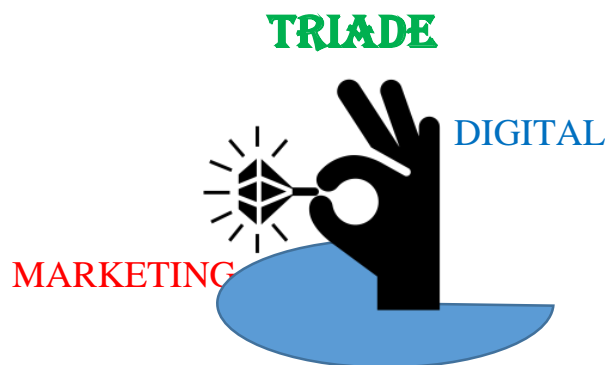


PARTIE I : L'AGENCE MARKETING :

1. Définition notre nom d'agence ainsi qu'un logo simple avec l'argument de notre choix.

-L'agence triade spécialise en marketing digital. En fait, nous choisissons cette agence car nous voulons montrer que les nombres des étudiants qui font cette étude sont précis en trois personnes. Ils spécialisent en marketing digital.

Voici le logo simple de notre agence :



2. Définition notre organisation de travail durant les 2 semaines à venir.
Comment vous êtes-vous organisés dans votre équipe :

Durant ces 2 semaines à venir, nous allons subdiviser notre tâche, l'objectif est de faciliter notre travail et d'arriver au point final. Nous allons faire tous moyens le plus possible pour maîtriser ce devoir et d'avoir la note pertinente.

- Voici les répartitions de nos tâches :
 - Une étudiante traite les parties 1, 2,3.
 - Un étudiant traite les parties 4, 5,6.
 - Une étudiante traite les parties 7-8.
- Concernant la priorisation des tâches, nous avons trouvé ci-dessus que nous divisons nos tâches donc chacun(e) a sa priorité durant la rédaction.
- b. Les outils de communication (Teams, Google Meet, Discord, etc.), outils de gestion de projet et outils d'organisation (Trello) que nous avons utilisés pour coordonner vos actions d'équipe sont : Google, discord, facebook.

PARTIE II : LE CLIENT ET SON ENTREPRISE :

1- Tout d'abord, la plupart de clients MORINGA Hôtel ce sont les clients venant de ZOMATEL Fianarantsoa qui sont transférés à Toliara. Au fur et à mesure du temps, l'hôtel lui-même a créé sa propre clientèle. En collaborant avec des agences voyages et en présentant des offres.

2-Présentation de client :

a- MORINGA hôtel est créé en 2014, cet établissement de choix à Toliara est l'un des activités développées par le Relais Madagascar. Le Relais est un réseau d'entreprise qui agit depuis près de 30 ans pour l'insertion de personne en situation d'exclusion par la création d'emplois durables. Ainsi, MORINGA hôtel se présente avec un élégant bâtiment avec 28 chambres qui sont construites autour d'un bel escalier en bois qui se fraie un chemin en spirale entre les prières de bâtiment originel.

b- L'hôtel propose des chambres bien décorés avec soin et équipées d'un coffre-fort, TV, climatiseur , minibar , terrasse privé et wifi. Et aussi d'un restaurant qui offre une cuisine Gastronomique à base de produits frais avec la possibilité de commander en room-service et d'un snack-pâtisserie idéal pour la journée.

Ainsi que des espaces de détente avec massage, bibliothèque, ordinateur et salle de jeux.

C-L 'hôtel reçoit plusieurs sortes de clients : il y a les clients corporate : ce sont les personnes qui sont en missions. Ensuite les clients individuels qui ne passe pas une réservation mais directement à l'hôtel. Et en fin les clients étrangers qui passent par les tours opérateurs.

D- L'hôtel se situe à Toliara à 2,3 km du musée RABESANDRATANA, 13 km de l'arboretum d'Antsokay et 4,4 km de l'université de Toliara et plus précisément dans le quartier Tsianaloka, Toliara 601.

e- Il propose des chambres, un restaurant, un parking privé, un Bar, un salon commun doté d'un jardin et d'une terrasse, location de voiture et de service de réveil et de blanchisserie.

