



DEKA

Architecture

Cabinet Architecture

PRÉSENTÉ
ANAËLLE MARTINICO

01 L'ENTREPRISE



02 CONSTAT



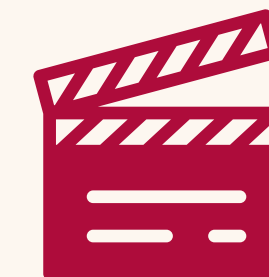
03 AUDIT DU
PROBLÈME



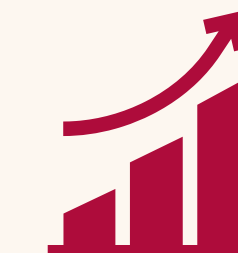
04 STRATÉGIE



05 ACTION



06 RÉSULTATS

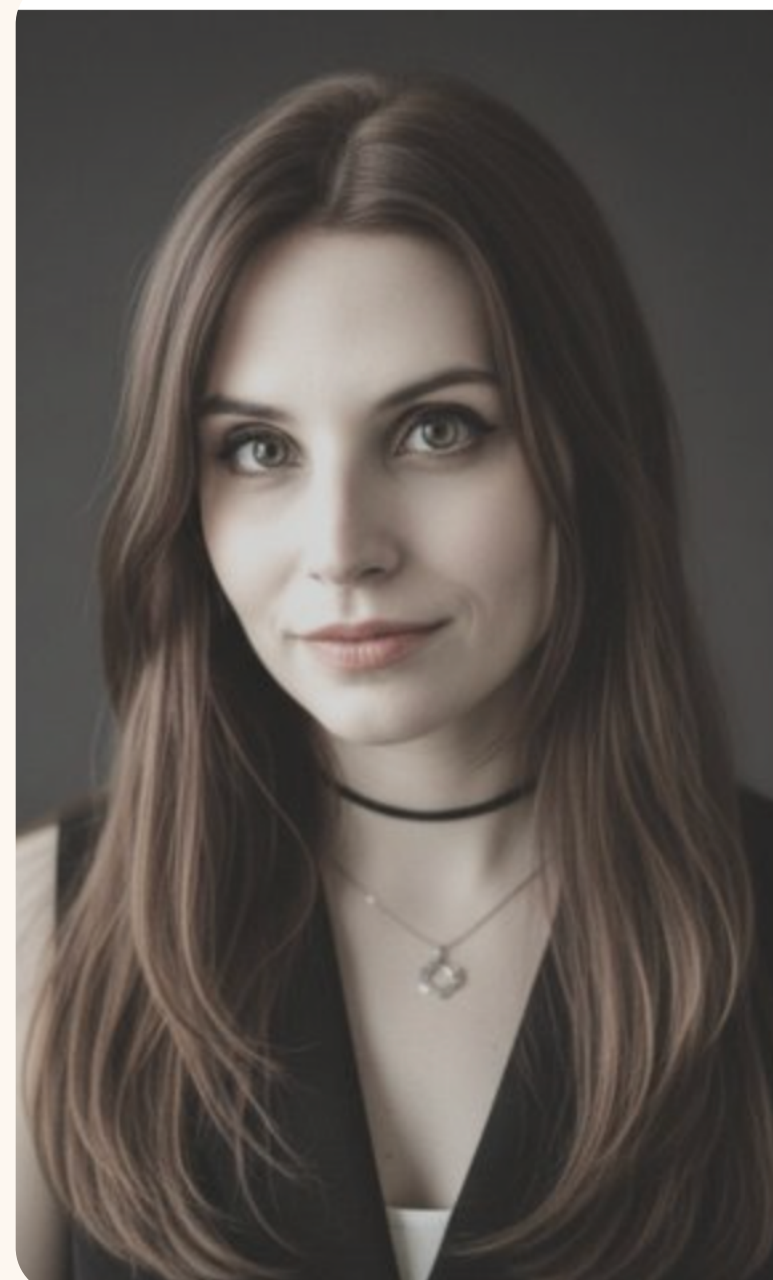




ENTREPRISE



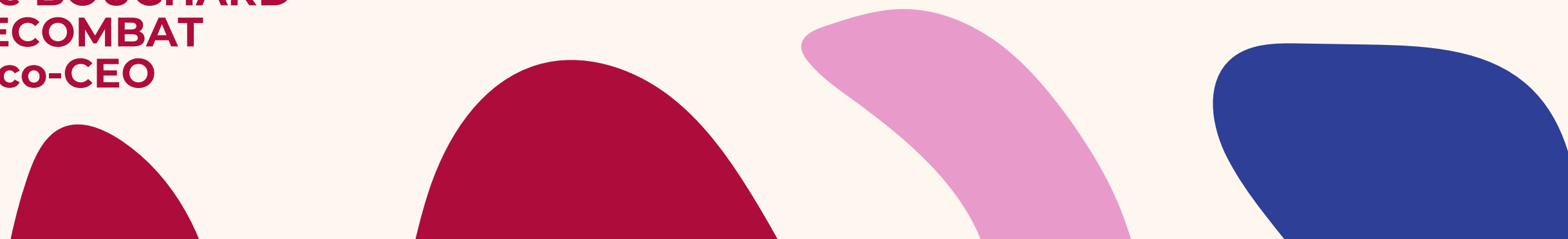
Eva Klein Agsvari
co-CEO



**Camille BOUCHARD
DECOMBAT**
co-CEO

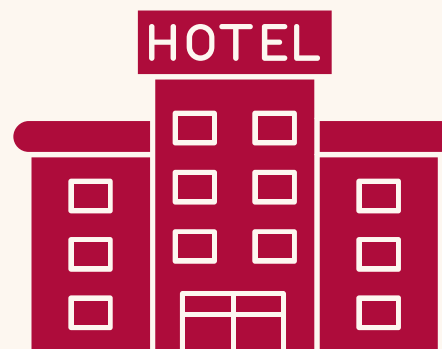
DE+KA Architecture est un cabinet d'architecture contemporain basé à Levallois-Perret, fondé en 2025 par Eva Agasvari. L'agence est spécialisée dans la rénovation intérieure, l'architecture résidentielle et l'optimisation des espaces.

L'agence souhaite aujourd'hui renforcer sa visibilité digitale afin de développer sa notoriété, valoriser son expertise et construire une image de marque premium dans le secteur de l'architecture contemporaine.





