

Ecobank RDC (ECD)

**Appel d'offres
DEMANDE DE PROPOSITION
ECD/011/RFP/2025**

Mars 2025

Invitation

Chère madame/Cher monsieur,

Nous avons l'honneur de vous inviter à soumettre une offre pour la **fourniture de services Marketing ATL (« Above The Line ») et BTL (« Below The Line »)** pour le compte d'Ecobank RDC.

Dans ce cadre, nous recherchons des prestataires expérimentés, capables de proposer des stratégies et actions de communication alignées sur nos objectifs de visibilité et notoriété. Les propositions devront répondre aux exigences détaillées dans le cahier des charges, en intégrant les meilleures pratiques du secteur.

Pour évaluer les services proposés, nous examinerons l'exhaustivité et la conformité de chaque soumission, ainsi que la capacité de la proposition à satisfaire les exigences de l'appel d'offres et des annexes détaillant les besoins de la Banque.

Seules les soumissions répondant pleinement aux exigences et offrant la meilleure valeur ajoutée seront présélectionnées. Toute offre incomplète ou ne satisfaisant pas aux critères d'évaluation sera rejetée.

Veuillez noter qu'Ecobank RDC n'est pas tenue d'accepter une offre ou de présélectionner une soumission, ni de conclure un contrat. En outre, la Banque ne pourra être tenue responsable d'un quelconque coût associé à la préparation, l'envoi ou la mise en œuvre de votre offre, quel que soit le résultat de l'appel d'offres ou la procédure de sélection suivie. Les exigences du cahier de charges sont détaillées dans ce document. Ci-après le calendrier des différentes étapes :

Evènements	Échéances*
Publication de l'appel d'offres	05 mars 2025
Questions/Clarification des soumissionnaires	Dès publication
Date limite de l'envoi des soumissions	12 mars 2025

**Ces dates sont indicatives et susceptibles de modifications à tout moment. Ecobank RDC se réserve le droit d'ajuster les étapes et échéances jusqu'à la sélection finale.*

Pour toute demande de clarification, veuillez adresser vos questions à ECD-RFP@ecobank.com, en précisant dans l'objet du message : "**ECD/011/RFP/2025 – [Nom de votre société]**".

Les offres doivent être envoyées aux adresses précisées à l'Annexe_3 ou au point 3.1 avant la date de clôture indiquée dans les documents de l'appel d'offres.

Nous attendons vos soumissions avec intérêt et vous remercions de l'attention portée à cette opportunité de collaboration avec Ecobank RDC.

Bien cordialement,

Samuel MULUMBA
Responsable des Services Généraux



Thierry MAKWALA
Directeur des Opérations

Table des matières

Invitation.....	2
1. INTRODUCTION	4
1.1. A PROPOS DE ECOBANK.....	4
1.2. CONTEXTE	4
1.3. OBJECTIF	5
1.4. PRESTATIONS ATTENDUES	5
1.5. PROFIL RECHERCHE.....	7
1.5.1. ATL – Marketing Digital.....	7
2. SOUMISSIONS ET CRITERES EVALUATION.....	10
2.1. SOUMISSIONS.....	10
2.2. EVALUATION.....	10
3. ADMINISTRATION DE L'APPEL D'OFFRES (CONDITIONS GENERALES)	12
3.1. ENVOI DES SOUMISSIONS	12
3.2. PERIODE DE VALIDITE DES SOUMISSIONS.....	13
3.3. PROCEDURE D'EVALUATION ET NOTIFICATION DU SOUMISSIONNAIRE	13
3.4. ATTRIBUTION DU MARCHE.....	13
3.5. UTILISATION ET DIVULGATION DES INFORMATIONS	13
3.6. DECLARATION JURIDIQUE.....	14
3.7. ÉTHIQUE	14
3.8. ACCEPTATION DES MODALITES	14
ANNEXES.....	15
ANNEXE 1 : FORMULAIRE DE SOUMISSION D'OFFRE TECHNIQUE	15
ANNEXE 2 : ANTÉCÉDENTS ET EXPÉRIENCES.....	15
ANNEXE 3 : ADRESSE ET CALENDRIER DE DEPÔT DES OFFRES	15

1. INTRODUCTION

1.1. A PROPOS DE ECOBANK

Ecobank Transnational Incorporated (ETI), société anonyme et société mère du Groupe Ecobank, a été fondée sous forme de holding en 1985 dans le cadre d'une initiative du secteur privé menée par la Fédération des Chambres de commerce et d'industrie d'Afrique de l'Ouest, avec l'appui de la Communauté Economique des États d'Afrique de l'Ouest (CÉDEAO).

