

S1D2

Événement Digital Tech 2025



SAE 106

CAHIER DES CHARGES.....	3
I) Présentation de l'entreprise.....	3
1. Historique de l'entreprise.....	3
2. Données factuelles définissant la structure et la position actuelle de l'entreprise.....	3
II) Contexte.....	4
1. Description de l'environnement externe.....	4
2. Analyse de la concurrence.....	4
3. Forces et faiblesses de l'entreprise.....	4
4. Évaluation des perspectives.....	5
III) Description du dysfonctionnement/besoin.....	5
1. Identification du problème rencontré.....	5
2. Proposition de solutions.....	6
IV) Objectifs de la prestation.....	6
1. Détails des activités faisant l'objet de la prestation.....	6
2. Enjeux et buts de la prestation.....	6
V) Descriptif des prestations proposées.....	7
1. Détail des actions à effectuer :.....	7
2. Méthodologie.....	8
3. Indicateurs de suivi post-événement.....	8
VI) Modalités.....	8
1. Coût du projet.....	8
2. Calculs :.....	8
2. Échéances.....	9

CAHIER DES CHARGES

I) Présentation de l'entreprise

1. Historique de l'entreprise

Nous sommes ZakWan LoTi, une entreprise créée en 2022, issue d'un groupe de diplômés du BUT MMI (Métiers du Multimédia et de l'Internet). Depuis sa création, nous sommes spécialisées dans la gestion de la communication numérique pour les événements. L'objectif de WanZack LoTi est de proposer des stratégies de communication percutantes, adaptées à un jeune public, dans le secteur numérique. Notre équipe dynamique et créative utilise des outils et des méthodes innovantes pour répondre aux exigences des événements à fort enjeu.

2. Données factuelles définissant la structure et la position actuelle de l'entreprise

Actuellement composée de quatre membres, notre équipe, dynamique et diplômée d'un BUT MMI est en capacité de créer la totalité de la communication numérique d'un événement de la digital tech. Nous avons une expertise dans la création de contenus visuels interactifs, mais aussi dans la gestion des réseaux sociaux et de l'élaboration de stratégies digitales ciblées. Malgré notre jeunesse, WanZack LoTi a acquis une solide expérience grâce à des projets réalisés au sein du secteur universitaire et des événements locaux. C'est pourquoi nous sommes en position de développer efficacement des stratégies modernes afin d'assurer efficacement le ciblage de la communication.

II) Contexte

1. Description de l'environnement externe

L'événement Digital Tech (DT) est un salon majeur du secteur numérique et de la technologie, organisé chaque année dans la région Auvergne-Rhône-Alpes. Ce salon attire des start-ups innovantes et des investisseurs potentiels, venant de toute la France, notamment de Paris, Lyon, Marseille et Bordeaux. L'objectif est de mettre en relation ces start-ups avec des investisseurs, afin de favoriser l'innovation et le développement des nouvelles entreprises technologiques.

La Digital Tech est un événement essentiel pour le secteur numérique en France et bénéficie d'une renommée croissante. Cependant, pour garantir son renouvellement chaque année, il est primordial d'attirer un grand nombre de participants, notamment des jeunes entrepreneurs de 25-30 ans et des investisseurs.

2. Analyse de la concurrence

L'événement Digital Tech est en concurrence avec d'autres salons similaires à l'échelle nationale, notamment ceux organisés à Paris, Lyon ou Bordeaux. Cependant, Digital Tech se distingue par sa volonté d'attirer spécifiquement un public jeune et dynamique, en lien avec l'innovation technologique et les start-ups. La stratégie de communication de WanZack LoTi devra donc se différencier des autres événements en mettant l'accent sur des formats modernes et interactifs, à destination des jeunes entrepreneurs et des investisseurs dans le secteur numérique.

3. Forces et faiblesses de l'entreprise

Forces :

- facilité à créer des contenus visuels interactifs et pertinents pour un public jeune.
- Connaissance des réseaux sociaux et des plateformes numériques adaptées à une communication efficace.
- Équipe jeune, réactive et créative, capable de s'adapter aux besoins spécifiques d'un événement comme Digital Tech.

Faiblesses :

- Jeune entreprise avec une expérience limitée dans la gestion d'événements.
- Faible notoriété

4. Évaluation des perspectives

L'événement Digital Tech représente une opportunité pour WanZack LoTi. l'entreprise pourra mettre en valeur ses compétences en gestion de projet, communication numérique. Ce projet est donc un moyen de prouver l'efficacité de nos méthodes et d'obtenir de nouvelles opportunités pour l'avenir.

WanZack LoTi se distingue par sa capacité à concevoir des stratégies innovantes et des contenus visuels percutants, spécifiquement adaptés aux jeunes publics. Contrairement aux autres groupes, notre expertise en communication numérique et notre approche moderne garantissent un ciblage précis et une forte mobilisation des participants.

III) Description du dysfonctionnement/besoin

1. Identification du problème rencontré

L'année précédente, la campagne de communication de *Digital Tech* a souffert de plusieurs dysfonctionnements qui ont réduit l'efficacité de l'événement :

- Ciblage mal défini : La communication n'a pas réussi à toucher efficacement les jeunes entrepreneurs et investisseurs, qui sont au cœur du salon.
- Délais non respectés : Les actions de communication ont été lancées trop tardivement, réduisant ainsi l'impact et la visibilité de l'événement.
- Canaux de communication inadaptés : les réseaux sociaux et autres plateformes numériques n'étaient pas adaptés au public cible.

