

Mission d'accompagnement en référencement naturel et commercial

Cahier des charges

OBJET DE LA CONSULTATION

L'Agence d'attractivité et de Développement touristiques Béarn Pays basque (AaDT) est en charge de la promotion de la destination touristique départementale : développement de sa notoriété et de son image de marque, promotion et commercialisation de l'offre touristique, recrutement de clients, ...

Parmi ses outils de promotion, l'AaDT gère un site internet portail.

L'AaDT gère intégralement ce site internet, tant du point de vue des développements techniques que des contenus éditoriaux. Sur ce dernier point, il développe les contenus de son site internet en s'appuyant sur des interconnexions avec Facebook et d'autres plateformes communautaires (Flick'R, YouTube, Pinterest, Instagram, Twitter ...).

L'AaDT met également en œuvre depuis plusieurs années des campagnes de référencement payant via Google, Facebook, Youtube,... en soutien de ses opérations de communication, ou d'évènements particuliers (ouverture des stations de ski, ouverture de la pêche, opérations de promotion, ...). Depuis 2011, les campagnes sont intégralement gérées en externe.

Le budget annuel consacré aux enchères depuis 3 ans : entre 30 000 € et 40 000 € TTC par an pour l'ensemble de nos filières.

En 2018, les filières suivantes ont fait l'objet d'une campagne de référencement payant :

- Destination Pays basque
- Destination Béarn Pyrénées
- Surf
- Neige
- Tourisme d'Affaires
- Patrimoine
- Sites Pays basque UK et ES

Pour 2019, le budget pour les filières concernées par du référencement payant sera établi après validation du plan d'actions 2019, au cours du premier trimestre 2019.

L'AaDT souhaite s'appuyer sur une compétence externe pour l'accompagner pendant 3 ans sur ces questions de référencement naturel et commercial.

Le prestataire retenu sera sous contrat avec l'AaDT pour 3 ans, avec une tranche ferme et 2 tranches conditionnelles.

MISSIONS DU PRESTATAIRE

MISSIONS PRINCIPALES

1. Référencement naturel : conseil et accompagnement

Le candidat établit une proposition méthodologique en s'appuyant sur les éléments suivants.

Le prestataire aura pour mission d'effectuer un suivi trimestriel du site internet de l'AaDT (www.tourisme64.com) à partir de l'outil Google Analytics. A partir de ces résultats, le prestataire préconisera l'ajustement des objectifs planifiés dans le but d'améliorer le trafic du site. Les préconisations feront l'objet d'un rapport écrit. Le prestataire accompagnera la mise en œuvre des préconisations et en évaluera les résultats.

Pour ce faire, un rendez-vous trimestriel sur site sera mis en place avec le personnel concerné de l'AaDT.

En 2018, la formule d'accompagnement comprenait :

2 trimestres avec un focus « technique » sur le relevé des erreurs techniques relevées à partir de Google Search Console (outil Gratuit) ET SEMrush (outil payant).

2 trimestres avec un focus « net-linking » : analyse des liens entrants, analyse de la concurrence en « autorité » sur certains mots-clés, analyse de l'évolution de l'autorité d'autres « destinations » comparables.

Le candidat pourra être amené à fournir une prestation de formation au personnel de l'AaDT : formation d'initiation et/ou de perfectionnement au référencement naturel.

2. Référencement commercial : conseil, accompagnement et gestion des campagnes

Le prestataire fera une proposition portant sur :

- la création ou modification annuelle de campagnes de référencement commercial via « Google Adwords search et display », « Facebook Ads », « Youtube », et d'autres supports éventuels. Il faudra prévoir :

- la préparation des spécifications : à l'aide des décisions prises lors du bilan de l'année précédente (pour les filières dont l'AaDT renouvelle les campagnes) ; à partir des échanges avec le responsable de filière pour des campagnes de filières nouvelles.
- Remise des spécifications des campagnes de chaque filière à l'AaDT 64.
- Adaptation des spécifications en fonction des retours, jusqu'à validation.

- la gestion de ces campagnes prenant en compte l'optimisation de ces campagnes en fonction de la performance générée.

