



---

**2025-GIE-010**

**Conseil média et achat d'espaces pour les campagnes de publicité et Accompagnement stratégique et opérationnel dans le marketing digital du Groupe CCIR Paris Ile-De-France**

---

**Lot n° 2 - Accompagnement stratégique et opérationnel dans le marketing digital et l'achat d'espaces online**

---

**Cahier des Clauses Techniques Particulières (C.C.T.P.)**

*Ce document comprend 17 pages y compris la page de garde.*

## Table des matières

1.	PREAMBULE.....	3
2.	CONTEXTE DE L'ACCORD-CADRE ET PRESENTATION DU GROUPE CCIR PARIS ILE-DE-FRANCE.....	3
3.	DESCRIPTION DES PRESTATIONS ATTENDUES.....	5
3.1.	Conseil et accompagnement dans la définition et la mise en œuvre d'une stratégie digitale pour le Groupe CCIR Paris Ile-de-France .....	5
3.2.	Accompagnement stratégique et opérationnel sur le référencement naturel (SEO).....	5
3.3.	Accompagnement stratégique et opérationnel sur le référencement payant (SEA) et le netlinking.....	6
3.4.	Accompagnement stratégique et opérationnel en Social Media Optimization (SMO) .....	7
3.5.	Accompagnement stratégique et opérationnel en Social Media Advertising (SMA) .....	8
3.6.	Digital programmation, site à site, brand content et régies online, CTV .....	9
3.7.	Accompagnement de la montée en compétences.....	9
3.8.	Veille sur les médias sociaux et e-réputation.....	10
3.9.	Evaluation des opérations digitales.....	10
3.10.	Production de contenus digitaux .....	11
4.	Organisation des prestations .....	11
4.1.	Equipe dédiée et méthodologie .....	11
4.2.	Descriptif des profils attendus et missions correspondantes .....	11
4.3.	Délai de remise des livrables .....	15
4.4.	Statistiques de consommation .....	15
	GLOSSAIRE .....	16
	LISTE DES SITES WEB DES ENTITES DU GIE GROUPE CCIR PARIS-ILE-FRANCE (2022).....	17

## **1. PREAMBULE**

Le marché « Accompagnement stratégique et opérationnel dans le marketing digital et l'achat d'espaces online » couvrira l'ensemble des leviers de communication et marketing digital online, notamment :

- le référencement naturel (SEO) pour la partie éditoriale et stratégique,
- le référencement payant (SEA) pour les liens sponsorisés et backlinks,
- le référencement social (SMO) sur les réseaux sociaux grand public,
- le référencement payant (SMA) sur les réseaux sociaux grand public,
- le digital programmatique, site à site, brand content et régies online, CTV ...

Ce marché n'inclut pas les offres packagées alliant média online et offline. Dans ce cas de figure, c'est l'agence Titulaire du marché conseil média et achat d'espace qui aura la charge de ce besoin, par exemple, achat d'espace New York Times en presse papier et presse digitale ou achat TV BFM Business et bfmtv.com...

Ce marché n'inclut pas les achats réalisés dans le cadre de conventions de partenariat.

Il intégrera également :

- le conseil stratégique,
- l'accompagnement de la montée en compétences,
- l'e-réputation et la veille sur les médias sociaux,
- l'évaluation des opérations digitales.

## **2. CONTEXTE DE L'ACCORD-CADRE ET PRESENTATION DU GROUPE CCIR PARIS ILE-DE-FRANCE**

La Chambre de commerce et d'industrie de région Paris Ile-de-France (CCIR Paris Ile-de-France) est un établissement public qui représente 1 200 000 entreprises implantées dans les huit départements de la région Ile-de-France : Paris, Seine et Marne, Yvelines, Essonne, Hautes de Seine, Seine-St-Denis, Val de Marne, et Val d'Oise. L'ensemble des actions de la CCIR Paris Île-de-France se décline autour de quatre missions :

- Accompagner les entreprises franciliennes dans leur développement
- Représenter les intérêts des entreprises auprès des pouvoirs publics
- Former les talents de demain (à travers 14 de ses écoles)
- Promouvoir la région capitale à travers les congrès et salons

La CCIR Paris Ile-de-France se place aujourd'hui comme un acteur majeur pour investir dans l'avenir, pour tisser des réseaux qui font avancer l'entreprise, pour accélérer les dynamiques entrepreneuriales et donc faire prospérer l'économie et l'emploi.

Le rôle de la CCIR Paris Ile-de-France en matière d'attractivité, d'internationalisation, d'innovation, de création-reprise, de développement et de mise en réseaux des entreprises est primordial dans une région aussi importante que l'Ile-de-France.