Première banque panafricaine aujourd'hui, Ecobank est présente dans 36 pays du continent. Elle est plus présente en Afrique que toute autre banque du monde. Le double objectif d'Ecobank Transnational Incorporated est de consolider ses activités en tant que banque panafricaine moderne et de participer au développement économique et à l'intégration financière du continent.

Ecobank possède un avantage naturel, avec ses compétences bancaires panafricaines inégalées, acquises au cours des 30 dernières années. S'appuyant sur sa vaste présence géographique, ses compétences et ses performances, la banque a la volonté de proposer un rendement durable et de jouer un rôle catalyseur dans la transformation de l'Afrique. Elle continue de jouer un rôle essentiel, en tant que pionnier reconnu de l'intégration financière et des services bancaires inclusifs.

Pour plus d'informations sur le Groupe Ecobank, veuillez consulter notre site Web à l'adresse www.ecobank.com

1.2. CONTEXTE

Ecobank RDC, l'une des principales filiales du groupe Ecobank, est présente en République Démocratique du Congo depuis 2008. Avec un bilan total d'environ 700 millions de dollars, la banque dessert une clientèle variée, composée d'entreprises locales et multinationales, d'organisations publiques, d'ONG et de particuliers, via un réseau d'agences à travers le pays.

Pour renforcer sa visibilité et optimiser l'adoption de ses produits et services, Ecobank RDC souhaite mettre en place une stratégie marketing intégrée, combinant des actions Above The Line (ATL) et Below The Line (BTL). D'une part, la banque ambitionne d'améliorer sa présence en ligne et d'accroître la notoriété de sa marque à travers des stratégies de marketing digital performantes. D'autre part, elle souhaite optimiser son interaction directe avec les consommateurs en développant des expériences terrain engageantes, afin de favoriser l'adoption de ses produits et services de manière efficiente.

Dans cette optique, Ecobank RDC cherche à recruter une ou plusieurs agences spécialisées capables de concevoir et d'exécuter des stratégies marketing adaptées à ses objectifs, en maîtrisant à la fois les canaux numériques et les actions terrain. L'agence retenue devra ainsi assurer une présence en ligne optimale, améliorer l'engagement client et convertir efficacement les leads en clients, tout en mettant en œuvre des campagnes terrain percutantes pour maximiser l'impact des offres de la banque.

1.3. OBJECTIF

L'objectif de cet appel d'offres est de sélectionner une ou plusieurs entreprises spécialisées en marketing, capables de mettre en œuvre des stratégies **Above The Line (ATL)** et **Below The Line (BTL)** adaptées aux besoins d'Ecobank RDC.

L'agence retenue devra :

- **Pour le marketing digital (ATL) :**
 - Développer et exécuter des stratégies digitales efficaces.
 - Créer des contenus digitaux adaptés au contexte congolais.
 - Accroître l'engagement des clients sur les différentes plateformes.
 - Optimiser la conversion des prospects en clients.
 - Mesurer et suivre les performances des campagnes digitales.
 - Assurer une gestion complète du contenu digital.
 - Gérer l'image des exécutifs de la banque sur les canaux numériques.
- **Pour les actions terrain (BTL) :**
 - Développer et exécuter des actions marketing concrètes et efficaces pour promouvoir les produits et services d'Ecobank.
 - Renforcer la visibilité de la marque, notamment auprès des segments cibles peu ou mal informés des offres de la banque.
 - Collaborer avec le service marketing pour élaborer et exécuter des stratégies adaptées aux spécificités du marché congolais.
 - Mettre en œuvre des actions créatives et impactantes dans le respect du budget annuel fixé par la banque.

