



Agrément/Habilitation

N° HA-2022 19MESRI/ANAQ-SUP/SE/DIPriv/nmf

DÉPARTEMENT : Institut MERCURE

SPÉCIALITÉ : Gestion

RAPPORT DE STAGE

Présenté par

Dieynaba Sow

Pour l'obtention du diplôme de

Licence Professionnelle en Commerce International

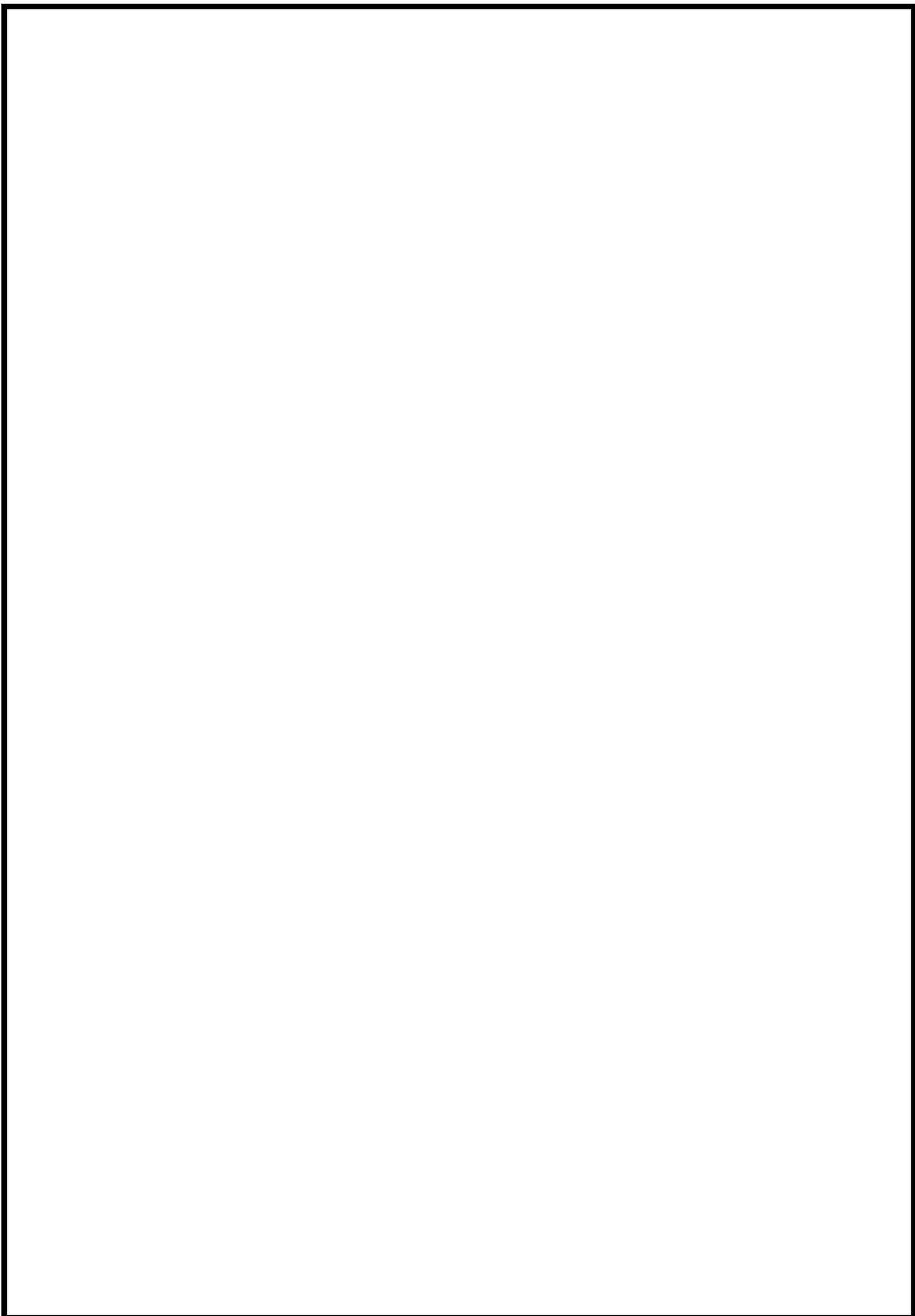
Sujet : L'efficacité de la stratégie marketing digital

Cas : DANTILA TECHNOLOGIES

Soutenu à Dakar le. 26/07/2023 Devant le jury composé de :

Président du jury : Docteur Malick MANE	Docteur en Economie	SUPDECO
Encadreur : Mr Cheikh Tidiane DIONGUE	Intervenant en Marketing	SUPDECO
Membre du jury 1: Sékou SOUMARE	Intervenant en Techniques douanières	SUPDECO
Membre du jury 2: Mr Mame Salla DIOR	Intervenant en Marketing	SUPDECO

ANNEE ACADEMIQUE 2022-2023



DÉDICACES

Avec gratitude, je dédie ce rapport a toutes les personnes qui ont contribué à mon expérience de stage, spécialement à ma famille et à mes amis.

REMERCIEMENTS

Je tiens à remercier toutes les personnes qui ont contribué au succès de mon stage et qui m'ont aidé lors de la rédaction de ce rapport.

Tout d'abord, j'adresse mes remerciements à mon professeur, **Mr Cheikh Tidiane DIONGUE** qui m'a beaucoup aidé à rédiger ce stage.

Je remercie également toute l'équipe de Dantila Technologies pour leur accueil, leur esprit d'équipe et en particulier **Mr Samoura**.

