

Digital Trends Morocco

Edition 2020



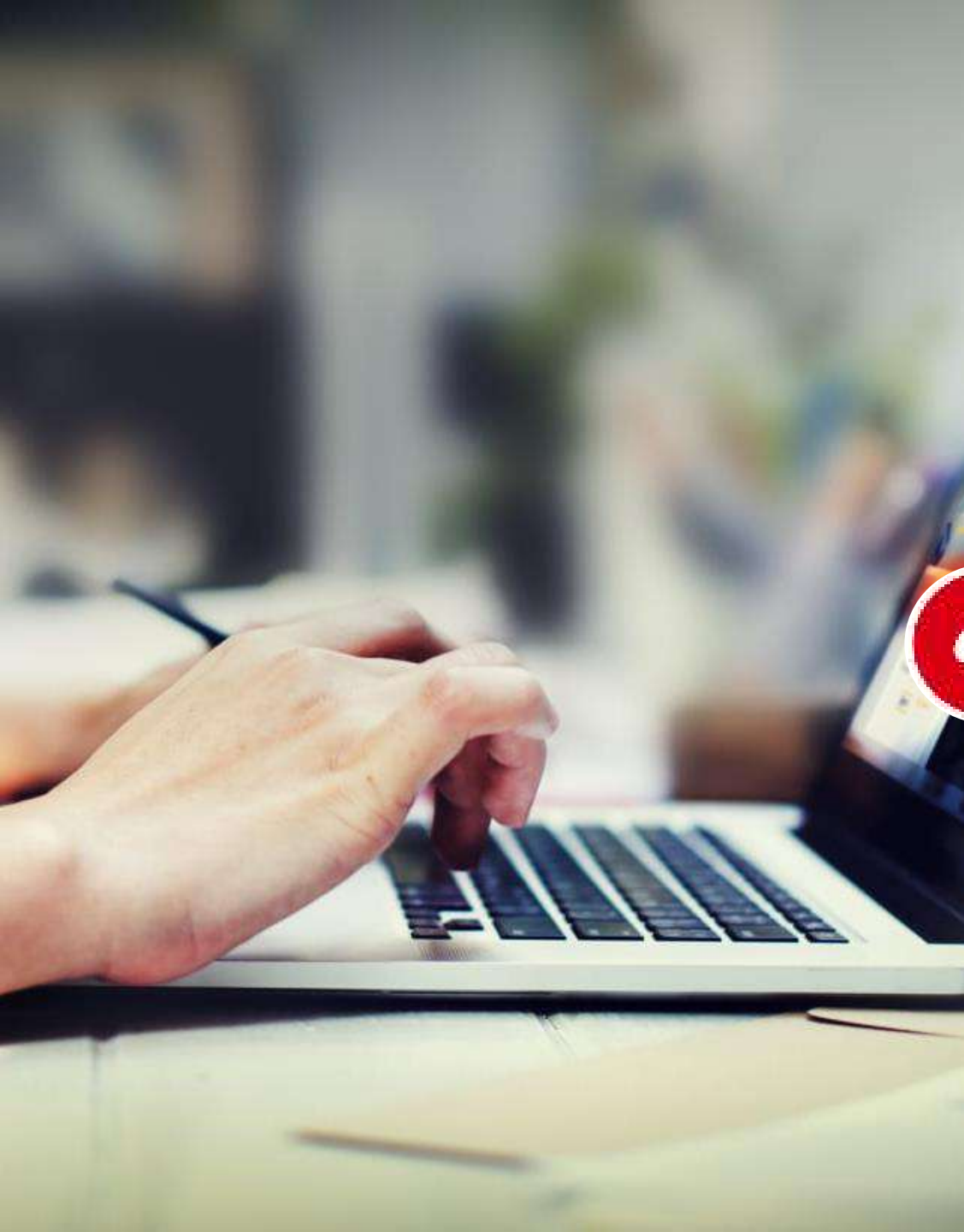
“opinionway

Pour



En collaboration avec



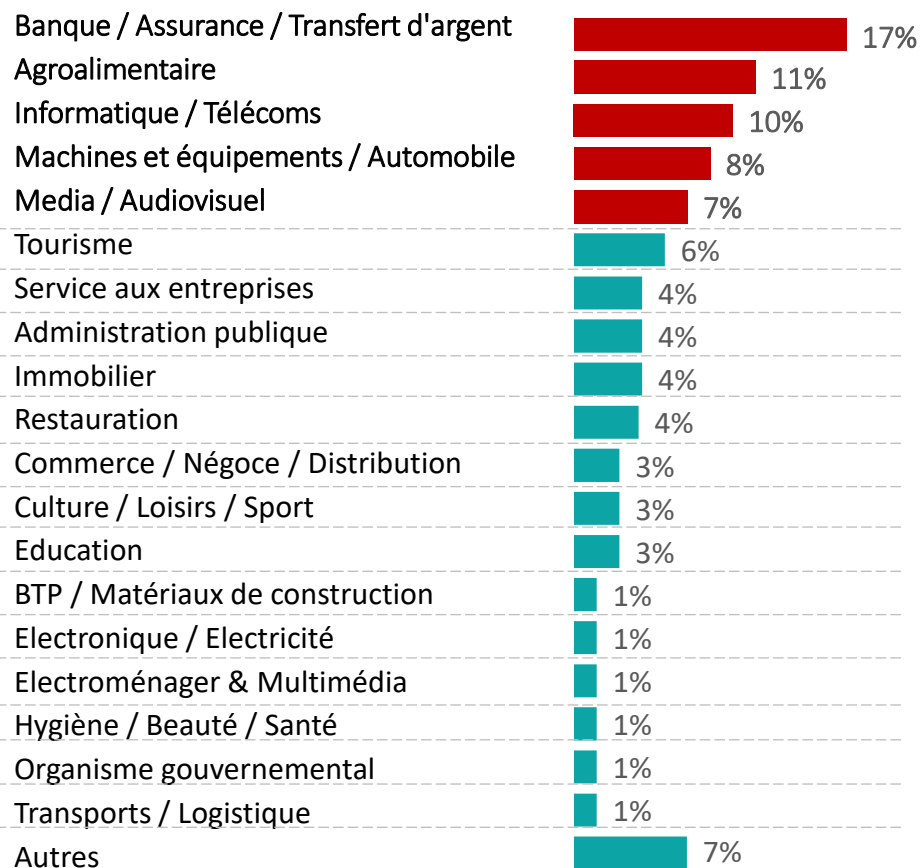


Profil des annonceurs interviewés

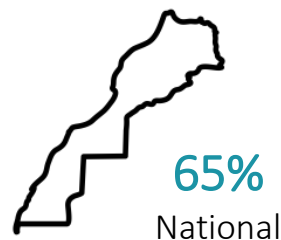
“ Profil des annonceurs interviewés



SECTEURS D'ACTIVITÉS



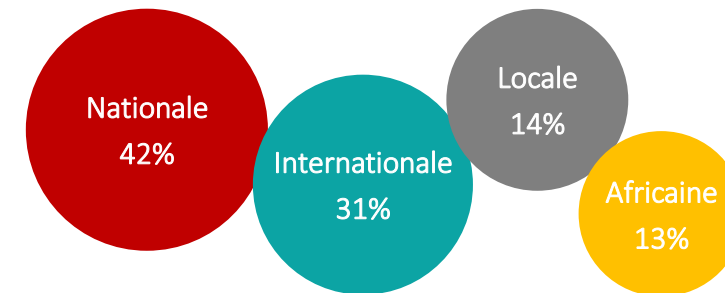
ILS SIÈGENT AU NIVEAU



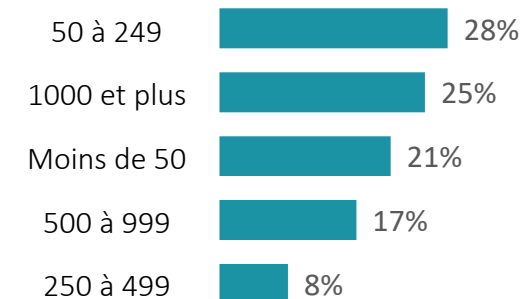
35% International



PORTÉE GÉOGRAPHIQUE DE L'ACTIVITÉ



NOMBRE D'EMPLOYÉS



Nombre moyen : 500 employés

Base : 71

Quel est le secteur d'activité de votre entreprise ?

Votre entreprise est-elle nationale ou internationale ?

Quelle est la couverture géographique de l'activité de votre entreprise ?

Quel est le nombre d'employés au sein de votre entreprise ?



La fonction digitale en entreprise

“ Activité digitale



95% Des annonceurs ont une activité digitale  81% en 2017

100% des autres annonceurs prévoient une stratégie digitale prochainement

Base : 71

IL S'AGIT DE :

Une stratégie digitale

91%

 81% en 2017





Initiatives digitales isolées

9%

82% des stratégies digitales sont élaborées localement









CIBLES DE L'ACTIVITÉ DIGITALE

-  Clients particuliers/Consommateurs finaux 96%
-  Entreprises & Professions libérales 51%
-  Institutionnels 49%
-  Collaborateurs de l'entreprise 46%

