

# Stage de Marketing



**Sacha TEHAM TEHAM**  
**TC25**  
**Année 2022-2023**

## Table des matières

<i>Engagement de non-plagiat :</i> .....	2
<i>Remerciements :</i> .....	2
<i>Introduction :</i> .....	3
<i>I. Présentation de l'entreprise :</i> .....	4
<i>Histoire :</i> .....	4
<i>II. Analyse des missions</i> .....	6
Analyser les outils marketing et chercher des voies d'amélioration.....	6
Élaborer un plan d'action visant à se déployer au-delà de la plateforme Airbnb.....	11
<i>III. Réflexion et axe d'amélioration</i> .....	14
<i>Conclusion</i> .....	15
<i>Annexes</i> .....	16
Poste de travail .....	16
Graphique Excel : tableau de bord (Le petit Mail) .....	17
Logo des appartements.....	18
Story Instagram.....	19
Avis Wordpress.....	21

# **Engagement de non-plagiat :**

Je soussigné Sacha TEHAM TEHAM, affirme avoir pleinement conscience que le fait de plagier des documents, que ce soit dans leur intégralité ou en partie, publiés sur tout type de support, y compris Internet, constitue à la fois une violation des droits d'auteur et une fraude manifeste. Par conséquent, je m'engage à attribuer correctement toutes les sources que j'ai utilisées pour la rédaction de ce rapport.

Sacha TEHAM TEHAM

# **Remerciements :**

Tout d'abord, je tenais à remercier les différentes personnes qui m'ont permis de réaliser ce stage.

Je tiens à remercier Christian TEHAM TEHAM, Directeur de la société Bapi Bati, de m'avoir donné l'occasion d'acquérir cette expérience au sein de ses bureaux. J'aimerais également remercier Rozenn Gilbert, qui a été ma responsable de stage, de m'avoir accompagnée durant ces deux mois d'apprentissage.

De plus, j'aimerais remercier Monsieur David Rulence, professeur à l'IUT d'Angers, de m'avoir suivi pendant ce stage, de m'avoir rendu visite et de m'avoir conseillé quant à ce rapport. Enfin, je tiens aussi à remercier Elsa Lemoine, professeure à l'IUT d'Angers, de m'avoir accompagné durant mes recherches de stage et d'avoir autorisé cette adaptation quant à mon profil.

# **Introduction :**

Dans le cadre de ma formation en Techniques de commercialisation à l'IUT d'Angers, j'ai eu l'opportunité de réaliser un stage de neuf semaines pour concrétiser les apprentissages théoriques dont j'ai bénéficié durant ces deux dernières années. J'ai donc réalisé mon stage au sein du pôle immobilier de la société Bapi Bati, situé dans le centre-ville d'Angers.

J'ai choisi cette entreprise pour bénéficier d'une expérience professionnelle flexible qui peut donc se corréler avec mon profil de basketteur. L'objectif étant de développer mes compétences marketing dans un contexte concret.

Mon rôle au sein de cette jeune société était d'analyser les outils marketing et de proposer des axes d'amélioration afin d'augmenter le nombre de clients sur les trois appartements qu'elle possède.

J'ai été très bien accueilli dans la structure.

J'avais un bureau à disposition en tant que poste de travail et un ordinateur fixe équipé de logiciels (Word, Excel notamment).

Ma responsable de stage, Rozenn Gilbert, était présente dans les locaux tous les jeudis et vendredis et très joignable les autres jours.

# I. Présentation de l'entreprise :

## *Histoire :*



Bapi Bati est une société par actions simplifiées créée en mars 2021 à Angers par Monsieur Christian TEHAM TEHAM. Elle est dirigée par M. TEHAM TEHAM accompagné de deux collaborateurs, Angelique TEHAM TEHAM, assistante administrative, chargée du design des appartements et de la gestion des demandes de séjours et Rozenn Gilbert, collaboratrice polyvalente (gestionnaire administrative, chargée de communication, comptabilité). Cette société de rénovation et de travaux possède un autre centre d'activité divers qui est l'immobilier avec un total de trois appartements mis en location dans la ville d'Angers. Un premier appartement standing pour une à deux personnes nommé Le Petit Mail qui a vu le jour en décembre 2021 rue du Mail. Suivi du Petit Carmes, appartement standing pour deux à quatre personnes, situé dans la Doutre, qui a été mis en location dès décembre 2022. Enfin, le dernier appartement, Le Numéro 19, loué depuis décembre 2022, qui peut accueillir jusqu'à six personnes en plein cœur d'Angers, rue Valdemaine. La location de ces appartements se fait via Airbnb, la plateforme communautaire payante de location de

logements de particuliers, d'entreprises hôtelières, et d'investisseurs en immobiliers locatifs para-hôteliers fondée en 2008 par les Américains Brian Chesky, Joe Gebbia et Nathan Blecharczyk. Également via le site internet de la société : lepetitmail.com qui présente et répertorie les 3 appartements et qui lui aussi possède sa plateforme de réservation en ligne.

photo 2 : Christian TEHAM TEHAM

## II. Analyse des missions

### *Analyser les outils marketing et chercher des voies d'amélioration*

La société Bapi Bati dispose d'un site internet pour son secteur d'activité immobilier nommé "lepetitmail.com" en référence au premier appartement mis en location par l'entreprise.