Logements
collectifs



Hôtellerie



Expertise



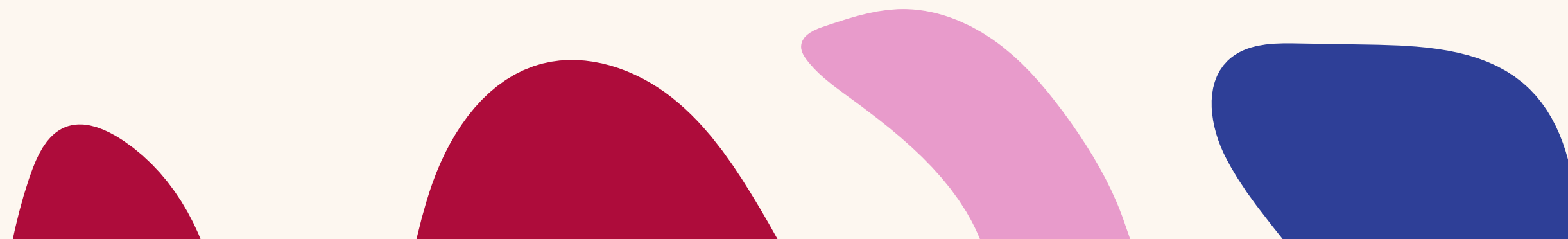
Bureaux



ERP (Établissements
Recevant du Public)



Copropriété

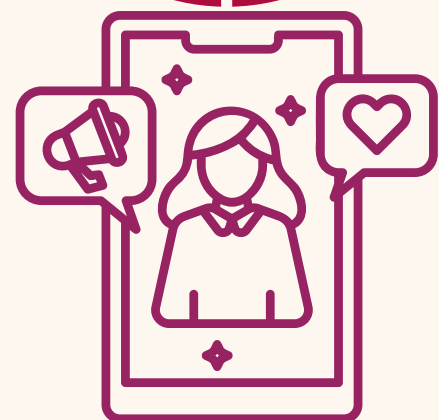




Élaboration de stratégies
et plans d'action



Création de personas et
définition des cibles



Campagnes d'influence



Audit & benchmark
concurrentiel



Création de contenus et
calendriers éditoriaux



Suivi des KPI et gestion
de projets



humanité



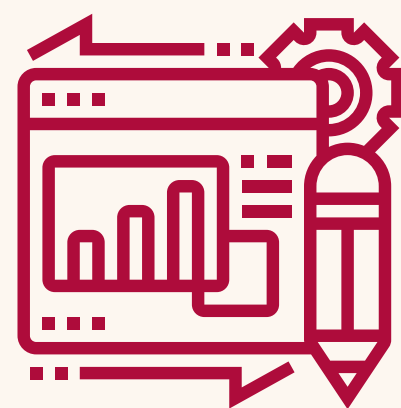
Élégance



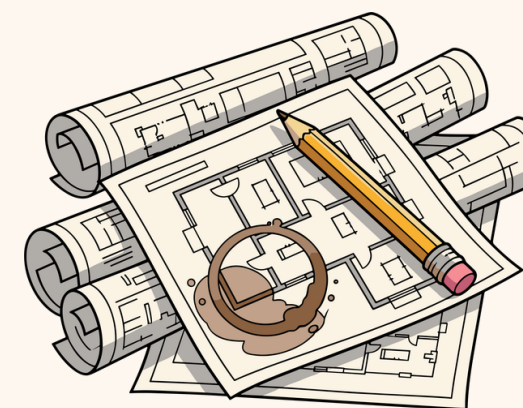
Fonctionnalité



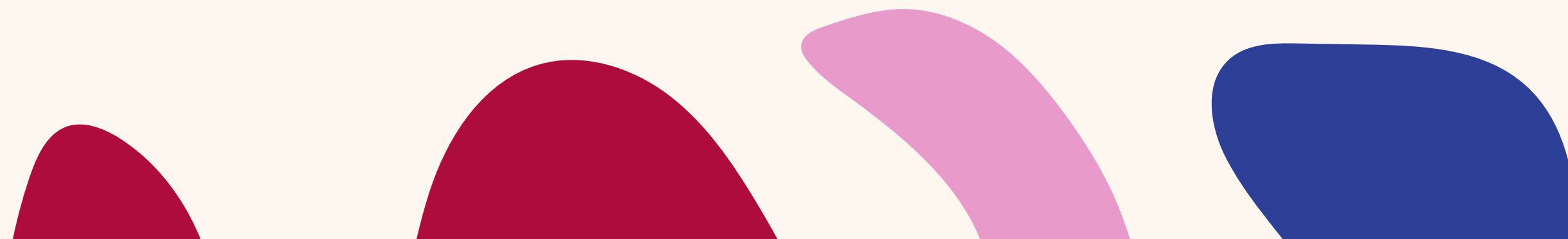
Exigence



Responsabilité



Créativité





CONSTAT



02 BESOIN

Les besoins de DEKA :

- Une visibilité encore limitée des projets sur les réseaux sociaux.
- Une communication parfois trop technique, qui peut rendre l'expertise moins accessible aux prospects.
- Peu de contenus permettant de raconter l'histoire, les enjeux et les coulisses derrière chaque projet.
- Une présence digitale à renforcer pour développer la notoriété de DEKA.

Ses objectifs :

- Valoriser son expertise et son savoir-faire.
- Humaniser sa communication en montrant davantage les équipes, les méthodes et les coulisses.
- Accroître sa visibilité et sa notoriété en ligne.
- Développer son acquisition en touchant de nouveaux prospects et clients.
- Créer une communication plus cohérente entre ses différents supports et points de contact.





Point Positifs

DEKA dispose d'une expertise solide et de projets à forte valeur ajoutée. La création du site internet permet désormais de centraliser et de mieux présenter ses réalisations, son savoir-faire et son positionnement professionnel.



Point à Améliorer

L'enjeu est maintenant de développer la visibilité autour de cette nouvelle présence digitale, notamment par une stratégie de contenu régulière et adaptée au B2B. L'objectif est de mieux valoriser les projets, renforcer la crédibilité de DEKA et favoriser l'acquisition de nouveaux clients.



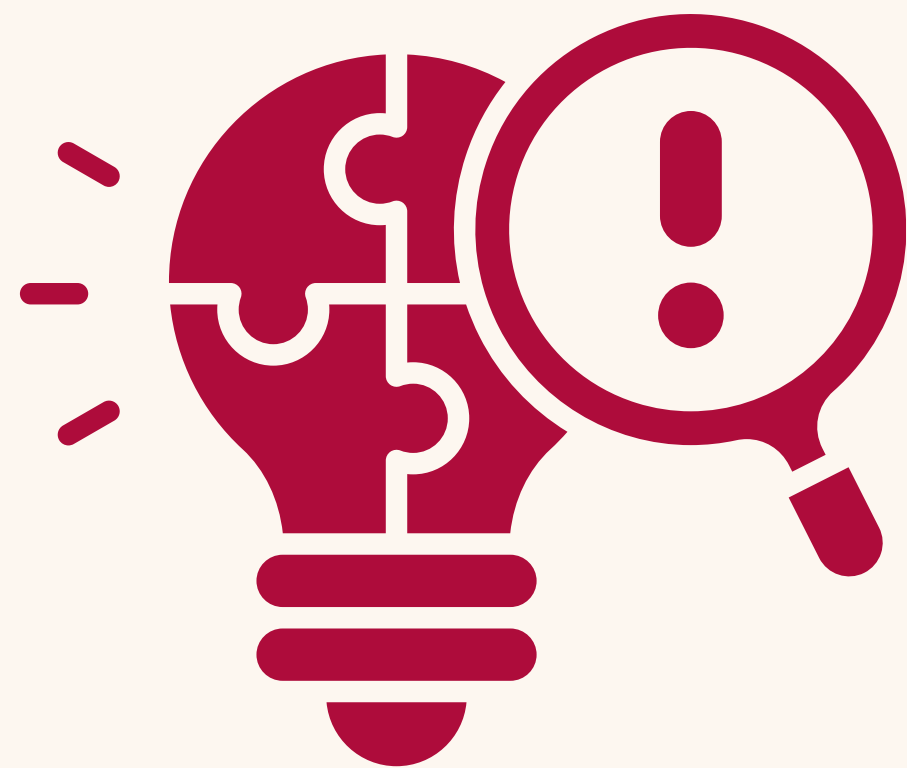
S Forces

- Expertise et savoir-faire en architecture
- Diversité des projets et réalisations
- Identité et positionnement professionnels
- Création récente d'un site internet pour structurer la présence digitale
- Potentiel important de contenus à partir des projets existants

