

## **PARTIE 2 : Le client et son entreprise**

### 1- Pour décrocher notre premier client :

- On a d'abord discuté des secteurs qui nous intéressent et qui a besoin d'être promouvoir et tout de suite on a pensé à un secteur qui lié à l'environnement ou secteur qui est lié à notre culture, notre savoir -faire et notre identité. Après réflexion, on a donc conclu de chercher une entreprise locale qui œuvre dans l'artisanat. En cherchant sur Facebook, on est tombé sur l'entreprise MS Créa.
- Ensuite, on a pris contact avec l'entreprise via Facebook en lui proposant une collaboration et en lui expliquant en détails la raison de notre proposition et surtout, en lui expliquant les avantages qu'il peut en tirer de cette collaboration .
- Après une journée de plaidoirie, il a accepté notre proposition. Du coup, on a commencé à préparer tous les dossiers pour officialiser notre collaboration et on les a envoyés par mail. Dedans, il y a la lettre d'introduction, une demande d'information et puis, le formulaire client à remplir par l'entreprise.

### 2- Présentation de notre client :

#### a. C'est l'entreprise **MS Créa**.

Elle a été créée par une jeune femme malagasy nommé ANDRIAMILANTOMALALA Sonyah. Après ses études universitaires en ingénieur informatique, elle s'est lancée en entrepreneuriat en fondant sa propre entreprise nommée « MS Créa ». Elle a tiré le nom de son entreprise par son nom « Malala Sonyah ». Il faut savoir que cette entreprise œuvre dans l'artisanat malagasy.

d. Elle se situe à Antananarivo dans la capitale de Madagascar.

e. Elle propose des produits Malagasy font à la main comme des vêtements, accessoires, décorations, chaussure.

- Robe en parla à 20€
- Sac Sandrify à 6,25€
- Escarpin
- Boucle d'oreille

b. Il crée, produit et vende des produits d'art malagasy.

c. En principale, ces clients sont les amateurs d'art malagasy, les diasporas malagasy, les jeunes femmes et jeune homme malagasy qui aiment combiner la mode et l'identité natale.

f.

### 3- Les besoins de MS Créa en termes de marketing et de communication digitale :

- Optimiser sa stratégie marketing sur le web et sur les réseaux sociaux existant: à savoirs sur Facebook et sur son site.
- Développer sa présence sur d'autres plateformes sociales.
- Accroître sa notoriété sur Facebook.
- Faire aimer l'image de l'entreprise et de ses produits face aux internautes.
- Déclencher et multiplier les commandes en ligne.

### 4- Analyse de la communication existante de MS Créa

#### a. Réseaux sociaux :

canaux	Nombre d'abonnés	Taux d'engagement	Types de contenus publiés	Sujet publié
Facebook	37736	99,3%	<ul style="list-style-type: none"><li>• Photos des produits</li><li>• Jeu concours</li><li>• Vidéos de pub</li><li>• Sa présence lors d'un événement</li><li>• Photos des clients satisfaits</li><li>• Avis des clients</li></ul>	Les articles proposés Les offres promotionnelles

b. Site :

Le site de l'entreprise ressemble plus à un landing page qu'à un site. Il ne contient qu'une page.	<b>CONSTRUCTION DU MENU</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Il ne reflète pas un mindmap pertinent ni correctement structuré.</li><li>• Le menu n'est constitué qu'avec des liens d'ancrages sur les sections d'une seule et même page.</li></ul>
	<b>SEO</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Il n'y a pas d'articles ou d'autres contenus qui peuvent favoriser le référencement du site.</li><li>• Évidemment, il n'y a pas de mots clés qui peuvent favoriser le ranking du site sur les moteurs de recherches.</li></ul>

c. MS Créa, jusque-là n'a pas de présence dans le numérique à part sur Facebook et sur son site pas très optimisés.

d. Par manque de moyen, de temps et de compétence, l'entreprise MS Créa n'a pas encore choisi d'élargir sa présence dans le digital à part sur Facebook.

5- Récapitulatif de la situation de MS Créa en termes de communication digital :

Ce qui existe	Ce qui manque
<ul style="list-style-type: none"><li>• Une page Facebook pas optimisé</li><li>• Un site qui manque de visibilité</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Sa présence dans d'autres canaux de communication digitale surtout sur les réseaux sociaux comme Tik Tok ou Instagram ou Pinterest ou encore LinkedIn et pourquoi pas YouTube.</li><li>• Une stratégie sociale média pertinente.</li><li>• Une ligne éditoriale et un calendrier éditorial.</li><li>• La mise en place d'une vraie stratégie de marketing digital qui est aussi combinée avec une stratégie de marketing de contenu.</li><li>• Une refonte totale de son site avec une optimisation sur les points techniques, sémantiques, backlinks.</li></ul>