SOMMAIRE

INTRODUCTION.....	1
PREMIERE PARTIE : L'ENTREPRISE ET SON MILIEU / SECTEUR D'ACTIVITE	2
I. PRESENTATION DE L'ENTREPRISE.....	2
II. PRODUITS ET SERVICES PROPOSES PAR DANTILA TECHNOLOGIES	5
III. ORGANIGRAMME ET FONCTIONNEMENT DE L'ENTREPRISE.....	10
DEUXIEME PARTIE : ETUDE DE CAS DU SUJET / LES TRAVAUX EFFECTUES ET LES APPORTS DU STAGE.....	12
V. ETUDE DU THEME: ANALYSE DE L'EFFICACITE DES STRATEGIES DE MARKETING DIGITAL.....	12
VI. LES MOYENS MATERIELS HUMAINS MIS EN OEUVRE PENDANT LE STAGE ..	19
VII. DIFFICULTES RENCONTREES	19
VIII. PRESENTATION ET ANALYSE DES RESULTATS : ANALYSE ET RECOMMANDATIONS.....	20
ANALYSE:.....	20
RECOMMANDATIONS.....	23
IX. BILAN DE STAGE.....	24
CONCLUSION GENERALE.....	26
ANNEXES	27
TABLE DES MATIERES	33

INTRODUCTION

Le marketing digital est devenu un élément essentiel de la stratégie commerciale des entreprises à l'ère de la transformation numérique. En tant que canal de communication et de promotion puissant, il offre de nombreuses opportunités pour atteindre et engager un public cible de manière efficace. Cependant, avec l'évolution rapide des technologies et des comportements des consommateurs, il est devenu essentiel pour les organisations d'analyser et d'optimiser leurs stratégies de marketing digital afin de rester compétitives sur le marché.

Dans le cadre de mon stage au sein de l'entreprise Dantila Technologies, j'ai eu l'opportunité de travailler sur dans le département marketing digital. Ce rapport vise à présenter les différentes étapes de mon travail, les outils et les méthodes utilisés, ainsi que les résultats obtenus. L'objectif principal de ce stage était d'évaluer l'efficacité des stratégies de marketing digital mises en place par l'entreprise et de proposer des recommandations d'optimisation pour améliorer les performances.

Sur ce nos réflexions et nos recherches s'articuleront autour du de « l'efficacité de la stratégie marketing digital » de rendre compte des activités auxquelles j'ai participé, des compétences acquises et des enseignements tirés de cette expérience professionnelle au sein de l'entreprise Dantila Technologie.

Le présent rapport est divisé en plusieurs sections, chacune afin abordant un aspect spécifique de mon stage. Tout d'abord, je décris en détail le contexte de l'entreprise, sa mission, ses valeurs et ses activités principales. Ensuite, je me concentre sur les objectifs fixés pour mon stage, en exposant les projets sur lesquels j'ai travaillé et les responsabilités qui m'ont été confiées. Enfin, je conclus ce rapport en faisant un bilan global de mon stage basé sur mes observations et mon expérience personnelle

PREMIÈRE PARTIE : L'ENTREPRISE ET SON MILIEU / **SECTEUR D'ACTIVITÉ**

I. PRESENTATION DE L'ENTREPRISE

DANTILA Technologies SARL est une Société de service en ingénierie informatique présente sur le marché depuis 2012. De ce fait, sa mission principale est d'apporter des solutions technologiques aux problèmes des entreprises et des organisations tout en ayant en vue l'objectif du client. La société DANTILA est installée à liberté 6 extension.

1. Analyse PESTEL

L'analyse PESTEL (Politique, Économique, Socioculturel, Technologique, Environnemental, Légal) est un outil utilisé pour évaluer l'impact des facteurs externes sur une entreprise.

❖ Politique :

- Les réglementations sur la sécurité, les politiques de cyber sécurité, les contrats gouvernementaux, les relations internationales et la confidentialité des données sont autant d'aspects politiques qui peuvent avoir un impact significatif sur l'entreprise. Il est crucial pour l'entreprise de se conformer aux réglementations, de suivre les évolutions politiques et de s'adapter stratégiquement à ces changements. Une compréhension approfondie de l'environnement politique permet à l'entreprise d'anticiper les défis et les opportunités, de maintenir sa conformité et de prospérer dans le secteur de la sécurité.

❖ Économique :

- Situation économique globale : La croissance économique peut influencer les dépenses des entreprises et des particuliers dans les solutions de sécurité. En période de ralentissement économique, les budgets alloués à la sécurité peuvent être réduits.

- Taux de change : Si l'entreprise opère sur des marchés internationaux, les fluctuations des taux de change peuvent affecter ses coûts d'approvisionnement en équipements et ses marges bénéficiaires.

❖ **Socioculturel :**

- Sensibilisation à la sécurité : L'importance accordée à la sécurité par les individus et les organisations peut influencer la demande de solutions de sécurité. Les préoccupations croissantes concernant les vols, les intrusions et les actes de terrorisme peuvent stimuler la demande de systèmes de sécurité électronique.
- Évolution des modes de vie : Les changements dans les modes de vie, tels que l'urbanisation croissante et l'augmentation des ménages à double revenu, peuvent créer de nouvelles opportunités pour les solutions de sécurité résidentielle.

❖ **Technologique :**

- ❖ Avancées technologiques : Les innovations technologiques dans les domaines de la vidéosurveillance, de la reconnaissance faciale, des systèmes d'alarme et de la gestion des accès peuvent influencer les offres de l'entreprise. Il est important de rester à la pointe de la technologie pour rester compétitif sur le marché.
- ❖ Obsolescence des produits : Les cycles de vie des produits de sécurité électronique sont relativement courts en raison des progrès technologiques rapides. L'entreprise doit donc s'adapter rapidement aux nouvelles technologies et aux demandes changeantes des clients.

❖ **Environnemental :**

- Durabilité : Les préoccupations croissantes concernant l'impact environnemental peuvent conduire à une demande accrue de solutions de sécurité électronique respectueuses de l'environnement. L'entreprise peut chercher à adopter des pratiques durables dans ses opérations et à proposer des produits éco énergétiques.

❖ **Légal :**

- Normes de conformité : Les réglementations légales liées à la protection des données, à la vie privée et à la sécurité peuvent avoir un impact significatif sur les activités de

L'entreprise. Il est essentiel de se conformer à ces normes pour éviter des sanctions financières et préserver la réputation de l'entreprise.