W Faiblesses

- Communication parfois trop technique
- Projets encore insuffisamment valorisés sur les réseaux
- Manque de contenus réguliers autour des coulisses et réalisations
- Présence digitale encore à développer pour soutenir l'acquisition B2B
- Communication encore peu orientée vers la conversion de prospects

Sur l'audit interne, on voit que DEKA a une vraie expertise et des projets intéressants à valoriser. La création du site permet déjà de mieux structurer cette présence en ligne. En revanche, il reste un travail à faire sur la communication, notamment pour rendre les projets plus visibles, créer davantage de contenus et développer la visibilité auprès de nouveaux clients B2B.



**AUDIT
EXTERNE**

LE MARCHÉ

Le marché de l'architecture est actuellement assez tendu et concurrentiel, avec des perspectives de développement qui restent prudentes. Pour DEKA, renforcer sa visibilité et valoriser son expertise en ligne peut donc être un véritable levier pour se différencier et développer sa clientèle B2B.



Point Positifs

Le secteur de l'architecture dispose d'un fort potentiel de valorisation grâce aux projets, aux réalisations et aux expertises des agences. La communication digitale prend également une place importante dans le secteur.



Point à Améliorer

La concurrence est forte et les agences communiquent de plus en plus en ligne. DEKA doit donc réussir à se différencier par ses projets, son expertise et une communication claire et régulière. Le contexte économique reste également incertain pour les agences en 2026

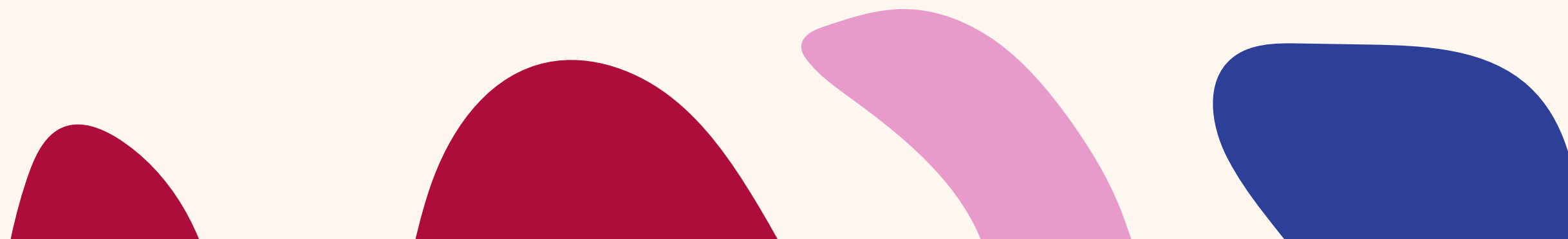


- Développer la visibilité digitale de DEKA
- Valoriser les projets grâce aux réseaux sociaux
- Utiliser LinkedIn pour toucher de nouveaux prospects B2B
- Développer une communication plus visuelle et accessible



- Forte concurrence entre les agences d'architecture
- Concurrents déjà bien présents en ligne
- Difficulté à se différencier dans un marché concurrentiel
- Contexte économique pouvant ralentir les projets immobiliers et de construction

L'environnement offre à DEKA de vraies possibilités de développement digital, mais la concurrence impose de se différencier par son expertise, ses réalisations et une communication régulière.





P

Le secteur de l'architecture est encadré par des réglementations strictes (PLU, permis de construire, normes urbaines). Les politiques publiques favorisent aussi la rénovation énergétique et la transformation des logements existants.

politique

E

Le marché de la construction et de la rénovation est influencé par le coût des matériaux et l'évolution du pouvoir d'achat. À Paris et en Île-de-France, la demande reste forte sur les projets de rénovation haut de gamme

économique

S

Les modes de vie évoluent (télétravail, optimisation des petits espaces, recherche de confort). Les clients recherchent des intérieurs fonctionnels, esthétiques et adaptés à leur quotidien.

socio-
culturel

T

Les outils numériques (modélisation 3D, BIM, visites virtuelles, réseaux sociaux) jouent un rôle clé dans la conception et la communication des projets architecturaux.

technologique

E

La transition écologique pousse les architectes à intégrer des matériaux durables, à optimiser la performance énergétique et à privilégier la rénovation plutôt que la construction neuve.

environnemental

L

Le métier est fortement réglementé (normes de sécurité, accessibilité, urbanisme, responsabilité des architectes), ce qui encadre chaque projet de conception et de réalisation.

légal



AGENCE
JUNE

Positionnement :

- Architecture intérieure, Rénovation, Approche sensible Esthétique.

offre/service :

- Rénovation, Aménagement Optimisation des espaces.

Site /SEO :

- Site très orienté projets portfolio avec une navigation visuelle.

Réseaux Sociaux :

- Présence digitale existante mais communauté LinkedIn limitée.

Contenu/ Storytelling :

- Mise en avant des projets et de leur univers ; storytelling autour de l'identité des lieux.

Avis/réputation :

- Image orientée design et architecture intérieure.

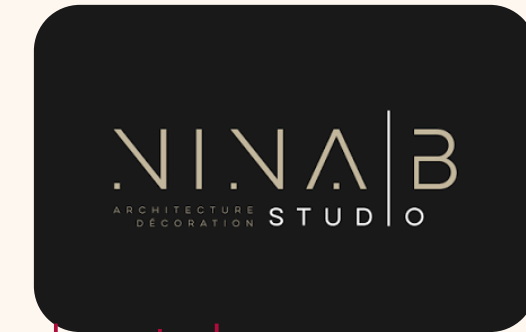
Points Forts/Faibles :

- Univers visuel, identité forte, storytelling des projets.Présence
- B2B moins marquée.

03



BENCHMARK



Positionnement :

- Architecture intérieure et décoration haut de gamme, sur-mesure.

offre/service :

- Architecture, décoration, architecture intérieure, gestion et suivi de chantier.

Site /SEO :

- Site travaillé autour des services, projets et mots-clés liés à l'architecture intérieure haut de gamme.

Réseaux Sociaux :

- Présence notamment sur LinkedIn, avec un positionnement très visuel et premium.

