

STRATEGIE DE COM DIGITALE

CADYST GROUP

2024

SOMMAIRE

I. RAPPELS

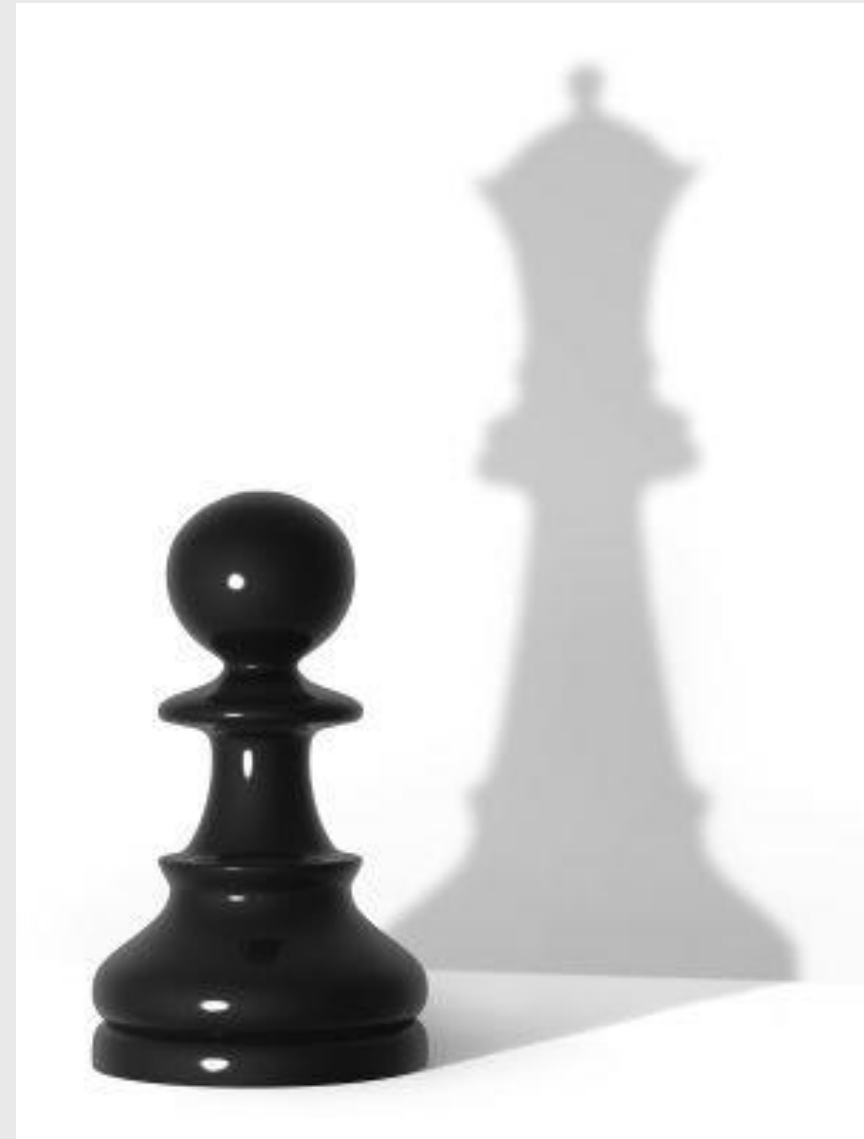
II. PROBLEMATIQUE

III. APPROCHE STRATEGIQUE GLOBALE

IV. NOTRE CIBLE

V. PLATEFORME DE MARQUE

VI. NOTRE METHODOLOGIE



RAPPELS

Contexte

Les Attentes

Notre choix stratégique

Notre approche

CONTEXTE

CADYST Group voudrait renforcer la présence et la notoriété de ses marques sur les plateformes digitales dans un contexte où les marques y bâtissent de plus en plus leur réputation.

Dans ce contexte, nous proposons une plateforme de prises de paroles à très fort impact et multicanal.

Notre approche y répondra.



LES ATTENTES

Dans un contexte où les marques et les produits ont en commun l'impact des habitudes de consommation qui ont chamboulé et la complexité du marché global, notre choix stratégique est de développer une plateforme pertinente permettant deux choses essentielles :

- Promouvoir l'institution CADYST GROUP et son image de marque
- Promouvoir de manière attrayante une marque au choix (éduquer ; transformer les tendances de consommation ; contribuer à redynamiser les ventes)
- Construire un capital sympathie fort avec les cibles



APPROCHE STRATEGIQUE GLOBALE

LE POINT DE DEPART ET LES AMBITIONS A ATTEINDRE PAR LA MARQUE

Brand Position

Brand Ambition

Business Ambition

BRAND POSITION



OUÙ EN EST-ON?

Les marques de **CADYST GROUP** se positionnent comme des marques premium offrant des expériences gustatives et d'usages uniques pour chaque catégorie.

CADYST GROUP et ses catégories de produits regroupent des valeurs telles que l'innovation, l'authenticité, la qualité et l'accessibilité.

BRAND AMBITION

| OÙ EST CE QU'ON VA?

Les ambitions de **CADYST GROUP** sont axées sur le leadership, la croissance, la responsabilité sociale et la satisfaction client.

Les Marques de CADYST GROUP ambitionnent d'être les plus connues, les plus aimées et les plus sollicitées sur le marché afin de consolider sa position de leader sur le marché et de contribuer de manière **permanente** à **la bonne nutrition des Camerounais**.

BUSINESS AMBITION



| OÙ EST CE QU'ON VA?

Les ambitions de **PASTA** sont :

- Renforcer les communautés autour des produits du groupe CADYST
- Installer fortement le positionnement d'entreprise engagée au service de la bonne nutrition des camerounais
- Encourager une fréquence d'achat régulière de la part des clients ;
- Fidéliser les consommateurs afin de stabiliser les ventes ;

CIBLES

A QUI PARLONS-NOUS ?

Cible Populaire
& Cible de la
campagne

Ce qu'ils pensent de la
marque/du produit

Lieux d'achat

CIBLES

ANALYSE DU COMPORTEMENT DE LA CIBLE

Les professionnels de la restauration; de la pâtisserie et des fabricants de beignets

Commercial

Restaurateurs, services traiteurs, vendeurs de repas rapide, pâtisseries; fabricants de beignets

Ils achètent les produits dans le cadre de leur activité quotidienne, ils recherchent une solution rapide et moins coûteuse. Pour eux, la qualité et le goût sont essentiels



Ménages / Buyer

Mère de famille, mère célibataire, étudiante

Elle s'approvisionne pour sa famille et est soucieuse de leur bonne nutrition. Surtout, elle s'assure de la qualité des aliments.



Le consommateur / amoureux de gastronomie

Enfants, chefs de famille

Ils apprécient le bon goût des choses et la sympathie de la marque



CIBLES

ANALYSE DU COMPORTEMENT DE LA CIBLE



COEUR DE CIBLE (Middle)

Sexe: Féminin

Age: 18 - 35 ans

CSP: Commerçantes; Ménagères; étudiantes...ETC.

Style de vie: Très attachées aux expériences de partage; aiment les ambiances amicales et familiales; aiment les offres moins coûteuses et disponibles...ETC.

