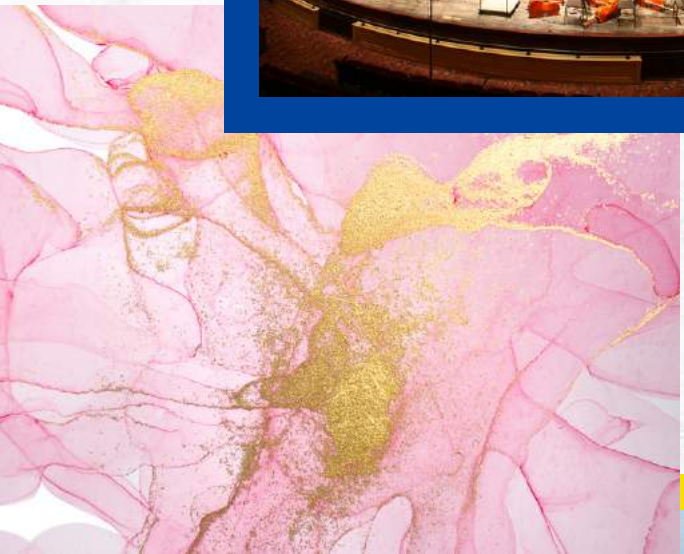
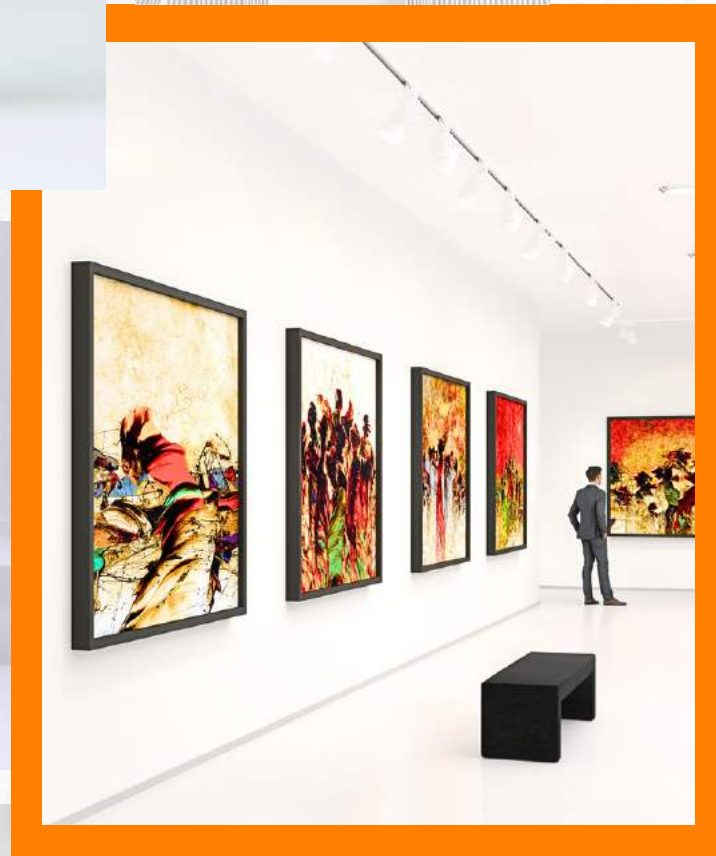
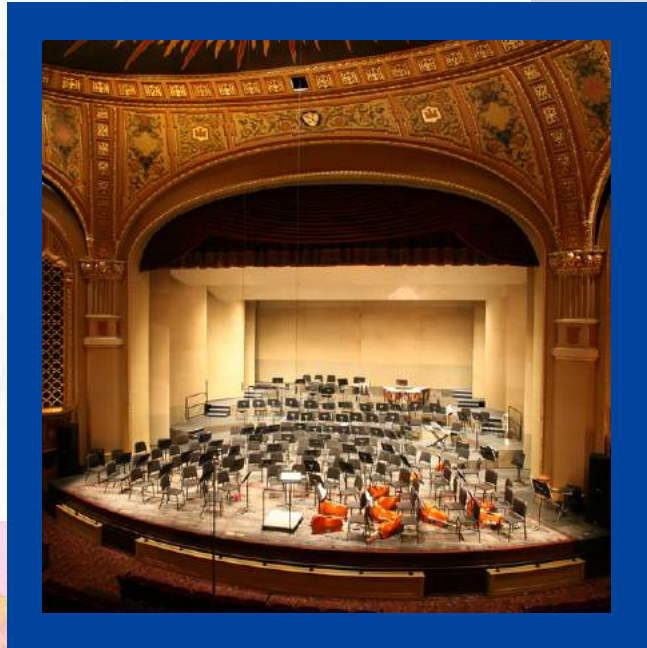


