



APPEL D'OFFRES

RECRUTEMENT D'UN CONSULTANT OU D'UNE AGENCE SPECIALISEE EN MARKETING ET STRATEGIE DIGITALE POUR ACCOMPAGNER L'ASSOCIATION AIDE ET SECOURS DANS SA TRANSFORMATION DIGITALE.

Date limite de soumission des
candidatures : 30 Mars 2025 à minuit

1 : Présentation de l'association :

Fondée en 1994, L'Association Aide et Secours (AAS) est une Association marocaine, nationale sociale, de développement, indépendante, à but non lucratif, reconnue d'utilité publique par le décret n°2.11.617, publié au journal officiel du 21/10/2011 ; spécialisée dans la conception et l'exécution des services de protection sociale en faveur des familles des orphelins et veuves. L'Association Aide et Secours a obtenu le certificat de son Système Management Qualité (SMQ) selon la norme ISO 9001-version 2015 en 2017.

L'AAS a pour vision de garantir la dignité de la famille dans une société solidaire à travers un ensemble de services intégrés : parrainage, éducation, soutien psychosocial, sanitaire et social, formation et qualification, intégration, socioprofessionnelle et accompagnement à l'auto-emploi avec la participation de l'environnement familial et social de l'orphelin en tout dignité, transparence et professionnalisme.

Notre choix stratégique consiste à assister l'orphelin dans son environnement familial, sans le priver de sa mère, ses frères et sœurs, sa grande famille et son entourage, l'orphelin et sa famille bénéficient d'un ensemble de services conçus spécialement pour satisfaire leurs besoins.

En général, l'AAS apporte son soutien pour contribuer à créer une dynamique en faveur du développement humain au Maroc, cohérente avec les objectifs de l'initiative Nationale du Développement Humain (INDH) et aussi en conformance avec les objectifs du développement durable (ODD) pour mieux satisfaire les parties intéressées.

Dans le cadre de sa transformation digitale et de son engagement à améliorer sa visibilité, son interaction avec ses parties prenantes et son efficacité en communication, l'AAS souhaite renforcer sa stratégie digitale. À cet effet, elle cherche à recruter un consultant ou d'une agence en marketing et stratégie digitale qui accompagnera l'Association dans l'élaboration et la mise en place d'une stratégie digitale efficace et innovante.

L'Association Aide et Secours aspire à optimiser sa présence digitale afin de mieux communiquer sur ses actions, mobiliser les ressources et interagir efficacement avec ses bénéficiaires et partenaires. Elle souhaite donc élaborer et mettre en œuvre une stratégie de marketing digital alignée avec sa mission et ses objectifs stratégiques.

L'objectif général est de recruter un consultant chef de projet ou une agence spécialisée en marketing et stratégie digitale pour accompagner l'Association Aide et Secours (AAS) dans l'élaboration, le développement, le déploiement et le suivi d'une stratégie digitale efficace. Cette stratégie vise à renforcer la visibilité de l'AAS, à améliorer l'engagement et l'interaction avec la communauté, à optimiser les campagnes de levée de fonds et la communication avec les parrains et donateurs, ainsi qu'à sensibiliser le grand public. L'accompagnement inclura une approche structurée et mesurable, intégrant la formation du personnel aux outils et pratiques numériques afin d'assurer une autonomie durable

Les résultats attendus garantissent que l'AAS dispose d'une stratégie digitale robuste, opérationnelle, et durable, permettant : une communication améliorée avec les parrains et donateurs (via des canaux personnalisés et réguliers), une augmentation significative des fonds collectés (via des campagnes ciblées et des plateformes intégrées), une appropriation interne grâce à la formation et à la conduite du changement, une sécurité et une évolutivité pour s'adapter aux évolutions futures du paysage numérique.

Le consultant ou l'agence doit fournir des informations démontrant qu'il est qualifié pour exécuter cette mission, notamment un CV et des références de projets similaires.