Passion et passetemps: Faire la cuisine, rechercher des tutos d'alimentation sur internet, recevoir leur famille et amis

Audit Digital

Les pages de CADYST GROUP

Les pages des concurrents

Les tendances sur le digital (2024)

PANZANI & SAE

NB: Aucune publication sur les farines observée

La Pasta S.A est uniquement présente sur [Facebook](#) avec 39K Followers. Elle compte en moyenne 2 publications par semaine et la dernière date de novembre 2023.

Comme ligne éditoriale, les sujets sont assez variés. On y retrouve des updates sur les produits, les éphémérides, recettes, activations (Séance de dégustation gratuite de pâtes, Pasta Party, la Mega La Pasta First, campagnes promotionnelles (Back To School, Campagne Pasta Gold, Pasta First

Type de contenus : images et vidéos

Le [site internet](#) est disponible mais en construction pour le moment.

Nous avons fait différents constats en parcourant les différentes pages :

- La marque soutient le football en sponsorisant des activités sportives et des clubs de football (Bamboutos de Mbouda, Union Sportive de Douala et Léopard Sportif de Douala).
- Les influenceurs utilisés pour transmettre les valeurs de la marque et servir de prescripteur sont Ben Decca, Mayole Francine.



La Société Agroalimentaire Equatoriale (SAE) est l'entreprise agréée pour la production et la commercialisation de divers biscuits tels que 'DELYS' et 'BARKA'.

Type de contenus : Images, vidéos (avec les influenceurs tiktokeurs comme [Gabykamer](#), [Cynthia Sim's](#) qui présentaient les biscuits DELYS).

Comme ligne éditoriale, elle communique via les éphémérides, les jeux concours et les bienfaits de leurs produits.

La dernière publication date du 3 janvier 2022.

[Facebook](#) compte 2,7K followers et les publications sont faites au moins 2 fois par semaine.

[Site internet](#) est disponible et renvoie au groupe Cadyst



Globalement, les publications de PANZANI & SAE semblent très ponctuelles sans planning préalables et lignes éditoriales pré établies.

LES CONCURRENTS SUR LE DIGITAL

NYANGO est la marque de fabrique des produits de MA'MAGNI FOODS SAR. Dans notre analyse nous allons nous intéresser aux pâtes alimentaires.

Produit à base de la meilleure semoule de blé dur existante au monde, les spaghettis NYANGO sont l'une des meilleures pâtes alimentaires disponible sur le marché.

Contrairement à d'autres marques, il précisent presque toujours sur leurs visuels où retrouver leurs produits.

Comme ligne éditoriale, elle communique sur des quiz, les recettes, bienfaits de leurs différents produits (pâtes, sauces en boîte, riz, huile, maïs doux...), les éphémérides

Type de contenus : images;

[Facebook](#) compte 1,7K Followers, et publie au moins une fois par semaine en général sur leurs produits au complet;

[Instagram](#) tout comme Facebook, les publications (116) se font au moins une fois hebdomadairement avec 101 Followers;

[LinkedIn](#) les publications sont les même que Facebook et Instagram avec 670 abonnés;

[Site internet](#) le site est bien renseigné, donne des informations sur les différents produits 'NYANGO', renseigne aussi sur ses pages réseaux sociaux;

Remarque: Nyango communique sur tous ses produits mais pas sur les pâtes alimentaires d'après les recherches;



BARILLA est une marque de spaghettis italienne très retrouvée dans nos supermarchés et superettes du pays;

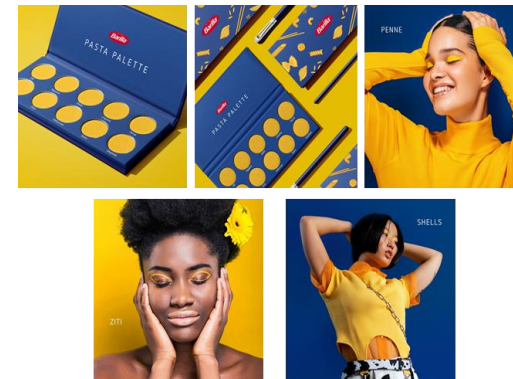
Comme ligne éditoriale, elle communique à travers les recettes, bienfaits de leurs différents produits (macaronis, pâtes, sauces en boîte);

Type de visuel: images, réels;

[Facebook](#) compte 2,7M Followers et les publications sont faites en moyenne 8 fois mensuellement;

[Youtube](#) a 60,1 k abonnés et 1,2 k vidéos dont la dernière date de 10 mois;

[Site internet](#) disponible et très bien renseigné sur ses différents produits, recettes et conseils culinaires;



Quelques images de campagne pour introduire leur nouveaux box de pâtes alimentaires sous inspiration des plaques à phares à paupières;

LES CONCURRENTS SUR LE DIGITAL

La marque **BROLI** elle, a des produits divers comme du café, lait concentré, chocolaté, tartine chocolat, bergère, sardines, mayonnaise et les spaghettis.

Elle communique sur ses différentes pages via les éphémérides, recettes, quiz ou jeu concours et update sur leurs différent produits.

[LinkedIn](#) 9485 abonnés, dernier post date d'il y a 10 mois;

[Facebook](#) 44 K Followers avec en moyenne 3 publications hebdomadaire;

[X](#) 463 Followers, en moyenne une publication par semaine, la toute dernière date du 10 février 2024;

[Instagram](#) 3962 Followers et le dernier post date du 12 février 2024

[Site internet](#) est disponible et renvoie au groupe Africa Food

[Youtube](#) compte 374 abonnés avec 22 vidéos dont la dernière date d'il y a 2 ans;



LES CONCURRENTS SUR LE DIGITAL

La Société **GRAND MOULIN** Cameroun (SGMC) est une société agro-alimentaire agréée pour la production des farines ASSO, La BOULANGERE, DUO, Ma COPINE, TIGRE, YANA.

La SGMC a principalement deux pages réseaux sociales à savoir Facebook et LinkedIn. Comme ligne éditoriale, elle communique à travers les éphémérides, présentations de ses produits, campagnes autour des événements comme des ateliers pros boulanger ou salon de la nutrition.

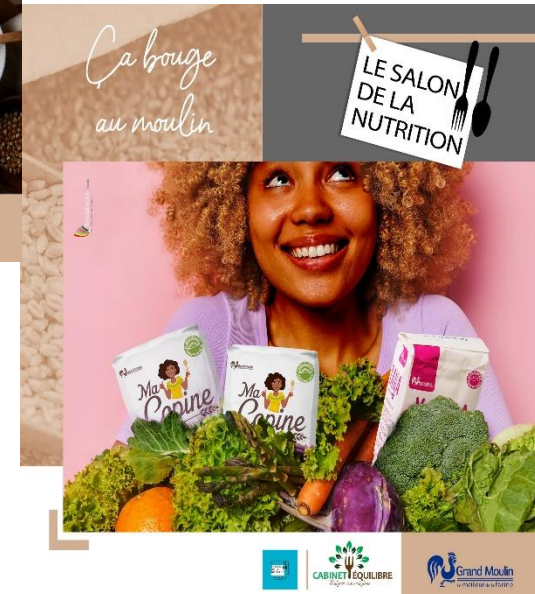
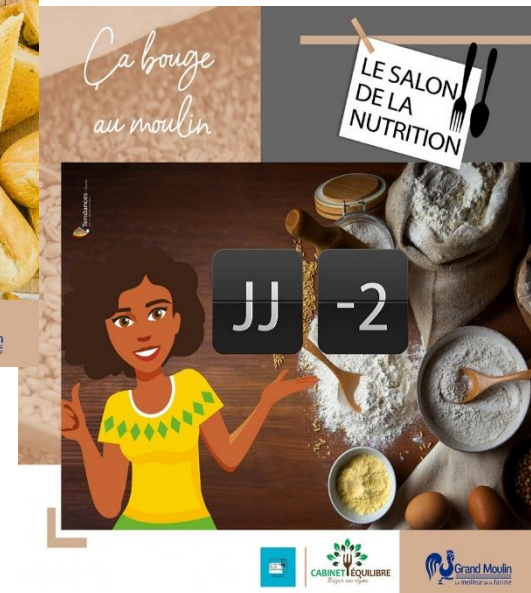
Type de contenu : Images, vidéos