Contenu/ Storytelling :

- Positionnement premium très clair, offre complète, forte mise en valeur de l'expérience client.

Avis/réputation :

- 4,4/5 sur 26 avis Google selon une plateforme recensant les avis.

Points Forts/Faibles :

- Univers visuel, identité forte, storytelling des projets.
- Positionnement très haut de gamme, donc moins accessible à certains profils de clients



S

Forces

Identité architecturale forte, moderne et premium. Bonne cohérence visuelle et projets valorisables. Positionnement clair sur le résidentiel haut de gamme.

W

Faiblesses

Présence digitale encore récente, communauté limitée et stratégie de contenu en construction. Site internet et SEO encore en développement.

O

Opportunité

Forte demande en rénovation à Paris, potentiel important des réseaux sociaux (vidéo), et levier SEO local très efficace. Possibilité de se différencier par un contenu plus humain et pédagogique.

T

Menace

Marché très concurrentiel à Paris, forte présence d'agences déjà établies, et difficulté à émerger sans stratégie digitale régulière et structurée.



Comment développer la visibilité digitale et générer des contacts qualifiés tout en conservant le positionnement haut de gamme du cabinet ?



STRATÉGIE



OBJECTIF SMART (INSTAGRAM)

- Atteindre 1 000 abonnés en six mois tout en renforçant la qualité de l'engagement, avec
- Taux engagement moyen de 5 %.
- L'idée est également de générer davantage d'interactions par publication afin de créer une communauté plus active autour de l'architecture et des projets du cabinet.

OBJECTIF SMART (TIKTOK)

- La priorité est de développer la visibilité des contenus grâce aux formats courts et immersifs.
- L'objectif est d'atteindre 5 000 vues en moyenne par vidéo et
- Construire une communauté d'environ 500 abonnés en six mois, tout en améliorant la rétention des vidéos.

OBJECTIF SMART (LINKEDIN)

- Sur LinkedIn, la stratégie est davantage orientée B2B.
- L'objectif est d'atteindre 500 abonnés en six mois et de générer des prises de contact qualifiées chaque mois.
- Une régularité de publication hebdomadaire est également mise en place afin de renforcer la crédibilité et la visibilité professionnelle du cabinet.

OBJECTIF SMART (SITE INTERNET)

- Enfin, le site internet constitue le point central de conversion.
- L'objectif est d'atteindre 1 000 visites mensuelles en six mois.
- Taux de conversion de 3 à 5 % sur les formulaires de contact, tout en améliorant le référencement naturel sur des mots-clés liés à l'architecture à Paris et en Île-de-France.



Développer la notoriété

Augmenter la visibilité de DEKA auprès des professionnels de l'immobilier et de l'architecture.



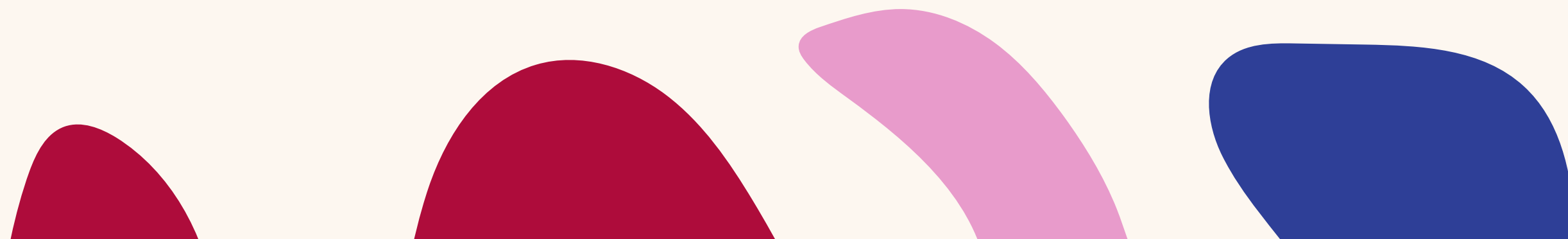
Renforcer la crédibilité

Valoriser les réalisations, l'expertise et les projets du cabinet pour rassurer les prospects.



Générer des opportunités commerciales

Transformer la visibilité digitale en prises de contact qualifiées via le site et LinkedIn.





COEUR DE CIBLE (B2B)

- **Promoteurs immobiliers**
- **Maîtres d'ouvrage professionnels**
- **Foncières & investisseurs**
- **Entreprises & acteurs du tertiaire**



CIBLE RELAI (B2B)

- **Gestionnaires d'actifs immobiliers**
- **Hôtellerie & exploitants ERP**
- **Syndics et gestionnaires de grands ensembles immobiliers**

Julien



Profil :

Âge : 38 ans

Situation : Cadre supérieure,
propriétaire d'un
appartement à rénover

Lieu de vie : Paris / Hauts-de-
Seine

Revenus : Élevés

Cible : Cœur de cible

Motivation :

- Créer un intérieur élégant, lumineux et fonctionnel
- Valoriser son bien immobilier
- Être accompagnée de manière professionnelle et rassurante

Freins :

- Peur des travaux longs et coûteux
- Difficulté à trouver un cabinet fiable et à l'écoute
- Manque de temps pour gérer le projet

Problématique DEKA

Appartement peu fonctionnel et manque d'optimisation de l'espace

Difficulté à imaginer le potentiel du logement
Manque de temps pour gérer les travaux et les prestataires

Peur des retards, du budget et des mauvais choix esthétiques

Besoins :

- Accompagnement global et personnalisé
- Projets esthétiques et optimisés
- Communication claire et suivi régulier du chantier

Objectif pour DEKA

Apporter une solution architecturale sur-mesure répondant aux contraintes esthétiques, fonctionnelles et techniques du client



04



INBOUND MARKETING

01 Capture de leads (site internet)

Mise en place de pages de contact simples et efficaces (services + projets) avec un formulaire court permettant de générer des demandes de rendez-vous.

L'objectif est de faciliter la prise de contact sans complexifier le parcours utilisateur. Lead magnets légers et réalistes : checklist rénovation (PDF simple), guide "budget travaux à Paris", ou estimation rapide de projet via formulaire.

03 SEO local (levier principal long terme)

Optimisation du site sur des recherches locales réalistes : architecte Paris, architecte Levallois, rénovation appartement Paris.

Création de quelques articles de blog utiles (ex : coût rénovation, étapes d'un projet, optimisation d'espace) pour améliorer la visibilité sur Google et générer du trafic qualifié.

02 Réseaux sociaux (acquisition organique)

Instagram et TikTok servent principalement à attirer du trafic vers le site et à créer de la confiance via des contenus visuels (avant/après, projets, coulisses, vidéos courtes).

Appels à l'action simples intégrés aux contenus : "voir le projet", "demander un devis", "contact via le site".

04 Suivi et conversion (léger et simple)

Mise en place d'un suivi basique des contacts via formulaires et email (réponse automatique + prise de rendez-vous).

Analyse mensuelle simple des performances (visites du site, demandes de contact, sources de trafic) afin d'ajuster la stratégie sans système trop complexe ou automatisé.