2. Forme juridique

Dantila Technologie est une Société à responsabilité limitée (SARL). C'est une forme d'entreprise où la responsabilité des propriétaires est limitée à leurs apports en capital.

3. Valeurs de Dantila Technologies

QUALITÉ: Dantila attache une attention particulière à la qualité et à la pérennité de ses services. Tous les outils et systèmes utilisés par DANTILA Technologies reposent sur les dernières innovations technologiques.

L'ensemble de ses équipes regroupe des ingénieurs et des techniciens hautement qualifiés et expérimentés dans l'installation de solutions de sécurité. Leur savoir-faire est manifestement visible au Sénégal à travers des partenaires de renommée internationale mais aussi dans la sous-région.

L'INTÉGRITÉ: L'honnêteté, la confiance, faire ce que l'on dit et dire ce que l'on fait, font partie de l'intégrité. Une personne intègre appliquera au travail les principes moraux et éthiques nécessaires pour bien fournir les services. Dantila projette cette valeur vers ses partenaires professionnels et vers toutes les parties prenantes de l'entreprise.

SIMPLICITÉ: La simplicité c'est de conserver l'essentiel, c'est gagner du temps mais aussi c'est gagner en clarté et en efficacité. La simplicité est la qualité essentielle que Dantila partage avec ses collaborateurs pour répondre avec efficacité aux attentes de ses partenaires.

II. PRODUITS ET SERVICES PROPOSES PAR DANTILA TECHNOLOGIES

1. Services

DANTILA Technologies, société spécialisée dans l'intégration, l'audit et le conseil de solutions et système de sécurité propose ses services dans les secteurs tels que:

- Construction et gestion immobilière
- Commerce et grande surface
- Banque, Micro finance et Assurance
- Industrie
- Administration et collectivités locales

Elle exerce son expertise dans des activités différentes et ces derniers peuvent être scindées en deux grandes parties : la sécurité électronique et la cyber sécurité.

■ La sécurité électronique

Dantila accompagne ses clients dans tous ses projets d'étude ou d'installation de solutions de sécurité. En tant que société de sécurité, elle fournit, installe et maintien en condition opérationnelle des solutions de sécurité électronique au Sénégal et dans la sous-région.

Il s'agit là des systèmes de protection électroniques intégrés. Ils sont composés d'une liste de produits très variés

Comment faire son choix dans ce marché inondé de produits et de technologies? DANTILA accompagne ses clients dans le choix des meilleurs produits et systèmes pour répondre à leurs attentes en terme de fonctionnalité, qualité, de prix et de maintenance.



La cyber sécurité

La cyber sécurité désigne l'ensemble des moyens techniques, législatifs et administratifs pouvant être utilisés pour assurer et garantir la protection des personnes et des actifs informatiques matériels et immatériels des États et des organisations.

De plus, la sécurité a pour principal objectif d'assurer la confidentialité, l'intégrité et la disponibilité de l'information. Plusieurs technologies et pratiques de sécurité assurent aux organisations et états de se protéger des cybers attaques.

Ainsi, grâce à leurs consultants, partenaires et dans le cadre d'une intégration et conseil en système informatique, Dantila met à la disposition des clients une expertise et des outils qui leur permettent de réussir leurs projets cyber sécurité et interviennent dans les domaines de la sécurité de l'information.

2. Produits

Ce sont des produits de milieu de gamme. Ils sont très concurrentiels et regroupent ainsi les marques de bonne qualité, à un prix accessible. La société est un distributeur simple de **DAHUA** et exclusif de **TREND net**. Ajoutons à cela que tous les produits proposés sont toujours étudiés et testés en laboratoire avant d'être installés chez les clients par leurs équipes techniques.

DANTILA TECHNOLOGIES met en place plusieurs produits parmi lesquels :



La vidéo de surveillance :(Annexe 1)

C'est un système de caméras et de transmission d'images disposé dans un espace public ou privé pour le surveiller. Les images obtenues peuvent être traitées automatiquement ou visionnées puis archivées ou détruites. La surveillance a pour but de contrôler les conditions de respect et de sécurité. Ils mettent à la portée des clients des solutions et produits de vidéosurveillance à la pointe de la technologie. Leur équipe dynamique assure d'être à la hauteur de leurs attentes en termes d'expertise et d'assistance.

Le contrôle d'accès et pointage :(Annexe 2)

Il sert à contrôler les accès aux immeubles, villas, et appartements. Les locataires à l'aide de

■
Transpondeurs ou autres moyens d'identification (code, badge, empreinte digitale, reconnaissance faciale) pourront accéder en sécurité dans les zones protégées

Ainsi, une large gamme de produits et solutions permettent un contrôle effectif des accès et le contrôle du temps de présence.

Passant par les systèmes autonomes au système centralisé sans oublier les installations avec contrainte de câblage.

■ **Alarmes (annexe 3)**

Une alarme est un signal avertissant d'un danger. A ce titre l'alarme est une information émise afin de provoquer une réaction

Leur gamme de systèmes d'alarmes (sans fil et filaire) assure un bon niveau de protection des locaux contre les cambriolages et intrusions non autorisées. En outre, un large choix d'accessoires est intégrable à la solution.

Les systèmes d'alarmes proposés intègrent les détecteurs d'événement suivants:

- **Détecteur d'intrusion** (porte, fenêtre et volets): L'alarme anti-intrusion est un système qui permet de détecter toute entrée non autorisée.
- **Détecteur de mouvement**: permet de détecter une présence. Il vient compléter le système de protection contre les intrusions.
- **Détecteur d'inondation**: Il permet de déceler rapidement toute fuite d'eau ou inondation dans le cadre d'une montée d'eau de quelques millimètres.
- **Détecteur de fumée**: Il permet d'aider à limiter les conséquences d'un début d'incendie en surveillant en permanence l'air ambiant.
- **L'interphone**: C'est un système permettant de communiquer sur une distance limitée, la plupart du temps situé à l'intérieur d'un bâtiment à partir duquel les visiteurs signalent leur présence. Il est équipé d'un récepteur qui permet de recevoir des visiteurs et de commander l'ouverture de la porte.

