

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 5 : Audit SEO Digital | (2 journées de travail)

> Mon client n'a pas de site internet

Vous devrez penser et mettre en place une stratégie SEO complète pour votre client. Il vous faudra d'abord identifier le marché dans lequel exerce votre client et ce que font les concurrents en termes de SEO avant de proposer quoi que ce soit. C'est en vous basant sur votre analyse que vous pourrez suggérer de créer un site internet et mettre en place la stratégie SEO que vous proposerez.

Pour ce faire, il vous faudra :

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

D'après l'analyse de la concurrence effectuée dans la partie 3 de l'évaluation, nous avons identifié Mad Clefs Anosibe Antananarivo, Mpanao La Clé RN7, et Auto Clés Minutes comme des concurrents de référence pour Clés Minute Ankadimbahoaka. En examinant ces concurrents, nous avons découvert les éléments suivants :

- **Services :**
 - Mad Clefs Anosibe Antananarivo et Mpanao La Clé RN7 se spécialisent principalement dans la duplication des clés.
 - Clés Minute Ankadimbahoaka et Auto Clés Minutes offrent un service étendu, incluant la programmation des clés à distance pour les voitures haut de gamme.
- **Stratégies de Communication :**
 - Mad Clefs Anosibe Antananarivo, Mpanao La Clé RN7, et Clés Minute Ankadimbahoaka se concentrent principalement sur la communication via Facebook.
 - En revanche, Auto Clés Minutes adopte une approche plus diversifiée en élargissant ses canaux de communication, notamment avec un site web bien référencé.

Cette analyse approfondie de la concurrence offre une vision claire des forces et des faiblesses de chaque concurrent, permettant ainsi de formuler des recommandations précises pour la stratégie SEO et de communication digitale de Clés Minute Ankadimbahoaka.

2. Énumérer 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.)

Lors de la création d'un site internet, il est essentiel de respecter plusieurs points techniques pour assurer une bonne visibilité sur les moteurs de recherche. Voici une liste des points techniques les plus importants :

Balises Title et Meta Description : Chaque page doit avoir une balise Title unique et une Meta Description pertinente.

URLs conviviales : Les URLs doivent être courtes, descriptives et inclure des mots-clés pertinents.

Balises H1 à H6 : Utilisez les balises de titre de manière hiérarchique pour structurer le contenu de la page.

Contenu de qualité : Fournissez un contenu de qualité, informatif et utile pour les utilisateurs.

Optimisation des images : Compressez les images sans sacrifier la qualité et utilisez des balises Alt descriptives.

Fichiers robots.txt : Utilisez un fichier robots.txt pour contrôler l'accès des robots d'exploration aux pages de votre site.

Plan du site (sitemap) : Créez un plan du site XML pour aider les moteurs de recherche à indexer correctement votre site.

Liens internes : Créez des liens internes entre les pages pour améliorer la navigation et la compréhension de la structure de votre site.

Mobile-Friendly : Assurez-vous que votre site est adapté aux appareils mobiles pour améliorer l'expérience utilisateur.

Vitesse de chargement : Optimisez la vitesse de chargement des pages en compressant les fichiers et en utilisant des outils de mise en cache.

Sécurité HTTPS : Utilisez une connexion sécurisée HTTPS pour protéger les données des utilisateurs et améliorer le classement dans les moteurs de recherche.

Réseaux sociaux : Intégrez des boutons de partage et des liens vers vos profils sociaux pour favoriser le partage et l'engagement.

3. Proposer une stratégie de contenu à mettre en place (création d'un blog, d'une newsletter, d'une landing page) et l'expliquer. Pour ce faire, veuillez vous reporter à l'exercice de rédaction web.

Création d'un Blog : Un blog est un moyen puissant de publier régulièrement du contenu frais et pertinent. Vous pouvez créer des articles informatifs, des conseils, des actualités du secteur, et des études de cas. Cela contribuera à renforcer votre autorité dans le domaine et à attirer un trafic organique.

Newsletter : Mettez en place une newsletter pour rester en contact avec votre audience. Envoyez des informations exclusives, des mises à jour du blog, des promotions spéciales, et des conseils pertinents. Une newsletter bien ciblée peut fidéliser votre audience et générer du trafic qualifié.

Landing Page : Créez des pages d'atterrissage optimisées pour des campagnes spécifiques. Les landing pages doivent être claires, persuasives et orientées vers l'action. Elles sont essentielles pour convertir les visiteurs en leads ou clients. Assurez-vous d'optimiser les éléments de la page, y compris les titres, les formulaires, et les appels à l'action.

4. Identifier 5 sites d'autorité du domaine de l'entreprise et les suggérer en temps de que backlinks.

<https://dirickx.mg/>

<https://www.diy.fr/>

<https://www.serrurerie.info/forum>

<https://www.batimax-mada.com>

<https://www.coffrefortplus.com>