La CCIR Paris Ile-de-France est également reconnue comme un acteur important en matière de formation initiale et continue.

A titre indicatif, les dépenses de conseil et d'achat d'espaces online sur l'année 2024 étaient d'environ 1 560 000 €HT et 1 680 000 €HT prévus pour 2025. Les moyens financiers dont disposent ces structures sont variés d'un émetteur à l'autre et d'une année sur l'autre en fonction des priorités, des budgets impartis.

Le Groupe CCIR Paris Ile-de-France possède un dispositif de communication en ligne qui représente ses marques et activités, les événements et communautés qu'il pilote.

L'écosystème web est construit autour :

- du site du Groupe CCIR Paris Ile-de-France (<https://www.cci-paris-idf.fr>),
- d'un sous-domaine dédié à "l'appui aux entreprises" (<https://entreprises.cci-paris-idf.fr>),
- des sites des 14 écoles du Groupe.

La liste de ces sites est fournie en annexe.

Les différentes marques disposent de comptes de médias sociaux, notamment :

- sur LinkedIn (pages "Entreprise" ou "Vitrine"),
- sur Twitter,
- sur Facebook ("Groupes" et "Pages"),
- sur Instagram,
- sur YouTube (chaînes du Groupe CCIR Paris Ile-de-France, chaînes des écoles),
- sur Tiktok,
- sur Twitch,
- ...

S'ajoutent les comptes de collaborateurs ou élus, ambassadeurs de ces marques.

Cet écosystème s'adosse, selon les activités, au Centre de relation clients (par un numéro unique, courriel, formulaire de contact), à des outils de gestion de la relation client ou de la scolarité, aux autres supports de communication ou de promotion hors ligne (*crosscanal*).

Le Titulaire devra veiller à la complémentarité des actions proposées et mises en œuvre, leur cohérence globale avec les différents marchés associés (achat d'espaces offline, conseil stratégique en communication...). Le Titulaire doit avoir la capacité d'assurer une cohérence entre les prestations de toutes les entités et d'alerter les entités concernées du Groupe CCIR Paris Ile-de-France en cas d'incohérence globale qui pourrait nuire à une action déjà en cours.

Le Titulaire de ce marché devra travailler en étroite collaboration avec les Titulaires en charge des marchés :

- Conseil stratégique, création et réalisation de supports de communication, d'édition print/web et de prestations audiovisuelles
- Conseil média et d'achat d'espaces pour les campagnes de publicité pour l'ensemble des médias offline en France et à l'international

Le Titulaire devra être capable de travailler en langue française comme en langue étrangère (anglais, mandarin, arabe, russe, japonais), sur tous les leviers, sur les zones géographiques souhaitées, en s'adaptant aux usages locaux.

### **3. DESCRIPTION DES PRESTATIONS ATTENDUES**

#### **3.1. Conseil et accompagnement dans la définition et la mise en œuvre d'une stratégie digitale pour le Groupe CCIR Paris Ile-de-France**

Sur la période couverte par le marché, certains sites web des marques du Groupe CCIR Paris Ile-de-France vont évoluer dans leur habillage, leur offre éditoriale et fonctionnelle, les parcours proposés aux différentes cibles (notamment le site entreprises.cci-paris-idf.fr en cours de refonte, livraison du nouveau site prévue T4 2025).

Il en va de même pour les comptes de médias sociaux qui continuent à gagner en maturité et qui s'étoffent ou se diversifient (présence sur Snapchat, Pinterest, TikTok, Twitch, Bluesky ...) pour des actions d'influence, de recrutement, de social selling, de notoriété ...

Le Titulaire du marché devra pouvoir accompagner, sur demande, le Groupe CCIR Paris Ile-de-France et ses entités sur leurs différents programmes (pour les écoles) ou activités, pour :

- définir une stratégie digitale sur tout ou partie de l'écosystème d'une marque, un programme ou une activité,
- adapter la stratégie ou les plans d'actions mis en œuvre d'une marque, un programme ou une activité,
- décliner la stratégie de communication proposée par le Titulaire du marché conseil stratégique en communication sur le pan digital.

Le Titulaire devra avoir la capacité de proposer une stratégie ou un plan d'actions tenant compte des possibilités de *marketing automation* (Microsoft Dynamics, Adobe Marketing Cloud, ...).

Il devra pouvoir conseiller les entités sur les évolutions techniques, éditoriales et comportementales pouvant impacter la performance des campagnes et l'élaboration de plans d'actions (tendances, nouveaux supports, nouveaux canaux, nouveaux médias, nouveaux usages...). En ce sens, des notes de veille pourront être commandées.

