



# PLANNIFICATION DU PROJET - AIP

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

PHASE	DÉTAILS
	<b>SEMAINE DU PROJET :</b>
	Saisissez la date du premier lundi de chaque mois -->
1	<p><b>Par Claire LIBAM</b></p> <p>- Charte graphique</p> <p>- Audit marketing de l'entreprise (matrices SWOT, 4P, Pestel etc)</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Étudier l'environnement de l'entreprise (veille environnementale)</li><li>• Étudier la concurrence de l'entreprise (analyse concurrentielle)</li><li>• Étudier la cible de l'entreprise (analyse de la cible): Coeur de Cible, Cible primaire et Cible secondaire.</li></ul> <p>Pour chaque cible, vous ferez un paragraphe expliquant qui sont-ils (sociodémographique, habitudes, freins)</p> <p>Déterminez 2 concurrents directs et 1 concurrent indirect d'AIP</p> <p>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.</p> <p>4. Après votre analyse et à l'aide d'un mapping concurrentiel, déterminez le positionnement d'AIP face à ses concurrents. Vous devrez définir par vous-même les axes d'analyse pour le mapping concurrentiel.</p> <p>Vous pouvez utiliser l'outil de votre choix pour réaliser le mapping. Canvas est gratuit et vous permettra de réaliser cela facilement.</p> <p>5. Construire le Marketing Mix d'Afflelou (Produit, Prix, Distribution, Communication)</p> <p>- Mise en route</p>
2	<p>- Portée et objectifs Étudier la présence digitale de l'entreprise (marketing digital)</p> <p>- Une stratégie de diffusion du site avec du contenu à exploiter sur les réseaux sociaux</p> <p>- Une stratégie d'animation de la communauté</p> <p>- Diagramme de Gantt</p> <p>- Plan de communication</p> <p>Quels sont les moyens de communication d'AIP, en triant via Owned, Paid et Earned média ?</p> <p>2. Construire le Tunnel de conversion d'Inbound Marketing en sélectionnant pour chaque phase des moyens de communication pour la paire de lunettes "Afflelou Sebastien (paire homme).</p> <p>Pour les questions 3 et 4, vous remplirez le tableau en annexe.</p> <p>3. Déterminez les actions mises en place selon le tunnel de conversion de l'inbound Marketing afin de promouvoir la paire de lunettes Afflelou Sebastien (paire homme).</p> <p>Pour chaque action, déterminez l'objectif SMART</p> <p>4. Quelles sont les KPI que vous prendrez en compte dans votre stratégie à chaque niveau du tunnel de conversion d'inbound Marketing</p> <p>b. Site internet (construction du menu, ergonomie, diversité du catalogue)</p> <p>c. SEO (réaliser un audit SEO grâce à la grille prévu à cet effet)</p> <p>- Indicateurs clés de performance</p> <p>1<sup>re</sup> partie : Résumé synthétique de l'écosystème global (concurrents et réseaux sociaux)</p> <p>&gt; 2<sup>e</sup> partie : Analyse technique</p> <p>&gt; 3<sup>e</sup> partie : Analyse sémantique</p> <p>&gt; 4<sup>e</sup> partie : Backlinks</p> <p>&gt; 5<sup>e</sup> partie : Réaliser un tableau de synthèse à la fin présentant les priorités et les actions que vous préconisez.</p>
3	<p><b>Stratégie SEO - Par Mariame et Claire LIBAM</b></p>

		- Prévisions
4	<b>Par Mariame &amp; Teclaire NGO MBOUS Strategie de Contenu</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Definition des Mots clés</li><li>- Definition ligne éditorial</li><li>- Planning</li><li>- Performances</li></ul>
5	<b>Design et Developpement Web - Par Tony NYA</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Post-projet</li><li>- Liste des travaux à corriger</li><li>- Rapport</li></ul>