas finir son travail.


Cible primaire : Ici la cible est un jeune homme 25 ans nommé Tahiry. Un étudiant sérieux qui utilise régulièrement les appareils informatiques. Il a un pouvoir d'achat assez élevé. Un jeune très passionné de la musique, il a l'habitude de porter des écouteurs.

Cible secondaire : Les entreprises dont leurs secteurs d'activités nécessitent l'utilisation régulière des appareils informatiques.

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

-Persona du cœur de cible

Thomas person



Bio

Thomas est un père de famille. Il est Directeur de Ressource humaine dans un micro-finance dans la ville de Tuléar. C'est une personne très occupé par son travail. Il passe son temps à communiquer par téléphone avec ses personnels.

Motivation

Argent	
Croissance	
Pouvoir	
Social	

Buts

- Garder le contrôle de son travail.
- Rester informé de toutes activités de ses personnels.
- S'équiper d'outils adaptés.

Preferred Channels

Traditional Ads	
Online & Social Media	
Referral	
Guerilla Efforts & PR	

Personality

Introvert	Extrovert
Thinking	Feeling
Sensing	Intuition
Judging	Perceiving

Frustrations

- Surcharge de travail.
- Problème de communication.

Age: **35 ans**
Travail: **Directeur R.H**
Famille: **Marrié, 1 enfant.**
Ville: **Tuléar, Madagascar**

-Persona de la cible primaire

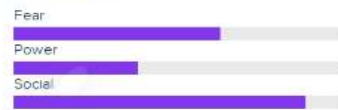
Marie Mel



Bio

Marie Mel est une jeune étudiante universitaire. C'est une jeune fille très brillante et audacieuse. Elle est en Master two en Droit et elle prépare sa mémoire de fin d'étude. Elle passe tout son temps sur son smartphone et son ordinateur pour faire des recherches.

Motivation

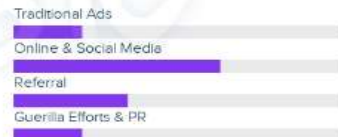


Age: **24ans**
Travail: **Etudiante**
Famille: **Célibataire.**
Ville: **Tuléar, Madagascar**

Buts

- Devenir Avocate.
- Majorer de sa promotion.
- Terminer sa mémoire de fin d'étude.

Preferred Channels



Personality



Frustrations

- Échoué dans ses études.
- Mauvaise qualité d'un smartphone.
- Navigation lente.

V - PARTIE 4 : Marketing et Communication Digital

Si votre 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 ?

Les objectifs que nous avons fixés avec notre client sont :

- Accroître la visibilité du compte Facebook de Sincro ainsi que ses partenaires.
- Améliorer en globalité la présence numérique de Sincro.

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

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

* Les moyens de communication existant de notre client sont :

Sur l'Owned media:

- Facebook
- Site internet

-Sur le Paid media :

* Utilise des spots publicitaires :

- Publicité à la Télévision
- Publicité à la Radio

-Sur l'earned media :

- *Mention sur un réseau social Facebook
- *Recommandation hors / en ligne
- * Lien et Motion sur un Blog : chez Bakao service

2. Quels sont ceux que vous souhaiteriez lui créer ?

Argumentez vos choix sur les actions que vous prévoyez de mettre en place.

Nous souhaitons lui créer :

-Sur **Owned media** :

**Amélioration de son site web :*

Sur la structure et son aspect visuel

** Au niveau du compte Facebook :*

Publier de nouvelles offres une fois par jours

**créer un compte Instagram car la majorité des jeunes malagasy l'utilise.*

**Créer des newsletters*

**créer des fiches produits pour le site web*

**Créer une campagne d'e-mailing*

**De livres blancs*

** Des vidéos*

-Sur **Paid media** :

**Post des affichages sur les voies publiques.*

** Faire de Streets marketing : action de promotions qui se déroule dans la rue.*

**Utiliser Google Ads pour la testing des mots-clés sur la pertinence des articles.*

-Sur **Earned média**

**Engager des influenceurs.*

**Créer des articles de presse par semaine ou plus au moins deux fois par mois*

**Demander les avis des consommateurs vis-à-vis des produits.*

**Avoir de relation de presse.*

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

La thématique :

-Au niveau de la technologie :

**Téléphone*

*Ordinateur

*Jeux vidéo

La cible :

*Non spécifique.