Sublimier l'Art et la Culture avec SAMO Agence Marketing



1. QUI SOMMES-NOUS?
L'agence et sa directrice Myriam
VIJAYA

2. QUE FAISONS-NOUS?
Un marketing 360°

3. COMMENT LE FAISONS-NOUS?
La méthodologie des 4M

4. ILS PARLENT DE NOUS
Missions Art, Culture & Hôtels Agence
Expériences Art, Culture & Hôtels
Myriam
Missions formation

1. QUI SOMMES-NOUS?

1. QUI SOMMES-NOUS?

Une Agence axée sur le Marketing 360° 5.0 et l'Entrepreneuriat

1 **méthodologie** Marketing 360°, les 4 M, incorporant des solutions IA

Interventions dans **plusieurs industries** (hôtellerie, banque, culture et art, aérospatial, construction, bien-être, luxe, Etats, PME, humanitaire)



Une agence **référéncée** partenaire officiel chez Journal des Palaces

Des parutions, dont 1 livre sur la Peinture en Action

6 valeurs: éclectisme et curiosité, bienveillance et authenticité, résilience et esprit entrepreneurial

Consultez le site Internet : www.myriamvijaya.com

1. QUI SOMMES-NOUS?

Myriam VIJAYA, directrice et fondatrice de l'Agence

16 années d'expérience en marketing & business development; consulting et management de projet
(Accenture et Deloitte)

1 licence en Histoire de l'Art
Ecole du Louvre (auditeur libre)
EDHEC Business School et IMD
Lausanne



4 postes de Direction
Marketing/Business development-
hôtellerie de luxe, œnotourisme
avec développement art&culture

**Cours et interventions dans
plusieurs écoles hôtelières**
(Ferrandi Paris, Savignac), de
luxe (ISG Luxury Geneva) et de
marketing (SAWI Lausanne)

Consultez mon LinkedIn: [linkedin.com/in/myriamvijaya](https://www.linkedin.com/in/myriamvijaya)

2. Que faisons-nous?

Nous valorisons votre art

DÉFINITION DE VOTRE
PROPRE IDENTITÉ DE
MARQUE

DEFINITION DE VOTRE
VISION

DEFINITION DE VOS FORCES
ET ATOUTS

DÉFINITION DE VOTRE
HISTOIRE



Nous lançons votre projet culturel

DÉFINITION DE VOS
CLIENTS

DÉFINITION DE VOS
PARTENAIRES

DÉFINITION DE VOS
EXPERIENCES CULTURELLES
& ARTISTIQUES

DÉFINITION DE VOTRE
DISTRIBUTION (DIGITALE ET
TRADITIONNELLE)



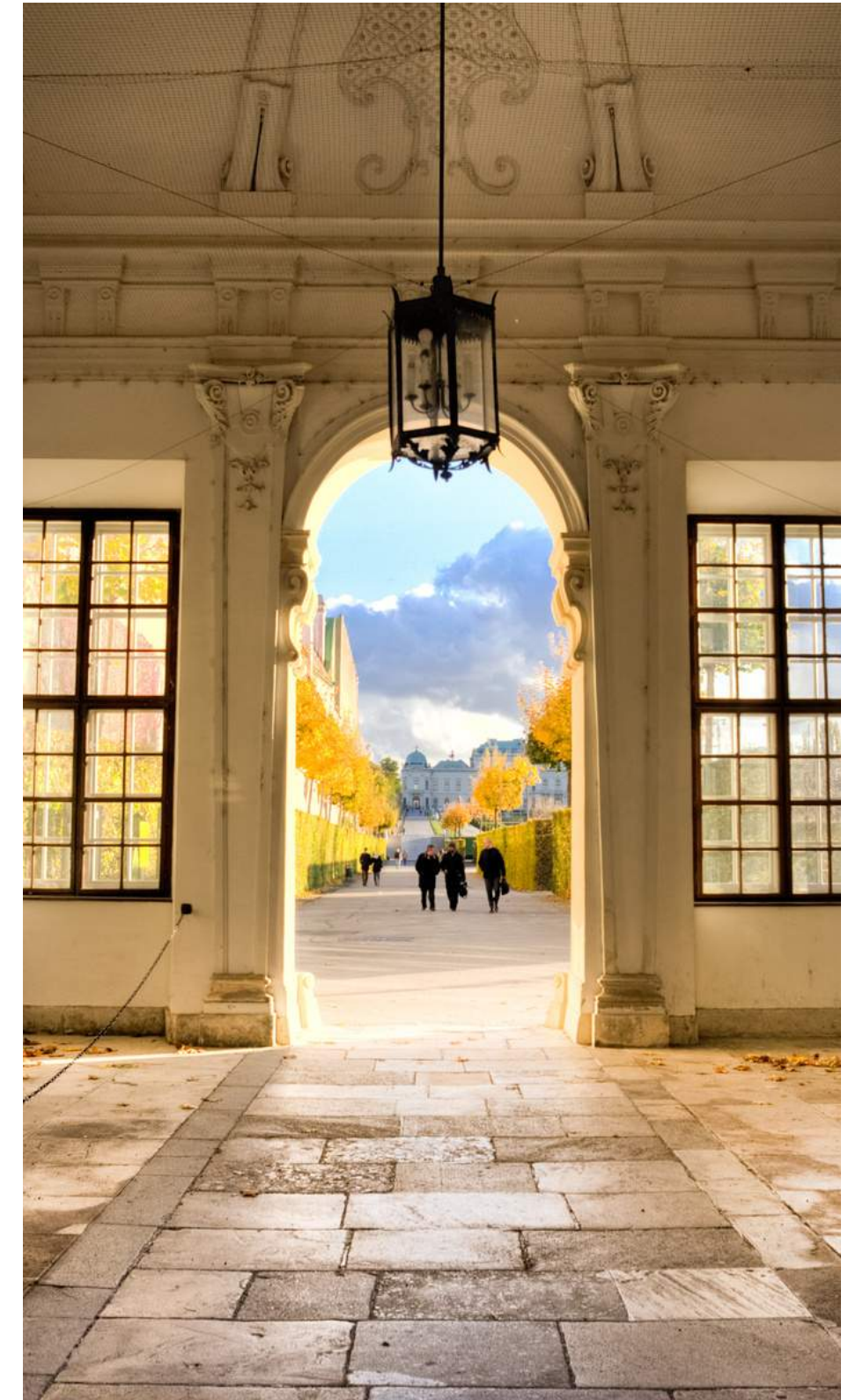
Nous boostons votre visibilité et revenu