- ✓ **La sélection se fera sur la base des qualifications, de l'expérience du consultant ou de l'agence dans des projets similaires et de l'offre financière proposée.**
- ✓ **Les candidats peuvent demander des éclaircissements en envoyant un e-mail aux adresses suivantes : directeur@alaoun.org (Noureddine TEMSAMANI) et qualite@alaoun.org (Sara NAMMAT) avant le 30 mars 2025.**
- ✓ **Les candidatures doivent être soumises par e-mail à ces mêmes adresses au plus tard le 30 mars 2025 à minuit.**

Les étapes et les délais du processus de sélection sont détaillés ci-dessous :

Étape	Description	Deadline
Réception des candidatures	Collecte des offres techniques et financières	30 mars 2025
Présélection des candidats	Tri des candidatures selon les critères de sélection	4 avril 2025
Entretiens téléphoniques et physiques	Évaluation des candidats retenus	Du 7 au 10 avril 2025
Prise de décision	Sélection du candidat final	12 avril 2025
Négociation et contractualisation	Signature du contrat	14 avril 2025

Directeur de l'Association Aide et secours

Noureddine TEMSAMANI





TERMES DE REFERENCES

RECRUTEMENT D'UN CONSULTANT OU D'UNE AGENCE SPECIALISEE EN MARKETING ET STRATEGIE DIGITALE POUR ACCOMPAGNER L'ASSOCIATION AIDE ET SECOURS DANS SA TRANSFORMATION DIGITALE.

2 Contexte et justification :

- **Contexte :**

L'Association "Aide et Secours" (AAS), dédiée au parrainage des orphelins et à l'autonomisation de leurs familles à travers des programmes de Tamkine "تمكين" individuel, familial et communautaire, évolue dans un environnement où les attentes des parties prenantes (donateurs, parrains, partenaires, bénéficiaires) ne cessent de croître. Bien que l'association ait démontré une forte implication sur le terrain, notamment le lancement du projet de lutte contre l'habitat insalubre, l'éducation et l'intégration socio-économique des familles d'orphelins, elle fait face à plusieurs défis structurels et stratégiques :

- **Communication limitée:** Les interactions avec les parrains et donateurs sont principalement basées sur des canaux traditionnels (téléphone, courrier), ce qui limite la fréquence, la personnalisation et l'engagement.
- **Visibilité digitale insuffisante:** Avec une présence en ligne minimale, l'AAS peine à atteindre un public plus large.
- **Concurrence accrue :** La multiplication des ONG locales et internationales, utilisant des stratégies digitales avancées, met l'AAS en position de retard, réduisant sa capacité à capter de nouveaux donateurs.
- **Besoins financiers croissants :** Les programmes d'autonomisation (formation professionnelle, soins de santé, soutien saisonnier comme Ramadan ou la rentrée scolaire) nécessitent des ressources supplémentaires pour répondre à la demande croissante des familles bénéficiaires, estimée à une augmentation de 20% des besoins annuels.
- **Manque de suivi des indicateurs :** L'absence d'outils numériques pour mesurer l'impact des dons et l'engagement des parties prenantes limite la transparence et la planification stratégique.
- **Évolution des attentes des donateurs :** Les parties prenantes exigent désormais une communication en temps réel, des preuves d'impact clair (via photos, vidéos, rapports), et des options de dons flexibles.

- **Justification :**

Face à ces défis, l'AAS reconnaît la nécessité d'adopter une approche transformative via une stratégie



digitale efficace, conçue et pilotée par un consultant ou une agence en marketing et stratégie digitale, pour moderniser sa communication et optimiser la collecte de fonds (dons et parrainages) en soutien aux orphelins et leurs familles. Cette stratégie vise à répondre pleinement aux attentes des parties prenantes et à atteindre les objectifs assignés, tout en renforçant la mission de l'association (préservation de la dignité, autonomisation, solidarité).

