



STRATEGIE COMMUNICATION DIGITAL

P A R L E G R O U P E 1

Les membres de l'équipe



Ama GUEYE



Jean Louis KOFFI



Laetitia MENSAH



Nadege DANGBE



Rosine KANGA

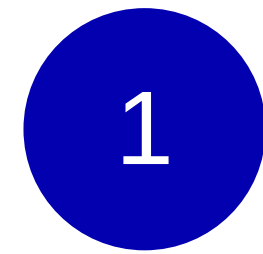


Corentine DAKOUO

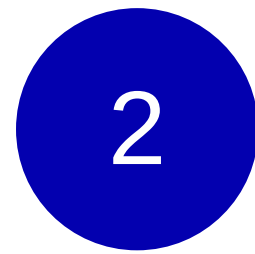


Nahomi ALLANGBA

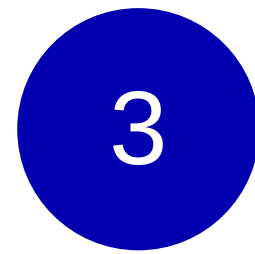
Sommaire



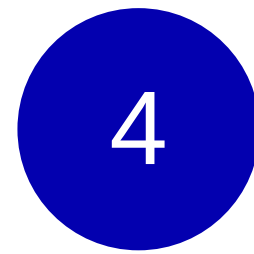
Contexte



Objectifs



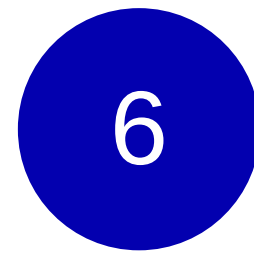
Existant



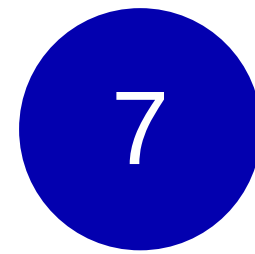
cible



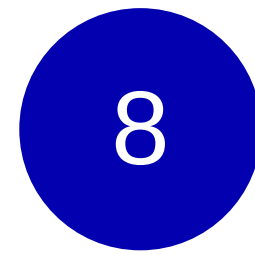
persona



L'analyse
concurrentielle



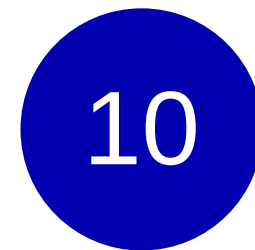
Positionnement



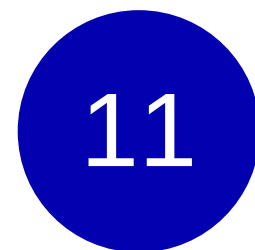
Le problème



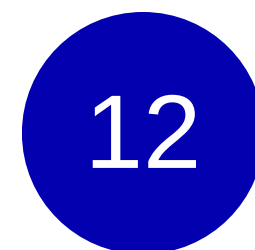
swot Analyses



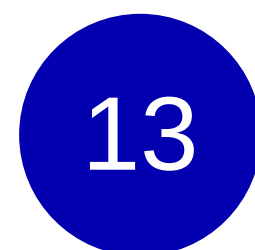
Actions à mener



Techniques marketing
à appliquer



Strategie
editoriale



Budget

1

Contexte

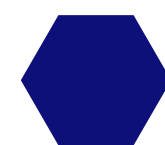
L'avenir se dessine aujourd'hui par la maîtrise des technologies de l'information et de la communication, la distance n'est plus un obstacle au développement pour envoyer et recevoir des informations d'un bout à l'autre du monde.

En effet, le **CPNTIC** (Centre de Promotion des Nouvelles Technologies de l'Information et de la Communication) crée le 29 septembre 2005 sur rapport du METFP spécialisé dans le développement informatique, de formation, de la maintenance à pour but d'effectuer dans le domaine informatique des prestations de gestion, de conseil et de formation à l'adresse de son Ministère de tutelle, de ses ramifications et du secteur privé.

Pour atteindre son objectif, le CPNTIC à travers le digital souhaite accompagner les structures dans le développement de leur capital. Par conséquent, nous mettrons en place une stratégie de communication digitale adéquate, qui lui permettra d'atteindre son objectif.



2 Objectif



Accompagner les structures dans le développement de leur capital humain.



