AGADIR / JANVIER 2027

Direction de lancement

Stratégie, identité visuelle et acquisition de demandes de devis qualifiées.

Dossier de validation · 25 novembre 2026



Les décisions de direction

1er janvier 2027

Lancement prévu de la communication de Genius, société déjà existante, avec priorité à Agadir.

Conserver

Logo officiel, couleurs magenta et violet, six prestations individuelles.

Cadrer

Choisir le premier public à tester, le canal de départ et les moyens disponibles.

Nommer

Confirmer le responsable commercial, les coordonnées de réception et les droits sur les médias.

Questionnaire du 17 novembre, décisions du 24 novembre et protocole GO ON TRACK transmis sous forme écrite.

Les corrections du parcours de contact

Trois pages ont répondu en HTTP 200

Les pages accessibles ont permis de revoir les contenus et plusieurs destinations de navigation.

Un lien localhost et des contenus provisoires

Une destination locale interrompt le parcours public. Retirer les textes de remplissage et les références non établies.

D'autres lectures ont renvoyé HTTP 429

L'hébergement a limité les requêtes. Les pages concernées, la réception des formulaires et la performance réelle restent à vérifier.

Priorité opérationnelle

Valider les destinations commerciales, relire chaque page service, puis tester la réception d'une demande avec autorisation.

Deux publics à tester à Agadir

Projet individuel

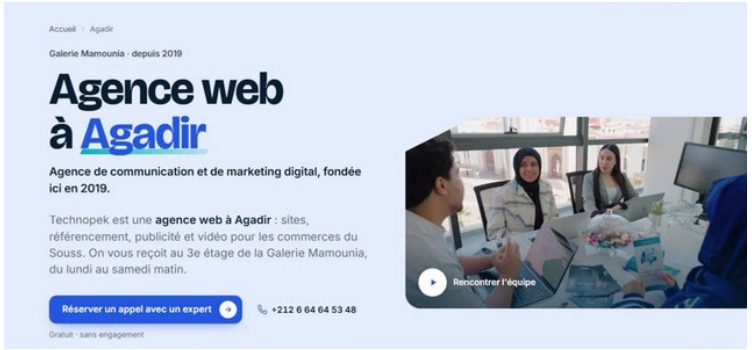
Le questionnaire indique B2C. Une personne décide pour son propre projet et cherche à comprendre le périmètre d'une prestation.

Structure locale

Le site public parle aux entreprises. Un responsable doit expliquer le besoin, coordonner des intervenants et justifier le devis.

Poser les mêmes questions de qualification, proposer « autre / à préciser » et comparer les rendez-vous tenus ainsi que les devis réellement chiffrables.

Agadir rend le besoin plus concret



Technopek

La ville et le premier contact apparaissent tôt dans le parcours.

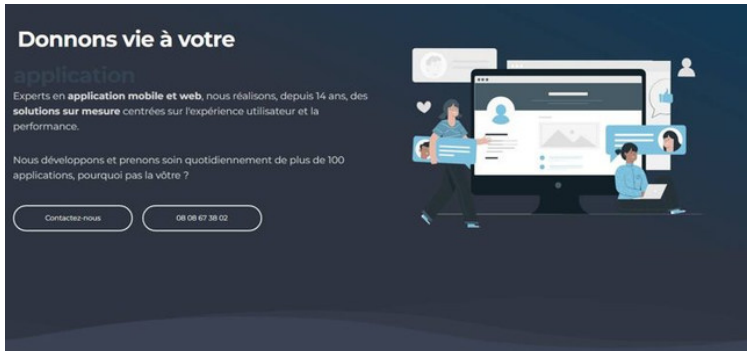
Nommer la prestation et le lieu dès la première lecture.



HBM Communication

La zone de contact distingue devis, rendez-vous et autres demandes.

Orienter immédiatement une question courte ou un dossier complexe.



Proweb

Les réalisations rattachent la solution web à une situation métier précise.

Montrer comment une demande arrive à la bonne personne.

