

ACT4COMMUNITY

TERME DE REFERENCE

Achat d'une prestation de Formation en stratégie de marketing digital

Act4Community « Agir pour le commun » vise à mettre en place une démarche inclusive de co-construction et de proximité avec les acteurs locaux et la population de la province de Khouribga et Fqih ben Saleh, et ce dans le but de générer des initiatives créatrices de valeur durable à fort impact sur les communautés tant dans les domaines économique et social que dans les domaines de la culture, l'éducation et l'environnement.

1. Contexte :

L'intérêt mondial pour le marketing digital croît à une vitesse fulgurante, annonçant l'avènement d'une nouvelle ère dans le domaine du commerce et de la communication. Dans cet environnement dynamique, le rôle du stratège en marketing digital évolue, dépassant la simple promotion de produits pour adopter une approche globale qui intègre l'art de la persuasion et l'expertise entrepreneuriale. Cette profession est essentielle pour améliorer l'expérience client, en combinant l'opérationnel et l'innovation. Elle implique de proposer des stratégies de contenu performantes, des techniques de ciblage pertinentes et des campagnes publicitaires originales. Pour soutenir le développement du secteur du marketing numérique, qui nécessite des compétences stratégiques pointues, Act4community lance un programme de formation en stratégie de marketing digital. Ce programme ambitieux a pour but de doter les jeunes passionnés par le monde du digital des outils et des connaissances nécessaires pour exceller dans ce domaine, tout en explorant les possibilités infinies qu'offre le marketing digital dans l'écosystème de région.

2. Objectifs :

L'objectif principal de ce programme est de former les futurs stratèges en marketing digital pour devenir des leaders dans leur domaine, en les dotant de :

- Une compréhension approfondie de la culture et des tendances du marketing digital,
- Une maîtrise des stratégies de marketing digital, des campagnes aux méthodes d'optimisation pour les moteurs de recherche, y compris les innovations en matière de publicité en ligne,
- Des compétences en création de campagnes, incluant l'utilisation de données pour le ciblage et la personnalisation, mettant en valeur leur créativité et leur capacité à innover,
- Une connaissance des différentes facettes de l'industrie du marketing digital (de la conception à la conversion, économie du marketing, durabilité),
- La capacité d'utiliser des outils modernes et des technologies avancées dans la mise en œuvre de stratégies marketing,
- Des techniques efficaces de communication et de service client pour améliorer l'expérience utilisateur dans son ensemble,
- La capacité à analyser et à répondre aux besoins des consommateurs avec des propositions de valeur uniques.

Ce programme, conçu pour catalyser la passion et transformer les compétences, se positionne comme un tremplin pour ceux qui cherchent à se démarquer dans le monde du marketing digital, promettant non seulement une carrière enrichissante mais aussi une contribution significative à l'évolution de l'écosystème digital dans la ville.

3. CIBLE :

-Profil : Les jeunes passionnés par le monde du digital, le service client, et l'innovation dans le domaine du marketing qui possèdent une connaissance de base ou un intérêt marqué pour le marketing digital, la communication en ligne, ou le commerce électronique.

-Zones géographique : Province Khouribga et Fqih Ben Saleh

-**Capacité** : 04 groupes d'un nombre de 20 bénéficiaires chacun pour le volet formation,

-**Activités concernées** : Stratégie du marketing digital

4. MODALITES DE MISE EN ŒUVRE :

Les contenus et les méthodes de formation en stratégie de marketing digital doivent favoriser une approche pratique et immersive, au-delà des simples enseignements théoriques. Cette formation sera ponctuée d'exercices pratiques, de simulations réalistes et d'études de cas, élaborés pour refléter les défis réels que les stratèges en marketing digital rencontrent dans leur travail quotidien. L'accent sera mis sur l'apprentissage par la pratique, permettant aux participants d'appliquer immédiatement les compétences acquises dans un cadre contrôlé, tout en étant représentatif des enjeux professionnels du marketing digital.

5. QUALITE ACCOMPAGNATEUR

L'accompagnateur dans le domaine de la formation en stratégie de marketing digital doit posséder une expertise approfondie et actualisée dans tous les aspects du marketing numérique, depuis la planification des campagnes jusqu'à l'analyse des données et la création de contenu. Il est essentiel qu'il soit capable de contextualiser et d'adapter ses connaissances à l'environnement spécifique du marketing digital, pour faciliter une immersion totale et une appropriation significative des compétences par les participants.

