

Strategie Marketing Digital



Sommaire

1

Contexte

2

Objectifs

3

Existant

4

cible

5

personna

6

L'analyse
concurrentielle

7

Positionnement

8

Le problème

9

swot Analyses

10

Actions à mener

11

Techniques marketing
à appliquer

12

Strategie
editoriale

13

Budget



1 Contexte

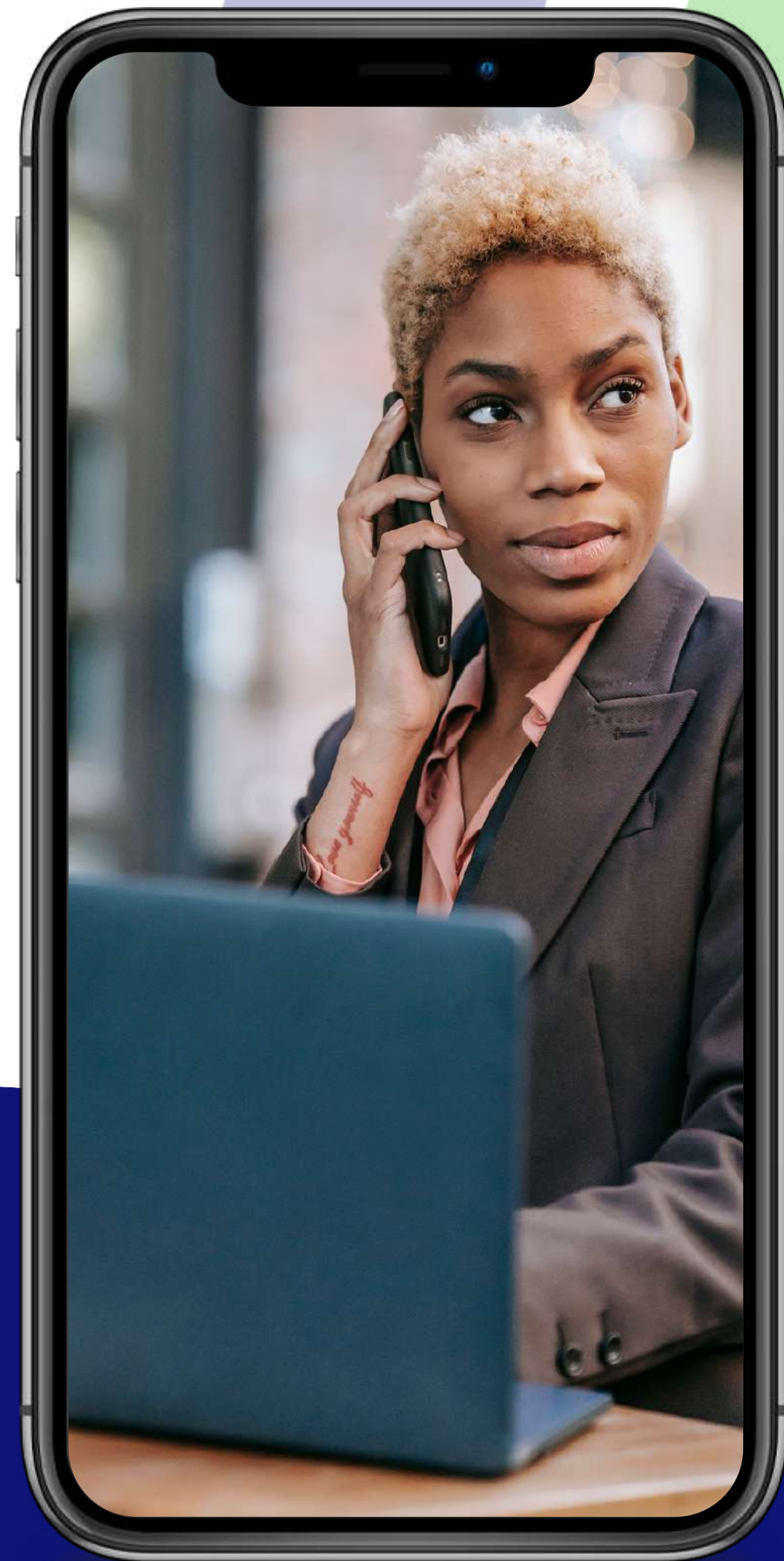
La question de gestion des ressources financière, relève aujourd'hui d'un sujet sensible et délicat pour bon nombre d'Ivoiriens.