Trois lectures du marché national



Gradus

Les expertises et le travail présenté précèdent la prise de contact.

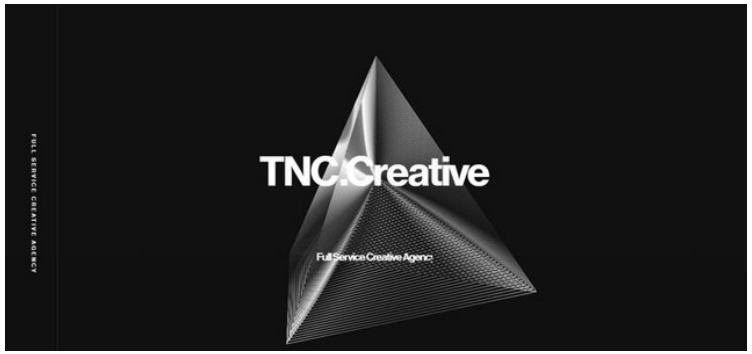
Transmettre le service choisi au formulaire de devis.



Netspace

Les pages géographiques rapprochent expertise et contexte local.

Ancrer la page Agadir dans une information locale vérifiable.



TNC

Les projets donnent un contexte aux choix créatifs et au résultat visuel.

Relier le problème, le choix de conception et le livrable montré.

Ce que Genius peut retenir de Trifid



Trifid Media, site officiel observé le 25 novembre. Les réalisations et les chiffres présentés appartiennent à cette agence.

Trifid Media

Relier un métier à une personne, montrer un geste de production, puis poser une question de brief.

COLLINS et ustwo

Partir de la question du lecteur, comme chez COLLINS. Détailler une tâche et son choix d'interface, comme chez ustwo.

Le positionnement proposé

« À Agadir, Genius vous aide à préciser votre projet digital et à choisir la prestation adaptée. »

Sur chaque support d'acquisition, nommer le problème, montrer un choix concret et proposer une première action commerciale.

Du site au contenu



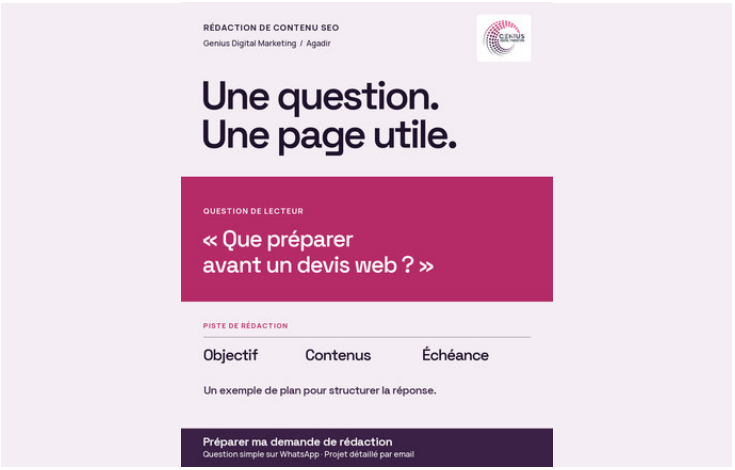
Création de sites web

Définir l'action principale attendue du visiteur puis cadrer les pages et fonctionnalités.



Webdesign UI/UX

Identifier la tâche qui pose problème et comparer deux hiérarchies d'interface.



Rédaction de contenu SEO

Partir d'une question de lecteur et la traduire en plan de page documenté.

Les livrables, le volume, les langues, les droits et les délais se définissent selon le projet.

De la visibilité à la production vidéo



Référencement naturel

Examiner le site, les sujets et la zone visée afin de préciser les priorités de recherche.



Marketing digital

Relier un message et un public à une action commerciale identifiable.



Création vidéo

Écrire le message à retenir puis choisir le public, le format et les prises nécessaires.

Les livrables, le volume, les langues, les droits et les délais se définissent selon le projet.