Ce site présente les trois appartements disponibles à la location sur courte ou longue durée. Deux d'entre eux sont situés dans le centre-ville d'Angers et le troisième dans le quartier de la Doutre.

Le site a été créé par l'entreprise Gwen&Ben, entreprise angevine spécialisée dans la création de sites internet, ainsi que leur maintenance et référencement.

Wordpress, la plateforme qui permet la gestion du site internet représente un outil marketing très utile pour présenter l'offre à une cible définie mais ouverte également.

Cette première mission regroupe plusieurs objectifs et des enjeux qui, pour être atteints, nécessitent la mise en œuvre de moyens spécifiques à chacun d'entre eux.

Le premier objectif, qui est fondamental aux yeux de tout site web, est d'attirer des visiteurs et de maximiser sa visibilité en ligne. Dans cette optique, il est essentiel d'observer attentivement le référencement du site et d'exploiter toutes les fonctionnalités offertes par WordPress afin d'améliorer le référencement naturel.

Le référencement naturel, également connu sous le nom de SEO (Search Engine Optimization), joue un rôle crucial dans la visibilité d'un site sur les moteurs de recherche tels que Google. Si un site n'est pas correctement référencé, il risque de passer inaperçu parmi la multitude d'autres sites présents sur Internet. Cela entraînerait une visibilité réduite et, par conséquent, une diminution des opportunités de conversion et de performance pour l'entreprise.

L'optimisation du référencement naturel passe par plusieurs étapes clés. Tout d'abord, il est important de sélectionner les mots clés pertinents pour l'entreprise et le secteur d'activité, afin de les intégrer judicieusement dans le contenu du site. WordPress offre des fonctionnalités spécifiques, telles que des plugins SEO, qui facilitent cette tâche en fournissant des recommandations et des outils d'analyse pour améliorer la pertinence des mots clés et des balises métas.

YOAST SEO est le plugin que j'ai pu utiliser sur Wordpress, très pratique, en plus de donner des indications sur Wordpress, il est également possible d'obtenir de nombreux conseils et tutoriels via le site "yoast.com".

En outre, WordPress permet de structurer le contenu de manière conviviale pour les moteurs de recherche. L'utilisation de balises de titre appropriées, de balises de description et de balises d'en-tête peut aider les moteurs de recherche à comprendre et à classer le contenu du site de manière plus efficace.

Un autre aspect crucial pour améliorer le référencement est de créer un site web réactif et rapide. WordPress propose de nombreux thèmes et plugins optimisés pour la vitesse, ce qui permet d'offrir une expérience utilisateur fluide et rapide. Les moteurs de recherche, tels que Google, accordent une grande importance à la vitesse de chargement des pages lors du classement des sites web.

Enfin, la création de liens de qualité vers le site est un facteur déterminant pour améliorer le référencement naturel. WordPress facilite la gestion des liens internes et externes grâce à des fonctionnalités conviviales. Il est également possible d'utiliser des plugins pour suivre et analyser vos liens afin de garantir leur qualité et leur pertinence, avec l'option premium.

The screenshot shows the WordPress dashboard with the sidebar menu open, highlighting the 'Pages' option under the main menu. The main area displays a list of pages with their titles, authors, and edit/delete icons. The pages listed are: Accueil — Page d'accueil, Divi; Cookie policy (EU) — Document juridique, Divi; Home — Page d'accueil, Divi; Le Numéro 19 — Divi; — Contact — Divi; — Informations — Divi; — Living room — Divi; — Rates & Booking — Divi; and — The bathroom — Divi. All pages are authored by 'webadmin'.