#### **3.2. Accompagnement stratégique et opérationnel sur le référencement naturel (SEO)**

Le Groupe CCIR Paris Ile-de-France recherche une agence capable de fournir un accompagnement stratégique en termes de référencement naturel, en cohérence avec les autres leviers marketing utilisés.

Elle veut optimiser la compréhension, l'analyse et le classement par les principaux moteurs de recherche des pages de l'écosystème web de chaque entité, marque ou activité. Le Titulaire assurera également l'optimisation du référencement naturel et la visibilité des marques sur les différentes IA (ChatGPT, Perplexity, Mistral, Copilot, etc.)

Le Titulaire s'engage à proposer un conseil qualifié sur l'ensemble des composantes du SEO :

- Technique : optimisation du code HTML, des balises META (TITLE, DESCRIPTION...), de l'accessibilité, de la syntaxe des URL, de la hiérarchisation des balises de titres, des micro-données et de toute autre composante pertinente ; cartographie des liens internes, entrants et sortants.
- Editorial : optimisation des contenus éditoriaux pour améliorer la pertinence croisée à

destination des utilisateurs et des moteurs de recherche (intitulés des liens, textes, images, vidéos, fichiers téléchargeables) ; ciblage des mots-clés et expressions pour les pages à référencer, benchmark des mots-clés et expressions des pages de la concurrence.

Cette expertise devra pouvoir être délivrée en langues française et anglaise. D'autres langues pourront être utilisées en fonction des opérations (mandarin, russe, arabe, japonais).

Le Titulaire pourra se voir commander la production d'études de positionnement sur les principaux mots-clés, leur évolution dans le temps et l'évolution des positions de la concurrence.

Ce conseil tiendra compte des recommandations W3C et du référentiel OPQUAST.

Le Titulaire dispose des compétences R&D permettant d'anticiper les évolutions du référencement naturel.

Sur demande de l'entité prescriptrice, le Titulaire pourrait être amené à réaliser un audit complet ou partiel du site pour mesurer le niveau de performance du contenu.

### **3.3. Accompagnement stratégique et opérationnel sur le référencement payant (SEA) et le netlinking**

Le Titulaire devra pouvoir proposer un accompagnement efficace de la stratégie d'une entité par les liens sponsorisés sur les moteurs de recherche (Google Ads principalement, pour le réseau Google, le réseau de recherche Google et YouTube, pour les IA génératives qui proposent la sponsorship de liens) et les liens entrants et sortants du site web d'une entité ou activité (netlinking).

Pour une entité ou une activité, les campagnes de liens sponsorisés pourront viser à :

- Générer du trafic sur le site web,
- Accroître la visibilité sur une thématique, d'une marque ou d'une prestation,
- Augmenter ses ventes avec un trafic hautement qualifié,
- Se positionner sur le trafic de recherche sur des requêtes ayant un environnement concurrentiel fort,
- ...

Le Titulaire se verra confier l'exécution des actions suivantes :

- Créditer le compte d'une plate-forme d'achat de mots-clés par un mandat confié par une entité Groupe CCIR Paris Ile-de-France,
- Faire des recommandations de paramétrage et de budget (critères et montant d'enchères, budget quotidien) en tenant compte des spécificités des campagnes (saisonnalité, concurrence, état des différents marchés, campagnes simultanées par d'autres entités, campagnes *crosscanal*, *comportement des cibles jours/horaires/terminal*, *formats texte/image/vidéo*, *ROI attendu*, *géolocalisation des cibles*, *positions acquises par SEO*),
- Faire des recommandations de mots-clés et expressions pouvant constituer le champ sémantique de la campagne,
- Faire des recommandations de messages textes avec extensions d'annonces,
- Produire les mots-clés et expressions constituant le champ sémantique de la campagne,
- Produire et paramétrer le champ sémantique d'une campagne, les messages textes avec extensions d'annonces,

- Optimiser qualitativement et quantitativement, de façon continue, des campagnes sur les plans éditorial et budgétaire (une fois par jour ou une fois par semaine en fonction de la durée et du montant de la campagne),
- Réaliser des *reportings* réguliers (une fois par jour ou une fois par semaine en fonction de la durée et du montant de la campagne),
- Réaliser systématiquement un rapport de campagne et un bilan trimestriel/semestriel des actions engagées à la demande des entités
- Analyser la campagne et faire des propositions d'actions d'amélioration pour les campagnes futures.

Il devra s'assurer que le *tracking* est mis en place avec le webanalytics du site cible (suite Google & Matomo), que ce *tracking* est paramétré (exemple : UTM et MTM) et effectif.

