



# **Business plan MK Web**

Décembre 2023

# Table des matières

Executive summary	3
Équipe de projet	4
Besoin observé	5
Marché global	6
Marché spécifique	7
Analyse de la concurrence	8
Positionnement stratégique	10
Analyse SWOT	11
Modèle d'affaires et proposition de valeur	12
Segments cibles	15
Plan marketing	16
Plan financier	17
Services associés	18
Annexes	19
Sources	30



# Executive summary

MK Web se concentre sur la création de sites internet optimisés pour la collecte de données de satisfaction client.es. Le business plan souligne la forte demande et le potentiel du marché suisse pour les solutions web, avec une attention particulière au e-commerce et à l'amélioration continue basée sur les retours client.es. MK Web vise à se différencier par une approche centrée sur l'utilisateur.rice, offrant des services de conception web abordables et personnalisés pour les PME et les entrepreneurs. Le plan met en évidence la nécessité d'une stratégie de marketing efficace, en particulier le parrainage et le marketing digital, pour accroître la visibilité et la crédibilité de l'entreprise. Il aborde également les défis, notamment la concurrence accrue et le besoin de se distinguer sur le marché. En termes financiers, le document propose une structure de coûts et de revenus viable, avec des objectifs clairs pour la croissance et le développement à court et moyen terme. Les informations présentes dans le présent document proviennent d'une enquête de marché, d'une veille concurrentielle, d'un groupe de réflexion, de recherches et d'expériences terrain.



# Équipe de projet

## Nicolas Mamassis

Diplômé d'un Bachelor of Science en Économie d'entreprise, Nicolas détient de solides compétences en innovation, logistique et ressources humaines. Au sein du projet, il occupe le rôle de responsable stratégique afin de permettre l'évolution constante de celui-ci. Les responsabilités en terme de pricing, positionnement stratégique sur le marché, vente et définition de la clientèle cible lui reviennent.



## Manu Keller

Également en cours de titularisation du même Bachelor, Manu possède une expertise en management, communication (et marketing) et innovation de produits et services. Il est le chef du projet. Ses responsabilités sont la planification et l'organisation des tâches et objectifs, la communication à l'externe et la prise en charge des mesures administratives du projet.



*Les compétences similaires et également complémentaires des membres allouent au projet diverses expertises nécessaires à son bon fonctionnement et son évolution.*



# Besoin observé

**T**oujours plus utilisé, l'Internet engendre la création de nombreuses plateformes en ligne. Dès lors, il existe un grand nombre de prestataires informatiques et ainsi une concurrence accrue. Néanmoins, bien que de nombreuses solutions soient proposées, la demande reste forte et le marché existant est énorme.

Une tendance émerge mondialement, étroitement liée au design d'expérience utilisateur : la collecte automatisée de données de satisfaction client.es. Ce n'est pas un secret, afin d'améliorer le vécu d'un.e acheteur.euse, il est bénéfique de récolter son avis. Pour autant, rares sont les plateformes optimisées pour le faire. Des services de recueil d'informations client.es apparaissent, tels que Sprig ou Maze. Leur but est de permettre aux sites internet existants d'implémenter la collecte de retours utilisateurs.rices, afin de favoriser l'amélioration continue d'un produit ou service, faciliter la recherche de renseignements client.es et stimuler l'innovation d'une entreprise.

Le design d'expériences, d'interfaces et de services est toujours plus en vogue avec la volonté de satisfaire les besoins et attentes des utilisateurs.rices dont l'exigence augmente constamment. L'humain.e est priorisé et mis au centre des processus de réflexion des entreprises innovantes. Le moyen d'obtenir ses retours (feedbacks) de manière optimale devient ainsi une nécessité encore peu utilisée à ce jour.

## NOTRE OFFRE

**Nous créons des sites internet optimisés pour la collecte de données de satisfaction client.es.**

Notre but est de permettre à notre clientèle de constamment améliorer l'expérience offerte à son marché grâce à ses constants retours (commentaires) en ligne. Les bénéfices finaux pour nos client.es sont ainsi de créer de la différenciation, générer du bouche-à-oreille et fidéliser leurs audiences.



# Marché global

Constat fait en septembre 2023

**A**u 15 août 2023, le nombre de noms de domaine « .ch » recensé par le registraire suisse SWITCH était de [2'554'894](#). En guise de comparatif, environ la moitié était répertoriée en mars 2009 et 163'587 en novembre 1999. La Suisse est détentrice de 84% de ces noms de domaine, soit d'environ 2'146'111 d'entre eux. 55'441 nouveaux noms de domaine « .ch » ont été comptabilisés au cours de l'année dernière, 382'203 lors des 5 dernières années et 745'633 depuis 10 ans. **Ces chiffres démontrent une évolution relativement constante du nombre de noms de domaine « .ch » et ainsi du besoin de la population suisse d'avoir un site internet** (le nombre total de noms de domaine « .ch » recensé représente près d'un tiers de la population de la nation).

D'autre part, selon une évaluation menée par l'entreprise de données et statistiques Statista en 2021, plus de [60%](#) des sites Web suisses étaient gérés avec le CMS (Content System Manager) WordPress, notre outil de référence en matière de conception web.

Par ailleurs, la consommation suisse en ligne continue de croître. [L'étude](#) de marché réalisée par HANDELSVERBAND.swiss (Association de commerce.swiss) en 2021 a révélé que les consommateurs.rices suisses ont acheté des biens et des marchandises en ligne pour 14,4 milliards de francs, soit une augmentation de 1,3 milliard de francs ou 9,9% par rapport à l'année précédente. De plus, les achats en ligne ont doublé en six ans et la consommation intérieure en ligne augmente de 11,6 % en 2021, tandis que les achats en ligne à l'étranger stagnent. Cela prouve que les Suisses utilisent toujours plus l'Internet pour consommer et le font localement, qui plus est. Il n'y a donc pas de raisons de s'inquiéter sur la constante croissance des sites internet suisses.

Si l'utilité et l'utilisation (plus de [80%](#) des contacts client.es commencent par une recherche en ligne, selon Localsearch) d'Internet en Suisse n'est plus à prouver, quels sont les segments opportuns ? En 2019, Bilan.ch établissait que [90%](#) des PME (sur 18'000 entreprises analysées) ignoraient des recommandations élémentaires en terme de référencement organique dans un pays ou plus de [90%](#) de la population utilise Internet quotidiennement. Les petites et moyennes entreprises (moins de 250 employé.es) en Suisse ont du retard en terme de mise à jour régulière, référencement, activité sur les réseaux sociaux, sécurité et réservation en ligne. Pourtant, 90% des moins de 45 ans vont sur le Web plusieurs fois par jour, 76% des 65-74 ans et 53% des plus de 75 ans utilisent Internet chaque jour. Ainsi, ces entreprises (PME), que nous ciblons, sont peu nombreuses à s'intéresser au domaine émergent de la conception centrée sur l'humain.e.



