



Confédération des
Institutions Financières
Afrique de l'Ouest

TERMES DE REFERENCES RECRUTEMENT D'UN PRESTATAIRE EN WEBMARKETING

© Mai 2024

I. A PROPOS DE LA CIF

La Confédération des Institutions Financières d'Afrique de l'Ouest (CIF) est un regroupement de six (6) réseaux de coopératives d'épargne et de crédit : FECECAM-BENIN du Bénin, FCPB du Burkina Faso, KAFO JIGINEW et NYESIGISO du Mali, UM-PAMECAS du Sénégal et FUCEC-TOGO du Togo. Elle est agréée le 17 décembre 2007 sous le numéro n° A-13070367.

Le Réseau CIF est positionné auprès des agents économiques non bancarisés, notamment les petits producteurs, les femmes et les jeunes. 57% des points de services sont en milieu rural et offrent des produits spécifiques d'épargne rurale et de financement des filières agricoles.

La CIF est un acteur clé du secteur de la finance inclusive, avec des entités affiliées qui offrent des produits et services à plus de 5 millions de personnes en Afrique de l'Ouest.

A l'horizon 2025, la CIF ambitionne de devenir l'acteur de référence de l'inclusion financière et de l'innovation en Afrique, centré sur le financement de l'économie solidaire et l'expérience client, et qui s'ajuste aux mutations technologiques.

II. CONTEXTE

Conformément à l'orientation 4 intitulé « renforcement de la marque employeur et développement humain », la Direction Générale de la CIF, s'est doté d'une stratégie de communication globale 2021-2025 assortie d'un plan d'actions pluriannuels. La communication digitale constitue l'épine dorsale de cette stratégie de communication. La Direction Générale de la CIF, compte donc développer et mettre en œuvre, une campagne de visibilité et de notoriété spontanée de son institution.

Aussi, dans un monde de plus en plus connecté, il est impératif pour la CIF de se positionner stratégiquement sur les plateformes digitales pour établir des relations professionnelles, promouvoir des initiatives, et attirer l'attention sur les services financiers inclusifs que le réseau CIF offre.

Face à ce contexte, la CIF se doit de clarifier sa marque digitale et son positionnement sur les médias sociaux pour pérenniser sa croissance.

C'est donc dans le souci de répondre à cet enjeu stratégique que la Direction Générale de la CIF initie la présente consultation. Les présents TDRs portent sur le recrutement d'un prestataire pour accompagner la CIF dans l'élaboration et la mise en œuvre de sa stratégie de marketing digital.

La présente consultation se compose de trois grandes parties et a pour mission de recruter sur la base de propositions techniques et financières.

III. OBJECTIF DE LA MISSION

A- Diagnostic et élaboration de la stratégie branding digital de la CIF

- Auditer la présence actuelle de la CIF sur les réseaux sociaux ;
- Analyser l'audience digitale actuelle et proposer une segmentation de sa cible ;
- Définir une stratégie de marketing digital de la CIF prenant en compte les campagnes de communication digitale interne et externe 2024 et 2025 ;
- Elaborer une charte de conception graphique et rédactionnelle digitale de la CIF ;
- Développer des protocoles de gestion de crise digitale.

B- Transfert de compétences

Former deux ressources de la CIF en :

- Création de contenus (visuels, vidéos) à publier sur les réseaux sociaux ;
- Gestion de pages sociales (publication de contenus, rédaction web, interaction avec la communauté et autres).

C- Assistance-conseil et suivi

- Restructurer les pages sociales de la CIF et optimiser son référencement SEO ;
- Faire connaître les valeurs fondamentales de la CIF ;
- Améliorer la visibilité de la CIF dans son réseau ;
- Renforcer l'image positive de la CIF ;
- Mettre en place des outils d'analyse de performance de la présence digitale de la CIF ;
- Faire l'audit e-réputation, le conseil et la veille digitale ;

IV. LES LIVRABLES ATTENDUS

Il est attendu les livrables ci-après :

- **Livrable 1** : Un rapport d'audit de la présence digitale de la CIF sur les réseaux sociaux ;
- **Livrable 2** : Une stratégie de marketing digital de la CIF assortie de plans d'actions 2024, 2025 ;

- **Livrable 3** : une charte de conception graphique et rédactionnelle digitale
- **Livrable 4** : un protocole de gestion de crise digitale ;
- **Livrable 5** : un rapport de transfert de compétences en création de contenus et gestion de pages sociales de deux ressources de la CIF ;
- **Livrable 6** : un rapport mensuel d'assistance-conseil et suivi.

V. DUREE DE LA MISSION

La prestation du consultant sera réalisée sur un budget de 20 hommes/jours étalés sur **5 mois (1^{er} juillet au 31 décembre 2024)** et détaillé comme suit :

- 10 hommes/jours pour le diagnostic et élaboration de la stratégie branding digital ;
- 02 hommes/jours pour le transfert de compétences ;
- 08 hommes/jours pour l'assistance-conseil et le suivi soit 02 hommes/jours par mois.

VI. PROFIL DU PRESTATAIRE

Le prestataire devra :

- Avoir déjà élaboré au moins trois stratégies marketing digital (les références des travaux similaires faisant foi) ;
- Avoir une expérience d'au moins 5 ans en webmarketing ;
- Avoir des aptitudes à faire le transfert de compétences en création de contenus (infographie) et webmarketing ;
- Avoir assumé la fonction de community management pour au moins deux institutions.

VII. DOSSIERS DE SOUMISSION

La soumission doit contenir deux fichiers distincts :

- une offre technique qui présente le soumissionnaire ainsi que la méthodologie et un chronogramme de réalisation de la mission, la preuve des expériences dont il se prévaut pour la réalisation de la présente mission et la preuve des compétences requises ;
- une offre financière la plus détaillée possible pour faciliter les appréciations de la commission de sélection. Elle doit être faite en FCFA et en TTC.

VIII. SELECTION DU PRESTATAIRE

Peut soumissionner, tout prestataire possédant le profil et les qualifications requises énumérées au point VI.

Le marché sera attribué au prestataire suivant les conditions de passation des marchés de la CIF. Sur la base des dossiers fournis, la Direction Générale de la CIF procédera sous sa propre responsabilité et sans obligation de la présence des soumissionnaires ou leurs représentants, à une classification des candidatures en attribuant une note selon les modalités ci-après :

Rubrique	Note
Offre technique	70 points
Offre financière	30 points
Total	100 points

Seuls les prestataires ayant obtenu au moins 70 points à l'issue de l'évaluation technique, verront leurs offres financières évaluées.

NB : La CIF se réserve le droit de ne pas donner suite au présent appel d'offre sans obligation de s'en justifier auprès des soumissionnaires éventuels.

IX. DEPOT DES DOSSIERS DE SOUMISSION

Les candidats sont invités à postuler en envoyant leurs offres par email à : offres@cif-ao.org avec en objet « **Recrutement d'un prestataire en webmarketing** ».

La date limite pour la réception des offres est le **dimanche 02 juin 2024 à 00 h GMT** (la date d'envoi de l'e-mail faisant foi).

Ouagadougou, le 23 mai 2024

Le Directeur Général



Mathieu SOGLONOU