Le réseau social utilisé et son contenu :

Facebook :

-fiche produit

- vidéo

-Stories

Les fréquences de diffusion :

-Publication sur la page Facebook une fois par jour

-Partager des articles une fois par jour

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

a- Faire venir des visiteurs :

*site web

*Article de blog

*Réseaux sociaux

*SEO

b- Convertir les visites en LEADS :

*Formulaire à remplir

*Bouton d’appel à l’action

*Landing pages

c- Conclure :

*E-mail

*Livres blancs

d- Fidéliser :

*Créer des événements

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
Site internet	-Article de blog -Newsletter -Fiche produit -Formulaire à remplir	-poster 1 article par jour pour informer sur les réductions ou augmentations des prix.	-Taux d'article vue ou lue -Taux d'ouverture des newsletters -Nombre de visite du site -Taux d'acquisition des prospects -Nombre des chiffres d'affaires
Utilisation des réseaux sociaux	-Publier des vidéos du produit et des infographies	-Avoir 100 Abonnés par semaine.	-Le nombre de like -Le nombre de commentaire et des vues
E-mailing	-Offre du nouveau produit	-Informersa communauté sur les nouvelles tendances	-Nombre de personnes qui ont ouvert le message
Insertion de liens	Mettre des liens de recommandations	-Pour que le client gagne du temps	-taux de recommandation
Google Ads	-testing	-Obtenir 100 visiteurs en 2 semaines - 50 achats en 2 jours	-Volume du trafic du site -taux de vue et de visite -Place au niveau du concurrent
SEO	-Créer un évènement	-Pour avoir une meilleure place sur la barre de moteur de recherche	-Savoir le taux des rechercher sur le moteur de recherche - les positionnements par rapport au concurrent -Nombre de clics sur les liens

8. Construire un calendrier éditorial sur 2 mois

AOÛT

2022

LUNDI	MARDI	MERCREDI	JEUDI	VENDREDI	SAMEDI	DIMANCHE
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
29	30	31				

Join us this month to hit your goals!

1

1 Août au 31 Août

Facebook:
-Nouveaux promotion
chaque semaine
-Post des stories
par jour

*Site internet :
-Publication d'un
article par jour

10 Août au 12 Août :

-Créer une annonce pour
un événement street
marketing
-Faire des vidéos en
direct

22 Août au 25 Août :

- Publication de
sponsorisation à des
événements

28 Août au 31 Août :

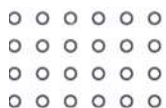
-Offre spécial de la fin du
mois
-Réduction des prix
-Un cadeau à chaque achat

SEPTEMBRE				2022		
LUNDI	MARDI	MERCREDI	JEUDI	VENDREDI	SAMEDI	DIMANCHE
			1	2	3	4
5	6	7	8	9	10	11
12	13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24	25
26	27	28	29	30		

1 Septembre au 31 Septembre	10 Septembre au 15 Septembre
<p>Facebook:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Publication des Nouvelles promotions chaque semaine -Post des stories par jour <p>*Site internet :</p> <ul style="list-style-type: none"> -Publication d'un article par jour 	<ul style="list-style-type: none"> -créer un Streets marketing -Faire des vidéos en direct <p>22 Août au 25 Août :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Giveway <p>25 Septembre au 30 Septembre :</p> <ul style="list-style-type: none"> -Offre spécial de la fin du moi -Réduction des prix

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

-Newsletter :



• Nouveaux Arrivages! •



- Itel p 36
- Infinix note 10



sur tout notre site
www.sincro.org
et les points de vente

-Stories :



- Publications :



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

Le budget marketing digital est au minimum dans les Ar 1.500.000 car la campagne Google Ads et Facebook Ads est de 10 USD par jours.