 26% en 2017



DÉPARTEMENTS IMPLIQUÉS DANS LA STRATÉGIE DIGITALE

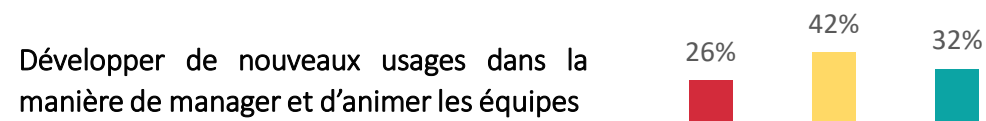
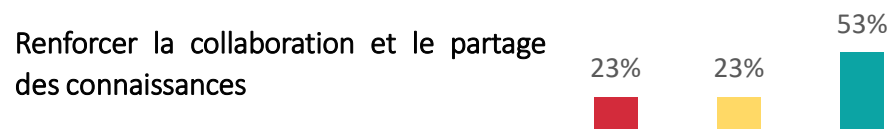
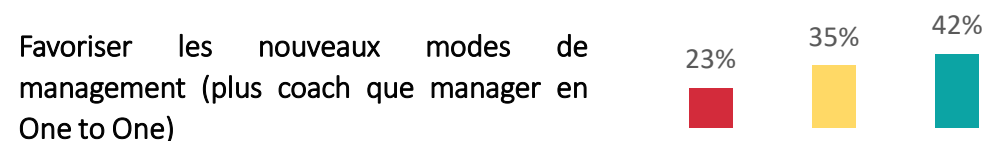
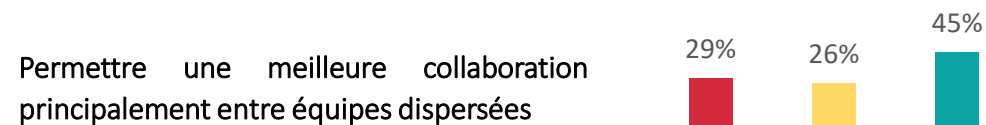
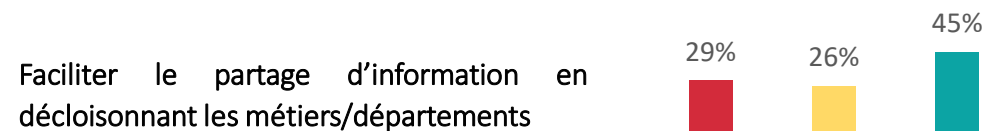
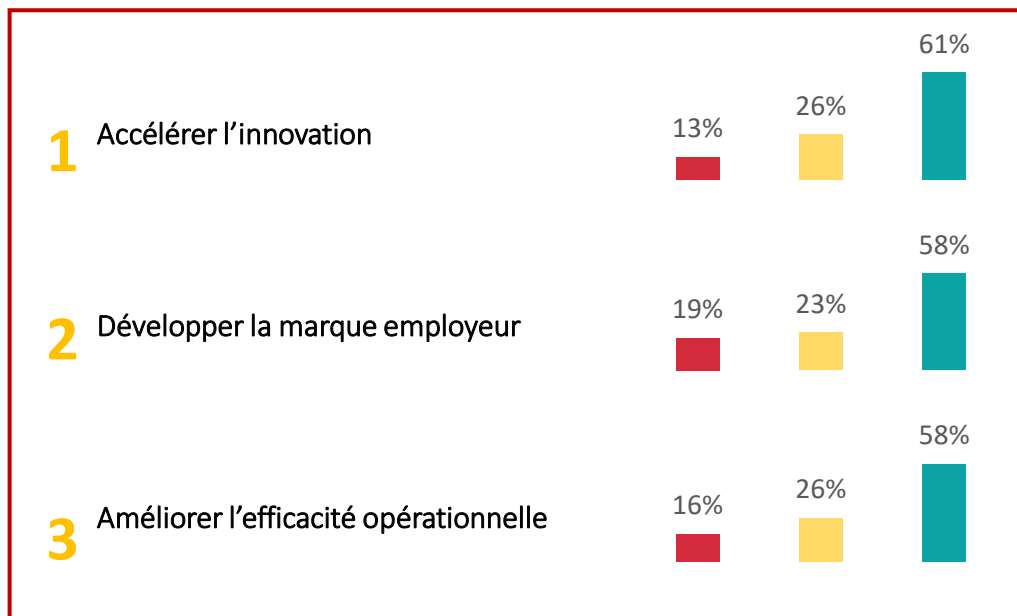
Marketing		92%
Communication		81%
Commercial		48%
Systèmes d'information		39%
Ressources humaines		24%
Autres		13%

Avez-vous une activité digitale au sein de votre entreprise ? Nous entendons par cela, le marketing ou la communication via le digital (Ex : Site web) ou les réseaux sociaux ?
 Vous avez dit que vous aviez une activité digitale dans votre entreprise, diriez-vous qu'il s'agit... ? / Comment décririez-vous la stratégie digitale actuelle de votre entreprise ? Diriez-vous que c'est une... ?
 Quelle est la population ciblée dans le cadre de votre stratégie digitale ?
 Quelle est la population ciblée dans le cadre de votre stratégie digitale ?



Objectifs de la stratégie digitale interne (ciblant les collaborateurs)

Accélérer l'innovation, développer la marque employeur et l'efficacité opérationnelle sont les objectifs prioritaires de la stratégie digitale interne.



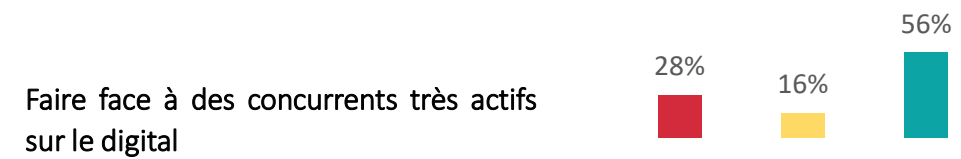
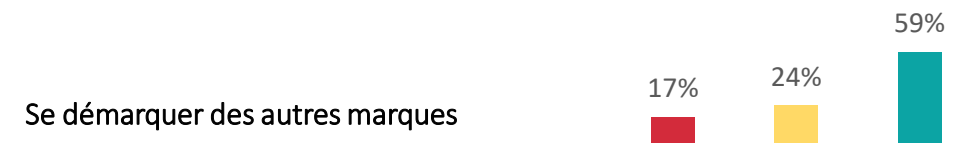
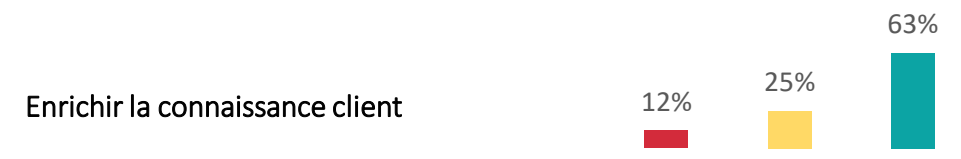
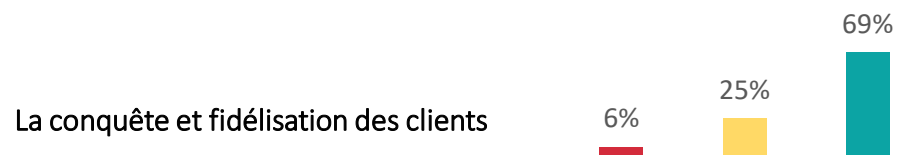
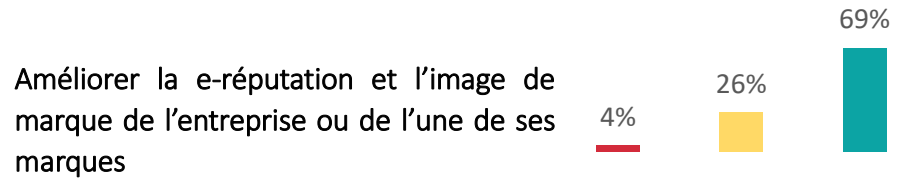
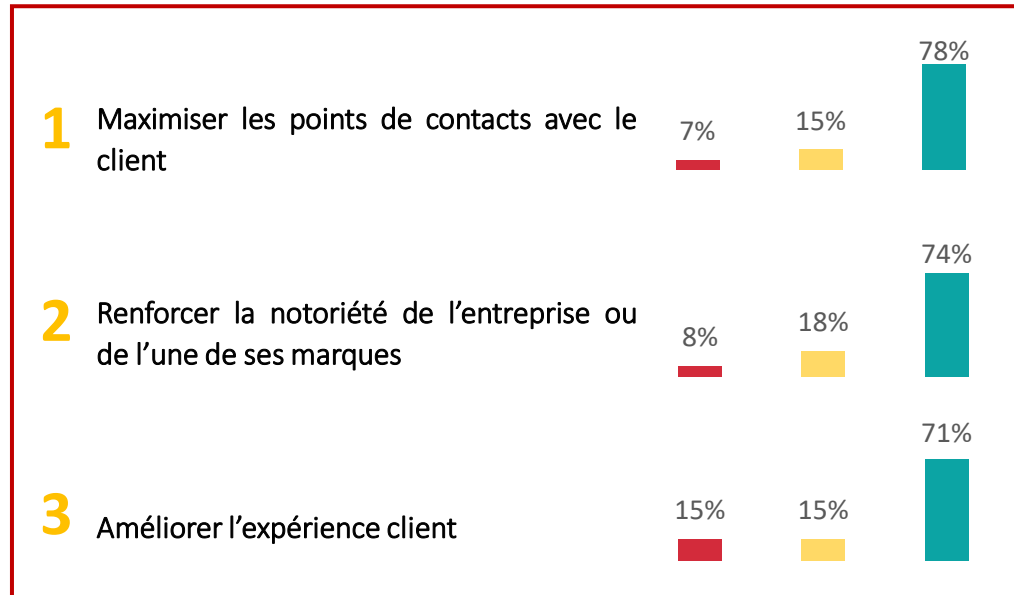
1 - Pas du tout important 2 3 4 5 6 7 8 9 10 - Très important

Base : 31



Objectifs de la stratégie digitale externe

Maximiser les points de contact client, booster la notoriété et une meilleure expérience client sont le top 3 des objectifs de stratégie digitale externe.



