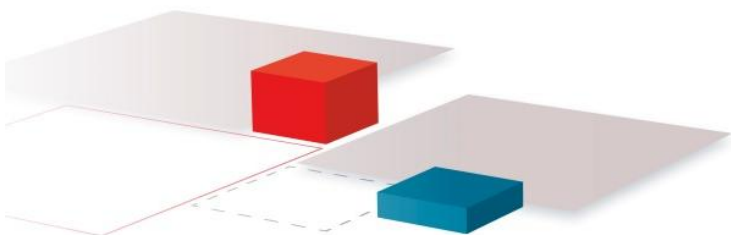


Accord cadre pour les prestations de conseil et d'études marketing commerciales et communication sur les secteurs d'intervention de la Banque des Territoires

Affaire n° 20265186

MARCHES DE PRESTATIONS INTELLECTUELLES

Cahier des clauses techniques particulières (C.C.T.P)



Sommaire

ELEMENTS DE CONTEXTE GENERAL	3
1.1. . PRESENTATION DU GROUPE CAISSE DES DEPOTS	3
1.2. LA DIRECTION CLIENTE : LA BANQUE DES TERRITOIRES	5
1.2.1. <i>Présentation</i>	5
1.2.2. <i>Missions et actions de l'entité prescriptrice</i>	6
1.3. CONTEXTE DE L'ACCORD-CADRE	7
2. OBJECTIFS DE L'ACCORD-CADRE	7
2.1. LOT 1 – MARKETING STRATEGIQUE.....	7
2.1.1. <i>Objet du lot</i>	7
2.1.2. <i>Prestations attendues</i>	8
2.1.3. <i>Compétences demandées</i>	9
2.2. LOT 2 – MARKETING OPERATIONNEL.....	10
2.2.1. <i>Objet du lot</i>	10
2.2.2. <i>Prestations attendues</i>	10
2.2.3. <i>Compétences demandées</i>	10
2.3. LOT 3 – COMMERCIAL, MODELES DE DISTRIBUTION ET DE RELATION CLIENT	11
2.3.1. <i>Objet du lot</i>	11
2.3.2. <i>Prestations attendues</i>	11
2.3.3. <i>Compétences demandées</i>	12
2.4. LOT 4 – WEBMASTERING.....	13
2.4.1. <i>Objet du lot</i>	13
2.4.2. <i>Prestations attendues</i>	13
2.4.3. <i>Livrables</i>	15
2.4.4. <i>Compétences demandées</i>	15
2.5. LOT 5 – STRATEGIE ET ACCOMPAGNEMENT SEO/GEO ET VISIBILITE MULTI-CANALE	16
2.5.1. <i>Objet du lot</i>	16
2.5.2. <i>Prestations attendues</i>	17
2.5.3. <i>Compétences demandées</i>	19
2.6. LOT 6 – MARKETING AUTOMATION & CAMPAGNES MARKETING INTEGREES	20
2.6.1. <i>Objet du lot</i>	20
2.6.2. <i>Prestations attendues</i>	20
2.6.3. <i>Compétences demandées</i>	21

ELEMENTS DE CONTEXTE GENERAL

1.1. . Présentation du groupe Caisse des Dépôts

La Caisse des Dépôts et ses filiales constituent un Groupe public, investisseur de long terme au service de l'intérêt général et du développement économique du pays. Il remplit ses missions en appui des politiques conduites par l'État et les collectivités locales et peut exercer des activités concurrentielles.

Pour décliner ses missions et proposer une gamme complète d'accompagnements, la Caisse des Dépôts est aujourd'hui organisée autour de **quatre métiers** et de **deux partenaires stratégiques**.

Le soutien aux projets des territoires

Créée en 2018, la **Banque des Territoires** accompagne les territoires et leurs acteurs en proposant des solutions adaptées aux enjeux locaux : conseil, prêts et investissements en capital. Avec 16 directions régionales, 37 implantations territoriales et deux filiales, CDC Habitat et la SCET, elle propose une offre complète en ingénierie et en montage de projet aux collectivités, organismes de logement social, entreprises publiques locales, professions juridiques, entreprises et acteurs financiers, la sphère sociale, avec l'ambition d'agir pour des territoires plus durables et plus solidaires.

Politiques sociales : La **direction des politiques sociales (DPS)** de la Caisse des Dépôts accompagne les parcours de vie des Français. Tiers de confiance, elle concourt à la cohésion sociale et à la réduction de la fracture territoriale, en intervenant principalement dans quatre domaines : les retraites, la formation professionnelle, le handicap, le grand âge et la santé. Gestionnaire de 66 fonds et mandats, partenaire privilégié de 63 000 employeurs publics, la direction des politiques sociales apporte des solutions fiables et innovantes à ses clients et aux pouvoirs publics.

Les **gestions d'actifs (GDA)** gèrent l'ensemble des placements financiers de la Caisse des Dépôts (obligations, actions, non coté, immobilier, forêts, etc.), issus des bilans du Fonds d'épargne et de la Section générale. Premier gérant d'actifs de statut public (avec 288 Md€ d'encours d'actifs sous gestion) et premier investisseur sur les PME françaises cotées, GDA investit dans toutes les classes d'actifs, directement ou au travers de ses filiales (CDC Croissance, La Société Forestière, CDC Investissement Immobilier), dans une perspective de long terme et responsable.

La **gestion des participations stratégiques (GPS)** gère les opérations d'acquisition et de cession, ainsi que le pilotage actionnarial d'une vingtaine de sociétés dont la Caisse des Dépôts est actionnaire de référence. Elle contribue à la définition de la position actionnariale de la CDC ainsi qu'à l'accompagnement stratégique et financier des filiales, tout en coordonnant les priorités entre le Groupe et ses filiales. Investisseur de long terme, elle accompagne dans la durée le développement de ses filiales dont les résultats financiers soutiennent les missions d'intérêt général.