Pour les chambres :

Double/twin : 29000AR

Single : 245000AR

Suite : 360.000AR

Familiale : 490.000AR

Standard triple : 350.000AR

Lit supplémentaire : 60.000AR

Pour la restauration :

Spécialité gastronomique : Prix par menu : 25000AR, 28000AR.

Petit déjeuner continental : 16500AR.

Petit déjeuner classique : 9600 AR.

Déjeuner : 17000 AR.

Dîner : Menu diner (13500 AR).

Snack : Pizza

F- Il n'a pas pu donner le chiffre d'affaire.

Dans les trois dernières années (2020, 2021, 2022), l'année 2020, 2021 est marqué par la crise sanitaire.

3- Le besoin de client en termes de marketing et de communication digital :

4- Analyse de la communication existant dans notre client (Hôtel MORINGA):

A- Réseaux sociaux : Facebook.

-Nombre d'abonné : 2295.

-Taux d'engagement : 2,2K personnes.

-Type de contenus publiés : chambres, restaurant, Snack/Bar.

Chambres : familiales, standards, Suite.

Restaurant : petit déjeuner, Dîner.

Snack/Bar : Pizza, Glace.

-Sujet sur lesquels l'entreprise publie :

B- Site : <http://www.moringa-tulear.mg>

C- Autres présences de la numérique : Emailing, logiciel : booking.com.

D- Ce n'est pas possible si l'entreprise choisie ne possède aucune présence digitale, ça va être, il manque les moyens pour le faire comme par exemple : il n'a pas accès à l'internet, n'a pas des outils pour le démarrer. J'en suis sûr que son entreprise n'ira pas se développer car il utilise le système inbound.

5- Récapitulatif de ce qui existe et ce qui manque à votre client en termes de communication digitale

-Les matériaux de communication digitale utilisés par le l'hôtel Moringa sont : Facebook, Emailing, site web, logiciel booking.

-Les matériaux de communication digitale manqués sont : Twitter, LinkedIn,

PARTIE 3 : Audit et étude de marché :

1-a-Détermination des facteurs au niveau macro-environnemental à l'aide de Matrice PESTEL:

Politique	Economique	Sociologique	Technologique	Environnemental	Légal
-L'existence de cet hôtel est accordée par l'Etat avec la collaboration de l'Etat Française.	-Entrée la devise. - Développement de l'économie. - Inflation de l'économie nationale. - Augmentation du taux de tourisme.	-Aide sociale -création d'emploi.	-Utilisation de logiciel gratuit.	Environnement calme et paisible.	Il est accordé par la loi en vigueur en respectant le Droit de travail, le fisc (il y a le statut légal et réglementaire).

C-Détermination les forces de poster

Menace des nouveaux entrants	Hôtel Saphir et Eden Hôtel.
Degré de rivalité avec les concurrents	Il existe plusieurs concurrents qui sont luxés mais Moringa hôtel est le plus agréable au niveau des chambres qui sont confortable et la restauration spécialisée dans la gastronomie continentale et européenne en utilisant les produits frais.
Menace des produits de substitution	-
Pouvoir de négociation des fournisseurs	Il possède les fournisseurs locaux.
Pouvoir de négociation des clients	Le pouvoir de négociation des clients est fort car ils sont déjà contact avec les clients de ZOMATEL à Fianarantsoa.

c- Détermination les facteurs au niveau micro-environnemental à l'aide de Matrice SWOT

FORCES	FAIBLEISSES
<ul style="list-style-type: none"> - Le Confort. - L'accueil chaleureux. - Offre ouvert pour tous. - Satisfaction des clients. - Plusieurs partenaires. 	<ul style="list-style-type: none"> - Prix trop élevé. - Moyen de communication digitale faible. - Insuffisance des chambres.
OPPORTUNITÉS	MENACES
<ul style="list-style-type: none"> - Il a beaucoup de branches filiales. - Visibilité de l'entreprise. - Il sponsorise d'autres activités. 	<ul style="list-style-type: none"> - Crise sanitaire. - Baisse de pouvoir d'achat. - Arrivé d'un nouveau concurrent.

d- En faisant l'analyse avec les matrices, on a pu réaliser plusieurs évaluations pour avoir une idée de rivaliser avec une bonne stratégie d'attaque contre les concurrents.