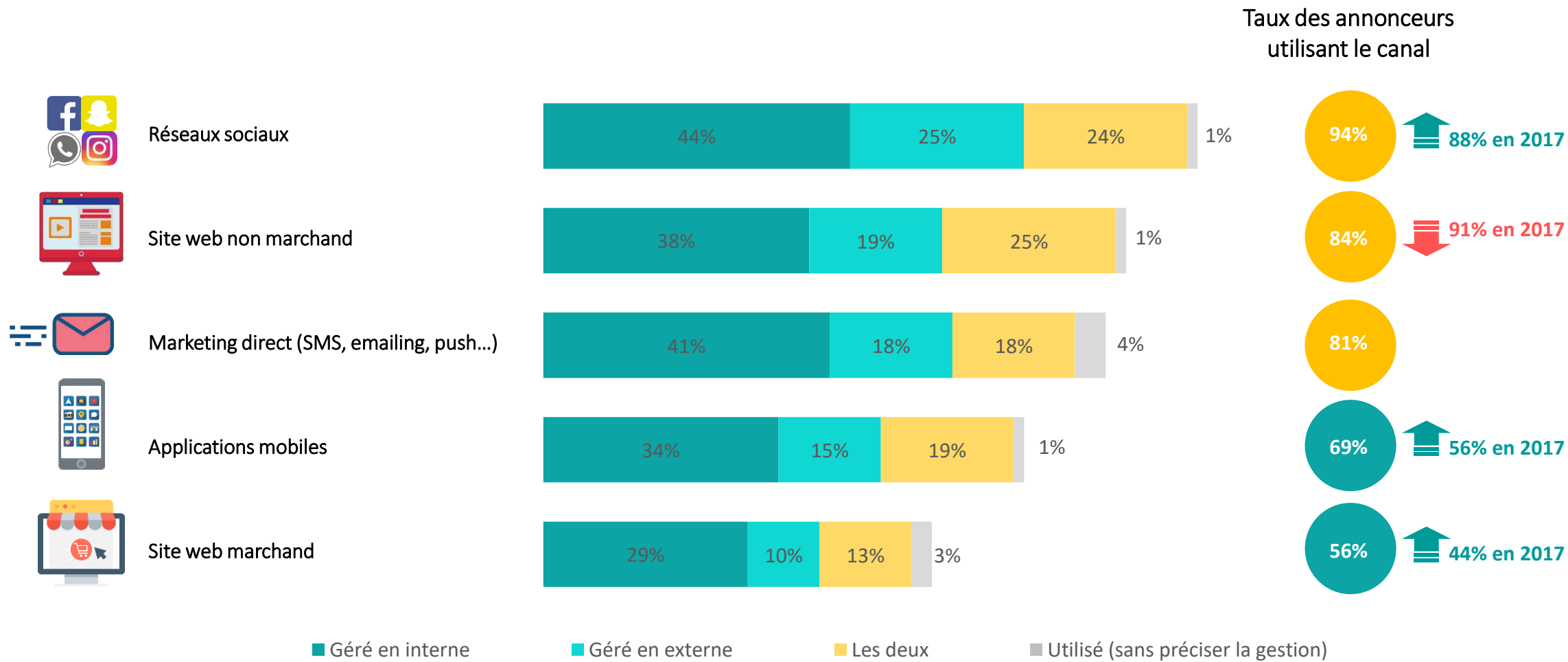
1 - Pas du tout important 2 3 4 5 6 7 8 9 10 - Très important

Veuillez préciser à quel point chacun de ces objectifs est important à votre stratégie digitale externe ?



Canaux digitaux utilisés

Les réseaux sociaux, sites web non marchand et le Marketing direct sont les canaux digitaux les plus utilisés.



Quels sont les canaux digitaux que votre entreprise utilise actuellement ? Leur gestion est-elle externalisée ou internalisée ou les deux ?

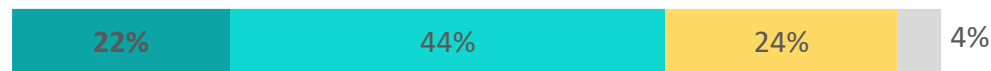


Outils digitaux utilisés

Le référencement naturel (SEO), les achats publicitaires (Ad Buying) et le Marketing des influenceurs/E-presse sont les outils digitaux les plus utilisés.

Taux des annonceurs utilisant l'outil

Référencement / Moteur de Recherche (Naturel / payant)



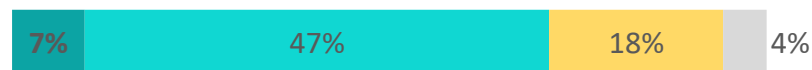
Achat publicitaire sur les réseaux sociaux



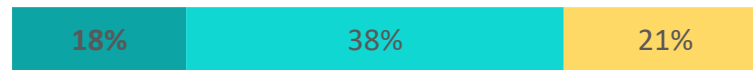
Achat publicitaire sur les plateformes Vidéo (Youtube...)



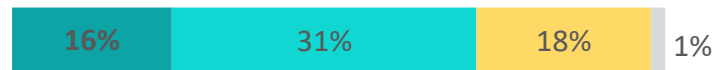
Media à la Performance (Affiliate Marketing...)



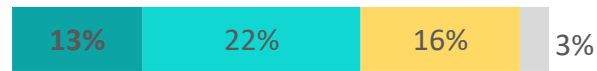
E-Relation Presse / Influenceurs



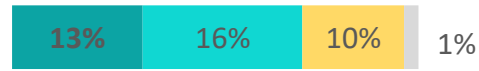
Native Ads



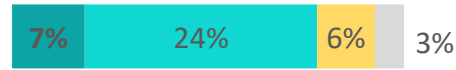
Outils de E-listening



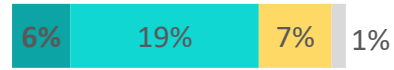
Intelligence artificielle



Réalité virtuelle



Réalité augmentée



■ Géré en interne
 ■ Géré en externe
 ■ Les deux
 ■ Utilisé (sans préciser la gestion)

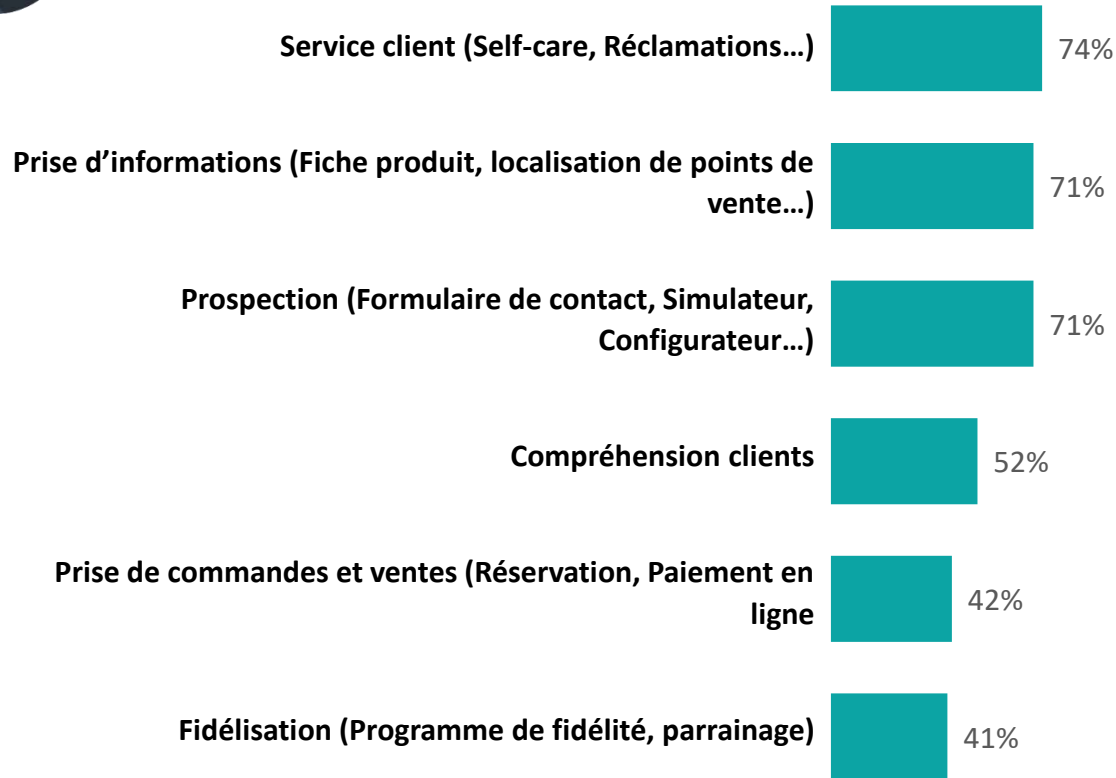
Quels sont les outils digitaux que votre entreprise utilise actuellement ? Leur gestion est-elle externalisée ou internalisée ou les deux ?



Fonctionnalités web et données personnelles



Fonctionnalités utilisées sur le site web/l'application mobile des annonceurs



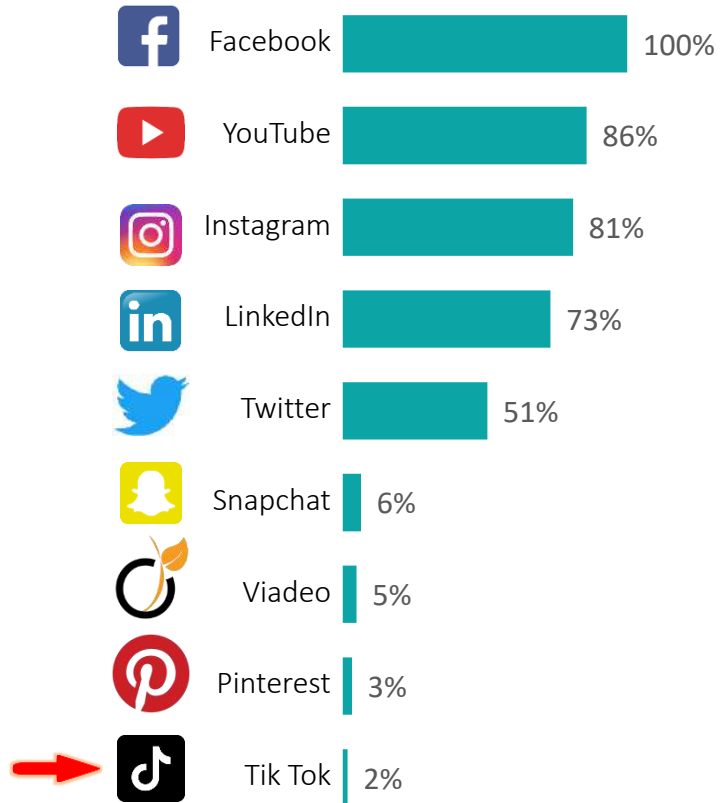
78% des annonceurs traitent les données personnelles via leurs site web/application mobile. Ces annonceurs :

- Ont effectué leur déclaration auprès du CNDP **60%**
- Ont lancé la procédure de déclaration auprès du CNDP **19%**
- N'ont pas effectué leur déclaration auprès du CNDP **13%**
- Ne connaissent pas le CNDP **6%**
- Ne savent pas si la déclaration a été effectuées **2%**

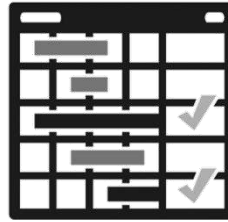
Parmi les groupes de fonctionnalités suivants, lesquels sont exploités dans vos plateformes (Web et/ou Mobile) ?
Est-ce que vous traitez de la donnée personnelle dans le cadre de votre stratégie Digitale ?/Avez-vous effectué votre déclaration auprès de la CNDP (Commission Nationale de contrôle de la protection des Données à caractère Personnel) ?