En effet, éduquer financièrement les personnes à la bonne gestion de leurs ressources financières est le défi que relève l'entreprise SMARTFIN PATRIMOINE aux quotidiens ; et ceux à travers son objectif qui est d'éduquer et rendre plus accessible la question des finances auprès de sa cible.

Pour atteindre cet objectif, SMARTFIN PATRIMOINE à travers le digital souhaite étendre sa visibilité.

Par conséquent, nous mettrons en place une stratégie de communication digitale adéquate, qui lui permettra d'atteindre son objectif.

2 Objectifs de la stratégie.



Objectif général

L'objectif général est de donner plus de visibilité à l'entreprise SMARTFIN PATRIMOINE à travers la promotion des services proposés.



Objectifs spécifiques

- Étendre la visibilité de SMARTFIN PATRIMOINE à travers la promotion des services qu'elle propose.
- Toucher plus de 500 000 personnes à travers des stratégies de communication digitale.
- Conclure plus de 100 ventes par mois.



3 Les existants

Réseaux sociaux	Nombre D'abonné	Nombre visuel image	Nombre visuel vidéo	Nombre de Direct (live)	Interactions sur les réseaux sociaux	Les hashtags
Profil Facebook Colombe Yao DJIREBO	13K	+63	11	2	Plus	#LaTantieAgni
Page Facebook Smartfin patrimoine	18K	63	8	0	moins	#LaTantieAgni
Groupe Facebook jeCompare.CI	10,0K	+100	8	0	moins	#LaTeamtAgni
LinkedIn Smartfin patrimoine	290 abonnés	7	1	0	Vraiment peut	#LaTantieAgni
Les hashtags		#LaTantieAgni	#SmartfinTalks			

Remarque

Les visuels utilisés sur les réseaux sociaux sont beaux, mais trop surcharger d'information (trop de texte).



4 Cible

La cible pour la stratégie de communication marketing de Smartfin peut être définie comme les personnes qui cherchent à planifier et à gérer efficacement leur finances personnelles ou professionnelles. Il peut s'agir de personnes ayant une situation financière stable, mais cherchant à la maximiser, ainsi que de personnes ayant des difficultés financières et cherchant des solutions pour les surmonter.



Ton à utiliser



Cible

1 Cible primaire

Hommes, femmes célibataires et couples ayant un style de vie aisé et touchant un salaire de base d'au moins 500.000 FCFA voir plus.

2 cible secondaire

Personnes touchant la somme de 200.000 FCFA voir la classe moyenne
Les entreprises

5 Persona

Un persona est un profil fictif qui représente un segment de marché cible pour une entreprise. Il décrit les caractéristiques démographiques, les intérêts, les comportements et les motivations d'un consommateur idéal.



Persona 1



**Mme Désirée
Konan**

Présentation

Mme Désirée Konan est directrice d'une entreprise de BTP à Cocody Riviera palmerais avec un salaire de base de 800.000f / mois. Agée de 45 ans Mme Désirée Konan est une belle femme Mariée et responsable. Elle est joviale, travailleuse aime la technologie, les sorties détente et la lecture.

Situation

Mme Désirée Konan est aujourd'hui face à des difficultés de gestion de ses fonds propres et une planification d'un compte d'épargne. Elle a du mal à contrôler ses dépenses mensuelles.

Intérêt

- Où trouver une entreprise de conseil et gestion financière et une planification d'un compte épargne
- Ou trouver une entreprise de conseil et gestion financière pour l'aider à créer un plan financier solide ?
- -Ou trouver une entreprise de conseil et gestion financière pour l'aider à mieux planifier ses dépenses ?