Nos deux partenaires stratégiques sont Bpifrance et le Groupe La Poste :

Bpifrance est une banque publique d'investissement détenue par la Caisse des Dépôts et l'État qui a pour mission de dynamiser et rendre plus compétitive l'économie française, en appui des politiques publiques. Elle finance les entreprises à chaque étape de leur développement, en crédit, garantie et fonds propres. Partenaire de confiance des entrepreneurs, elle développe une offre de conseil, de formation, de mise en réseau, et un programme d'accélération pour les start-ups, PME et ETI.

Intégré au périmètre de consolidation financière du groupe Caisse des Dépôts depuis mars 2020, **le Groupe La Poste** accompagne tous les Français en offrant des services utiles et adaptés à leurs besoins. A travers ses quatre missions de services publics (courrier, services bancaires pour tous, aménagement du territoire via présence postale, presse) il accompagne les grandes transitions écologique, territoriale, démographique et numérique qui impactent la société. Le Groupe compte près de 350 000 collaborateurs dans le monde dont près de 7 500 pour l'Établissement Public (EP). Son bilan social agrégé atteint 1360 Md€, et sa contribution au budget de l'État était de 2,5 Md€ en 2023.

Pour mettre en œuvre ses différents métiers, la Caisse des Dépôts s'appuie sur l'établissement public organisé autour de fonctions transversales et de directions opérationnelles.

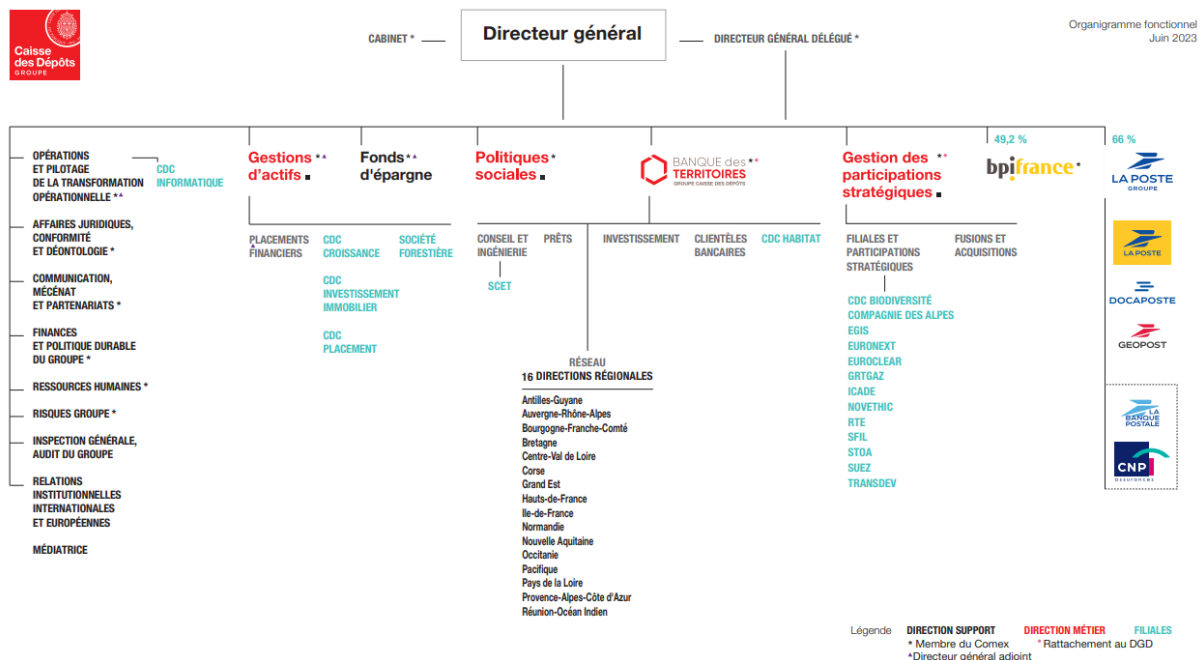
➤ **Les directions opérationnelles :**

- La Banque des Territoires composée de :
 - ✓ La direction des clientèles bancaires
 - ✓ La direction de l'investissement
 - ✓ La direction des prêts
 - ✓ La direction du réseau
 - ✓ La Scet
 - ✓ CDC Habitat
- La direction des gestions d'actifs
- La direction des politiques sociales
- La direction de la gestion des participations stratégiques

➤ **Les fonctions transversales :**

- Affaires juridiques, conformité et déontologie
- Communication, mécénat et partenariats
- Finances et politique durable du Groupe
- Fonds d'épargne
- Inspection générale, audit du Groupe
- Opérations et pilotage de la transformation opérationnelle
- Relations institutionnelles, internationales et européennes
- Ressources humaines
- Risques

Pour plus d'informations : www.groupecaissedesdepots.fr



Notre établissement, par son identité historique résolument tournée vers l'intérêt général, s'engage à être un acteur exemplaire de la transformation écologique et de la cohésion sociale et territoriale.

En 2022, la Caisse des Dépôts a adopté sa raison d'être, véritable boussole pour ses missions, qui se traduit par des engagements ambitieux en matière environnementale, sociale et de gouvernance dans le cadre de sa politique durable et notamment sa politique d'achats responsables, déclinée dans son SPASER (Schéma de promotion des achats socialement et écologiquement responsables) 2024-2027.

