

Personal Branding

NAIMA BENSOLTANA

Analyse de mon E-réputation

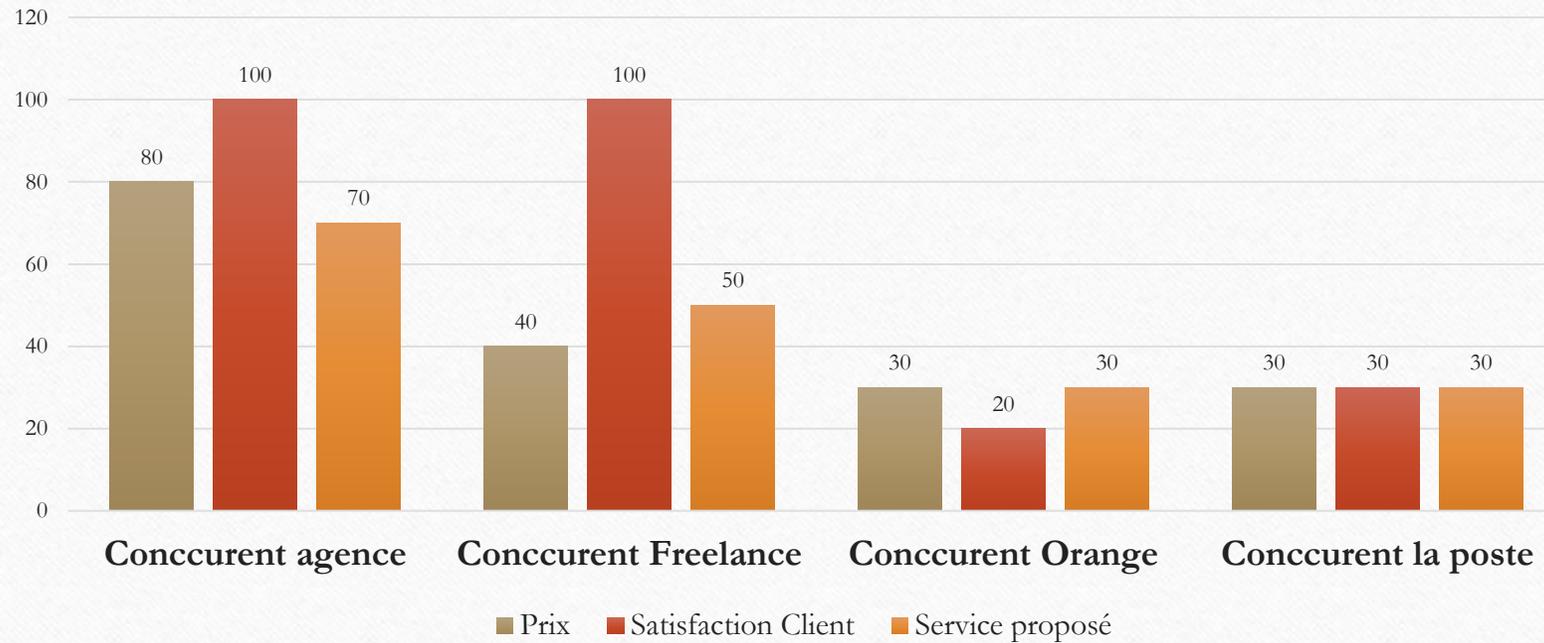
Tableau de suivi :

Date de publication	Lien URL	Type de source	Qualité de l'opinion	Traité

Je ne possède pas de e-réputation car ma présence en ligne et inexistant cependant il est pertinent pour moi d'avoir ce tableau pour le futur.

Étude de Marché/Analyse Concurrentiel

Analyse 2021



Prix agence en moyenne 800euros

Prix freelance en moyenne 500euros

Prix Orange/poste Abonnement 10euros

Concurrent	Zone géographique	Service proposé	Social média	Point fort	Point faible
Agence azurcom	AVIGNON	Création de site internet, e-Commerce, dev web/mobile, seo, marketing, identité visuel	Facebook , LinkedIn, Instagram	Présent depuis 10 ans équipe de 3 personnes	Ne possède plus de dev
Freelance Jessica Malbet	CABANNE	Création de site/e-commerce, seo, marketing, logo	Facebook, LinkedIn, codeur.com Viadeo, francenum.gouv Malt.fr	Top seo 1 ^{ère} sur google	Elle à pas d'avis sur le net et elle est partis en inde
ORANGE	FRANCE	Site internet seo	Partout	Leurs portefeuilles clients, leurs agences, leurs réputations	Aucun suivis tout se fais uniquement en ligne, difficile d'avoir quelqu'un en cas d'urgence
LA POSTE	FRANCE	Site internet	Partout	Leurs portefeuilles clients, leurs agences, leurs réputations	Les agents la poste sont peu voir pas du tout informé sur le numérique

Mes personas



Alexandre 45 ans chef d'entreprise d'un laboratoire cosmétique de 50 salariés à Carpentras, il externalise toute la partie e-commerce de son site par une agence. Toutefois il fait appel à des freelances ponctuellement pour booster ces ventes car cela lui coûte moins chère qu'une agence. C'est un homme pressé il aime comprendre rapidement les choses dont on parle sans connaître forcément les détails, seuls les résultats comptent pour lui. Il possède un site internet et présent dans plusieurs annuaires industriels son rêve est de battre son concurrent LA SICAF laboratoire l'Oréal, Lancôme et Givenchy



