

# PLANNIFICATION DU PROJET - EVALUATION FINALE

TITRE DU PROJET	[Titre du projet]
CHEF DE PROJET	[Nom du chef de projet]

**OBJETIF PROJET** Le projet a pour objectif la conception d'un site internet pouvant nous permettre de communiquer sur nos services aussi bien à l'endroit de nos sponsors que de nos parties prenantes

**TRELLO** Suivez ce lien <https://trello.com/invite/b/i56ljGtW/ATTI129cb300593b99302b89e924b7cd8bdfAA9A219A/saynacmr-evaluation-marketing-finale>

PHASE	DÉTAILS	
SEMAINE DU PROJET :		
0	Création Design Rapport et Maquette site web	Conception des designs CANVA des différents livrables
	Par Claire Libam	
	Création de l'Agence de Marketing Digitale	
	Par Téclaire Ngo Mbous & Claire Libam	Création de l'identité visuelle de la marque, Logo + Charte graphique et argumenter les différents choix
	par Michelle Nkwimi & Claire Libam	Créer le nom de l'agence + business model canva + documentation administrative
1	Par Claire Libam	Définition de l'organisation des tâches (Les tâches les Outils de communications
	Identification du Client	
	Par Michelle Nwimi	Identification et sélection Client - Organisation du Rdv Brief Client
	Téclaire Ngo MBOUS	Synthèse Brief Client
		Elaboration du document de présentation du Client

## Audit et étude du marché de l'Entreprise

- Audit marketing de l'entreprise (matrices SWOT, 4P, Pestel etc)

### Par Friedah Kongbi

- 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): Cœur de Cible, Cible primaire et Cible secondaire.
- Pour chaque cible, vous ferez un paragraphe expliquant qui sont-ils (sociodémographique, habitudes, freins)

Déterminez 2 concurrents directs et 1 concurrent indirect d'AIP

2. Pour chacun des concurrents, faites un paragraphe présentant l'entreprise et ses différentes gammes de lunettes. Préciser pour chaque gamme une paire de lunettes et le prix associé.

### Par Leonie OUAFO

4. Après votre analyse et à l'aide d'un mapping concurrentiel, déterminez le positionnement du client face à ses concurrents. Vous devrez définir par vous-même les axes d'analyse pour le mapping concurrentiel. Vous pouvez utiliser l'outil de votre choix pour réaliser le mapping. Canvas est gratuit et vous permettra de réaliser cela facilement.
5. Construire le Marketing Mix de l'entreprise (Produit, Prix, Distribution, Communication)

- Mise en route

## La stratégie marketing complète et communication digitale

Marketing Traditionnel

### Par Léonie

- Portée et objectifs Étudier la présence digitale de l'entreprise (marketing digital) - Une stratégie de diffusion du site avec du contenu à exploiter sur les réseaux sociaux

- Une stratégie d'animation de la communauté

### Friedah

- Plan de communication

Quels sont les moyens de communication de l'entreprise, en triant via Owned, Paid et Earned média ?

2. Construire le Tunnel de conversion d'Inbound Marketing en sélectionnant pour chaque

phase des moyens de communication;

Pour les questions 3 et 4, vous remplirez le tableau en annexe.

3. Déterminez les actions mises en place selon le tunnel de conversion de l'inbound

Marketing ; Pour chaque action, déterminez l'objectif SMART

4. Quelles sont les KPI que vous prendrez en compte dans votre stratégie à chaque niveau

du tunnel de conversion d'inbound Marketing.

AUDIT SEO a. Site internet (construction du menu, ergonomie, diversité du catalogue) 1<sup>re</sup> partie : Résumé synthétique de l'écosystème global (concurrents et réseaux sociaux)

b. SEO (réaliser un audit SEO grâce à la grille prévu à cet effet) > 2<sup>e</sup> partie : Analyse technique

> 3<sup>e</sup> partie : Analyse sémantique

> 4<sup>e</sup> partie : Backlinks

> 5<sup>e</sup> partie : Réaliser un tableau de synthèse à la fin présentant les priorités et les actions que vous préconisez.

5	<b>Audit &amp; stratégie SEO</b>  - Enumérer les points techniques les plus importants à respecter lors de la création d'un site internet  <b>Par - et Claire LIBAM</b>  Proposition d'une stratégie de contenu à mettre en place  - Prévisions
6	<b>Audit SEA</b>  - Definition des Mots clés - Definition ligne éditorial - Planning campagne sur réseau social - Performances
7	<b>Rédaction web</b>  Créer des contenus à choisir entre  Landing page / pages du site internet / un article de blog / une fiche produit / un communiqué de presse / un article sponsorisé  - Liste des travaux à corriger - Rapport