DÉFINITION DE CAMPAGNES
OMNICANALES

DÉFINITION DE PLANS
D'OPTIMISATION DE VOTRE
EXISTANT

DÉFINITION DE PLAN DE
SUIVI PRÉCIS

DÉFINITION DE KITS DE
COMMUNICATION SUR-
MESURE



Nous professionnalisons votre MARCOM*

DÉFINITION DE VOTRE
CADRE MARCOM*

DÉFINITION DE VOTRE
PLAN MARKETING

DÉFINITION DE VOTRE
PLANNING EDITORIAL

DÉFINITION DE VOS
PRESTATAIRES ET OUTILS



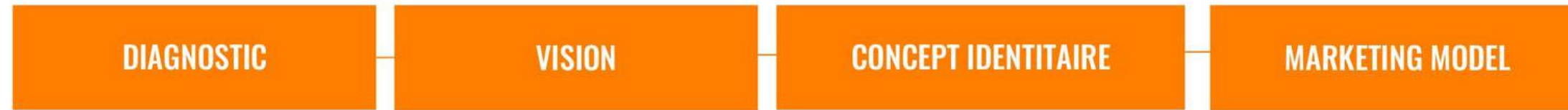
3. Comment le faisons-nous?

METHODOLOGIE : les 4 M du périmètre Marketing

01

MARKETING STRATEGIE

Pour définir ce qui rend votre projet unique



SWOT, études

Une phrase et chiffres
Missions

Identité de marque
(logo, charte graphique, identités verbal et visuelle)