# Marché spécifique

Résultats de l'étude de marché de MK Web

L'étude de marché a à ce jour collecté **66 réponses**. Celles-ci révèlent des résultats intéressants et parmi les personnes interrogées :

1. 64% **ont déjà eu besoin** d'un site internet et 61% des personnes qui n'en ont pas eu besoin estiment qu'**elles en auront besoin** à l'avenir
2. 50% préfèrent faire appel à une **entité externe** (plutôt que de concevoir le site internet elles-mêmes)
3. la plupart accorde une plus grande importance au **prix** qu'à d'autres critères tels que la qualité, la réputation, l'expertise ou encore la sécurité (dans le choix d'une agence ou d'un prestataire web)
4. une majorité fait du **e-commerce**, les secteurs de la technologie, de l'immobilier, de la santé, de la mode et du sport suivent
5. la majeure partie a besoin de **visibilité** (et également d'une identité visuelle) pourtant, le problème le plus rencontré est le mauvais **référencement**
6. environ 60% souhaitent que leur plateforme web soit conçue dans un délai allant de un à **3 mois**
7. 33% sont prêtes à payer **entre CHF 1'000.— et CHF 3'000.—**, environ 9% peuvent mettre plus de CHF 3'000.—, le reste (soit environ 58%) moins de CHF 1'000.—
8. environ 75% s'identifient au **genre masculin**
9. 80% ont **entre 21 et 30 ans**
10. 56% sont **vaudoises**, 21% sont valaisannes
11. 47% sont en études, 41% sont **en emploi** et 12% sont indépendantes

Nous sommes conscients que ces résultats se basent uniquement sur 66 réponses et souhaitons en obtenir davantage. Par ailleurs, notre réseau est composé majoritairement de personnes en cours d'études, ce qui a également une influence sur les résultats actuels. En parallèle à cette enquête, nous avons créé un focus group pour cerner qualitativement les besoins de notre marché cible. Celui-ci a fourni des informations importantes comme la nécessité d'un excellent portfolio mettant en avant les créations passées de qualité et diversifiées (notamment pour visualiser si le style correspond au projet désiré), Le groupe de réflexion a également permis de connaître la volonté de pouvoir suivre le développement du site, le souhait d'un prix accessible, d'une rapidité d'exécution, de la possibilité d'édition future, le besoin de confiance envers les prestataires, le désir de révisions illimitées, d'un référencement optimisé permettant à la plateforme d'apparaître dans les premiers résultats de recherche et d'un excellent service clientèle (et SAV), notamment en terme de réactivité.



# Analyse de la concurrence

La [veille concurrentielle](#) de MK Web s'est portée sur **15 concurrents**. Parmi ces derniers\* :

Sur les 40% d'entreprises qui précisent leurs tarifs,  
27% facturent de CHF 500.— à CHF 999.—  
**40%** facturent de CHF 1'000.— à CHF 2'999.—  
**20%** facturent de CHF 3'000.— à CHF 5'000.—  
13,5% facturent de CHF 5'000.— à CHF 10'000.—  
Seuls 6,7% facturent plus de CHF 10'000.— (et ces montants peuvent dépasser les CHF 40'000.—)

Les prestations accompagnant la conception web sont,  
du **référencement** (87%)  
de l'accompagnement stratégique (60%)  
de la **formation** (60%)  
de la conception graphique et du branding (53%)  
de la **maintenance** (47%)  
de la **gestion de communauté** et création de contenu (40%)  
un hébergement (33%)  
du marketing (33%)  
de la traduction (27%)  
du développement d'applications (27%)  
du copywriting (20%)  
des shooting photo et/ou vidéo  
de l'intégration IA (7%)

**80% utilisent des CMS** tels que Wordpress, Wix, Shopify, Squarespace, Odoo, Webflow et autres et 20% font du code pur CSS, JavaScript, HTML et autres

Les agences web sont majoritairement dans le canton de **Vaud** (47%), puis à Genève (20%) et ensuite Neuchâtel (13%) et Fribourg (13%)

Leurs avantages concurrentiels sont,  
la **facilité d'édition** future, notamment grâce aux CMS (53%)  
la crédibilité et l'**expérience** (47%)  
l'expertise UX et UI (40%)  
les **prix** (33%)  
le design sur mesure (27%)  
la relation clientèle (27%)

Moins de 20% des entreprises mettent en avant comme avantages concurrentiels,  
la **qualité** (20%)  
la sécurité des données (13%)  
la réactivité (13%)  
l'agilité (13%)  
la **jeunesse** (13%)  
les devis gratuits (13%)  
les audits gratuits (7%)  
la **maquette gratuite** (7%)  
l'assurance (7%)  
l'**éco-conception** (7%)  
le gain de temps (7%)  
les statistiques (7%)  
la **transparence des coûts** (7%)

La plateforme de certaines entreprises **manque de crédibilité** et peut ne pas rassurer

La taille des entreprises est de **moins de 10 employé.es** pour 47% d'entre elles entre 11 et 30 employé.es pour 27% d'entre elles



**N**ous tirons diverses conclusions de l'étude de marché, de la veille concurrentielle, du focus group ainsi que de notre expérience sur le terrain auprès de nos client.es. Tout d'abord, la demande en matière de conception web est élevée et les solutions sont nombreuses. Toujours plus de monde a besoin d'un site internet (en particulier pour le **e-commerce**) et environ la moitié de ces personnes là cherche à concevoir la plateforme elle-même. Le **prix** est un critère important dans le choix d'un prestataire et la majorité des personnes n'est **pas** prête à payer **plus de CHF 5'000.—**. De plus, l'attente tolérable pour la conception d'une plateforme web est de maximum 3 mois pour la plupart des gens.

La population ciblée est **masculine** et a **entre 21 et 30 ans** vivant sur l'arc lémanique. Elle cherche à lancer son activité indépendante. Les plus grands problèmes qu'elle rencontre une fois le site internet réalisé sont le **référencement**, l'**identité visuelle** et la **gestion de communauté**.

La majorité de la concurrence est établie sur l'**arc lémanique**. Elle possède moins de 10 employé.es et facture **entre CHF 500.— et CHF 5'000.—** pour la conception d'une plateforme web. Celle-ci est souvent accompagnée de prestations complémentaires telles que le référencement, l'accompagnement stratégique, la formation, la conception graphique, la maintenance et la gestion de communautés. La majeure partie des concurrents utilise des **CMS** (Wordpress, Wix, ...) et ne fait pas forcément du pur code, ce qui permet une **facilité d'édition** future pour les client.es. Elle a une crédibilité et une expertise UX (User Experience) et UI (User Interface). Beaucoup mettent en avant l'avantage du prix et de la relation clientèle, mais peu le font pour la qualité, la sécurité des données, l'éco-conception ou encore la transparence des coûts. Parfois, le visuel des sites internet de certaines agences n'inspire pas confiance et manque de crédibilité.



# Positionnement stratégique

**C**omme établi plus haut, la concurrence du milieu de la conception web est accrue. Son avantage est de valider la constante évolution de la demande. Néanmoins, il est nécessaire de s'en différencier. Notre axe de différenciation est, comme mentionné en début de document, **la mise en place d'une boucle de rétroaction pour la collecte automatique de données de satisfaction client.es au sein de nos plateformes en ligne.**

Conscients de nos manques d'expérience et de crédibilité sur le marché, nous avons élaboré une **stratégie de parrainage** (détaillée dans le chapitre traitant du plan marketing) afin de générer du bouche-à-oreille. Cela nous permettant d'atteindre nos prospect.es sans avoir un placement optimal dans les moteurs de recherche ou une notoriété avérée. D'autre part, nous nous positionnons dans la tranche basse des prix du marché.

Nos principaux objectifs sont l'obtention de plusieurs mandats (3 par semestre, soit l'équivalent de 1 tous les deux mois pour commencer) afin de renforcer notre crédibilité. Par ailleurs, nous voulons développer notre propre présence digitale en s'affiliant aux réseaux sociaux et en terminant la première version de notre site internet avant 2024. Jusqu'ici, nous avons focalisé notre attention sur la validation de l'idée. Enfin, nous voulons acquérir une forte expertise en nous spécialisant dans l'automatisation de données de satisfaction client.es en ligne. Ainsi, nous allons continuer de nous former sur le sujet et ses mises en pratique.

