



Terme de référence

Appel à consultation

Élaboration de la stratégie marketing de la plateforme digitale d'accompagnement et de formation en Economie Sociale et Solidaire, (ESS)

Dans le cadre du projet « Renforcement de l'Entrepreneuriat à Impact Social et Environnemental avec une Plateforme Digitale pour un Développement Inclusif et Durable dans les Territoires »

1. A propos du CIRA ESS

Le Centre d'Incubation et de Recherche-Action en Économie Sociale et Solidaire (CIRA-ESS Maroc) est une structure engagée dans la promotion, le développement et l'accompagnement des initiatives en économie sociale et solidaire (ESS) au Maroc. Le CIRA-ESS joue un rôle clé dans le soutien aux porteurs de projets, en particulier les jeunes et les femmes, pour créer des activités à impact social et environnemental.

Le CIRA-ESS se positionne comme un acteur stratégique du développement local, œuvrant à la structuration d'écosystèmes inclusifs, durables et adaptés aux réalités territoriales.

2. Contexte du projet

Dans le cadre de son partenariat avec l'AECID, le CIRA-ESS développe une plateforme digitale dédiée à l'accompagnement, la formation et la mise en réseau des acteurs de l'Économie Sociale et Solidaire (ESS). Cette initiative vise à offrir un espace structurant, accessible et inclusif pour le renforcement des capacités, la mise en réseau, la diffusion de ressources utiles et la valorisation des initiatives entrepreneuriales à fort impact social.

La plateforme s'adresse à une diversité de profils : **porteurs de projets, professionnels de l'ESS, entreprises, coopératives, jeunes diplômés, femmes entrepreneures**, et

institutionnels œuvrant dans ce domaine...etc. Elle propose des outils adaptés aux besoins spécifiques de chacun, qu'ils soient en phase d'idéation, de lancement ou de développement.

Pour garantir sa visibilité, son attractivité et son efficacité, **une stratégie marketing inclusive, multicanale** et ciblée est indispensable. Celle-ci devra déployer des actions à l'échelle nationale et internationale, tout en valorisant les partenariats stratégiques avec des experts sectoriels, structures d'accompagnement, formateurs, coachs, incubateurs, ainsi que des organismes de financement publics, privés et internationaux.

La plateforme ambitionne de proposer un dispositif complet de formation et d'accompagnement, combinant des contenus pédagogiques certifiants, un suivi personnalisé, des opportunités de mentorat, et un accès aux ressources et financements. Elle a pour objectif de renforcer durablement les capacités entrepreneuriales et de structurer un écosystème ESS inclusif, collaboratif et pérenne.

3. Objectifs de la consultation

Le CIRA-ESS souhaite recruter une agence ou un(e) consultant(e) spécialisé(e) en marketing et stratégie digitale afin de :

- Élaborer une stratégie marketing globale, cohérente et alignée avec les objectifs spécifiques de la plateforme ESS, intégrant les enjeux de visibilité, d'impact social et d'appropriation par les différentes cibles.
- Piloter la mise en œuvre opérationnelle de cette stratégie, en assurant un suivi rigoureux des actions et une adaptation continue aux retours du terrain et aux évolutions du marché.
- Renforcer la visibilité, la notoriété et l'attractivité de la plateforme auprès des différents publics cibles (porteurs de projets, acteurs ESS, partenaires, financeurs, etc.), afin de maximiser son adoption et son impact.
- Concevoir et déployer des actions de communication et de marketing digital efficaces, axées sur l'acquisition de nouveaux utilisateurs, l'engagement actif des communautés, et la fidélisation durable des bénéficiaires.
- Optimiser l'utilisation des canaux digitaux disponibles, notamment les réseaux sociaux, le site web, les campagnes d'emailing, le référencement naturel (SEO) et payant (SEA), afin d'assurer une présence dynamique et pertinente sur l'ensemble des plateformes.
- Définir une feuille de route pour le lancement officiel de la plateforme, comprenant la création et la gestion de campagnes teaser, l'organisation de webinaires interactifs, et la mobilisation des réseaux et partenaires stratégiques pour amplifier la portée du lancement.

- Former et accompagner l'équipe projet à la mise en œuvre, au suivi et à l'ajustement de la stratégie marketing, en leur fournissant les outils, méthodes et indicateurs clés de performance nécessaires à une gestion autonome et efficace à moyen et long terme.

3. Publics cibles

Les publics cibles principaux sont :

- Porteurs de projets ESS, notamment les jeunes entrepreneurs, les femmes entrepreneures, les personnes en reconversion professionnelle ou en quête d'un engagement à impact social, qui cherchent à structurer, lancer ou développer leur initiative.
- Professionnels de l'ESS, incluant les salariés et dirigeants d'entreprises sociales, les membres de coopératives, associations, mutuelles et fondations, qui ont besoin d'outils, de formations et de ressources pour renforcer leurs compétences, innover et mieux structurer leurs activités.
- Accompagnateurs, incubateurs, coachs et consultants spécialisés, acteurs clés du soutien aux projets ESS, qui utiliseront la plateforme pour accéder à des ressources, partager leurs expertises, et collaborer au développement des initiatives.
- Entreprises et structures de l'ESS, qui recherchent des opportunités de partenariat, de mise en réseau, et des canaux pour valoriser leurs produits ou services à travers la marketplace intégrée.
- Partenaires financiers et acteurs institutionnels, publics et privés, engagés dans le financement, l'accompagnement ou la promotion de l'ESS, qui souhaitent suivre les projets, identifier des opportunités d'investissement et renforcer leur visibilité auprès des bénéficiaires.
- Grand public intéressé par l'Économie Sociale et Solidaire, incluant les citoyens, étudiants, chercheurs et médias, qui souhaitent s'informer, se former ou s'engager dans des démarches solidaires et durables.