04



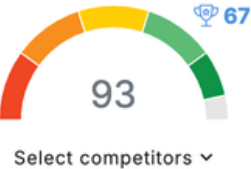
SEO

Title Frank Lloyd Wright et Fallingwater : la Maison sur la Cascade, chef-d'œuvre d'architecture organi

NEURO 100% 100% Q I U S Ix ...

H1 Frank Lloyd Wright, Maison sur la Cascade et Fallingwater : chef-d'œuvre d'architecture organique

La **Maison sur la Cascade**, connue internationalement sous le nom de **Fallingwater**, est l'une des œuvres les plus célèbres de **Frank Lloyd Wright**. Véritable manifeste d'**architecture organique**, cette réalisation emblématique démontre comment une vision organique peut transformer un site naturel en expérience architecturale totale. Si vous vous intéressez à l'architecture moderne, à la relation entre bâti et paysage ou au génie créatif d'un architecte visionnaire, cet article vous offre une analyse approfondie, historique et technique de ce chef-d'œuvre intemporel.



TITLE: 100% HEADINGS: 91%
TERMS: 90% WORDS: 1129
1246

Terms Outline AI-writing

Headings Article Entities

Auto-insert

search...

all terms

copy...

basic: add

frank lloyd wright 15 / 2-16

maison sur la cascade 8 / 1-4

architecture 15 / 4-12

fallingwater 15 / 2-3

architecte 6 / 2-8

Title Isolation des murs dans un bâti ancien : comment réussir la rénovation thermiq

NEURO 100% 100% Q I U S Ix ...

H1 Isolation des murs dans un bâti ancien : comment réussir la rénovation thermique d'une maison ancienne

Isoler un bâti ancien est un enjeu crucial pour améliorer la **performance énergétique** et rendre une maison ancienne confortable et saine. Cet article détaille **comment isoler un mur ancien** efficacement, les pièges à éviter et les bonnes pratiques pour une **rénovation énergétique performante**. Vous y trouverez des conseils pour choisir le bon **isolant**, gérer l'**humidité** et préserver le caractère **patrimonial** de votre logement tout en optimisant votre **isolation thermique**.



TITLE: 100% HEADINGS: 63%
TERMS: 74% WORDS: 988
423

Terms Outline AI-writing

Headings Article Entities

Auto-insert

search...

all terms

copy...

basic: add

isolation 27 / 1-10

bâti ancien 8 / 1-5

thermique 21 / 1-9

rénovation 9 / 1-9



Capture de leads (site internet)

- Mise en place de pages de contact simples et efficaces (services + projets) avec un formulaire court permettant de générer des demandes de rendez-vous.
- L'objectif est de faciliter la prise de contact sans complexifier le parcours utilisateur.
- Lead magnets légers et réalistes : checklist rénovation (PDF simple), guide "budget travaux à Paris", ou estimation rapide de projet via formulaire.

SEO local

- Optimisation du site sur des recherches locales réalistes : architecte Paris, architecte Levallois, rénovation appartement Paris.
- Création de quelques articles de blog utiles (ex : coût rénovation, étapes d'un projet, optimisation d'espace) pour améliorer la visibilité sur Google et générer du trafic qualifié

Réseaux sociaux

- Instagram et TikTok servent principalement à attirer du trafic vers le site et à créer de la confiance via des contenus visuels (avant/après, projets, coulisses, vidéos courtes).
- Appels à l'action simples intégrés aux contenus : « voir le projet » « demander un devis » « contact via le site ».

Suivi et conversion

- Mise en place d'un suivi basique des contacts via formulaires et email (réponse automatique + prise de rendez-vous).
- Analyse mensuelle simple des performances (visites du site, demandes de contact, sources de trafic) afin d'ajuster la stratégie sans système trop complexe ou automatisé.



- 11 followers
- 12 vidéos
- 64 likes



- 32 followers
- 36 vidéos
- 134 likes



- 9K followers
- 120 articles
- 134 likes



- 22 connexions
- 22 articles



fréquence de post

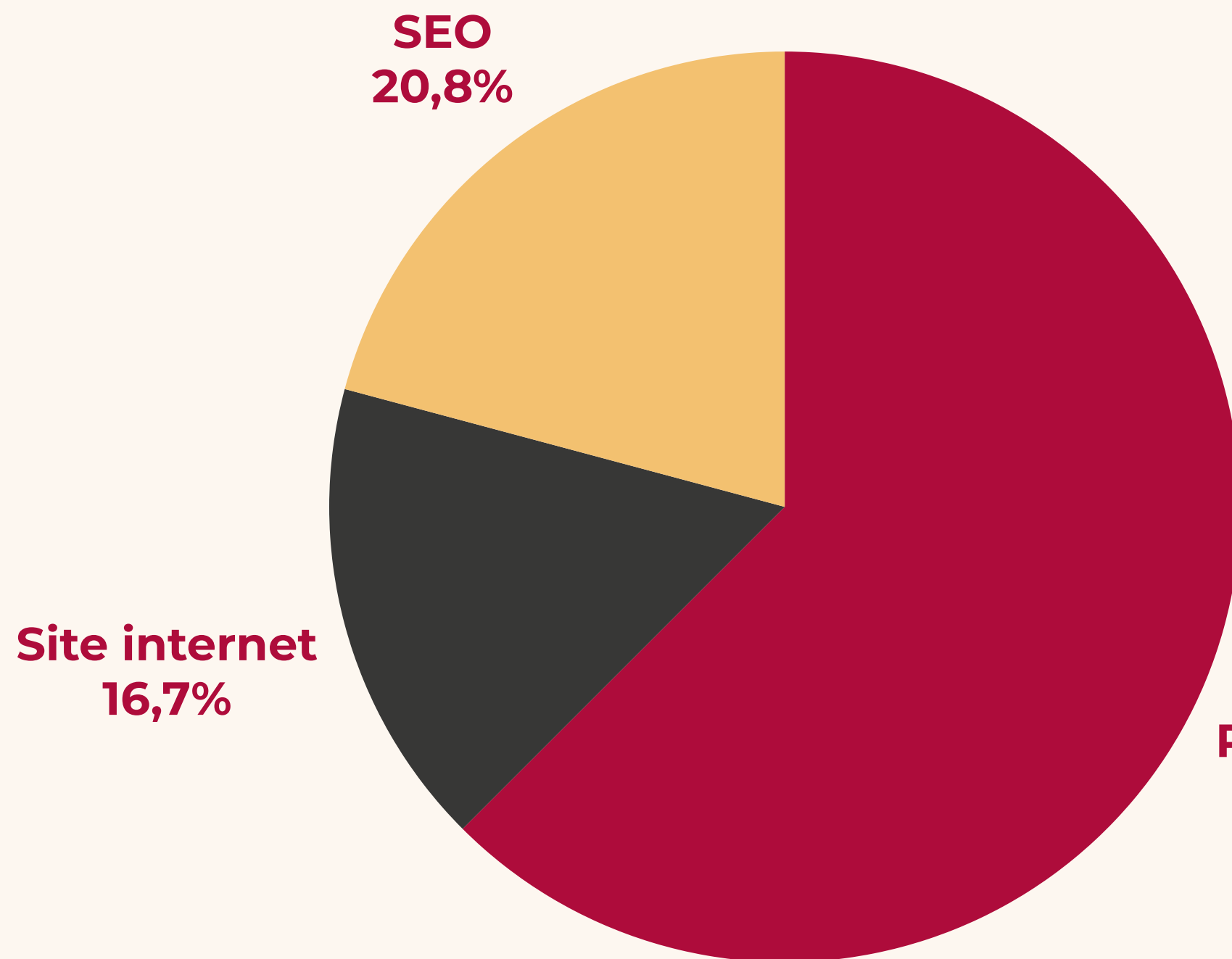
- **Posts : 1 à 2 fois par semaine**
- **Reels : 1 par semaine minimum (par canal)**
- **Stories : 3 par semaine (ou plus si des événements sont prévus)**