Dans ce cadre, la Caisse des Dépôts s'engage et attend de ses fournisseurs qu'ils prennent en compte lors de l'exécution des prestations ses engagements et sa politique en matière de développement durable et notamment les axes suivants :

- Réduction de l'impact environnemental : décarbonation, réduction des déchets, sobriété des consommations d'eau et d'énergie.
- Insertion sociale et professionnelle de tous.
- Promotion de l'égalité femmes / hommes et lutte contre les discriminations. A ce titre, dans une démarche d'amélioration continue, la Caisse des Dépôts accentue sa politique d'égalité et de diversité et s'est engagée, pour rendre officiel son engagement et le faire évaluer par un tiers, dans une démarche visant à obtenir le double label Égalité professionnelle entre les femmes et les hommes / Diversité.

1.2. La direction cliente : la Banque des Territoires

1.2.1. Présentation

La Banque des Territoires, créée en 2018, propose des solutions de financement, *via* les prêts sur fonds d'épargne, des investissements en fonds propres et une offre bancaire et consignataire mais aussi des solutions d'accompagnement sur mesure pour ses clients : les collectivités territoriales et leurs satellites, les organismes de logement social, les professions juridiques et les entreprises partenaires qui investissent dans des projets territoriaux.

Elle anime un écosystème pour apporter des solutions « globales » aux territoires grâce à son positionnement unique auprès de ses filiales et de ses partenaires, pour couvrir toutes les étapes stratégiques d'un projet de territoire.

Elle s'adresse à tous les territoires, depuis les zones rurales jusqu'aux métropoles, avec l'ambition de lutter contre les inégalités sociales et les fractures territoriales.

La **transformation écologique** et la **cohésion sociale et territoriale** sont les deux faces d'un seul et même défi. Ces deux axes sont au fondement de **notre stratégie** pour les prochaines années (2024 - 2028).

Pour ce faire, la Banque des Territoires s'est dotée d'un Plan Stratégique à 5 ans, plan qui s'appuie sur 16 mesures phares :



Par ailleurs, La Banque des territoires joue un rôle essentiel dans le déploiement de 5 grands programmes nationaux pilotés par l'État :



1.2.2. Missions et actions de l'entité prescriptrice

Toutes les directions de la Banque des Territoires pourront être amenées à activer cet accord-cadre, avec en priorité les entités suivantes :

- Les Directions Métiers (Direction des clientèles bancaires, Direction de l'investissement et Direction des prêts) et leurs départements Marketing respectifs,
- La Direction du Réseau et des Territoires (DRT) et ses entités Marketing & Commerciales,
- La Direction de la Communication et son département Digital,
- Le Département Digital transverse de la Banque des Territoires et son pôle TRECC (Transformation de l'Expérience Client & Collaborateur).

1.3. Contexte de l'accord-cadre

Cet accord-cadre a vocation à servir **l'ensemble de la filière marketing et commerciale de la Banque des Territoires** que ce soit dans des fonctions marketing transversales globales ou plus orientées métiers (prêt, investissement, services bancaires et consignations, ingénierie) ou encore, des fonctions commerciales / terrain.

Cet accord-cadre vise notamment à accompagner la filière marketing et commerciale dans sa montée en expertise et dans le renforcement de son positionnement.

Selon les missions, les prestataires sélectionnés pourront aussi être amenés à travailler avec l'ensemble des directions de la Banque des Territoires.

2. OBJECTIFS DE L'ACCORD-CADRE

L'accord-cadre est divisé en lots décrits ci-après.

Les prestations seront principalement réalisées en présentiel à la Banque des Territoires, sur les différents sites sur Paris et / ou en distanciel selon la mission. Quelques déplacements en région peuvent ponctuellement être à prévoir, en fonction des missions.

<i>Lots</i>	<i>Désignation</i>	<i>Nombre d'attributaires</i>	<i>Montants estimatifs sur 4 ans</i>	<i>Montant maximum HT sur 4 ans</i>
1	Marketing stratégique	4	1 800 000 € H.T.	1 980 000 € H.T.
2	Marketing opérationnel	4	2 400 000 € H.T.	2 640 000 € HT
3	Commercial, modèles de distribution et de relation client	4	2 400 000 € H.T.	2 640 000 € HT
4	Webmastering	3	750 000 € H.T.	825 000 € H.T.
5	Stratégie et accompagnement SEO/GEO et Visibilité multi-canal	3	900 000 € H.T.	990 000 € H.T.
6	Marketing automation & campagnes marketing intégrées	3	700 000 € H.T.	770 000 € H.T.

2.1. Lot 1 – Marketing stratégique

2.1.1. Objet du lot

Ce lot vise des consultations de marketing stratégique.

4 prestataires seront retenus sur ce lot à l'issue de la consultation.

2.1.2. Prestations attendues

A- Stratégie Client & Commerciale

- **Elaboration du plan stratégique client et commercial** basé sur les thématiques transverses aux différents métiers (Prêts, Investissements, Services bancaires et consignations et Ingénierie) et sur les différents marchés / catégories de clients (Collectivités Locales, Organismes de Logement Social, Professions Juridiques, Entreprises Publiques Locales, Acteurs Financiers...) de la Banque des Territoires.
- **Mise en pilotage de la stratégie client et commerciale** : déclinaison en plans d'actions par catégorie de clients, suivi de l'avancement de ces plans tout au long de l'année.
- **Réalisation de diagnostics (marché, client, collaborateur)** : préconisation d'axes de développement, conception de trajectoires cibles, identification de relais de croissance y compris avec des partenaires externes.
- **Elaboration de stratégies de positionnement et de segmentation clients** : diagnostic de positionnement, forces/faiblesses du positionnement actuel vs. la stratégie de la Banque des Territoires, la concurrence, l'évolution des besoins & attentes clients, proposition d'axes d'évolution, cadrage d'une segmentation client et élaboration d'une feuille de route pour sa mise en œuvre opérationnelle.

