

# Dossier Célia Liniger

## WEBMARKETING



Imagine votre intérieur

# Swot



FORCES	FAIBLESSES
<ul style="list-style-type: none"><li>- Formation de décoratrice</li><li>- Mh déco = réseau de professionnels</li><li>- Outils mis à disposition</li><li>- Géolocalisation</li><li>- Pas de travaux = moins chère ≠ architectes d'intérieur</li></ul>	<p>Mh déco : groupe inconnu</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Réseaux sociaux : inexistante</li><li>- Aucune expérience</li></ul>

OPPORTUNITÉS	MENACES
<ul style="list-style-type: none"><li>- Aucune notoriété</li><li>- Marché porteur : Une étude menée par Les Échos estime le marché de la décoration, en France, à environ 13 milliards d'euros. Un chiffre augmentant de 3 à 6 points d'années en années.</li><li>- Marché professionnel (aménagement d'espaces de travail, bureaux...) = peu de concurrence</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Concurrence locale (Besançon et alentours)</li><li>- Architectes d'intérieur</li><li>- Concurrent Houzz.fr</li><li>- Tarifs ?</li></ul>

# Positionnement



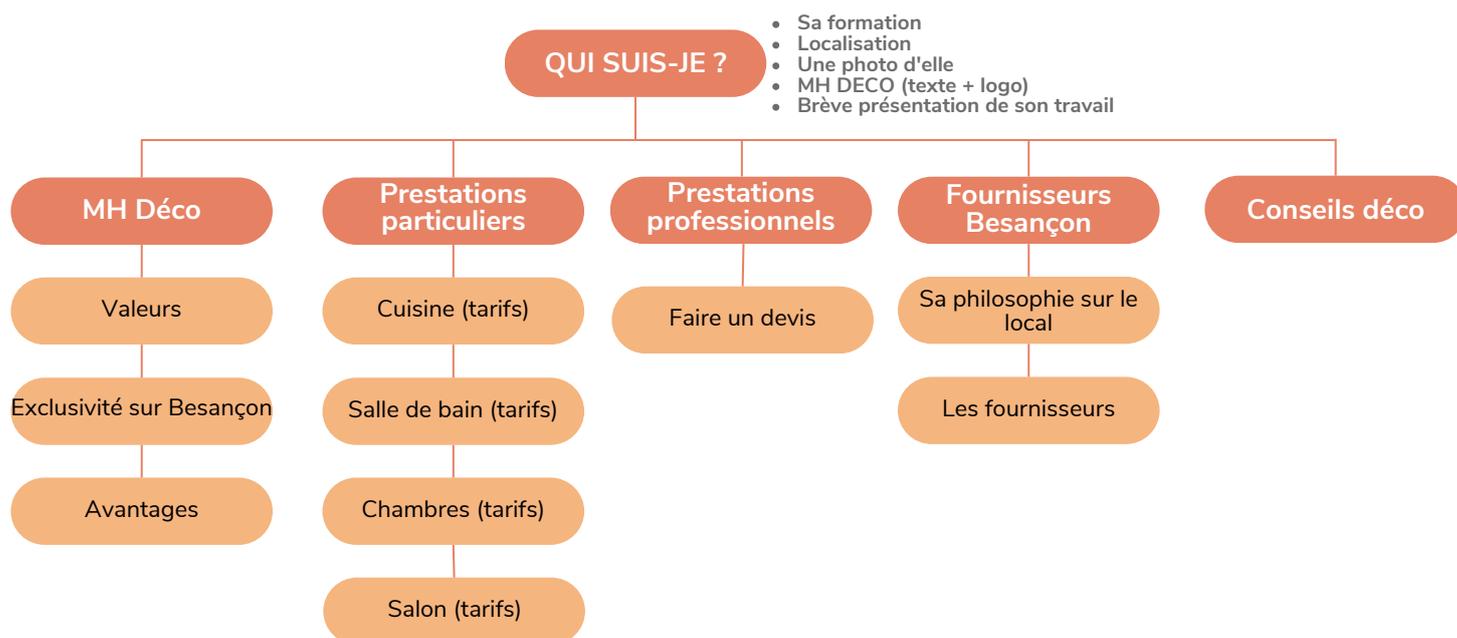
Celia Liniger met en avant la notion de proximité. En effet, elle opère sur le secteur franc-comtois, et travaille avec des fournisseurs locaux, pour satisfaire les particuliers et les professionnels. De plus, elle se différencie par son professionnalisme car elle dispose d'une formation et d'outils innovants. Naturellement, les prix qu'elle propose restent abordables car faire appelle à une décoratrice reste moins cher qu'un architecte d'intérieur.