Une attention particulière sera portée au *reporting* ainsi qu'aux indicateurs utilisés pour la mesure de la performance commerciale ou éditoriale qui pourront inclure : impression, engagement, taux de rebond, temps passé sur site, nombre de pages vues, conversions *post-view* et *post-click*, contribution au *lead* et coût par *lead*, contribution aux ventes directes ou assistées, part des *leads* par programme, part de nouveaux clients vs *repeaters* (*trialists* vs *repeaters*), qualité et position des annonces, taux de clic, ...

Dans tous les cas, l'entité validera le contenu et le paramétrage des campagnes de communication et la fréquence de celles-ci. L'entité sera particulièrement attentive à la capacité du Titulaire à concevoir des campagnes innovantes et performantes.

Le Titulaire développera la popularité des pages web stratégiques ou tactiques, en lien avec les actions de SEO et SMO. Cela afin d'optimiser quantitativement et qualitativement les liens internes, sortants et entrants (*netlinking*). Elle tiendra compte des risques institutionnels pour les liens sortants et entrants.

Le Titulaire pourra être amené à travailler sur la création ou l'optimisation de pages d'atterrissage (techniquement, éditorialement ou fonctionnellement).

En cas de reconduction d'une campagne (reprenant la structuration d'une campagne antérieure), les honoraires d'agences devront être adaptés en conséquence. Les frais facturés devront se limiter à la mise en œuvre technique et au reporting de la campagne.

### **3.4. Accompagnement stratégique et opérationnel en Social Media Optimization (SMO)**

Le Titulaire proposera un accompagnement performant de la stratégie d'une entité ou d'une activité sur les médias sociaux. La stratégie de référencement social d'une marque du groupe a pour objet :

- d'élargir son audience,
- d'augmenter sa visibilité,
- d'améliorer son e-réputation,
- de participer à ses actions de promotion,
- de développer une ou plusieurs communautés,
- de fidéliser une ou plusieurs communautés,
- d'améliorer son SEO,
- d'augmenter le trafic de son site,
- d'augmenter le trafic d'un autre média social,

- d'augmenter le nombre d'inscrits aux événements,
- de développer les ventes (*social selling*),
- de développer son influence,
- de collecter des informations éditoriales ou comportementales sur son audience ou segment de son audience.

Le Titulaire sera amené à conduire les actions suivantes :

- analyser et développer une communauté ou segment de communauté cible,
- accompagner le développement d'une stratégie éditoriale adaptée à la communauté cible et aux intérêts de l'entité,
- identifier des contenus pertinents pour produire, partager, engager avec la communauté cible (textes, déclinaisons d'habillages et avatars, images, vidéos, micro-sondages, gifs animés, infographies et dataviz, cards),
- développer une stratégie différenciée en fonction des médias considérés, en optimisant la complémentarité des supports,
- proposer une campagne non-payante sur un ou plusieurs médias sociaux en tenant compte des autres leviers pertinents du marché Marketing digital ou d'autres marchés mis en œuvre pour le projet (conseil stratégique en communication),
- réaliser un *reporting* régulier sur une campagne non payante qui inclura la restitution des résultats et leur analyse critique, ainsi que les recommandations en termes d'optimisation pour les futures campagnes,
- réaliser un rapport d'une campagne non-payante,
- analyser une campagne payante ou non-payante et faire des propositions d'actions d'amélioration pour les campagnes futures.

Il pourra être demandé au Titulaire, de manière ponctuelle ou non d'assurer des missions de community management (modération des commentaires, réponses et interactions avec les internautes).

### **3.5. Accompagnement stratégique et opérationnel en Social Media Advertising (SMA)**

Le Titulaire proposera un accompagnement performant de la stratégie d'une entité ou d'une activité sur les médias sociaux. La stratégie de référencement social payant d'une marque du Groupe CCIR Paris Ile-de-France a pour objet :

- d'augmenter sa visibilité,
- d'améliorer son e-réputation,
- de participer à ses actions de promotion,
- de développer l'audience d'une ou plusieurs communautés,
- de fidéliser une ou plusieurs communautés,
- d'améliorer son SEO,
- d'augmenter le trafic de son site,
- d'augmenter le trafic d'un autre média social,
- de développer les ventes (*social selling*)
- générer des *leads*,
- générer une inscription à une lettre d'informations ou un événement,



- renseigner un formulaire de contact ou d'information.