Persona 2



Fabien Sahou

Présentation

M. Fabien Sahou est un jeune entrepreneur qui a fait fortune ses dernières années. Résidant à Yamoussoukro depuis plus de 5 ans maintenant. Agé de 38 ans M. Fabien Sahou est un homme marié et père de 4 enfants.

Situation

M. Fabien Sahou est un jeune entrepreneur. qui a disposition trois (3) entreprises. Ce dernier perçoit la somme d'un million (1.000.000) par mois

Intérêt

- Où trouver une entreprise de conseil et gestion financière. Fiable et sécurisé ?
- --Ou trouver une entreprise de conseil et gestion financière pour l'aider à mieux planifier ses investissements ?

Persona 3



**Le couple Dango
et Fatima**

Présentation

M. Dango Yele et Mme Fatima Koné sont un jeune couple marié. M. Dango 38 ans est médecin et touche un salaire de base de 600.000F le mois et Mme Fatima 35 ans est rédactrice en chef dans une chaîne de télévision privée de la capitale et touche 400.000F le mois.

Situation

M. Dango Yele et Mme Fatima Koné sont un jeune couple marié. Aujourd'hui, nos jeunes couples sont confrontés à des difficultés de gestion de leur fond propre et désirent planifier un compte d'épargne pour assurer leur retraite.

Intérêt

- Où trouver une entreprise de conseil et gestion financière de leur fond propre.
- Ou trouver une entreprise de conseil et gestion financière pour l'aider à créer un plan financier solide pour leur investissement dans un domaine d'activité ?
- -Ou trouver une entreprise de conseil et gestion financière pour l'aider à mieux planifier et mettre en place un compte d'épargne

Persona 4



Startup
clean.com

Présentation

Clean.com est une jeune startup exerçant dans le domaine de la communication. Aujourd'hui 2 ans qu'elle existe, clean.com à des difficultés de gestion financière.

Situation

Clean.com à des difficultés de gestion financière, cause de leur manque d'épargne.

Intérêt

- -Où trouver une entreprise de conseil et gestion financière de leur capital.
- -Ou trouver une entreprise de conseil et gestion financière pour l'aider à créer un plan financier solide qui aboutira a la création un compte d'épargne.

6

L'analyse concurrentielle

Après des recherches, il ressort que l'entreprise n'a pas de concurrents direct dans son secteur d'activité. Cependant, elle a des concurrents indirects comme les banques et les cabinets de conseil qui proposent les mêmes services de l'entreprise. La différence entre smartfin et ses concurrents se situent au niveau :

- L'exclusivité du service, en effet smartfin propose la gestion de patrimoine et la gestion de finance personnelle de façon exclusive et précise que ses concurrents.

- L'accompagnement de smartfin est plus poussé que celui proposé par les concurrents dans la mesure où smartfin propose des conseillers financiers qui ont pour objectif de fournir des conseils personnalisés aux clients contrairement aux gestionnaires qui sont proposés par les concurrents.



7 Positionnement

Pour Smartfin, nous mettrons en avant son expertise en matière de conseil financier, son engagement envers la transparence et la qualité de ses services, ainsi que de son désir de simplifier la planification financière pour les gens. L'objectif est de faire en sorte que les consommateurs perçoivent Smartfin comme une entreprise digne de confiance qui peut les aider à atteindre leurs objectifs financiers.





8 Les problèmes de SmartFin



Faible notoriété de la marque sur les réseaux sociaux



Faible portée des publications



Faible engagement des utilisateurs sur leur publications



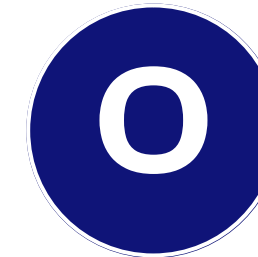
Faible fidélisation des utilisateurs

9 Analyse SWOT



Forces

- respect de la charte graphique dans l'ensemble;
- Expert dans le domaine
- Grand prix CGCI et prix spécial YELLOW STARTUP;
- connaissance des faiblesses de ses concurrents



Opportunités

- Peu de concurrent
- la cherté de la vie
- sujet touchant tout les foyers
- le manque d'éducation financière en cote d'ivoire