[Facebook](#) compte 1,3K followers, avec une publication hebdomadaire dont la dernière date du 3 Mai;

[LinkedIn](#) compte 4K abonnés et les posts sont faits au même rythme que Facebook;

[Site internet](#) présente sur la page Facebook mais ne s'ouvre pas;

En images une campagne lancée pour le salon de la nutrition qui avait pour but d'apprendre avec elle de délicieuses recettes et de bonnes astuces, et à chaque recette sa farine.



LES CONCURRENTS SUR LE DIGITAL

OK FOODS CAM est une industrie agro-alimentaire agréée pour la production des produits de marques comme Rio (Biscuits, Gaufres), Choco Loco (Tartine Chocolat), Maxi (confiseries) et Top lait.

OK FOODS est actif sur Facebook, Youtube et LinkedIn. Elle communique à travers les éphémérides, les activités en interne, présentation et bienfaits de leurs produits les jeux concours, campagnes sur promote, rentrée scolaire, descente dans des hôpitaux, orphelinat.

Type de visuel : Images, vidéos

[Facebook](#) a 25K followers et publie au moins une fois toutes les semaines en général sur leurs différents produits;

[LinkedIn](#) avec 3782 abonnés, ne publie que sur les éphémérides et les activités de l'entreprise;

[Youtube](#) 106 abonnés avec 45 vidéos dont la dernière date d'un an

[Site internet](#) fonctionnel, renseigne très bien sur leurs produits et mêmes les métiers;

Le logo de twitter apparaît sur le site internet de OK FOODS mais la page n'existe pas;



NAYA FOODS est une entreprise spécialisée dans la fabrication des produits agréés pour la production des biscuits.

Tous comme les autres brands, NAYA FOODS communique beaucoup plus les updates de ses produits, les bienfaits, les éphémérides.

Type de visuel : Images et vidéos;

[Facebook](#) 12K followers, publie une fois par semaine;

[Youtube](#) avec 11 abonnés et 4 vidéos dont la plus récente date d'il y a 3 ans;

[Instagram](#) les publications sont pareil au même rythme que Facebook, avec 874 followers, avec 214 publications;

[Site internet](#) disponible et bien renseigné, informe sur ses produits, actualités et carrières au sein de l'entreprise.

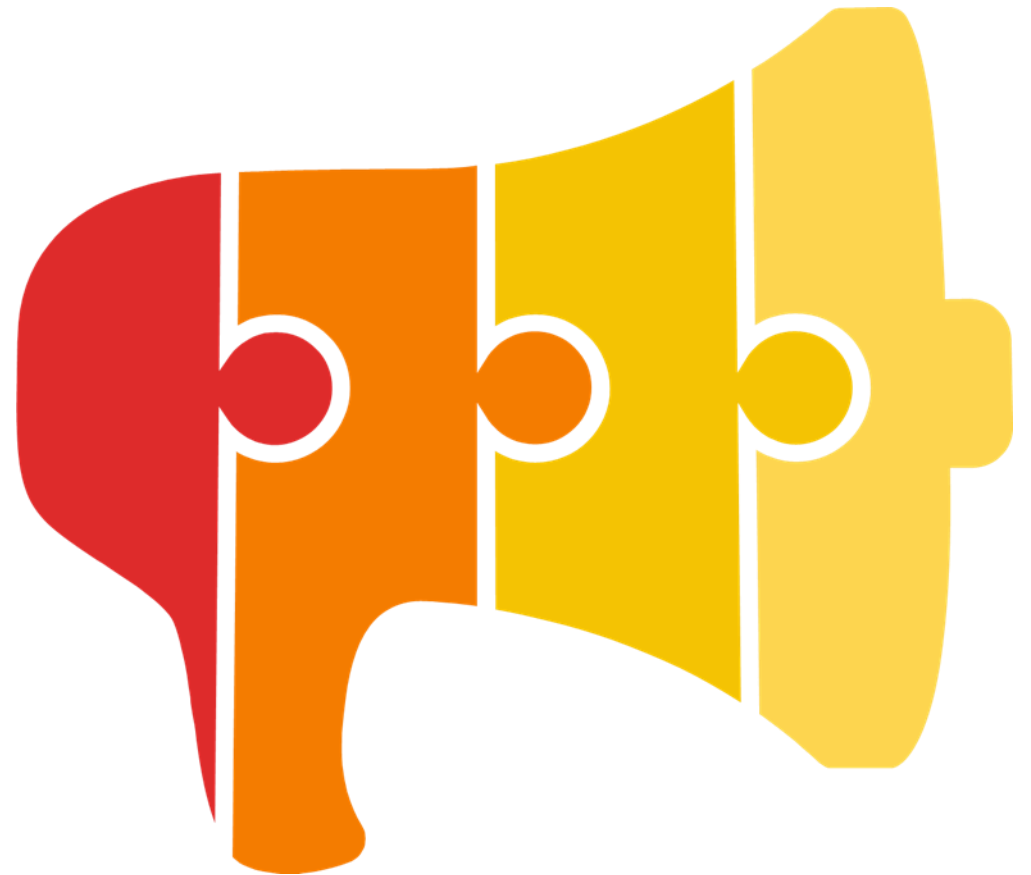
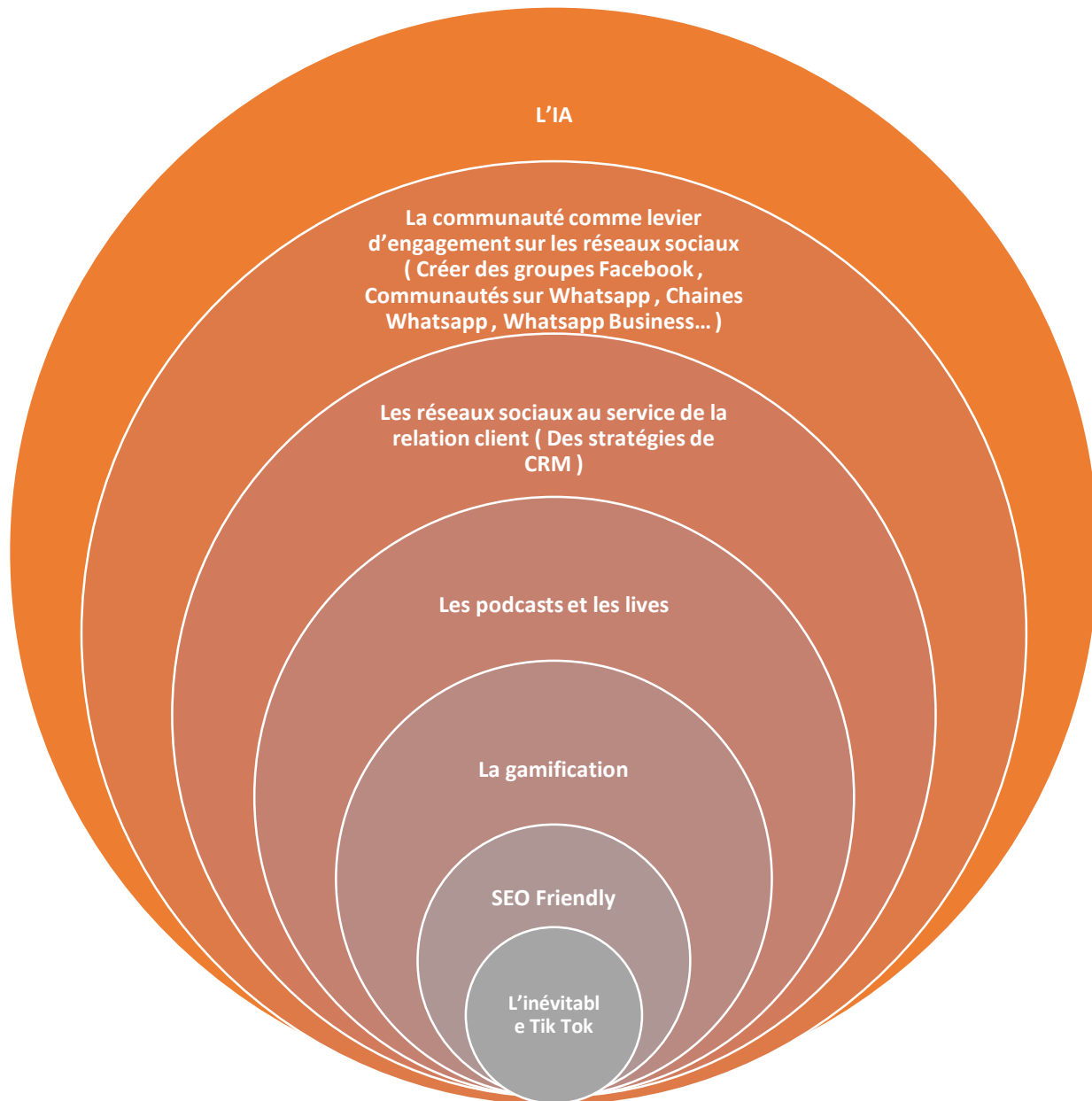