Pour assurer la réussite de cette transition digitale, l'AAS souhaite s'appuyer sur les services d'un consultant ou d'une agence chargée d'accompagnement, dont la mission sera d'assister l'association dans la mise en place d'une stratégie répondant aux besoins suivants :

- **Amélioration de la communication** : Développer des canaux numériques personnalisés et réguliers pour maintenir un lien constant avec les parrains et donateurs, tout en partageant des mises à jour sur l'impact des contributions.
 - **Augmentation des fonds collectés** : Concevoir des campagnes digitales thématiques (ex. Ramadan, rentrée scolaire, Hiver) et intégrer des plateformes pour diversifier les sources de revenus, avec un objectif d'attirer 30% de nouveaux donateurs via le marketing digital.
 - **Transparence et confiance** : Mettre en place un tableau de bord en ligne accessible aux donateurs pour suivre en temps réel l'utilisation des fonds (ex. 70% pour les orphelins, 20% pour les programmes, 10% pour l'administration), renforçant ainsi la fidélité.
 - **Visibilité et branding** : Renforcer la présence digitale via une refonte du site web (alaoun.org), une stratégie de contenu sur les réseaux sociaux, et des partenariats avec des influenceurs pour promouvoir les valeurs de l'association : dignité, solidarité...
 - **Engagement communautaire** : Créer des espaces numériques pour impliquer les parrains et la famille élargie des orphelins dans des activités solidaires.
 - **Suivi et analyse** : Développer des systèmes d'information pour mesurer les indicateurs clés (taux d'engagement, dons collectés, fidélité...), permettant une optimisation continue des campagnes.
 - **Formation interne** : Accompagner l'équipe de l'AAS dans l'adoption des outils numériques pour garantir la durabilité de la stratégie après la phase initiale.
 - **Plaidoyer digital** : Lancer des campagnes de sensibilisation pour mobiliser des soutiens institutionnels (gouvernements, entreprises) et renforcer l'impact social de l'association.
- Cette approche digitale, soutenue par un consultant ou une agence en marketing et stratégie digitale, permettra à l'AAS de transformer ses défis en opportunités, de répondre aux attentes croissantes des parties prenantes, et de sécuriser des ressources financières durables pour ses programmes d'autonomisation et de parrainage.



3 Identité de l'association :

- **Vision :** تحقيق كرامة أسرة اليتيم في مجتمع متضامن (Réaliser la dignité des familles d'orphelins dans une société solidaire).
- **Mission :** المساهمة في حفظ كرامة وتماسك واستقرار أسرة اليتيم، وفي تفعيل وتقوية مجتمع التضامن من خلال بناء الاقتدار والاستقلالية بكل أمانة وتطوع وإتقان، وذلك عبر برامج التمكين الفردي والأسري والمجتمعي على الصعيد الوطني (Contribuer à préserver la dignité, la cohésion et la stabilité des familles d'orphelins, et à renforcer une société solidaire par le développement de l'autonomisation et de l'indépendance avec honnêteté, volontariat et excellence, à travers des programmes d'empowerment individuel, familial et communautaire au niveau national).
- **Valeurs :** التضامن (Solidarité), الإتقان (Excellence), التطوع (Volontariat), الأمانة (Honnêteté), الكرامة (Dignité).
- **Activités clés :**
 - Parrainage des orphelins (soutien financier, éducatif, santé).
 - Tamkine familial : Sécurité familiale et résidentielle, cohésion et soutien mutuel.
 - Tamkine économique : Autonomisation par des compétences professionnelles, réduction des difficultés d'apprentissage.
 - Tamkine social : Renforcement des liens sociaux, intégration communautaire.
 - Services saisonniers et non saisonniers (Ramadan, Aïd, rentrée scolaire, santé).
 - Plaidoyer social et institutionnel pour le renforcement de la solidarité.
 - Durabilité financière et ressources humaines compétentes.

4 Objectifs de la mission :

- **L'objectif général:**

Recruter un consultant ou une agence en marketing et stratégie digitale pour accompagner l'AAS à établir un cahier de charge dans :

- L'analyse et le diagnostic de la présence digitale actuelle de l'AAS afin d'identifier les forces et les obstacles et les axes d'amélioration.
- L'élaboration et la mise en œuvre d'une stratégie de communication digitale efficace et adaptée aux différentes cibles.
- Le développement et l'optimisation de la présence de l'AAS sur les réseaux sociaux à travers une ligne éditoriale cohérente et engageante.