“ Présence sur les réseaux sociaux

PRÉSENCE SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX



Tik Tok est sous-exploité, malgré sa popularité auprès des consommateurs Marocains



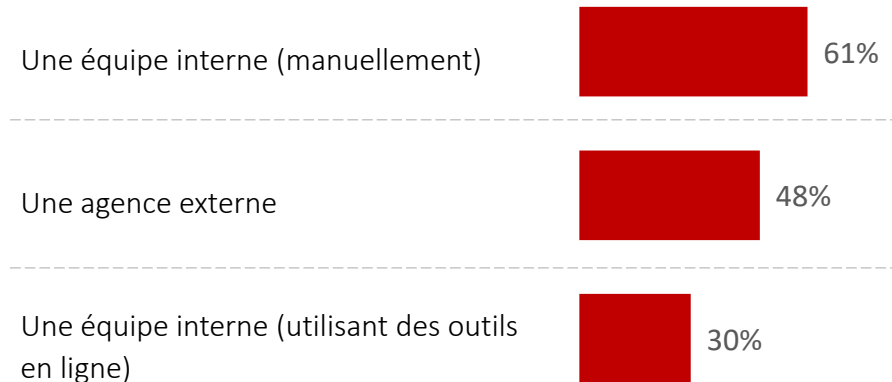
Cette présence fait partie d'une stratégie dédiée aux réseaux sociaux dans **92%** des cas. **84%** des annonceurs suivent un plan de présence annuel et continu sur les réseaux sociaux et non seulement basé sur les actualités.



91% se basent sur une présence hybride sur les réseaux sociaux : **payante et organique.**



Les avis en lignes concernant l'annonceur sont consultés dans **96%** des cas via :



Sur quels réseaux sociaux votre entreprise est-elle présente ?

Votre entreprise a-t-elle une stratégie dédiée aux réseaux sociaux ?

Pour la stratégie dédiée aux réseaux sociaux, vous optez pour le payant ou pour l'organique ou les deux ? / Parmi les phrases suivantes, quelles sont celles qui décrivent le mieux votre façon à consulter les avis postés sur votre entreprise

“ Focus contenu



82% des annonceurs ont une stratégie de contenu

Base : 71

Stratégie basée sur des territoires spécifiques

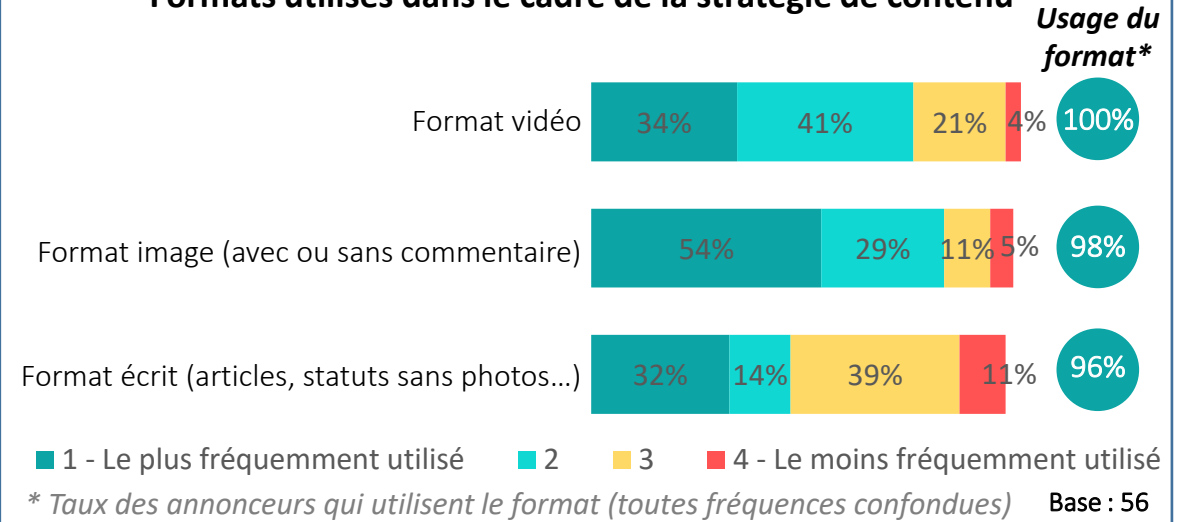
80%

Stratégie opportuniste, selon les actualités

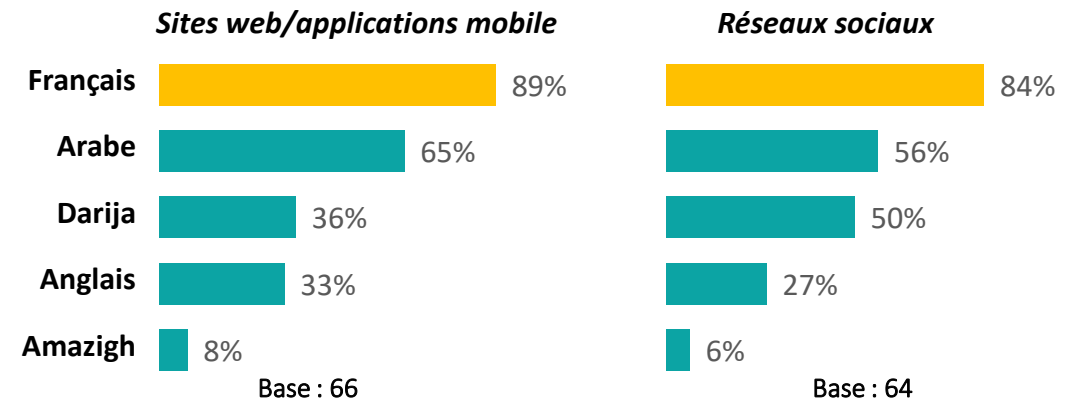
20%

Base : 56

Formats utilisés dans le cadre de la stratégie de contenu



Langues utilisées sur les différentes plateformes



Sur quels réseaux sociaux votre entreprise est-elle présente ?
 Votre entreprise a-t-elle une stratégie dédiée aux réseaux sociaux ?
 Pour la stratégie dédiée aux réseaux sociaux, vous optez pour le payant ou pour l'organique ou les deux ? / Parmi les phrases suivantes, quelles sont celles qui décrivent le mieux votre façon à consulter les avis postés sur votre entreprise