Orientations stratégiques et budget



02

MARKETING TACTIQUE

Pour concrétiser et donner vie à votre projet



Produits, Services, Expériences

Politique de distribution, tunnel d'achat

Website, SM, SEM, emailing, plateformes

KPIS des actions, reporting mensuels et annuel

Segment, Cible, Persona, Positionnement

Presse, Médias, Partenaires, Ventes, Com interne



03

MARKETING OPERATIONNEL

Pour planifier et suivre vos actions de mise en oeuvre



Plan annuel des actions par trimestre

Les différents KITS

POUR UN MARKETING 5.0

04

MARKETING ECO-RESPONSABLE

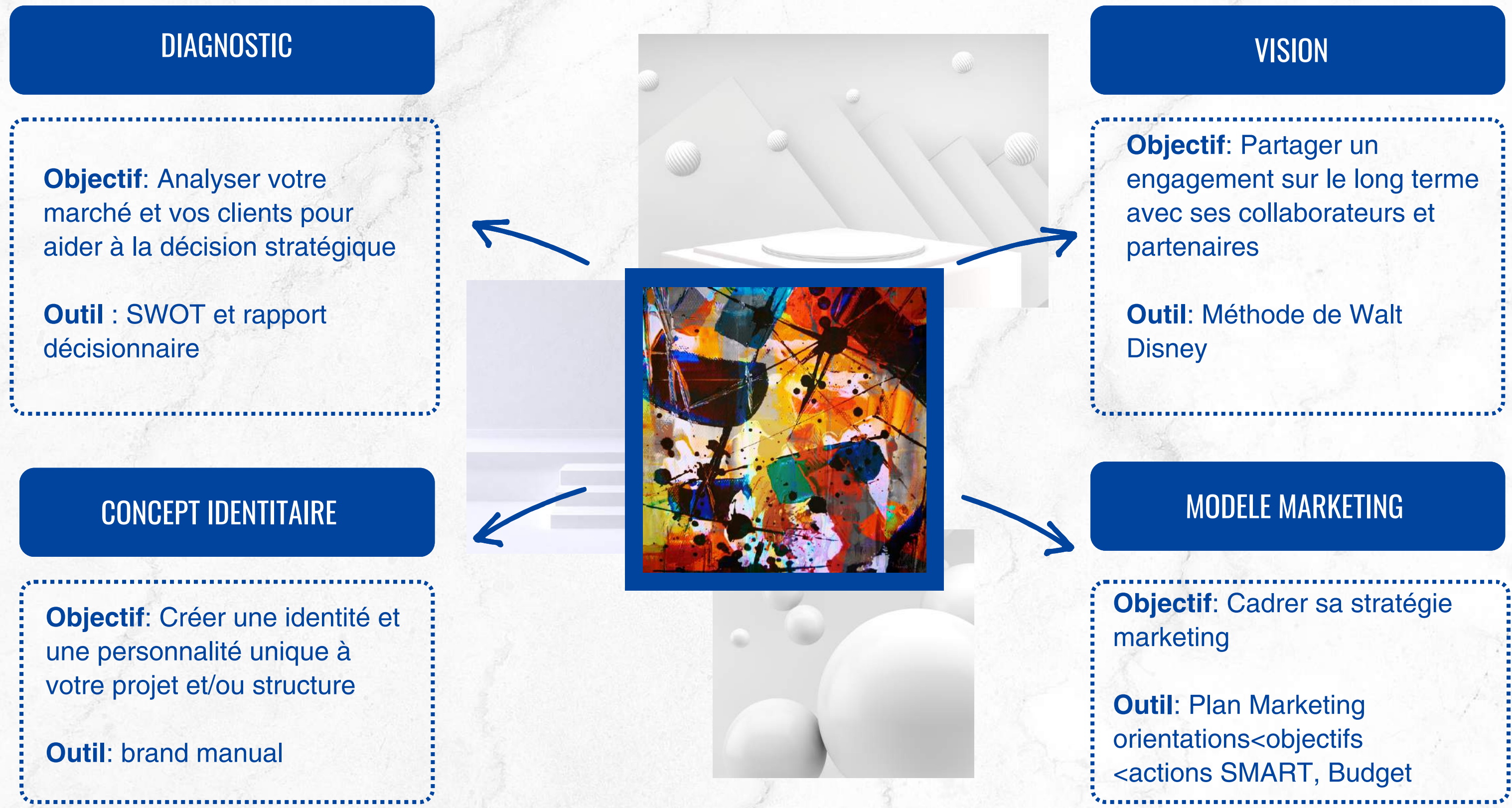
Pour des activités et contenus marketing éco-responsables



RÉDUCTION DE LA CONSOMMATION D'ÉNERGIE DES CONTENUS ET DES ACTIVITÉS MARKETING

L'ANALYSE STRATEGIQUE

Pour définir ce qui rend votre structure UNIQUE - 4 étapes sous forme d'atelier:



LE DÉPLOIEMENT TACTIQUE

La bonne expérience aux bons clients au bon endroit et au bon moment -
4 étapes sous forme d'atelier:

SEGMENTATION et POSITIONNEMENT

Objectif: définir son client-mix
Outil : STP Méthode, fiches Persona complètes

CANAUX MARKETING DIGITAUX

Objectif: Définir les canaux de distribution digitaux
Outils : Template website, stratégie emailing, planning réseaux sociaux, canva.com



OFFRES ET EXPERIENCES

Objectif: Définir son marketing-mix ou 7P
Outil: création d'une expérience complète

CANAUX TRADITIONNELS

Objectif: Définir les canaux de distributions offline
Outils : Analyse partenariats, presse, tunnel d'achat, project plan