2- a- 2 concurrents directs : Hôtel Amazone et Eden Hôtel.

1- Concurrent indirect : SAPHIR Hôtel.

b-Pour les deux concurrents directs :

-Hôtel Amazone : il possède chambres et restaurant avec le prix un peu élevé.

Produit de gamme : 44 chambres dont 5 suites, 3 familiales et 14 VIP avec terrasses privatives (2chambres chauffeurs).

Prix des chambres :

Chambre double standard : 1399000AR

Suite du 2ème étage : 1990000AR.

Suite du 3ème étage : 2390000AR

VIP : 1690000AR.

Prix de restauration : Petit déjeuner : 7600 AR ou 13600 AR, spécialité indienne autours de 20.000AR.

-Eden Hôtel : il possède chambres et restaurant avec le prix un peu élevé.

- Pour le concurrent indirect :

-SAPHIR Hôtel : Il n'a pas de restaurant sauf que les chambres seulement.

c-Analyse de communication de chacun des concurrents :

i- Concurrents directs :

- Hôtel Amazone :

- Réseaux sociaux :

- ✓ Facebook : Hôtel Amazone Tuléar.

- Nombre d'abonnés : 4389 Personnes.

- Taux d'engagement : 3,1K.

- Type de contenus publiés : Chambres, salle de séminaire.

Sujet sur lesquels l'entreprise publie : Pouvez-vous arriver dans la ville de Tuléar : faites confiance à l'hôtel Amazone international pour votre hébergement !!

- ii- Site : <http://hotelamazone-tulear.com>
- iii- Autres présence numérique : Whatsup, logiciel :booking.com , e-mail :hotelamazone-tulear@gmail.com

- EDEN hôtel :

- ✓ Facebook : Résidence Eden ecolodge sarodrano.

Nombre d'abonnés : 2 533 personnes

Taux d'engagement : 2,9K

Type de contenus publiés : chambres confort, bungalows pieds dans l'eau avec vue sur le lagon, restaurant : Petit déjeuner, déjeuner et dîner, entré, plats, desserts.

Sujet sur lesquels l'entreprise publie : la Résidence Eden permet de savourer les plaisirs d'un confort sans superflu, préservant un environnement exceptionnel. Profitez des bungalows pieds dans l'eau avec vue sur le lagon.

Site : <https://web.facebook.com/ResidenceEdenEcolodge>

Autres présence numérique : e-mail :residence.eden@orange.mg

Concurrents indirects :

- SAPHIR Hôtel :

- Réseaux sociaux :

- ✓ Facebook : Saphir hôtel Tuléar.

Nombre d'abonnés : 435 personnes

Taux d'engagement : -

Type de contenus publiés : Chambres.

Sujet sur lesquels l'entreprise publie : Présentation les chambres allouer sur sa page.

Site :-

Autres présence numérique : e-mail :saphirhotel.tulear@gmail.com, booking.com

d. Après l'analyse à l'aide d'un mapping concurrentiel, Moringa hôtel s'est positionnée vers un service de haute qualité et accessible à tous.

On va définir les axes d'analyse pour le mapping concurrentiel de l'hôtel moringa par rapport aux autres hôtels :

- Point commun :
 - Réseaux sociaux : L'hôtel moringa et ses concurrents possèdent le compte Facebook.
 - Ils proposent les produits de gamme : chambres.
 - Ils font les moyens pour attirer les visiteurs via le moyen de communication digital.
- Point différent :
 - Matériel digital : L'hôtel moringa ne peut pas allouer pas le logiciel payant or que les autres utilisent le mode payant.
 - Les nombres des visiteurs de ces hôtels et les nombres d'abonnés ne sont pas pareil.

- L'avantage concurrentiel du produit qui a la différencie pour les autres est d'avoir beaucoup de clients. En plus, si le produit à vendre rend satisfait les clients donc il aura beaucoup de clients. Plusieurs personnes peuvent être abonnées leur site.

e- Construction le Marketing Mix de client (Produit, Prix, distribution, communication).