L'analyse de l'étude de marché ainsi que de la veille concurrentielle montre qu'il y a un fort potentiel à offrir des solutions sur-mesure et personnalisées, malgré l'utilisation de CMS (parfois limités en terme de flexibilité de design). D'autre part, comme la création de plateformes web est rendue toujours plus accessible, **la formation** devient une opportunité d'expansion de notre offre pour les personnes ne souhaitant pas sous-traiter cette tâche. Nos recherches, ainsi que l'expérience du terrain nous montrent également des opportunités en terme de *bundling* (soit de rendre le produit phare accessible et offrir des services complémentaires nécessaires au produit de base), grâce notamment à la maintenance, au référencement et à la gestion des communautés.

Notre analyse SWOT (forces, faiblesses, opportunités et menaces du projet) est disponible en page suivante.



# Analyse SWOT

## Les forces du projet

Répond à un besoin DUR (douloureux, urgent et reconnu)  
Ne nécessite pas une présence physique (et des charges élevées telles qu'un loyer)  
S'adapte à différents contextes (vitrine, e-commerce, ...)  
Fortes capacités novatrices et commerciales  
Excellente alchimie de l'équipe de projet  
Recensement de données utilisateurs.rices liées à la satisfaction  
Compétences en design  
Réactivité et flexibilité  
Utilisation de Wordpress

## Les faiblesses du projet

Manque de crédibilité  
Connaissance du marché  
Faible portefeuille de projets  
Manque de ressources en temps, en argent et humaines  
Dépendance aux CMS  
Expertise dans la création de sites web

## Les opportunités du projet

Demande de conception web croissante  
Partenariats avec d'autres instances (graphisme, technologie, ...)  
Expansion du e-commerce  
Tendance grandissante à se focaliser sur l'expérience utilisateur.rice  
Besoin de formation grandissant (car augmentation de la conception web autodidacte)  
Besoin de tarifs accessibles  
Besoin de visibilité digitale (et ainsi de référencement)  
Innovations technologiques (notamment grâce à l'IA)  
Besoin de maintenance  
Besoin de gestion de communautés

## Les menaces du projet

Concurrence accrue et établie (avec plus de ressources, de notoriété et de compétences)  
Sécurité et cyberattaques  
Évolution rapide des technologies  
Règlementations (notamment liées aux lois sur les données)  
Guerre des prix réduisant les marges

[Découvrir l'analyse stratégique complète](#)



# Modèle d'affaires et proposition de valeur

*Les informations en italiques font partie de la vision long terme*

## Partenaires clés

Hébergeurs web  
Fournisseurs de noms de domaine  
CMS (Content System Manager)  
Vidéastes et photographes  
Influenceurs et influenceuses (créateurs.rices de contenu)  
Services de sécurité web  
Extensions logicielles  
Informaticien.nes  
*Développeur.es*  
*Quality analysts*  
*UX writers*  
*UX designers*  
*Agences marketing*  
*Graphistes*  
*Traducteurs.rices*

## Ressources clés

CMS  
Temps  
Fonds de roulement  
Hébergements et noms de domaine  
Fonds de roulement  
Connexion internet fiable  
Compétences et talents humains

## Activités clés

Conception web  
Optimisation SEO et SEA  
Création de maquettes  
Création de médias digitaux  
Recherche du domaine client.e  
Maintenance et mises à jour  
Planification  
Comptabilité  
Communication et promotion  
Réservation de domaines et hébergements  
Analyse et optimisation de parcours client.e  
Service informatique  
*Formation*  
*Rédaction de texte*

## Relation client.e

Offre avantageuse  
Service personnalisé  
Fidélisation  
Prestation différenciée  
Contact régulier  
Proximité  
Compréhension du travail réalisé  
Relation client.e à forte valeur ajoutée

## Propositions de valeur

Visibilité digitale  
Site vitrine et e-commerce  
Feedback loop intégrée  
Collecte d'informations client.es  
Différenciation sur leurs marchés  
Fidélisation de leur clientèle  
Prix abordables  
Image jeune, tendance et créative  
Promotion en ligne de leur marque  
Lien digital avec leurs client.es  
Identité visuelle  
Audit de performance  
Consulting et accompagnement stratégique  
Amélioration de la réputation  
Gain de temps  
Indépendance  
Génération de bouche-à-oreille  
Maquette gratuite  
Expérience  
Qualité  
Transparence des coûts  
*Gestion des communautés*  
*Copywriting*  
*Rédaction de textes*  
*Création de médias*  
*Traduction*

## Segments client.es

Petites à moyennes entreprises en Suisse romande  
Structures de moins de 30 employé.es sur l'arc lémanique  
Indépendant.es entre 25 et 50 ans  
Entrepreneur.es  
Artistes  
Particuliers nécessiteux.euses d'une vitrine  
Particuliers nécessiteux.euses d'un rajeunissement, d'une mise à jour  
E-commerçant.es  
Responsables marketing  
Fitnesses  
Restaurants  
Salons de coiffure  
Gîtes et auberges

## Canaux

WhatsApp (Business)  
Site web  
Bouche-à-oreille  
*TikTok*  
*LinkedIn*  
*Instagram*  
*Facebook*  
*X (anciennement Twitter)*



## Structure des coûts

Logiciels (Wordpress, Adobe, Divi, ...)

Hébergement et nom de domaine

Ordinateurs performants

Matériel photo et vidéo

Communication et promotion

*Salaires*

*Formations*

## Flux de revenus

Visibilité digitale

Relation client.e privilégiée

Prise en charge du référencement

Grande satisfaction

Respect du besoin évoqué

Délai d'exécution

Différenciation de leur commerce

Qualité et originalité

Maintenance

*Création de visuels*

*Sécurité*

*Responsabilité environnementale*

# Segments cibles

**A**près l'analyse du marché, de la concurrence et les observations faites sur le terrain, nous ciblons les petites structures et les indépendants âgés entre 25 et 50 ans. Celles et ceux-ci se trouvent sur l'arc lémanique en Suisse romande et leur budget varie de CHF 1'000.— à CHF 6'000.—. Il s'agit de commerces des milieux de la santé, la technologie, l'immobilier, la restauration et du sport. Pour ce qui est des indépendants, s'ils ne cherchent pas à également développer un commerce dans les secteurs justes cités, alors ils souhaitent faire des ventes rapidement grâce à une boutique en ligne dans l'espoir de devenir autonomes financièrement. Bien souvent, ils ont une activité à côté (comme un pourcentage réduit en emploi) afin de subventionner leur projet.

Qu'il s'agisse des petites structures ou des personnes indépendantes, elles sont ambitieuses et déterminées mais n'ont malheureusement aucune expertise en matière de conception web.