L'agence devra démontrer une expertise avérée dans ces domaines et proposer des solutions innovantes et mesurables pour maximiser l'impact des actions marketing d'Ecobank RDC.

1.4. PRESTATIONS ATTENDUES

Les entreprises soumissionnaires devront proposer des actions couvrant les stratégies digitales (**ATL**) et/ou les actions marketing terrain (**BTL**) afin d'optimiser la visibilité et l'engagement des clients d'Ecobank RDC.

1.4.1. Marketing Digital (ATL)

L'agence devra développer et mettre en œuvre une stratégie digitale complète en intégrant les éléments suivants :

- **Stratégie digitale**
 - Élaboration de stratégies digitales globales (SEO, SEM, marketing d'influence, etc.).
 - Mise en place de campagnes personnalisées pour accroître la notoriété de la marque.

- Analyse et optimisation des canaux existants (réseaux sociaux, site web, applications mobiles).
- **Gestion des médias sociaux**
 - Création et gestion de campagnes publicitaires sur Facebook, Instagram, LinkedIn, Twitter, etc.
 - Animation des pages et gestion des communautés.
 - Production de contenus attractifs et engageants (visuels, vidéos, articles).
- **SEO et SEM**
 - Optimisation du référencement naturel (SEO) du site web et des pages de produits/services.
 - Mise en œuvre de campagnes payantes (Google Ads, publicités sur les réseaux sociaux) pour améliorer la visibilité.
- **Email Marketing**
 - Développement de stratégies d'emailing ciblées (newsletters, offres promotionnelles).
 - Gestion et segmentation de la base de données clients pour des campagnes personnalisées.
- **Suivi et Reporting**
 - Analyse des performances via des outils spécialisés (Google Analytics, rapports réseaux sociaux).
 - Reporting détaillé avec recommandations pour l'optimisation des actions entreprises.

1.4.2. Marketing Terrain (BTL)

L'agence devra proposer des actions de marketing terrain efficaces pour promouvoir les produits et services de la banque :

- **Actions BTL**
 - Animation terrain : acquisition, démonstration des produits et services, communication directe avec les clients.
 - Organisation d'événements et activations promotionnelles.
 - Recrutement et gestion des équipes de terrain.
 - Production et déploiement de supports promotionnels.
 - Élaboration de stratégies d'acquisition et de fidélisation client.
- **Planification et Suivi**
 - Élaboration d'un plan d'activité terrain annuel, prenant en compte la segmentation du marché, les spécificités régionales et les besoins d'Ecobank.

- Suivi et reporting régulier sur l'impact des actions menées, avec des indicateurs de performance définis pour mesurer le retour sur investissement (ROI).

Les agences candidates devront démontrer leur expertise et proposer des approches innovantes pour répondre aux objectifs d'Ecobank RDC.

1.5. PROFIL RECHERCHE

1.5.1. ATL – Marketing Digital

Expérience et Réputation

- L'agence doit être présente depuis **au moins 5 ans** sur le marché congolais et avoir une expérience significative dans la gestion de projets de **marketing digital** pour des entreprises de grande envergure.
- Réputation irréprochable, sans antécédents de litiges ou de controverses notables.

Expertise Technique

- Maîtrise des stratégies digitales : **SEO, SEM, SMM (Social Media Marketing), email marketing**, et autres techniques de marketing numérique.
- Références clients solides, de préférence dans le secteur bancaire ou d'autres secteurs d'envergure.

Présence et Couverture

- L'agence doit pouvoir démontrer sa capacité à opérer à **l'échelle nationale en RDC** et offrir des services adaptés aux spécificités locales.

1.5.2. BTL – Marketing Terrain

Expérience et Réputation

- L'agence doit être présente depuis **plus de 5 ans** sur le marché congolais.
- Expertise reconnue dans le domaine du **marketing terrain (activations, événements, campagnes de proximité, gestion d'équipes de terrain, etc.)**.
- Expérience avérée avec des **marques d'envergure nationale ou internationale**.
- Réputation irréprochable, sans antécédents de litiges ou de controverses.

Présence et Couverture

- Capacité démontrée à **déployer des actions dans toutes les provinces** du pays.
- Liste des villes où l'agence a une **présence directe** ou des **partenariats locaux**.

