

Plan marketing opérationnel du personnel branding :

Philippe Lepever (Moi )

Version actuel : 1.0

Liste de diffusion :

Date	Auteur	V.	Donné à	Nature de la modification
01.02.21	Philippe Lepever	1.0		Création du plan

Sommaire

Ma proposition de valeur	3
Ma définition de marque	3
Ma mission dans l'agence	3
Mon objectif principal	3
Objectif "acquisition"	3
Objectif "notoriété"	3
Objectif "Fidélisation"	3
Ma situation actuelle	3
Stratégie marketing (Diagnostic SWOT)	4
Forces	4
Faiblesses	4
Opportunités	4
Menace	4
Étude de marché	5
Personas	5
Cible prioritaire : Futur client Christophe	5
Cible secondaire : Futur collaborateur Samuel	6
Cible non prioritaire : Employé Hervé	7
Concurrence de l'agence en Alsace	8
Zee Group	8
Novembre - Creative Business Partner	8
NANCOMCY	8
ITDM Group	8
Agence Emergence	9
Demandes pour l'agence en Alsace	9
Sources	9
Concurrence de mon Personnal Branding en Alsace	9
Chef de projet digital	9
Étude de marché sur Malt	9
Étude de marché par Opiiec	10
Conclusion	10
Consultant SEO	10
Étude de marché sur Malt	10
Étude de marché par Opiiec	10
Conclusion	10
Consultant SEA	10
Étude de marché sur Malt	10
Étude de marché par Opiiec	11
Conclusion	11
Conclusion et orientation	11

Ma proposition de valeur

J'apporte une expertise en marketing, e-commerce, site vitrine innovante en prenant en compte les nouvelles tendances du web en supervisant les projets digitaux. En tant que chef de projet, je suis reconnu pour mon écoute, ma créativité, ma sympathie, mon engagement au travail pour toujours trouver une solution intelligente et élégante aux problématiques des clients de l'agence afin de les aider à avancer dans leur secteur d'activités toujours plus compétitif et international.

Ma définition de marque

Je pilote vos stratégies digitales pour augmenter votre e-réputation.

Ma mission dans l'agence

Grâce à mon personal branding, j'augmente ma visibilité et ma notoriété. Cela entraînera vers le haut la visibilité et la notoriété de l'agence.

Ma mission, à travers le personal branding, est d'augmenter le CA de l'agence et d'attirer les collaborateurs motivés.

Mon objectif principal

Objectif "acquisition"

Recevoir 2 candidatures spontanées de chef de projet ou de développeur web dans l'année pour travailler dans l'agence

Objectif "notoriété"

Participer à un séminaire digital au nom de l'agence dans les 2 prochaines années.

Objectif "Fidélisation"

Grâce aux réseaux sociaux et à mon blog, informer et pousser au moins 5 clients de l'agence à prendre des nouveaux services/prestations dans l'année.

Ma situation actuelle

En tant que chef de projet dans l'agence, je veux montrer que l'image de la marque de l'agence passe aussi par l'image de chaque collaborateur. Je veux être le leader dans le Personal Branding dans l'agence pour stimuler mes collaborateurs à le faire aussi.

Je suis spécialisé dans le SEO, SEA et eShop. Ma stratégie est d'être une référence dans ces domaines dans la région Alsace. Cela me permet d'être plus crédible sur Internet.

Quand des prospects font des recherches sur ces domaines, ils me trouvent et veulent me demander des conseils et des devis. Sur mon site web et sur mes profils dans les réseaux sociaux, j'affiche que je travaille pour l'agence.

Grâce à ma notoriété, l'agence sortira du lot. L'agence pourra augmenter ses tarifs et choisir des projets plus ambitieux avec une forte plus value en connaissance et en réputation.

L'agence se positionne comme une agence moderne, accès sur les dernières technologies et tendances du web.

La notoriété de l'agence permettra à l'épanouissement de tous les employés qui limitera un turnover important. Ces conditions de travail dans l'agence inciteront de nouveaux talents à postuler.

Stratégie marketing (Diagnostic SWOT)

Forces	Faiblesses
<ul style="list-style-type: none">- Curieux- Technologie Web- Technologie Mobile- Formé dans SEO- Gestion des Publicité FB Ads et Google Ads- Stratégie en eShop	<ul style="list-style-type: none">- Marketing de réseaux- Web Design- Rédaction- Email marketing- Content Marketing- Copywriting- e-Réputation de l'agence
Opportunités	Menace
<ul style="list-style-type: none">- Personal Branding- Création de partenariats- Programme d'affiliation- Forte demande de projets digitaux- Gouvernement : priorité nationale de transition numérique pour la Région Grand Est	<ul style="list-style-type: none">- Arrêt de s'occuper de son personal Branding- Concurrence féroce entre agences digitales

