

# Plan Marketing

## Objectifs

Le plan marketing vise à maximiser la visibilité et l'impact de la plateforme Ebong en ciblant trois objectifs principaux :

1. **Accroître la notoriété auprès des curieux qui ne connaissent pas encore l'artisanat camerounais.**  
*Exemple* : Lancer une campagne sur les réseaux sociaux avec le hashtag **#DécouvreEbong**, mettant en avant des vidéos d'artisans travaillant leurs produits, accompagnées de récits sur leur histoire et leur savoir-faire.
  2. **Inciter à l'action (inscription et achat) en stimulant l'intérêt pour les produits.**  
*Exemple* : Proposer des promotions exclusives comme une réduction de 15 % sur les premières commandes pour les nouveaux utilisateurs.
  3. **Fidéliser les nouveaux clients pour qu'ils deviennent réguliers.**  
*Exemple* : Mettre en place un programme de fidélité avec des cartes papiers et des points cumulables sur chaque achat au bout duquel le client pourrait avoir accès à des produits ou des réductions.
- 

## Cibles

1. **Curieux :**
    - **Description** : Population ne connaissant pas encore ou pas suffisamment les produits artisanaux, principalement des touristes ou expatriés.
    - **Exemple** : Une famille visitant Yaoundé pourrait être attirée par des souvenirs uniques présentés sur Ebong grâce à une campagne ciblée sur Instagram avec des visuels colorés et attractifs.
  2. **Passionnés habitués :**
    - **Description** : Ceux qui connaissent déjà très bien le centre et qui souhaitent passer du physique au digital.
    - **Exemple** : Une cliente fidèle du Centre de l'Artisanat pourrait recevoir une notification par WhatsApp l'informant de nouvelles créations disponibles sur la plateforme.
  3. **Artisans locaux :**
    - **Description** : Acteurs souhaitant intégrer le digital pour toucher un marché plus large.
    - **Exemple** : Un artisan basé à Douala pourrait recevoir une formation pour apprendre à naviguer sur Ebong.
-

## Canaux de Communication

### 1. Réseaux sociaux (Marketing Digital) :

- Utilisation de **Facebook** pour toucher une audience locale large, avec des annonces sponsorisées géolocalisées.
- **Exemple** : Une vidéo présentant un artisan sculptant une pièce de bois pourrait être publiée sur Instagram pour capter l'attention.
- Utilisation de **WhatsApp** pour envoyer des messages personnalisés aux clients fidèles, accompagnés de promotions exclusives.
- **Exemple** : Une notification « Offre spéciale aujourd'hui uniquement : -10 % sur les sculptures traditionnelles. »

### 2. Présence sur les événements culturels (Marketing Événementiel) :

- Participation à des foires artisanales comme celles organisées à Yaoundé ou Douala, avec un stand présentant les produits.
- **Exemple** : Proposer aux gens de participer à des ateliers de fabrications pour montrer des artisans en plein travail.

### 3. Supports imprimés (Marketing Traditionnel) :

- Distribution de brochures dans des hôtels fréquentés par des touristes, avec un QR code redirigeant vers la plateforme.
  - **Exemple** : Des flyers scannant le code sur place.
- 

## Stratégie de Contenu

### 1. Storytelling (Content Marketing) :

- Mettre en avant les histoires des artisans, en détaillant l'origine de chaque produit.
- **Exemple** : Publier une vidéo sur l'histoire d'un tisserand ayant appris son art de son père, avec des images de sa création étape par étape.

### 2. Contenu sur les réseaux sociaux :

- Des vidéos immersives présentant les étapes de création des produits, ainsi que des témoignages de clients satisfaits.
  - **Exemple** : Un client expatrié partageant son expérience d'achat sur Ebong avec un produit qu'il a reçu à Londres.
- 

## Stratégie Promotionnelle

### 1. Offres de lancement (Marketing promotionnel) :

- Proposer des réductions spéciales pour inciter les premiers utilisateurs à tester la plateforme.
- **Exemple** : « Commandez avant le 31 décembre et bénéficiez d'une livraison gratuite partout au Cameroun. »

### 2. Programmes de fidélité (Marketing personnalisé) :

- Récompenser les clients réguliers avec des points échangeables contre des réductions ou des produits gratuits.

- **Exemple** : « Pour chaque 10 000 FCFA dépensés, gagnez 100 points à utiliser sur votre prochain achat. »
- 

## Accompagnement des Artisans

### 1. Formation :

- Organisation de sessions en ligne pour apprendre aux artisans à optimiser leurs ventes et à gérer leurs stocks via la plateforme.
- **Exemple** : Un tutoriel vidéo expliquant comment rédiger une description de produit engageante.

### 2. Support continu :

- Assistance téléphonique ou par WhatsApp pour répondre aux questions des artisans en temps réel.
  - **Exemple** : « Besoin d'aide ? Contactez nous sur whatsapp/ ou au +237 0000000 »
- 

## Indicateurs de Performance (KPIs)

1. **Engagement des curieux sur les réseaux sociaux** : Nombre de likes, partages et commentaires sur les publications.
    - **Exemple** : Suivre le nombre de clics générés par les annonces sponsorisées sur Facebook.
  2. **Conversion des curieux en acheteurs** : Suivi des inscriptions et commandes après une campagne marketing.
    - **Exemple** : Mesurer le pourcentage de visiteurs qui ajoutent un produit au panier.
  3. **Volume des ventes mensuelles réalisées via la plateforme.**
    - **Exemple** : Comparer les ventes mensuelles avec celles des mois précédents pour évaluer l'impact des actions marketing.
- 

## Budget

### 1. Réseaux Sociaux :

- Coût des publicités sponsorisées et création de contenus engageants.
- **Exemple** : Budget alloué à une campagne sponsorisée ciblant les expatriés.

### 2. Supports imprimés :

- Impression de brochures et flyers distribués lors d'événements locaux.
- **Exemple** : Flyers conçus pour les touristes visitant le Centre des Arts à Yaoundé.

### 3. Événements :

- Participation à des foires artisanales avec stands interactifs.
- **Exemple** : Prévoir un stand à la Foire Internationale de Douala.

---

## Calendrier

1. **Semaine 1-2 :**
  - Création des contenus et supports marketing, formation initiale des artisans.
  - **Exemple :** Produire des vidéos de lancement avec un artisan emblématique.
2. **Semaine 3 :**
  - Lancement des promotions, campagnes sur les réseaux sociaux et participation aux événements.
  - **Exemple :** Annoncer une offre de lancement à la Foire de Yaoundé.
3. **Semaine 4 et au-delà :**
  - Suivi des KPIs, ajustement des actions marketing en fonction des résultats obtenus.

---

En somme, ce plan marketing enrichi avec des exemples pratiques illustre comment **Ebong** peut exploiter les opportunités offertes par l'artisanat camerounais pour devenir une plateforme incontournable. Les exemples permettent de mieux comprendre les actions concrètes et leur pertinence dans le contexte local.