Stabilité Financière

- Justification d'une **stabilité financière** permettant de gérer l'ensemble des actions demandées, sans nécessité de préfinancement de la part du client.

1.6. EXIGENCES TECHNIQUES

1.6.1. ATL – Marketing Digital

Présentation du Département Digital

- Description détaillée du département digital de l'agence, incluant les **membres clés de l'équipe**, leurs **qualifications** et expériences.
- Références de **projets similaires**, accompagnées de résultats mesurables.

Plan d'Action Digital

- Proposition détaillée d'un **plan d'action** pour Ecobank RDC, avec des **objectifs clairs et mesurables**.
- Détails des **canaux numériques** proposés (réseaux sociaux, SEO, publicité en ligne, etc.) et des **approches marketing adaptées** au marché congolais.

Outils et Plateformes Utilisées

- Liste des **outils et technologies** utilisés pour la gestion des campagnes digitales (création de contenu, analyse de performance, gestion des publicités, etc.).

Suivi et Reporting

- Définition des **KPI (Indicateurs Clés de Performance)** pour mesurer le succès des campagnes et garantir un **retour sur investissement**.
- Fréquence des **rapports** et des **réunions de suivi** avec Ecobank.

1.6.2. BTL – Marketing Terrain

Présentation du Département BTL

- Présentation détaillée du département BTL, incluant des **références sur des projets similaires**.
- Description des **méthodologies employées** et des résultats obtenus.

Plan d'Action BTL

- Proposition détaillée d'un **plan d'action** pour Ecobank avec une **répartition des activités** selon les priorités définies par la banque.

Gestion des Équipes de Terrain

- Détail des **ressources humaines** affectées à la gestion des équipes de terrain : leur **nombre, qualifications et expertise**.

Outils et Matériel

- Liste des **outils et équipements** que l'agence mettra à disposition pour assurer la bonne exécution des actions BTL.

1.7. GESTION CLIENT

1.7.1. ATL – Marketing Digital

L'agence devra démontrer sa capacité à gérer un client tel qu'Ecobank en détaillant :

- **L'organisation et les ressources humaines** affectées spécifiquement à ce projet.
- **Les méthodes de suivi des actions** : réactivité, proactivité et production de **rapports de performance**.
- **Le type de relation client** proposé (réunions régulières, appels, rapports d'avancement).

1.7.2. BTL – Marketing Terrain

L'agence devra démontrer sa capacité à gérer un client tel qu'Ecobank en précisant :

- **L'organisation et les ressources dédiées** à ce projet.
- **La réactivité et la proactivité** dans le suivi des actions.
- **Les rapports réguliers**, leur format et la manière dont les résultats seront mesurés.

2. SOUMISSIONS ET CRITERES EVALUATION

2.1. SOUMISSIONS

Les soumissionnaires devront présenter un dossier technique complet, incluant les pièces administratives suivantes :

2.1.1. Pièces administratives

Les documents administratifs suivants doivent accompagner le dossier de soumission :

- Statuts
- Identification Nationale,
- Extrait du Registre du Commerce et du Crédit Mobilier,
- Avis d'assujettissement à la TVA,
- Numéro d'Identifiant Fiscal,
- Relevé de l'Identité Bancaire (RIB)

2.1.2. Capacité financière :

Une brève description de la solidité financière de l'entreprise.

2.1.3. Offre financière

Élément	Lot 1 – ATL (Marketing Digital)	Lot 2 – BTL (Marketing Terrain)
Modèle de tarification	Tarification forfaitaire ou à la pièce, selon les prestations.	Tarification forfaitaire ou à la pièce, selon les prestations.
Budget annuel	Budget annuel pour la mise en œuvre des actions digitales.	Budget annuel pour la mise en œuvre des actions.
Détail des coûts	Détail des coûts associés à chaque type d'intervention.	Détail des coûts associés à chaque type d'intervention.
Validité de l'offre	90 jours	90 jours

2.2. EVALUATION

Les offres seront évaluées selon les critères suivants :

1. Méthode d'évaluation

La méthode d'évaluation appliquée à cet appel d'offres repose sur une approche cumulative, pondérant les aspects techniques et financiers comme suit :

1. Évaluation technique (70%) :

- Les soumissionnaires doivent obtenir un score technique minimum de 70/100 pour être qualifiés.
- Les critères techniques incluront :
 - Expertise démontrée dans des projets similaires, particulièrement dans le secteur bancaire.
 - Approche méthodologique claire et bien structurée pour accomplir sa mission
 - Références et expérience pertinente de l'équipe proposée.