- Interphones (Annexe 4)

Celui-ci peut notamment contrôler l'accès et est parfois doublé d'un visiophone. Il est alors souvent équipé d'un système permettant l'ouverture d'une porte à distance, appelé portier.

- Impression Badge (Annexe 5)

Une impression de badge est le processus de création d'un badge personnalisé qui peut être porté par une personne. Les badges sont généralement utilisés pour identifier les individus lors d'événements, de conférences, de salons professionnels, de réunions ou d'autres occasions où il est important de reconnaître les participants.

- Pointage (Annexe 6)

Le pointage fait référence à la méthode utilisée pour enregistrer les heures travaillées par les employés. Cela permet de mesurer la durée pendant laquelle un employé est présent et effectue des tâches au sein de l'entreprise.

- Sécurité Incendie (Annexe 7)

Sécurité incendie fait référence aux mesures prises pour prévenir les incendies, protéger les personnes et les biens en cas d'incendie, et permettre l'évacuation en toute sécurité des occupants d'un bâtiment. Il s'agit d'un ensemble de procédures, de protocoles et de dispositifs conçus pour minimiser les risques d'incendie, détecter rapidement les départs de feu et réagir efficacement en cas d'urgence.

3. Marketing mix

- Le prix

Le prix est fixé sur la base de FOB plus les tarifs douaniers et la marge de l'acheteur. Les conditions de paiement sont souvent par chèque bancaire.

- La communication

La communication est essentielle pour la bonne marche de l'entreprise. Cette partie est gérée par la direction Marketing et Communication et se fait en deux phases:

Interne : Il y a la diffusion dans les agences immobilières, dans les entreprises sur la base de dépliants. On ne peut occulter l'acquisition d'une page web.

Externe: Salon et Foires

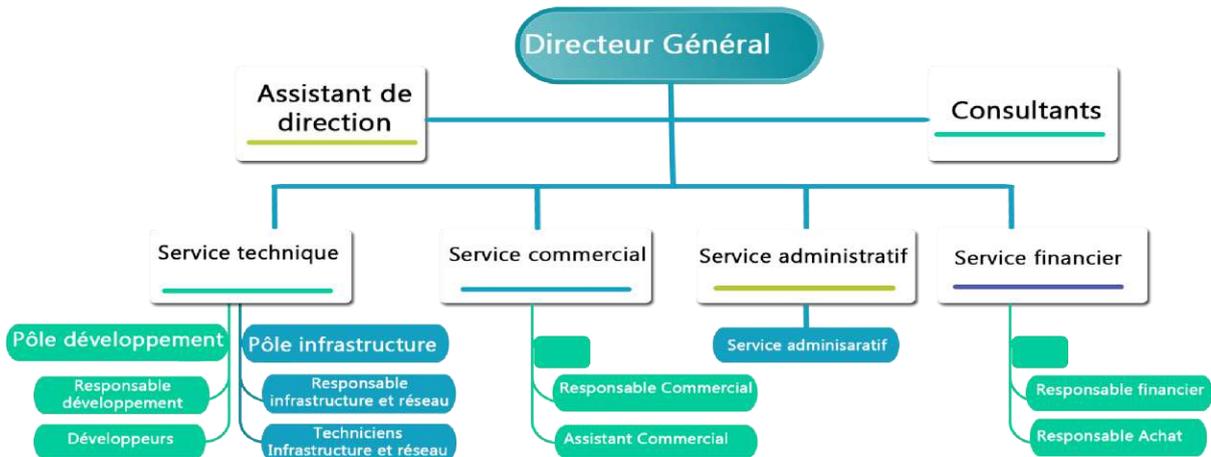
■ La distribution

Ils fournissent, installent et maintiennent en condition opérationnelle des solutions de sécurité électronique au Sénégal et dans la sous-région.

III. ORGANIGRAMME ET FONCTIONNEMENT DE L'ENTREPRISE

1. Organigramme

Les différents postes de l'entreprise représentés à travers l'organigramme aideront à mieux comprendre les relations entre le personnel.



2. Organisation administrative

Président Directeur Général (PDG)

- Responsable de la direction générale de l'entreprise
- Prend les décisions stratégiques et fixe les objectifs globaux de l'entreprise

Directeur des Ventes

- Responsable du développement des ventes et de l'acquisition de nouveaux clients
- Gère une équipe de commerciaux et définit les objectifs de vente

Directeur Technique

- Responsable de la conception et de l'intégration des solutions de sûreté
- Gère une équipe d'ingénieurs spécialisés dans les technologies de sécurité

Directeur de la Recherche et du Développement (R&D)

- Responsable de l'innovation et du développement de nouvelles solutions de sûreté
- Collabore avec l'équipe technique pour mettre en œuvre de nouvelles technologies

Directeur du Service Client

- Responsable de la satisfaction des clients et de la gestion des contrats de service
- Assure un support technique et une assistance aux clients

Responsable des Achats

- Gère les achats de matériel et de logiciels nécessaires aux projets de sûreté
- Négocie avec les fournisseurs pour obtenir les meilleurs prix et conditions

Responsable de la Qualité

- Veille à ce que les normes de qualité soient respectées dans tous les processus de l'entreprise
- Met en place des procédures d'assurance qualité et assure la conformité aux réglementations

Responsable des Ressources Humaines

- Gère les processus de recrutement, de formation et de gestion du personnel
- S'occupe des questions liées à la paie, aux avantages sociaux et aux politiques RH

3 Les partenaires de l'entreprise

Dantila est conscient des exigences en matière de qualité et de compétitivité. C'est dans cette logique que nous ne distribuons que des produits répondant à des normes internationales de qualité. Ainsi, nous sommes distributeur officiel et partenaire de la marque Hikvision, ZkTeco, Dahua Technology, TREND net, Draytek, ESET, Fortinet, Malwarebytes, etc.

