#UNIVERSITÉSENGHOR

université internationale de langue française au service du développement africain

Marketing social et environnement

PLAN MARKETING D'IRIBA CLEAN WATER DELIVERY LTD

Présenté par :

KIRIOUA Alla Jacques

MANIKWE Monique Laure

NDO Martine

OMON SOUANGBI Yves Davy

Enseignant:

Richard LECLERC

Equipe SUN COM





Yves OMON
Coordonnateur



Martine NDO
Administration et finances



Jacques KIRIOUA Chargé de R&D



Laure MANIKWE
Relations extérieures

PLAN DE LA PRESENTATION

NOTRE MANDAT

STRATEGIE MARKETING

STRATEGIE MEDIA





NOTRE MANDAT

Réaliser un plan marketing pour IRIBA CLEAN WATER DELIVERY LTD afin d'accroître sa visibilité auprès de la population du District de Kayonza à l'Est du Rwanda.





STRATEGIE MARKETING

- Analyse FFOM
- Objectifs de la campagne
- Public cible
- Positionnement
- Axe de communication
- Slogan





Analyse Forces, faiblesses, opportunités et menaces d'IRIBA

FORCES

- Entretien et gestion efficace des réseaux d'eau existant

Disponibilité d'un dispositif de purification d'eau ultra-violet

- Distribution d'eau à moindre coût
- Création d'emploi pour les jeunes

OPPORTUNITES

- Disponibilité du marché
- Son initiative s'inscrit dans les objectifs du gouvernement rwandais de fournir de l'eau à l'horizon 2019
- Elargissement du réseau de distribution aux pays voisins
- Disponibilité de la main d'œuvre

FAIBLESSES

- Moyens matériels, financiers et humains limités
- Moyen de livraison de l'eau peu développé
- Le service d'accès à l'eau n'est pas assurée en permanence dans les ménages
- Risque d'indisponibilité des vélos loués pour le transport de l'eau

MENACES

- Relief accidenté (difficultés d'accès à certaines zones)
- Profondeur des nappes phréatiques
- Concurrence du marché (2 entreprises locales concurrentes)
- Concurrences avec les multinationales de vente d'eau en bouteilles
- Sécheresse dans la région



Objectifs de la campagne

Qualitatifs:

- Présenter les services d'IRIBA CLEAN WATER DELIVERY LTD en insistant sur le caractère accessible et le coût abordable pour toutes les couches sociales
- Informer les populations sur les avantages d'être abonné à IRIBA CLEAN WATER DELIVERY LTD sur le plan sanitaire
- Démontrer qu'IRIBA CLEAN WATER DELIVERY LTD est une solution au développement locale car elle permet d'allouer le temps consacré aux corvées d'eau, à des AGR et l'alphabétisation

Quantitatifs:

- Encourager 50 000 chefs de familles à s'abonner à l'initiative d'IRIBA CLEAN WATER DELIVERY LTD d'ici 2018
- Créer des emplois pour 200 jeunes à l'horizon 2021
- Permettre à IRIBA CLEAN WATER DELIVERY LTD de faire un bénéfice annuel de 56 000 000 RWF à l'horizon 2021.

Public cible

Les chefs de familles de 25 à 44 ans des localités du District de Kayonza qui n'ont pas facilement accès à l'eau potable.

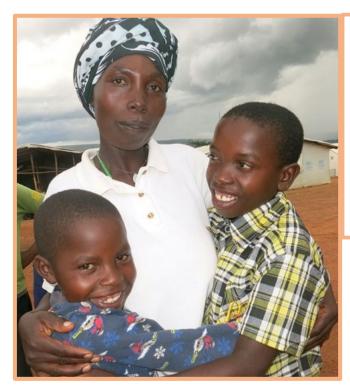
Caractéristiques du public cible :

- **❖**Hommes
- Femmes
 - Mères célibataires
 - Veuves





Persona



Adana est une mère célibataire de 32 ans avec 2 enfants à sa charge (l'un de 3 ans et l'autre de 5 ans). C'est la jeune mère qui est chargée de la corvée d'eau accompagnée de ses enfants.

Badrou est un père de famille de 40 ans. Il possède une famille composée d'une femme et 5 enfants. La corvée d'eau est à la charge de la femme et des enfants.







