



CBI-AnMOON PROJECT · 2025-2028

**Termes de référence**

**Formation & coaching PME – Identité de marque,  
stratégie commerciale & marketing digital**

Formation à l'attention des PME Participantes au Projet, suivie d'un coaching individualisé

## 1. Contexte et justification

Le projet CBI-AnMOON, la Direction du Développement Économique Durable de l'Agence néerlandaise pour l'Entreprise (RVO), sous l'égide du Ministère du Commerce Extérieur et de la Coopération au Développement du Royaume des Pays-Bas, inscrit dans une dynamique de coopération internationale inclusive et durable, visant à renforcer la compétitivité du secteur oléicole dans la région de Fès-Meknès, tout en créant des opportunités économiques pour les jeunes et les femmes.

Mis en œuvre entre 2023 et 2028, le projet CBI-AnMOON poursuit trois axes majeurs :

- Le renforcement des capacités des PME et coopératives oléicoles pour améliorer la qualité des produits, accéder à de nouveaux marchés (notamment internationaux), et adopter des pratiques durables ;
- La structuration de l'écosystème régional en faveur d'une transformation verte, résiliente et inclusive de la filière oléicole ;
- Et de manière transversale, le renforcement de l'employabilité des jeunes diplômés et l'appui à leur insertion socio-professionnelle, notamment à travers la formation, le mentorat, l'entrepreneuriat et la mise en relation avec les acteurs économiques de la région Fès-Meknès.

Dans ce cadre, nous recrutons un(e) expert(e) technique spécialisé(e) en qualité, certification et RSE.

L'intervention s'inscrit dans une approche de transformation de la chaîne de valeur, avec un double objectif :

- Renforcer la performance des entreprises accompagnées,
- Générer un effet démonstratif à l'échelle du secteur.

## 2. Objectifs

### 2.1 Objectif général

Renforcer les compétences des dirigeants et cadres des entreprises participantes en matière de construction d'identité de marque, de pilotage d'une stratégie commerciale efficace et de déploiement du marketing digital et de l'e-commerce, puis accompagner chaque entreprise, via un coaching dédié, dans la mise en œuvre concrète de son plan d'action.

### 2.2 Objectifs spécifiques

À l'issue du dispositif, les participants seront capables de :

- Comprendre les fondamentaux de la marque et son rôle stratégique dans la performance d'une PME ;
- Diagnostiquer l'identité actuelle de leur entreprise et définir un positionnement, une proposition de valeur et une charte de marque cohérents ;
- Élaborer une stratégie commerciale structurée intégrant segmentation, ciblage et plan d'action ;
- Concevoir et structurer une présence en ligne efficace (site web, Google Business Profile, réseaux sociaux) ;
- Lancer et gérer des campagnes publicitaires payantes (Meta Ads, Google Ads) avec un budget maîtrisé ;
- Mettre en place une boutique en ligne ou intégrer une place de marché, et gérer paiements, logistique et service client digital ;
- Mettre en place des indicateurs de pilotage pour suivre la performance commerciale et digitale ;
- Déployer, avec l'appui du coaching, les outils et plans d'action directement dans le contexte propre de leur entreprise.
- Contribuer à la transformation durable des pratiques commerciales des PME en développant leurs capacités à structurer leur marque, digitaliser leurs activités et accéder à de nouveaux marchés, générant ainsi des effets multiplicateurs sur la croissance économique locale, l'emploi et la compétitivité du secteur

### 3. Résultats attendus

- Au moins 90 % des participants maîtrisent les concepts clés de la marque, de la stratégie commerciale et du marketing digital ;
- Chaque entreprise repart avec une ébauche de plateforme de marque (mission, vision, valeurs, positionnement) ;
- Chaque entreprise dispose d'un plan d'action commercial à 6-12 mois et d'un plan d'action digital à 90 jours ;
- Chaque participant produit au moins trois (3) contenus prêts à être publiés sur les canaux digitaux de sa PME ;
- À l'issue du coaching, les entreprises bénéficiaires ont initié ou amélioré de manière effective leur identité de marque, leur présence en ligne et/ou leur démarche commerciale ;



- Les entreprises adoptent des pratiques durables de prospection, de fidélisation client et de valorisation de leur marque, favorisant leur croissance et leur accès à de nouveaux marchés ;
- Les livrables développés durant le programme (plateforme de marque, plan commercial, plan digital et tableaux de bord) sont intégrés dans les pratiques de gestion des entreprises et continuent d’être utilisés après la clôture de l’intervention ;
- Un rapport final est produit et remis au commanditaire, incluant les résultats des évaluations, les livrables individuels et les recommandations.