DEUXIEME PARTIE : ETUDE DE CAS DU SUJET / LES TRAVAUX EFFECTUÉS ET LES APPORTS DU STAGE

● IV. ETUDE DU THEME: L'EFFICACITE DES STRATEGIES DE MARKETING DIGITAL

Le marketing digital est devenu un élément essentiel pour les entreprises souhaitant rester compétitives dans le monde numérique en constante évolution. Il offre des opportunités sans précédent pour atteindre un large public et interagir avec les clients de manière personnalisée. Dans ce contexte, mon rapport de stage se concentre sur l'analyse et l'optimisation des stratégies de marketing digital.

Contexte:

Le marketing digital englobe un large éventail d'activités telles que la publicité en ligne, les médias sociaux, le référencement (SEO), le marketing par courriel, le contenu numérique et bien d'autres. Ces stratégies permettent aux entreprises de promouvoir leurs produits et services, de générer des leads et de renforcer leur présence en ligne. Cependant, la réussite d'une campagne de marketing digital dépend de sa planification, de son exécution et de son optimisation en fonction des objectifs spécifiques de l'entreprise.

Objectifs du rapport de stage:

L'objectif principal de ce rapport de stage est d'analyser les stratégies de marketing digital mises en place par l'entreprise, d'identifier les domaines d'amélioration potentiels et de proposer des recommandations pour optimiser ces stratégies. Pour atteindre cet objectif, différentes étapes seront suivies :

De données:

La collecte de données est essentielle pour évaluer l'efficacité des stratégies de marketing digital en place. Cela comprend l'analyse des métriques telles que le trafic du site web, les taux de conversion, l'engagement sur les médias sociaux, les taux d'ouverture des e-mails, etc.

Cette collecte de données permettra de dresser un tableau complet des performances actuelles.

Analyse des performances:

Une fois les données collectées, une analyse approfondie sera réalisée pour comprendre les forces et les faiblesses des stratégies de marketing digital actuelles. Cela inclura l'identification des canaux les plus performants, des campagnes les plus réussies et des éléments nécessitant des améliorations.

Identification des domaines d'amélioration:

Sur la base des résultats de l'analyse, les domaines spécifiques nécessitant une amélioration seront identifiés. Cela peut inclure des ajustements dans la segmentation du public cible, l'optimisation du contenu, l'amélioration de l'expérience utilisateur sur le site web, etc.

Recommandations pour l'optimisation:

Une fois les domaines d'amélioration identifiés, des recommandations précises seront formulés pour optimiser les stratégies de marketing digital. Ces recommandations peuvent inclure des ajustements techniques, des modifications dans les campagnes publicitaires, des améliorations du contenu ou des recommandations d'outils et de plateformes supplémentaires.

V. LES OBJECTIFS PROFESSIONNELS DU STAGE ET LES TACHES EFFECTUEES

Tâche 1 : Gestion des médias sociaux

- Objectifs :

L'objectif principal de la gestion des réseaux sociaux est de développer et d'entretenir une présence en ligne solide pour une entreprise, une marque ou une organisation. Voici quelques objectifs spécifiques liés à la gestion des réseaux sociaux :

Augmenter la visibilité et la notoriété de la marque : Les réseaux sociaux offrent une plateforme pour atteindre un large public et accroître la visibilité de la marque. L'objectif est d'augmenter le nombre d'adeptes, d'encourager les partages et d'accroître la reconnaissance de la marque.

Engager et interagir avec la communauté : Il est essentiel d'établir une relation avec la communauté en ligne. Les tâches de gestion des réseaux sociaux incluent la réponse aux commentaires, la participation aux discussions, la pose de questions, l'encouragement des interactions et la création d'un sentiment d'appartenance à la communauté.

Fournir un service clientèle efficace : Les réseaux sociaux sont souvent utilisés par les clients pour poser des questions, signaler des problèmes ou demander de l'aide. La gestion des réseaux sociaux doit donc inclure une réponse rapide et utile aux demandes des clients afin de fournir un service clientèle de qualité.

Promouvoir des produits, des services ou des événements : Les réseaux sociaux offrent une plateforme pour promouvoir les produits, les services ou les événements d'une entreprise. Les tâches de gestion des réseaux sociaux peuvent inclure la création et la diffusion de contenu promotionnel, l'organisation de concours ou de campagnes spéciales pour générer de l'intérêt et des ventes.

Surveiller la réputation en ligne : Il est important de surveiller ce qui se dit sur la marque ou l'entreprise sur les réseaux sociaux. La gestion des réseaux sociaux implique de suivre les Mentions de la marque, de répondre aux commentaires négatifs et de gérer les problèmes de réputation en ligne de manière proactive.

Analyser les données et les performances : La gestion des réseaux sociaux comprend également l'analyse des données pour évaluer les performances et l'efficacité des efforts déployés. Cela implique de suivre les métriques telles que l'engagement, le nombre de followers, le trafic généré et de prendre des mesures pour améliorer les résultats.

- Déroulement :

La gestion des réseaux sociaux implique plusieurs étapes clés pour maintenir une présence en ligne efficace et engagée. Voici un aperçu général du comment je faisais la gestion des réseaux sociaux

La première étape consiste à définir les objectifs de la présence sur les réseaux sociaux et à identifier le public cible.

Ensuite en fonction de la stratégie définie, les profils d'entreprise sont créés sur les plateformes sociales pertinentes. Cela peut inclure des réseaux populaires tels que Facebook, Instagram, LinkedIn.