# La concurrence

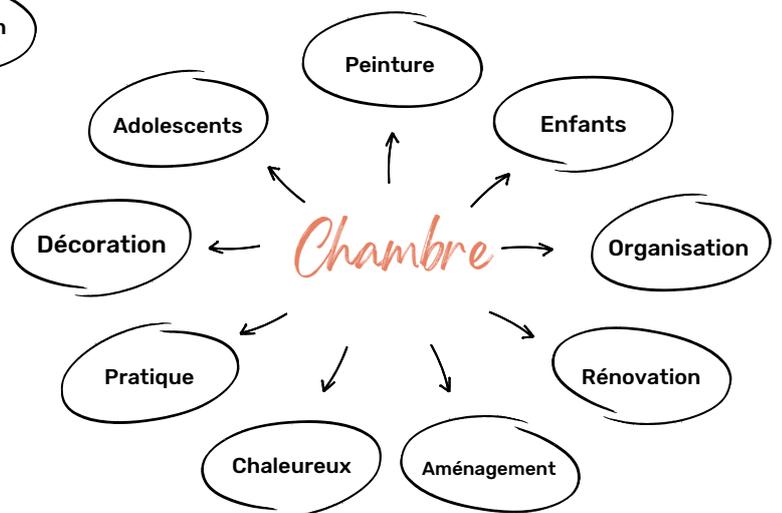
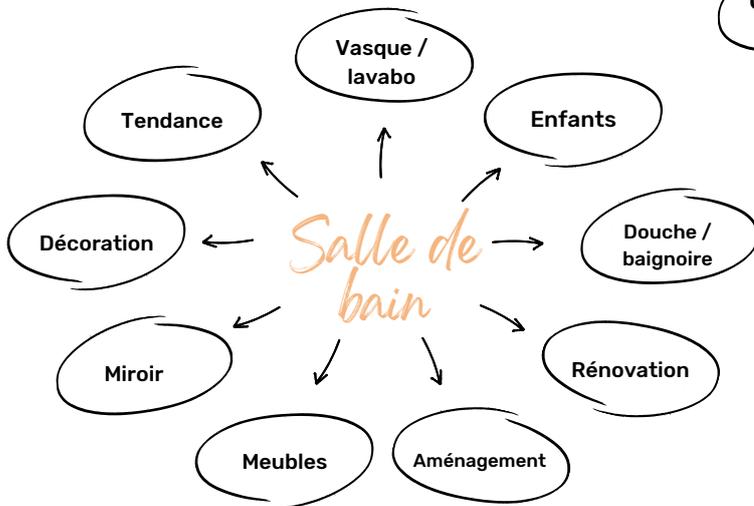
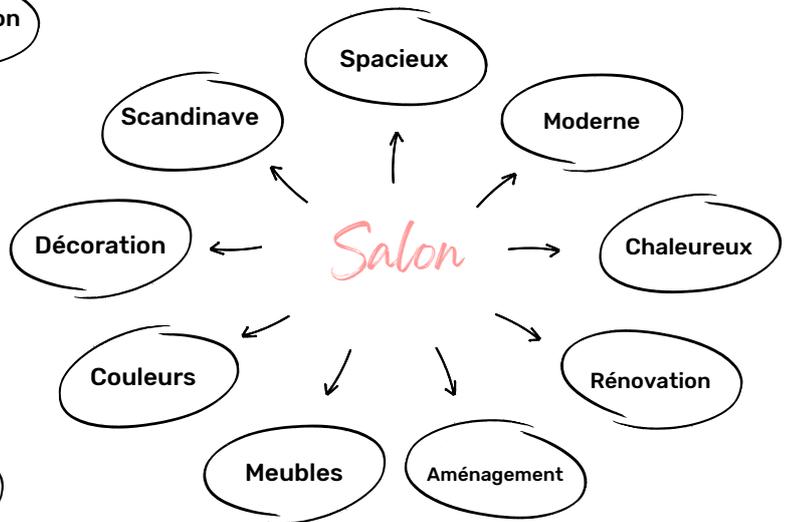
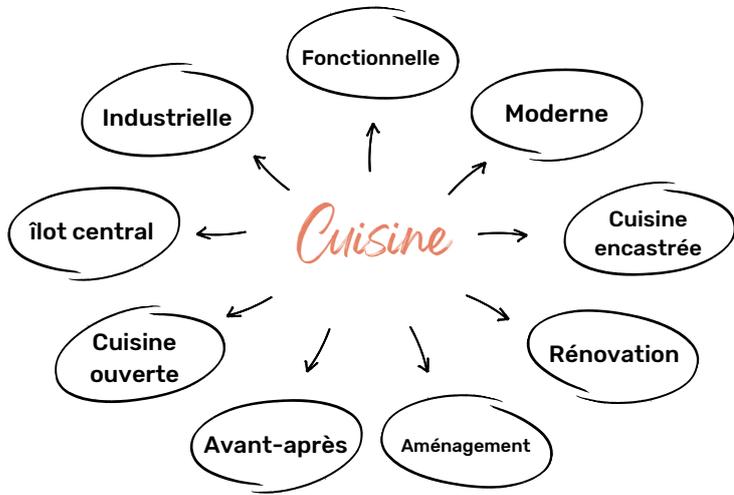
Après une veille concurrentielle, nous remarquons que Celia Liniger n'a que très peu de concurrence locale bien référencée sur le web qui se qualifient comme décorateurs d'intérieur. Le principal concurrent MH Deco est Houzz.fr