- un bilan écrit annuel de chaque campagne par filière comprenant des préconisations pour l'année suivante. Ce bilan sera présenté à l'AaDT à chaque référent de filière.

Le candidat retenu prévoira donc, deux journées de travail **au siège de l'AaDT à Bayonne**, avec les référents de l'AaDT concernés par chaque filière :

- 1 journée pour définir la mise en œuvre de chaque campagne (en début d'année) ; il remettra dans les jours qui suivent les éléments de spécification des campagnes : mots-clés, groupes d'annonces, périodes, type de campagnes, répartition des budgets.
- 1 journée pour le bilan (en fin d'année) ; il remettra un bilan écrit par filière pour étayer son bilan.

En option : prévoir un bilan intermédiaire pour chaque « filière » restitué via une réunion téléphonique, permettant d'ajuster les campagnes en fonction de la performance.

La mise en œuvre des campagnes sera effectuée par le candidat retenu après validation des préconisations par l'AaDT. Le prestataire assurera un suivi régulier des campagnes sur la période définie pour chaque filière. Si nécessaire, il proposera des ajustements et les mettra en œuvre après validation par l'AaDT.

Le prestataire disposera d'un accès aux statistiques Google Analytics.

MISSIONS ANNEXES : *Les interventions 3 et 4 feront l'objet d'un marché à bon de commandes. A chaque survenance d'un besoin couvert par ces deux cas de figures, l'AaDT sollicitera le prestataire retenu. A cette fin, l'AaDT enverra une demande de devis au prestataire.*

3. Intervention ponctuelle d'analyse sur référencement naturel et/ou payant

Ticket pour une intervention ponctuelle de 2, 4, 6 ou 8 h sur une problématique spécifique de référencement. Cette intervention doit comprendre une analyse et une restitution écrite. Il faut que le prestataire puisse être réactif sur le délai d'intervention.

4. Accompagnement à la refonte du site Internet de l'AaDT

L'AaDT prévoit une refonte complète de son site Internet pendant l'année 2019. Le travail sera réalisé en interne par le développeur web de l'AaDT, le service Ingénierie et le service Communication. Cette refonte nécessite un accompagnement concernant :

- Analyse poussée du référencement naturel du site actuel.
- Optimisation du référencement sur le nouveau site.
- Stratégie des mots-clés.
- Conseils sur l'arborescence du nouveau site.
- Règles balises de contenu.

Le chiffrage sera donné poste par poste selon les besoins cités ci-dessus.

CONTENU DES OFFRES

Le candidat fournira les éléments suivants :

- Une proposition détaillée indiquant : les méthodologies d'accompagnement et techniques proposées, les moyens techniques mis en œuvre, les références dans le domaine du tourisme institutionnel, la présentation des CV de personnes intervenantes, une copie de l'obtention du numéro d'organisme de formation attribué par la DIRECCTE.
- Le bordereau de prix complété.

FORME DU MARCHÉ

Ce marché est passé en procédure adaptée.

Ce marché n'excédera pas les 160 000€ HT sur les 3 ans (cette somme inclut les budgets versés directement à Google, Facebook ou autre pour les campagnes de référencement payant).

CRITERES D'ATTRIBUTION DU MARCHÉ

L'offre économiquement la plus avantageuse sera retenue selon les critères suivants et leurs pondérations :

- **Valeur technique de la proposition (40%).** Ce critère sera jugé sur la note méthodologique et notamment les éléments suivants : les outils de traitement utilisés (5%), la clarté et la qualité de l'argumentaire (15%), la qualité du suivi proposé (15%), les délais de mise en œuvre des campagnes après validation du devis par l'AaDT(5%).
- **Prix (25%).** Ce critère sera jugé sur le bordereau de prix complété.
- **Références du candidat (35%) :**
 - dans des opérations similaires dans le domaine du tourisme institutionnel. Ce critère sera jugé sur les références fournies.
 - niveau de qualification des personnes intervenantes en matière de référencement. Ce critère sera jugé sur le contenu des CV des intervenants.