La création de contenu engageant et pertinent est essentielle pour susciter l'intérêt et l'engagement des utilisateurs des réseaux sociaux. Ainsi je faisais la création de textes, d'images, de vidéos, d'infographies et d'autres types de contenu adaptés à chaque plateforme sur les applications telles que : Photoshop, canva

Une fois le contenu créé, il est planifié et programmé pour être publié aux moments opportuns. L'utilisation d'outils de gestion des réseaux sociaux peut aider à automatiser cette étape et à gérer efficacement le calendrier de publication.

Cependant, la gestion des réseaux sociaux nécessite une interaction régulière avec les utilisateurs. Cela comprend la réponse aux commentaires, aux messages directs et aux mentions

sur les différentes plateformes. L'engagement proactif avec les utilisateurs contribue à renforcer la relation avec la communauté en ligne.

Enfin il est important de surveiller les performances des publications et des campagnes sur les réseaux sociaux à l'aide d'outils d'analyse. Cela permet d'évaluer les résultats par rapport aux objectifs fixés, d'identifier les contenus les plus performants et d'apporter des ajustements si nécessaires.

Tâche 2 : Email Marketing

- Objectifs :

L'objectif principal de l'email marketing est d'établir une communication efficace et personnalisée avec les destinataires via l'utilisation de courriels. Voici quelques objectifs spécifiques associés à l'email marketing :

Acquisition de clients : L'email marketing peut aider à attirer de nouveaux clients en leur envoyant des offres spéciales, des promotions ou du contenu pertinent pour susciter leur intérêt et les inciter à s'engager avec votre entreprise.

Fidélisation des clients : Les campagnes d'email marketing peuvent être utilisées pour maintenir un lien régulier avec vos clients existants. En leur envoyant des newsletters, des mises à jour sur les produits ou des offres exclusives, vous pouvez renforcer leur fidélité et les encourager à rester engagés avec votre marque.

- Déroulement :

La première étape c'est de constituer une liste de diffusion composée de personnes qui ont donné leur consentement pour recevoir des communications de notre part. Les adresses e-mail ont été collectées via des sites web, des formulaires d'inscription, des événements, etc.

Ainsi pour maximiser l'efficacité de notre campagne, on segmente notre liste de diffusion en fonction de critères pertinents tels que l'emplacement géographique, les intérêts, les comportements d'achat précédents, etc. Cela nous permet d'envoyer des messages plus ciblés et personnalisés à chaque segment.

Ensuite on conçoit des emails attrayants et pertinents avec des éléments visuels tels que des images et des graphiques, ainsi qu'un appel à l'action clair pour notre public cible. Le contenu peut varier en fonction de nos objectifs, mais il peut comprendre des newsletters, des promotions, des mises à jour sur les produits, des informations exclusives, etc.

Après on utilise des outils d'automatisation de l'email marketing pour planifier et envoyer nos campagnes. On planifie également l'envoi des emails en tenant compte du moment où notre public est le plus susceptible d'interagir.

Tâche 3 : Campagnes Publicitaires en ligne:

- Objectifs:

Les objectifs des campagnes publicitaires en ligne peuvent varier en fonction des besoins et des objectifs spécifiques d'une entreprise. Voici quelques objectifs courants associés aux campagnes publicitaires en ligne :

Augmenter la visibilité en ligne : Les campagnes publicitaires en ligne peuvent aider à accroître la visibilité d'une entreprise, d'un produit ou d'un service sur Internet. Cela peut se traduire par une plus grande exposition auprès du public cible et une augmentation du trafic sur le site web.

Générer du trafic qualifié : Les campagnes publicitaires en ligne peuvent être utilisées pour attirer un trafic ciblé vers un site web, une page de destination ou une application. L'objectif est d'attirer des utilisateurs qui sont plus susceptibles d'être intéressés par les produits ou services proposés.

- Déroulement :

D'abord il est important d'identifier notre public cible et les plateformes publicitaires appropriées pour atteindre ce public. Les plateformes courantes comprennent Google Ads pour la publicité sur les moteurs de recherche, Facebook Ads pour la publicité sur les réseaux sociaux.

Ensuite on conçoit des messages publicitaires attrayants et pertinents pour notre public cible. Cela peut inclure des images, des vidéos, des copies publicitaires persuasives.

Sur les plateformes publicitaires choisies, on configure les paramètres de notre campagne, tels que le budget quotidien, la période de diffusion, les emplacements cibles et les options de ciblage démographique.

Une fois que notre campagne est lancée, on surveille régulièrement ses performances. Après

la fin de la campagne, on analyse les résultats obtenus par rapport aux objectifs fixés.

Tâche 4 : Participation à la préparation de la foire internationale de CICAD

Durant mon stage j'ai participé à la préparation de la foire internationale au CICAD. En effet, dans le cadre des activités de cette foire, la chargée de communication et moi avons établi des supports de communication. Ces derniers rassemblent toutes les dépenses à faire et tous les éléments de communication dont l'entreprise aurait besoin durant cet événement.

VI.

LES MOYENS MATERIELS HUMAINS MIS EN OEUVRE PENDANT LE STAGE

Matériels

- Ordinateurs : On utilise des ordinateurs pour effectuer les tâches quotidiennes, telles que la gestion des campagnes publicitaires, la création de contenu, etc.
- Logiciels et outils : Différents logiciels et outils sont utilisés pour des activités telles que la gestion des médias sociaux, le marketing par e-mail, etc.
- Caméras et équipement vidéo : comme cela implique la création de contenu vidéo, des caméras et un équipement vidéo peuvent être utilisés pour enregistrer et éditer du matériel visuel.

Humains

- Responsable de stage : Un responsable de stage est désigné pour superviser et guider les stagiaires tout au long de notre période de stage.
- Équipe marketing : je travaillais souvent au sein d'une équipe de marketing, qui peut comprendre des professionnels du marketing digital, des spécialistes des médias sociaux, des concepteurs graphiques, des rédacteurs, etc.

VII. DIFFICULTES RENCONTREES

Lors de mes premiers jours de stage, j'ai dû faire face à une première difficulté:

-difficultés de m'adapter rapidement aux tâches et aux responsabilités qui m'étaient confiées.