B- Stratégie d'offre :

- **Accompagnement dans la refonte et l'optimisation de notre portefeuille d'offres** : diagnostic du portefeuille actuel, propositions d'axes d'évolution pour prolonger une démarche de simplification du portefeuille
- **Identification des nouveaux besoins nécessitant des évolutions d'offres**, à travers des approches variées de type idéation, ethnologique / sociologique etc.
- **Formalisation du cycle de vie des produits** : diagnostic de l'existant, homogénéisation du processus de gestion des différentes phases des produits (lancement, croissance, maturité, déclin), mise en place de KPIs de suivi de la performance de chaque produit

C- Veille Stratégique / Intelligence économique

- **Définition et mise en œuvre d'une veille stratégique** de l'expression du besoin, à la collecte, au traitement et à la diffusion de l'information utile pour rationaliser la prise de décision et gagner en compétitivité.
- **Réalizations d'analyses externes** :
 - **Veille de marché** : identification des évolutions du marché et des nouveaux acteurs, matrice SWOT, calcul et suivi des parts de marché, analyse comparative des positionnements, tarifs (positionnement des tarifs pratiqués, benchmark conditions bancaires), offres et produits, résultats financiers, partenariats, rachats...
 - **Veille sectorielle** (marché, e-réputation, veille technologique...) : connaître, surveiller & anticiper son environnement et détecter les opportunités, innovations, niches... (ex : les cryptomonnaies)
- **Réalizations d'analyses internes** :
 - Analyse du portefeuille client en exploitant et en enrichissant la donnée disponible en interne
 - Identification des KPIs internes à piloter et mise en pilotage de ces indicateurs

D- Change Management : accompagner la transformation des fonctions marketing et commerciales (acculturation à des nouvelles thématiques / des nouvelles méthodologies, professionnalisation des pratiques)

- Cadrage de plans de transformation marketing & commercial, formalisation des actions et/ou processus métiers à mettre en place ou à reconfigurer, analyse d'impact de ces transformations sur le modèle opérationnel, mise en place des comitologies de suivi de ces actions et/ou processus.
- Structuration des missions du marketing stratégique vs. marketing opérationnel métiers (offre bancaire et consignment, prêt, investissement, ingénierie).
- Animation de la filière marketing & commercial, diffusion des meilleures pratiques du marché appliquées au contexte de la Caisse des Dépôts, animation de sessions.
- Mise à disposition de PMO pour la gestion de projets.

2.1.3. Compétences demandées

- Expertise en marketing stratégique et en stratégie commerciale
- Expertise en veille & analyse marché & client
- Expertise en accompagnement à la conduite du changement
- Compétences d'analyse de data
- Compétences en PMO
- Connaissance fine du secteur public local, du secteur bancaire et financier (activités prêteur et investisseur), du secteur des professions réglementées (en prenant en compte les enjeux réglementaires)
- Capacité à mener des projets de manière transverse dans un environnement complexe avec de multiples parties prenantes, une grande diversité de cibles de clientèles et de missions
- Capacité de communication à tous les niveaux (direction générale, manager, collaborateur)
- Capacité à proposer des livrables impactants / Dataviz (i.e. présentation visuelle permettant de garantir une restitution pédagogique et facilement appropriables des supports par tous types de publics)
- Capacité à intégrer des cas d'usages IA dans chaque projet
- Excellentes capacités rédactionnelles

2.2. Lot 2 – Marketing opérationnel

2.2.1. Objet du lot

Ce lot vise des prestations d'accompagnement à l'élaboration et la mise en place de plans marketing opérationnels.
4 prestataires seront retenus sur ce lot à l'issue de la consultation.

2.2.2. Prestations attendues

A – Elaboration de plans marketing opérationnels

- Organisation, cadrage, planification des actions marketing par catégorie de clients en déclinaison du plan stratégique client et commercial
- Déclinaison des actions marketing métier (prêteur, investisseur, bancaire et consignation, ingénierie) dans un plan de déploiement à destination des collaborateurs du réseau commercial et des clients (mises en marché)
- Coordination des plans marketing opérationnels avec les plans de communication (éditorial, évènementiel...)
- Pilotage du déploiement des plans marketing opérationnels transverses et mise en place d'indicateurs de suivi et de performance

B – Mise en œuvre de projets marketing opérationnels - projets pouvant être liés à un seul métier ou transverses aux différents métiers de la Banque des Territoires (prêt, bancaire et consignation, investissement, ingénierie).

- Appui à la formalisation des Temps forts commerciaux (au rythme de 2 Temps Forts par an sur des thématiques centrales qui fédèrent l'ensemble des équipes du Siège et du Réseau pour envoyer un message fort au marché)
- Appui à la mise en marché de nouvelles offres / nouveaux programmes / nouveaux services digitaux : participation à la conception de kits collaborateurs & clients, avec systématiquement la production de one page (synthèse), de modules de e-learning, de webinaires, de tutoriels...
- Appui à la mise à jour de la documentation contractuelle : actualisation et optimisation des conditions générales de vente et corpus contractuel
- Appui à la gestion et à l'animation du portefeuille d'offres (qui regroupe tous les métiers et champs d'intervention de la Banque des Territoires)
- Rédaction de contenus pour des supports de communication interne à destination du Réseau et des clients
- Mise en place et suivi d'indicateurs de performance par projet
- Accompagnement au changement pour faciliter l'usage de nouveaux services digitaux : production de supports et modes opératoires, animation de sessions d'appropriation basées sur des cas d'usages auprès des clients et / ou des prescripteurs

2.2.3. Compétences demandées

- Expertise en marketing et commercial opérationnel
- Expertise sur la mise en place d'approches omnicanales
- Connaissance fine du secteur public local, du secteur bancaire et financier (activités prêteur et investisseur), du secteur des professions réglementées (en prenant en compte les enjeux réglementaires)
- Capacité à mener des projets de manière transverse dans un environnement complexe avec de multiples parties prenantes, une grande diversité de cibles de clientèles et de missions
- Capacité de communication à tous les niveaux (direction générale, manager, collaborateur)
- Capacité à proposer des livrables impactants / Dataviz (i.e. présentation visuelle permettant de garantir une restitution pédagogique et facilement appropriables des supports par tous types de publics)
- Capacité à intégrer des cas d'usages IA dans chaque projet
- Excellentes capacités rédactionnelles

2.3. Lot 3 – Commercial, modèles de distribution et de relation client

2.3.1. Objet du lot

Ce lot vise des consultations relatives au Commercial, modèles de distribution et de relation client et englobe des approches à la fois stratégiques et opérationnelles.