Une identité fondée sur le logo existant



Violet officiel · #3B2145

Magenta officiel · #D33C7A

Intelligence meets creativity.

Space Grotesk structure les titres. Manrope accompagne les textes et les interfaces. IBM Plex Sans Arabic prolonge le système en arabe.

La couleur officielle #3E4857 complète le logo. Le prune profond porte les grands aplats et le magenta d'interface #B52B68 distingue les actions.

Logo officiel fourni • extensions numériques proposées • usage de la marque sans symbole de dépôt.

GENIUS — CREATIVE DIRECTION

Strategy. Creativity. Digital. Impact.

Agadir, Morocco
أكادير، المغرب

GENIUS DIGITAL MARKETING

Intelligence meets creativity.

Editorial intelligence

Material study / Optical glass & satin aluminium



The signature

Official artwork

Full colour

Reverse

Graduated dots
The logo's orbit sets the rhythm for grids, crops and motion.

Type in three languages

EN / FR / AR

Les bonnes idées méritent de grands résultats.

De la stratégie à l'impact.

أفكار تصنع الفرق.

Space Grotesk — Display
Manrope — Text & interface
IBM Plex Sans Arabic — Arabic

Colour system

Official inks + digital palette

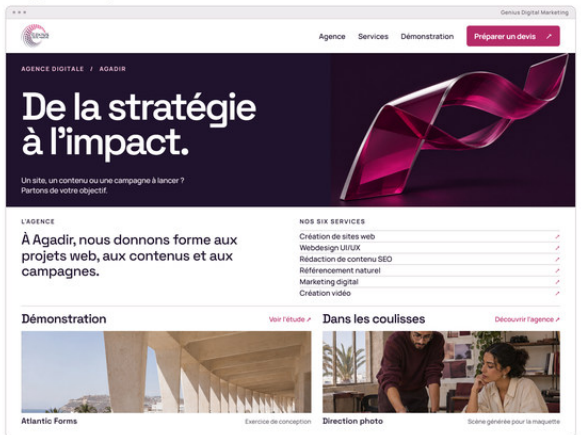
Brand magenta	Brand violet	Brand slate
#D33C7A	#3B2145	#3E4857

Digital palette

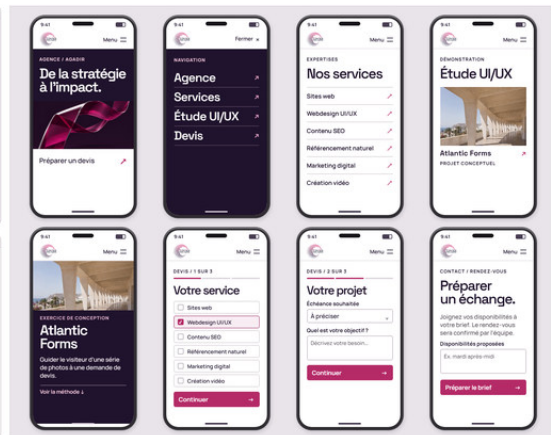
Deep Plum	Signature Magenta	Deep Berry	Digital Violet	Soft Lavender	Powder Pink	Pure White
#20132D	#B52B68	#8F2052	#4B214F	#F5EDF4	#E7A3C5	#FFFFFF