Je me sentais submergé par la complexité des projets et j'avais du mal à trouver des solutions efficaces.

-Le secteur du marketing est souvent soumis à des délais stricts et à une pression constante pour atteindre les objectifs fixés. Cela peut générer du stress et rendre difficile la gestion de plusieurs projets simultanément.

-Le marketing évolue rapidement avec l'émergence de nouvelles technologies et plateformes. C'était un peu compliqué d'utiliser les outils numériques.

VIII. PRESENTATION ET ANALYSE DES RESULTATS : **ANALYSE ET RECOMMANDATIONS :**

ANALYSE :

Pendant mon stage au sein de l'entreprise Dantila Technologies j'ai été chargé de diverses responsabilités et tâches. J'ai travaillé en étroite collaboration avec l'équipe marketing pour créer du contenu promotionnel, gérer les médias sociaux et soutenir les initiatives de marketing en ligne.

Au cours de mon stage, j'ai pu développer mes compétences en rédaction, en gestion des médias sociaux. J'ai appris à utiliser des outils de marketing numérique tels que Google ads pour suivre les performances des campagnes et à utiliser des logiciels de conception graphique pour créer du contenu visuel attrayant.

Mon impact sur l'entreprise s'est manifesté à travers l'augmentation de l'engagement des utilisateurs sur les médias sociaux. Grâce à des stratégies ciblées et à du contenu de qualité, nous avons constaté une augmentation significative du nombre de likes, de partages et de commentaires sur nos publications.

Tableau N°1 ; Analyse SWOT

<p><u>Forces</u></p>	<p><u>Faiblesses</u></p>
<p>Qualité du personnel</p> <p>Système informatique performant</p> <p>Bonne Stratégie Marketing</p> <p>Chiffre d'affaire positif</p> <p>Qualité des produits et services</p>	<p>Absence de chargé d'accueil dans L'entreprise</p> <p>Sous-effectif</p>
<p><u>Opportunités:</u></p>	<p><u>Menaces</u></p>
<p>Croissance de la demande</p> <p>Possibilité de partenariats stratégiques avec d'autres entreprises complémentaires.</p> <p>Demande croissante de produits respectueux de l'environnement.</p>	<p>Concurrence intense sur le marché.</p> <p>Instabilité économique mondiale.</p> <p>Évolution rapide des préférences des consommateurs.</p>

Source : nous même

1. Tableau N°2 ; Matrice SWOT

	<u>Opportunités</u>	<u>Menaces</u>
<u>Forces</u>	<p>Bonne Stratégie Marketing</p> <p>La bonne stratégie marketing de même que les produits de qualité permettront de saisir les opportunités du demanda</p> <p>La consolidation du chiffre d'affaires et la maîtrise de l'offre des services et produits de qualités permettront de saisir les opportunités de développement de partenariats avec les fournisseurs</p>	<p>La bonne maitrise du système informatique, le personnel qualifié permettront à Dantila de pouvoir faire face à la concurrence</p> <p>Les produits et service de qualité, le personnel qualifié permettront à Dantila de répondre efficacement aux exigences de changement de comportement</p>
<u>Faiblesses</u>	<p>Sous-effectif de même que l'absence de chargé d'accueil ne faciliteront pas la saisi des opportunités de croissance et de développement de la clientèle et par ricochet de la fidélisation client</p>	<p>L'absence de charge de cliente de même que le sous-effectif ne favorisant pas la prospection laisse place à la concurrence</p>

RECOMMANDATIONS :

Voici quelques recommandations importantes à prendre en compte :

- Lorsqu'il s'agit de la qualité du personnel dans une entreprise il faut : Recruter des candidats compétents, favoriser la diversité et l'inclusion et Investir dans le développement professionnel
- Pour améliorer le chiffre d'affaires positif de l'entreprise il faut : Analyser, comprendre le marché et Fidéliser les clients existants
- Pour l'Absence de chargé d'accueil dans l'entreprise Il faut Identifier les membres de l'équipe qui peuvent prendre en charge les fonctions d'accueil. Offrir une formation appropriée pour qu'ils acquièrent les compétences nécessaires. Cela peut inclure des formations sur le service à la clientèle, la gestion des appels téléphoniques, les compétences en communication, etc.
- Pour le Sous-effectif Si c'est possible, engager de nouveaux employés pour combler les postes vacants ou pour renforcer les équipes sous-effectives. Identifier les compétences et les qualifications nécessaires, diffuser des offres d'emploi et mener des processus de recrutement rigoureux pour attirer des candidats qualifiés.

IX. BILAN DE STAGE

Tout d'abord, j'ai eu l'opportunité de participer à diverses tâches liées à la gestion des médias sociaux. J'ai créé du contenu engageant et ciblé pour les différentes plateformes sociales de l'entreprise, en utilisant des stratégies de marketing telles que l'élaboration d'un calendrier éditorial, l'optimisation des hashtags et l'interaction avec les abonnés. Cela m'a permis d'acquérir une compréhension approfondie de l'importance de la présence en ligne et de l'engagement de l'audience.

En outre, j'ai également travaillé sur l'optimisation du référencement, en réalisant des recherches approfondies sur les mots-clés pertinents pour l'entreprise et en mettant en place des stratégies visant à améliorer le classement du site web sur les moteurs de recherche.

Une autre facette importante de mon stage a été la participation à des campagnes marketing. J'ai collaboré avec l'équipe marketing pour concevoir et mettre en œuvre des campagnes publicitaires en ligne, en utilisant des plateformes telles que Google Ads et les réseaux sociaux. J'ai appris à cibler les publics spécifiques, à optimiser les annonces et à analyser les résultats pour améliorer continuellement l'efficacité des campagnes.

En termes de compétences transversales, ce stage m'a également aidé à renforcer ma capacité à travailler en équipe et à communiquer efficacement avec les membres de l'équipe et les parties prenantes externes. J'ai appris à présenter mes idées et mes résultats de manière claire et concise, ce qui est essentiel dans le domaine du marketing digital.