4 prestataires seront retenus sur ce lot à l'issue de la consultation.

2.3.2. Prestations attendues

A- Cadrage des approches commerciales et des modèles de distribution et de relation client

- Structuration d'une approche de pilotage de la performance des directions régionales
- Structuration d'une approche différenciée par catégorie de client (modèles relationnels clients : adaptation du modèle de distribution, définition du niveau d'intensité commerciale et d'accompagnement par segment de clientèle)
- Structuration des Plans d'Action Commercial & Territorial (PACT), en déclinaison du plan stratégique client et commercial
- Structuration d'une démarche KAM (Key Account Management)
- Structuration d'une démarche permettant de capter la Voix du Réseau
- Structuration d'un schéma directeur sur l'articulation entre équipes en back / middle office en relation client et équipes en front office
- Elaboration de matrices d'impact lors de changement dans le Réseau (changements organisationnels, changements d'outillage, etc.) et des directions métiers
- Définition de trajectoire cible des outils collaboratifs (Kiosque Commercial, CRM) : diagnostic d'usages, identification des besoins non couverts, hiérarchisation des priorités, audit et pilotage des enjeux DATA au sein de ces outils (qualité et exhaustivité de la donnée), etc.
- Diagnostic des dispositifs de diffusion de l'information commerciale à destination des collaborateurs et des clients, élaboration de recommandations opérationnelles et d'une feuille de route pour sa mise en œuvre opérationnelle

B- Déploiement des approches commerciales et des modèles de relation client

- Mise en place d'outils de pilotage des indicateurs de performance terrain
- Mise en place d'outils de pilotage des PACT, sur la base d'indicateurs qualitatifs et quantitatifs
- Mise en place d'une démarche d'amélioration continue sur la base des feedbacks du réseau
- Accompagnement à la diffusion et bonne appropriation des PACT, des processus commerciaux, des nouveaux modèles de relation client, des informations commerciales etc.
- Accompagnement d'un Modèle Relationnel Client en phase de déploiement et en mode run (enrichissement de la feuille de route post-déploiement)
- Appui à la professionnalisation de pratiques commerciales : élaboration de kit sur la posture commerciale, au global et adaptée à chaque catégorie de clients

2.3.3. Compétences demandées

- Expertise en stratégie commerciale et commercial opérationnel
- Expertise sur la mise en place d'approches omnicanales
- Connaissance fine du secteur public local, du secteur bancaire et financier (activités prêteur et investisseur), du secteur des professions réglementées (en prenant en compte les enjeux réglementaires)
- Capacité à mener des projets de manière transverse dans un environnement complexe avec de multiples parties prenantes, une grande diversité de cibles de clientèles et de missions
- Capacité de communication à tous les niveaux (direction générale, manager, collaborateur)
- Capacité à proposer des livrables impactants / Dataviz (i.e. présentation visuelle permettant de garantir une restitution pédagogique et facilement appropriables des supports par tous types de publics)
- Capacité à intégrer des cas d'usages IA
- Excellentes capacités rédactionnelles

2.4. Lot 4 – Webmastering

2.4.1. Objet du lot

Ce lot vise des prestations d'accompagnement pour les tâches de webmastering dans le cadre de la refonte du site public de la Banque des Territoires, incluant la migration vers un nouveau CMS et back office Drupal, avec une mise en ligne du nouveau site prévue pour novembre 2027. Trois prestataires seront retenus sur ce lot à l'issue de la consultation.

La plateforme banquedesterritoires.fr a été lancée en 2018, et fait l'objet d'une refonte majeure pour :

- Améliorer la visibilité de la Banque des Territoires et la génération de leads.
- Fluidifier l'expérience client via un accès unique aux services et une personnalisation renforcée.
- Offrir une expérience « sans couture » sur tous les canaux (physique, téléphonique, digital).

Les besoins en Webmastering concernant les sites :

- Le site public de la Banque des Territoires : www.banquedesterritoires.fr :
 - Géré par le département communication digitale de la Banque des Territoires. Pour ce projet de refonte, des besoins accrus sont identifiés sur la période fin 2026 début 2027 : Transfert massif de contenus (reprise d'antériorité) vers le nouveau CMS et donc de nouveaux gabarits.
 - Une maintenance évolutive et corrective est également prévue avant la mise en ligne du nouveau site.
- L'Espace Collaborateur
 - Centralisation les informations nécessaires à la mise en œuvre de la relation client (présentation des offres et documents complémentaires, outils d'aide à la décision, réalisations, procédures et documents annexes, etc.), pour lesquels plusieurs chantiers à venir pourront éventuellement nécessiter l'appel à des prestations :
 - Dans le cadre du chantier de personnalisation de l'expérience utilisateur et de l'amélioration du moteur de recherche, saisir, depuis le back-office et sur la majorité des contenus et documents hébergés dans l'Espace Collaborateur (actualités, fiches produits, procédures, documents, ...), des métadonnées nouvelles.
 - Dans le cadre du chantier d'éditorialisation des procédures de la Direction des Prêts, saisir, depuis le back-office, une multitude de métadonnées liées à des contenus, qu'il faudra également remettre en forme. Également, importer des documents dans la GED (eDoc) puis procéder aux manipulations de liaison à l'Espace Collaborateur.
 - Dans le cadre de la révision éditoriale périodique des contenus hébergés, procéder à des contributions diverses (ajouts, suppressions, modifications) pour mettre en cohérence l'ensemble des contenus.
 - Agrégeant des outils métier (instruction de dossiers, gestion de dossiers, assistance client, administration des services), géré par le pôle Programme Omnicanal & Expérience Client du Département Digital.