Tableau de bord Wordpress affichant les différentes pages du site

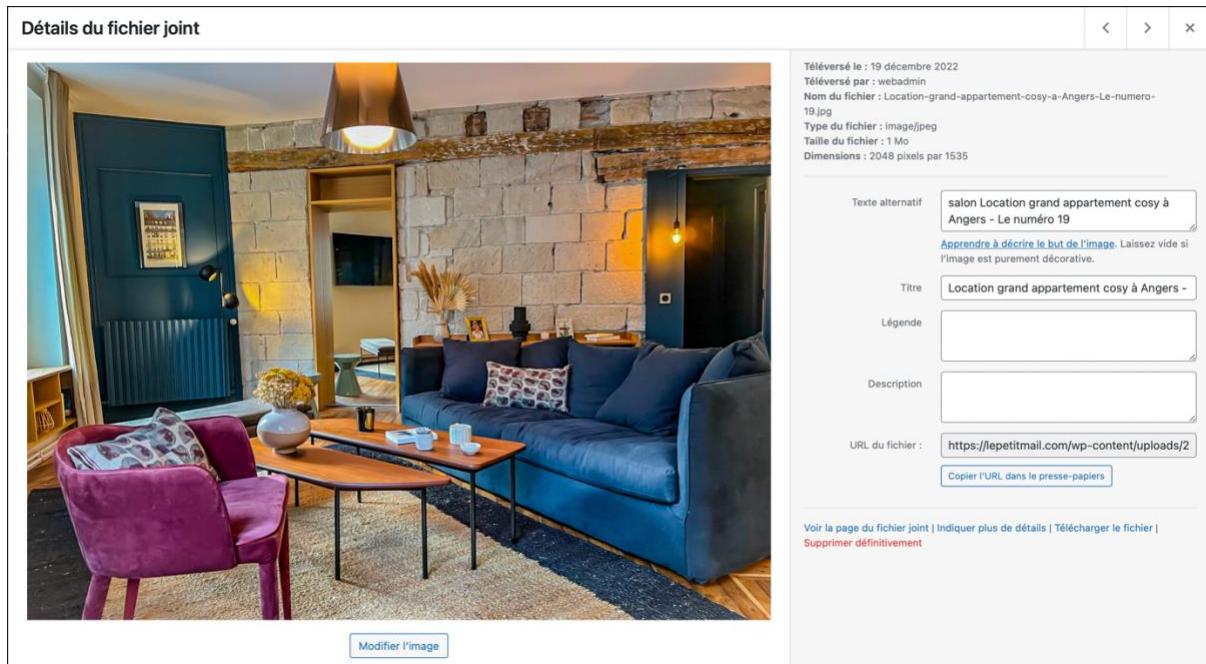
Pour répondre à ce premier objectif et mener à bien cette première mission, il m'a fallu mener plusieurs actions.

Tout d'abord, étant donné que le site a été créé par une agence spécialisée, je n'avais pas de modifications majeures à effectuer. Il m'était quand même possible de mener certaines actions visant à répondre à ma mission. J'ai d'abord pris le temps de naviguer sur le tableau de bord du site via Wordpress, pour apprendre dans un premier temps, et aussi pour proposer quelques améliorations.

Régulièrement, j'ai pu ajouter les avis des clients sur le site, je devais les ajouter en fonction de leur pertinence et de la date à laquelle ils ont été rédigés.

De plus, via la médiathèque sur Wordpress, j'ai pu ajouter des textes alternatifs à chacune des photos du site. En effet, cette action n'avait pas été réalisée par l'agence. Or, elle permet de créer des mots clés liés aux images qui permettront d'améliorer le référencement naturel du site. Par exemple, "Salon Location grand appartement cosy à Angers - Le numéro 19". En ajoutant de ce texte alternatif à une photo du salon d'un des appartements, de potentiels clients cherchant une location sur Angers "tomberont" avec plus de chance sur le site du petit mail.

Enfin, il m'a été attribué la tâche de savoir si le référencement payant pouvait être une amélioration pertinente. Pour rappel, le SEA (Search Engine Advertising) fonctionne en permettant aux annonceurs de créer des campagnes publicitaires sur les moteurs de recherche. Les annonces sont diffusées en fonction des mots clés ciblés et les annonceurs paient uniquement lorsqu'un utilisateur clique sur leur annonce. Cela permet aux annonceurs de générer du trafic qualifié vers leur site web et d'augmenter leur visibilité en ligne. Cependant, les mots clés sont liés à des enchères, c'est-à-dire que plus un mot clé est sollicité par des annonceurs, plus le coût par clic sera élevé. Or, les mots "appartement" ; "Angers" ; "location" ; "centre-ville" ; etc. sont très demandés. Pour en avoir discuté avec le responsable de l'entreprise Gwen&Ben, cela permettrait certes une augmentation considérable de la visibilité du site, mais cela ne serait pas rentable car le coût de la campagne publicitaire sera nettement supérieur à la conversion des prospects attirés sur le site. La proposition du référencement payant a donc été écartée.



### Ajout d'un texte alternatif à une image du site sur Wordpress

L'ajout de liens externes aurait pu être intéressant pour améliorer la visibilité du site et son référencement. C'est un point que j'ai notifié à la direction de l'entreprise, en lui précisant qu'il faudrait travailler sur celui-ci.