Sujets de publication

- **Avant / après rénovation**
- **Coulisses de chantier**
- **Conseils en optimisation d'espace**
- **Présentation des projets du cabinet**
- **Erreurs fréquentes en rénovation**
- **Tendances en architecture et design**



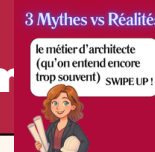
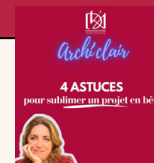
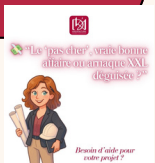
ACTION



- Budget global : 550 à 1 450 € / mois
- Réseaux sociaux : 50–60 % → 300 à 800 €/mois
 - Création de contenus
 - Photos, Reels, avant/après
 - Promotion ciblée
- Site internet & SEO : 30–40 % → 200 à 500 €/mois
 - Référencement local
 - Optimisation du site
 - Génération de contacts qualifiés
- Outils digitaux : 10 % → 50 à 150 €/mois
 - Planification
 - Création de contenus
 - Analyse des performances
- Objectif : développer la visibilité de DEKA et soutenir l'acquisition de nouveaux clients B2B.



Mai
2026

DIMANCHE	LUNDI	MARDI	MERCREDI	JEUDI	VENDREDI	SAMEDI
					1 Article 1 instagram Linkedin 	2
3	4 Article 2 Linkedin 	5	6 3 mythes vs réalité instagram 	7	8	9 3 mythes vs réalité instagram 
10	11 5 exemples réhabilitation instagram 	12	13 Article 3 Linkedin 	14	15 Article 4 Linkedin 	16
17	18 4 astuces instagram 	19	20 Article 5 Linkedin 	21	22 5 règles d'or instagram 	23
24	25 post simple instagram 	26	27 post simple instagram 	28	29 Portrait instagram 	30
31						

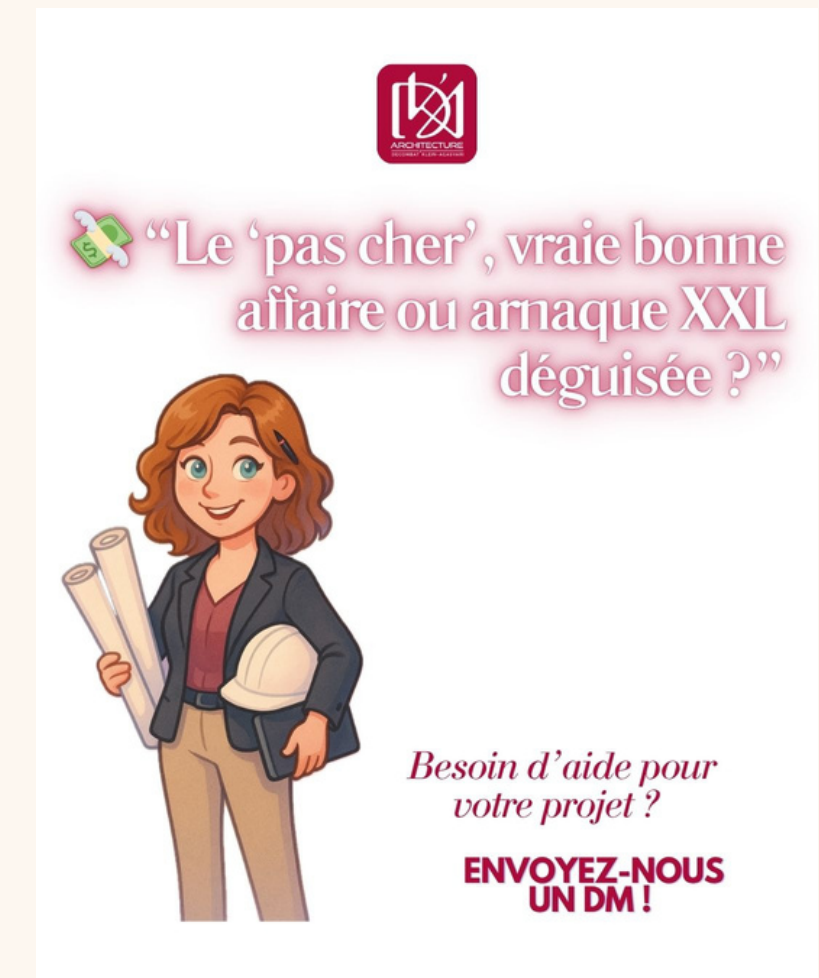
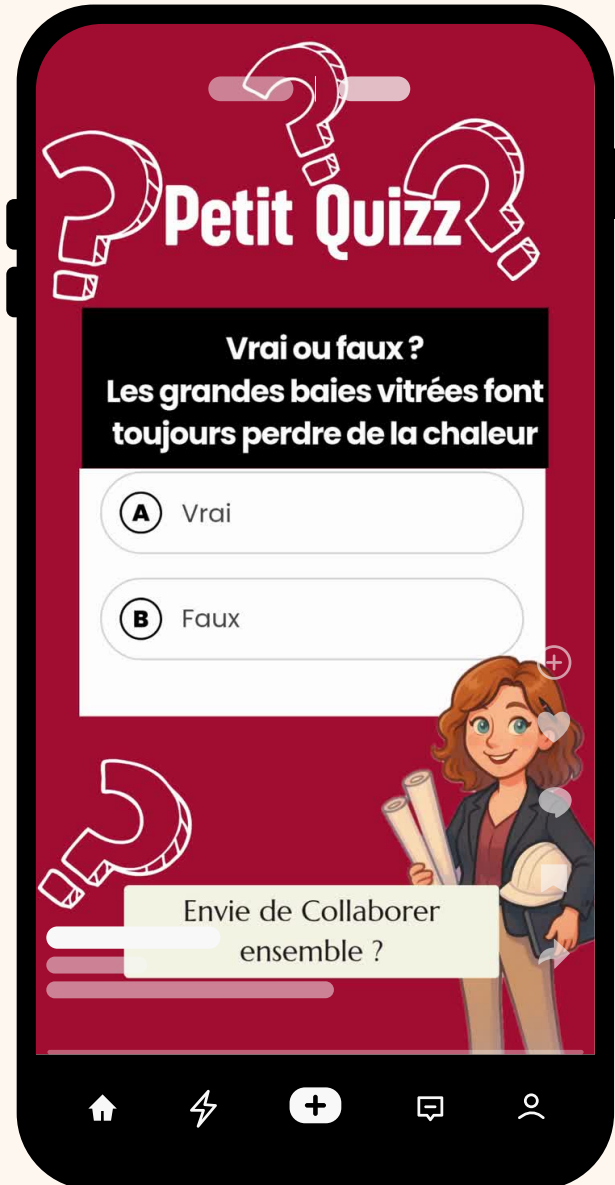