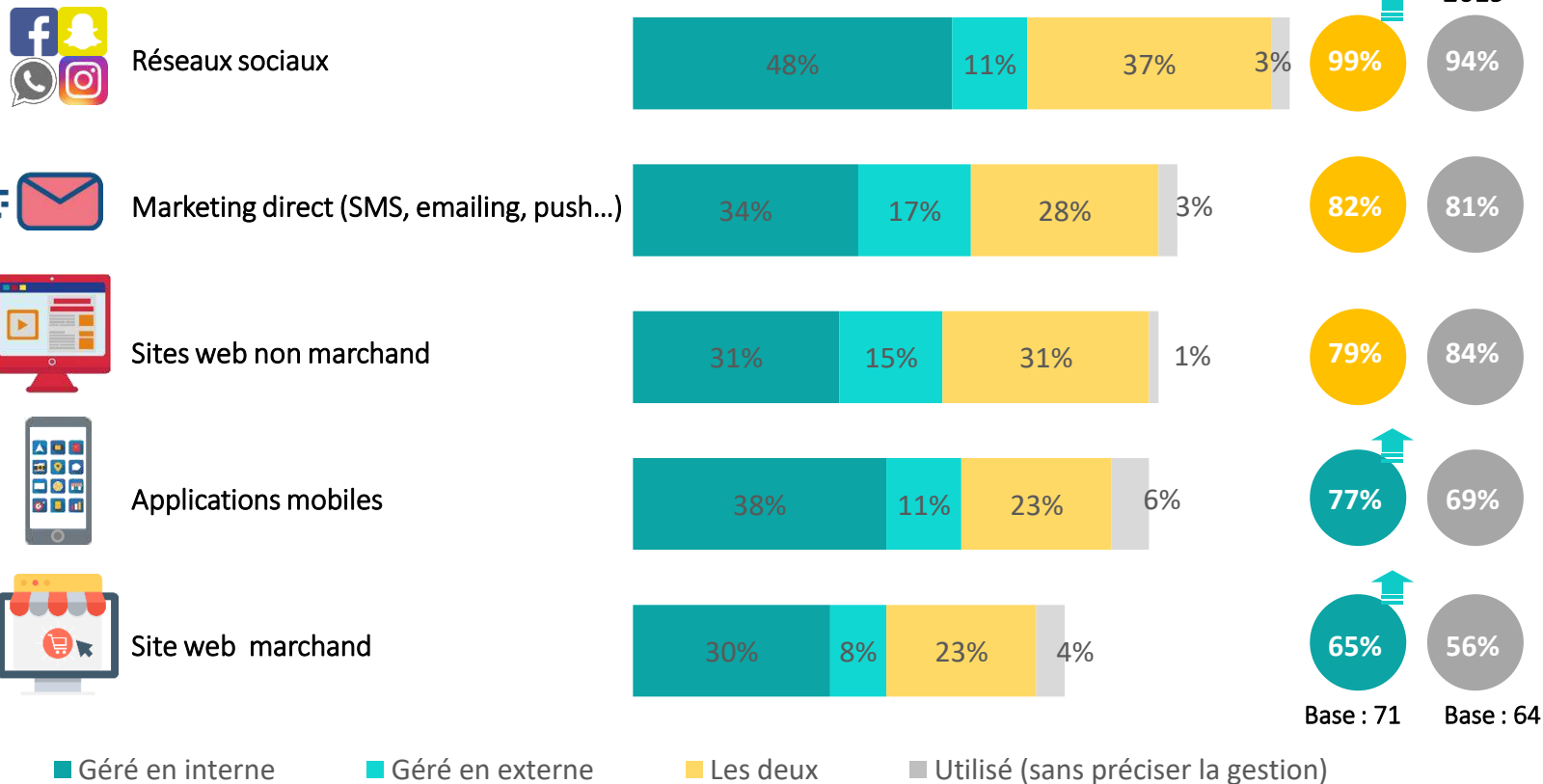
Projections futures



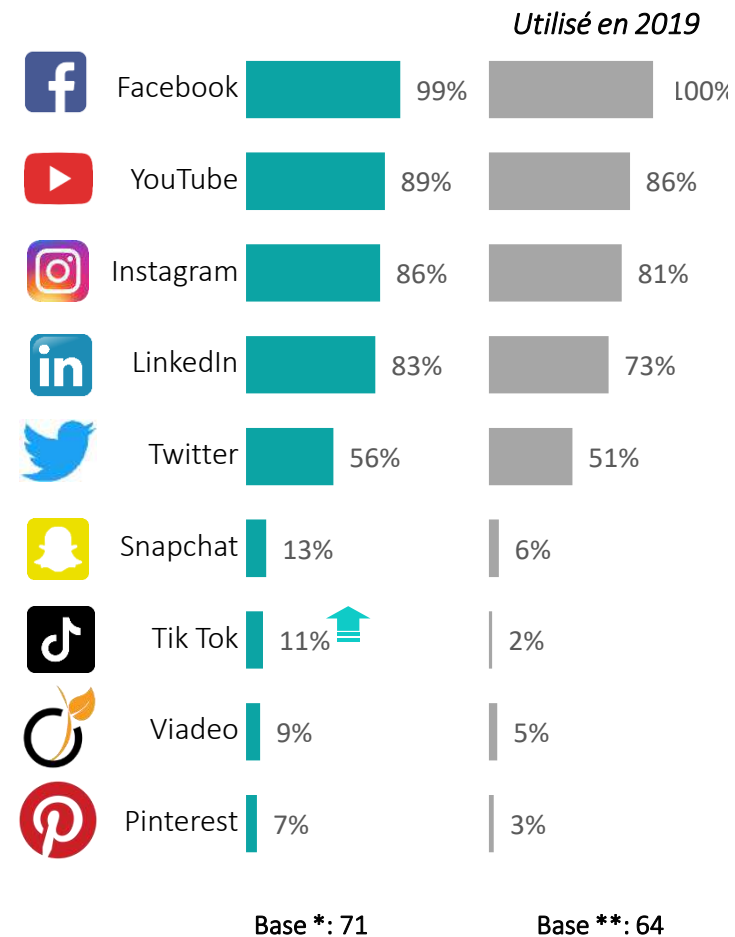
Canaux digitaux et réseaux sociaux prévus pour 2020

Les sites E-commerce et les applications mobiles montent en popularité auprès des annonceurs. Aussi, Tik Tok attire timidement l'attention des annonceurs

Canaux digitaux qui seront utilisés en 2020



Réseaux sociaux qui seront utilisés en 2020



Sur quels réseaux sociaux votre entreprise est-elle présente ?
 Votre entreprise a-t-elle une stratégie dédiée aux réseaux sociaux ?
 Pour la stratégie dédiée aux réseaux sociaux, vous optez pour le payant ou pour l'organique ou les deux ? / Parmi les phrases suivantes, quelles sont celles qui décrivent le mieux votre façon à consulter les avis postés sur votre entreprise

*Ensemble des annonceurs présents sur les réseaux sociaux actuellement et potentiellement
 **Annonces présents sur les réseaux sociaux actuellement



La mesure de la
performance digitale

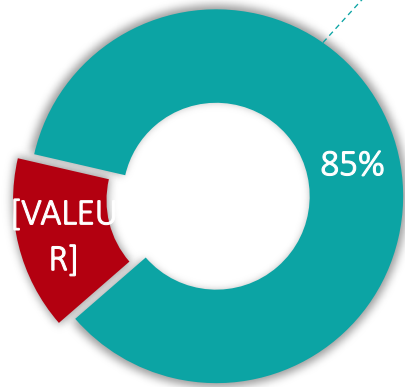


La mesure de la performance digitale

Les annonceurs utilisent des outils de monitoring pour analyser leur audience, mesurer la performances des campagnes digitales et leur présence sur les réseaux sociaux.

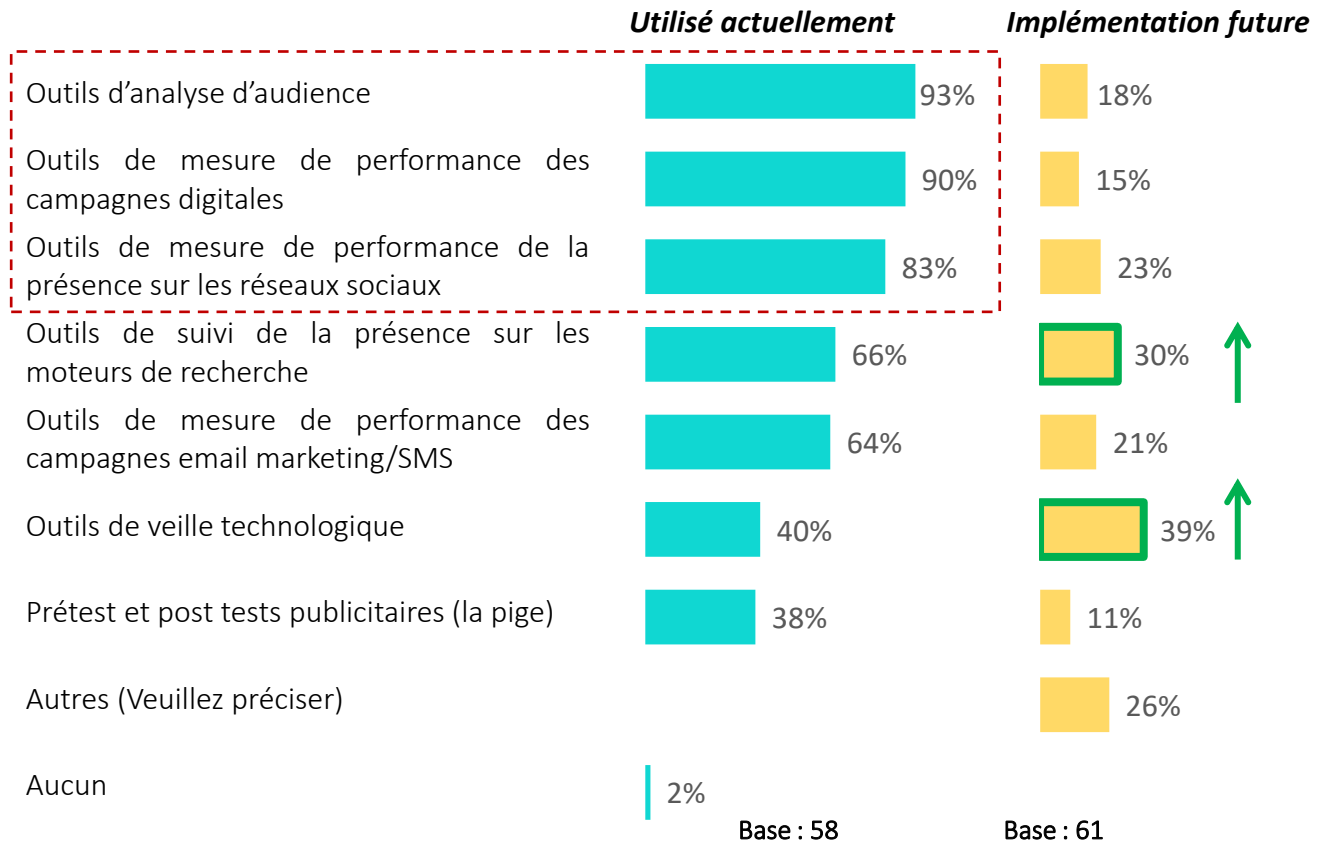
POSSESSION D'UN OUTILS DE MONITORING ET/OU DE MESURE DE LA PERFORMANCE DIGITALE

■ Non
■ Oui



Base : 68

Outils de monitoring et/ou de mesure de la performance digitale



Utilisez-vous des outils de monitoring et/ou de mesure de la performance digitale ?

Quels outils de monitoring et/ou de mesure de la performance digitale votre entreprise utilise-t-elle actuellement ?

Quels outils de monitoring et/ou de mesure de la performance digitale votre entreprise prévoit-elle d'utiliser dans le futur ?



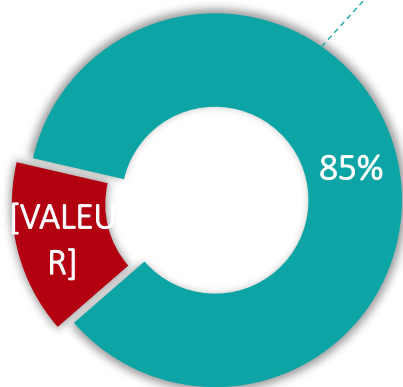
Le budget alloué au digital



Le budget alloué au digital

85% des annonceurs disposant d'une activité digitale lui allouent un budget défini. Le budget moyen s'élève à plus de 3 millions de dirhams.