Le deuxième objectif a été d'évaluer la performance des logements grâce à des outils digitaux, le calendrier des locations et les retranscriptions sous forme de tableaux Excel afin de déterminer ou non des actions à mettre en place pour améliorer la performance de la société.

L'enjeu était simplement à titre informatif pour l'entreprise, qui souhaitait savoir combien rapporte chacun des appartements, chaque mois, avec quel taux d'occupation. En obtenant une vision claire des revenus générés par chaque appartement chaque mois, l'entreprise peut évaluer la rentabilité individuelle de chaque appartement et identifier les sources de revenus les plus importantes et souligner le (ou les) appartement qui pourrait nécessiter une attention particulière pour améliorer son résultat financier.

Pour cela, j'avais à ma disposition les accès Airbnb qui m'octroyaient une visibilité sur le calendrier des réservations, ainsi que sur les montants reçus. De plus, J'avais accès au fichier Excel qui regroupe en plus des réservations Airbnb, celles faites via le site internet ou en direct.

En regroupant toutes ces données, j'ai créé un tableau de bord qui présente pour chacun des appartements :

- Le taux d'occupation par mois
- Le taux d'occupation moyen depuis sa création
- Les revenus mensuels
- Le revenu moyen mensuel

En analysant les résultats, on observe que le Petit Carmes connaît un démarrage plus compliqué que les autres appartements. Surement dû à son emplacement. Les voyageurs ne connaissant pas le quartier de la Doutre et s'axent peut-être plus vers des recherches ciblant le centre-ville. Des actions peuvent donc être mises en place pour améliorer son référencement sur Airbnb par exemple. C'est pourquoi je me suis chargé de rechercher sur la plateforme comment mettre en avant cet appartement. Étant donné que la qualité de l'hôte est excellente (5 étoiles), que la qualité de l'appartement est très élevée et que bien évidemment son emplacement n'est pas modifiable, Airbnb conseille de proposer des prix plus attractifs afin d'être mieux classé dans le rang des recherches.

Enfin le troisième objectif, bien plus bref, était de mettre en place un questionnaire transmis aux clients afin de savoir comment ils fonctionnent quant à la recherche de location d'appartement sur Angers et récolter des données sur eux (adresse email) afin d'éventuellement les relancer.

Pour cela, j'ai élaboré un bref questionnaire, rapide, qui regroupe les cinq questions suivantes :

1. Dans quel logement avez-vous séjourné ?
2. Comment procédez-vous pour rechercher un logement ?
3. Sur quelle plateforme avez-vous trouvé notre logement ?
4. Avez-vous hésité avec d'autres logements ? Si oui, pourquoi ?
5. Pour quelle raison êtes-vous venu à Angers ?

Avec différentes options pour traiter les réponses.

Ce questionnaire est accessible dans les appartements grâce à un QR Code sur une petite affiche disposée dans chacun d'entre eux et son efficacité s'évalue dans le temps. Ce qui permettra de prendre certaines mesures.

## *Élaborer un plan d'action visant à se déployer au-delà de la plateforme Airbnb*

Cette deuxième mission elle ne possède qu'un seul objectif, celui de savoir comment étendre la visibilité de l'offre au-delà de ce qui lui apporte presque toute sa visibilité, la plateforme Airbnb.

Pour cela, il s'agissait d'abord de mener une réflexion. À savoir qu'avec Airbnb, les appartements fonctionnent déjà bien. Qu'est-ce qui pourrait améliorer encore plus cette performance ? J'ai donc envisagé trois options pour répondre à cette question.

Tout d'abord, l'élaboration et le déploiement du questionnaire dont j'ai parlé précédemment. Effectivement, si on arrive à mieux comprendre le consommateur notamment son fonctionnement avant de devenir client, cela permettrait de savoir sur quels autres canaux il serait intéressant de proposer l'offre.

La deuxième option est d'entrer en contact avec des potentiels clients qui viendraient loger au sein de nos appartements pour le travail. L'entreprise Bapi Bati a eu un contrat avec une entreprise qui, durant un mois, venait travailler deux après-midis par semaine au sein du Petit Carmes. De là m'est venue l'idée de créer une affiche que je pourrai distribuer à diverses entreprises en proposant nos logements si jamais ils étaient amenés à faire venir travailler des employés de l'extérieur sur Angers. J'ai établi une liste d'entreprise puis je m'y suis rendu pour y déposer l'affiche à un responsable. Pour la plupart des entreprises avec lesquelles je suis entré en contact la réponse a été la même. Des remerciements dans un premier temps quant à l'offre et que s'ils étaient amenés à recevoir quelqu'un ils y penseront.

Certes cela ne garantit rien, mais cela fait toujours parler des logements et leurs qualités auprès d'une cible plus large.