L'APPLICATION OPÉRATIONNELLE

**Pour planifier et piloter les activités Marketing
2 étapes sous forme d'atelier:**

PLAN D' ACTIONS MARKETING

Objectif: Planifier, suivre et pilotage la performance des actions marketing

Outil : plan d'actions marketing annuel avec roadmap, budget et reporting

KITS de COMMUNICATION

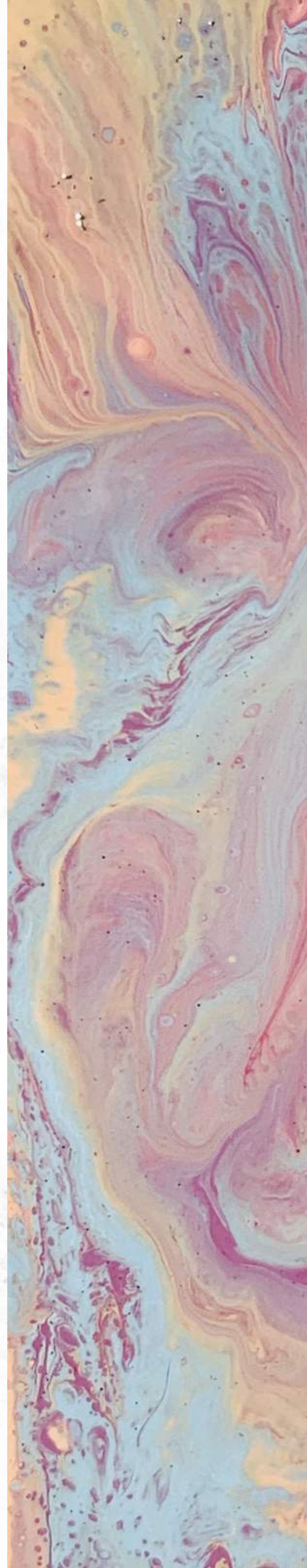
Objectif: Créer un pool de supports de communication impactants

Outil: liste des différents KITS marketing



4. Ils parlent de nous

Clients Art&Culture



Nos clients parlent de nous - missions art&culture

UNI Créa
artmode&dec



L'Agenda
La culture romande
sous tous les angles



Les Malles d'Amouma

STRATEGIE

TACTIQUE

OPERATION



Nos clients parlent de nous - missions art&culture

UNlcrea, salon de l'Art et de la Création en Suisse Romande

Missions principales:

Création d'une expérience UNlcrea plus holistique intégrant de nouvelles propositions, des partenariats et des animations avant, pendant et après le Salon.

- Définition du programme d'activités avant, pendant et après
- Revue du dossier de presse
- Lancement et définition du projet sponsoring
- Captation d'une cible plus élargie et plus qualitative
- Captation de créateurs locaux

Résultats:

- Un programme revisité, avec concours (avant), animations en soirée et scène ouverte/performance (pendant soirée/journée), préparation du projet food truck culturel (après)
- Interviews radio et articles de presse
- Préparation des dossiers sponsoring
- 100 artistes ART MODE DECO plus originaux et locaux, certains à renommée internationale

UNI Créa
art mode déco



Nos clients parlent de nous - missions art&culture



Les Malles d'Amouma

Les Malles d'Amouma est une entreprise littéraire, gérée avec éclectisme par une passionnée de littérature et de poésie, à la plume épique ! Les récits et poésies nous transportent dans un voyage au cœur d'un passé nostalgique, sublime et coloré, hommage à une Histoire qui donne les clés du Présent.

Missions principales:

- Développer le blog littéraire, centre névralgique des activités de l'entreprise et de sa communauté
- Le concevoir de manière à rendre compte de la riche palette des styles et formats littéraires
- Avoir un design aligné avec le concept identitaire de sa commanditaire
- Le blog met en avant les différentes catégories de récit et une présentation simple des articles
- Il intègre discrètement des témoignages de la communauté et une zone de contact avec présentation de l'auteure
- Les mots clés ont été soigneusement choisis pour un référencement SEO puissant

“SAMO a bien compris notre volonté de monter un blog créateur de lien, centre de toutes nos activités et partenariats. Nous voulions une stratégie digitale simple, efficace et empreinte de notre identité. Pari tenu !”, l'équipe de Direction

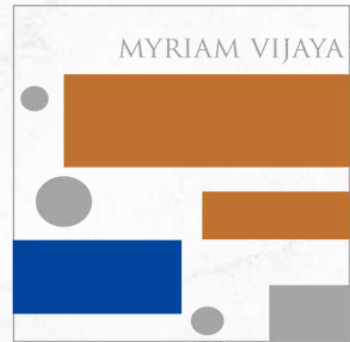
Les résultats sont impressionnants dès les premiers jours du lancement :

- + 60% de trafic sur le blog
- Un flux de commentaires qualitatifs constants
- Une communauté soudée et passionnée
- Le centre de tout le business de l'entreprise
- Un système de parrainage avec des artistes complémentaires pour proposer un contenu culturel complet et holistique



Nos clients parlent de nous - expériences art&culture

Myriam



Hôtellerie de luxe



STRATEGIE



TACTIQUE



OPERATION

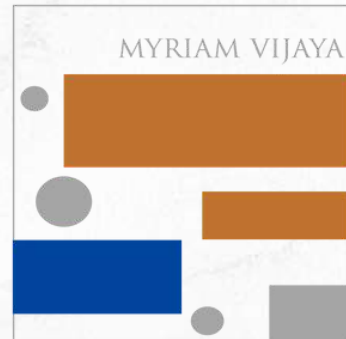


Partenariats artistes
locaux et alliance
française
Stratégie
événementielle et
culturelle