Positionnement

IRIBA CLEAN WATER DELIVERY LTD permet aux familles d'avoir un avenir radieux loin des maladies hydriques, des corvées d'eau et des échecs scolaires.

Axe de communication

Pour l'eau potable à domicile, je m'abonne à IRIBA CLEAN WATER DELIVERY LTD.





Slogan

L'eau c'est la vie, mon eau c'est IRIBA!





STRATEGIE MEDIA

No water, no life

	ACTIVITES	OBJECTIFS	QUANTITE	CIBLE	DUREE	COUT TOTAL
	Crieur public dans	Sensibiliser sur la	2 fois/semaine	Les chefs de	2 mois	40\$
	les rues du village	disponibilité de		famille de 25 à		
	entre 5h et 6h du	l'eau potable		44 ans		
	matin,	d'IRIBA CLEAN				
	principalement les	WATER DELIVERY				
	jours de marché	LTD dans le village				
	Sketch et	Présenter les	1 animation lors	Les femmes de	1 jour	100\$
	animation	méfaits de	de la journée	25 à 44 ans		
	publique au	l'utilisation de l'eau	mondiale de			
	marché	non potable	l'eau			
	Communication	Promouvoir les	10 associations	Association:	2 mois	120\$
	avec les	produits d'IRIBA		- hommes		
	associations	CLEAN WATER		- femmes		
Cle	communautaires	DELIVERY LTD				
	IIII.					

STRATEGIE MEDIA

ACTIVITES	OBJECTIFS	QUANTITE	CIBLE	DUREE	COUT TOTAL
Achat camion pour livraisons d'eau et activités publicitaires	Distribuer et promouvoir les produits d'IRIBA C. W. DELIVERY LTD	1 camion	famille de 25 à 44	A échelonner sur 1 an	3000\$
Affiches à l'entrée des écoles, hôpitaux, marchés et gares routières	Présenter les méfaits de l'utilisation de l'eau non potable et les bienfaits des produits d'IRIBA C. W. DELIVERY LTD	350 affiches format A3 et 100 prospectus format A5	Les chefs de famille de 25 à 44	2 mois	1000\$
Améliorer les informations du site internet	Accroître la notoriété nationale et internationale	1 site	Elites deKayonza,DiasporaBailleurs defonds	Continue	200\$

STRATEGIE MEDIA

ACTIVITES	OBJECTIFS	QUANTITE	CIBLE	DUREE	COUT TOTAL
Spot à la radio	Présenter les	1	Les chefs de	2 mois	1200\$
communautaire	produits d'IRIBA	fois/semain	famille		
	CLEAN WATER	e			
	DELIVERY LTD en				
	langue locale				
				TOTAL	5 660 \$





Exemple de camion de distribution et publicitaire d'IRIBA



Exemple de camion de distribution et publicitaire d'IRIBA



Exemple d'affiche pour IRIBA CLEAN WATER DELIVERY LDT



Spot à la radio communautaire

Titre: Présentation des services d'IRIBA CLEAN WATER DELIVERY LTD

Résumé:

La scène se déroule dans la localité de Kayonza, où il y a un problème criard d'accès à l'eau potable.

Il s'agit d'une conversation entre Badrou et sa voisine Adana. Cette dernière présente IRIBA CLEAN WATER DELIVERY LTD comme la solution miracle à ses problèmes ce qui incite Badrou à décider de s'abonner à IRIBA.





☐ Budget et échéancier

- La campagne se tiendra sur 2 mois, d'Avril à Septembre 2017.

- Le budget est estimé à 5 660 \$.





MERCI POUR VOTRE AIMABLE ATTENTION





Votre note

Excellent travail! Très bien présenté, très « fluide »... exercice très bien compris!

 Stratégie de marketing 	
 Intro et tableau FFOM 	10,0/10
 Objectifs de communication 	03,0/03
Groupe(s) cible(s)	15,0/15
 Objectifs de marketing 	03,0/03
 Positionnement et axe de com 	04,0/04
 Stratégie média 	15,0/15
 Stratégie création 	41,0/45
 Budget et échéancier 	04,0/05
 Fautes et qualité du français 	- 2
• Total	93/100