LES CHIFFRES SUR LE DIGITAL EN 2024



- 12,73 millions d'utilisateurs d'Internet au Cameroun
- 5,05 millions d'utilisateurs de Facebook
- 663,1k d'abonnés sur Instagram
- 1,20 millions de membres sur LinkedIn
- 183,3k utilisateurs de X

LES TENDANCES SUR LE DIGITAL



PLATEFORME STRATEGIQUE

Notre mission

Nos chantiers

Positionnement stratégique

Les sujets clés

La stratégie digitale

NOTRE MISSION

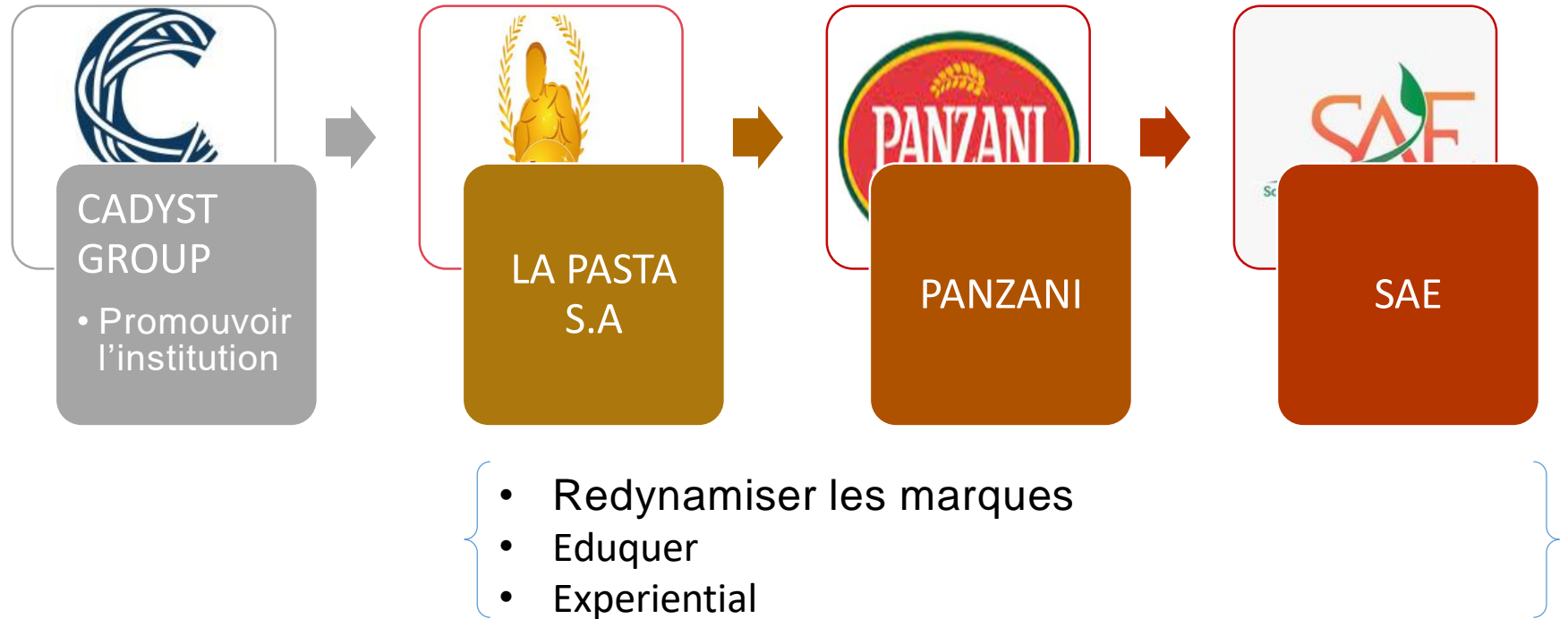
CADYST GROUP



Notre Mission



NOS CHANTIERS





POSITIONNEMENT STRATÉGIQUE

Une nutrition de qualité pour tous

Cadyst Group se positionne comme la
référence en matière de nutrition de qualité
adaptée au contexte Africain

LES SUJETS

l'institution

**Capter
l'attention**

- Une campagne d'affirmation du positionnement de CADYST GROUP
- Une campagne de présentation des marques du groupe par filiale
- Une journée porte ouverte de dégustations de produits CADYST

Informier

- Campagnes RP pour stimuler le positionnement de la marque groupe
- Brochures grand public sur la variété des domaines d'activité du groupe
- Créer un blog proposant pour partager les activités du groupe