2. Proposition de solutions

Pour résoudre ces problèmes, nous vous proposons de revoir totalement la stratégie de communication comprenant le ciblage, et l'utilisation de plateformes modernes adaptées au public. Avec une gestion des délais respectés. Ces mesures prépareraient les visiteurs potentiels à s'intéresser davantage à l'événement.

IV) Objectifs de la prestation

1. Détails des activités faisant l'objet de la prestation

Assurer la campagne de communication:

- Ciblage du public : Identification des cibles principales en se renseignant sur les types de visiteur des années précédentes. et celle souhaitée.
- Création de supports visuels : création de contenus, des vidéos, des affiches, pour le web et les réseaux sociaux.
- Gestion des réseaux sociaux : Mise en place d'une stratégie de communication digitale, avec des publications régulières et un suivi des post sur les différentes plateformes sociales.
- Publicité ciblée : Lancement de campagnes publicitaires numériques pour toucher un maximum de personnes intéressées par l'événement.

2. Enjeux et buts de la prestation

L'objectif principal est de garantir le succès de l'événement Digital Tech 2025 en attirant un large public composé de jeunes investisseurs et de start-ups. La réussite de cette campagne déterminera si l'événement pourra être renouvelé l'année suivante.

Les principaux enjeux :

- Créer des supports de communication efficaces.
- Avoir un fort impact tout au long de la campagne pour garantir la reconduction de l'événement les années suivantes.
- Augmenter la visibilité de l'événement auprès du public jeune et des investisseurs.
- Promouvoir les start-ups en mettant en avant leurs innovations et en facilitant leur mise en relation avec des investisseurs.

V) Descriptif des prestations proposées

1. Détail des actions à effectuer :

- Phase 1 : Définition du public cible Nous procéderons à une analyse du public cible, en séparant les jeunes talents, les start-ups, et les investisseurs. Cette analyse permettra ensuite la création des messages et des supports visuels adaptés.
- Phase 2 : Création des supports de communication Nous concevons des contenus adaptés aux attentes du public cible : vidéos interactives, affiches attractives, et publications/story sur les réseaux sociaux.
- Phase 3 : Lancement de la campagne et gestion La campagne sera lancée sur plusieurs plateformes sociales, avec un suivi régulier des performances. Nous ferons des ajustements en fonction des retours d'expérience et de l'évolution des interactions.
- Phase 4 : Suivi et analyse post-événement Un rapport détaillé sera fait, avec une analyse des résultats obtenus (engagement, fréquentation, retour des investisseurs).pour savoir si l'événement pourrait être renouvelé l'année suivante.

2. Méthodologie

Nous allons adopter une approche active qui nous permettra d'ajuster nos actions en fonction des résultats à chaque étape de la campagne. Un suivi constant des performances nous aidera à garantir que la communication reste efficace et que les objectifs sont atteints.

3. Indicateurs de suivi post-événement

Les principaux indicateurs de réussite seront :

- Taux d'engagement sur les réseaux sociaux.
- Nombre de participants à l'événement (visiteurs).
- Retour des investisseurs/visiteurs sur la qualité et l'impact des start-ups présentes.
- Couverture médiatique

VI) Modalités

1. Coût du projet

Le coût total estimé pour cette prestation est de 55 500€, incluant la création des supports visuels, la gestion des réseaux sociaux, la publicité ciblée, ainsi que le suivi post-événement. Le règlement se fera par virement bancaire.

Salaire brut d'un employé : 2 000€/mois

Nombre d'employés : 4

Durée du projet : 4 mois

Charges salariales : 50% du salaire brut

Détails:

Salaires bruts pour 4 employés pendant 4 mois :

$$2\,000\text{€} \times 4 \text{ employés} \times 4 \text{ mois} = 32\,000\text{€}$$

Charges salariales :

$$\text{Charges salariales par employé : } 2\,000\text{€} \times 50\% = 1\,000\text{€ par mois}$$

Total des charges salariales pour 4 employés pendant 4 mois : $1\,000\text{€} \times 4$
employés $\times 4$ mois = $16\,000\text{€}$

Coût total des salaires + charges salariales :

$32\,000\text{€}$ (salaires) + $16\,000\text{€}$ (charges salariales) = $48\,000\text{€}$

Autres coûts :

Coût de l'entreprise de création des affichages : $2\,500\text{€}$

Charges globales (eau, électricité, etc.) : $5\,000\text{€}$

Coût total estimé :

$48\,000\text{€}$ (salaires + charges salariales)

$2\,500\text{€}$ (création des affichages)

$5\,000\text{€}$ (charges globales)

Coût total : $55\,500\text{€}$.

2. Échéances

La campagne débutera quatre mois avant l'événement. Des points de suivi auront lieu tous les 15 jours pour s'assurer de son bon déroulement. Après l'événement, une réunion de suivi sera organisée pour discuter des résultats, du suivi post-événement, et de l'analyse de la reconduction de l'événement pour l'année suivante.