Le Titulaire sera amené à conduire les actions suivantes :

- Proposer une campagne payante sur un ou plusieurs médias sociaux en tenant compte des autres leviers pertinents du marché Marketing digital ou d'autres marchés mis en œuvre pour le projet (conseil stratégique en communication),
- Créditer, paramétrer et gérer des campagnes médias sociaux payantes en s'assurant du *tracking* effectif de la campagne et de la cohérence d'ensemble (page d'atterrissage en ligne, déclenchement séquentiel ou simultané d'autres leviers...),
- Optimiser qualitativement et quantitativement des campagnes médias sociaux payantes et calculer leur performance selon les indicateurs retenus par l'entité,
- Réaliser un *reporting* régulier sur une campagne payante ou qui inclura la restitution des résultats et leur analyse critique, ainsi que les recommandations en termes d'optimisation pour les futures campagnes,
- Réaliser un rapport d'une campagne payante,
- Analyser une campagne payante et faire des propositions d'actions d'amélioration pour les campagnes futures.

Le Groupe CCIR Paris Ile-de-France se réserve le droit de procéder en propre aux achats SMA sur les régies digitales à hauteur de 8 000€ HT par an et par entité, toutes régies confondues.

### **3.6. Digital programmation, site à site, brand content et régies online, CTV**

Le Titulaire proposera un accompagnement performant de la stratégie d'une entité ou d'une activité qui a pour objet :

- d'augmenter sa visibilité et le trafic des sites web concernés,
- d'améliorer la notoriété et l'image des différentes marques,
- de participer à ses actions de promotion,
- de développer les ventes (*social selling*),
- de générer des *leads*,
- de générer une inscription à une lettre d'informations ou un événement,
- de renseigner un formulaire de contact ou d'information,
- de faire passer des audiences de la découverte à l'achat (*remarketing /retargeting*).

### **3.7. Accompagnement de la montée en compétences**

A destination des élus, dirigeants d'établissements, équipes métier (*community managers*, chargés de communication digitale, chargés de programmes...), le Titulaire sera amené à organiser et conduire :

- des *digital trainings*,
- des *learning expeditions*,
- des formations au SEO (technique et éditorial),
- des formations en marketing content sur les réseaux sociaux,
- des formations à la performance marketing digital,
- des formations de social selling,
- ...

Dans le cadre de ces sessions de formation, le Titulaire fournira à l'entité du Groupe CCIR Paris Ile-de-France les supports nécessaires à la réalisation de ces formations. Ces supports deviendront propriété du Groupe CCIR Paris Ile-de-France à l'issue de chaque formation.

Si le Titulaire est empêché d'exécuter la session de formation programmée, il doit immédiatement en aviser par courriel l'entité du Groupe CCIR Paris Ile-de-France. L'attributaire de cette formation devra ensuite reprogrammer la session annulée à une date acceptée par l'entité du Groupe CCIR Paris Ile-de-France.

L'attributaire de la formation informe de son empêchement au minimum 15 jours calendaires avant la date de la formation.

### **3.8. Veille sur les médias sociaux et e-réputation**

Des actions de veille ponctuelle ou récurrentes pourront être demandées sur un ou plusieurs médias sociaux : concurrence, e-réputation, tendances éditoriales et innovations en matière de communication digitale.

Elles prendront la forme de notes thématiques, cartographies ou infographies.

Le Titulaire sera amené à sensibiliser les entités sur les évolutions structurantes en matière de médias sociaux (tendances, nouvelles fonctionnalités, évolution des algorithmes, nouveaux réseaux, développement de nouveaux services, évolution des comportements utilisateurs).

Elle devra également pouvoir conseiller une entité sur les particularités et usages de médias sociaux :

- d'un secteur d'activité donné,
- d'une population donnée (exemples : jeunes 18/24 ans, commerçants de bouche),
- d'une zone géographique donnée.

### **3.9. Evaluation des opérations digitales**

Pour chacune des entités concernées, le Titulaire du marché sera amené à mesurer et évaluer l'ensemble des actions de communication et de marketing digital mises en place par :

- la définition d'indicateurs pertinents,
- le suivi d'indicateurs retenus,
- l'utilisation d'outils de mesure de la performance,
- la mise en place de tableaux de bord,
- la production de rapports de campagne tenant compte des indicateurs retenus,
- l'évaluation et l'analyse des résultats,
- des préconisations d'optimisation des actions réalisées,
- des bilans de performance.

Le Titulaire mettra à disposition un dashboard (type ADRIEL), co-construit avec l'entité, pour le suivi des campagnes. Ce dashboard devra regrouper les indicateurs clé de performance définis pour l'ensemble des régies digitales sur lesquelles seront diffusées les campagnes SEA et SMA (Google, Microsoft Bing, Meta, LinkedIn, TikTok...) permettant notamment un suivi du budget et des performances.