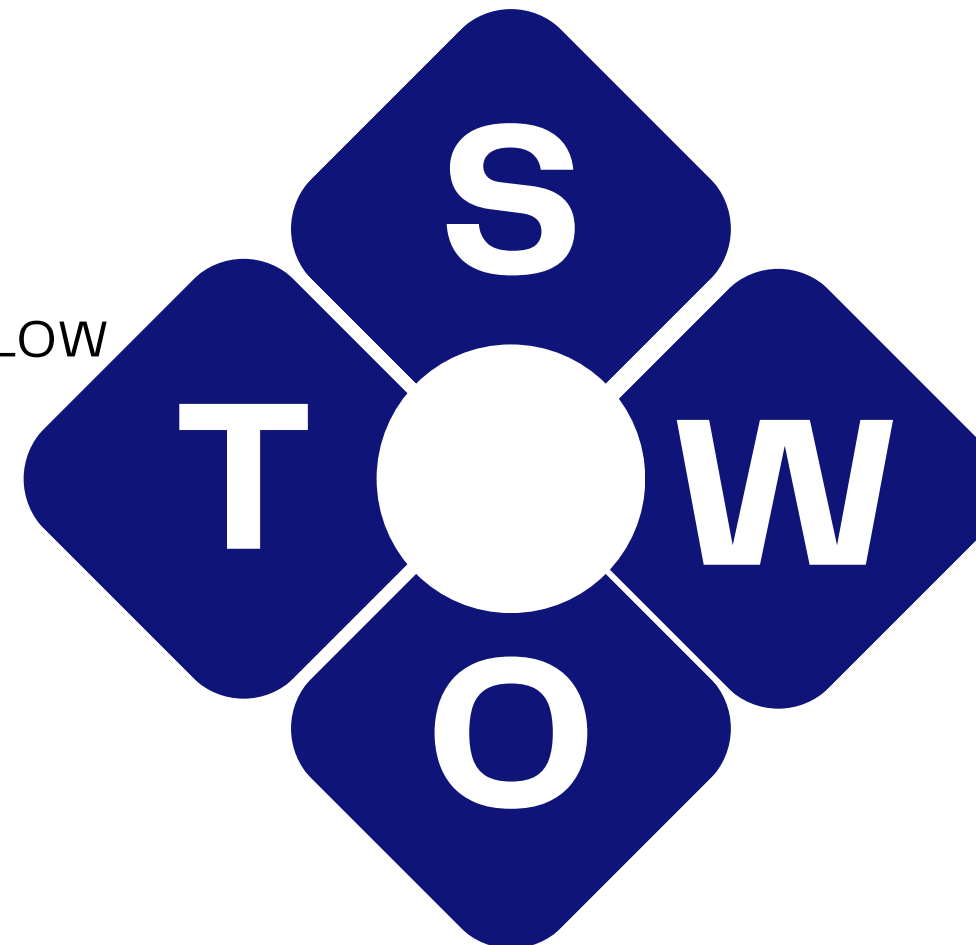
Faiblesses

- Actif que sur Facebook
- Communauté peu engagée



Menaces

- Actif que sur Facebook
- Communauté peu engagée



10 Actions à mener

Actions	Impacts
Créer plus d'interaction avec les abonnés	Répondre aux questions et commentaires des abonnés, leur donner l'impression qu'ils sont importants pour l'entreprise, en créant des contenus attractifs, amusants et éducatifs, liker et répondre aux commentaires des abonnés.
Mise en place de concours et jeux, challenge	Créer un engouement autour de l'entreprise et inciter les utilisateurs à interagir.
Faire des campagnes d'Emailing	Envoyer des messages, des astuces, des offres aux prospects et clients
Utiliser plus de Hashtags qui correspondent aux domaines de la finance	Pour être mieux référencer sur les réseaux sociaux.