#### 4. Public cible et entreprises bénéficiaires

Le dispositif s’adresse aux entreprises bénéficiaires sélectionnées dans le cadre du projet AnMOON, et plus précisément à leurs :

- Dirigeants et propriétaires de PME ;
- Responsables marketing, commerciaux, communication et/ou digital ;
- Cadres impliqués dans la stratégie commerciale ou la transformation digitale de l’entreprise.

*Chaque entreprise désigne 1 à 3 participants pour la phase de formation collective. Le coaching, quant à lui, est réalisé entreprise par entreprise.*

#### 5. Synthèse du dispositif

Intitulé	Développement de l’identité de marque, stratégie commerciale & marketing digital
Commanditaire	PFI Consulting – Projet CBI-AnMOON
Bénéficiaires	Entreprises sélectionnées (dirigeants, responsables marketing / commerciaux / digital)
Durée	2 jours de formation collective + 8 jours de coaching individuel + un atelier de restitution
Format	Présentiel – ateliers participatifs et pratiques sur ordinateur, études de cas, puis coaching individualisé sur site / en entreprise
Nombre participants	de 10 à 12 participants pour la formation collective ; séances dédiées par entreprise pour le coaching
Pré-requis	Maîtrise de base de l’ordinateur, du smartphone et d’internet – ordinateur portable recommandé
Langue	Français / Arabe

## 6. Contenu pédagogique – Formation (2 jours)

La formation est structurée en deux journées complémentaires, articulées autour de modules alternant apports théoriques, études de cas, ateliers pratiques et restitutions collectives. Le Jour 1 est consacré à l'identité de marque et à la stratégie commerciale ; le Jour 2 au marketing digital et à l'e-commerce.

Le consultant devra élaborer et proposer un programme de formation détaillé, incluant les contenus, les approches pédagogiques et le déroulement des sessions. Cette proposition devra être soumise à l'équipe projet pour revue et validation préalable avant toute mise en œuvre.

## 7. Coaching individualisé (8 jours)

À l'issue de la formation collective, chaque entreprise bénéficiaire bénéficie de 4 demi-journées de coaching individualisé (soit 2 jours par entreprise), réalisées sur site ou dans les locaux de l'entreprise. Le coaching vise à transformer les acquis de la formation en résultats opérationnels, en adaptant les outils au contexte, aux ressources et aux objectifs propres de chaque PME.

### 7.1 Objectifs du coaching

- Approfondir le diagnostic de marque, commercial et digital spécifique à l'entreprise ;
- Finaliser et personnaliser la plateforme de marque et le plan d'action commercial à 6-12 mois ;
- Mettre en œuvre concrètement les premiers leviers digitaux (fiche Google, réseaux sociaux, contenus, ébauche de boutique en ligne) ;
- Lever les blocages opérationnels identifiés et définir une feuille de route de suivi.

*Les demi-journées de coaching (8 jours au total) sont planifiées de manière échelonnée après la formation, en concertation avec les entreprises bénéficiaires et PFI Consulting.*

## 8. Approche méthodologique

Le dispositif adopte une pédagogie active, participative et orientée résultats, fondée sur le principe de l'apprentissage par la pratique (« learning by doing »). Il combine :

- Des exposés interactifs s'appuyant sur des cas concrets de PME ;
- Des démonstrations en direct sur les principales plateformes ;



- Des ateliers pratiques où chaque participant applique les outils à sa propre entreprise ;
- Un coaching individualisé par entreprise, ancré dans le contexte réel de la PME ;
- Des restitutions et présentations finales évaluées par le formateur.

L'approche pédagogique privilégie le transfert de compétences et l'autonomisation des participants afin de garantir la pérennité des acquis au-delà de la période d'accompagnement. Chaque entreprise repartira avec une boîte à outils opérationnelle (canevas, modèles, check-lists, gabarits Canva) directement réutilisable dans son contexte professionnel. À l'issue du dispositif, chaque entreprise doit être dotée d'une identité visuelle, d'une stratégie commerciale et d'une stratégie digitale effectivement mises en place.

À travers cette approche, le dispositif vise à renforcer durablement la professionnalisation des pratiques commerciales et digitales des entreprises participantes, ainsi au renforcement de la compétitivité du tissu des PME et à leur meilleure intégration aux marchés.

## 9. Profil du / des formateur(s)-coach(s)

Le ou les intervenant(s) mobilisé(s) devront justifier des qualifications suivantes :

- Diplôme de niveau Bac+5 en marketing, communication, e-business, gestion ou domaine équivalent ;
- Expérience professionnelle confirmée d'au moins 7 ans en branding, stratégie commerciale et/ou marketing digital ;
- Expérience avérée d'accompagnement et de coaching de PME et d'animation de formations à destination de dirigeants ;
- Excellentes compétences pédagogiques, relationnelles et d'animation de groupe.

