

# Questionnaire d'audit et analyse de positionnement

POMZED  COMMUNICATION CRÉATIVE



## Aidez-nous à mieux vous connaître.

Avant la mise en œuvre d'une campagne de publicité, d'une refonte d'identité ou la réalisation des différents supports/outils de communication, il est nécessaire de procéder à une analyse de positionnement, permettant de bien comprendre l'ADN d'une marque et de son consommateur.

Pour nous aider à réaliser cet audit, nous avons besoin de quelques premières informations de votre part. Merci de nous aider à mieux vous connaître!

### **INFOS PRATIQUES:**

1. Il n'est pas obligatoire de répondre à toutes les questions
2. Merci de nous soumettre le formulaire à l'adresse suivante : [s.geiser@pomzed.ch](mailto:s.geiser@pomzed.ch)

## Intervenants.

Noms, prénoms et adresses e-mails des personnes qui ont collaboré au remplissage du questionnaire :

---

---

---

---

---

---

---

---

Lieu et date:

---

 **POMZED**  
GRAPHIC DESIGN

 **POMZED**  
WEB & DIGITAL

 **POMZED**  
CAMPAGNE PUB

 **POMZED**  
VIDÉO & MULTIMÉDIA

[pomzed.ch](http://pomzed.ch) | delémont | bienne | neuchâtel | 032 424 50 10 | [agence@pomzed.ch](mailto:agence@pomzed.ch)

# Audit et analyse de votre marque/produit/entreprise (positionnement)

1. Quel est le nom de votre société?

---

2. Quelle est la date de sa création?

---

3. Combien d'année(s) d'expérience la société a-t-elle dans le domaine d'activité actuel?

---

4. Combien avez-vous de collaborateurs?

---

5. Y a-t-il des succursales?

---

6. Dans quelle région/Pays l'entreprise est-elle active?

---

7. Quels sont les secteurs/domaines d'activités?

---

8. Quelles sont les prestations fournies?

---

9. Quel(s) produit(s) fabriquez-vous?

---

10. Sont-ils des produits finis ou pour la sous-traitance?

---

11. Quel est votre chiffre d'affaires annuel?

---

12. Quels sont vos objectifs, à court et à moyen terme?

---

13. Quels sont vos besoins?

---

14. Quelles mesures mettez-vous en place pour les atteindre?

---

15. Quels sont vos points forts/atouts? Qu'est-ce qui vous différencie de la concurrence?

---

16. Quelles sont vos faiblesses?

---

17. Quelles sont vos menaces?

---

18. Comment l'entreprise est-elle perçue à l'extérieur?

---

19. Et à l'intérieur?

---

20. Comment considérez-vous votre service après-vente?

---

21. Avez-vous un retour positif sur les prestations fournies par votre entreprise?

---

22. Par quelle voie pensez-vous que les potentiels clients trouvent une société telle que la vôtre?  
(sur recommandation, en découvrant un travail réalisé, par les moteurs de recherche, dans un annuaire papier, par de la publicité diverse, etc.)