# Plan marketing

**Objectifs :**

1. Acquérir de nouveaux clients
2. Augmenter la visibilité en ligne
3. Créer, agrandir et engager la communauté
4. Gagner en crédibilité

**Public cible :** Petites structures (santé, sport, technologie, immobilier, restauration) et indépendants âgés entre 25 et 50 ans sur l'arc lémanique en Suisse romande avec un budget de CHF 1'000.— à CHF 6'000.—

## I. Stratégie de parrainage

**Forme :** gain de CHF 200.— pour chaque référence aboutissant à un mandat

**Objectif :** créer du bouche-à-oreille (comme nous n'avons pas encore de crédibilité sur le marché)

**Budget :** CHF 400.—/mois (soit 2 sites par mois correspondant à 50% de ce que nous sommes capables de produire actuellement)

**Temps estimé :** 10 heures de mise en place

## II. Stratégie de contenu

**Forme :** rédaction d'articles de blog pour le référencement, d'études de cas (grâce à la mise en avant de nos créations), de témoignages client.es (sur le site internet et les réseaux sociaux), envoi d'une newsletter, création de publications pour les réseaux sociaux

**Objectif :** gagner en crédibilité et engager la communauté

**Budget :** CHF 0.—

**Temps estimé :** 4 heures par semaine

## III. Stratégie digitale

**Forme :** ciblage des audiences LinkedIn, Facebook, Instagram, X et TikTok selon l'âge, la localisation, et les intérêts professionnels puis référencement payant (SEA). Suivi des performances, analyses et adaptations

**Objectif :** augmenter la visibilité en ligne, créer, agrandir et engager la communauté

**Budget :** CHF 500.—/mois

**Temps estimé :** 1 heure par semaine

[Découvrir le plan marketing complet](#)



# Plan financier

## Estimation des coûts initiaux et opérationnels

### Matériel et logiciels

Ordinateur puissant	CHF 2'500.—
Licence Divi	CHF 215.—
Abonnement Webflow	CHF 20.—/mois
Abonnement Adobe	CHF 70.—/mois

### Frais opérationnels

Nom de domaine	CHF 20.—
Hébergement	CHF 10.—/mois
Internet et téléphonie	CHF 80.—/mois
Électricité	CHF 20.—/mois
Déplacements client.es	CHF 400.—/mois
Budget marketing*	CHF 500.—/mois
Budget parrainage**	CHF 400.—/mois
Budget salaires***	CHF 5'000.—/mois

### Coûts

uniques	CHF 2'735.—
mensuels fixes	CHF 6'500.—

### Bénéfice mensuel potentiel

Revenus potentiels	CHF 12'000.—
Coûts fixes	CHF 6'500.—
Bénéfice	CHF 5'500.—

## Estimation des revenus

### Capacité : 4 projets par mois

25 heures/site (processus de création à constamment optimiser)

Tarification : CHF 1'000.— à 6'000.— par projet

Revenus potentiels : CHF 12'000.— par mois (moyenne de CHF 3'000.— par site)

## Charges

### Budget marketing\*

Google Ads	pour CHF 500.—/mois
Facebook Ads	
publicité Instagram	

### Budget parrainage\*\*

Estimation : 50% de parrainage | soit CHF 400.— sur 4 sites

### Budget salaires\*\*\*

Tarif : CHF 25.—/heure

Estimation production : 100 heures/mois (4 sites x 25 heures)

Estimation administration : 15 heures/mois (offres, facturations ...)

Estimation démarchage et acquisition : 15 heures/mois

Total : CHF 3'250.— (130 heures à CHF 25.—/heure)

Marge : CHF 1'750.— (total de 5'000.— pouvant assurer 2 salaires minimum de CHF 2'125.—/mois en soustrayant les charges)

Estimation charges : 15% / AVS, AI, AC, AANP, LAAC, IJM, LPP (soit CHF 750.—/mois)



# Services associés

## Maintenance

Mises à jour du site internet  
1 modification par mois  
*CHF 50.–/mois*

## Maintenance PLUS

Mises à jour du site internet  
5 modifications par mois  
*CHF 150.–/mois*

## Maintenance ILLIMITÉE

Mises à jour du site internet  
Modifications illimitées  
*CHF 500.–/mois*

## Référencement

Optimisation du référencement (SEO)  
Rédaction de 1 article par mois  
Création de backlinks  
*CHF 300.–/mois*

## Référencement PLUS

Optimisation du référencement (SEO)  
Rédaction de 4 articles par mois  
Création de backlinks  
Achat d'espaces publicitaires (SEA)  
*CHF 900.–/mois*

## Communauté

Gestion de la communauté digitale  
2 publications sur 2 réseaux sociaux  
par mois  
*CHF 400.–/mois*

## Communauté PLUS

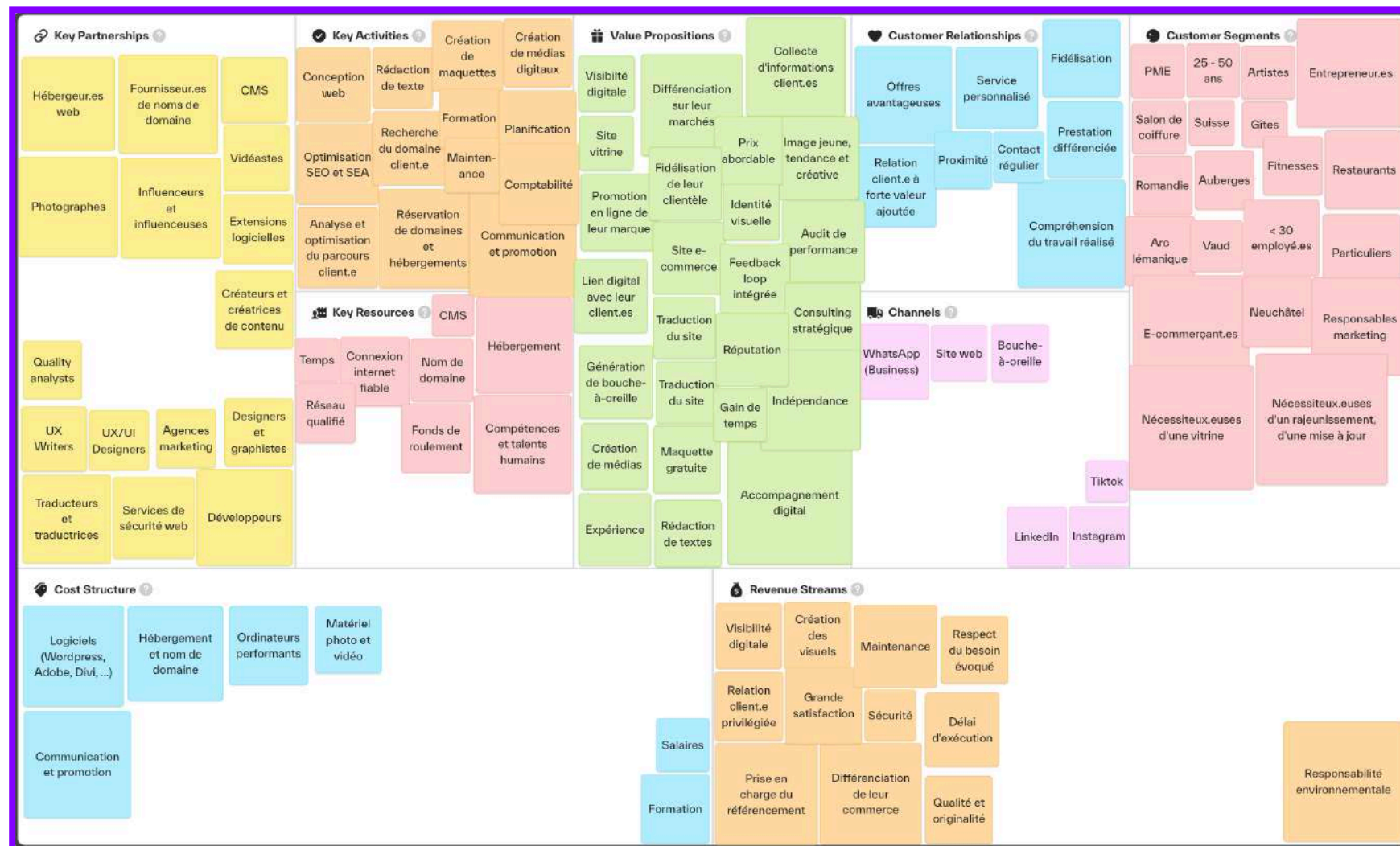
Gestion de la communauté digitale  
4 publications sur 4 réseaux sociaux  
par mois  
Interaction avec la communauté  
Organisation d'un concours par an  
*CHF 700.–/mois*