Produit	Prix	Distribution	Communication
Chambres	Double/twin : 29000AR Single : 245000AR Suite : 360.000AR Familiale : 490.000AR Standard triple : 350.000AR Lit supplémentaire : 60.000AR	-	Facebook : HOTEL moringa Tulear. Site : http://www.moringa-tulear.mg

Restauration	Spécialité gastronomique : petit déjeuner, déjeuner et dîner : Snack :	-	
--------------	--	---	--

3-Analyse les clients de l'entreprise :

a-Cœur de cible : Les étrangers, le client corporate.

-Cible primaire : Le client corporate.

-Cible secondaire : Les clients individuels.

-Les étrangers ce sont les visiteurs ou les touristes venant à l'extérieur de pays.

-Le client corporate ce sont les clients qui sont en contact avec eux venant de l'Hotel ZOMATEL.

- Les clients individuels ce sont les gens qui sont en vacance et qui arrive directement sans réservation en avance.

b-construction le persona pour le cœur de cible et la cible primaire.

Partie 4 : Marketing et Communication Digital.

1- Les objectifs que nous nous fixons avec notre client :

-Spécifiquement, il faut améliorer le site inter

2- Les moyens de communication existants :

PAID MEDIA	X
OWNED MEDIA	Réseau sociaux, site web, emailing,

EARNED MEDIA	X

3-Ceux que nous souhaiterions nous créer sont :

PAID MEDIA	Référencement payant : Adword
OWNED MEDIA	Blog
EARNED MEDIA	Mentions sur les réseaux sociaux.

4-Construction ligne éditoriale :

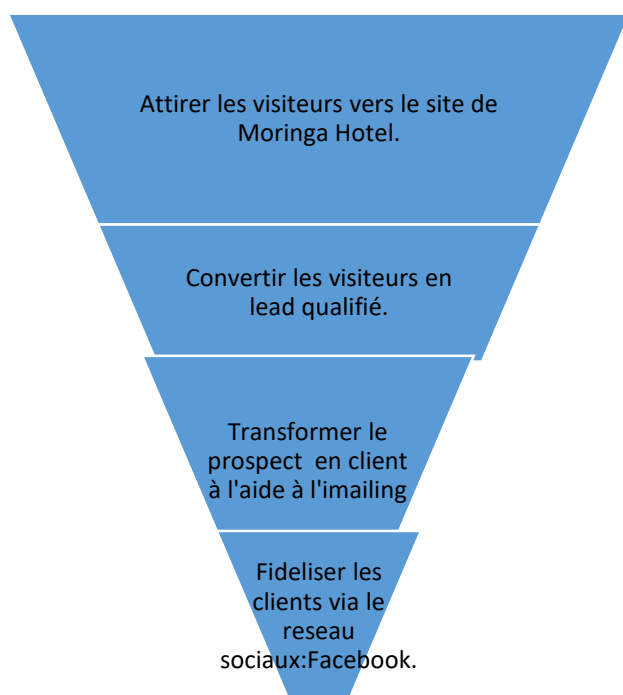
Message : « Pour un séjour authentique et agréable n’hésitez pas à nous contacter. Toute l’équipe vous réserve un accueil chaleureux pour vous faire vivre une expérience inoubliable ».

Valeur : Le prix des chambres, les menus au restaurant, le snacking et les locations de voiture sont mesurables à la réalité, comme par exemple : lié à l’augmentation de taux monétaire mondial.

Promesse : Il promet à tous les clients qui arrivent chez eux, ils seront bien soigner à eux. Il propose plusieurs activités et menus satisfaisants pour les clients.

Raison d’être : En dehors les services que lui proposent, il crée l’emploi spécial aux jeunes à Toliara partageant sur le réseau social. La raison d’être est pour réduire le taux de jeunes chômeurs à Toliara.

5-Construction du tunnel de conversation



6 7- Les KPI :

MOYEN DE COMMUNICATION	ACTION REALISE	OBJECTIF SMART	KPI
Site web	Optimisation du site :	Atteindre plus des visiteurs et des abonnés	Depuis l'année 2013, plusieurs clients visitent ce site. Actuellement, il attrape un peu plus de centaines les personnes accès sur ce lien.
Facebook	Publication des activités à faire au sein de cet hôtel.	-Pour atteindre plus d'abonnés.	Depuis l'ouverture de ce compte facebook ; il attrape plusieurs clients.