Actions à mener

Actions	Impacts
Partenariats avec des influenceurs	SMARTFIN PATRIMOINE peut établir des partenariats avec des influenceurs pertinents pour promouvoir ses services de gestion financière auprès de leur audience.
Utilisation de la publicité ciblée	SMARTFIN PATRIMOINE peut utiliser la publicité ciblée sur les réseaux sociaux pour atteindre sa cible démographique spécifique.

11 LES TECHNIQUES MARKETING



01

Marketing de contenu

Au vu du fait qu'elle communique déjà. Cette partie va s'articuler autour de contenu vidéo, visuel et texte.

04

Marketing d'influence

Associer l'entreprise à influenceur en fonction des objectifs fixés pour la campagne.

02

Buzz marketing

créer des sujets de buzz autour des sujets comme l'éducation financière, l'investissement, l'épargne, Les produits financiers.

05

Le storytelling

Créer des histoires autour de chaque concept qu'on va lancer dans la stratégie marketing

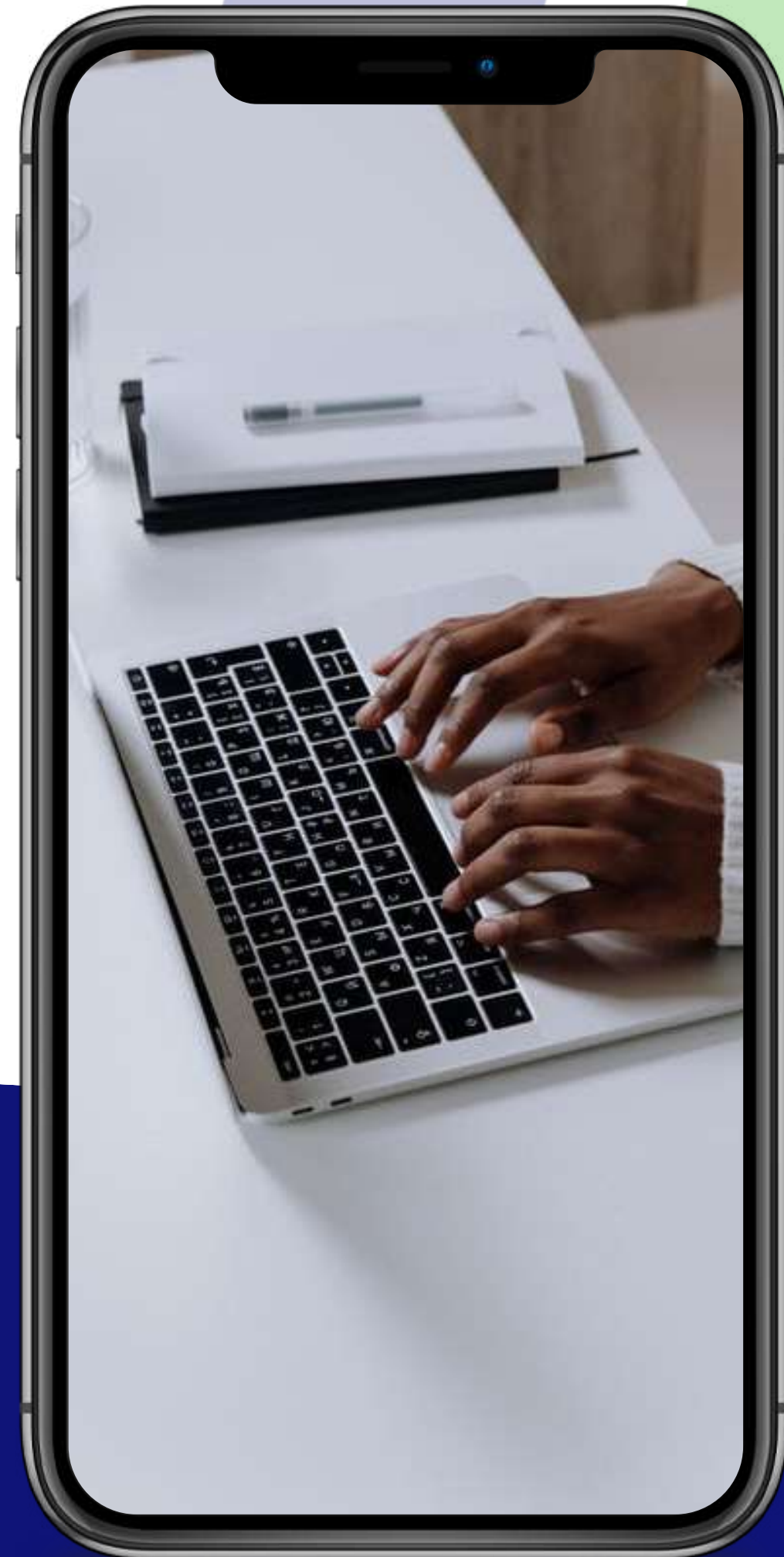
03

Contenu UGC

Pour recueillir des avis de clients.

12

Strategie editoriale





Objectifs éditoriaux

Le contenu doit aider les clients à mieux comprendre les concepts de planification financière, d'investissement et de gestion de patrimoine, et les inciter à utiliser les services de Smartfin.

7 Ton de communication à utiliser

Ton ludique

Ce ton est utiliser pour créer une atmosphère familiale entre SMARTFIN et sa cible.



Ton didactique

Ce ton sera utiliser pour former et enseigner la cible sur les risques financier et les avantages à planifier leur retraite.