Avant le projet



Après le projet

Ce projet résidentiel à Levallois-Perret, aujourd'hui livré, représente un budget de 2,4 millions d'euros pour 843 m² et 7 appartements. Il s'agissait de réhabiliter un immeuble mixte tout en préservant son architecture existante, avec un suivi du projet de la faisabilité jusqu'à l'exécution.

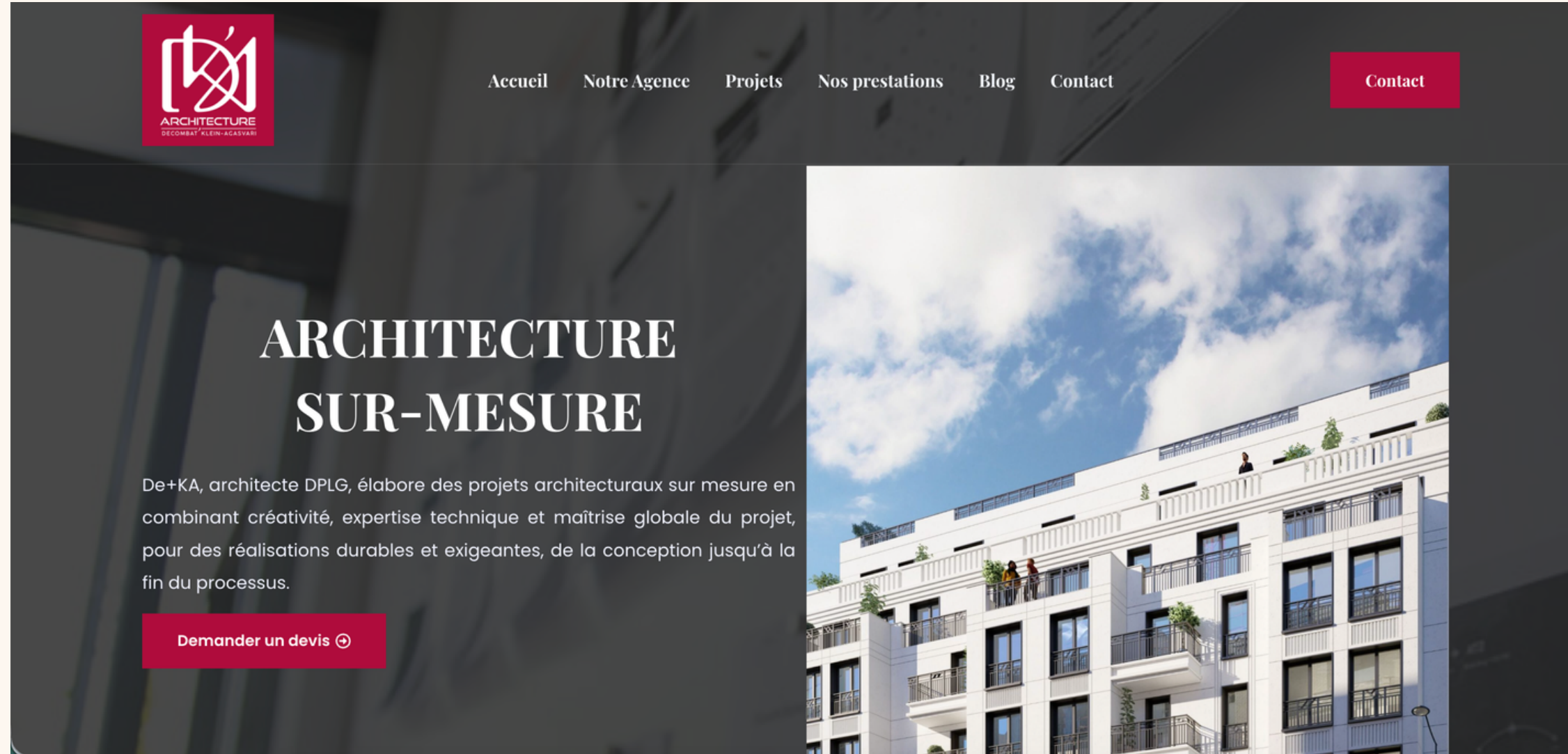




05



SITE
INTERNET



deka-archi.fr



RÉSULTATS



INSTAGRAM

Durant la période du 1er au 31 octobre, le compte Instagram de DE+KA Architecture a poursuivi sa progression, atteignant 17 abonnés, soit une hausse nette de 5 nouveaux abonnés sur la période. Au total, 13 contenus ont été publiés, témoignant d'une réelle constance dans la création et le partage de vidéos. Cette activité régulière a permis de renforcer la visibilité du compte et de poser les bases d'une communauté engagée autour de l'univers de l'architecture et du design. Chaque publication contribue à construire une identité cohérente, à valoriser le savoir-faire de l'agence et à susciter la curiosité d'un public de plus en plus intéressé. L'évolution reste encourageante et marque une étape importante dans la stratégie de développement digital de DE+KA Architecture.