Étude de marché

Personas

Cible prioritaire : Futur client Christophe

Futur client : Christophe



Motivations

- Peur
- Énergie
- Sociabilité

Objectifs

- Mettre sa société dans le monde digital
- Augmenter son chiffre d'affaires à moyen et long termes
- Diversifier ses canaux de communications

Frustrations

- Connaissance limitée en Informatique
- Moyen financier encadré
- Temps pour les nouvelles technologies restreint

Personnalité

Introverti	Extraverti
Analytique	Créatif
Fidèle	Changeant
Passif	Actif

Moyen de communication préféré

Réseaux sociaux
Téléphone
E-mail
Face à face

Âge: 42
Poste: Patron d'une petite société
Famille: Marié, 2 enfants
Lieu: Alsace

Amical **Organisé**
Passionné

Futur collaborateur : Samuel



Âge: 20

Poste: Jeune diplômé

Famille: Célibataire

Lieu: Alsace

Studieux

Positivité

Geek

Motivations

Peur



Énergie



Sociabilité



Objectifs

- Décrocher son premier emploi
- Faire ces preuves
- Entrer dans la vie active

Frustrations

- Recherche un emploi depuis plusieurs mois
- Crise économique qui fragilise l'emploi
- Réflexion pour se différencier

Personnalité

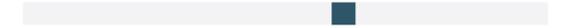
Introverti

Extraverti



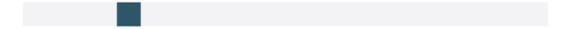
Analytique

Créatif



Fidèle

Changeant



Passif

Actif



Moyen de communication préféré

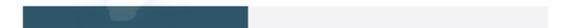
Réseaux sociaux



Téléphone



E-mail



Face à face



Cible non prioritaire : Employé Hervé

Employé : Hervé



Âge: 32

Poste: Développeur Web

Famille: Célibataire

Lieu: Alsace

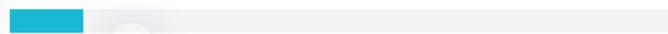
Amical

Intelligent

Geek

Motivations

Peur



Énergie



Sociabilité



Objectifs

- S'améliorer dans les langages de programmation
- Pérenniser son emploi dans l'agence
- Créer son personal Branding

Frustrations

- Peu de temps pour la création de son personal Branding
- Ne voir pas l'utiliser du personal Branding
- Communication et relations avec des prospects

Personnalité

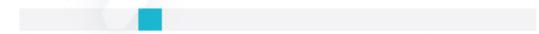
Introverti

Extraverti



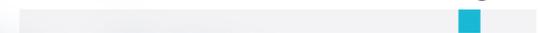
Analytique

Créatif



Fidèle

Changeant



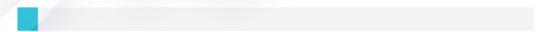
Passif

Actif



Moyen de communication préféré

Réseaux sociaux



Téléphone



E-mail



Face à face



Concurrence de l'agence en Alsace

Zee Group

- 45 personnes dans leur équipe
- 17 Rue de Molsheim, 67000 Strasbourg, France
- <https://www.zeemedia.fr>
- Prestations :
 - Création de site internet
 - E-commerce
 - Référencement naturel
 - Publicité en ligne
 - Stratégie digitale
 - Vidéo
 - Réseaux sociaux

Novembre - Creative Business Partner

- 55 personnes dans leur équipe
- 7 Rue des Magasins, 67000 Strasbourg, France
- <https://www.novembre.com>
- Prestations :
 - Publicité
 - Image de marque & branding
 - Stratégie digitale
 - Stratégie de contenu
 - Vidéo
 - Événementiel

NANCOMCY

- 54 personnes dans leur équipe
- 20 Rue d'Agen, 68000 Colmar, France
- <https://www.nancomcy.fr/>
- Prestations :
 - Création de site internet
 - Design & graphisme
 - Référencement naturel
 - Stratégie digitale

ITDM Group

- 265 personnes dans leur équipe
- 30 Rue François Spoerry, 68100 Mulhouse, France
- <https://itdm-group.com>
- Prestations :
 - Stratégie digitale

- Création de site internet
- Application mobile
- Application web
- Web analytique/Big data
- Référencement naturel

Agence Emergence

- 2 personnes dans leur équipe
- 22 Rue de l'Est, 68100 Mulhouse, France
- <https://www.agence-communication-emergence.com>
- Prestations :
 - Création de site internet
 - Application mobile
 - Stratégie digitale