- **Expertise et Adaptabilité** : L'accompagnateur doit non seulement maîtriser les aspects théoriques et pratiques du marketing digital, mais aussi savoir les relier directement à l'environnement professionnel actuel, intégrant les dernières tendances et innovations. Cette capacité d'adaptation garantit que la formation reste pertinente et en phase avec les exigences du marché.
 - **Préparation de Supports** : Il est crucial que l'accompagnateur développe des supports pédagogiques et du contenu spécifiquement conçus pour s'aligner avec les objectifs de formation définis. Ces matériaux doivent non seulement couvrir les connaissances fondamentales, mais aussi proposer des défis pratiques et des études de cas qui encouragent l'application des compétences dans des contextes variés.
 - **Transmission des Connaissances** : La capacité à transmettre efficacement les connaissances est fondamentale. L'accompagnateur doit tenir compte de la diversité des profils des participants, reconnaissant et valorisant leurs particularités, potentiels et défis. Une approche pédagogique inclusive et différenciée, qui s'ajuste au niveau de compétence de chaque participant, est essentielle pour maximiser l'apprentissage et l'engagement de tous.
-

6. CONTENU DU PROGRAMME :

I. PROGRAMME :

❖ **Module de formation :**

- MODULE 01/ Introduction au Marketing Digital
- MODULE 02/ Stratégie de Contenu et Branding
- MODULE 03/ SEO et Marketing de Contenu
- MODULE 04/ Publicité en Ligne
- MODULE 05/ Marketing sur les Réseaux Sociaux
- MODULE 06/ Email Marketing
- MODULE 07/ Analyse et Données
- MODULE 08/ Marketing Mobile
- MODULE 09/ E-commerce et Conversion
- MODULE 10/ Inbound Marketing
- MODULE 11/ Automatisation digital
- MODULE 12/ Sécurité et Législation Numérique
- MODULE 13/ Innovation, Tendances et maîtrise des outils d'IA marketing
- MODULE 14/ Coaching en self-branding

NB : Des modules supplémentaires peuvent enrichir le programme de formation en stratégie de marketing digital et offrir une compréhension plus complète de l'industrie du marketing numérique. Ces modules pourraient inclure des sujets tels que le marketing d'affiliation, les stratégies de contenu avancées, ou encore l'analyse comportementale des consommateurs, afin de fournir une formation plus riche et diversifiée aux participants.

❖ **Evaluation :**

Évaluation des acquis à différentes étapes-clés de la formation permettant l'élaboration d'un bilan de progression pédagogique.

II. Commission de sélection :

Le prestataire est appelé à :

- Co-construction avec l'association Act4community d'un appel à candidature à lancer,
 - L'appel à candidature sera lancé sur la page Facebook de l'association Act4community.
 - Pour chaque lancement de formation, le prestataire doit préparer, à sa charge, une vidéo de promotion et une fiche de publication, prêtes pour les réseaux sociaux.
 - Traitement des demandes de candidatures reçues suite à l'appel lancé,
-

- Sélection des bénéficiaires sous forme des commissions de choix sur durée de deux jours

III. Déroulement de la Formation :

- **Planning prévisionnel de la formation :**

Le prestataire doit mettre à disposition une offre détaillée d'un programme de formation en stratégie de marketing digital

Ce programme est destiné aux jeunes retenus dans la commission de sélection. En total 80 jeunes répartis en 4 groupes de 20 personnes chacun selon le planning prévisionnel :

Planning prévisionnel de Formation																											
	S1	S2	S3	S4	S5	S6	S7	S8	S9	S10	S11	S12	S13	S14	S15	S16	S17	S18	S19	S20	S21	S22	S23	S24	S25	S26	
Lancement de l'Appel & Sélection des candidats	■													■													
Formation G1 (Matin)		■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■													
Formation G2 (soir)		■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■													
Formation G3 (Matin)															■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Formation G4 (soir)															■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■

NB : Toute fois les thèmes ci-dessus reste à titre indicatif, le soumissionnaire doit proposer une offre innovante et plus large.

- **Planification des conférences:**

La planification des conférences animées par des experts reconnus dans le domaine, sélectionnés en collaboration entre Act4community et le prestataire (au moins deux conférences).

- **Visites et retour d'expérience :**

Le prestataire est tenu d'organiser deux visites auprès d'agences de marketing reconnues, la logistique étant assurée par le client.

7. Organisation et gestion de la mission :

Documentation :

Le prestataire s'engage à prendre en charge la gestion et l'archivage des documents (fiche de présence, fiche de suivi des entreprises, rapport de suivi ...).