Aider dans l'utilisation des outils informatiques qui répondent le mieux aux besoins des structures en garantissant la fiabilité, la pérennité des informations et la continuité de leur service.

3 Les existants

Réseaux sociaux	Nombre D'abonné	Nombre visuel image	Nombre vidéo	Nombre de Direct (live)	Interactions sur les réseaux sociaux
Profil Facebook M. YVAN SERGE KRAGBE		+200 photos	124	0	Faible
Page Facebook CPNTIC	130	39 visuels et 19 photos	0	0	Faible
LinkedIn CPNTIC	204	5	0	0	Faible
Les hashtags		#cpntic	#CentrepromotionNTIC		

Aussi le CPNTIC possède un site internet qui décrit en long et en large les services qu'il propose.

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 Cœur de cible

le CPNTIC s'occupe déjà des services du ministère, des communes ainsi que des entreprises publiques.

2 cible nouvelle

- Les entreprises privées
- Les personnes de 18 à 30ans désirant se former aux outils informatique.

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.





GT-Bank

Persona 1

Présentation

GT-Bank est une entreprise de taille moyenne (50-200 employés) en pleine croissance. Depuis quelques temps, l'entreprise manque de temps pour gérer la comptabilité manuellement et des difficultés à obtenir une vue d'ensemble claire et précise des finances de leur entreprise.

Attente

- Besoin d'une solution informatique fiable et facile à utiliser pour gérer la comptabilité de leur entreprise.
- Désir avoir une meilleure visibilité sur les finances de leur entreprise pour prendre des décisions informées.

Croyances

Croit en l'importance de disposer d'outils informatiques de qualité pour gérer les finances de l'entreprise de manière efficace et précise.



Thomas Koffi

Persona 2

Présentation

Thomas Koffi est un jeune professionnel de 25 ans résidant dans la commune de Cocody. Étant passionné de numérique depuis un certain temps, il souhaite acquérir des compétences en développement de logiciels pour élargir ses options de carrière.

Attente

Désir d'acquérir des compétences en développement de logiciels, Thomas recherche une structure expert dans le monde pour une formation de qualité.

Croyances

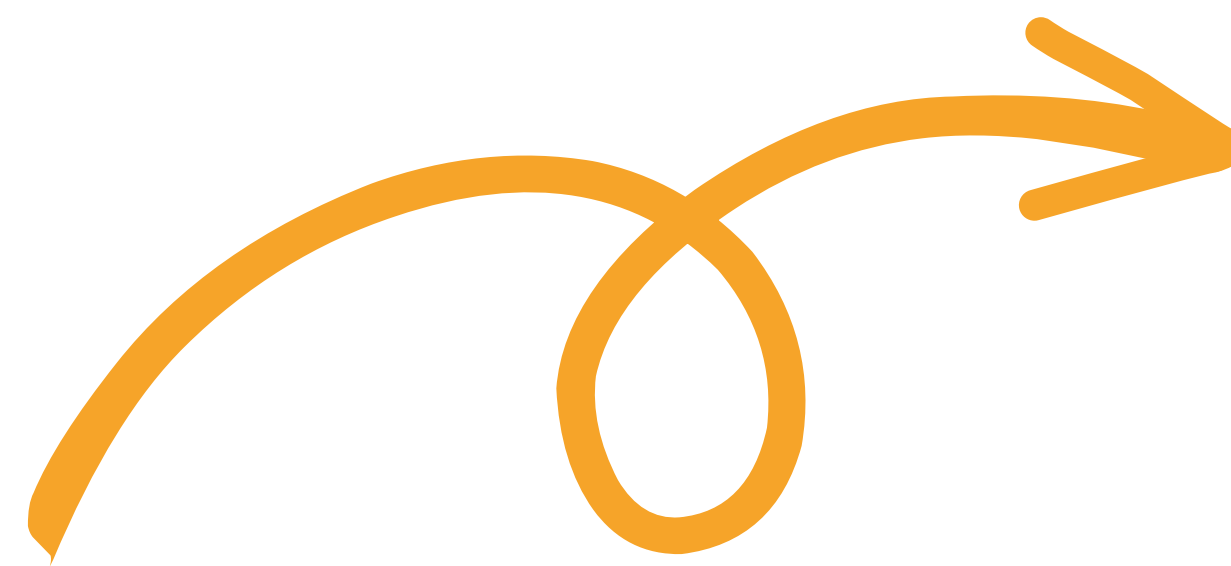
Croit en la puissance de l'apprentissage continu et en la capacité de maîtriser les compétences en développement de logiciels avec de la pratique et de la formation adéquate.

