



International
Trade
Centre



simple! ^{360°}
agence creative

Stratégie de communication
ITC pour le commerce
transfrontalier dans la zone
COMESA

by simple

PRÉSENTATION

Le Marché commun de l'Afrique orientale et australe aussi connu sous son acronyme anglais COMESA (Common Market for Eastern and Southern Africa), est une organisation internationale à vocation régionale de l'Est africain dont l'objectif est de créer une union douanière entre ses 21 pays membres. Ce marché commun, fondé en décembre 1994 pour renforcer un accord de libre-échange en place depuis 1981, regroupe une population totale de 475 millions d'habitants et a un produit intérieur brut réel total de 677 milliards de dollars américains en 2014. Le volume des transactions commerciales entre les pays membres et le reste du monde atteint annuellement 52 à 60 milliards de dollars entre 1997 et 2002.

MISSION ACCOMPLIE

Notre mission en quelques points:

- Analyse et étude du marché
- Elaborer la stratégie de communication 360
 - o Média [Télévision, Radio, Affichage, Cinéma, Presse],
 - o hors-médias [évènementiel, marketing opérationnel, relations presse, promotion par l'objet, street marketing, le BAO ...]
 - o Digital
 - o Brand marketing
- Déterminer les combinaisons optimales entre les outils de communication et les objectifs
- Etablir un planning prévisionnel complet des actions de communication]
- Collecter et compiler l'ensemble des décisions stratégiques prises avec la direction.
- Piloter la réalisation du projet de communication 360°
- Réaliser le cahier des charges à l'intention des créatifs.
- Mettre en place le cahier des charges à l'intention de l'équipe digitale.
- Mettre en place le cahier des charges à l'intention du service médias en récapitulant les médias choisis et les supports à mettre en œuvre
- Etablir le cahier des charges à l'intention de l'équipe hors-médias et évènementielle
- Etablir le plan d'action des chargés des relations presse
- Constituer les équipes de travail en fonction des différents pôles d'activités définis par le projet mis en place.
- Sélectionner les prestataires externes devant se greffer à la réalisation du projet de communication 360°.
- Etablir les différents plannings définitifs de déploiement du projet de communication 360° : retro planning, planning et médiaplanning.
- Affecter le budget prévisionnel par pôle d'activité
- Piloter les différentes équipes de travail.



MISSION ACCOMPLIE

- Organiser des réunions de travail
- Contrôler les différentes étapes des créations de l'ensemble des équipes internes et externes au projet de communication afin de vérifier leur adéquation avec la stratégie validée par le client.
- Valider l'ensemble des livrables des différentes équipes (internes et externes) afin de s'assurer de leur conformité avec les spécificités du cahier des charges.
- Garantir la cohérence des messages transmis au travers des actions de communication mises en place par les différentes équipes.
- Réaliser le community management
- S'assurer de la tenue du planning de mise en place des actions de communication.
- Mesurer l'efficacité du projet de communication 360°
- Identifier des outils de mesure à mettre en place pendant et après la réalisation du projet de communication 360°
- Mesurer les résultats obtenus pendant et après la réalisation des actions de communication afin de relever aux différentes étapes du projet de communication 360° les résultats obtenus.
- Réaliser un bilan de campagne récapitulant l'ensemble des informations utiles à l'évaluation de l'impact de la stratégie de communication 360°.
- Présenter les reportings réalisés à la direction de la communication.