### **3.10. Production de contenus digitaux**

Le Titulaire devra pouvoir produire les contenus suivants :

- infographies,
- textes optimisés pour le SEO,
- decks,
- dataviz,
- cards médias sociaux,
- bandeaux animés aux formats GIF ou Flash,
- avatars de médias sociaux.

## **4. Organisation des prestations**

### **4.1. Equipe dédiée et méthodologie**

Le Titulaire désigne dans son offre une personne responsable de la relation avec les entités du Groupe CCIR Paris Ile-de-France. Ce responsable sera le contact principal des entités pour initier chaque prestation.

Le Titulaire doit constituer une équipe dédiée à chaque entité du Groupe CCIR Paris Ile-de-France. Permettant ainsi d'avoir un ou plusieurs interlocuteurs permanents. La continuité du service sera assurée en cas d'absences ou de vacances.

Les noms de ces interlocuteurs seront communiqués aux entités du Groupe CCIR Paris Ile-de-France afin d'assurer la continuité du service.

Dans le cas où un ou plusieurs intervenants ne sont plus en mesure d'accomplir les prestations, le Titulaire doit :

- En aviser, sans délai le Groupe CCIR Paris Ile-de-France, et plus précisément le directeur de la communication et prendre toutes les dispositions nécessaires, afin d'assurer la poursuite de l'exécution des prestations ;
- Proposer au Groupe CCIR Paris Ile-de-France des remplaçants disposant de compétences au moins équivalentes et communiquer les noms, titres et expertises dans un délai d'une semaine à compter de la date d'envoi de l'avis mentionné à l'alinéa précédent.

Les avis, propositions et décisions du Groupe CCIR Paris Ile-de-France sont notifiés au Titulaire.

La décision de récusation prise par le Groupe CCIR Paris Ile-de-France est motivée.

A défaut de proposition de remplaçant par le Titulaire ou en cas de récusation par le Groupe CCIR Paris Ile-de-France, l'accord-cadre peut être résilié.

En cas d'insuffisance dans l'exécution des prestations, le Groupe CCIR Paris Ile-de-France se réserve la possibilité de demander au Titulaire le remplacement d'une des personnes nommément désignées dans l'offre du Titulaire.

Le Titulaire a 8 jours à compter de la réception de la demande du Groupe CCIR Paris Ile-de-France pour lui présenter un remplaçant disposant des compétences au moins équivalentes.

### **4.2. Descriptif des profils attendus et missions correspondantes**

Profils	Compétences	Code profil
Formateur	Expert ayant des compétences techniques, relationnelles, rédactionnelles et pédagogiques. Sait construire un programme de formation en fonction d'objectifs à atteindre. Travaille sur des actions de sensibilisation ou de montée en compétences. Capable de monter des programmes de formation, au besoin en <i>blended learning</i> pour des sujets de marketing digital, SEO. Peut construire et organiser une <i>learning expedition</i> en Ile-de-France, en France et à l'étranger.	FOR
Chef de projet marketing digital	Compétences techniques, relationnelles et rédactionnelles. Propose, construit des plans médias et plans d'actions. Connaissance des médias sur lesquels il doit travailler, des méthodes et techniques d'évaluation de la performance. Réalise les supports de présentation et d'évaluation des campagnes. Profil senior requis (idéalement > 6 ans d'expérience).	CPD

Directeur de projet	Compétences techniques, relationnelles et rédactionnelles. Connaissance du fonctionnement technique et des usages du web, des médias sociaux et moteurs de recherche. Capacité à piloter plusieurs projets, à s'interfacer avec d'autres fournisseurs, à accompagner le changement des équipes. Profil senior requis (idéalement > 6 ans d'expérience).	DPD
Chef de projet veille	Compétences techniques, relationnelles et rédactionnelles. Maîtrise des outils de veilles et d'écoute sur les médias sociaux et le web. Connaissance du fonctionnement technique et des usages du web et des médias sociaux. Capacité à piloter plusieurs projets, à s'interfacer avec d'autres marchés.	CPV
Expert marketing digital	A une expertise pointue sur les technologies et supports du marché. Est force de proposition pour les technologies et médias émergents. Intervient aux moments clés du projet et à la survenance des besoins. Produit ou co-produit les études et recommandations clefs (SEO, veille technique ou de tendance). Profil senior requis (idéalement 6 ans d'expérience).	EMD
Social media manager	Compétences techniques, relationnelles et rédactionnelles. Connaissance du fonctionnement technique et des usages des médias sociaux. Travaille en langues française et anglaise (niveau C1/C2). Peut construire et évaluer des campagnes médias sociaux complexes (CPA, CPC, CPM, parcours et expérience utilisateur, influence, e-réputation, gestion de crise, viralité).	SMM