## Structure du site



# Mots clés



# Expressions clés

Voici quelques exemples d'expressions clés qui aideraient au référencement des pages :

Expression clés	Pages
"aménagement intérieur Besançon"	Prestations Particuliers
"décoration/aménagement Cuisine Besançon"	Prestation Cuisine
"décoration/aménagement Salon Besançon"	Prestation Salon
"décoration/aménagement Salle de bain Besançon"	Prestation salle de bain
"décoration/aménagement Chambre Besançon"	Prestation Chambre
"MH Deco Besançon"	MH Deco
"Aménagement/décoration" Bureaux Besançon	Prestations Professionnels
"Aménagement/décoration boutique Besançon"	Prestations Professionnels
"Aménagement/décoration" locaux professionnels Besançon	Prestations Professionnels
"Décoratrice/décoration d'intérieur Besançon"	Qui suis-je ?

# Annonce SEA

## Ubersuggest

MOT-CLÉ	TENDANCE	VOLUME	CPC	PD	SD
decorateur interieur besançon		70	€1,05	42	36
conseil décoration intérieure besançon		50	€0	1	30
decoration besançon		50	€0	2	19
decoration noel besançon		40	€0	40	26
décorateur d'intérieur besançon		30	€0,76	31	30
décoratrice d'intérieur besançon		20	€1,08	51	29
décoration besançon		20	€0	1	18
<input type="checkbox"/> aménagement intérieur besançon	Recherches	10	€0,86	64	33

# Google ads

Votre campagne est prête à être publiée [Publier la campagne](#)

Recommandations  
Appliquez ces recommandations pour optimiser les performances de votre campagne < 1 / 5 >

**Améliorez vos annonces responsives sur le Réseau de Recherche** : Enregistrez plus de clics sur vos annonces en améliorant vos titres et vos descriptions [+9,4 %](#) [Afficher](#)

Vue d'ensemble

Nom de la campagne

Type de campagne Réseau de Recherche

Objectif Ventes

Enchères

Enchères Maximiser les clics

Paramètres de la campagne

Réseaux	Réseau de Recherche de Google et Partenaires du réseau de recherche et Réseau Display
Zones géographiques	Bourgogne-Franche-Comté, France (région)
Langues	Français
Audiences	Secteur de l'enseignement + 16 autre(s)

Budget

Budget 15,00 €/jour

## Groupe d'annonces 1

Clics (par semaine) 157  
Coût hebdomadaire 43,91 €  
CPC moy. 0,28 €

Voici la campagne Google Ads que nous avons réalisé. Nous avons ciblé les CSP+, les propriétaires d'un bien immobilier ou en recherche d'acquisition, mais également les personnes présentant un intérêt pour la décoration d'intérieur, vivant en Bourgogne-Franche-Comté.

Pour cette campagne Celia Liniger pourra obtenir environ 157 clics par semaine, à 0,28 centimes le clic.

## Référencement local

Celia Liniger possède déjà une page Google My Business, un élément essentiel pour développer sa visibilité sur le web. Elle apparaît en 21ème position lorsque l'on recherche "décoratrice d'intérieur Besançon", cela est dû au fait qu'elle ne possède qu'un seul commentaire, il faudrait donc qu'elle incite davantage ses clients à lui laisser des avis. Pour le moment les architectes d'intérieur possédant plus d'avis apparaissent avant Celia Liniger.

The screenshot shows a Google My Business profile for 'MH DECO - Célia Liniger'. It includes a photo of Celia Liniger sitting at a desk, a map showing the location in Besançon, France, and the following details:

- Site Web** and **Enregistrer** buttons
- 5,0 stars rating with 1 Google review
- Horaires :** Ouvert · Ferme à 12:00 · Rouvre à 13:30
- Téléphone :** 06 15 92 21 23
- Options: [Suggérer une modification](#) and [Vous êtes le propriétaire de cet établissement ?](#)
- Questions et réponses** section with a [Poser une question](#) button

## Newsletter

Informé par mail est également un pilier fondamental de la communication.

À la hauteur des moyens de Célia Liniger, elle pourrait communiquer auprès de ses clients et fournisseurs grâce à Sendinblue et son forfait gratuit donnant droit à l'envoi de 300 emails par jours.