Enfin, la troisième option a été de travailler sur les réseaux sociaux en communiquant à l'aide de story sur Instagram afin d'être actif auprès des abonnés et activer le réseautage qui peut inciter des prospects à devenir clients.

Concernant les voies d'amélioration, voici ce qui aurait pu être mieux fait :

En premier lieu, le questionnaire aurait pu être mis en place plus rapidement de ma part ce qui aurait permis dès maintenant d'avoir quelques résultats à analyser.

De plus, avec du recul je me suis rendu compte que je n'avais pas du tout analyser la concurrence locale. C'est-à-dire les autres appartements similaires en termes d'offre sur Angers. L'analyse de leur fonctionnement et de leur offre aurait pu aider la société Bapi Bati dans la prise de décisions ou dans la mise en place de nouvelles actions pour améliorer la performance globale de la société.

D'autres missions complémentaires m'ont été confiées.

En commençant mon stage, j'ai travaillé sur l'élaboration de fiches pratiques. Ces fiches, déposées dans chacun des appartements, aident les locataires quant au fonctionnement du lieu : comment fonctionne la cuisine, la salle de bain, la climatisation. Comment se connecter au Wi-Fi ou aux enceintes etc.

J'ai également travaillé sur un guide, qui donne aux clients de nombreuses recommandations sur la ville d'Angers (restaurants, musées, parcs etc.)

Ainsi que d'autres petites actions comme aller chercher des commandes chez l'imprimeur ou indiquer à certains clients comment se rendre au garage de l'appartement.

### III. Réflexion et axe d'amélioration

D'un point de vue général, l'entreprise Bapi Bati semble répondre à ses objectifs sur son secteur immobilier.

Ses trois appartements attirent et performent plutôt bien malgré un départ compliqué pour l'un d'entre eux.

En guise d'axe d'amélioration la société Bapi Bati s'est lancée dans un nouveau projet appeler "La Maison des Étudiants". Ce projet est de construire une grande maison pour que 6 étudiants puissent y vivre en colocation. Non seulement ce projet permet d'ajouter un autre bien à l'activité immobilière de l'entreprise, mais il permet aussi de diversifier son offre à une cible totalement différente que celle des trois autres biens. De plus, ce serait une location à l'année scolaire ce qui garantit un taux d'occupation élevé des lieux.



# Conclusion

Dans un premier temps je pense que ce stage m'a beaucoup aidé à mettre en œuvre, d'un point de vue pratique, les diverses notions marketing que j'ai pu apprendre à l'IUT durant ces deux dernières années. Il y a un pas assez conséquent entre ce que l'on apprend et ce que l'on mémorise avec ce que l'on doit appliquer dans un contexte professionnel où l'erreur peut avoir un impact direct sur l'entreprise.

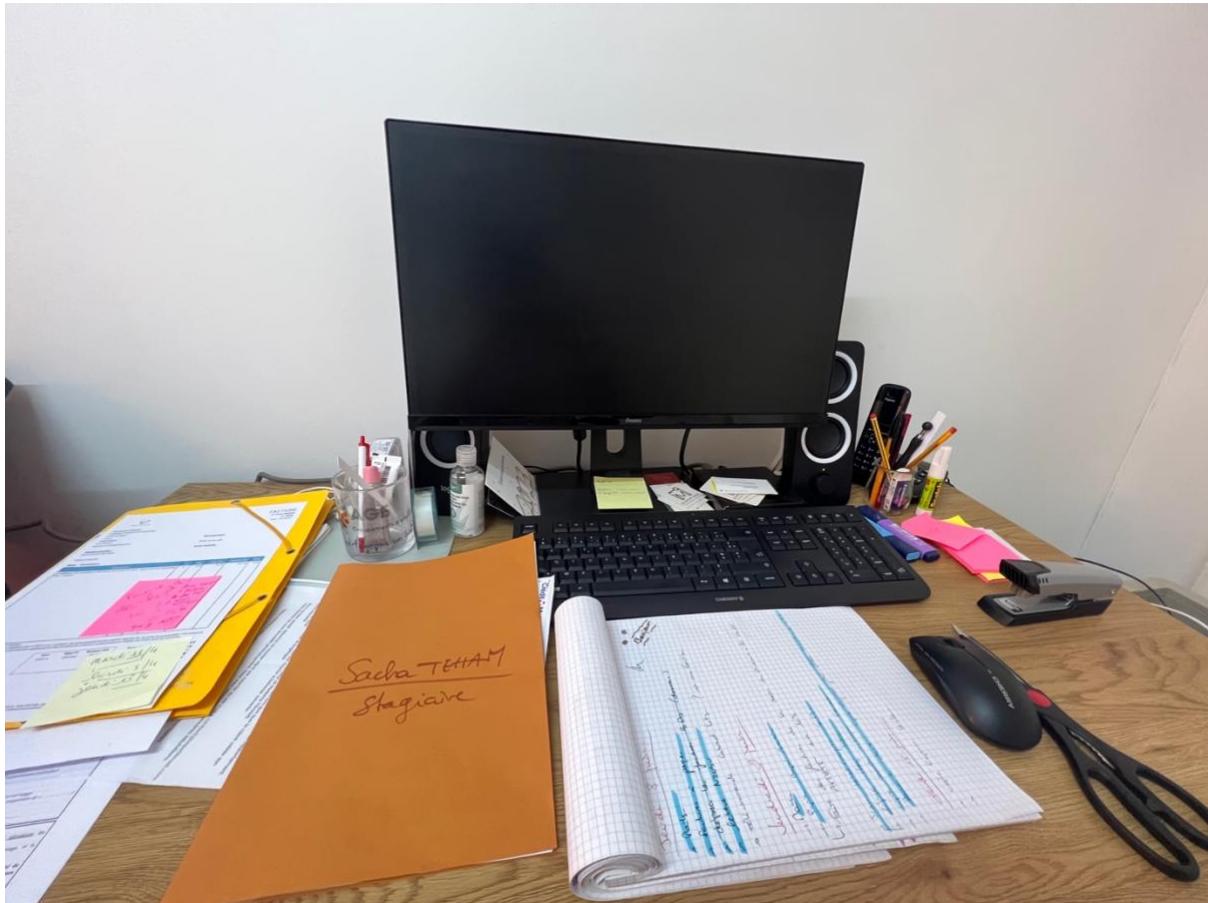
Il m'a aussi permis de m'insérer une fois de plus dans le monde professionnel, et ce, bien différemment que lors de mon stage précédent en tant que vendeur pour Leroy Merlin.