Photoshooting
Exposition artistiques

Nos clients parlent de nous - expériences art&culture

Myriam

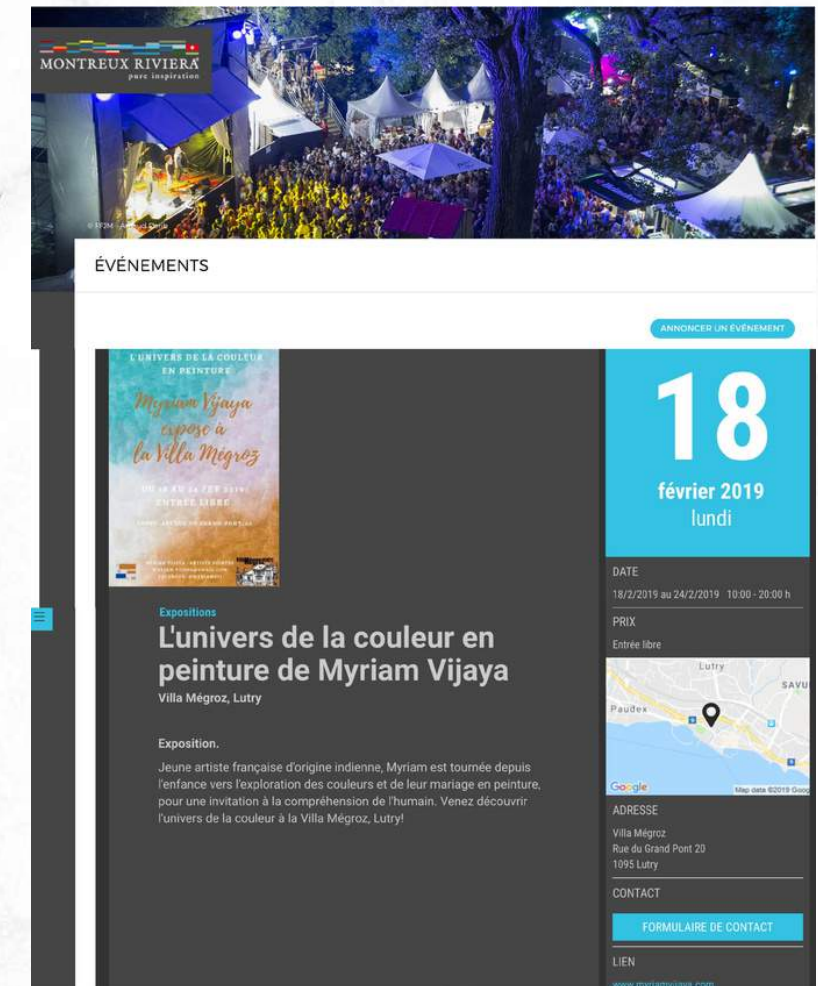


Myriam VIJAYA artiste produit des oeuvres minimalistes non figuratives, explorant les couleurs et leur rapport avec la lumière.

La promesse: atteindre une harmonie qui sera la clé d'entrée en méditation vers notre spiritualité, notre UN, loin des multiples EGOs. C'est donc un voyage vers nous-même que ses tableaux proposent, en véritable expérience d'explorateur.

Les résultats :

- 1 exposition par an, entre art contemporain et art artisanal
- une dizaine de tableaux vendus
- une couverture médiatique nationale suisse
- une base de données fidèles
- un nouveau cycle tout format par an
- catalogue



4. Ils parlent de nous

Clients Hôtellerie de luxe

Nos clients parlent de nous - missions hôtels



Native Land
Collection
Destination France

STRATEGIE

TACTIQUE

OPERATION



Nos clients parlent de nous - missions hôtels



Missions principales:

- Consolidation du marketing de l'ensemble de la Collection d'hôtels 5* en Europe
- Développement du porte feuille d'hôtels avec l'équipe des Sales
- Mise en place du périmètre marketing via les canaux digitaux exclusivement
- Développement des canaux sociaux organiques et publicitaires.
- Optimisation des emailings et base de données
- Animation marketings dans les hôtels via des campagnes omnichannels tout le long de l'année
- Analyse d'expansion sur un nouveau marché clé (USA)

Résultats:

- Lancement et dynamisation de l'ensemble des canaux digitaux, en phase avec une charte graphique minimaliste et épurée
- Taux de trafic du site Internet significatif sur la période
- Visibilité accrue sur les segments loisirs via les emailings
- Dynamisation des réseaux sociaux - segment loisir
- Campagnes croisées entre hôtels de la Collection
- Portefeuille d'hôtels en augmentation croissante
- Création du module Agent Vertu pour le marché USA

"Expertise, disponibilité et flexibilité sont les qualifiants pour l'agence SAMO - cette description succincte est parfaitement en phase avec notre ADN à VERTU Hotels and Resorts.", Gérald Lampaert, Founder and CEO.