2.4.2. Prestations attendues

Concernant le périmètre du site public : www.banquedesterritoires.fr :

Phase 1 : Prise en main du nouveau CMS Drupal (2026) et accompagnement à la conduite de changement interne :

- Accompagnement des équipes et du titulaire du marché pour la maîtrise du nouveau CMS Drupal (workflows, publication, gestion des contenus) dont l'objectif de mise en ligne est fixé à novembre 2026.
- Formation aux fonctionnalités clés et aux bonnes pratiques éditoriales/techniques (et règles d'éco-socio-conception mises en place par le département communication groupe de la Caisse des dépôts).

Phase 2 : RUN avec reporting mensuel (à partir de 2027)

- **Mise à jour et contribution des contenus métiers :**
 - Respect du plan d'animation marketing et des temps forts de la roadmap.
 - Contribution via le CMS Drupal pour les métiers de la Banque des Territoires.
 - Gestion de contenus multiformats (textes, infographies, vidéos, etc.).
 - Optimisation SEO (création de contenu, mots-clés, backlinks).
- **Maintenance évolutive et corrective :**
 - Suite de la résolution des incidents et aide à l'amélioration fonctionnelle.
 - Suivi des contraintes des contenus aux évolutions métiers et aux règles d'éco-socio-conception (suivi de la charte graphique site internet et charte éditoriale des contenus à publier sur le site).
- **Reporting mensuel :**
 - Bilan des actions mensuelles et suivi pour le temps passé.
 - Des indicateurs de performance seront partagés pour information (SEO, trafic, engagement).

Il sera demandé une synthèse du mois avec le type d'activité, le détail, le volume et son statut.

Exemple :

Type d'activité	Détail	Volume	Statut
Migration de contenus	Transfert des pages du portail collaborateur vers Drupal	45 pages	Terminé
Formation	Ateliers Drupal pour les équipes métiers	3 sessions	En cours
Publication	Mise en ligne de contenus (ex : nouvelle offre "Transition Énergétique")	8 articles	Validé
SEO	Optimisation des mots-clés et backlinks	10 pages	En cours

Concernant le périmètre de l'Espace Collaborateur, il est important de noter que toute prestation citée dans le présent document l'est à titre indicatif. Des travaux d'étude et de cadrage détermineront notamment la volumétrie des contenus concernés par les travaux et la répartition des tâches entre les équipes impliquées. Ce n'est qu'à l'issue de ces travaux de cadrage que **les besoins pourront être confirmés ou infirmés**.

Par conséquent, le détail de l'organisation du travail ne peut être anticipé et dépendra directement des besoins identifiés. Il sera du moins toujours nécessaire de prévoir un reporting régulier des actions menées depuis le back-office : volumes, détail des manipulations, interrogations, etc.

2.4.3. Livrables

Pour le site internet www.banquedesterritoires.fr :

Exemples de livrables pouvant être demandés dans les marchés subséquents :

- **Phase 1 :**
 - Plan de prise en main du CMS (calendrier, supports de formation).
- **Phase 2 :**
 - Compte rendu de réunion de cadrage.
 - Suivi quotidien des contributions (mails aux parties prenantes).
 - Rapport de synthèse mensuel (actions, résultats, plan d'action).
- **Exigences :**
 - Disponibilité et réactivité quotidiennes.

2.4.4. Compétences demandées

- **Maîtrise du CMS Drupal** (version actuelle et nouvelle).
- **Prise en main de notre arborescence**, stratégie de contenus, fonctionnalités et gabarits principaux à éditer.
- **Maîtrise des principes d'éco-socio-conception** et prise en mains de notre **charte graphique, du design system** et des grands principes éditoriaux de publications du site.
- **Pratique des outils multimédias** et techniques de webmastering.
- Créativité, autonomie, esprit d'équipe.
- **Résistance au stress** et capacité à gérer des pics d'activité.

2.5. Lot 5 – Stratégie et accompagnement SEO/GEO et Visibilité multi-canal

2.5.1. Objet du lot

Le pôle communication digitale de la Banque des Territoires, en charge du pilotage du site public www.banquedesterritoires.fr, souhaite un accompagnement expert pour optimiser la visibilité et l'impact de ses contenus, en intégrant une approche holistique : SEO classique, GEO (Generative Engine Optimization), et présence multiplateforme.

Cet accompagnement vise à répondre aux nouveaux comportements de recherche (multiplateforme, *zero-click*, IA génératives) et aux évolutions rapides des moteurs de recherche et des LLM, telles que révélées par notre étude interne sur l'IA Réputation (avril 2026).

3 prestataires seront retenus à l'issue de la consultation, avec une exigence forte sur la maîtrise conjointe du SEO et du GEO, ainsi que sur la capacité à former nos équipes internes.

Périmètre et Enjeux :

1. SEO Classique

Maintenir et renforcer la performance organique sur Google, en optimisant :

- La structure technique (crawl, indexation, balises, Core Web Vitals).
- Le maillage interne et l'architecture de l'information.
- La qualité des contenus selon les critères EEAT (Expérience, Expertise, Autorité, Fiabilité).
- Les aspects sémantiques et techniques, avec une attention particulière aux requêtes BtoB (élus, EPL, acteurs de l'habitat social).