Demandes pour l'agence en Alsace

- 30% des TPE n'ont pas Internet
- 60% des TPE ne maîtrisent pas le vocabulaire propre au numérique
- 60 % des commerçants ne gèrent pas leur visibilité sur Google
- [La transition numérique : une priorité nationale pour la Région Grand Est](#)
- À cause de la pandémie, les TPE s'orientent vers le digital
- Aides et dispositifs du gouvernement pour financer la transformation numérique en Alsace

Sources

- <https://www.pointecoalsace.fr/Region/Digital/Commerçants-numérique-est-maintenant-1-04540.html>
- <https://oaka.alsace/dossiers-thematiques/covid-19-enclencher-la-transformation-numérique-de-votre-tpe-pme/>

Concurrence de mon Personnel Branding en Alsace

Chef de projet digital

Étude de marché sur Malt

Dans la métropole de Strasbourg, il y a **21 freelances de Chef de projet digital** ([Voir les profils](#)).

Le tarif Euros/jour est :

- minimum de 250 €/jour
- maximum de 800 €/jour
- **moyenne de 500 €/jour**

Étude de marché par Opiiec

Selon [l'étude de marché de Opiiec](#) page 12, le métier de Chef de projet digital est en tension et prévoit le plus de création de postes. De plus, les entreprises recherchent des profils de Management de projets.

Toujours dans la même étude, page 27, il y a une recherche importante de profils consultants expérimentés et spécialisés en management/stratégie. Les besoins en chefs/directeurs de projet sont forts également (54% de recrutements prioritaires). Ils témoignent d'une nécessité d'encadrer les missions à l'aide de profils expérimentés (la 1ère compétence recherchée est d'ailleurs le management de projet), comme dans les autres secteurs de la branche, et de gagner en expertise.

Conclusion

En faisant mon Personnel Branding, je peux attirer les sociétés qui ne peuvent pas embaucher un Chef de projet digital en CDI. En mettant l'accent que j'appartiens à la société Agence, je montre une alternative aux freelances. Ces sociétés seront rassurées de faire un devis pour le management de leurs projets auprès de l'agence.

Consultant SEO

Étude de marché sur Malt

Dans la métropole de Strasbourg, il y a **9 freelances de Consultant SEO** ([Voir les profils](#)).

Le tarif Euros/jour est :

- minimum de 180 €/jour
- maximum de 550 €/jour
- moyenne de 407 €/jour

Étude de marché par Opiiec

Selon [l'étude du métier de Community Manager](#) et [étude du métier de Consultant en communication](#), il y a une faible demande d'embauche pour ces métiers dans la région Grand Est.

Conclusion

Dans la Grand Est, il y a un taux de recrutement bas pour les métiers de communication digitale et peu de freelances dans ce domaine. Je peux montrer toute mon expertise en SEO et me spécialiser dans le SEO des sites e-commerce pour être le leader. Pour l'agence, ce sera un moyen de ramener des petites sociétés qui vendent sur toute la France et qu'ils veulent avoir un eShop tourné vers le SEO.

Consultant SEA

Étude de marché sur Malt

Dans la métropole de Strasbourg, il y a **3 freelances de Consultant SEA** ([Voir les profils](#)).

Le tarif Euros/jour est :

- minimum de 180 €/jour

- maximum de 500 €/jour
- moyenne de 336 €/jour

Étude de marché par Opiiec

Selon [l'étude du métier de Community Manager](#) et [étude du métier de Consultant en communication](#), il y a une faible demande d'embauche pour ces métiers dans la région Grand Est.

Conclusion

Vu le peu de freelances et d'embauche, je pense que les entreprises se tournent vers les agences de communication dans la région Grand Est. Avec mon personnel Branding, je peux attirer les prospects vers l'agence pour des contrats SEA.

Conclusion et orientation

L'agence a de belles opportunités :

- Le gouvernement Français est prêt à aider les sociétés à faire leurs transformations digitales.
- D'après les études, il y a beaucoup d'entreprises qui ont pas ou peu développées leur présence en ligne.

L'agence doit continuer à travailler sur sa e-réputation pour attirer ces clients-là.

Personnellement, je vois une belle opportunité dans la création de mon personnel Branding. Peu de chefs de projet digital l'ont fait dans le Grand Est. En montrant les aptitudes de chef de projet, de SEO et SEA, à travers mon site personnel et mon profil sur les réseaux sociaux, je veux attirer les petites structures (TPE et PME) à connaître, à me faire confiance.

Je parlerai très subtilement de l'agence dans mon personnel Branding :

- En page de bas de mon site web, je mets le nom, l'adresse et le site web de l'agence
- Dans la partie "Qui suis-je" sur le site web, j'explique mes conditions de travail.
- Dans la partie "Profil" des réseaux sociaux, je mets le nom, l'adresse et le site web de l'agence.
- Dans mes présentations professionnelles de mon personnel Branding, je mets le logo en début et fin de séances.