Nos clients parlent de nous - missions hôtels



Missions principales:

- Dynamiser le site Internet pour refléter l'ensemble de l'expérience du Saint-Georges Hôtel, Gruyères. Une refonte de la structure du site internet, destinée à mettre en avant l'ensemble de l'expérience hôtelière (chambre, F&B, event, destination)
- Optimiser le canal des emailings. Une planification mensuelle des emailings et un travail de segmentation pour avoir des bases de données propres. Des messages personnalisés envoyés hebdomadairement pour le segment Loisirs
- Booster la visibilité des partenariats MICE (Meetings, Incentives, Conventions and Events). Une stratégie de partenariats avec des acteurs locaux pour apporter plus de visibilité à l'activité MICE

Résultats:

- Un site internet holistique et très facilement compréhensif dès la page d'accueil. Un taux d'inbound réduit et stabilisé pour favoriser la navigation et découverte
- Des réservations en direct de +10% via les emailings
- Des partenariats noués avec les acteurs locaux pour booster le cross-marketing digital: +15% de visibilité pour l'offre MICE

“La culture du résultat de l'agence nous a permis de collaborer avec succès, bien au-delà des objectifs attendus.” Philippe Attia, General Manager



Nos clients parlent de nous - expériences hôtels

Myriam

STRATEGIE

TACTIQUE

OPERATION

ROYAL SAVOY
HOTEL & SPA



CHALET ROYALP
HOTEL & SPA



Starling
HOTELS &
RESORTS



TIERRAS
ATAMISQUE



Nos clients parlent de nous - expériences hôtels

Myriam



ROYAL SAVOY
HOTEL & SPA

Le Royal Savoy Hôtel 6 Spa est un hôtel 5* au coeur de Lausanne, Suisse
Directrice Marketing pendant 2 ans de l'ensemble du périmètre stratégique, tactique et opérationnel en fonction d'une budget marketing et en tenant compte des parties prenantes. Repositionnement du mix client et mix-marketing pendant la période du covid.

"Tout au long de sa mission, Myriam a fait preuve de fiabilité et de polyvalence dans les divers tâches et a démontré d'excellentes capacités rédactionnelles, organisationnelles et relationnelles", la direction du Royal Savoy Lausanne

Le Chalet RoyAlp Hôtel & Spa est un hôtel 5* au coeur de la station de ski suisse Villars-sur-Ollon
Création et développement du département marketing :

- Développement des axes stratégiques : vision (authenticité, personnalisation, digitalisation), mission, branding (positionnement haut de gamme), élargissement sur les marchés internationaux clés
- Développement et pilotage des axes tactiques : création et gestion des canaux marketing dont les canaux digitaux (Website et SEO; Emailing & Newsletters via MailChimp; Réseaux Sociaux) et canaux hors digitaux (relations partenaires, presse, sponsoring) ;
- Content Marketing Management (visuels, textes promotionnels, articles de presse)
- Développement et Pilotage des axes opérationnels : création des supports de communication (traditionnels et digitaux) et de leur contenu en manageant agences et partenaires ; planification des actions sales et marketing
- Missions de consulting marketing pour les hôtels sisters du groupe chinois ayant racheté le RoyAlp
- A la fois pour du B2B (segment Loisirs) et du B2C (segment MICE Meetings, Incentives, Conferences, Exhibitions)

Résultats sur la période: +20% de revenu Sales & Marketing ; canal Website 1er générateur de revenu ; +50% de revenu via canal emailing/newsletter.



Nos clients parlent de nous - expériences hôtels

Myriam



Notre objectif : lancer la partie hébergement de luxe dans un sublime domaine oenotouristique haut de gamme en Argentine, comprenant une bodega, un golf 9 trous, un restaurant gastronomique et des activités outdoor. La stratégie fut de créer une expérience oenotouristique argentine complète en jouant sur un mix Loisirs domestique et international couplé avec un segment affaire à la marge mais existant.

Lancement et développement de la filière Oenotourisme:

- Développement marketing : création image, positionnement de la marque, gestion des canaux digitaux (site Internet, Community Management, emailing & Newsletters) et canaux hors digitaux (relations partenaires, presse, sponsoring) ; plan d'actions marketing ; définition de l'offre marketing ; création des outils de communication avec les agences de communication
- Gestion commerciale : coordination des ventes ; création et suivi de la stratégie de vente (définition, reporting, réajustement, portefeuille clients, prospection)
- Coordination tourisme: coordination de l'activité de chaque département ; réception ; accueil des clients
- Event Management: stratégie événementielle (sport, gastronomie, culture)

Résultats sur la période: + 50% de revenue sur la 1ère année; + 20% sur la 2ème; forte visibilité nationale et internationale.