2. Évaluation financière (30%) :

- Parmi les offres techniquement qualifiées, la proposition financière la plus compétitive (au moindre coût) sera privilégiée, en assurant une adéquation avec la qualité et les livrables attendus.

3. ADMINISTRATION DE L'APPEL D'OFFRES (CONDITIONS GENERALES)

3.1. ENVOI DES SOUMISSIONS

Les soumissionnaires intéressés sont invités à soumettre leur dossier de soumission, comprenant une offre technique et une offre financière, sous format PDF. En complément, un fichier Excel détaillant les prix des articles proposés devra également être transmis.

Chaque dossier de soumission, incluant l'offre financière (fichier PDF et fichier Excel), devra être protégé par **un mot de passe**. Ce mot de passe devra être envoyé séparément à l'adresse indiquée ci-dessous.

Eléments	Echéances	Adresse
Dossier de soumission sécurisé par un mot de passe	12 mars 2025	ECD-RFP@ecobank.com
Mot de passe	12 mars 2025	ECD-RFP-PWD@ecobank.com

NB : Toute offre qui ne sera pas envoyée selon l'approche indiquée ci-dessus sera automatiquement rejetée.

Les soumissionnaires doivent être conscients que le simple fait de présenter une offre, en soi, implique que le soumissionnaire accepte toutes les conditions de la présente RFP.

Il est de la seule responsabilité des soumissionnaires de s'assurer que les offres techniques et financières contenant la proposition parviennent à ECD avant la date limite indiquée dans la présente RFP. Les propositions reçues après la date limite mentionnée seront rejetées. Toute offre ne respectant pas le mode de soumission (Offre technique et financière séparée) sera rejetée. La Banque peut à tout moment prolonger la date limite de soumission des propositions sans engager de responsabilité envers les soumissionnaires.

Toutes les dépenses engagées pour la proposition et la présentation sont à la charge du soumissionnaire et ne seront pas remboursées par ECD.

ECD peut également demander des informations supplémentaires au cours du processus d'évaluation. En outre, ECD peut contacter les références indiquées ou visiter les sites des consultants et des clients si nécessaire. ECD peut également inviter les représentants du soumissionnaire sur place à présenter leur proposition. Le soumissionnaire fournira tous les équipements nécessaires à la proposition et aux présentations orales sans frais pour ECD.

En soumettant ses offres, chaque soumissionnaire garantit également qu'il est légalement autorisé à vendre les articles concernés et qu'il n'est pas en défaut avec les obligations fiscales et sociales du pays. ECD peut, à sa seule discrétion, demander à tout soumissionnaire de fournir des preuves documentaires établissant ces éléments.

3.2. PERIODE DE VALIDITE DES SOUMISSIONS

En soumettant une offre dans le cadre de cet appel d'offres, le soumissionnaire accepte qu'ECD dispose d'au moins 90 jours, à compter de la date d'ouverture de l'appel d'offres, pour attribuer le marché. ECD se réserve le droit de qualifier comme non recevable une soumission qui exige un délai d'acceptation inférieur à 90 jours.

3.3. PROCEDURE D'EVALUATION ET NOTIFICATION DU SOUMISSIONNAIRE

La sélection se fera en fonction du dossier technique et des coûts. Les soumissionnaires recevront une invitation officielle pour faire une présentation auprès de la direction d'ECD, si nécessaire.

Les soumissionnaires pourront être invités pour des négociations ultérieures sur leur offre.

NB : Une invitation à négocier ne signifie en aucun cas, que la soumission a été acceptée, ni qu'ECD ait l'intention d'attribuer le marché au soumissionnaire.

3.4. ATTRIBUTION DU MARCHE

ECD attribuera le marché au soumissionnaire sélectionné selon ses critères d'évaluation.