Ton professionnel

Il sera utiliser pour s'adresser à la cible de façon professionnel et établir en eux un sentiment de sécurité, savoir qu'il confit la gérance de leur bien à des professionnels.



Les cannaux de communications

Facebook

Facebook étant le réseau le plus suivie en Côte d'Ivoire avec 5,4 millions d'ivoiriens actifs, nous l'utiliserons pour communiquer sur les activité de SMARTFIN. Les ton utiliser seront le ton Ludique et didactique afin de se rapprocher de la cible par son langage et surtout de l'éduquer financièrement

LinkedIn

Le réseaux LinkedIn sera utilisé pour toucher les cibles ayant un revenu mensuel de plus de 500 000 Fr à travers des publications faites sur un ton professionnel vue qu'on s'adresse à des professionnels. En Côte d'Ivoire, 850 000 ivoiriens y sont actifs.

Concepts créatifs (Rubriques)



1

Mon conseiller Smart 2.0

Ce concept qui se fera sous forme vidéo permettra à un expert de répondre aux questions posées dans le micro trottoir Smart talk.

2

Je ne suis pas avare, je suis Smart

Un concept fun et amusant mettant en avant le hashtag #latantieagni dans une vidéo pour montrer comment des personnes ont pu investir leur argent sans pour autant être des avares.

3

Je suis Smart ,j'anticipe ma retraite

Ce concept se fera avec un visuel pour expliquer comment planifier ses finances à long terme, comment préparer sa retraite, établir des objectifs financiers à long terme.