Voici quelques exemples de sujets sur lesquels elles pourraient communiquer à travers ses mails :

- Tenir ses clients informés sur l'avancée de ses projets
- Promouvoir des produits ou des services
- Informer sur l'actualité
- Mettre en valeur du contenu éditorial
- Fidéliser une audience
- Générer du trafic récurrent vers votre site / blog

## Réseaux sociaux

On propose d'être actif sur trois réseaux sociaux :



Instagram

Instagram serait utile pour montrer ses réalisations, son style et partager des astuces



Facebook

Facebook lui permettrait de toucher davantage sa cible

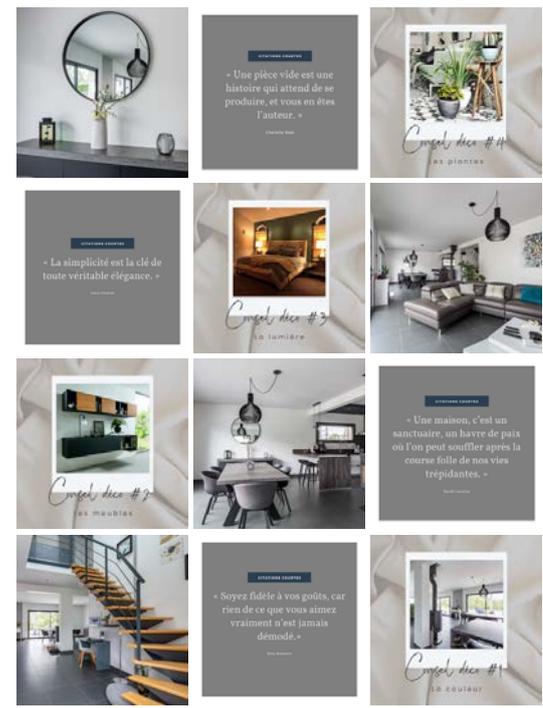


LinkedIn

LinkedIn est un réseaux social qui lui permettrait de toucher une cible plus professionnelle



Au niveau du feed, nous conseillons quelque chose de soigné et cohérent, dans des tons harmonieux. Ainsi, les potentiels clients comprennent directement qu'il s'agit de décoration d'intérieur. Nous conseillons également des couleurs et un style en accord avec celui de Celia. En faisant cela, les clients pourront se projeter plus facilement. C'est comme cela que les concurrents de Celia Liniger arrivent à se démarquer. Voici un exemple de ce qui pourrait marcher :



## Les influenceurs :

Il n'est pas nécessaire de faire appel à un ou plusieurs influenceurs car c'est un coût trop important et Célie Liniger à une entreprise trop petite pour cela. De plus, Celia Liniger est en freelance, elle est donc le seul visage de son entreprise et elle propose des services, pas des produits. Effectuer un partenariat avec un influenceur ne serait donc pas pertinent car cela instaurerait une certaine confusion, Celia Liniger n'a pas les moyens de décorer gratuitement la maison de l'influenceur. Il serait donc trop difficile de promouvoir les services de Celia Liniger sans en faire profiter l'influenceur, et en faisant comprendre que c'est elle la décoratrice d'intérieur et pas l'influenceur.

## La publicité :

La publicité sur les réseaux sociaux a un coût élevé. Célie Liniger n'a pas besoin de publicité pour élargir sa notoriété, ses autres stratégies de notoriété lui permettent de toucher un grand nombre de personnes, il n'est donc pas utile de faire de la publicité sur les réseaux sociaux.

# Les KPI

## Les KPI à surveiller :

### Pour site web :

**Les visiteurs uniques** : grâce à cela Célia Liniger pourrait vérifier que sa stratégie Google ads fonctionne bien.

**Les visiteurs réguliers** : cela permet de savoir si certains visiteurs seraient potentiels clients.

**Géographie du trafic** : pour savoir si nos visiteurs se trouvent dans la zone géographique recherchée.

**Le temps passé** : savoir si les personnes sont réellement intéressées par les services proposés par Célia Liniger.

### E-mailing :

**Taux de couverture** : savoir si les mails sont attractifs et si il faut changer quelque chose.

**Taux de clic global** : savoir le pourcentage de personnes intéressées par une potentielle décoration d'intérieur et cibler notre communication sur eux.

**Taux de désabonnement** : savoir si il faut booster la communication.

### Réseaux sociaux :

**Notoriété/exposition** : savoir si elle a une bonne notoriété sur les réseaux sociaux et si elle se positionne dans le bon domaine d'activité.

**Interaction** : savoir si son contenu est pertinent et si cela intéresse réellement des personnes.

### Conversion :

**Leads naturels / achetés** : savoir si il est intéressant de faire des annonces.

**Leads transformés en clients** : savoir si on obtient des résultats concrets.

# Planning