- La mise en place de campagnes de communication et de mobilisation en ligne pour renforcer l'engagement et la collecte de fonds.
- L'optimisation du référencement du site web et des plateformes numériques de l'AAS afin d'améliorer leur visibilité.
- L'amélioration des différents canaux de communications et des outils de gestion de la relation avec les donateurs pour renforcer la fidélisation.
- L'utilisation des outils d'analyse pour mesurer l'impact des actions digitales et ajuster la stratégie en conséquence.
- La formation de l'équipe sur les bonnes pratiques du marketing digital et l'utilisation des outils adaptés.
- La mesure de la fluidité et la réactivité du public cibles.
- La nécessité d'établir des KPIs (indicateurs de performance clés) pour suivre l'impact des actions mises en place.
- L'accompagnement dans les choix techniques afin d'identifier et de mettre en place les solutions techniques les plus pertinentes.

5 Résultats attendus de la mission :

L'objectif de cette mission, menée par un consultant chef de projet ou une agence en marketing et stratégie digitale est de livrer et d'accompagner une stratégie digitale pleinement opérationnelle et alignée sur les besoins de l'AAS. Les résultats attendus sont les suivants :

- **Une analyse et un diagnostic digital approfondis sont assurés**
 - Un rapport détaillé sur la présence digitale actuelle de l'AAS est élaboré.
 - Une liste d'axes d'amélioration et de recommandations adaptées aux besoins spécifiques de l'AAS est fournie.
- **Une stratégie de communication digitale efficace est mise en place**
 - Un plan stratégique de communication digitale, structuré et adapté aux différentes cibles de l'AAS, est défini.
 - Les messages clés et les supports de communication les plus pertinents sont identifiés.
- **Une agence ou un prestataire spécialisé(e) est recruté(e)**
- **L'implantation de la stratégie digitale est assurée**



- **La conduite du changement est assurée**
- **L'optimisation des réseaux sociaux et de la ligne éditoriale est assurée**
 - Une ligne éditoriale claire et engageante pour assurer une communication cohérente sur les réseaux sociaux est définie.
 - Un calendrier de publication optimisé pour maximiser l'engagement et la visibilité est établi.
 - Un plan d'animation communautaire pour interagir avec les abonnés et renforcer la notoriété est mise en place.
- **La mise en place de campagnes digitales efficaces est assurée**
 - Une stratégie de campagnes en ligne visant à accroître l'engagement et la collecte de fonds est développée.
 - Des recommandations pour le ciblage et l'optimisation des budgets publicitaires sont fournies.
- **L'amélioration du référencement et de la visibilité en ligne est assurée**
 - Un plan d'optimisation pour améliorer la visibilité est élaboré.
 - Des recommandations sur le contenu et les mots-clés à privilégier pour le référencement sont proposées.
- **Le renforcement des canaux de communication et la gestion des donateurs sont assurés**
 - Des outils et recommandations pour améliorer la relation avec les donateurs sont mis en place.
 - Un plan pour optimiser les échanges et la fidélisation des contributeurs est défini.
- **La mise en place d'outils d'analyse et le suivi des performances sont assurés**
 - L'identification et la mise en place d'outils de mesure de la performance digitale sont effectuées.
 - Les KPIs pour évaluer l'impact des actions et ajuster la stratégie sont définis.
- **La formation de l'équipe interne est assurée**
 - Des séances de formation pour l'équipe de l'AAS sur les bonnes pratiques du marketing digital sont organisées.
 - Des guides et supports pédagogiques pour assurer l'autonomie des équipes après la mission sont fournis.



- **L'évaluation de l'interaction avec le public cible est assurée**
 - L'analyse de l'engagement et des retours des audiences sur les différents canaux est réalisée.
 - Des recommandations pour améliorer la réactivité et l'interaction avec les bénéficiaires et donateurs sont proposées.
- **L'accompagnement dans le choix des solutions techniques est assuré**
 - L'analyse des besoins techniques de l'AAS et les recommandations sur les outils à adopter sont effectuées.
 - L'assistance dans l'intégration et la configuration des solutions digitales sélectionnées est garantie.