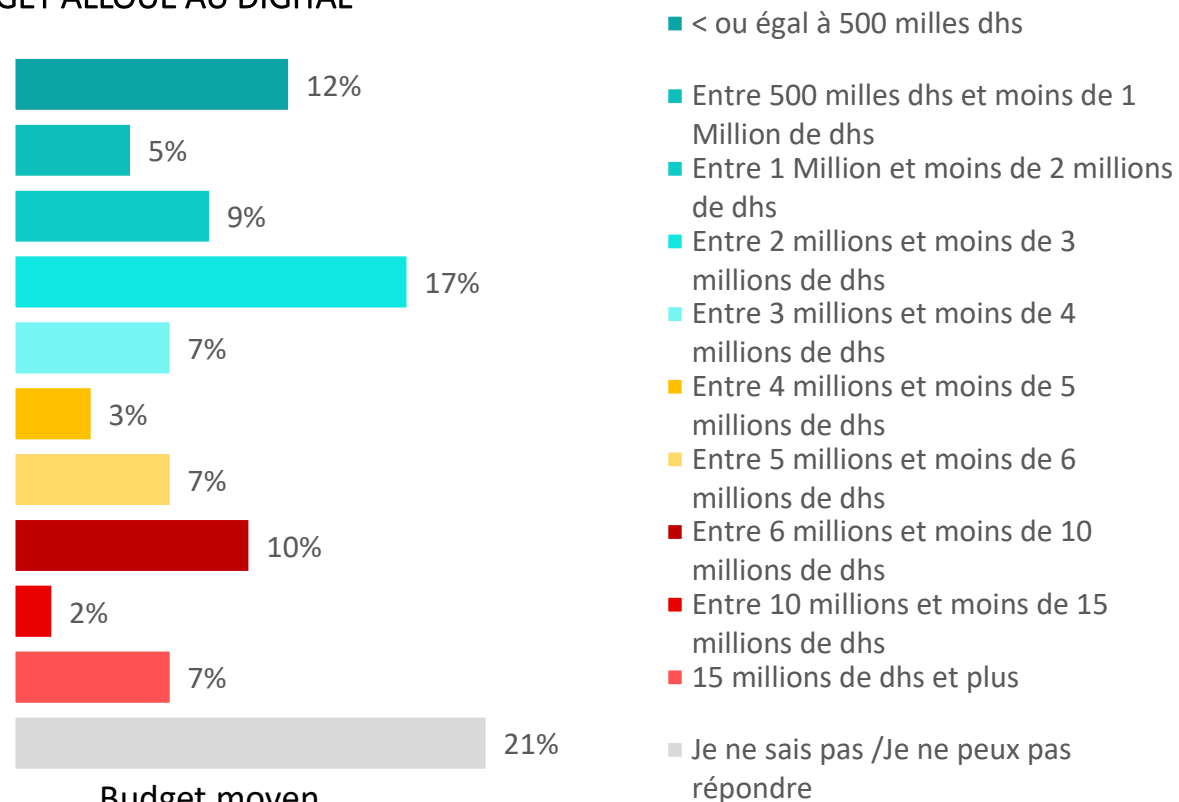
DISPOSENT D'UN BUDGET ANNUEL ALLOUÉ AU DIGITAL



Base : 68

■ Non ■ Oui

LE BUDGET ALLOUÉ AU DIGITAL



Budget moyen
3 512 931 Dhs

Base : 58

Votre entreprise dispose-t-elle d'un budget annuel alloué au digital ?

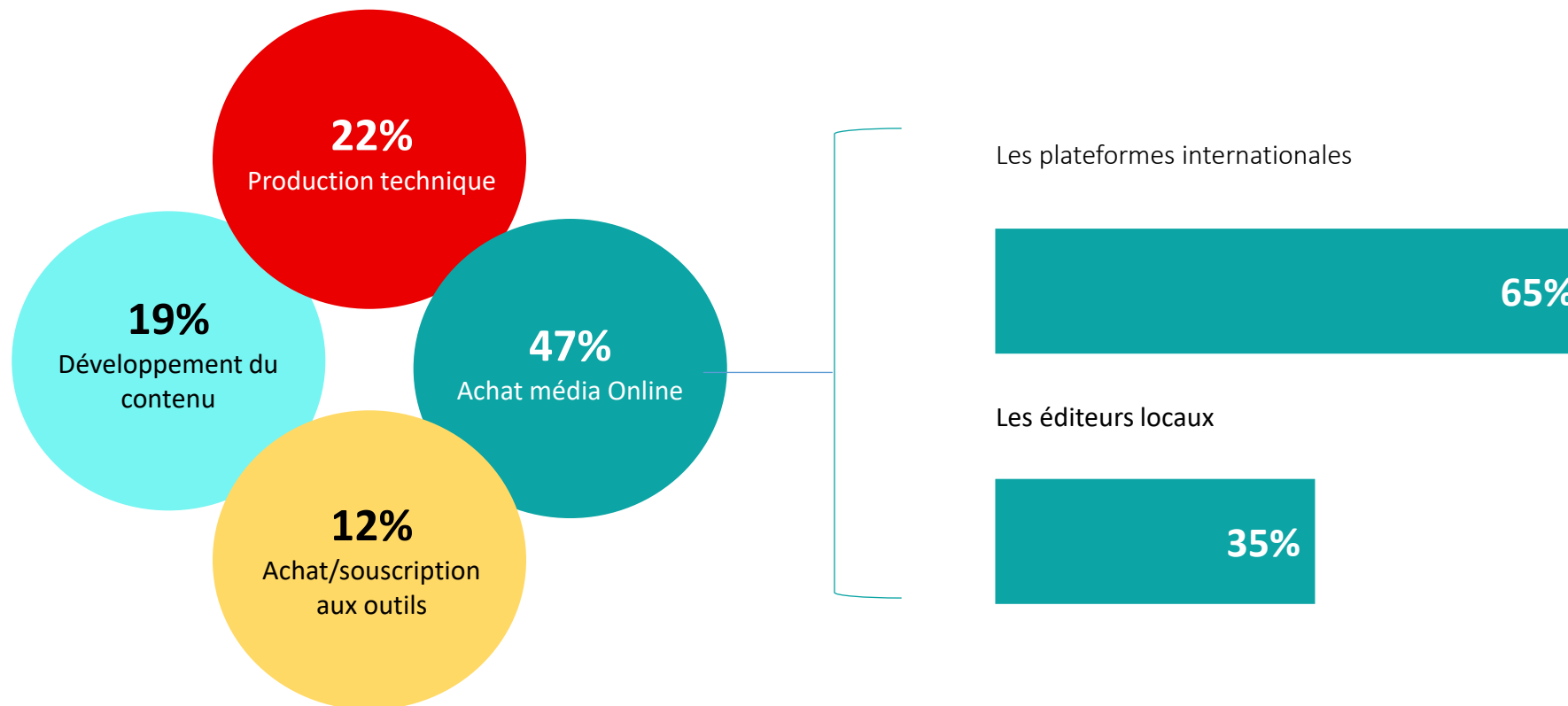
Dans quelle tranche s'est situé le budget annuel alloué par votre entreprise au digital pour l'année 2019 ?



Le budget alloué au digital

Près de la moitié du budget digital est alloué aux achats médias Online. Les 2 tiers de ce budget sont destinés aux plateformes internationales.

RÉPARTITION DU BUDGET



Comment a été réparti le budget que votre entreprise a alloué au digital en 2019 entre ... ?
Comment est réparti le budget alloué par votre entreprise à l'achat média Online entre... ?



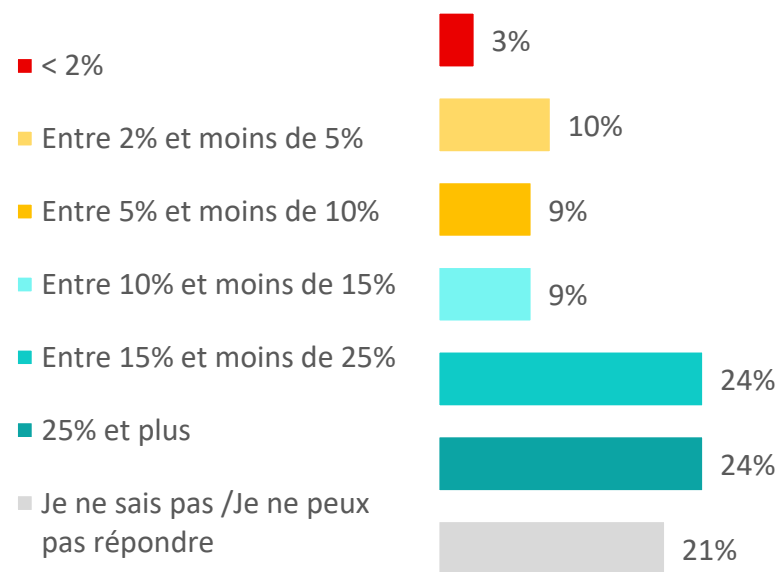
Le budget alloué au digital

Le budget du digital **représente en moyenne 22% du budget marketing**. Une moyenne qui peut **augmenter de 20%** chez les 67% d'annonceurs qui prévoient une augmentation du budget.