4 L'analyse concurrentielle

Après des recherches, il ressort que l'entreprise a des concurrents qui proposent les mêmes services de l'entreprise. La différence entre CPNTIC et ses concurrents se situent au niveau :



Ton à utiliser



Structure	Solucom Côte d'Ivoire	Jokkolabs Côte d'Ivoire
Lieu	ANGRE NORD STAR1 BOULEVARD Latrille , Immeuble Émeraude.	Jokkolabs Abidjan, Social Hub, à proximité de Macaci AngrE Terminus, 81-82, Abidjan
Service	développes des logiciels entreprises et fais des formations	développes des logiciels entreprises et fais des formations
Cible	entreprise et personne voulant se former en informatique	entreprise et personne voulant se former en informatique
Force	Plus d'abonné que le concurrent 1 et 2, plus d'interaction	2 Mentions J'aime, Plus d'abonné que le concurrent 1
Faiblesse	Moins d'abonné que les concurrents , pas d'interaction sur les publications	Pas d'avis, faible interaction

01. ACTION A MENER

- Organiser des événements en ligne pour sensibiliser les jeunes aux nouvelles technologies de l'information et de la communication
- Mettre en place un système de parrainage pour inciter les clients actuels à recommander les services du CPNTIC à leur entourage
- Offrir des formations en ligne sur les nouvelles technologies pour les entreprises et les jeunes
- Participer à des salons professionnels pour rencontrer des prospects potentiels et créer des partenariats
- Créer des partenariats avec des entreprises du secteur pour développer les services du CPNTIC

02. TECHNIQUES MARKETING À APPLIQUER :

- Marketing de contenu : utiliser des articles, des blogs et des vidéos pour informer les prospects sur les nouvelles technologies et les services du CPNTIC
- Marketing par courrier électronique : envoyer des newsletters et des mises à jour à la clientèle actuelle et potentielle
- Marketing social : utiliser les réseaux sociaux pour promouvoir les services du CPNTIC auprès d'un public cible
- Marketing par annonce en ligne : utiliser des annonces en ligne pour promouvoir les services du CPNTIC auprès d'un public cible
- Marketing par affiliation : établir des partenariats avec des entreprises du secteur pour développer les services du CPNTIC

⑥ **Positionnement**

Il s'agira ici, de faire du CPNTIC, l'organisme gouvernementale de référence dans le domaine informatique des prestations de gestion, de conseil et de formation, de ses ramifications et du secteur privé.

7 Problème

- Une communication digitale pas assez orienté dans l'optique de faire connaitre les missions du CPNTIC auprès de son public cible.
- Pas d'information sur les nouveaux outils du numérique auprès du public.

7 Analyse SWOT

FORCES

- Site internet
- Présence sur les réseaux sociaux

FAIBLESSES

- Pas assez actif sur les réseaux sociaux

OPPORTUNITÉS

- Domaine d'activité prometteur
- Population assez attirée par le numérique

MENACES

- Bad buzz
- Réformes de l'Etat

12

Strategie editoriale





Objectifs éditoriaux

Le contenu qui seront élaborer permettrons d'aider la cible à mieux comprendre les services que propose le CPNTIC, et aussi le rapprocher encore plus de sa cible.

Ton de communication à utiliser

Ton professionnel

Il sera utiliser pour s'adresser à la cible de façon professionnel et établir en eux un sentiment de sécurité, leurs montrer qu'il peuvent faire confiance à une structure de professionnels.



Ton didactique

Le CPNTIC est une Etablissement Public Administratif qui propose des formations aux entreprises et aux étudiants, de ce fait ce ton permettra de former et enseigner sa cible.



Ton ludique

Ce ton sera utiliser pour créer une atmosphère familiale et chaleureuse entre le CPNTIC et sa cible.