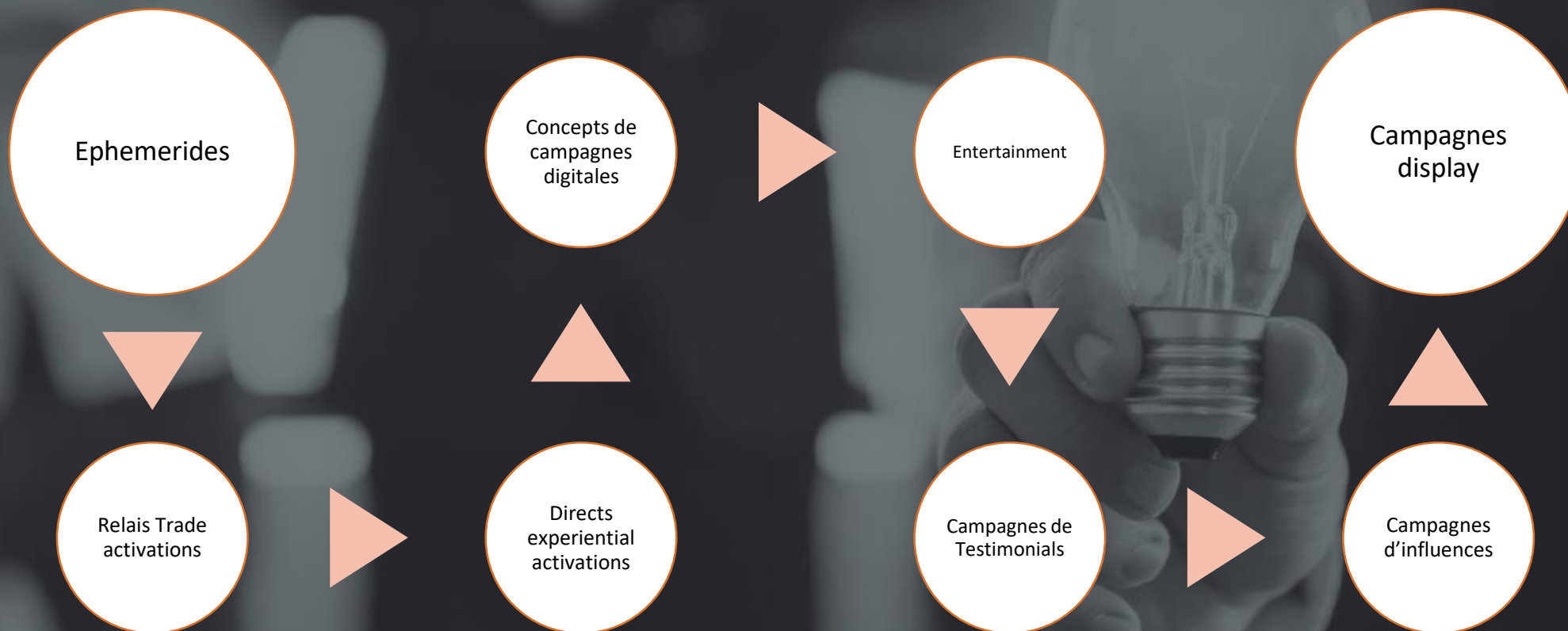
**Partager &
Célébrer**

- Concours hackathon autour des thématiques liés aux activités du groupe
- Initiatives caritatives et communautaires renforçant ainsi l'image de Cadyst Group
- Célébrer les partenaires de la distribution à travers un programme de fidélité



LES SUJETS

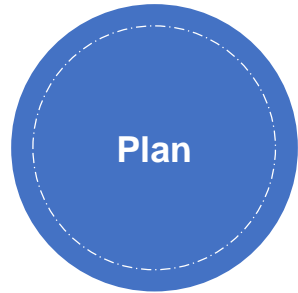
les filiales



Déploiement Digital



Our Digital Marketing Process



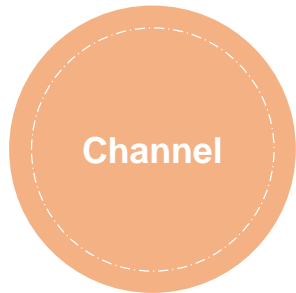
Alignement avec le plan marketing global



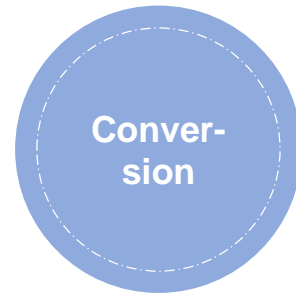
Segmentation de l'audience (consideration de chaque cible)



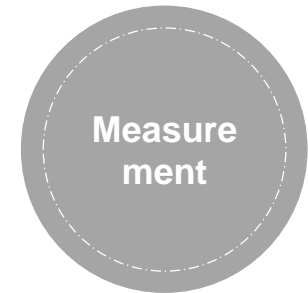
L'histoire à raconter pour chaque groupe cible.



Selectionner efficacement les plateformes

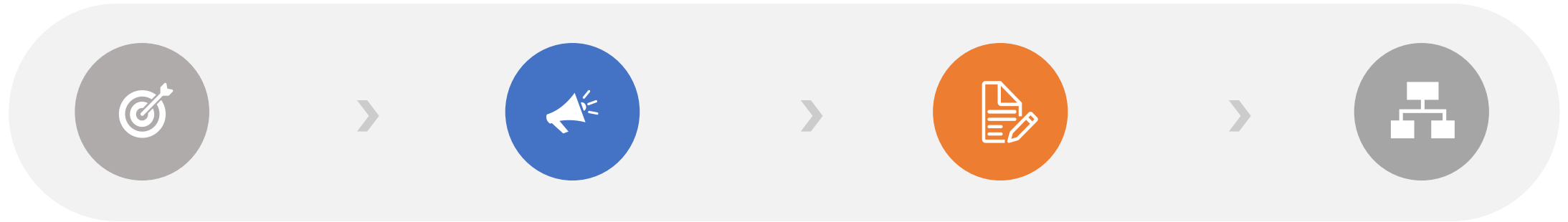


Actions de conversion / trade support.



Our Content Marketing Expertise

Fournir le bon contenu au bon public au bon moment commence par une stratégie de contenu intégrée. Nous allons vous assister sur l'ensemble du processus de marketing de contenu :



Content Strategy

Vous proposer la Meilleur strategie digitale en fonction de chaque marque ou entité

Content Promotion

Faire l'achat média avec le bon objectif et au meilleur coût pour avoir le Meilleur ROI

Content Creation

Design graphique statique et dynamique (2D & 3D + video).

Content Management

Utilisation d'outils de planification et de suivi du contenu digital.

Our Content Marketing Expertise



Analytic Consulting

Utilisation d'outils d'analyse de performance du contenu digital.

SocMed Marketing

Nous avons notre propre technologie de push SMS et une base de donnée de certains groupes cibles

