



REPUBLIQUE ALGERIENNE DEMOCRATIQUE ET POPULAIRE
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
MINISTRE DE L'ENSEIGNEMENT SUPERIEUR ET DE LA RECHERCHE SCIENTIFIQUE
المدرسة الوطنية العليا للفلاحة
Ecole Nationale Supérieure Agronomique

Département : Economie rurale

Spécialité : Management des entreprises agroalimentaires

القسم: الاقتصاد الريفي

التخصص : تسيير المؤسسات الزراعية الغذائية

Mémoire De Fin D'études

Pour L'obtention Du Diplôme De Master en Agronomie

THEME

**Analyse de l'efficacité de l'inbound marketing dans le secteur
agroalimentaire : Cas de Cevital**

Présenté par : AMRANE Fella

Soutenu le 30/10/2023

Devant le jury composé de :

Présidente : Mme. AKLI Samia

Promotrice : Mme. NECHAR Manel

Examineur : Mr. AMELLAL Rachid

Examineur : Mr. HITOCHE Salim

MCA, ENSA d'Alger

MCA, ENSA d'Alger

MAA, ENSA d'Alger

MCB, ENSA d'Alger

Promotion : 2018-2023

Table des matières

<i>Remerciements</i>	3
<i>Dédicace</i>	4
Liste des figures.....	7
Liste des tableaux.....	7
Résumé.....	9
Abstract	9
Introduction générale	a
Problématique et Questions de Recherche	c
1. Problématique	c
2. Question principale.....	d
3. Questions secondaires.....	d
Hypothèses	d
Objectifs de l'étude.....	d
Chapitre I. Inbound marketing : Définition et évolution des concepts	6
Introduction	7
I.1. Les fondements de l'inbound marketing	7
I.1.2. Les composantes de l'inbound marketing	11
I.1.3. Les principes de l'inbound marketing	18
I.1.4. Les tendances actuelles de l'inbound marketing.....	20
Conclusion.....	22
Chapitre II. Les outils d'aide à la mise en place de la stratégie d'inbound marketing	23
Introduction	24
II.1. Les outils de veille pour suivre les tendances et les conversations autour de la marque	24
II.1.1. Essence de la veille : fondement de la stratégie.....	25
II.1.2. Veille concurrentielle : Scruter les mouvements de l'environnement commercial	25
II.2. Les outils d'analyse pour mesurer la performance de la stratégie d'inbound marketing (KPI & ROI)	27
II.2.1. KPI marketing	27
II.2.2. Mesurer l'essentiel : Les KPIs les plus important	28
II.2.3. Décryptage des KPIs pour une stratégie de contenu efficace	31
II.2.4. Analyse du retour sur investissement (ROI) dans l'inbound Marketing.....	32
II.2.5. Qu'est-ce que le retour sur investissement (ROI) ?.....	32
II.2.6. Utilité du retour sur investissement (ROI)	33
II.2.7. Calcul du retour sur investissement (ROI) en profondeur.....	34
Conclusion.....	35
Chapitre III. Présentation de l'entreprise Cevital, diagnostic et étude qualitative	36
Introduction	37
III.1. Diagnostic interne et externe de l'entreprise.....	38

III.1.1. Généralité sur l'entreprise	38
III.1.2. Présentation du département marketing	43
III.1.3. Analyse SWOT de l'entreprise agroalimentaire Cevital (Algérie).....	46
III.1.4. Analyse PESTEL de l'entreprise agroalimentaire Cevital	49
III.2. Etude qualitative de la stratégie inbound marketing mise en place.....	52
III.2.1. Guide d'entretien : Exploration de la stratégie d'inbound marketing de Cevital	52
Introduction	52
III.2.2. Approche Méthodologique.....	52
III.2.3. Introduction aux Participants	54
III.2.4. Synthèse des réponses.....	54
III.2.5. Commentaire général sur les réponses à l'entretien	57
Chapitre IV. Analyse des interfaces numériques de l'entreprise Cevital.....	59
Introduction	60
IV.1.1. Analyse des insights du site web.....	60
1. Visiteur par pays	60
Analyse des données	61
2. Analyse des performances du site web de Cevital	63
Analyse des Données	62
4. Source de trafic	63
Analyse des données	63
5. Métrique sur le moteur de recherche google	68
IV.1.2. Analyse des insights des réseaux sociaux.....	69
1. Analyse des followers	70
2. Analyse des interactions	82
3. Analyse de la couverture	85
Conclusion générale.....	90
Annexes.....	94
Annexe A : Organigramme du service marketing	95
Annexe B : Script des guides d'entretiens	96
Bibliographie	97

يتناول هذا البحث تطبيق التسويق الوارد في صناعة الأغذية والزراعة، مع التركيز على حالة مجموعة سيفيتال. المشكلة المركزية تتناول كيف يمكن لمجموعة سيفيتال تحسين استراتيجيتها في التسويق الوارد لزيادة رؤية الشركة وتحويل الزوار إلى عمال مؤهلين. تتعامل الأسئلة الرئيسية مع إنشاء المحتوى الفعال، وتحسين محركات البحث (SEO)، وتجربة مستخدمي الموقع الإلكتروني، واستخدام منشئي المحتوى على وسائل التواصل الاجتماعي. تسلط النتائج الضوء على أهمية المحتوى عالي الجودة، وتحسين محركات البحث (SEO)، وتحسين تجربة مستخدمي الموقع الإلكتروني، والتعاون مع منشئي المحتوى لجذب جمهور مؤهل. يقدم هذا البحث توصيات للشركات التي تسعى إلى تنفيذ استراتيجية فعالة للتسويق الوارد.

كلمات مفتاحية: التسويق الوارد، استراتيجية رقمية، صناعة الأغذية والزراعة، مجموعة سيفيتال

Résumé

Ce mémoire explore l'application de l'inbound marketing dans l'industrie agroalimentaire, en se concentrant sur le cas de Cevital Group. La problématique centrale examine comment Cevital peut améliorer sa stratégie d'inbound marketing pour augmenter la visibilité de l'entreprise et convertir les visiteurs en prospects qualifiés. Les questions clés traitent de la création de contenu efficace, de l'optimisation SEO, et de l'utilisation de créateurs de contenu sur les réseaux sociaux. Les résultats soulignent l'importance du contenu de qualité, de l'optimisation SEO, de l'amélioration de l'expérience client et de la collaboration avec des créateurs de contenu pour attirer un public qualifié. Ce mémoire propose des recommandations pour les entreprises cherchant à mettre en place une stratégie d'inbound marketing efficace.

Mots-Clés: Inbound Marketing, Stratégie Digitale, Industrie Agroalimentaire, Cevital Group

Abstract

This thesis delves into the application of inbound marketing in the agro-food industry, focusing on the case of Cevital Group. The central problem investigates how Cevital can enhance its inbound marketing strategy to increase company visibility and convert visitors into qualified leads. Key questions address effective content creation, SEO optimization, website user experience, and the use of content creators on social media. Findings emphasize the importance of quality content, SEO optimization, improving the website user experience, and collaborating with content creators to attract a qualified audience. This thesis offers recommendations for companies seeking to implement an effective inbound marketing strategy.

Keywords: Inbound Marketing, Digital Strategy, Agri-food Industry, Cevital Group