Croissance de la Communauté

@de_ka_architecture



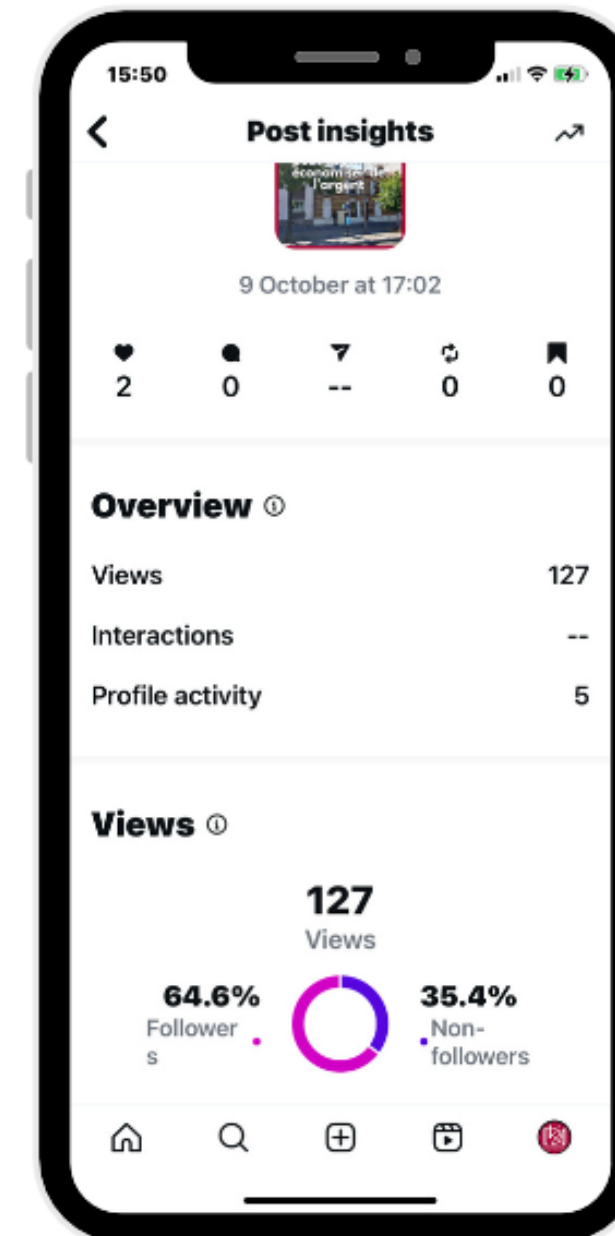
Statistiques générales (1er au 31 Octobre)



TOP POSTS

Parmi les publications du mois de Octobre et jusqu'au 31 octobre sur Instagram, deux posts se distinguent particulièrement par leurs performances. Le 16 septembre, un post sur « Architecture claire » a généré 8 202 vues, 10 j'aime, avec un engagement notable pour ce type de contenu. Le 9 octobre, le post « Archi clair » a atteint 658 vues, récoltant 8 j'aime et un engagement intéressant compte tenu de sa portée plus modeste.

Ces résultats confirment que la communauté DE+KA est particulièrement réceptive aux contenus clairs, informatifs et inspirants sur l'architecture et la transformation des espaces. Il reste néanmoins essentiel d'encourager davantage les interactions directes, notamment les commentaires et partages, pour renforcer l'engagement et la fidélisation.





CONCLUSION



Ce projet m'a permis de comprendre concrètement les différentes étapes d'un travail de création numérique, depuis l'organisation des idées jusqu'à la réalisation finale. J'ai pu développer ma méthode de travail en apprenant à structurer, planifier et enchaîner les étapes de façon logique.

J'ai également acquis de nouvelles compétences dans l'utilisation d'outils de conception visuelle et dans la gestion de contenu. Ce travail m'a encouragé à être plus autonome, à tester différentes approches et à ajuster mes choix pour améliorer le résultat.

Il m'a aussi montré l'importance de la rigueur, de la réflexion et de la patience pour obtenir un rendu cohérent et soigné. Enfin, cette expérience m'a permis de progresser et de gagner en assurance dans le domaine de la création numérique, tout en renforçant mon intérêt pour ce type de projet.

Pour conclure, ce projet constitue une expérience particulièrement enrichissante, qui m'a permis de développer mes compétences, de renforcer mon autonomie et d'adopter une approche plus structurée et rigoureuse dans mon travail. Tout au long de sa réalisation, j'ai pu progresser dans la gestion des différentes étapes d'un projet et mieux comprendre les exigences liées à un environnement professionnel.

Je tiens à préciser que ce projet a été réalisé pour le client d'Angélique Grimberg, dans le cadre de mon alternance.

Je remercie tout d'abord Eva Klein Agsvari pour m'avoir donné l'opportunité de reprendre la gestion du projet et pour m'avoir accompagné dans la mise en place de la stratégie. Son encadrement et ses conseils ont été essentiels pour structurer mon travail et assurer la cohérence de son évolution.

Je remercie également Angélique Grimberg, qui m'a encadré durant toute la durée de mon alternance. Elle m'a accordé sa confiance, m'a guidé dans mes missions et m'a permis d'évoluer dans un cadre professionnel formateur et exigeant.

J'ai commencé ce projet en septembre 2025 et c'est en cours.

Cette période m'a permis de consolider mes acquis, d'acquérir de nouvelles compétences et de gagner en maturité professionnelle.

Cette expérience représente une étape importante de mon parcours et s'est révélée particulièrement formatrice, tant sur le plan technique que personnel.

CONTACT



+33 06-20-53-17-58



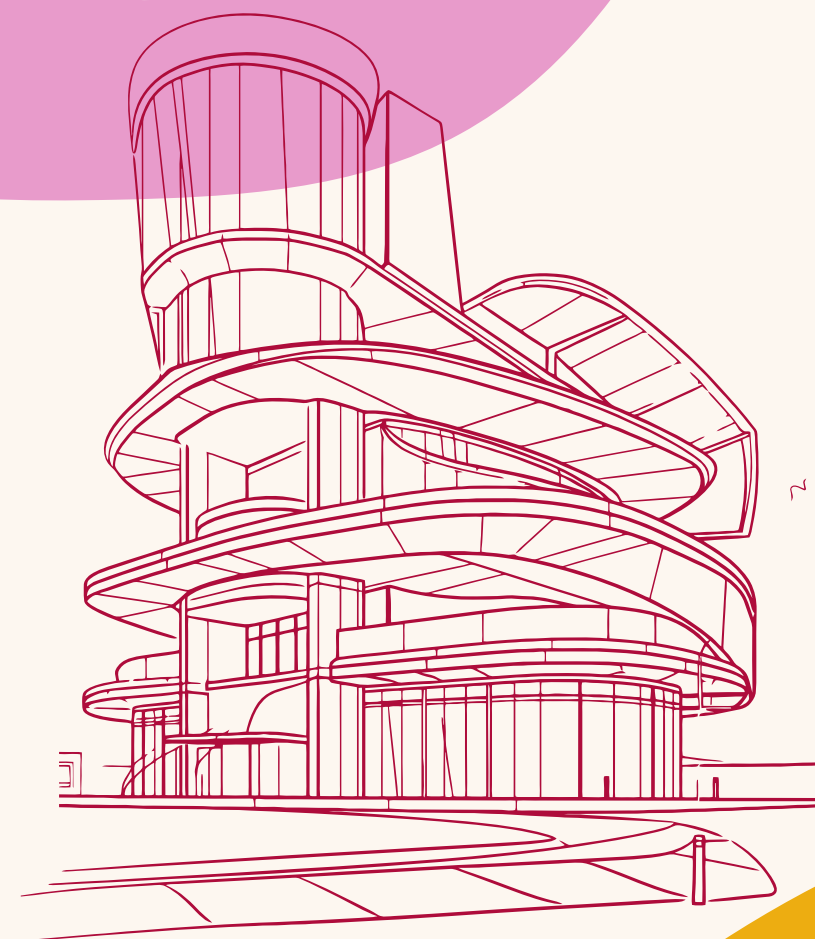
<https://anaellestudio.fr>



martinicoanaelle@gmail.com



Lyon et ses alentours



Linktree* [Anaellestudio2027](#)

PRÉSENTÉ
ANAËLLE MARTINICO