Community Manager	Compétences techniques, relationnelles et rédactionnelles. Connaissance du fonctionnement technique et des usages des médias sociaux. Travaille en langues française et anglaise (idéalement niveau C1/C2).	CMF
Community manager international -	Compétences techniques, relationnelles et rédactionnelles. Connaissance du fonctionnement technique et des usages des médias sociaux. Travaille en langue étrangère, autre que l'anglais.	CMI
Graphiste	Compétences graphiques. Conçoit et réalise l'identité visuelle des sites internet, interfaces et applications. Conçoit des visuels pour les campagnes digitales et les réseaux sociaux.	GRA
Infographiste	Compétences techniques. Produit des infographies, dataviz, decks, cards, avatars et bandeaux fixes/animés pour les médias sociaux. Créatif. (Idéalement > 3 ans d'expérience).	INF
Content manager	Compétences rédactionnelles pour les médias sociaux et le web. Sait rédiger et réaliser des contenus optimisés pour le référencement naturel. Travaille en langues française et anglaise (idéalement niveau C1/C2).	GCF
Content manager international	Compétences rédactionnelles pour les médias sociaux et le web. Sait rédiger et réaliser des contenus optimisés pour le référencement naturel. Travaille en langue étrangère, autre que l'anglais.	GCI

Growth Hacker	A une expertise pointue sur les technologies et supports du marché. Paramètre et optimise les campagnes de médias sociaux ou SEM dans les outils dédiés ou outils propriétaires. Profil sénior requis (idéalement > 6 ans d'expérience).	GHK
Expert référencement naturel	A une expertise pointue sur les technologies et l'état de l'art en matière de référencement naturel. Est force de proposition pour les évolutions techniques et éditoriales relatives au SEO. Produit ou co-produit les études et recommandations clefs (SEO, veille technique ou de tendance), co-produit les supports de formation ou d'accompagnement à la montée en compétences en SEO.  (Idéalement >3 ans d'expérience).	SEO
Digital Media Planner	Positionner les différentes campagnes publicitaires (supports/budgets/ROI attendu), élaborer des plans médias sur le web et les médias sociaux, suivre le bon déroulement des campagnes, faire des évaluations et établir des bilans d'opérations. (Idéalement > 3 ans d'expérience).	DMP
Traffic Manager	Gérer et optimiser la diffusion des campagnes publicitaires digitales. Analyser les données, ajuster les leviers d'acquisition et coordonner les équipes pour maximiser la visibilité, le trafic et le retour sur investissement.  (Idéalement > 3 ans d'expérience).	TM
Expert tracking	Expert possédant des compétences spécialisées dans la collecte, l'analyse et l'interprétation de données de suivi pour optimiser les performances et les stratégies marketing. Capable de mettre en place des solutions de suivi avancées pour mesurer et améliorer l'efficacité des campagnes et des actions en ligne.	ET
Expert RGPD	Expert possédant un ensemble de compétences techniques, relationnelles, rédactionnelles et pédagogiques. Maîtrise l'ensemble des aspects liés au Règlement général sur la protection des données (RGPD) et est capable de conseiller et accompagner les organisations dans leur conformité.	ER
Data Analyst	Expert compétent dans l'analyse et l'interprétation des données pour fournir des informations stratégiques et des recommandations basées sur des preuves. Capable de collecter, nettoyer, transformer et visualiser des ensembles de données complexes afin d'aider les organisations à prendre des décisions éclairées.	DA

#### **4.3. Délai de remise des livrables**

Les livrables seront précisés lors dans la demande devis. Ils découleront de l'ensemble des prestations listées à l'article 3. Les délais de remise des livrables feront l'objet d'un calendrier rendu contractuel lors de l'acceptation du devis entre le Titulaire et l'entité du Groupe CCIR Paris Ile-de-France concernée.

#### **4.4. Statistiques de consommation**

Le Titulaire sera tenu de communiquer, sur simple demande du Groupe CCIR Paris Ile-de-France et dans un délai de 7 jours ouvrables, les statistiques de commandes effectuées sur la période demandée. Ces statistiques seront communiquées au format Excel et comprendront *a minima* :

- La date de commande,
- Le numéro de marché,
- Le numéro du bon de commande SAP,
- L'entité (direction, établissement, CCID, CCIT) commanditaire,
- La nature de la prestation commandée,
- Les supports concernés (pour le SEA/SMO),
- Le nombre de campagnes (pour le SEA /SMO),
- Le montant des prestations HT et TTC.