4. Résultats attendus

À l'issue de la mission, les résultats suivants sont attendus :

- Déploiement d'une stratégie marketing intégrée multicanale, alignée avec les objectifs de la plateforme ESS et tenant compte de la diversité des profils cibles.
- Positionnement de la plateforme en tant que référence nationale et internationale dans la formation et l'accompagnement en économie sociale et solidaire (ESS).
- Une augmentation mesurable de la visibilité de la plateforme sur les canaux digitaux (trafic sur le site, portée des publications, taux d'engagement...).
- Un plan d'actions marketing opérationnel, avec un calendrier précis, des priorités définies, des messages clés adaptés à chaque cible, et des outils de mise en œuvre.

- Une feuille de route de lancement de la plateforme incluant les actions de communication avant, pendant et après le lancement officiel.
- Un système d'indicateurs de performance (KPI) permettant de suivre l'efficacité des actions et d'ajuster la stratégie.
- Production de contenus à forte valeur ajoutée adaptés aux différents profils utilisateurs
- Une équipe projet formée et outillée pour la mise en œuvre autonome de la stratégie marketing et son ajustement dans le temps.
- Une mobilisation accrue des communautés cibles, traduite par le nombre d'inscriptions sur la plateforme, la participation aux webinaires, l'utilisation des modules de formation, etc.

5. Méthodologie et livrables attendus

Le/la consultant(e) ou l'agence devra proposer une méthodologie claire, basée sur les étapes suivantes :

Phase 1 : Diagnostic stratégique

- Analyse de l'écosystème ESS et du positionnement de la plateforme.
- Benchmark de plateformes similaires au niveau national et international.
- Identification des cibles, de leurs attentes et comportements digitaux.

Phase 2 : Élaboration de la stratégie marketing

- Définition des axes stratégiques et des objectifs marketing (SMART).
- Segmentation des publics cibles et élaboration de personae.
- Choix des canaux de communication et des formats de contenu.
- Planification des campagnes (contenus, fréquence, supports, calendrier).

Phase 3 : Lancement et mise en œuvre

- Conception de la campagne de lancement (visuels, messages, supports).
- Création de contenus multimédias adaptés aux cibles.
- Pilotage du déploiement sur les canaux définis.

Phase 4 : Suivi, ajustement et transfert de compétences

- Mise en place d'un tableau de bord de suivi des indicateurs de performance.
- Sessions de formation à l'équipe projet (outils digitaux, pilotage de campagnes, analyse des performances).
- Remise d'un manuel de bonnes pratiques marketing pour la pérennisation des actions.

Livrables attendus :

- Diagnostic marketing et benchmark.

- Stratégie marketing complète (document structuré).
- Plan d'action opérationnel (feuille de route, calendrier, messages clés).
- Campagne de lancement (kit de communication).
- Tableau de bord des indicateurs.
- Rapport de formation et support de formation.
- Rapport final de mission.

6. Profil recherché

- Expertise avérée en stratégie marketing et communication, avec une capacité démontrée à concevoir, piloter et évaluer des plans d'action digitaux multicanaux (réseaux sociaux, emailing, campagnes web, etc.).
- Expérience significative dans le lancement, la gestion et l'animation de plateformes digitales, de communautés en ligne ou d'écosystèmes numériques.
- Maîtrise des outils d'analyse de performance (Google Analytics, Meta Business Suite, etc.) ainsi que des techniques de référencement naturel et payant (SEO/SEA).
- Excellente capacité à adapter les messages en fonction des segments de publics (jeunes, femmes, professionnels, partenaires institutionnels...), avec un souci d'inclusion et de clarté.

7. Modalités de soumission

Le dossier de candidature devra comprendre :

- Une note méthodologique comprenant un chronogramme prévisionnel.
- Le CV du ou des experts et intervenants.
- Trois références de missions similaires, au moins.
- Une proposition financière détaillée.

La date limite de réception des propositions est fixée au **20 juin 2025, avant minuit**. Les propositions envoyées après cette date ne seront pas prises en compte

Tout dossier incomplet sera considéré comme irrecevable.

Les soumissions doivent être transmises au format PDF, avec pour objet du message : « **Appel à consultation 2025 – Elaboration de la stratégie marketing** ».

Pour toute question ou information complémentaire relative à cette consultation, veuillez adresser votre demande à l'adresse suivante : ciraessconsultations@outlook.com, avant **le 12 juin 2025**.