

Prestations d'accompagnement en stratégie
webmarketing et réalisation de campagnes

Marché n°2026MA0007A20S0000
(n° court : 2026-07)

ANNEXE I
REGLEMENT DE LA CONSULTATION

Guide de réponse à la consultation

Table des matières

1. Synthèse générale	3
2. Elaboration d'une stratégie de WebMarketing.....	3
3. Réalisation de campagnes.....	4
4. Taggage et Matomo	4

Le candidat établit son offre selon les indications du présent document. Il remet l'ensemble des éléments de réponse dans l'ordre du plan présenté ci-après :

- Synthèse générale ;
- Elaboration d'une stratégie de WebMarketing ;
- Réalisation de campagnes ;
- Taggage et Matomo.

Les éléments demandés ci-dessous au titre du mémoire technique seront analysés selon les critères déterminés à l'article 6.3 du RC.

Un intérêt particulier sera porté sur la pédagogie des éléments de réponse, dans le vocabulaire, les chiffres cités (sources et/ou modes de calculs) et le déploiement des éléments techniques de réponse.

I. Synthèse générale

Le mémoire de synthèse présente un résumé de l'offre initiale. Il doit notamment inclure :

- Une présentation du candidat :
 - Une présentation globale de l'entreprise (chiffre d'affaires, activités, organigramme, chiffres clés, etc.) ;
 - Les engagements RSE portés par l'entreprise ;
 - La présentation de l'équipe dédiée au pilotage du marché pour le Musée ;
 - Un manifeste présentant l'ambition du candidat pour le projet ;
 - Des références et exemples concrets de campagnes ou d'accompagnements réalisés par le candidat, en précisant les budgets associés ;
- Les grandes orientations du projet commercial à travers :
 - Les éléments permettant de construire et améliorer la stratégie de WebMarketing (Campagnes, SEO, GEO, Taggage) appliqués aux enjeux du MA ;
 - Les modalités d'exécution des prestations (comitologie, type de documents) ;
- Toute autre élément que le candidat souhaiterait mettre en exergue au sein de son offre.

2. Elaboration d'une stratégie de WebMarketing

La présentation devra de façon visuellement explicite montrer en quoi chaque élément de réponse au CCTP participe aux objectifs et enjeux de la stratégie de WebMarketing du Musée, et notamment permet de :

- Développer la notoriété, prospects, diversifier, fidéliser ;
- Augmenter les taux d'engagement et de conversion des audiences ;
- Mettre en valeur l'ensemble de l'offre du Musée dans sa diversité et sa vitalité ;
- S'intégrer dans les évolutions techniques et les « modes ».

Missions de conseil (marketing digital, SEO/GEO) :

- Déroulé des réunions, fil conducteur, type de livrable associés avec exemple ;
- Présentation d'outils utilisés par le candidat pour communiquer sur l'évolution des tendances du secteur, pour tirer des bilans et y associer des pistes d'amélioration personnalisées pour le Musée ;
- Exemples concrets de recommandations stratégiques pouvant être fournies au Musée pour déployer sa stratégie, sur une année, avec une typologie de campagnes à mener et une typologie de canaux, en fonction des cibles visées et de l'offre du Musée ;

- Exemple ou trame d'audit annuel ou de bilan annuel et périmètre précis de ces analyses ;
- Exemple de recommandations sur les formats médias ou éléments textuels et comment les optimiser ;

Comitologie :

- Pour chaque occurrence de la comitologie, exemples et/ou trame d'animation de réunion et de livrables ;
- Présentation d'objectifs associés à chaque occurrence et présentation de l'équipe du candidat associée ;
- Outils de suivi des calendriers et budgets associés à chaque campagne, et suivi des éventuelles évolutions en cours de projet ;
- Captures d'écran ou démo de la plateforme ou des outils de suivi, et précision des données accessibles et fonctionnalités.

Cadre de réalisation des prestations :

- Description des enjeux RSE portés par l'entreprise avec exemples concrets d'application ;
- Description des garanties sécuritaires et de confidentialité.

3. Réalisation de campagnes

- Présentation du mode opératoire proposé par le candidat, et exemple de documents associés (brief, documents de cadrage, suivi des performances, bilan de campagne) ;
- Présentation du suivi budgétaire et des éléments montrant la consommation des budgets d'achat.

4. Taggage et Matomo

- Exemples de formation pouvant être apportée, et/ou déroulé de réunion et livrables associés ;
- Mode opératoire de reprise du taggage actuel du Musée et calendrier associé ;
- Description de la méthodologie d'optimisation appliquée chaque année ;
- Exemples d'outil de génération de lien tracké pouvant être mis à disposition du Musée ;
- Précision sur le mode opératoire de paiement des licences pour le compte du Musée.