			Nombre d'abonné est 2295 et le taux d'engagement atteint 2,2K.
Emailing	Transformer les clients en prospect.	-Pour faciliter la réservation.	L'existence de ce compte email rend facile la relation entre les clients et le responsable de cet hôtel. Tout le monde peut accéder sur cet emailing en matière de réservation.

8-Calendrier éditorial sur 2 mois :

Décembre							Janvier						
L	M	M	J	V	S	D	L	M	M	J	V	S	D
			1	2	3	4						1	2
5	6	7	8	9	10	11	3	4	5	6	7	8	9
12	13	14	15	16	17	18	10	11	12	13	14	15	16
19	20	21	23	24	25	26	17	18	19	28	21	22	23
27	28	29	30	31			24	25	26	27	28	29	30

Excellent choix pour les voyageurs visitant Toliara les dates que nous marquons sur ces deux calendriers ; la Moringa Hotel offre un cadre familial et de nombreux services conçus pour sublimer votre séjour. Les chambres sont équipées d'un minibar et d'une climatisation. Le wi-fi gratuit vous permet également de vous relaxer en restant connecté.

La Moringa Hotel dispose d'une réception ouverte 24 heures sur 24, d'un journal et d'une conciergerie. Par ailleurs, en tant que client, vous êtes invité à profiter du petit déjeuner offert par la Moringa Hotel. Sur place, parking gratuit est mis à la disposition des clients véhiculé

9- différents types de contenus que nous avons proposés :

- Equipements de la chambre : Rideaux occultant, climatisation, chambre insonorisées, service de ménage, minibar, TV par câble /Satellite, Lits extra-long, douche à l'Italienne.
- Voiture à louer : Karenjy voiture, bus.
- Restaurant : Gastronomie terre & mer bien préparé et spécial ; petit déjeuner, déjeuner, dîner.

10-Evaluation du budget de notre stratégie.

Durant les dates que nous marquons ci-dessus, le prix des produits s'augmente un peu car ceux-ci sont journées considérées comme spéciales. A ces dates, il propose plusieurs menus spéciaux pour les visiteurs.

V - PARTIE 5 : Audit SEO

(2 journées de travail)

1- Analyse de la concurrence :

2- Analyse des points techniques les plus importants à respecter lors de la création d'un

site internet :

-L'URL du site est pertinente car il est bien précisé Moringa Hotel

-Absence des balises h1, seule le div et les sections

- Absence de robots. Txt

- Concernant L'aspect visuel du site , il est simple et agréable mais le contenu n'est pas très détaillé

3- Analyse de la stratégie du contenu actuelle :

-Absence de blog

-présence d'une newsletter

-Absence de landing page

Donc, il faut améliorer les contenus du page : ajouter des balises h1 et h2 c'est-à-dire il faut bien préciser les différentes services et restaurations.

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

Backlinks

- Hotel Amazone Hotel Toliara
- Hotel Saiffe Toliara
- Hotel Eden Palm
- Hotel Saphir Hotel
- Hotel Le Paletuvier

V - PARTIE 6 : Audit SEA

(1 journée de travail)

Votre rôle est de proposer à votre client une stratégie SEA à mettre en place. Il vous faudra donc analyser l'activité de votre client (commerce, prestation de service, revendeur, etc.) et d'en déduire quelle sera la meilleure stratégie à mettre en place.

Pour ce faire, vous devrez proposer

1. Une campagne sur le réseau de recherche et trouver les meilleurs mots-clés en

Précisant votre choix (volume de recherche, CPC, concurrence...