V - PARTIE 5 : Audit SEO

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

- cosmos

Site Web

Lien : <https://cosmos.mg/>

Menace des nouveaux entrants	Le secteur informel est en plein accroissement au sein du Marché des reventes informatiques et téléphoniques.
Degré de rivalité avec les concurrents	La rivalité est silencieuse. Les sociétés locales n'ont presque aucune présence digitale, mais les sociétés de revente se font une réputation et attirent la clientèle par rapport aux prix bradés. Contrairement à la société Cosmos préconisant la qualité avec un prix raisonnable. Sa présence numérique est dépendante de la société mère dans la capitale.
Menace des produits de substitution	La société Cosmos est une société de revente, donc pas de menace de substitution.

Pouvoir de négociation des fournisseurs	Nous n'avons pas pu recueillir d'information sur les fournisseurs de Sincro.
Pouvoir de négociation des clients	Une marge de 10 pourcents.

SWOT

FORCE	OPPORTUNITÉ
Sa force réside sur sa notoriété préétablie depuis la société mère dans la capitale. Aussi, leurs produits de vente sont tous originaux.	Déstockage avant d'entrer dans une autre saison.
FAIBLESSE	MENACE
Les prix sont au-dessus des moyennes de la majorité de la population locale en moyenne. Le point de vente de Cosmos à Tuléar est encore dépendant de la société mère en ce qui concerne la visibilité numérique.	La montée de la concurrence.

4 - Marketing Digital

MOYEN DE COMMUNICATION	ACTION RÉALISÉE	KPI
Facebook: Cosmos Madagascar	publication journalière, généralement des fiches produits.	Nombre de vues, nombre de j'aime, abonnés. Taux d'engagement
Site Web lien: https://cosmos.mg/	Présentation organisée de tous les produits de vente.	Taux de rebond

AUDIT SEO

Site : <http://www.sincro.org>

I-ANALYSE TECHNIQUE

Global SEO

redirection	correcte
Robot.txt	manquante
Certificat ssl	manquante
Page indexée	1
Sitemap xml	manquante
Erreur 404	aucune

Sécurité Web

En tête HTTP	correcte
XSS	aucune

Optimisation du site

Temps response serveur	0,8 s
Vitesse de chargement	0,8 s
Responsive design	Correcte
Core vital Web	Mobile: 85 Bureau: 99
LCP	0,9 s, le largest contentful paint est englobé par le H1 sur la page d'accueil.
CLS	Constitue une grande partie de l'élément DOM de la page.
Mobile	correcte
Ordinateur	correcte
Image	Les images ne possèdent pas de width ni de height explicites.
CSS/Javascript	Affichage de la police CSS manquante pendant le chargement de la page.

ERGONOMIE DU SITE

- Le site est rudimentaire. Les aspects techniques sont fonctionnels en général mais son design peut être amélioré.
- les couleurs ne sont pas en harmonie avec les couleurs de la société. Tout comme l'image en arrière-plan.
- La disposition des menus sur le header redirige vers un contenu inapproprié, il a donc une lacune de page pour illustrer les services de la société.