→ **Enjeu : Consolider notre positionnement sur notre corpus de mots-clés stratégiques tout en anticipant les évolutions de l'algorithme Google.**

2. GEO (Generative Engine Optimization)

Suivre et auditer l'adaptation de nos contenus pour qu'ils soient cités et exploités par les IA génératives (ChatGPT, Perplexity, Gemini, AI Overviews de Google, Bing AI), en :

- Structurant l'information pour une lecture optimale par les algorithmes :
 - Listes, tableaux, FAQ, définitions claires (ex. : transformation d'un article blog en contenu structuré pour les AI Overviews).
 - Données vérifiables et sources fiables (ex. : liens vers des rapports officiels, études sectorielles).
 - Micro-contenus autoporteurs (ex. : études de cas, témoignages clients, fiches pratiques).
- Optimisant pour les plateformes multi-canales (YouTube, LinkedIn, Reddit) où les IA puisent leurs informations.
- Ciblant les sources clés identifiées dans une étude d'avril 2026 et à compléter par un plan d'action et une feuille de route claire :
 - Wikipédia (prépondérance dans les résultats à vérifier).
 - Médias spécialisés (ex : *La Gazette des Communes*, *Le Journal des Entreprises*).
 - Sites institutionnels (BEI, Ministères, Cour des Comptes etc.).

→ **Enjeu : 88% des sources citées par les IA ne figurent pas dans le top 10 de Google (Ahrefs, 2025). Le GEO devient donc aussi stratégique que le SEO pour maîtriser notre réputation auprès des IA**, qui deviennent des **leaders d'opinion** (39% des Français utilisent ChatGPT, sondage Ipsos, février 2026).

3. Présence Multiplateforme

Développer une stratégie de contenus adaptés aux plateformes où notre audience recherche activement (YouTube, LinkedIn, Reddit, etc.), en créant des **"constellations de contenus"** autour des thèmes clés.
Exemple concret : Pour un thème prioritaire comme "rénovation énergétique", déclinaison en :

- Article optimisé GEO (structuré pour les AI Overviews).
- Vidéo YouTube (tutoriel, interview d'expert).
- Thread LinkedIn (synthèse + call-to-action).
- Infographie (données clés à partager).

→ **Enjeu : Couvrir tous les points de contact** pour maximiser notre visibilité, **en tenant compte des spécificités de chaque plateforme** (ex. : requêtes "tutoriel" sur YouTube vs. "subventions" sur Google).

4. Anticiper les évolutions

- Veille proactive sur les mises à jour des algorithmes (Google, Perplexity, Gemini, etc.) et adaptation immédiate des stratégies (sémantique et technique).
- Mise à jour régulière des audits pour ajuster les plans d'action (feuille de route priorisée, benchmarks concrets).
- Analyse des requêtes clés par plateforme :
 - Identification des requêtes stratégiques pour chaque canal (ex. : "subventions locales" sur Google vs. "tutoriel subvention" sur YouTube).
 - Benchmark concurrentiel : Analyse des stratégies omniseach des concurrents directs (ex. : présence sur Perplexity, structuration des contenus pour le GEO).

→ **Enjeu : Rester compétitifs** dans un environnement où **les algorithmes évoluent rapidement** (ex. : AI Overviews de Google, nouvelles versions de ChatGPT).

2.5.2. Prestations attendues

1. Audit sémantique SEO/GEO :

Objectifs :

- Mise à jour de l'étude sémantique initiale (mots-clés, cocons sémantiques), en intégrant les enseignements de notre étude d'avril 2026 (ex. : focus sur les requêtes BtoB et les intentions d'usage identifiées).
- Création de constellations de contenus optimisées pour les AI Overviews, en ciblant les sources clés (Wikipédia, médias spécialisés, sites institutionnels).
- Renforcement de l'EEAT (ex. : ajout de bios d'experts, citations de partenaires, données vérifiables).

Exemple d'accompagnement :

Pour un thème prioritaire (ex. : "financement des EPL"), déclinaison en :

- Formats : Adaptation des contenus existants + création de nouveaux formats (vidéos, threads, infographies, réponses communautaires).
- Thème : Article optimisé GEO + vidéo YouTube + thread LinkedIn.

Livrables :

- Actualisation de l'audit sémantique (corpus mots-clés, intentions d'usage).
- Atelier pratique pour les équipes éditoriales :
 - Présentation de l'audit et des **critères de sélection des sources par les IA génératives** (ex. : comment les IA choisissent-elles de citer un contenu ?).
 - **Exercice** : Restructuration d'un contenu existant pour le GEO (ex. : transformation d'un article en FAQ + tableau synthétique).

- **Méthode de suivi des performances post-optimisation** (ex. : outils comme SE Ranking, Ahrefs pour le GEO).

2. Audit technique SEO/GEO :

Objectifs :

- Vérification des performances SEO classiques (crawl, indexation, balises, Core Web Vitals).
- Analyse GEO :
 - Compatibilité des contenus avec les critères des IA génératives (ex. : structure, clarté, sources citées).
 - Benchmark des citations dans ChatGPT, Perplexity, Gemini et Bing AI (sur 3 requêtes stratégiques minimum, ex. : "Banque des Territoires financement logement social").
 - Analyse des écarts entre les résultats IA et les données réelles (ex. : trafic GA4, requêtes de marque).

Livrables :

- Rapport d'audit technique + roadmap priorisée (actions correctives classées par urgence/impact).
- Recommandations spécifiques pour le GEO (ex. : "Ajouter des définitions claires dans les articles pour améliorer la citation par les IA").

3. Mise à jour d'un audit / baromètre « IA réputation » de la Banque des territoires et de ses missions (BtoB)

Objectifs :

- Suivi du positionnement de la Banque des Territoires sur les IA génératives (BtoB).
- Analyse des citations et de la réputation (ex. : fréquence, position dans les réponses, sentiment).
- Comparaison avec les concurrents (BEI, Bpifrance, Caisse des Dépôts) des critères à mettre à jour.