- -Mots clés pertinents : Chambres
- Volume des recherches : 100-1k
- CPC : 0,00
- concurrence : faible
- Mots clés pertinents : hôtel restaurant
- Volume des recherches : 10-100K
- CPC : 0,00
- Concurrence : faible
- Mots clés pertinents : menu gastronomique
- Volume des recherches : 10-100K
- CPC : 0,00

-Concurrence : faible

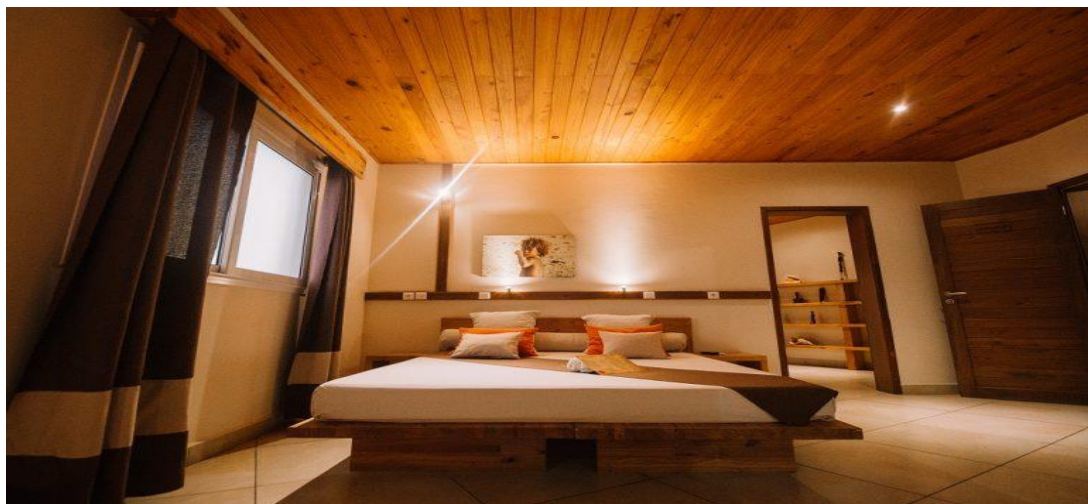
2. Rédiger les annonces en proposant

a. 7 titres différents

b. 2 descriptions

V - PARTIE 7 : Rédaction Web

(1 journée de travail)



**BESOIN D’UN ENDROIT DE DETENTE ET DE RELAXATION AVEC
DE GASTRONOMIE QUI VOUS FERAIT VOYAGER DANS LE
MONDE !**

“ Accueil très sympathique et professionnel, à toute heure”, un très bel hôtel avec des Chambres Touts comforts et accueilli par des employés charmants.

Si vous êtes dans le monde professionnel et en train d’accomplir une mission à Toliara et vous cherchiez des endroits à **héberger** ou en vacances avec vos familles ; n’hésitez pas à venir chez Hôtel Moringa pour bien pouvoir passer vos temps avec des souvenirs inoubliables.

Il est idéal aussi pour les touristes qui vont visiter la Ville et il se situe en plein milieu du centre-ville qui va permettre de faciliter la circulation.

Les services de l'hôtel

Tout comme nous vendons des **chambres**, et des différents autres services , nous devons vous les présenter.

Sur les chambres

MORINGA Hotel dispose 6 différentes chambres très confortables , luxueux et bien équipées et décorés , climatisés , mini-bar , un terrasse privé , télé a chaine internationale , coffre-fort, téléphone, Wifi

- Il y a une chambre double qui contient deux lits **climatisés** avec de réseau Wifi et TV
- Une chambre simple avec un grand lit très spongieux
- Un Suite très équipés avec un bar , congélateur et d'un coffre-fort, téléphone
- Une chambre familiale qui dispose beaucoup des lits adaptés à tous vos besoins en famille
- Un Standard simple qui contient seulement un lit pas de Wifi, de TV et de bar
- Et lit supplémentaire

Concernant le service de restauration

Moringa Hotel dispose d'un restaurant et de snack-pâtisserie qui vous ferait un repas purement **gastronomique** avec des produits frais et régionaux de terre et mer en vous offrant un petit-déjeuner , un déjeuner préparé par les chefs expérimentés.



Un massage relaxant

Des experts vous attendent pour vous masser à mains avec des huiles essentielles et bio venant de Homéopharma

Des locations de voitures

On a des voitures des locations qui seront à la disposition des clients comme les Karenjy et les bus ainsi que des collections des autres voitures.



**ALORS , N'HESITEZ PAS A VENIR CHEZ MORINGA HOTEL POUR
VIVRE UNE EXPERIENCE INOUBLIABLE !**