[Découvrir les projections financières sur 3 ans](#)



# Annexes

## BMC (Business Model Canva)





# Persona

## Informations de base



## Micael Pazzino

### "Archétype"

- 31
- En emploi (80%)
- Lausanne, Vaud
- Esprit entrepreneurial
- Sportif

### Bio

Après avoir suivi sa scolarité obligatoire, Micael, passionné de sport, a fait un diplôme de commerce. Employé depuis plus de 10 ans, il a réduit son pourcentage au travail, comprenant que ce n'est plus l'idéal qu'il souhaite poursuivre. Son rêve est désormais de voir son projet de coach sportif éclore, afin qu'il puisse, à terme, quitter définitivement son job. Pour faire passer son idée au niveau supérieur, Micael a obtenu un diplôme de "personal trainer". Désormais, il souhaite faire un site internet pour mettre en avant ses services.

## Personnalité

Introvertie Extrovertie

Analytique Créative

Occupée Libre

Bordélique Organisée

Indépendante Collective

Passive Active

Sécurée Risquée

# Focus Group

Sur quels critères précis choisiriez vous une agence web ?

La qualité de leur portfolio (et si leur style convient à mon entreprise)

À la vue du portfolio de sites réalisés > sites esthétiquement impeccables

La possibilité de suivre le développement d'un tableau de bord par exemple et la possibilité de faire des recours régulièrement (comme produits numériques)

« Je ne suis pas sûr à la première vue que ça répond à mes besoins »  
« Je suis intéressé par votre site mais je ne suis pas sûr de la qualité de votre travail »  
« Je suis intéressé par votre site mais je ne suis pas sûr de la qualité de votre travail »  
« Je suis intéressé par votre site mais je ne suis pas sûr de la qualité de votre travail »

Montrer les résultats obtenus grâce à la récolte de feedback

Un service client qui permet de modifier le site sur demande en illimité

1) prix  
2) qualité et design des travaux faits  
3) confiance en la personne

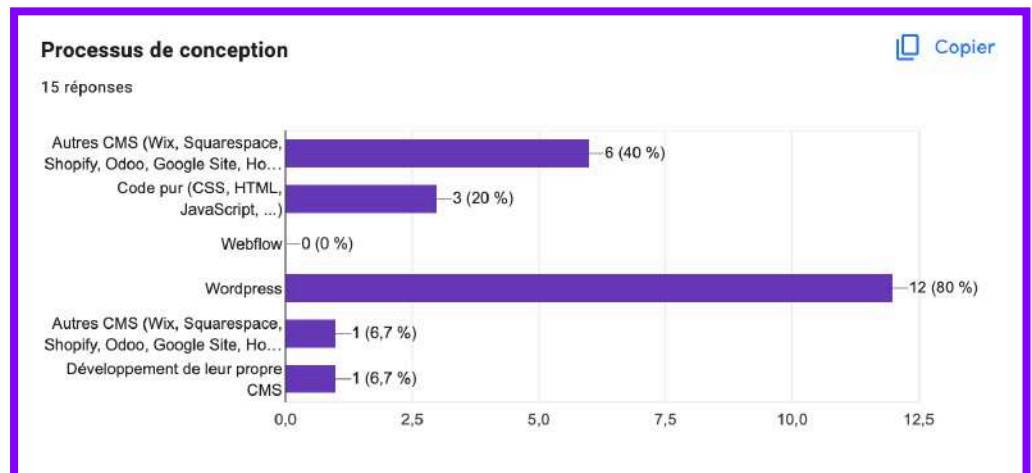
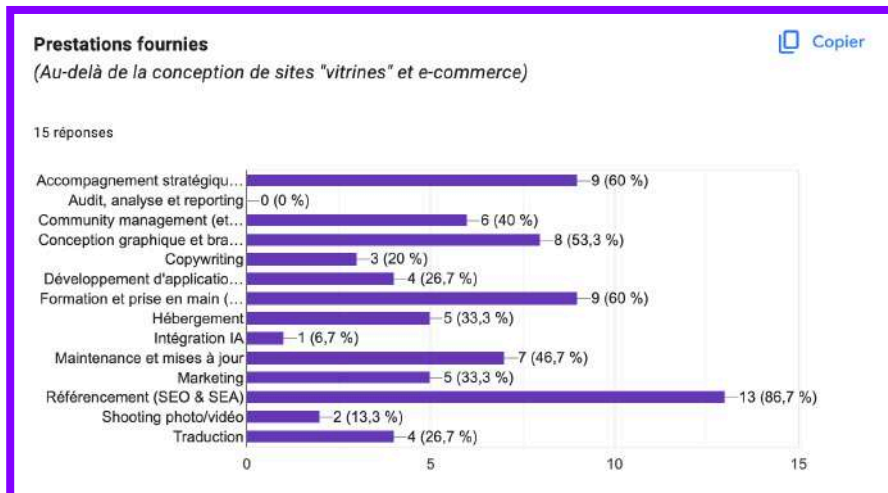
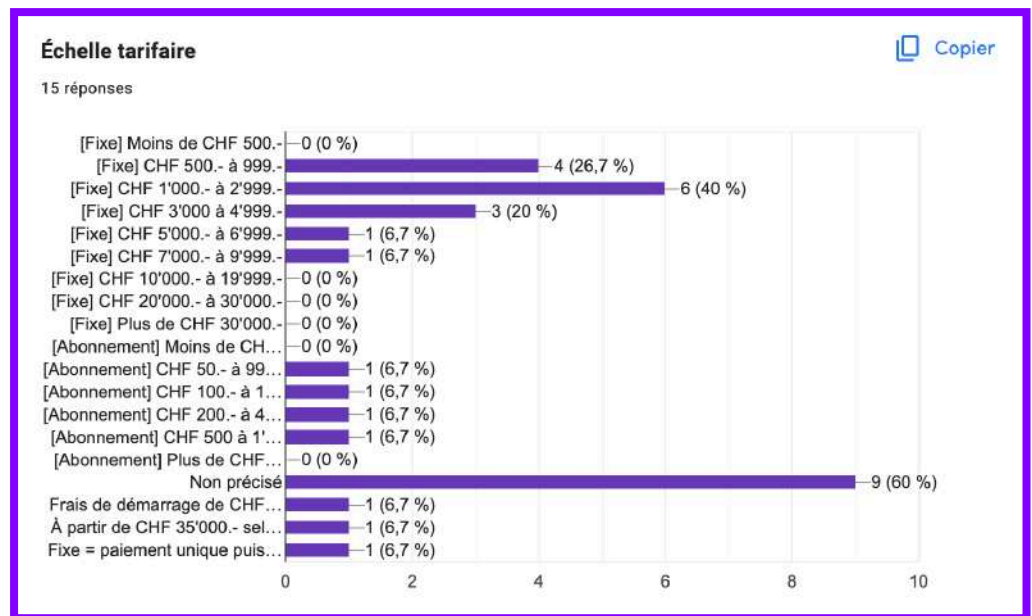
> Le portfolio et la qualité de votre propre site  
> Prix, moins cher que les concurrents (aucune idée des prix)