● CONCLUSION GÉNÉRALE

En conclusion, mon stage au sein de l'entreprise Dantila technologies a été une expérience extrêmement valorisante et formatrice. J'ai eu l'opportunité d'explorer de manière concrète le domaine du marketing et de mettre en pratique les connaissances théoriques acquises au cours de ma formation.

Tout au long de mon stage, j'ai été impliqué dans des projets variés et stimulants qui m'ont permis de développer mes compétences professionnelles. J'ai travaillé en étroite collaboration avec une équipe dynamique et compétente, ce qui m'a offert de nombreuses occasions d'apprendre et de progresser. J'ai été impressionné par l'ambiance de travail positive et la culture d'entreprise axée sur la collaboration et l'innovation.

Pendant cette période, j'ai pu mettre en pratique mes compétences en marketing digital en contribuant à la création de contenus engageants pour les médias sociaux, en analysant les performances des campagnes publicitaires et en participant à la mise en place de stratégies de marketing en ligne.

Mes réalisations les plus notables comprennent l'augmentation de l'engagement sur les médias sociaux, mes recommandations pour améliorer l'efficacité des campagnes publicitaires et ma contribution à la création d'une stratégie de marketing de contenu. Ces succès ont renforcé ma confiance en mes compétences et m'ont montré l'impact positif que je peux avoir en tant que membre d'une équipe marketing.

Je tiens à exprimer ma profonde gratitude envers toute l'équipe de Dantila pour leur accueil chaleureux, leur encadrement et leur soutien tout au long de mon stage. Leur expertise, leur disponibilité et leur esprit d'équipe ont contribué à rendre mon expérience aussi enrichissante que possible.

En conclusion, ce stage a été une expérience inestimable qui m'a permis d'acquérir des compétences pratiques, de découvrir le fonctionnement d'une entreprise et de développer une vision plus claire de ma future carrière. Je suis reconnaissant des opportunités qui m'ont été offertes et je suis enthousiaste à l'idée de mettre en pratique les enseignements tirés de ce stage dans mes futurs projets professionnels

ANNEXES

Annexe 1 : Figure: Système de surveillance connecté



Annexe 2 : Figure: Contrôle d'accès



Annexe 3 : Figure : Alarmes



Annexe 4 : Interphones



- Annexe 5 : Impression Badge



□ **Annex 6 : Pointage**



• **Annexe 7 : Sécurité Incendie**



Annexe 8 : affiche sur le système de contrôle d'accès



**Avez-vous déjà pensé à l'importance
d'un système de contrôle d'accès ?**

**+221 76 450 31 73 +221 76 620 01 47
+221 76 637 39 70 +221 33 867 56 27
www.dantilatech.com**

Annexe 9 : affiche sur les interphones

Passez à un **interphone IP à 2 fils**

pour profiter d'une imagerie full HD de haute qualité et plus encore

Platine de rue Distributeur 2 fils Moniteur intérieur Hik-Connect

RVV 2 fils Internet

f @securiteetco **www.securiteetco.com**

i @securiteetco +221 33 843 36 19 +221 76 637 39 72
+221 76 620 01 46 +221 76 364 38 80

Annexe 10 : affiche sur les kits alarmes anti intrusion

S&C

DS-PWA64-Kit-WB Hikvision
Kit alarme anti intrusion sans fil AX PRO

f @securiteetco
@securiteetco

www.securiteetco.com
+221 33 843 36 19 +221 76 637 39 72
+221 76 620 01 46 +221 76 364 38 80

● TABLE DES MATIÈRES

Table des matières

DÉDICACES	I
REMERCIEMENTS	II
SOMMAIRE	III
INTRODUCTION	1
PREMIÈRE PARTIE : L'ENTREPRISE ET SON MILIEU / SECTEUR D'ACTIVITÉ	2
I. PRESENTATION DE L'ENTREPRISE	2
1. Analyse PESTEL	2
❖ Politique :	2
❖ Économique :	2
❖ Socioculturel :	3
❖ Technologique :	3
❖ Environnemental :	3
❖ Légal :	3
2. Forme juridique	4
3. Valeurs de Dantila Technologies.....	4
II. PRODUITS ET SERVICES PROPOSES PAR DANTILA TECHNOLOGIES	5
1. Services	5
2. Produits	6
3. Marketing mix	8
III. ORGANIGRAMME ET FONCTIONNEMENT DE L'ENTREPRISE	10
DEUXIEME PARTIE : ETUDE DE CAS DU SUJET / LES TRAVAUX EFFECTUÉS ET LES APPORTS DU STAGE	12
Contexte:	12
Objectifs du rapport de stage:.....	12
De données:	12
Analyse des performances:	13
Identification des domaines d'amélioration:	13
Recommandations pour l'optimisation:	13
V. LES OBJECTIFS PROFESSIONNELS DU STAGE ET LES TACHES EFFECTUEES	14

Tâche 1 : Gestion des médias sociaux	14
- Déroulement :	15
Tâche 2 : Email Marketing	16
- Déroulement :	16
Tâche 3 : Campagnes Publicitaires en ligne:	17
- Déroulement :	17
Tâche 4 : Participation à la préparation de la foire internationale de CICAD	18
VI. LES MOYENS MATERIELS HUMAINS MIS EN OEUVRE PENDANT LE STAGE	19
VII. DIFFICULTES RENCONTREES	19
VIII. PRESENTATION ET ANALYSE DES RESULTATS : ANALYSE ET RECOMMANDATIONS :	20
Tableau N°1 ; Analyse SWOT	21
1. Tableau N°2 ; Matrice SWOT	22
RECOMMANDATIONS :	23
IX. BILAN DE STAGE	24
• CONCLUSION GÉNÉRALE	25
ANNEXES	IV
• TABLE DES MATIÈRES	X