Effectivement, lors de mon premier stage j'étais vendeur et l'activité est bien différente qu'en tant que marketeur dans un secteur immobilier. En faisant le parallèle entre le marketing et la vente, deux ressources que j'apprécie J'ai pu me confirmer le fait que j'apprécie plus l'aspect marketing que l'aspect vente. En effet, travailler en amont sur le consommateur, sur la performance d'un produit et sa mise en avant m'a bien plus plu que de seulement convaincre quelqu'un à acheter un produit. Bien que ce soit deux secteurs d'activité totalement différent.

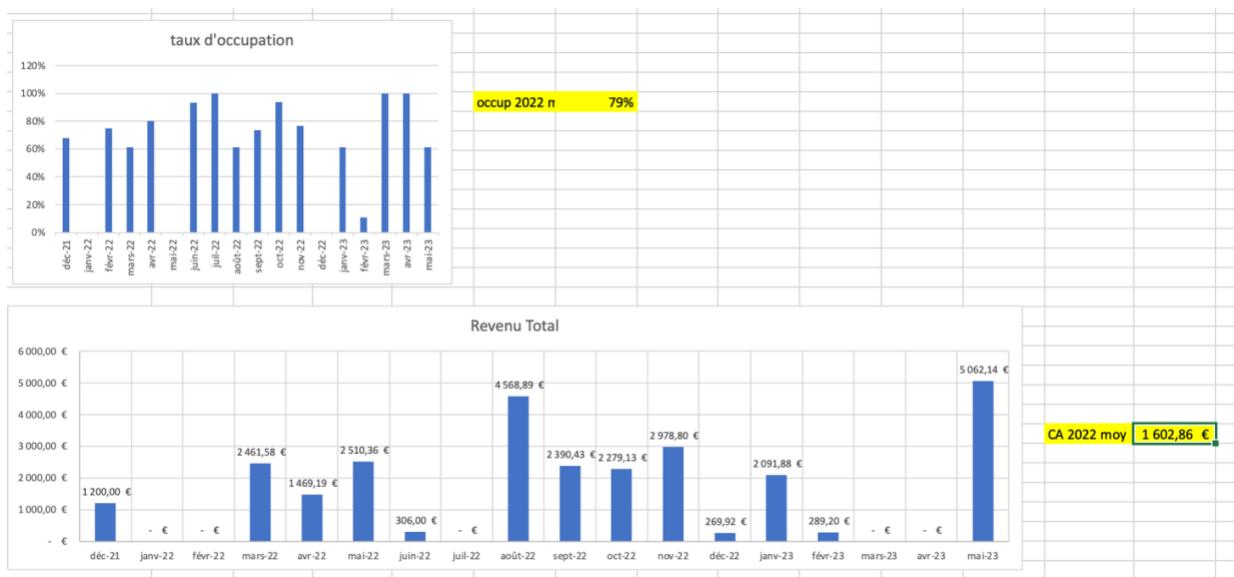
Ces deux mois de stage m'ont également aidé concernant la construction de mon projet personnel et professionnel. En premier plan ce dernier reste le même : mener une carrière de basketteur professionnel. Si j'y parviens, je pourrai suivre en parallèle des formations sur le marketing digital pour préparer l'après carrière sachant qu'être basketteur professionnel, cela peut durer jusqu'à 35/40 ans, mais cela ne dure pas jusqu'à 64 ans.