« Je suis intéressé par votre site mais je ne suis pas sûr de la qualité de votre travail »  
« Je suis intéressé par votre site mais je ne suis pas sûr de la qualité de votre travail »  
« Je suis intéressé par votre site mais je ne suis pas sûr de la qualité de votre travail »

Réactivité et proximité du service client / Références clients



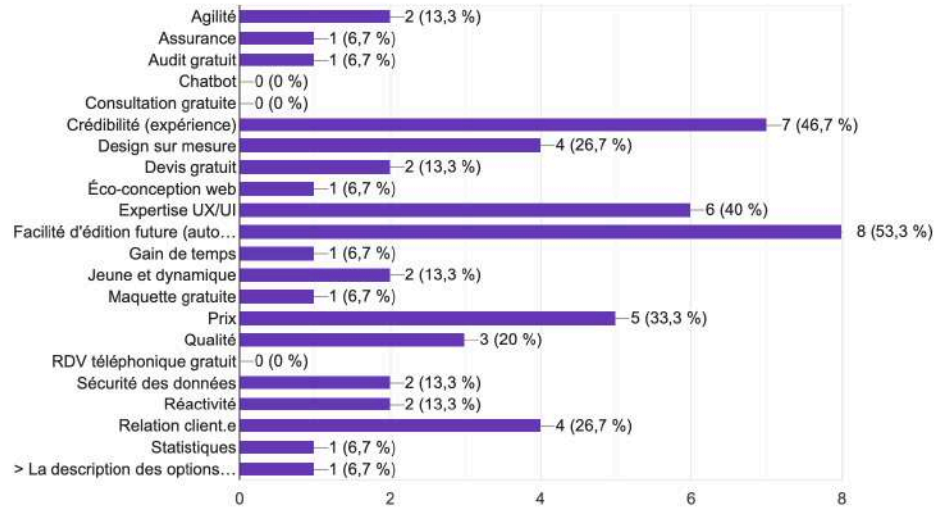
# Concurrence ([cliquez pour en voir plus](#))



### Avantage(s) concurrentiel(s)

(Forces)

15 réponses



### Désavantage(s) concurrentiel(s)

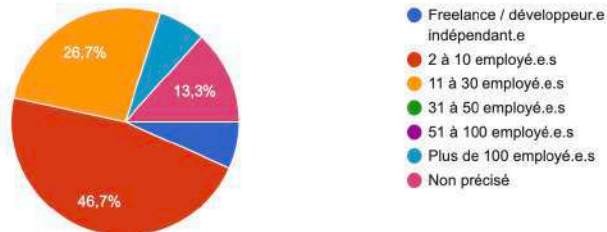
(Faiblesses)

15 réponses



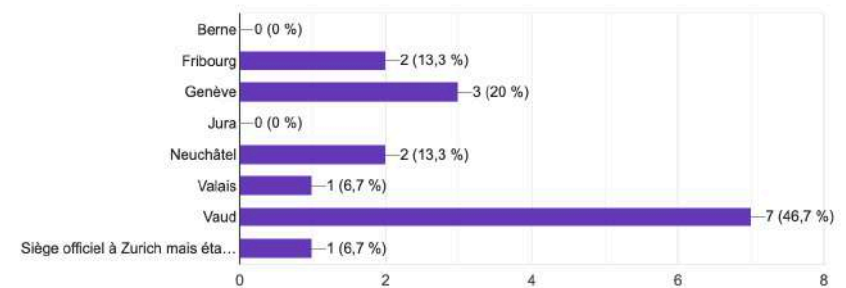
### Taille de l'entité

15 réponses

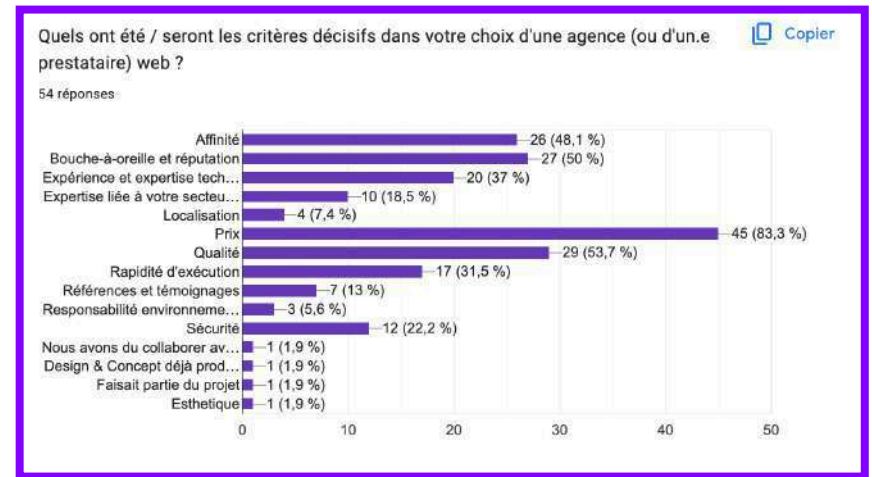
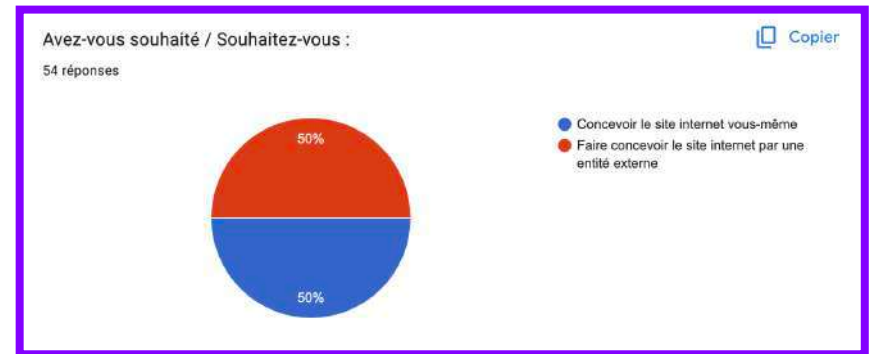
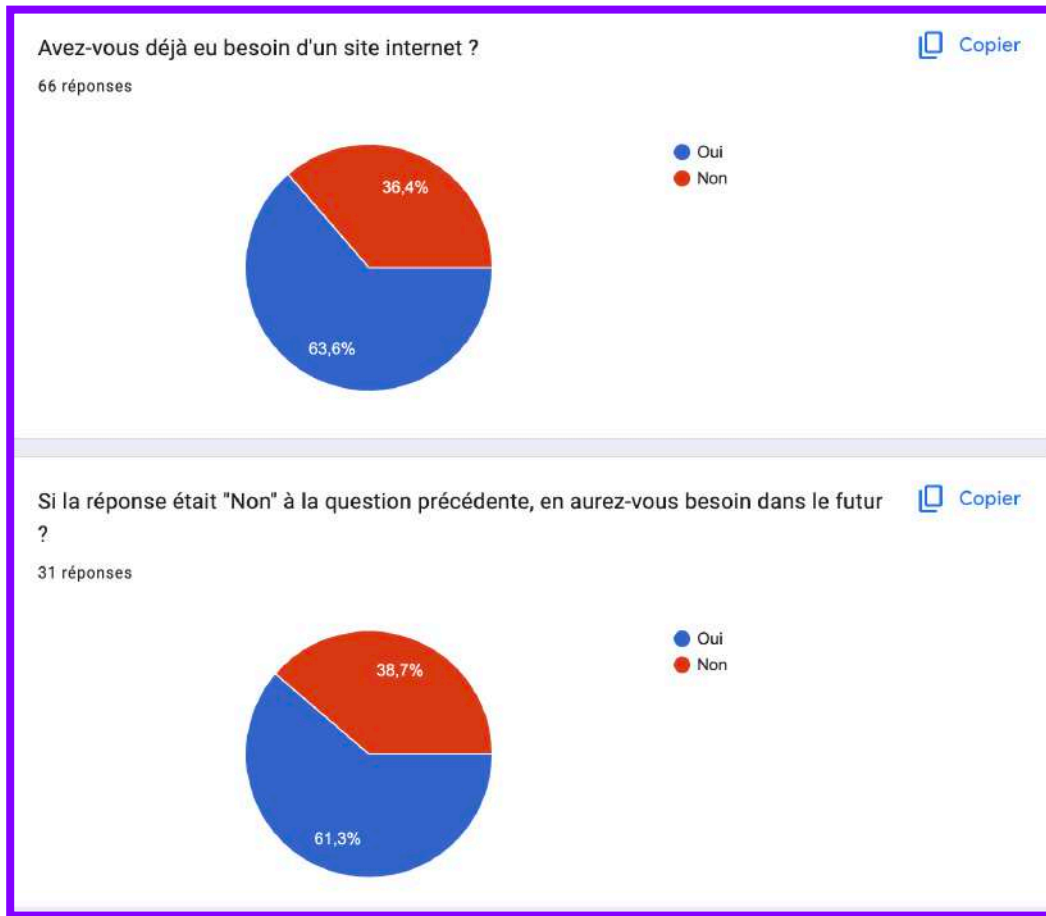