4

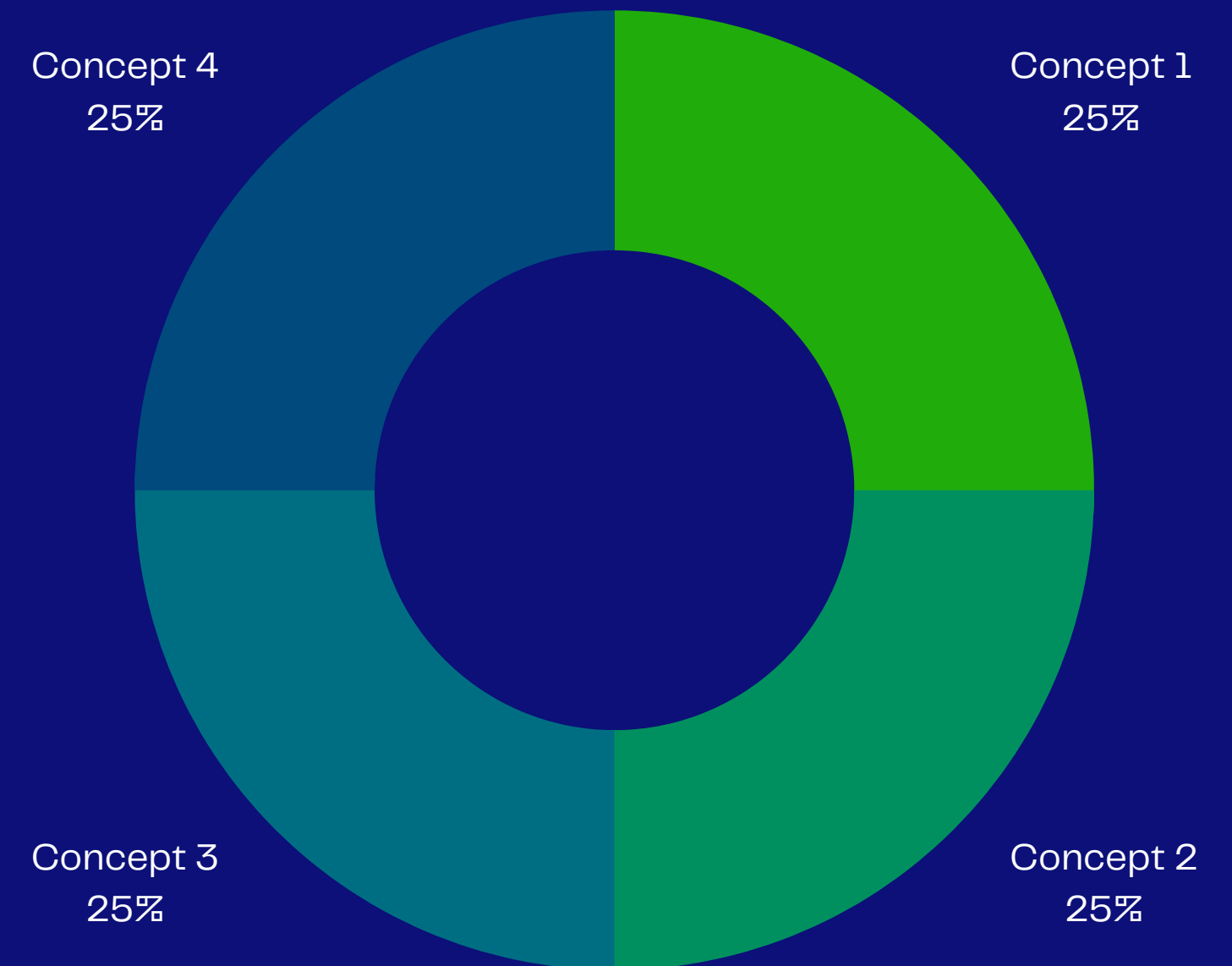
Je calcule mon djai

Je calcules mon djai est un concept qui se fera avec un visuel qui permet à un internaute qui aura eu le plus de bonnes réponses après un jeu concours, de bénéficier d'une réduction pour une offre proposée par SmartFin.

Objectif des concepts créatifs



- Le concept 1 permettra de montrer à notre potentiel cible que Smart fin est une entreprise d'expert,
- Le concept 2 permettra une forte interaction pour son aspect un peu comique,
- Le concept 3 permettra de toucher plus de personnes notamment les jeunes qui veulent se construire un plan d'avenir,
- Le concept 4 permettra d'attirer plus de client vers la structure SmartFin



Les hashtags à utiliser

Hashtags existant

#TeamAgni

#LaTantieAgni

#SmartFin

#UneMultitudedAgni

#VoirClairDansSonJeton

Nouveaux hashtags

#Jenesuispasavare

#Lateamsmart

#Jemeprepare

#Jecalculmondjai

#Jesecurisemonavenir



Calendrier éditorial

Voir plus

13 Budgetisation

Désignations	Estimations	Coûts
Sponsoring Facebook / Instagram sur une semaine	1,1k – 5,5k	25.000FCFA
Sponsoring LinkedIn sur une semaine	1k – 10k	35.000FCFA
Influenceurs	1,1 – 5,5K	200.000FCFA
Total	N/A	260.000FCFA

A woman with curly hair and glasses is holding a white mug. The word 'MERCI' is overlaid in large white letters.

MERCI