Training Management

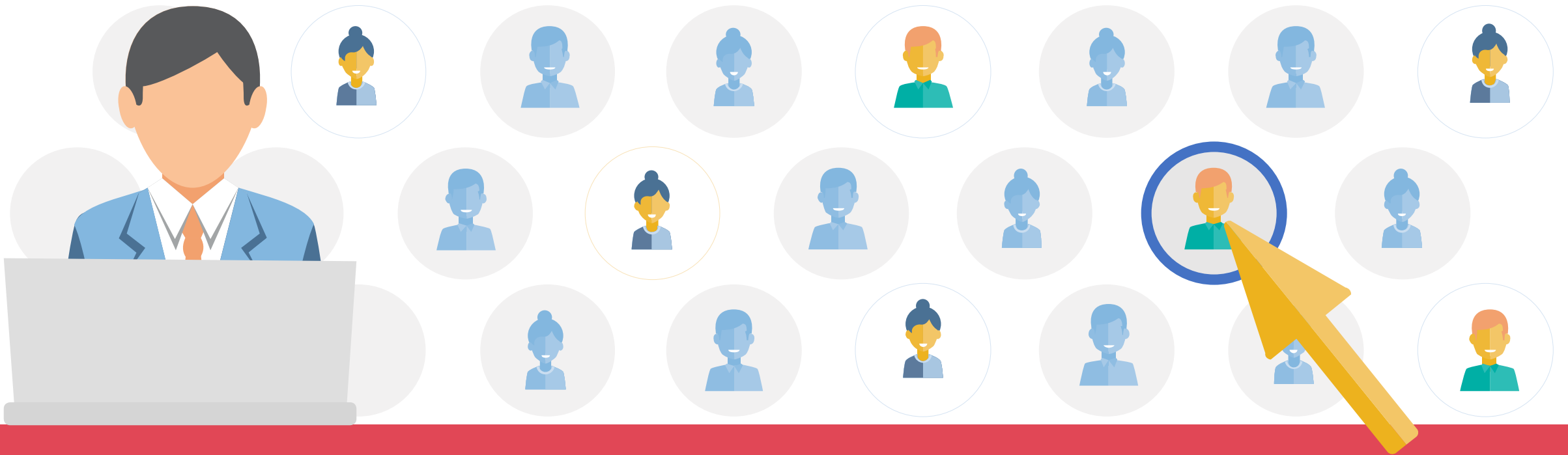
Formation du personnel CADYST au besoin.

CONTENT MARKETING

Création



Define Audience/ brand



Dans le cadre de la communication digitale, nous aurons des groupes cibles variés des generations X, Y et Z qui s'intéressent à divers types de contenus et de marques spécifiques.

Nous allons diversifier le contenu divers sur chaque plateforme

Social Media Marketing



Plateforme généraliste, favorisant les contenus variés (texte, image, vidéo). Utilisateurs de tous âges, idéale pour les communautés et les interactions de groupe.

VERSATILITÉ DE PATES



Images ou vidéos de recettes variées (pâtes et farine)

Présenter des recettes inédites ou osées. Présenter des recettes uniques connues mondialement

Rubrique : Le saviez-vous ?

Rubrique à tonalité humoristique dans laquelle on parlera des premières fois où les pâtes/recettes à base de farines ont été préparées avec un ingrédient en particulier à un moment précis à un lieu précis.

VALORISATION DE LA MARQUE



- Post sur l'histoire des marques et leur engagement qualité/RSE

- Jeux, concours et récompenses

- Promotions avec code promo (stimuler l'engagement)

Concept: master chef

Organiser un concours de cuisine annuel autour des pâtes afin de produire du contenu pour inonder la toile.



PRODUCT CONTENT



- Contenu éducatif sur les différents types de farines et les spécificités des pâtes

- Vidéos animatiques pour mettre en évidence la proposition de valeur de chaque marque/Produit

ENTERTAINMENT



- influencer marketing

- Les brunch de la PASTA



Orienté vers les contenus visuels (photos, courtes vidéos), avec un public plutôt jeune et amateur de tendances. Parfait pour le storytelling visuel et la promotion de produits

VERSATILITÉ DE PATES



- Images ou vidéos/stories de recettes variées à base de pâtes/Farine. Présenter des recettes inédites ou osées.
- Présenter des recettes uniques connues mondialement via de très belles photos HD réalisées ou issues de l'intelligence artificielle

VALORISATION DE LA MARQUE



- Promotions avec codes promos (stilumer l'engagement)

Concept: master chef

Organiser un concours de cuisine annuel autour des pâtes afin de produire du contenu pour inonder la toile (poster l'ensemble des photos) et inviter les participants d'en faire pareil.



PRODUCT CONTENT



- Contenu éducatif sur les différents types de farines et les spécificités des pâtes
- Vidéos animatiques pour mettre en évidence la proposition de valeur de chaque marque/Produit

ENTERTAINMENT



- influencer marketing
- Les brunch de la PASTA (photos & videos)



Réseau professionnel, axé sur le contenu d'affaires (articles, posts professionnels).
Utilisateurs cherchant à établir des connexions professionnelles, partager des insights de carrière et des opportunités d'emploi.

VERSATILITÉ DE PATES



Articles sur les tendances

culinaires et les habitudes de consommations

Réactions des experts

Rubrique : Le saviez-vous ?

Rubrique à tonalité humoristique dans laquelle on parlera des premières fois où les pâtes ont été préparées avec un ingrédient en particulier à un moment précis à un lieu précis.

VALORISATION DE LA MARQUE



- Articles sur l'histoire des marques et leur engagement qualité / RSE

- Promotions avec code promos (stimuler l'engagement)

Concept: master chef

Partager et taguer les partenaires, inviter les professionnels de la cuisine



PRODUCT CONTENT



- Videos de fabrications

- Video documentaire sur les employés et leurs passions

ENTERTAINMENT



- Les brunch de la PASTA (jeux pour gagner des places gratuites)



Ce sera le point de convergence de nos campagne afin d'accroître la conversion et apporter une expérience unique à nos internautes. En plus du site internet, nous aurons des landing page dédiés pour améliorer l'expérience utilisation.

- Centralise l'information et oriente les utilisateurs vers les actions souhaitées (achat, inscription, contact).



- Crédibilité** : Offre une présence professionnelle en ligne, renforçant la confiance des visiteurs.

- Collecte de Données** : Permet de recueillir des informations sur les visiteurs via des formulaires, essentiel pour les stratégies de marketing ciblé.



- SEO** : Améliore la visibilité de votre marque sur les moteurs de recherche, attirant plus de trafic organique.

- Newsletter**: Elle nous permettra de diffuser largement des informations relatives aux activités du Groupe Cadyst à travers une landing page qui collectera les différentes informations des souscripteurs



PRODUCT CONTENT



- Description des produits d'une façon spécifiques en fonction des objectifs de campagnes.

ENTERTAINMENT



- Enregistrement

- - Achats

- Recommandations



Orienté vers les contenus visuels (photos, courtes vidéos), avec un public plutôt jeune et amateur de tendances. Parfait pour le storytelling visuel et la promotion de produits

VERSATILITÉ DE PATES

Vidéos de recettes variées à base de pâtes. Présenter des recettes inédites ou osées.

Présenter des recettes uniques connues mondialement

VALORISATION DE LA MARQUE

- Vidéo documentaire: l'histoire des marques et leur engagement qualité / RSE

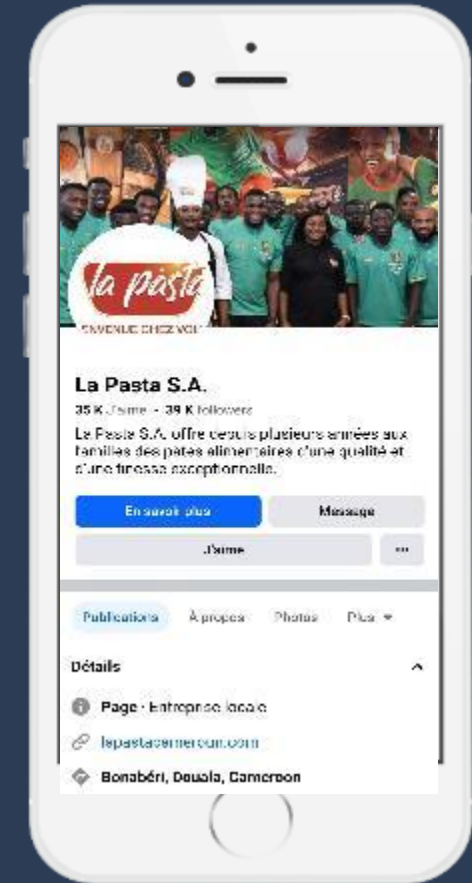
Concept: master chef

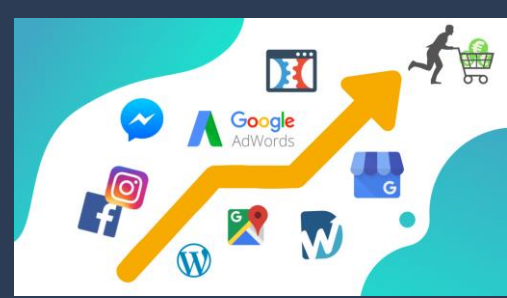
Series video / teleréalité

ENTERTAINMENT

- Influencer marketing

- Les brunch de la PASTA





Orienté vers les contenus visuels (photos, courtes vidéos), avec un public plutôt jeune et amateur de tendances. Parfait pour le storytelling visuel et la promotion de produits