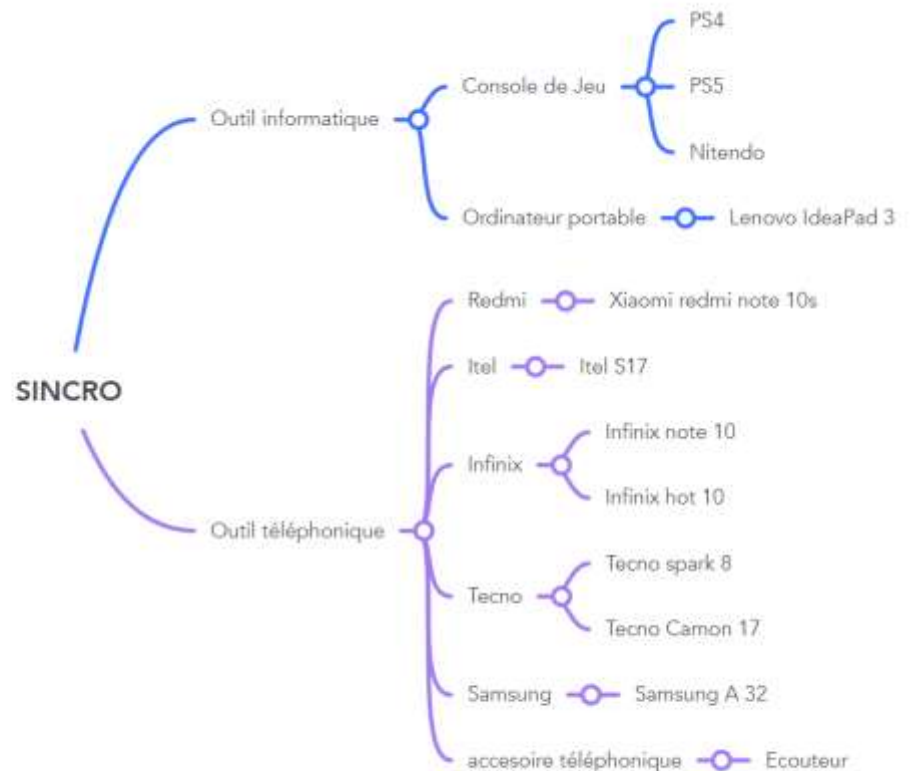
Analyse sémantique

Il n'y a pas de contenu à analyser dans le site mis à part le H1.

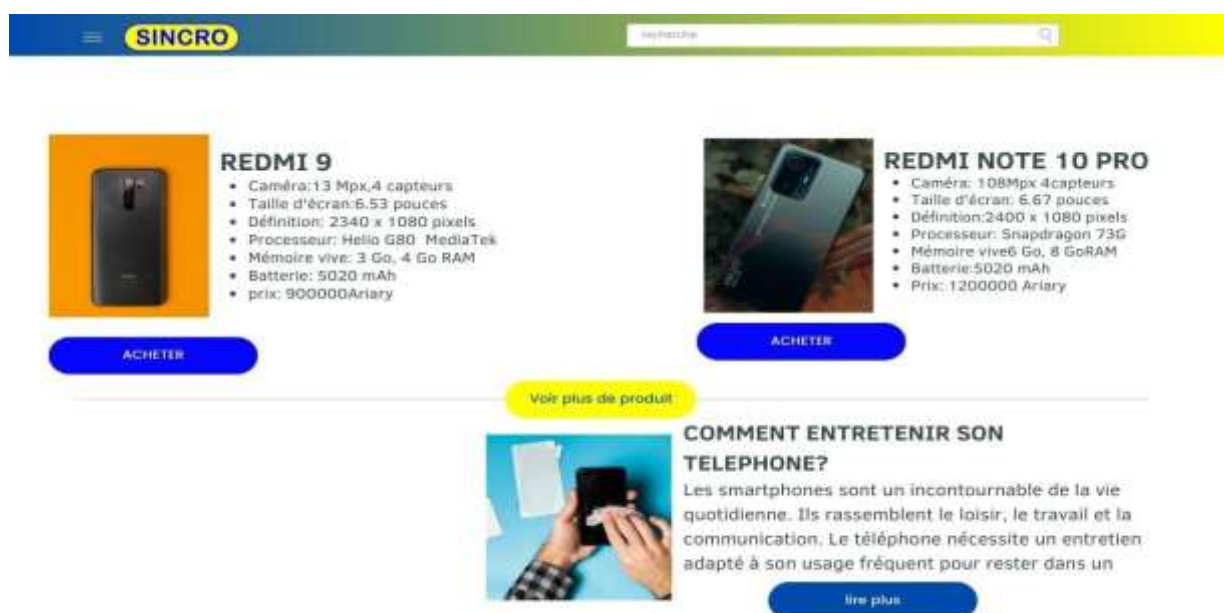
RECOMMANDATION

- Reconstruire l'ensemble de l'ergonomie du site Web à commencer par la page d'accueil.
- Mettre au header les couleurs du site.
- Mettre des articles de blog sur le site web sur la thématique de l'informatique et les nouvelles sorties mobiles.
- Mettre en avant les services et les produits de vente de la société dans le site WEB.
- Inclure l'histoire de l'entreprise et celle du fondateur.
- Mettre les informations sur la politique de confidentialité, les conditions de vente et après-vente.
- Inclure un robot.txt pour améliorer l'indexation Google.
- Inclure une newsletter pour fidéliser les clients.
- Inclure un système de paiement numérique.
- Créer un Sitemap au fur et à mesure de l'accroissement du site web.
- Inclure une landing page sur le site web.
- Sectionner le menu selon les articles existants, selon la structure en silo ci-dessus:

NB: La structure en silo est une maquette composée de seulement une partie des articles de vente de Sincro.



- Voici une proposition de maquette d'un site Web correspondant aux prismes de la marque de Sincro:



NB: Les images sont tirées du site pixel.

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.xls"

Le site ne dispose que d'un seul site d'autorité, celui de la page d'accueil.

On peut proposer 5 backlinks à Sincro après l'insertion d'article de blog ou fiche produit en rapport avec leur service de vente:

<https://www.playstation.com/en-us/ps5/>

<https://www.mi.com/global/product/redmi-note-10-pro/>

<https://www.infinixmobility.com/smartphone/note-10>

[https://www.lenovo.com/us/en/p/laptops/ideapad/ideapad-300/ideapad-gaming-3i-\(15-inch\)/len101i0006?orgRef=https%253A%252F%252Fsearch.brave.com%252F](https://www.lenovo.com/us/en/p/laptops/ideapad/ideapad-300/ideapad-gaming-3i-(15-inch)/len101i0006?orgRef=https%253A%252F%252Fsearch.brave.com%252F)

<https://www.playstation.com/en-us/ps4/>

V - PARTIE 6 : Audit SEA

La campagne de recherche se fera avec un des produits de Sincro : Redmi note 10 pro.

1. Une campagne sur le réseau de recherche et trouver les meilleurs mots-clés en précisant votre choix (volume de recherche, CPC, concurrence...)

Les statistiques depuis Google Ads illustré dans le tableau ci-dessous montrent que le mot-clé "Redmi note 10 pro" est un bon choix, un des plus recherché par les internautes.

mot-clé	nombre de recherche	enchère de haut de page	enchère de bas de page	Concurrence
redmi note 10 pro	100 – 1 k	0,08 \$US	0,16 \$US	Faible
redmi note 10 pro prix	10 – 100	0,11 \$US	0,16 \$US	faible
meilleur redmi	10 – 100	0,02 \$US	0,16 \$US	faible

2. Rédiger les annonces en proposant

a. 7 titres différents

1. Redmi note 10 pro
2. Redmi note 10 prix
3. Meilleur Redmi
4. Smartphone
5. Madagascar
6. Tuléar
7. Arrivage

b. 2 descriptions

1. RAM: 6 Go, Mémoire 128 Go/64 Go, Taille de l'écran: 6,67 pouces
2. Accessoires fournie

Illustration:

Titre 1

Redmi note 10 pro

17/30

Titre 2

Smartphone

10/30

Titre 3

Madagascar

10/30

Description 1

RAM : 6 Go, Mémoire. 128 Go, 64 Go, Taille de l'écran. 6.67 po

67/90

Description 2

Accessoires fournie

18/90



Sous la demande de notre client, On va inclure une campagne Facebook Ads dans la partie SEA pour générer des leads sur Facebook :



V - PARTIE 7 : Rédaction Web

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

SINCRO SE RÉNOVE DANS LE MONDE DU E-COMMERCE

Sincro se réinvente en mettant à jour son site e-commerce, disponible en version mobile et sur ordinateur.



L'entreprise possède déjà une boutique située au centre de Tuléar. Réputée pour la qualité de ses produits de vente, Sincro veut étendre son audience par l'intermédiaire d'un site E-Commerce afin d'accroître la visibilité de l'Entreprise et être en lien permanent avec sa communauté. L'Entreprise utilisait précédemment un compte Facebook afin de partager ses nouveaux articles avec les clients. Son but est d'étendre sa présence dans le numérique avec le nouveau site web pour mettre en avant tous les produits de vente. Le site est simple, accessible aux grands publics et inclut un système de paiement sécurisé afin de rendre optimal les achats de ses consommateurs, via mobile money et carte visa.