---

23. Quel est l'impact sur l'entreprise en rapport avec les variations économiques?

---

24. Quel est l'impact sur l'entreprise en rapport avec les facteurs environnementaux?

---

25. Quel est l'impact sur l'entreprise en rapport avec les facteurs technologiques?

---

26. Quel est votre public cible actuel (sexe, âge, région, domaine d'activité, etc.)?

---

27. Quel est votre public cible souhaité (sexe, âge, région, domaine d'activité, etc.)?

---

28. Qui sont vos concurrents?

---

29. Qui sont les clients de vos concurrents?

---

30. Que sont les points forts de vos concurrents?

---

31. Que sont les points faibles de vos concurrents?

---

32. Quel est votre modèle d'entreprise idéal dans votre secteur d'activité?

---

33. Actuellement, avez-vous une identité (logo, corporate, charte graphique)?

---

34. Si oui, de quels supports disposez-vous?

---

35. Si oui, à l'heure actuelle, quel en est votre ressenti à propos de vos supports existants?

---

36. Quelles sont vos ressources en marketing? Avez-vous du personnel ou un service interne qui gère votre communication?

---

37. Par quel canaux faites-vous de la publicité (presse, radio, affichage, cinéma, réseaux sociaux, e-publicité, etc.)?

---

38. A quelle fréquence faites-vous de la publicité (1x par semaine, par mois)?

---

39. Communiquez-vous par les réseaux sociaux/blog, et si oui, lesquels?

---

40. Et à quelle fréquence (1x par jour, par semaine, par mois)?

---

41. Qui s'occupe de votre présence en ligne (le patron, la secrétaire, un spécialiste, un team, etc.)?

---

42. Combien d'heures par semaines sont-elles consacrées pour la gestion de vos réseaux sociaux/blog?

---

43. Quels budgets annuel avez-vous pour la publicité (traditionnelle et digitale)?

---

44. Quels messages souhaitez-vous faire passer?

---

45. Et de quelle tonalité (douce, agressive, direct, discrète, etc.)?

---

46. Définissez-vous en 10 mots-clés

---

47. Pourquoi vous orientez-vous auprès d'une agence de communication?

---

48. Comment nous avez-vous connus?

---

## Audit SEO et analyse de votre site internet

Avant de commencer votre site internet (ou la refonte de votre site web), il est nécessaire de réaliser un **audit SEO** (Search Engine Optimization) pour optimiser du mieux possible **votre référencement et votre réputation digitale** (réseaux sociaux, média, etc.). La première étape est d'évaluer les forces et les faiblesses de vos concurrents, puis de connaître leurs clients. En élaborant cette première étape, vous gagnerez beaucoup de temps sur votre marché et vos concurrents. Le référencement est une technique marketing longue à mettre en place. Bien effectuée, elle vous permettra d'être bien référencé sur le long-terme.

Sur demande du client et sur la base de l'audit, Pomzed Communication propose également l'élaboration d'une stratégie SEO ainsi que sa mise en action.

### Budgets et attentes

49. Quel est le nom de votre site internet (adresse URL)?

---

50. Qui sont vos personas (portrait-robot de vos utilisateurs/clients) - Minimum deux?

---

51. Sur quels mots-clés/phrases souhaiteriez-vous être positionné (par ex: entreprise injection plastique dans le Jura)?

---

52. A votre avis, quelles sont les requêtes/phrases/mots recherchés par vos potentiels clients (sur les moteurs de recherches)?

---

53. De quelle manière communiquez-vous vos actualités/promotions (réseaux sociaux, site internet, banner-web, campagne SMS, autres)?

---

54. Avez-vous déjà fait de la publicité payante? Si oui, quels types de publicité?

---

55. Utilisez-vous Google My Business?

---

56. Quel est votre niveau de compréhension concernant le SEO (aucune connaissance, débutant, intermédiaire, expert)?

---

57. Définissez les résultats/objectifs de votre référencement SEO (être en première page Google, engager du trafic sur mon site internet, afficher votre expertise/connaissance via des articles)?

---

58. Quel est le délai souhaité pour les résultats SEO (urgent, moyennement urgent, pas pressé)?

---

59. A quelle fréquence souhaitez-vous recevoir le rapport d'analyse (tous les 6 mois, 3 mois, 1mois)?

---

60. Quel est votre budget mensuel pour la publicité Google AdWords/Display (< CHF 500.– / entre CHF 500.– et CHF 1000.– / > CHF 1000.–)?

---

### Informations techniques

61. Avez-vous déjà travaillé avec une agence SEO ou une agence digitale?

---

62. Quel type de CMS exploite votre site internet (Wix, Wordpress, Joomla, Typo3, Drupal, Shopify, Prestashop, etc.?)

---

63. Avez-vous un développeur web ou designer en interne?

---

64. Avez-vous accès à Google Analytics, Adwords, Google Search Console, et seriez-vous prêts à nous les partager?

---

65. Avez-vous développé une stratégie de liens externes (backlink) auparavant?

---

66. Votre site internet est-il en plusieurs langues?

---

### Informations sur le contenu

67. Les contenus (textes, images, vidéos) de votre site internet sont-ils d'actualité?

---

68. Les textes sont-ils optimisés pour un bon référencement SEO?

---

69. Qui est en charge de la création des vos différents contenus (interne/externe)?

---

70. Est-ce que votre site est régulièrement actualisé? Par qui? Comment? Quelle fréquence?

---



## Opportunités

71. Au besoin, seriez-vous ouverts à une refonte de votre site internet (partielle, complète)?

---

72. Quel est votre budget pour une refonte de votre site internet?

---

## Merci.

Nous vous remercions d'avoir pris du temps pour cette première démarche.

A la suite de vos réponses, nous entamerons un processus d'analyse (diagnostic) qui nous permettra ensuite d'élaborer une stratégie adaptée.

*Ce document est strictement confidentiel et appartient à Pomzed Communication. Il ne peut être exploité qu'au sein de l'agence.*

Merci de nous soumettre le formulaire à l'adresse suivante : [s.geiser@pomzed.ch](mailto:s.geiser@pomzed.ch)

 **POMZED**  
GRAPHIC DESIGN

 **POMZED**  
WEB & DIGITAL

 **POMZED**  
CAMPAGNE PUB

 **POMZED**  
VIDÉO & MULTIMÉDIA

[pomzed.ch](http://pomzed.ch) | delémont | bienne | neuchâtel | 032 424 50 10 | [agence@pomzed.ch](mailto:agence@pomzed.ch)