ECD se réserve le droit d'attribuer le marché sans discussion avec le soumissionnaire à sujet des offres reçues. Votre soumission, doit donc proposer dès le début les conditions les plus favorables, du point de vue du calendrier, de l'approche des éléments à livrer et du point de vue commercial.

La proposition devra être conforme aux termes de référence. Nonobstant les dispositions ci-dessus, ECD se réserve le droit de modifier le contenu de cet appel d'offres, d'accepter ou rejeter l'une ou toutes les soumissions et d'annuler l'appel d'offres à tout moment avant l'attribution du marché sans encourir de responsabilité vis-à-vis d'aucun soumissionnaire.

3.5. UTILISATION ET DIVULGATION DES INFORMATIONS

Toutes les informations et documentations fournies par ECD, doivent être considérées comme confidentielles. De même, toutes les informations contenues dans votre soumission, et divulguées lors des présentations, seront traitées de manière confidentielle. Toutefois, ces informations seront communiquées à toute l'équipe de projet pour qu'elle puisse participer à l'évaluation.

Les consultants ne peuvent divulguer des informations contenues dans cet appel d'offres à aucune tierce partie sans l'autorisation expresse par écrit d'ECD. De même, les informations de cet appel d'offres ne peuvent être utilisées à des fins autres que celles liées directement à la réponse, à cet appel d'offres ou à la commande en cas d'obtention du marché.

La publication de ce document et la réception d'informations en réponse à ce document n'engagent en aucune façon la responsabilité d'ECD, financière ou autre.

ECD suppose que toutes les informations fournies ont été communiquées de bonne foi. ECD demande que les informations fournies soient exactes et que le soumissionnaire livre les éléments du projet en respectant le calendrier spécifié.

3.6. DECLARATION JURIDIQUE

Ce document est un appel d'offres, sans effet juridiquement contraignant. ECD n'est pas tenu d'attribuer ce marché à un quelconque soumissionnaire. D'autre part, si le marché est attribué, ECD n'est pas tenu de divulguer le nom du bénéficiaire du marché.

3.7. ÉTHIQUE

Veuillez noter que la politique d'ECD exige que les soumissionnaires respectent les normes d'éthique les plus élevées lors de la procédure d'achat et de l'exécution de tels contrats. Conformément à cette politique, Ecobank RDC rejettera une soumission, si elle découvre que le soumissionnaire s'est livré à des pratiques malhonnêtes ou frauduleuses pour obtenir le marché en question.

3.8. ACCEPTATION DES MODALITES

En accusant réception/en confirmant votre participation ou/et en soumettant une offre dans le cadre de cet appel d'offres, les soumissionnaires confirment qu'ils ont pris connaissance de tout le document de cet appel d'offres, y compris les addenda (le cas échéant) et de l'annexe, et qu'ils acceptent toutes les conditions de cet appel d'offres.

ANNEXES

ANNEXE 1 : FORMULAIRE DE SOUMISSION D'OFFRE TECHNIQUE

« REF: ECD/011/RFP/2025 »

Nom de l'Organisation / de l'Entreprise soumissionnaire :	
Pays d'Immatriculation :	
Nom de la personne à contacter pour cette offre :	
Désignation de l'Interlocuteur :	
Adresse :	
Téléphone / Fax :	
E-mail :	

ANNEXE 2 : ANTÉCÉDENTS ET EXPÉRIENCES

Fournir les informations suivantes concernant l'expérience de l'entreprise au moins dans les cinq (5) dernières années qui sont liées ou pertinentes à celles requises pour le présent Contrat.

N°	Nom du projet	Client	Valeur du contrat	Période d'activité	Types d'activités entreprises	Statut ou date de réalisation	Références Coordonnées (Nom, Titre – M., Mme, Dr pour adresse correcte, Téléphone, Email*)

* Vérifiez que l'adresse e-mail correcte est indiquée.

ANNEXE 3 : ADRESSE ET CALENDRIER DE DEPÔT DES OFFRES

Eléments	Echéances	Adresse
Dossier de soumission sécurisé par un mot de passe	12 mars 2025	ECD-RFP@ecobank.com
Mot de passe	12 mars 2025	ECD-RFP-PWD@ecobank.com