Digital experience

Website & mobile journey

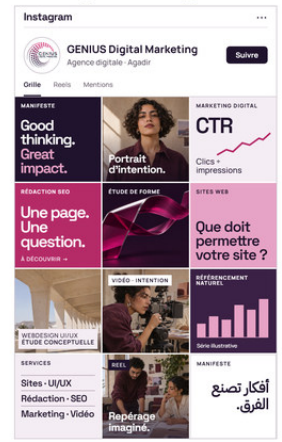






Social publishing

Profile, carousel & stories



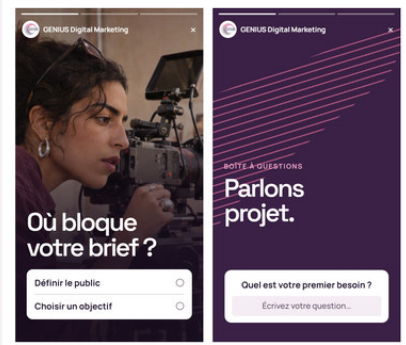
Carnet de méthode

Carrousel pédagogique · 4:5



Conversation

Stories interactives · 9:16



Sondage — Visuel de tournage illustratif

Question libre — Toucher pour répondre

Print & studio

Stationery, space & commercial documents





Performance reporting

Illustrative campaign

Campaign pulse

ILLUSTRATIVE DATA | Four-week inquiry campaign

8,000	300	120
Landing-page visits	Project inquiries	Qualified inquiries

Project inquiries — Count per week



Qualified inquiries — Count per week



Inquiry funnel — Share of previous stage

8,000	Visits	Baseline
300	Inquiries	3.75%
120	Qualified	40%

Visit-to-inquiry rate

Prior 4 weeks	Current 4 weeks	Change
3.00%	3.75%	+0.75 pp

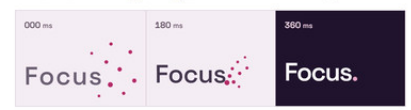
240 versus 300 inquiries from 8,000 visits in each period.

Optimization roadmap

WEEK 1	WEEKS 2–3	WEEK 4
Diagnose	Test	Decide
Review sources of qualified inquiries.	Compare two project inquiry forms.	Choose the form by qualified inquiry rate.

Motion language

Digital innovation



On section entry — Dots gather into the full stop as the letters settle.

Reduced motion — Show the final frame immediately.



Photography and applications are concept studies. Campaign figures are illustrative.

Photographie, matières et mouvement





Une signature matérielle

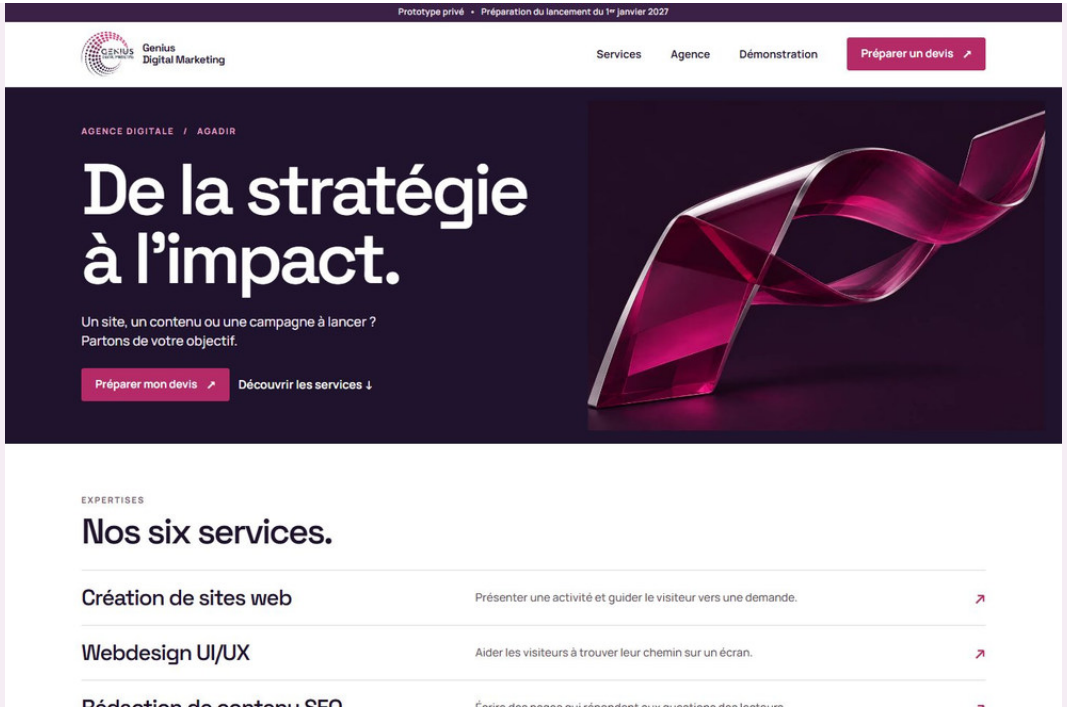
Papier mat, surfaces claires, empreinte de couleur maîtrisée. La papeterie doit préserver les proportions du logo.