Livrables :

- Rapport d'analyse des citations et de la réputation (incluant les verbatims bruts si possible).
- Recommandations pour améliorer la visibilité (ex. : "Enrichir Wikipédia avec des données actualisées sur nos programmes").

4. Accompagnement analyse comité éditorial trimestriel

Objectifs :

- Aide à l'analyse des KPIs SEO/GEO (ex. : évolution du trafic organique, citations dans les IA).
- Gestion et analyse des Logs du trafic (site public et sous-domaines) pour identifier les tendances et opportunités.
- Analyse des mots-clés prioritaires (ex. : ceux générant le plus de citations dans les IA).

Livrables :

- Tableau de bord des performances trimestrielles (SEO + GEO).
- Recommandations stratégiques (ex. : "Cibler le mot-clé X sur LinkedIn pour améliorer notre visibilité auprès des EPL").

5. Veille et alerte stratégique :

Objectifs :

- Surveillance mensuelle des mises à jour des algorithmes (Google, Perplexity, +1 autre LLM) et alerte sur les impacts pour la Banque des Territoires.
- Anticiper le Search de demain :
 - Veille active sur les mises à jour des moteurs de recherche et des LLM.
 - Adaptation des cocons sémantiques et des clusters de contenus pour une visibilité multiplateforme.
- Veille concurrentielle :
 - Analyse des stratégies omniseach des concurrents (ex. : présence sur Perplexity, structuration des contenus pour le GEO).

Livrables :

- Note synthétique mensuelle + recommandations (ex. : "Nouvelle mise à jour de ChatGPT : adapter nos FAQ pour les nouveaux formats de réponse").
- Benchmark concurrentiel (ex. : "Comment la BEI structure ses contenus pour le GEO ?").

2.5.3. Compétences demandées

- **Culture web et des moteurs de recherche** : Maîtrise des enjeux GEO et des LLM.
- **Connaissances techniques** : HTML, CSS, outils SEO/analytics (Search Console, ScreamingFrog, Sistris, SEObserver, YourTextGuru, Keywords.gg, GA, etc.).
- **Stratégie intégrée** : Capacité à concevoir et piloter des stratégies SEO, GEO et multiplateforme, avec des cas concrets à présenter.
- **Impact de l'IA sur le référencement** : Préparation aux AI Overviews et aux évolutions des algorithmes de classement.
- **Créativité et innovation** : Proposition de solutions adaptées aux évolutions rapides du paysage digital.
- **Formation et transmission** : Expérience avérée en formation des équipes non techniques.
- **Outils d'analyse des citations** : Maîtrise des outils comme SE Ranking, Ahrefs pour le GEO.
- **Soft skills** : Autonomie, écoute, aisance relationnelle et résistance au stress.

2.6. Lot 6 – Marketing automation & campagnes marketing intégrées

2.6.1. Objet du lot

Ce lot vise des prestations de marketing automation & campagnes marketing intégrées.

3 prestataires seront retenus sur ce lot à l'issue de la consultation.

2.6.2. Prestations attendues

a) Accompagner le pôle communication digitale dans la mise en œuvre et l'exploitation de Marketing Automation

Le ou la consultant(e) assurera le pilotage de bout en bout des campagnes digitales (de la réunion de cadrage, conseils client interne, création de l'e-mailing sur Dartagnan à partir d'éléments de langage transmis par le métier, diffusion via ACC et transmission des KPI J+7 au métier commanditaire).

- Etude et recommandations de processus de marketing automation :
 - Configuration/objectifs visés (considération, engagement, conversion, fidélisation),
 - Élaboration et analyse, gestion des campagnes,
 - Email marketing,
 - Gestion des leads,
 - Configuration, intégration CRM,
 - Stratégie de nurturing (modèle B2B),
 - Scoring,
 - Gestion de la pression commerciale,
 - Marketing distribué...
- Elaboration des dashboards/KPI.
- Intégration des templates HTML sous adobe.
- Rédaction des cahiers des charges pour faire évoluer la solution Adobe Campaign pour mettre en place de nouvelles fonctionnalités / processus.

b) Elaboration de campagnes marketing intégrées

- Elaboration de campagnes marketing intégrées (multi leviers)
- Paramétrage des campagnes emailing dans l'outil Adobe Campaign
- Assurer la coordination avec l'équipe d'animation des contenus de la plateforme www.banquedesterritoires.fr
- Garantir le respect de la charte graphique dans la déclinaison des éléments visuels

2.6.3. Compétences demandées

a) **Accompagner le pôle communication digitale dans la mise en œuvre et l'exploitation des campagnes digitales**

- Expertise en marketing automation
- Le prestataire doit être en mesure de fournir des ressources aux profils variés, couvrant différents niveaux de séniorité sur Adobe Campaign Classic, adaptés aux spécificités techniques et opérationnelles de chaque mission confiée.
- Expérience dans le déploiement de solution de marketing distribué auprès d'un acteur comparable à la Banque des Territoires, avec un modèle producteur / distributeur fort
- Capacité forte à travailler en collaboration avec de nombreuses parties prenantes dans un environnement complexe
- Pédagogie et sens politique très développés
- Rigueur et autonomie
- Aisance relationnelle
- Aptitude à présenter de manière très simplifiée le projet devant tout type d'auditoire, notamment des non experts

b) **Elaboration de campagnes marketing intégrées**

- Compétences techniques attendues : Adobe Campaign Classic et si possible HTML
- Maîtrise des analyses statistiques pour veiller aux respects des indicateurs clés de succès d'un dispositif digital.
- Maîtrise des différents leviers et bonnes pratiques de marketing/ Communication digital.
- Compétences rédactionnelles.