BUDGET 2019

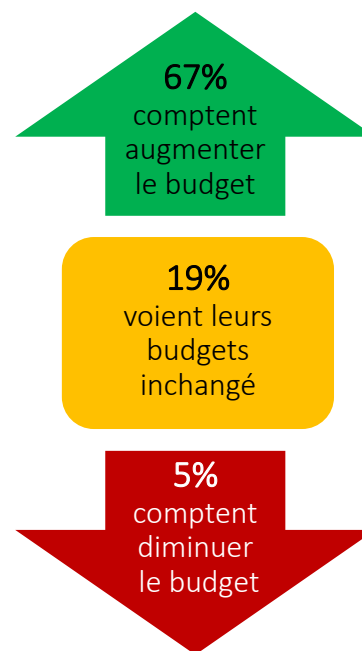
PRÉVISION DE L'ÉVOLUTION DU BUDGET

% D'AUGMENTATION DU BUDGET



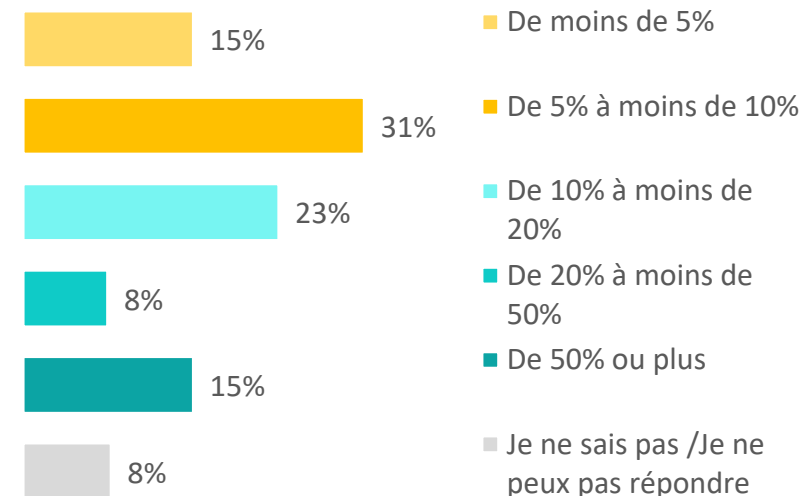
Moyenne : 22%

Base : 58



9% ne savent pas/ne peuvent pas répondre

Base : 58



Moyenne : 20%

Base : 39

Pour l'année 2019, dans quelle tranche s'est située la part du budget allouée au digital par votre entreprise, par rapport au budget marketing et communication ?

Diriez-vous que c'est... ?

Par rapport à 2019, le budget digital 2020 de votre entreprise sera-t-il... ?

En 2020, de combien estimez-vous que le budget digital de votre entreprise va augmenter ?



Ressources liées à la
fonction digitale



Ressources liées à la fonction digitale

Près de la moitié des annonceurs a des ressources qui exercent dans une entité dédiée au digital, celle-ci est généralement rattachée à la direction/département marketing.

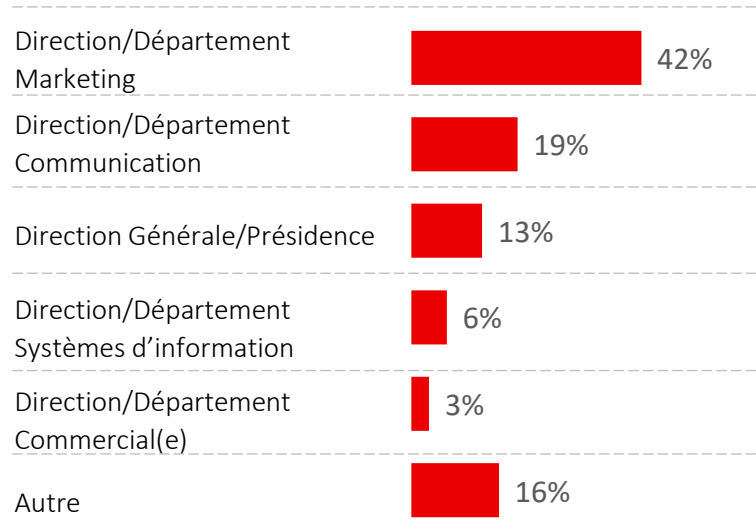


Base : 71



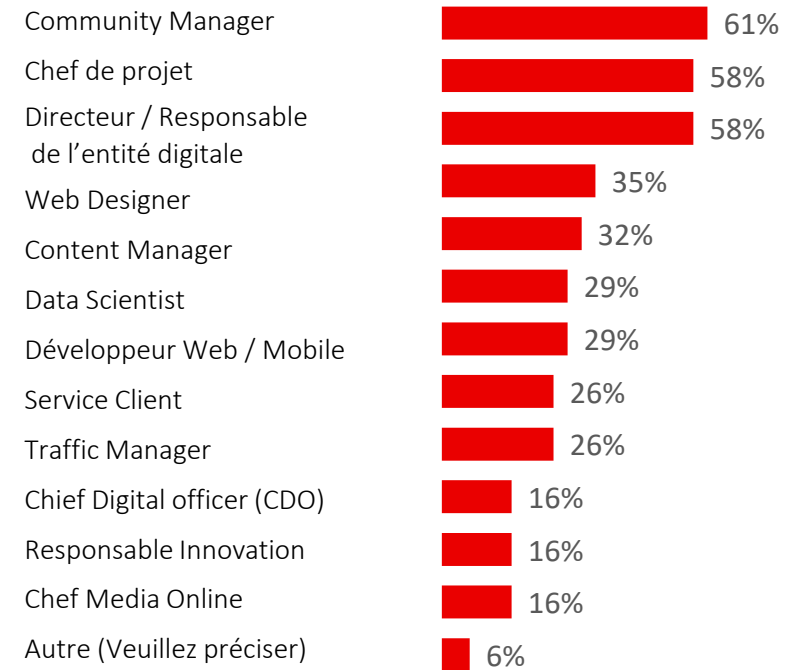
Base : 50

L'ENTITÉ DIGITALE EST RATTACHÉE À :



Base : 31

LES FONCTIONS OCCUPÉES À L'ENTITÉ DIGITALE



Base : 31

Disposez-vous de ressource(s) affectées au digital ?
Diriez-vous que ces ressources affectées au digital... ?

A quelle autre entité est rattachée l'entité digitale au sein de votre entreprise ?

Quelles fonctions, parmi les suivantes, occupent les personnes appartenant à l'entité digitale au sein de votre entreprise ?



Ressources liées à la fonction digitale

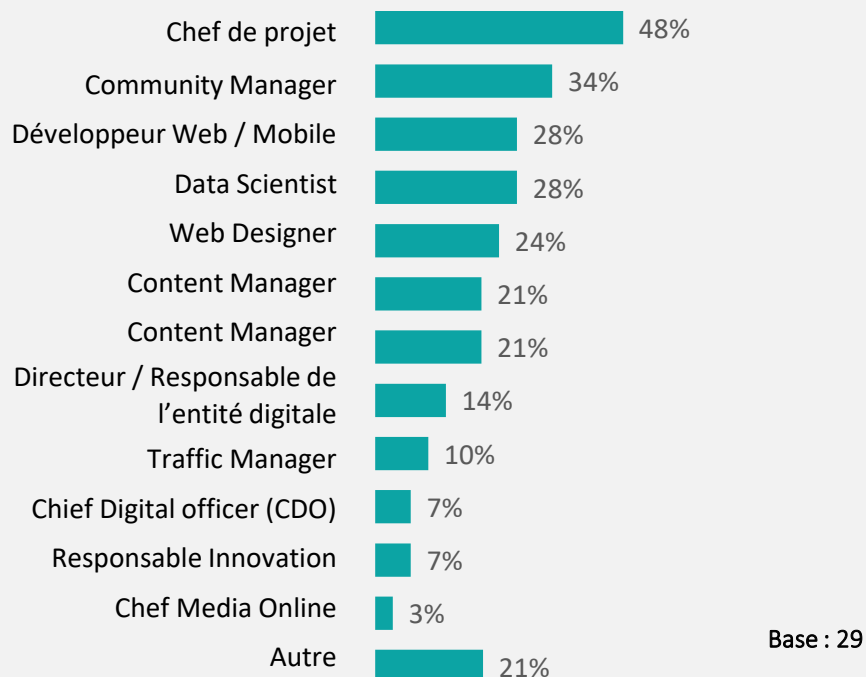
PRÉVISIONS DES RECRUTEMENTS ET FORMATIONS DIGITALES



41% des annonceurs prévoient de recruter des personnes affectées à l'activité digitale

Base : 71

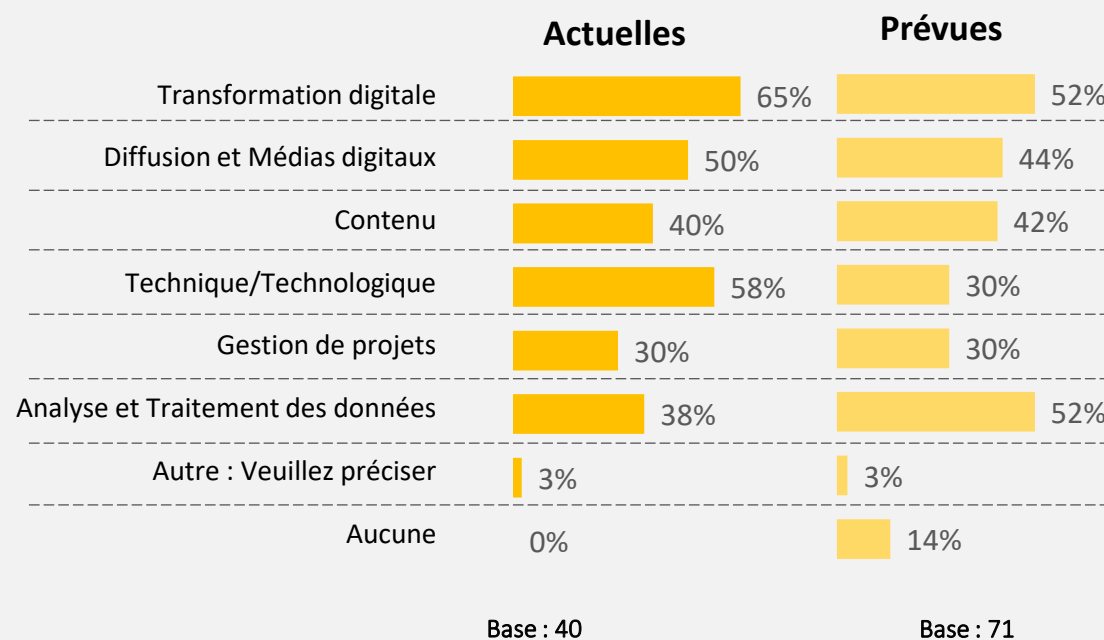
LE TYPE DE PROFIL RECHERCHÉS



59% ont recours à des formations dans le digital

Base : 71

LES THÉMATIQUES DE FORMATION EN DIGITAL



Votre entreprise prévoit-elle de recruter des personnes affectées à l'activité digitale en 2020 ?

Quel(s) type(s) de profils votre entreprise prévoit-elle de recruter ?