Un geste réel

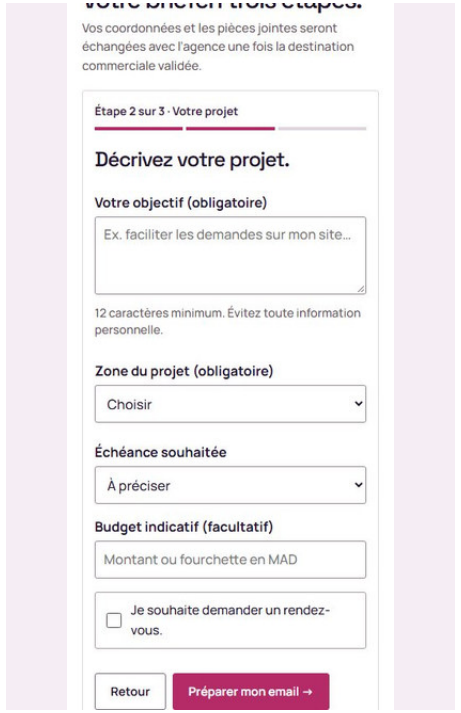
Les images d'intention guident le tournage de personnes et de lieux autorisés.

Mockups et photographie d'intention • étude de mouvement MP4 dans le dossier 09.

Le prototype de demande de devis







Treize pages vérifiées à 320, 390 et 1 440 px. La prestation sélectionnée reste renseignée au devis. Les interactions sont simulées hors ligne.

Le suivi d’une demande commerciale

Question simple sur WhatsApp

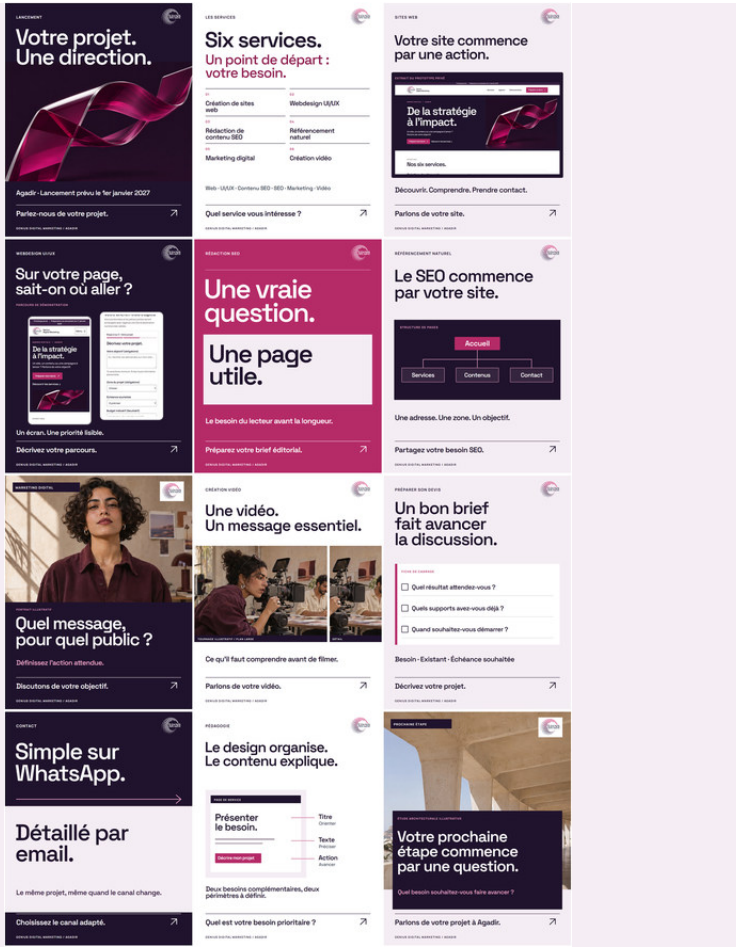
Demander le service, la zone et l’objectif. Le commercial affecte un identifiant dès réception effective.