6 Livrables attendus de la mission :

Le chef de projet devra élaborer et faire valider les livrables suivants :

Livrable	Format
La note de cadrage de la mission	Word, Excel
Le cahier des charges	Word
Diagnostic digital (audit de la présence en ligne)	Word, PDF
Stratégie de communication digitale	Word
Calendrier éditorial des publications	Excel, PDF
Plan détaillé des campagnes digitales	Word, PDF
Rapport d'optimisation du référencement	Word, PDF
Plan d'optimisation des relations avec le public cibles	Word
Tableau de bord des indicateurs de performance	Excel, PDF
Comptes rendus des ateliers et réunions de suivi	Word
Guide de formation aux outils digitaux	Word, PDF
Présentation du projet et de son Etat d'avancement à présenter au bureau exécutif de l'ASS et toute autre instance décisionnelle	PPT
Recommandations techniques et choix des outils numériques	Word, PDF



7 Profil du chargé d'accompagnement :

Expérience pertinente pour la mission : Le chargé d'accompagnement devra disposer de capacités avérées et justifier d'au moins cinq (05) missions d'assistance à la maîtrise d'ouvrage dans des projets de marketing digital et/ou stratégie numérique au cours des cinq (05) dernières années.

Formation	Expériences	Qualités interpersonnelles
<ul style="list-style-type: none">• Formation supérieure (Bac +5) en marketing, communication digitale, gestion de projet, ou dans un domaine connexe (ex. école de commerce, master en marketing digital, communication stratégique).• Une connaissance des outils et tendances actuelles du marketing digital est fortement recommandées.• Enrichissement : Une certification complémentaire en marketing digital ou en gestion de projet.	<ul style="list-style-type: none">• Expérience préalable dans la mise en place de stratégies digitales, de préférence au sein d'une association ou d'une organisation à but non lucratif.• Bonne connaissance des enjeux et défis du marketing digital dans le secteur associatif.• Compétences techniques en gestion de projet, analyse des besoins, sélection et mise en place d'outils numériques et maîtrise des outils de marketing digital.• Une expérience antérieure dans le secteur associatif serait un atout.	<ul style="list-style-type: none">• Capacité à travailler en équipe et à coordonner les efforts de différents acteurs.• Excellentes compétences en communication écrite et verbale en Arabe et Français.• Capacité à s'adapter rapidement aux changements et à résoudre les problèmes de manière autonome.• Sens de l'organisation, rigueur et souci du détail.• Sensibilité culturelle et éthique : Compréhension des valeurs de l'AAS et capacité à produire des contenus respectueux de la dignité des bénéficiaires.• Connaissance des tendances digitales.• Expérience en storytelling.

8 Début et lieu de réalisation de la mission :

La mission Débutera La mission débutera courant du mois d'avril 2025. La durée prévisionnelle de la mission est estimée à 20 jours/Travail. Il est important de noter que le consultant sera engagé sur la base des résultats et ne sera pas nécessairement tenu de travailler principalement depuis le siège de l'ASS. La mission sera en mode hybride, avec une combinaison de travail en présentiel et à distance, en fonction des besoins et des exigences du projet.

9 Dossier de candidature :

Les candidats intéressés par cette offre devront soumettre un dossier de candidature comportant notamment :



- Le CV Détaillé en Français ou Arabe ;
- Les attestations de référence relatives aux missions réalisées (Si disponibles) ;
- 2 contacts (Email et Téléphone) de références à contacter ;
- Une note de 2 pages maximum indiquant la compréhension de la mission, la méthodologie proposée et le planning prévisionnel proposé (A titre indicatif) ;
- L'offre financière (L'offre doit inclure tous les frais à déployer dans le cadre du projet)

Les candidatures doivent être soumises par e-mail aux adresses ci-après **directeur@alaoun.org** (**Noureddine TEMSAMANI**) et **qualite@alaoun.org** (**Sara NAMMAT**) au plus tard le 30 mars 2025 à minuit.