Les canaux de communications

Facebook

Etant donné que Facebook est le réseau le plus suivie en Côte d'Ivoire avec plus de 5,4 millions d'ivoiriens actifs, nous l'utiliserons pour communiquer sur les activité du CPNTIC. Les ton utiliser seront le ton Ludique et didactique afin de se rapprocher de la cible et établir une atmosphère familiale

Instagram

Les publication sur Instagram seront faites sur un ton ludique et professionnel de sorte à entrainer la cible dans notre univers

LinkedIn

Le réseaux LinkedIn sera utilisé pour toucher les entreprises, ou les personnes ayant besoin de formation au outil informatique. La communication se fera sur un ton uniquement professionnel

Youtube

À l'heure où le contenu vidéo est toujours plus plébiscité, une audience aussi importante est un réel atout pour votre stratégie de communication. .

Concepts créatifs (Rubriques)

1

La technologie à porter de main

Ce concept permettra à la CPNTIC de communiquer sur ses différents services. L'occasion pour la structure de vendre ses services.

2

Transformer les défis en opportunités

Ce concept met en avant comment le CPNTIC aide les entreprises et le gouvernement à naviguer dans un monde en constante évolution en matière de nouvelles technologies de l'information et de la communication.

3

Défis en ligne

Le CPNTIC peut organiser des défis en ligne sur les réseaux sociaux pour inciter les utilisateurs à en savoir plus sur les nouvelles technologies de l'information et de la communication et à les utiliser de manière plus efficace.

4

Votre partenaire en matière de transformation numérique

Ce concept met en avant le rôle du CPNTIC en tant que partenaire clé pour les entreprises et les gouvernements dans leur transition vers le numérique.

Concepts créatifs (Rubriques)

5

Histoires visuelles

Le CPNTIC peut utiliser des images et des vidéos pour raconter des histoires sur les nouvelles technologies de l'information et de la communication et les manières dont elles peuvent être utilisées pour améliorer la vie des gens.

6

Je suis TIC, je me forme

Ce concept se fera avec un visuel qui permettra à la cible du CPNTIC de pouvoir se former sur les TIC à travers un concours(question / réponse) pour permettre à l'audience d'en savoir plus sur les technologie qui l'entoure

7

Conseils pratiques

Le CPNTIC peut diffuser régulièrement des conseils pratiques sur les réseaux sociaux pour aider les utilisateurs à mieux comprendre et à utiliser les nouvelles technologies de l'information et de la communication.

8

Je sécurise mon entreprise

Ce concept se fera sous forme de tutoriel pour aider les entreprises à mieux sécurisé leurs données, connaitre les bases de la sécurisation du réseau, afin de mieux les aider.

Les thèmes de contenus

1 Les tendances et Innovations technologiques

Le CPNTIC peut publier des articles sur les dernières tendances et Innovations technologiques et les manières dont elles peuvent impacter les entreprises et les particuliers.

2 Les avantages de la formation

Le CPNTIC peut diffuser des articles sur les avantages de la formation en matière de nouvelles technologies de l'information et de la communication et les différentes options de formation disponibles.

3 Cybersécurité

Le CPNTIC peut diffuser du contenu sur les réseaux sociaux pour sensibiliser les utilisateurs à la cybersécurité et leur donner des conseils pour se protéger en ligne.

4 Formations et ateliers

Le CPNTIC peut diffuser des annonces sur les réseaux sociaux pour ses formations et ateliers, ainsi que des témoignages d'utilisateurs sur la façon dont ils ont fourni ces prestations.

Les hashtags à utiliser

Hashtags existant

#informatique

#digitalmarketing

#numerique

Nouveaux hashtags

#formationnumerique

#cybersécurité

#etatdigital

#innovationpublique

#transformationnumérique



Calendrier éditorial

Réseaux	jours		Lundi	Mardi	Mercredi	Jeudi	Vendredi
	Heure						
Facebook	13h		Défis en ligne		Histoires visuelles		
	16h				Je suis TIC, je me forme		Résultat du défis en ligne
Instagram	12h		Conseils pratiques				
	17h			La technologie à porter de main		Votre partenaire en matière de transformation numérique	
LinkedIn	07h		Transformer les défis en opportunités	Je sécurise mon entreprise			
	17h					Votre partenaire en matière de transformation numérique	
YouTube	09h		Histoires visuelles				
	16h						Conseils pratiques

13 Budgetisation

NB: En ce qui concerne le budget, après analyse de l'entreprise, nous avons établie un budget qui concernera les sponsorings des publications sur les réseaux sociaux de l'entreprise et sur la réalisation de vidéo pour les publications.

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
Conception vidéo	2 / Semaine	150.000FCFA /vidéo
Total	Nombre	310.000FCFA



MERCI