Projet détaillé par email

Réunir les pièces, les contraintes, le périmètre et la date souhaitée. Reprendre l’identifiant du dossier déjà ouvert.

La demande qualifiée peut mener à un rendez-vous confirmé, puis tenu. Le devis envoyé et la décision commerciale restent rattachés au même identifiant.

Le programme éditorial de janvier



12 publications individuelles

Présenter le lancement et les six services, clarifier les périmètres et inviter à formuler un projet.

3 carrousels et 6 stories

Approfondir un brief web, le contenu SEO ou la vidéo. Utiliser les réponses aux stories pour comprendre les objections.

3 vidéos courtes

Un visage réel ou une démonstration pédagogique explique une décision. Les tournages dépendent des autorisations.

Un carrousel accompagne le brief web



Couverture



Action attendue



Demande finale

Extraits du carrousel C01 • cinq pages PNG et sources SVG • le lecteur peut enregistrer l'exercice.

Trois films à tourner en 30 secondes



Image de tournage illustrative. Vérifier les personnes, le lieu, les médias et les usages avant la séance.

V01 · Le brief

Un intervenant réel prépare trois cartes avec le besoin, les supports existants et l'échéance.

V02 · La priorité d'une page

Deux maquettes fictives permettent de suivre le choix de l'action principale.

V03 · Avant la caméra

Une phrase de message oriente les prises, la diffusion et les fichiers à réunir.

Acquisition pour le web et le contenu

CRÉATION DE SITES WEB
Genius Digital Marketing / Agadir

Votre site doit servir à quoi ?

DÉMONSTRATION / PAGE D'ACCUEIL

Comprendre.
Puis agir.

Demander un devis



Une action principale pour guider les pages.

Préparer mon brief de site
Question simple sur WhatsApp · Projet détaillé par email

WEBDESIGN UI/UX
Genius Digital Marketing / Agadir

Un écran. Une priorité.

Hiérarchie mobile

ÉTUDE D'INTERFACE

Écran initial

Votre projet

Découvrir

Voir les détails

Contacter

Parcours proposé

Votre projet

Demander un devis

Découvrir la prestation

Lire les détails

Montrez-nous l'écran qui pose question.

Décrire mon parcours UI/UX
Question simple sur WhatsApp · Projet détaillé par email

RÉDACTION DE CONTENU SEO
Genius Digital Marketing / Agadir

Une question. Une page utile.

QUESTION DE LECTEUR

« Que préparer avant un devis web ? »

PISTE DE RÉDACTION

Objectif Contenus Échéance

Un exemple de plan pour structurer la réponse.

Préparer ma demande de rédaction
Question simple sur WhatsApp · Projet détaillé par email

SEO, marketing digital et vidéo



Préciser mon besoin SEO
Question simple sur WhatsApp · Projet détaillé par email



Décrire mon objectif marketing
Question simple sur WhatsApp · Projet détaillé par email



Décrire mon projet vidéo
Question simple sur WhatsApp · Projet détaillé par email

Le choix des canaux dépend de l'intention

Google Search

Capter une recherche de prestation à Agadir. Isoler les intentions proches, suivre les termes et rediriger vers la bonne page.

Meta et Instagram

Mettre une démonstration face à un public local, puis suivre la qualité réelle des demandes issues du visuel.

TikTok

Tester un montage vertical quand une intervention ou des prises autorisées sont disponibles et que l'équipe peut traiter les retours.