"Ancien vice-président de Accor, j'ai pu collaborer 2 ans avec Myriam Vijaya. Elle a été dans mon domaine viticole Atamisque Directrice du Tourisme et de son développement, en charge de mon hôtel boutique lodge 5*, du restaurant gastronomique, du golf et des visites de ma bodega tout en assurant la stratégie marketing et vente. Elle a fait un travail remarquable avec beaucoup d'imagination, un éternel sourire et un esprit out-of-the-box orienté business." John du Monceau, Vice-President Hospitality.

TIERRAS
ATAMISQUE

4. Ils parlent de nous

Missions de formation

Nos clients parlent de nous - missions de formation

FERRANDI
PARIS

 ÉCOLE DE
SAVIGNAC
Management & Hospitalité

ISG
LUXURY
GENEVA

- ❑ Ecole de Savignac – Marketing et Hôtellerie de Luxe – Bachelor 3
- ❑ Ferrandi Paris– Marketing et Hôtellerie de Luxe – Bachelor 2&3 ; coaching de concours : coaching entrepreneuriat de projets hôtel et F&B
- ❑ ISG Luxury Geneva – Marketing de luxe, BA1, 2 et 3
- ❑ SAWI – Marketing et Sport - Bachelor 3

Nos clients parlent de nous - missions de formation

“ Une semaine enrichissante et très intéressante!
C'est passionnant de voir comment le marketing peut façonner l'expérience de nos clients, raconter l'histoire de notre établissement et créer une image de marque inoubliable. ”
Etudiant en Bachelor 3, Ecole de Savignac

“ Une intervenante réellement à l'écoute. Patiente et éducative dans sa manière d'enseigner. Un cours pratique très professionnel qu'on pourra utiliser dans nos vies professionnels futures concrètement. ”
Etudiant en Bachelor 3, Ecole de Savignac

“ Tout d'abord, au nom de l'équipe, je vous adresse un grand MERCI pour votre accompagnement sur ces deux mois de compétitions. Ce fut un réel plaisir de vous avoir en coach. ”
Etudiants en Bachelor 3, concours, Ferrandi Paris

“ Et un très grand merci à Myriam qui vous a accompagné avec beaucoup de professionnalisme et de dynamisme. Responsable des programmes Bachelors, ”
Ferrandi Paris

“ Très intéressant et avec un accompagnement réel de la part de l'intervenant.
La mise en pratique très concrète avec le projet du wine luxury chateau.
Intéressant au niveau de la répartition du travail lors des journée, cours très pertinent et très bon outils.
L'intervenante est très intéressante et sait conseiller ”
Etudiants en Bachelor 3, Ecole de Savignac

Contactez-nous



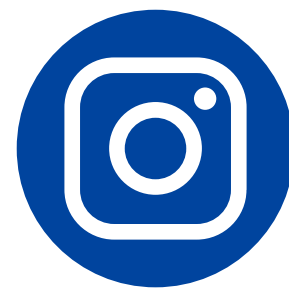
Pour une première consultation gratuite!

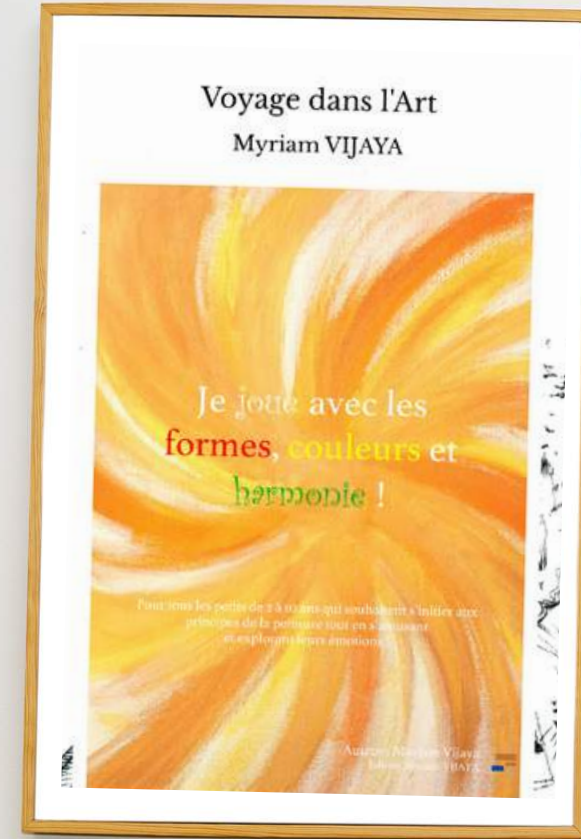
Myriam VIJAYA

+41 78 848 00 90 | +33 6 67 98 98 86

samoagencemarketing@gmail.com

www.myriamvijaya.com





Portfolio