

Rubrique : COMMUNICATION

Modules : Marketing Digital, SEO/SEA &
Rédaction Web

| ÉVALUATION FINALE |

L'AGENCE MARKETING

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.

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.

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.

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

1. Quels sont les objectifs que vous vous êtes fixés avec votre client? Faites une liste en triant via Owned, Paid et earned média

- **Objectifs avec le Client - Owned Media:**

Améliorer la Présence en Ligne : Renforcer la visibilité de Clés Minute Ankadimbahoaka sur les réseaux sociaux en augmentant le nombre d'abonnés et en encourageant l'interaction.

Créer un Site Web : Développer une présence en ligne plus robuste en concevant et en lançant un site web pour offrir une plateforme complète d'informations sur les services et les offres.

Optimiser la Page Facebook : Améliorer la page Facebook existante en augmentant le taux d'engagement, en publiant régulièrement des contenus pertinents et en encourageant les avis des clients.

- **Objectifs avec le Client - Paid Media:**

Campagnes Publicitaires Ciblées : Mettre en place des campagnes publicitaires payantes ciblées sur Facebook pour accroître la notoriété locale et attirer de nouveaux clients.

Annonces Google Ads : Utiliser Google Ads pour des campagnes payantes, en se concentrant sur des mots clés pertinents pour attirer un trafic qualifié.

Partenariats Publicitaires Locaux : Explorer des opportunités de partenariats publicitaires locaux, tels que des annonces dans des publications communautaires ou des collaborations avec d'autres entreprises locales.

- **Objectifs avec le Client - Earned Media:**

Obtenir des Avis Clients Positifs : Encourager les clients satisfaits à laisser des avis positifs sur la page Facebook et éventuellement sur d'autres plateformes en ligne.

Couverture Média Locale : Chercher des opportunités de couverture médiatique locale, comme des articles dans les journaux communautaires, pour accroître la notoriété de la marque.

Partenariats Communautaires : Établir des partenariats avec des organisations locales pour obtenir des mentions et des recommandations, renforçant ainsi la réputation de Clés Minute Ankadimbahoaka dans la communauté.

2. Quels sont les moyens de communication que vous souhaitez créer pour votre client ? Faites une liste en triant via Owned, Paid et earned média. Argumentez vos choix.

Moyens de Communication pour Clés Minute Ankadimbahoaka:

- **Owned Media:**

Site Web Informatif : La création d'un site web offrira à l'entreprise une plateforme dédiée pour présenter ses services, tarifs, et établir une crédibilité en ligne. Contrôlé directement par l'entreprise, il servira de vitrine digitale.

Page Facebook Active : Maintenir et améliorer la page Facebook existante en publiant régulièrement des mises à jour, des promotions, et en interagissant avec les clients. Cela constitue un moyen direct et contrôlable de communication.

- **Paid Media**

Campagnes Facebook Ads : Les campagnes publicitaires sur Facebook offriront une portée étendue en ciblant spécifiquement des audiences locales intéressées par les services de duplication de clés.

Annonces Google Ads Locales : Utiliser Google Ads pour cibler des utilisateurs locaux recherchant des services liés aux clés, garantissant une visibilité accrue lorsque des recherches pertinentes sont effectuées.

- **Earned Media :**

Programme de Référencement Client : Encourager les clients satisfaits à référencer Clés Minute Ankadimbahoaka à travers le bouche-à-oreille positif, contribuant ainsi à la notoriété organique de l'entreprise.

Partenariats Locaux : Établir des partenariats avec d'autres entreprises locales pour obtenir des mentions et des recommandations, exploitant ainsi les réseaux existants pour renforcer la crédibilité.

3. Construire la ligne éditoriale de votre stratégie de communication

Professionalisme et Expertise : Mettre en avant le savoir-faire et l'expérience de l'entreprise dans le domaine de la duplication de clés. Communiquer sur la compétence des employés et l'engagement envers la qualité.

Services Diversifiés : Souligner la variété des services proposés, allant de la duplication classique à la programmation de puces électroniques. Expliquer clairement chaque service pour éduquer le public sur l'étendue des compétences.

Tarification Transparente : Offrir une transparence totale sur les prix des services. Créer du contenu expliquant les tarifs pour éviter toute confusion, renforçant ainsi la confiance des clients.

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

- **Phase de Sensibilisation (Awareness) :**

Contenu Blog : Articles informatifs sur l'importance de la duplication de clés, conseils de sécurité, etc.

Réseaux Sociaux : Publications mettant en avant des faits intéressants sur la sécurité des clés, des infographies instructives.

Publicités Facebook (Paid Media) : Ciblage des utilisateurs locaux avec des promotions spéciales.

- **Phase d'Intérêt (Interest) :**

Livres Blancs (Owned Media) : Guides détaillés sur la sécurité des clés et les dernières technologies.

- **Phase de Conversion :**

Offres Spéciales (Paid Media) : Publicités ciblées sur la duplication de clés avec des remises pour les nouveaux clients.

Pages de Destination (Owned Media) : Pages web dédiées avec des appels à l'action clairs pour inciter à la conversion.

- **Phase de Conclusion (Closing) :**

Témoignages Clients (Owned Media) : Publications mettant en avant les expériences positives des clients.

- **Phase de Fidélisation (Delight) :**

Programme de Fidélité : Offres spéciales et réductions exclusives pour les clients fidèles.

5. Déterminez les actions mises en place selon le tunnel de conversion de l'inbound Marketing afin de promouvoir votre client. Pour chaque action, déterminez l'objectif SMART
6. Quels 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
Contenu Blog	Publication d'articles sur la sécurité des clés	Augmenter la notoriété de la marque	Trafic sur le blog, taux de rebond
Réseaux Sociaux	Publications sur la page Facebook mettant en avant des faits intéressants	Accroître l'engagement des utilisateurs	J'aime, partages, commentaires
Publicités Facebook	Campagne payante pour la duplication de clés avec remises spéciales	Générer des leads qualifiés	Clics, taux de conversion
Offres Spéciales	Publicités payantes avec des remises pour les nouveaux clients	Inciter à la conversion	Taux de conversion
Témoignages Clients	Publications de témoignages positifs sur les réseaux sociaux	Renforcer la confiance des prospects	J'aime, partages, commentaires

7. Construire un calendrier éditorial sur 2 mois

Date de Publication	Thème/Sujet	Type de Contenu	Plateforme	Objectif
01/12/2023	Sécurité des clés	Article de Blog	Site Web	Informer sur l'importance de la sécurité des clés
07/12/2023	Astuces pour éviter la perte de clés	Vidéo Instructive	YouTube	Éduquer le public sur la prévention de la perte de clés
15/12/2023	Offres Spéciales de Noël	Publicité Facebook	Facebook	Promouvoir des remises spéciales pour la saison des fêtes
05/01/2024	Rétrospective de l'année passée	Article de Blog	Site Web	Partager les réalisations et remercier les clients

15/01/2024	Offre Exclusive pour les Nouveaux Clients	Publicité Facebook	Facebook	Inciter de nouveaux clients avec une remise spéciale
23/01/2024	Témoignages de Clients Satisfaits	Publication sur les Réseaux Sociaux	Facebook, Instagram	Renforcer la confiance en partageant des expériences positives
31/01/2024	Concours "Partagez pour Gagner"	Concours sur les Réseaux Sociaux	Facebook, Instagram	Stimuler l'interaction et accroître la visibilité

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

➤ Je considère un budget d'environ 2 millions MGA par mois.