En fonction des différentes campagnes et objectifs , nous allons proposer différents leviers :

- ❖ Les bannières publicitaires
- ❖ Les annonces vidéos
- ❖ La publicité Social Media
- ❖ Le référencement SEO et SEA via Google Ads



Contenus mix (BTL / Digital/ Brand experience ...ETC)

- ***#Brunch With Pasta & Panzani (la gastronomie autour des pâtes)***

Le brunch aura lieu le dimanche et offrira une expérience unique de plus de 15 variétés de plats à base de pâtes avec en accompagnement des amuses gueules à base de farine. La participation au brunch sera payante et certaines personnes pourront gagner une place sur nos réseaux sociaux.

Ce sera l'occasion de faire le buzz avec plusieurs vidéos faites par nous ou par les différents participants. Ainsi le hashtag « *brunchwithlapasta&panzani* » sera virale tout le reste de l'année.

- ***52 conseils en cuisine.*** Chaque semaine de l'année, nous allons donner une astuce en format statique ou vidéo qui sera diffusée sur toutes nos plateformes digitales.

Le hashtag **#52 conseils en cuisine** servira à suivre les différents retours des abonnés et à prendre en compte les astuces qui seront partagées par la communauté elle-même.

Autres campagnes



Back to school



End of year



*Journée mondiale
des pâtes ...ETC*



AUTRES RUBRIQUES

CADYST GROUP

Rubriques	Définition	Supports mis en avant
La semaine en bref	Nous allons faire le tour des informations importantes à communiquer à nos abonnés	Images , vidéos
Avec vous au quotidien	Proposer des astuces qui permettent d'améliorer le quotidien des abonnés (astuces de bonne alimentation)	Images , vidéos
Nous vous disons Merci	A travers des capsules vidéos de testimonials , nous allons remercier nos clients qui nous accompagnent au quotidien	Vidéos
Ephemerides	Célébrer les évènements marquants avec notre communauté	Images , Vidéos
Inside Cadyst group	Un portrait des employés sera fait tous les mois. A travers une interview , il nous présentera son job au quotidien	Vidéos , Articles
Cadyst News	Publication des activités liées à l'entreprise (Recrutement , offre d'emploi , restructuration...)	Images

PANZANI

Rubriques	Définition	Supports mis en avant
Notre mine d'or	Présentation de tous les produits La Pasta (Prix , grammages...)	Images , vidéos
La minute du gout	Partage des différentes recettes	Images , vidéos
Les éphémérides	Célébrer les évènements marquants avec notre communauté	Images , vidéos
A Table!!!	Les astuces pour mieux se tenir à table (Prendre les couverts , quelles verres utiliser...)	Images , vidéos
Les bons plans	Partages de bons plans à faire en famille , entre amis	Images , vidéos

Autres rubriques

SAE

Rubriques	Définition	Supports mis en avant
La minute nutrition	Nous allons expliquer en quoi les biscuits contribuent la bonne alimentation des enfants	Images , vidéos
Les conseil du lundi	Nous allons partager quelques conseils pour transmettre les bonne habitudes aux enfants tot	Images
La blague de la semaine	Partager des blagues locales autours des biscuits et des enfnts	Images , vidéos
Ephémérides	Célébrer les évènements marquants avec notre communauté	Images , Vidéos

PASTA S.A

Rubriques	Définition	Supports mis en avant
Ephémérides	Célébrer les evenements marquants avec notre communauté	Images , Vidéos
Astuces et recettes	Diffuser différentes recettes à base de farine	Images , Vidéos
Micro Trottoir / gag	Nous irons dans les 'beignetariats' pour prendre l'avis des clients sur les compositions les plus improbables faits à base de beignets de farine. Exemple : Que signifie l'expression : Rouler dans la farine , pris la main dans les pâtes	Vidéos
Au four et au moulin	Ici , nous allons organiser des ateliers avec les boulangers , les patisseries et professionnels du domaine	Vidéos

05 Indicateurs clés

Voici cinq principaux indicateurs communs de performance des campagnes pour nos marques:

1.Taux de Conversion : Taux de personnes ayant vu la publicité et effectué une action souhaitée, comme l'achat du produit.

2.Taux d'Engagement : Niveau d'interaction des consommateurs avec la campagne, y compris les clics, les partages et les commentaires sur les médias sociaux.

3.Retour sur Investissement (ROI) : Rapport entre les bénéfices générés par la campagne et le coût total de la campagne, mesurant ainsi son efficacité financière.

4.Notoriété de la Marque : Degré de reconnaissance et de familiarité de la marque parmi le public cible, avant et après la campagne.

5.Part de Marché : Proportion des ventes de la marque par rapport aux ventes totales du marché, permettant de déterminer la compétitivité et la performance relative de la marque.