FICHE PRODUIT

LES AIRPODS PRO



Les AirPods Pro sont des écouteurs sans-fil intra-auriculaires créés par Apple. Outre de son design, leur caractéristique repose sur sa fonctionnalité de réduction de bruit active. Sa technologie audio munie d'une égalisation adaptative, elle est aussi dotée d'un amplificateur à gamme dynamique des mouvements de la tête et un système d'événements pour égaliser la pression auriculaire. Les AirPods Pro sont résistants à l'eau. Son autonomie va jusqu'à 4,5 heures d'écoute sur une seule charge et 5 heures avec la Réduction active du bruit et le mode Transparence désactivé.

Mode d'utilisation:

-Matériel: compatible uniquement avec les produits Apple.

-Boîtier de charge: Fonctionne avec le chargeur MagSafe, les chargeurs certifiés Qi et le connecteur Lightning.

-Commande: Appuyez une fois pour lancer la lecture, mettre en pause ou répondre à un appel téléphonique, Appuyez deux fois pour passer au morceau suivant, Appuyez trois fois pour revenir en arrière, Appuyez longuement pour passer du mode Réduction active du bruit au mode Transparence, Dites « Dis Siri » si vous voulez, par exemple, lire un morceau, passer un appel téléphonique ou obtenir un itinéraire.

Article de Blog :

L'entretien du téléphone portable

L'entretien du téléphone portable permet de le garder plus longtemps en bonne état. Du fait de son état assez fragile, il n'est pas facile de différencier et d'identifier la meilleure astuce pour en prendre soin. Ainsi, voici quelques conseils pour que vous puissiez investir votre argent sur autres choses.



Le nettoyage :

Le smartphone est un vrai nid à microbes puisqu'il est manipulé plus de 150 fois par jours. Voici quelques exemples pour l'entretien du téléphone portable:

- Evitez de le nettoyer avec des produits contenant de l'ammoniaque ou de l'alcool, cela risque d'abîmer l'écran au fil du temps.
- Même s'il est dit étanche, ne le plongez pas dans l'eau, il ne supporte que les éclaboussures.
- La première bonne chose à faire c'est de le débrancher et de l'éteindre.
- Retirez la coque du téléphone et plongez-la dans une eau savonneuse si elle est en silicone.
- Nettoyez-le en profondeur avec un chiffon doux, comme ceux pour les lunettes, légèrement humide.

La batterie :

Eviter d'épuiser toute la batterie, d'attendre jusqu'à 0% à chaque fois avant de la recharger. Cela risque de raccourcir l'espérance de vie du téléphone. Pourtant, utiliser le smartphone jusqu'à être complètement à plat de temps en temps prolonge la résistance de la batterie.

Le chargement :

- On pourrait tous croire que charger notre téléphone toute la nuit est une bonne idée puisqu'il ne sera pas manipuler. En vérité c'est comme continuer de remplir un ballon de baudruche déjà prêt à exploser. Si vous voulez qu'il reste en bonne état longtemps, respectez le temps de chargement adéquat.
- Evitez de manipuler le téléphone pendant le chargement, ça risque de le faire surchauffer à un tel point que la batterie va se liquéfier.

La protection :

Les housses de téléphone ainsi que les caches écrans sont une manière efficace de protéger le téléphone. Ils préviennent contre les rayures ou les cassures en cas de chute. En plus, vous pouvez personnaliser les housses pour enjoliver votre portable. De quoi réunir sécurité et décoration.

Le système :

- Mettez à jour votre téléphone pour éviter les bugs qui risquent de ralentir le téléphone. En plus, cela permet de rendre le téléphone plus performant.
- Installez un antivirus efficace pour combattre les applications malveillantes.
- Soulagez la mémoire de votre téléphone en faisant le tri dans vos vieilles photos, chansons et documents divers.
- Evitez de télécharger des applications douteuses.