Le ou les intervenant(s) mobilisé(s) devront justifier des qualifications suivantes :

- Diplôme de niveau Bac+5 en marketing, communication, e-business, gestion ou domaine équivalent ;
- Expérience professionnelle confirmée d'au moins 7 ans en branding, stratégie commerciale et/ou marketing digital ;
- Expérience avérée d'accompagnement et de coaching de PME et d'animation de formations à destination de dirigeants ;



- Expérience confirmée dans la mise en œuvre de projets de coopération internationale et de développement économique, notamment dans l'accompagnement des PME, le renforcement des capacités et l'appui à la compétitivité des entreprises ;
- Expérience dans l'application de l'approche MSD (Market Systems Development) dans des programmes de développement du secteur privé et d'appui aux PME
- Excellentes compétences pédagogiques, relationnelles et d'animation de groupe.

## 10. Livrables attendus

- Un diagnostic initial des PME participantes, incluant une analyse de la marque, de la stratégie commerciale et de la maturité digitale ;
- Une plateforme de marque structurée pour chaque entreprise (mission, vision, valeurs, positionnement, proposition de valeur) ;
- Une feuille de route stratégique, opérationnelle et commerciale pour chaque PME.
- Un module pédagogique complet (support PowerPoint, manuel du participant, fiches outils, gabarits) ;
- Une boîte à outils opérationnelle (canevas marque, calendriers éditoriaux, check-lists, gabarits Canva, ressources gratuites) ;
- Les supports remis aux participants en version imprimée et numérique ;
- Une fiche de coaching individualisée par entreprise (diagnostic, plan d'action consolidé, feuille de route de suivi) ;
- Une feuille de route de mise en œuvre post-coaching ;
- Un rapport final incluant : déroulement de la formation et des coachings, résultats des évaluations, photos, liste de présence, recommandations ;
- Un rapport de capitalisation des bonnes pratiques et enseignements clés du dispositif ;
- Une synthèse des plans d'action commerciaux et digitaux des entreprises bénéficiaires ;
- Une session de restitution finale incluant présentation des résultats, continuité des actions après la mission et réplique à plus grande échelle.

## 11. Évaluation du dispositif

Un dispositif d'évaluation à 4 niveaux sera mis en œuvre :

- Évaluation diagnostique (pré-coaching) : questionnaire d'entrée pour mesurer le niveau initial des participants ;
- Évaluation formative : exercices pratiques, productions, restitutions et observations en cours de formation et de coaching ;
- Évaluation sommative (post-coaching) : test final, fiche de satisfaction à chaud et appréciation de l'impact du coaching par entreprise ainsi qu'une appréciation de l'impact du coaching au niveau de chaque entreprise.

Mesure de progression : analyse comparative entre le pré-test et le post-test, évaluation du niveau de progression des participants en termes de connaissances et de compétences acquises, avec calcul du taux d'amélioration global

## 12. Volume d'intervention (LOEs)

Le volume d'intervention prévisionnel est exprimé en jours-hommes (LOEs). Les modalités financières seront précisées dans la proposition du prestataire retenu.

Poste	Volume (LOEs)
Phase de préparation	1 jour
Déroulement de la formation	2 jours
Coaching individualisé	8 jours
Rapport de capitalisation	1 jour
Total	12 jours

## 13. Chronogramme prévisionnel

- Semaine 1 : finalisation du contenu pédagogique et validation par PFI Consulting ;
- Semaine 2 : tenue de la formation (2 jours consécutifs) ;
- Semaines 3 à 5 : réalisation des demi-journées de coaching individuel (8 jours au total, planning échelonné) ;
- Semaine 6 : production et remise du rapport final du dispositif.

## 14. Conditions de mise en œuvre

Le dispositif sera organisé par PFI Consulting dans le cadre du projet CBI-AnMOON. Le commanditaire mettra à disposition la salle, la logistique et assurera la communication auprès des entreprises bénéficiaires, ainsi que la coordination des journées de coaching sur site. Le prestataire sera responsable du contenu pédagogique, de l'animation, de la réalisation du coaching et de la production des livrables.

Toute modification substantielle du présent TDR devra faire l'objet d'un accord écrit entre les parties.

## 15. Soumission :

Les candidatures doivent être envoyées à: [procurement@pficompany.com](mailto:procurement@pficompany.com)

Date limite : 19 juin 2026

**Note :** Seuls les candidat(e)s présélectionné(e)s seront contacté(e)s.