NOTRE METHODOLOGIE

Responsabilités
Process Agence
Suivi et reporting

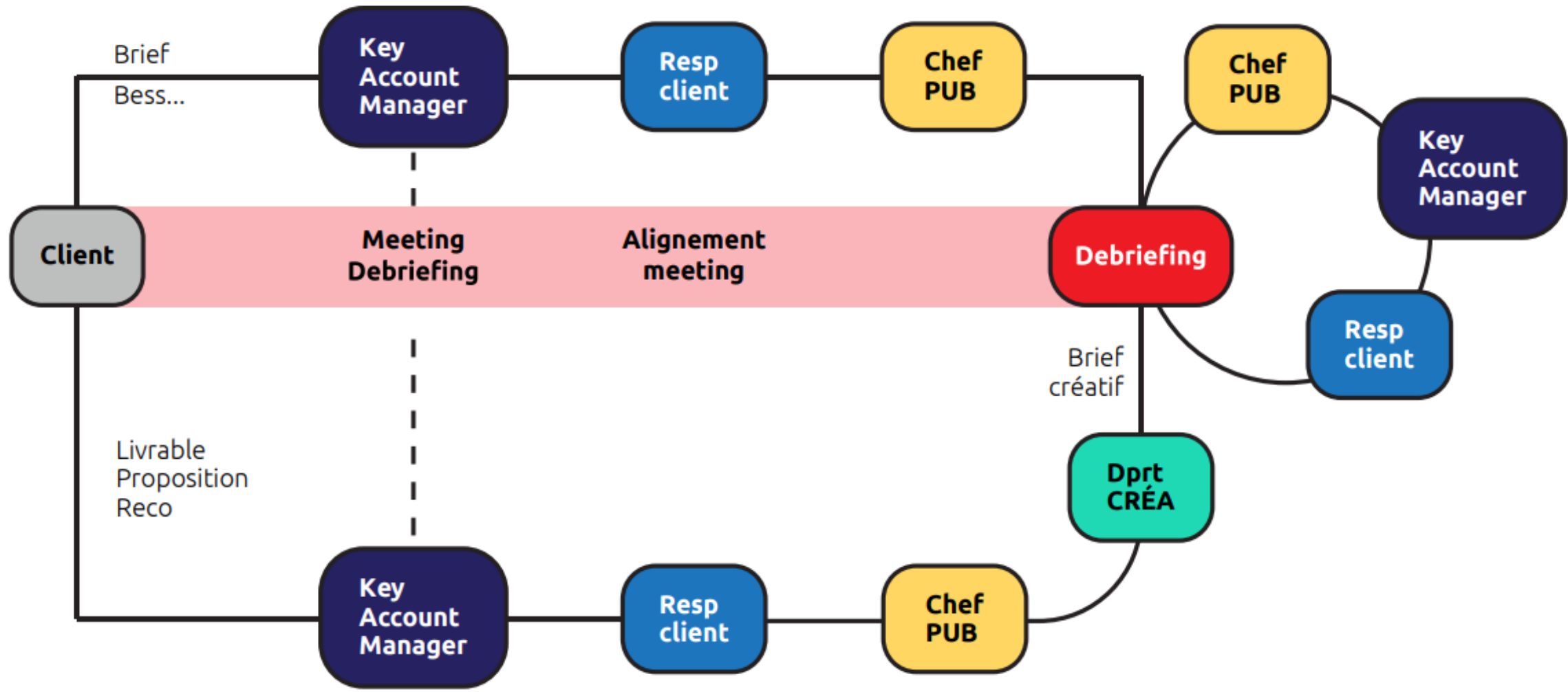
La collaboration

Les responsabilités

Stakeholder	Stratégie	Planning	Contenus images	Contenus Vidéos	Sponsorisations	Community Management	Solutions web
AGENCE	*	*	*	*	*	*	*
CADYST GROUP	*	*	*	*	*	*	*

La collaboration

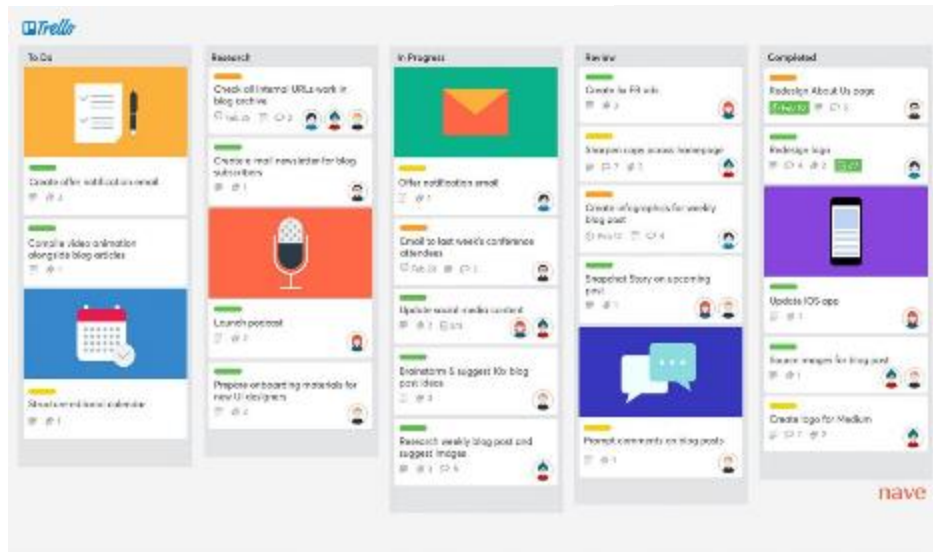
Notre process



Management de campagnes digitales

Outil de planification

 **Trello**



Trello : Quel que soit le projet, le flux de travail ou le type d'équipe, Trello permet de tout organiser facilement.

Management de campagnes digitales

Outil de reporting

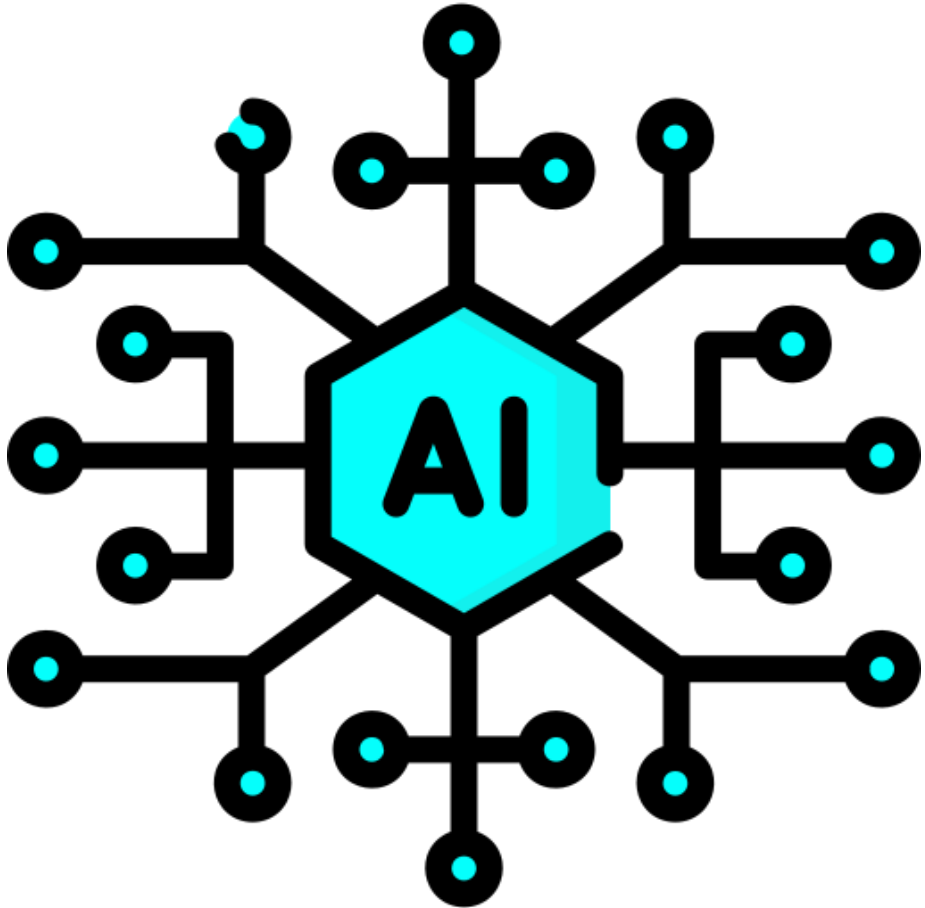
metricool



Metricool vous permet de suivre les **statistiques des médias sociaux, y compris les followers, l'engagement, les interactions, etc.**, pour des plateformes telles que Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn et YouTube.

Intelligence artificielle

Contribution



Nous allons beaucoup utiliser des outils d'intelligence artificielle pour gagner du temps :

- Générer les images
- Générer des storyboards
- Faire des analyses prédictives...ETC.

Merci.

CADYST GROUP