Anna 32 ans, esthéticienne, elle a ouvert son salon en 2019 à Sarrians (petit village) son salon a connu un succès les premiers mois de son ouverture mais n'a pas résisté à la crise du covid, son chiffre d'affaires est fortement impacté, elle cherche des solutions mais ne sait pas par où commencer. Elle a pensé à créer un site internet mais après une recherche google les prix l'aurait refroidi. Cette jeune mère de famille travaille seule et est très inquiète car elle a du mal à rembourser ces emprunts. Elle ne possède qu'une page Facebook



Marine 26 ans jeune sportive passionnée de football, elle a créé un club féminin à Avignon et souhaite avoir beaucoup d'adhérents. Elle est agent municipal mais rêve de vivre de sa passion le football, elle est prête à investir personnellement de l'argent pour son association mais il est hors de question de contracter des emprunts pour ça me dit-elle. Camille ne connaît pas le monde digital, elle ne possède d'ailleurs pas de smartphone mais est prête à s'y coller pour réaliser son rêve.

Identifications des besoins :

PME ➔ Fierté d'entreprendre, réputation, gestion du temps, réduction des coûts, rentrées d'argent, retour sur investissement, fidélisation des clients, relations avec les employés et les fournisseurs, évolution de l'offre **produit et service**

TPE ➔ même choses que les pme sauf ils ont peu ou pas de perspectives de développement, ils ne sont pas à l'aise avec le numérique et se sentent en retard par rapport à leurs pairs. Leurs priorités sont de **diminuer leurs charges et coûts de production, de fidéliser leurs clients et protéger la réputation de l'entreprise**. Ce qui les motive est de **gagner de l'argent, servir leurs clients et la fierté de leur réussite**. 59% d'entre eux considèrent que le numérique ne représente pas un réel bénéfice pour leur entreprise.

Le financement, la difficulté à trouver le bon interlocuteur et le manque de compétences les freinent pour s'engager dans le numérique. 53% se sont formés dans les 12 derniers mois, c'est le taux le plus élevé, mais seulement 4% ont suivi des formations spécifiques à des outils numériques. 23% ont été orientés vers une formation par des connaissances (famille, ami, collègue, client) et 22% par un organisme privé. Pour l'accompagnement numérique, 40% privilégient l'accès à des **facilités de financement** et la mise en relation avec des **prestataires de confiance**, 35% souhaitent des formations au numérique centré sur son secteur d'activité.

source



<https://www.francenum.gouv.fr/comprendre-le-numerique/besoins-des-tpe-pme-et-pratiques-numeriques-etude-dge-2020>

Swot

Force	Faiblesse
Opportunité	Menace
<ul style="list-style-type: none">• Créatif• Déterminer• Maitrise la Communication• Agile• Compétitive	<ul style="list-style-type: none">• Seule• Expérience faible
<ul style="list-style-type: none">• 80% des entreprises sont des TPE /PME• Marché en croissance• Aide de l'état de 500euros à la transition numérique• Crise covid• Fermeture des magasins sédentaire• Le marché est grand• Possible de s'exporter à l'étranger	<ul style="list-style-type: none">• Marché instable pas arrivé à maturité troue en matière de législation• Forte compétition en ligne (fiver par exemple)

4P

Prix	Produit
<p>SEO Abonnement 50euros par mois : Conception de site vitrine 800euros E-commerce 2000euros Animation social média 500euros Consultante Plan marketing/stratégie 80/l'heure Formation au code digitaux 500 E Logo/charte graphique/impression 400euros (hors frais d'impression)</p>	<p>Conception de sites internet/refonte Animation de communauté digitale Consultante de plan marketing / stratégie digitale Formation aux code du digitaux Référencement google Identité visuelle/charte graphique/impression</p>
Promotion	Place
<p>Site web Relation publique</p>	<p>Moteur de recherche Evènement régional Salon numérique Présence dans des annuaires Média locaux Association bénévolat</p>

Définition de ma marque/slogan/valeur

« J'aide mes clients à aller plus loin et à s'affranchir de l'idée que la réussite n'appartient qu'à une certaine catégorie de la populations »

Ma valeur : Accompagnement de proximité et sur mesure, je mets un point d'honneur à mettre les gens avant l'argent mon seul but votre satisfactions.

Objectif smart

- **Objectifs court terme** : Mettre à jour mon profils sur Internet et j'augmenterai le trafic sur le site grâce à des articles de blogs publiés régulièrement.
- **Objectif moyen terme** : Faire du social selling et chaque semaine (le même jour de la semaine et à la même heure), je publierai un nouveau billet de blog sur mon secteur d'activité en utilisant des mots-clés pertinents afin de gagner une vingtaine de client par mois et devenir la référente en expertise social média.
- **Objectif long terme** :Création module de formation réseaux sociaux à proposer à certains clients sélectionnés et atteindre 100 000 nouveaux visiteurs par mois d'ici 5ans dans le but d'avoir davantage d'internaute et de lead.
- Créer un centre de formation sur le numérique agréer par l'état et ouvrir des centres en France et en Afrique du nord.