Votre organisation a-t-elle recours à des formation(s) dans le digital ?

Quelles sont les principales thématiques de formation en digital auxquelles votre entreprise a-t-elle recours actuellement ?

Quelles sont les principales thématiques de formation en digital auxquelles votre entreprise prévoit-elle d'avoir recours dans le futur ?

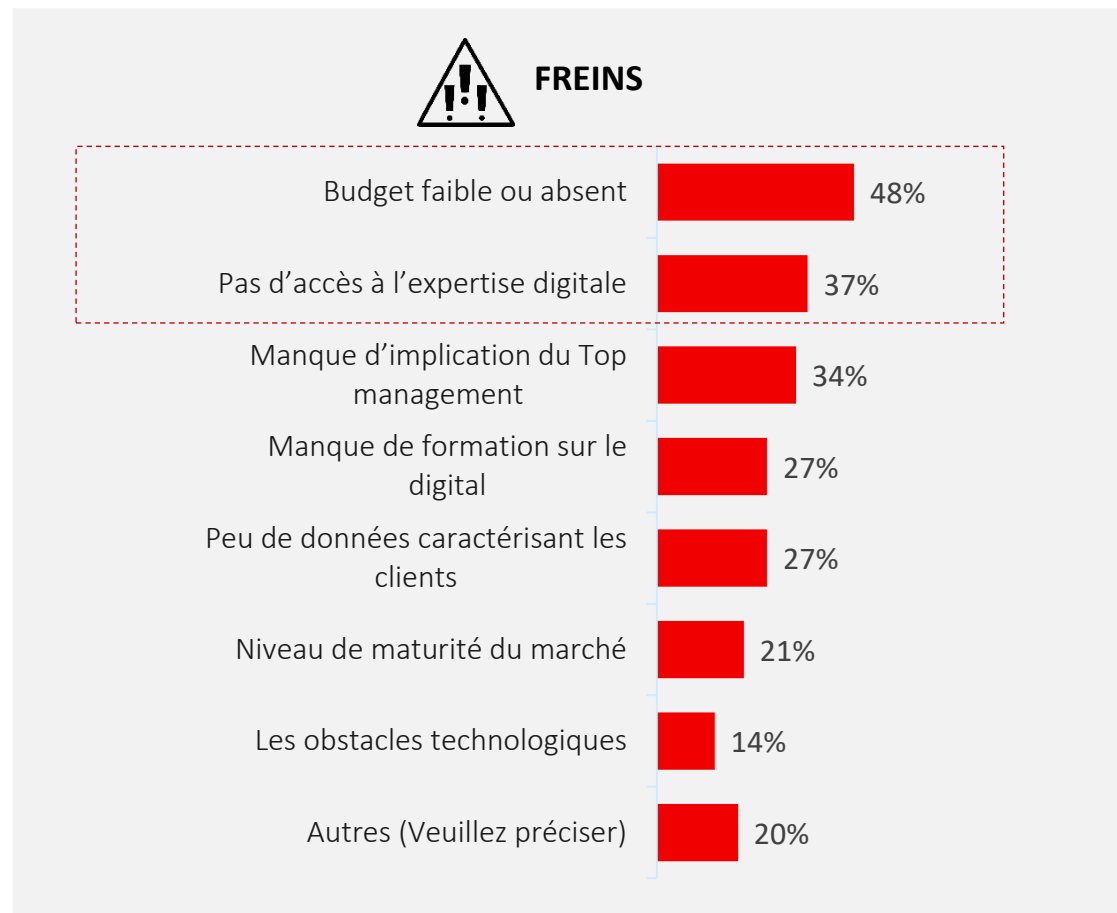
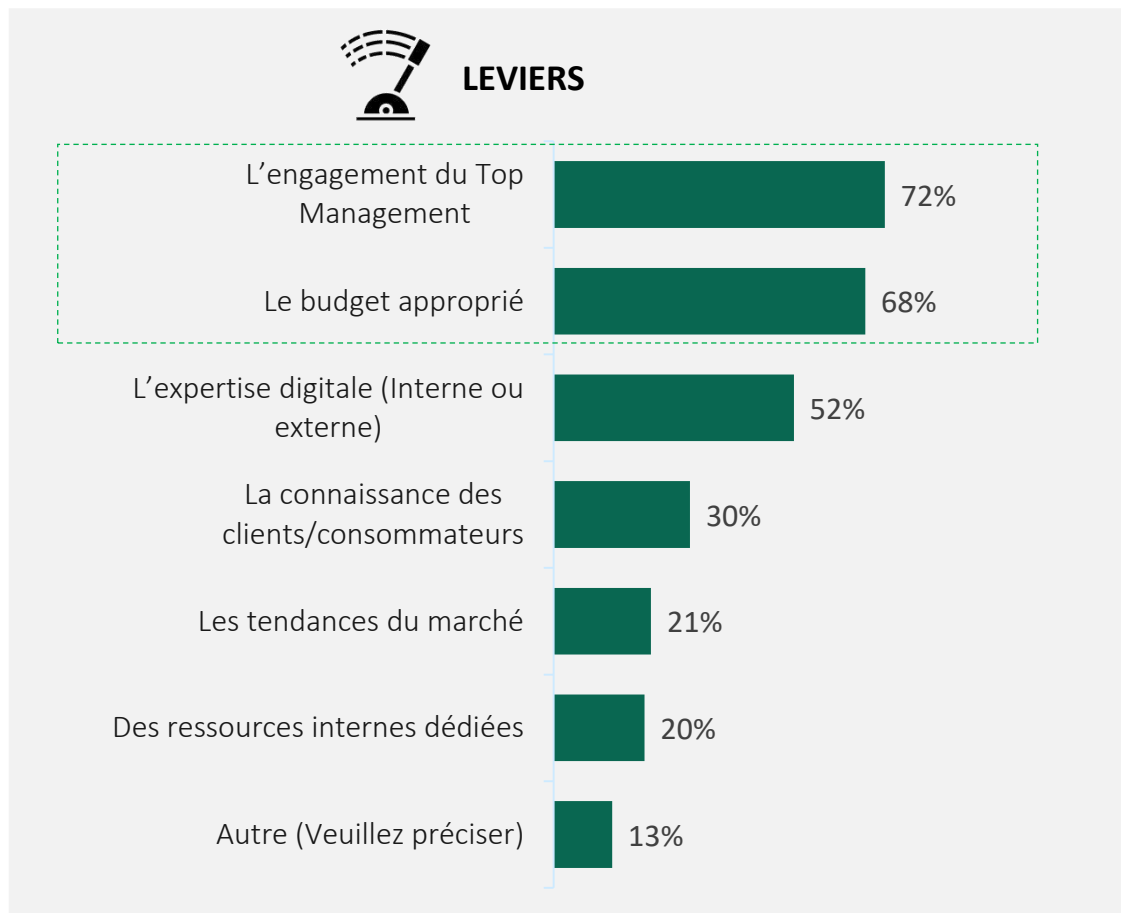


Les facteurs clés de succès
et nouvelle tendances



Les facteurs clés de succès

Pour plus de 2 annonceurs sur 3 , **les principaux leviers** qui facilitent la mise en place d'une stratégie digitale **sont l'engagement du top management et le budget approprié**. **Le budget** est aussi **le principal frein** pour presque **la moitié** des répondants.



Quels sont les 3 principaux leviers facilitant la mise en place d'une stratégie digitale au sein de votre entreprise ?
Quels sont à votre avis les freins à la mise en place d'une stratégie digitale au sein de votre entreprise ?

Base : 71



LES TENDANCES DIGITALES 2020

Communication digitale

Intelligence Marketing

Influence Marketing

CRM

Transformation digitale

Vidéo Content

Marketing Automation

Chatbots

Voice Marketing

Big Data

TikTok

E-commerce

Data Marketing

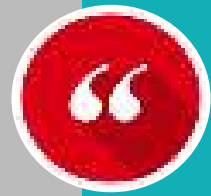
Mobile Apps

Data sourcing

Content Marketing

Trends

Quelles seront, selon-vous, les tendances du digital au Maroc en 2020 ?



Profil des répondants



Profil des répondants



Genre

Hommes	51%
Femmes	49%



Age

Moins de 25 ans	1%
25-34 ans	34%
35-44 ans	41%
45-54 ans	20%
55 ans et plus	4%



Années d'expériences

Moins d'un an	6%
Entre 1 et moins de 3 ans	3%
Entre 3 et moins de 5 ans	6%
Entre 5 et moins de 10 ans	24%
10 ans et 20 ans	46%
Plus de 20 ans	15%



Ancienneté dans l'entreprise

Depuis moins d'un an	14%
Entre 1 et moins de 3 ans	14%
Entre 3 et moins de 5 ans	20%
Entre 5 et moins de 10 ans	31%
Depuis 10 ans ou plus	21%



Profession

Directeur(trice) Marketing/Trade/Communication/ Relations Publiques/Digital	31%
Responsable Marketing/Trade/Communication/ Relations Publiques/Digital	24%
Manager Marketing/Trade/Communication/ Relations Publiques/Digital	23%
CEO	15%
Autres	6%



Ancienneté dans le poste

Depuis moins d'un an	17%
Entre 1 et moins de 3 ans	30%
Entre 3 et moins de 5 ans	23%
Entre 5 et moins de 10 ans	24%
Depuis 10 ans ou plus	7%

39% ont occupé une autre fonction dans le digital au sein d'une autre organisation



Type d'organisation

Entreprise privée	75%
Agence de communication/média	7%
Association	7%
Agence digitale	4%
Ecole	4%
Autres	4%



Années d'expériences

Pendant moins d'un an	7%
Entre 1 et moins de 3 ans	32%
Entre 3 et moins de 5 ans	25%
Entre 5 et moins de 10 ans	32%
Pendant 10 ans ou plus	4%

Base = 71



“opinionway

62 Blvd D'Anfa , 5ième étage, Casablanca

« Notre mission est de permettre à nos clients de comprendre de manière simple et rapide leur environnement actuel et futur, pour mieux décider aujourd’hui, agir demain et imaginer après-demain. »