### Canton

15 réponses



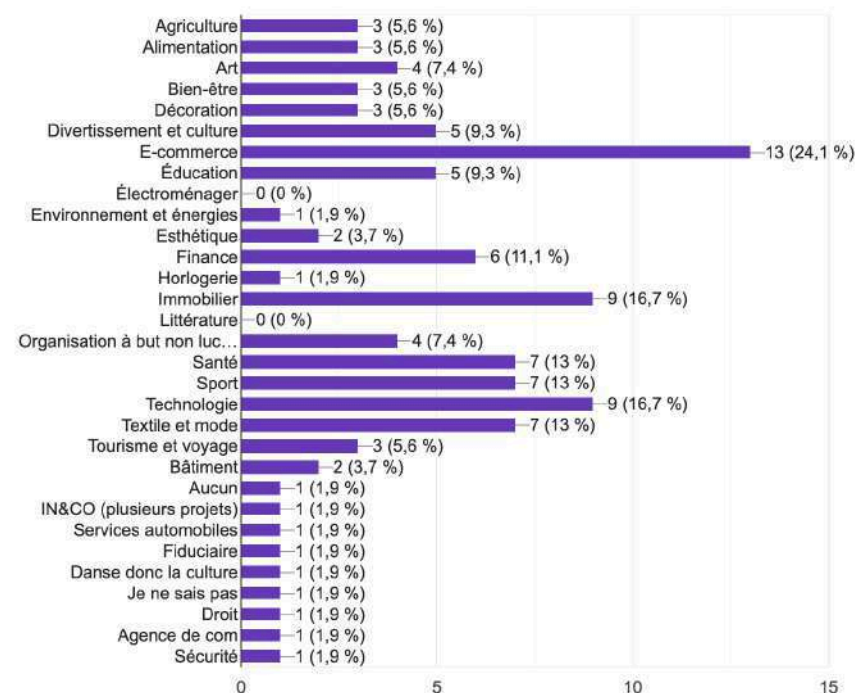
# Enquête ([cliquez pour en voir plus](#))



### Dans quel(s) secteur(s) votre offre évolue / évoluait -t-elle ?

[Copier](#)

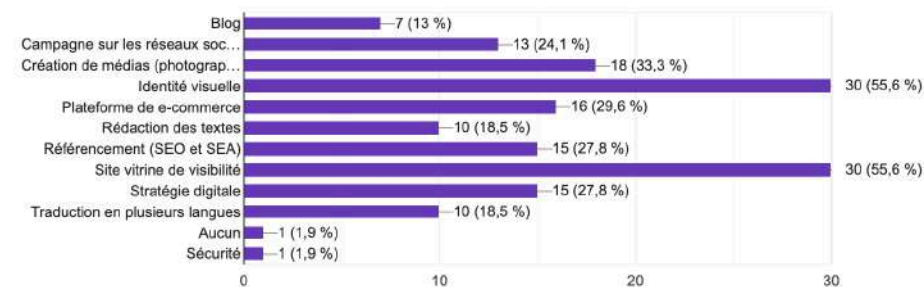
54 réponses



### Quels étaient / seront vos besoins ?

[Copier](#)

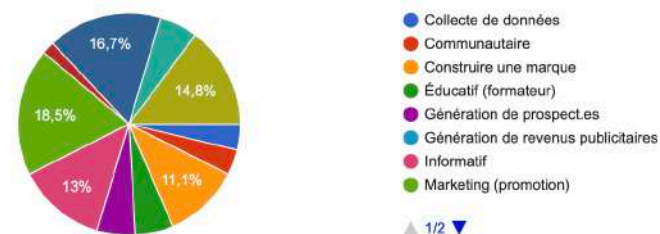
54 réponses



### Quel était / sera l'objectif principal de votre site internet ?

[Copier](#)

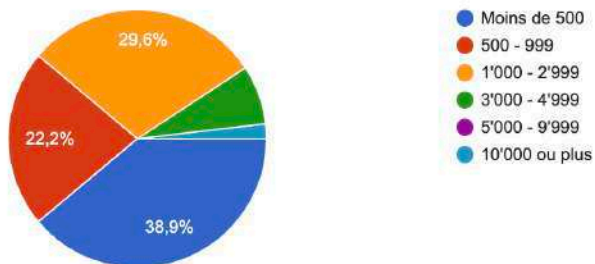
54 réponses



### Quel était / sera votre budget approximatif en CHF ?

[Copier](#)

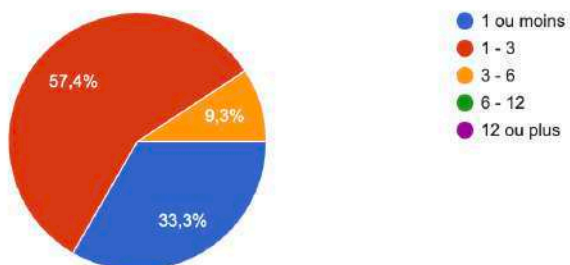
54 réponses



### Quelles étaient / seront vos attentes en terme de délai de réalisation ? (En mois)

[Copier](#)

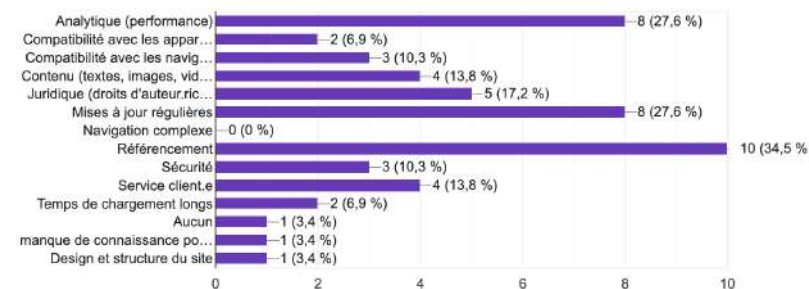
54 réponses



### S'il y en a eu, quel(s) problème(s) avez-vous rencontré ?

[Copier](#)