Retargeting

Réserver le rappel aux audiences disponibles, suffisantes et autorisées. Contrôler fréquence, recoupement et coût marginal.

Trois enveloppes possibles sur 30 jours

0 MAD

Préparation

Travailler en organique, documenter les demandes et recueillir les premières objections.

3 000 MAD

Pilote ciblé

1 800 MAD sur Search et 1 200 MAD sur Meta. Activer un ou deux services selon la capacité.

6 000 MAD

Pilote élargi

3 000 MAD sur Search, 2 400 MAD sur Meta et 600 MAD en réserve après revue.

Montants illustratifs hors production, honoraires et fiscalité. Une enveloppe et des règles d'arrêt doivent être expressément approuvées.

Le test change une seule variable

Préparer la comparaison

Fixer le service, la zone, la période, le placement, la page et l'enveloppe. Produire deux accroches pour la même création.

Lire les demandes reçues

Rattacher chaque contact au service et à la variante. Regarder le coût par demande qualifiée, les rendez-vous tenus et les motifs hors cible.

Décider après maturation

Garder une variante si la qualité, la marge et la capacité le permettent. Documenter un résultat incertain lorsque le volume est limité.



Arrêter une cellule si le suivi ou la réception échoue, si la capacité est dépassée ou si le plafond est atteint.

De la demande reçue au chiffre attribué

Contact

UTM, service, contenu et identifiant du dossier.

Qualification

Besoin, zone et possibilité de chiffrage. Rendez-vous confirmé puis tenu.

Vente

Devis envoyé, accepté, contrat et chiffre d'affaires attribuable.

ROAS = chiffre d'affaires attribuable ÷ dépense média. La cellule reste vide jusqu'à disponibilité des deux montants et d'une attribution vérifiée.

Les revues accompagnent la croissance

Chaque jour

Vérifier la réception, les anomalies, le suivi et les contacts à rappeler.

Chaque semaine

Comparer services et créations à maturité comparable. Lire les objections et décider du prochain test.

Chaque mois

Rapprocher les ventes du CRM, les coûts média et la marge. Examiner capacité et rentabilité avant expansion.

Une augmentation demeure une décision commerciale. Identifier le service gagnant, confirmer plusieurs observations réelles, choisir une seule extension et prévoir un retour au budget précédent.

Le calendrier jusqu’au premier bilan

25 nov. – 4 déc.	Nommer la réception commerciale, confirmer les coordonnées et cadrer les prestations.
5 – 14 déc.	Choisir le premier public et un exemple réel autorisé ou une démonstration pédagogique.
15 – 23 déc.	Vérifier les parcours, le clavier et les identifiants. Tester les contacts avec autorisation.
24 – 31 déc.	Faire viser contenus et visuels. Organiser la disponibilité commerciale de la première semaine.
1er – 28 janv.	Lancement sous validation. Collecter les objections puis comparer les demandes et les rendez-vous.

Jalons proposés • la date de lancement doit être reconfirmée lors de la revue finale.

Arbitrages soumis à Mahmoud THILI

Public pilote et six périmètres

Choisir le public prioritaire de la première vague et confirmer les livrables de chaque prestation.

Expressions et preuves

Valider la direction créative, les personnes, les supports et les exemples autorisés.

Responsable et coordonnées

Désigner le destinataire de WhatsApp et des demandes complexes. Organiser la réponse et le suivi.

Canal, budget et diffusion

Sélectionner le scénario et les conditions d'arrêt. Enregistrer les supports et canaux effectivement autorisés.

Dossier de direction

01–05	Brief, neuf agences, recherches créatives, stratégie et visa.
06–09	Master 8K, 24 fiches de contenu, tournages et étude de mouvement.
10–11	Prototype hors ligne, recette, créations publicitaires et plan média.
12–14	Tableau de bord vierge, attribution, croissance et modèles de revue.

Priorité à Agadir. Objectif commercial — des demandes de devis qualifiées et des rendez-vous effectivement tenus.