# Annexes

## Poste de travail



## Graphique Excel : tableau de bord (Le petit Mail)



Logo des appartements



**LE PETIT CARMES**  
APPARTEMENT

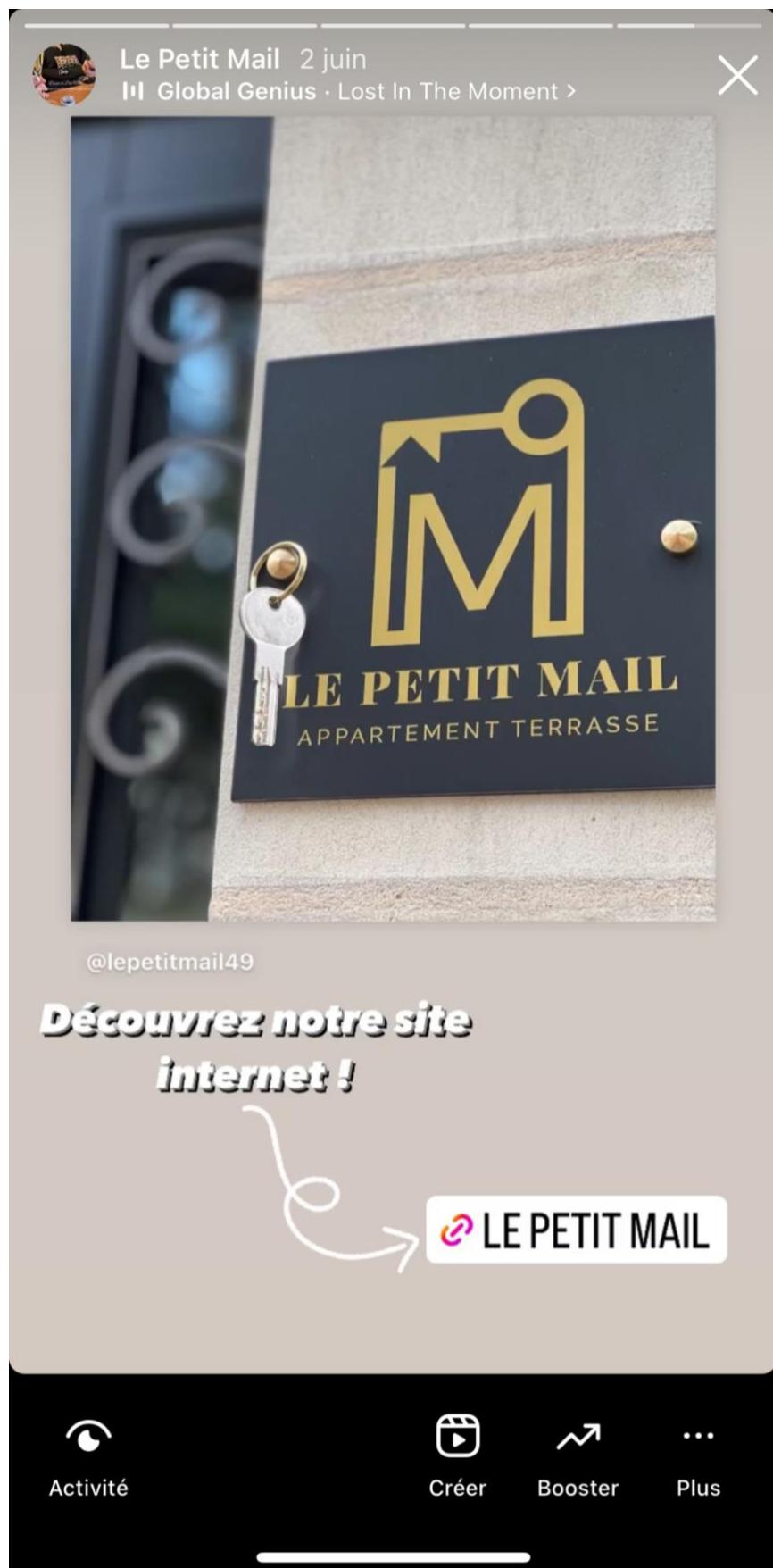


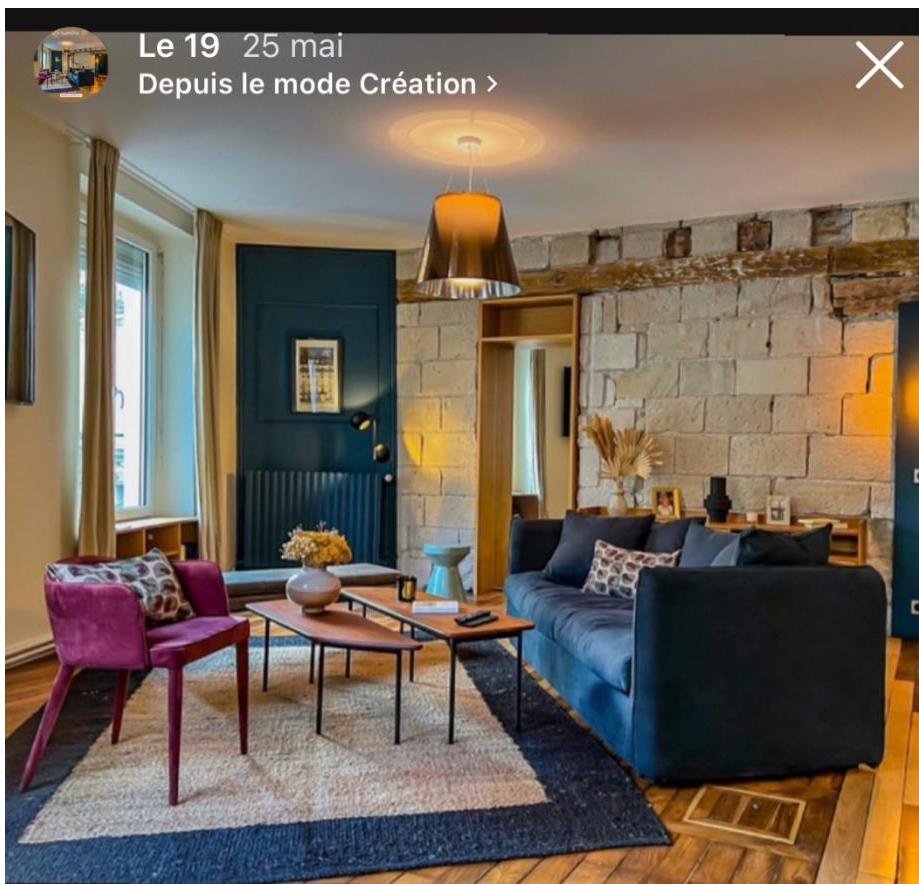
**LE PETIT MAIL**  
APPARTEMENT TERRASSE

**LE  
NUMÉRO  
19**

APPARTEMENT STANDING

## Story Instagram





# LE NUMÉRO **19**

juin 2023

juin 2023						
	1	2	3	4		
190 €	190 €	190 €	190 €	210 €	210 €	190 €
5	6	7	8	9	10	11
190 €	190 €	190 €	190 €	210 €	210 €	190 €
12	13	14	15	16	17	18
190 €	190 €	190 €	190 €	210 €	210 €	190 €
19	20	21	22	23	24	25
190 €	190 €	190 €	190 €	210 €	210 €	190 €
26	27	28	[Redacted]			
190 €	190 €	190 €	[Redacted]			

Si vous recherchez un logement  
sur Angers hyper centre pour  
6 personnes,  
en famille  
ou entre amis :

 JE RÉSERVE ICI



Activité



Créer



Booster



Plus

# Avis Wordpress

The screenshot shows a WordPress dashboard with a testimonial and a slide editor.

**Testimonial Content:**

*Location d'appartement-terrasse, niché au cœur du centre ville d'Angers*

Nous avons vraiment apprécié notre séjour dans cet endroit. Les hôtes étaient toujours disponibles. L'endroit est entièrement équipé, propre, joliment décoré et confortable. Vraiment une belle trouvaille.  
Daniel - Décembre & Janvier 2023

**Slide Editor:**

**Diapo Paramètres**  
Préréglé: Défaut

**Contenu** (selected), **Style**, **Avancé**

Options de recherche **+ Filtrer**

	Nouvelle diapo	⋮
1	Nouvelle diapo	⋮
2	Nouvelle diapo	⋮
3	Nouvelle diapo	⋮
4	Nouvelle diapo	⋮
5	Nouvelle diapo	⋮
6	Nouvelle diapo	⋮
7	Nouvelle diapo	⋮
8	Nouvelle diapo	⋮
9	Nouvelle diapo	⋮
10	Nouvelle diapo	⋮

**Buttons at the bottom:**

Red button: X  
Purple button: ⏪  
Blue button: ⏵  
Green button: ⏹