Les documents restent la propriété de l'Act4community

Modalités de paiement :

L'adjudication sera faite en une seule prestation et les paiements seront effectués par l'association ACT4COMMUNITY au fur et à mesure de l'avancement des prestations.

Exigences particulières :

- L'association ACT4COMMUNITY se réserve le droit de refuser toutes propositions ou modifications (d'échanges ou alternatives) ne figurant pas dans le descriptif technique,
- La formation sera faite en 4 groupes de 20 personnes,
- La prestation sera adjugée en un seul lot selon la matrice du mieux disant une pondération de 70% technique et 30% financière avec un seuil minimum de 70% de conformité technique.

8. Lieu de formation :

Présentiel : Les locaux de l'association Act4community à Khouribga ou Oued Zem,

9. Les livrables :

Le prestataire est amené à préparer les livrables suivants :

- Le model de l'appel à candidature à lancer avec les critères de choix des bénéficiaires,
- Liste des candidats qui ont manifesté intérêt à ce programme,
- PV de la commission de choix des candidats retenus de chaque groupe (en total 04 groupes de 20 bénéficiaires),
- Liste des bénéficiaires de la formation,
- Liste de présence de chaque séance formation
- Les supports de formation en format papier & électronique,
- Liste des comptes fiver (ou similaire) pour les participants plus le brand digital de chaque participant
- Liste des contenu digitaux réalisés par participant
- Description des Services payant réalisés par participant (Le seuil de conformité est atteint lorsque plus de 100 % des participants adhèrent à un service)

10. Les KPI's de suivi :

Durant le programme, le prestataire est appelé à suivre les indicateurs suivants :

- Nombre de séances de formation : (240 séances)
- Taux de présence (Nombre des bénéficiaires : 80 participants)
- Taux des GIGS réalisées par participant

11. ATTESTATION D'ACCOMPAGNEMENT

Une attestation devra être remise à chaque candidat qui aura suivi le programme de formation.

12. Modalité De Paiement :

L'adjudication sera faite en une seule prestation et les paiements seront effectués par l'association ACT4COMMUNITY au fur et à mesure de l'avancement des prestations.

Le règlement interviendra après réception par « l'Association A4C » de la facture objet de réception conforme, et ce par virement sur le compte bancaire ouvert au nom de prestataire.

Le fournisseur devra par conséquent adresser à la l'Association A4C :

- Deux factures originales avec entête, contenant les mentions suivantes :
- La référence au présent contrat;
- Le numéro de la facture et son objet ainsi que le numéro d'ICE ;
- La date d'émission (jour, mois et année) ;
- Le nom et l'adresse du Client
- Le nom, le cachet et la signature ;
- Le montant hors TVA, le taux et le montant de la TVA applicable ;
- Le montant TVA comprise
- L'arrêté en toutes lettres du montant de la facturation;
- Le cachet du prestataire.
- La domiciliation bancaire du prestataire.

13. Dossier De Soumission :

1. Offre technique :

Le soumissionnaire devra présenter un dossier technique composé de :

- Le TDR signé et cacheté.
- Documents de références.
- La grille de recevabilité signée et cachetée à laquelle il faut joindre les documents qui y sont spécifiés.
- Les conditions générales d'achat « CGA » signé et cacheté
- L'offre technique doit nous parvenir sous plis fermé et doit être déposés à la boîte postale de l'association Adresse : Boite postale Act4community N° 173 Khouribga centre de distribution Khouribga Maroc.

Indiquer sur l'enveloppe : Le libellé du projet et Le nom du prestataire, son mail, adresse et téléphone.

2. Offre commerciale

Le soumissionnaire devra établir une proposition financière à la base du bordereau des prix en annexe et l'adresser sous pli fermé au Boite postale Act4community N° 173 Khouribga centre de distribution Khouribga Maroc.

Indiquer sur l'enveloppe : Le libellé du projet et Le nom du prestataire, son mail, adresse et téléphone.

3. Dossier juridique et administratif

Enveloppe dossier administratifs et juridique de l'adjudicataire selon l'annexe 1-AA.

14. ASSURANCE DES INTERVENANTS

Le PRESTATAIRE devra souscrire, à ses frais, toutes polices d'assurance appropriées destinées à couvrir les risques inhérents à l'exécution de la prestation

Les primes d'assurance du personnel intervenant, véhicule utilisé, assistance médicale et hospitalisation en cas d'accident et honoraires correspondants seront à la charge du prestataire.

LE SOUMISSIONNAIRE

LE CHEF DE PROJET

FAIRE PRECEDER LA SIGNATURE
DE LA MENTION MANUSCRITE « LU ET ACCEPTE »