## GLOSSAIRE

CPA : “Cost Per Action”, “Coût Par Action”, mode de facturation d'un espace publicitaire ou d'une action marketing qui consiste à facturer l'annonceur en fonction des résultats obtenus lors de la campagne (exemples : téléchargement d'un livre blanc PDF, création d'un compte client, envoi d'un formulaire de contact).

CPC : “Cost per clic” ou « Coût Par Clic » qui est un mode de facturation d'espaces publicitaires ou d'actions marketing au clic généré sur Internet.

CPM : “Cost Per Mille”, “coût pour mille” mode de facturation des espaces publicitaires sur Internet par lequel un annonceur est facturé selon un prix de l'espace publicitaire exprimé pour mille affichages du message ou de la création (bannière, vidéo...).

ROI : “Return on Investment”, Retour sur investissement.

SEA : “Search Engine Advertising” qui signifie littéralement publicité sur les moteurs de recherche. Le SEA désigne donc l'utilisation de liens commerciaux ou publicitaires sur les moteurs de recherche.

SEM : “Search Engine Marketing”, regroupe les deux formes de présence sur les moteurs de recherche que sont les liens commerciaux et le référencement naturel (SEO)

SEO : “Search Engine Optimization”, ou Référencement naturel, est l'ensemble de méthodes et savoir-faire permettant de positionner un site, une page web ou une application dans les premiers résultats naturels des moteurs de recherche. En français, le SEO est désigné par le terme de référencement naturel.

SMO : “Social Media Optimization”, désigne l'ensemble des techniques et actions destinées à développer la visibilité, l'image et l'offre d'un site web ou d'une marque sur les réseaux ou médias sociaux.

URL : Adresse d'un site, d'une page hypertexte, d'un document sur Internet.



## **LISTE DES SITES WEB DES ENTITES DU GIE GROUPE CCIR PARIS-ILE-FRANCE (2022)**

<b>Entité</b>	<b>Site</b>	<b>URL du site</b>
Groupe CCI Paris Ile-de-France	Site du Groupe	<a href="http://www.cci-paris-idf.fr">www.cci-paris-idf.fr</a>
	Site de la mission Appui aux entreprises et CCID	<a href="http://entreprises.cci-paris-idf.fr">entreprises.cci-paris-idf.fr</a>
	Les Digiteurs (et son annuaire)	<a href="http://www.lesdigiteurs.fr">www.lesdigiteurs.fr</a>
	L'Exportateur.com	<a href="http://www.lexportateur.com">www.lexportateur.com</a>
	GEFI	<a href="http://www.formalites-export.com">www.formalites-export.com</a>
ESPML	Site de l'école ISIPCA	<a href="http://www.isipca.fr">www.isipca.fr</a>
	Site de l'école LA FABRIQUE	<a href="http://www.lafabrique-ecole.fr">www.lafabrique-ecole.fr</a>
Ferrandi	Site principal	<a href="http://www.ferrandi-paris.fr">www.ferrandi-paris.fr</a>
	Version internationale	<a href="http://www.ferrandi-paris.com">www.ferrandi-paris.com</a>
	Cours de cuisine pour particuliers à FERRANDI Paris (UA-1199745-7)	<a href="http://coursdecuisine.ferrandi-paris.fr">coursdecuisine.ferrandi-paris.fr</a>
Sup de V	Site de l'école	<a href="http://www.supdev.fr">www.supdev.fr</a>
CFA des Sciences	Site de l'école	<a href="http://www.cfa-sciences.fr">www.cfa-sciences.fr</a>
LEA CFI	Site de l'école	<a href="http://www.lea-cfi.fr">www.lea-cfi.fr</a>
GOBELINS, l'école de l'image	Site de l'école	<a href="http://www.gobelins.fr">www.gobelins.fr</a>
	Site en version internationale	<a href="http://www.gobelins-school.com">www.gobelins-school.com</a>
ESIEE-IT	Site de l'école	<a href="http://www.esiee-it.fr">www.esiee-it.fr</a>
	Coding Factory	<a href="http://codingfactory.fr">codingfactory.fr</a>
Join a School in France	Join a School in France	<a href="http://www.joinaschoolinfrance.com">www.joinaschoolinfrance.com</a>
CCI 91	Site de la Chambre	<a href="https://www.essonne.cci.fr/">https://www.essonne.cci.fr/</a>
	Emploi Essonne	<a href="http://emploi-essonne.com">emploi-essonne.com</a>
	Drimin'in Saclay	<a href="https://driminsaclay.fr/">https://driminsaclay.fr/</a>
	Les Papilles d'Or	<a href="http://lespapillesdor.fr/">http://lespapillesdor.fr/</a>