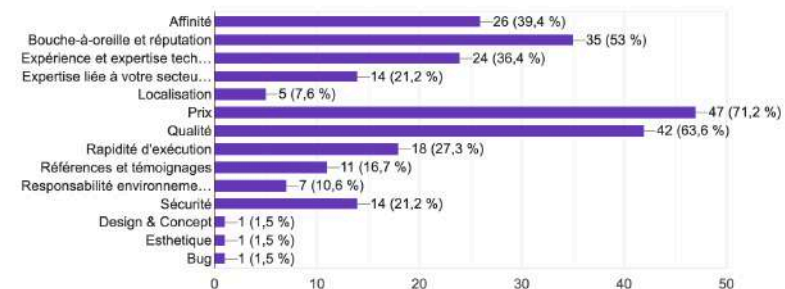
29 réponses



### Si vous aviez eu besoin d'un site internet, quels auraient été les critères décisifs à votre choix ?

[Copier](#)

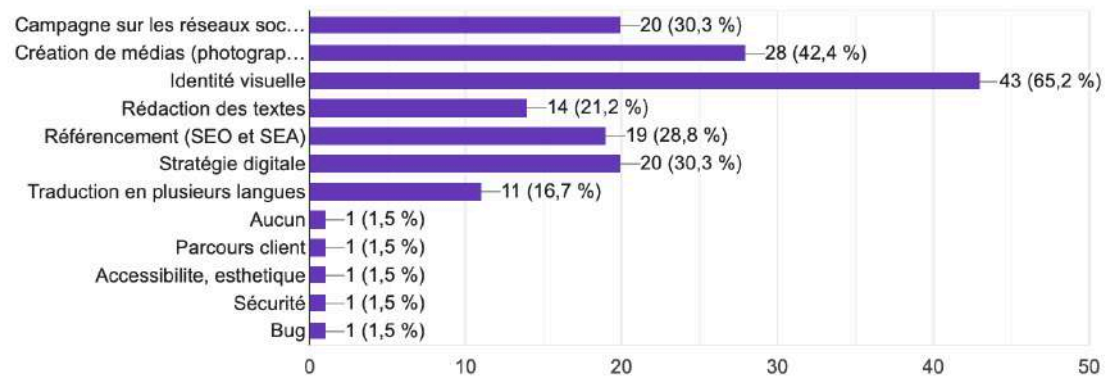
66 réponses



## À quels éléments auriez-vous donné une attention particulière ?

Copier

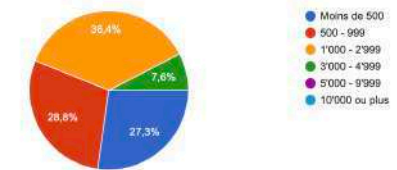
66 réponses



## Quel budget approximatif en CHF auriez-vous été prêt.e à investir pour la création d'un site internet ?

Copier

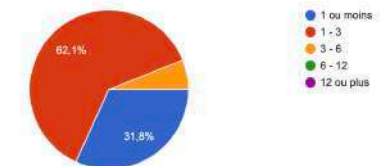
66 réponses



## Quelles auraient été vos attentes en terme de délai de réalisation d'un site internet ? (En mois)

Copier

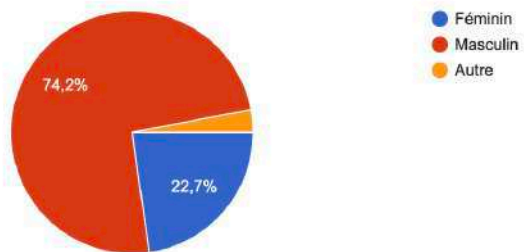
66 réponses



### À quel genre vous identifiez-vous ?

66 réponses

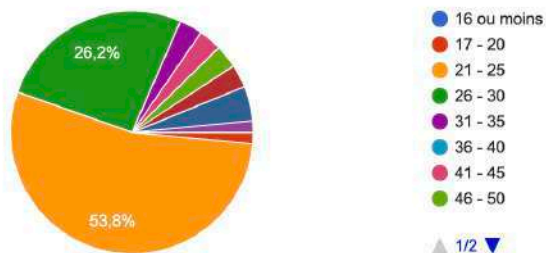
[Copier](#)



### Laquelle des catégories ci-dessous inclut votre âge ?

65 réponses

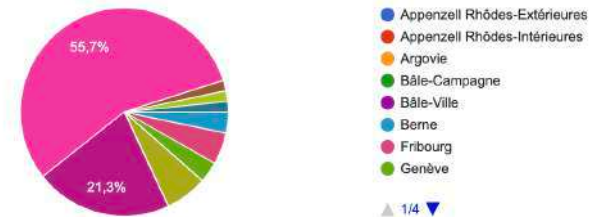
[Copier](#)



### Si vous résidez en Suisse, dans quel canton êtes-vous établi.e ?

61 réponses

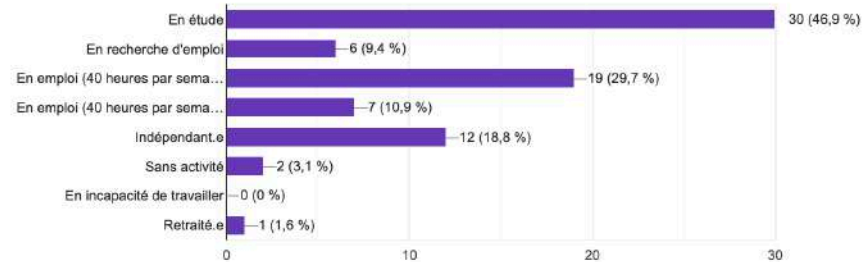
[Copier](#)



### Quelle catégorie ci-dessous décrit le mieux votre situation ?

64 réponses

[Copier](#)



# Sources

Landol, M. (juillet 2022). *Tous comptes faits: l'Internet suisse en chiffres*. Hostpoint.  
<https://www.hostpoint.ch/fr/blog/tous-comptes-faits-l-internet-suisse-en-chiffres>

SWITCH. (2023). *Nombre de noms de domaine .ch*. NIC.  
<https://www.nic.ch/fr/statistics/domains>

Statista. (2023). *Quels systèmes de gestion de contenu (CMS) et systèmes de gestion de documents (DMS) open source votre organisation utilise-t-elle ?*. Statista.  
<https://de.statista.com/statistik/daten/studie/892697/umfrage/verwendung-von-open-source-content-management-systemen-in-der-schweiz>

Localsearch. (2023). *Le succès des PME dans le monde numérique*. Localsearch.  
<https://www.localsearch.ch/fr>

Plancade, J. (2019). *Les PME suisses, grandes absentes du web*. Bilan.  
<https://www.bilan.ch/entreprises/les-pme-suissees-grandes-absentes-du-web>



*Chère Madame, Cher Monsieur,*

*Merci pour le temps et l'intérêt voués au présent document.*

*Bien à vous,  
Manu de MK Web.*

**MK Web**

Technopôle 1  
3960 Sierre

[+41787845581](tel:+41787845581)

[hello@mk-web.ch](mailto:hello@mk-web.ch)

[www.mk-web.ch](http://www.mk-web.ch)

