



UN GUIDE SOCIAL CAMP'Z

Combien coûte un community manager au Maroc ? Le guide du vrai retour sur investissement

De 1 500 à plus de 8 000 MAD par mois. Combien de réservations directes faut-il pour que la prestation se rembourse toute seule ?



TAGHAZOUT · TAMRAGHT · AOURIR · AGADIR — 2026

Un community manager indépendant au Maroc se facture entre 1 500 et plus de 8 000 dirhams par mois. L'écart est si large que le prix, seul, n'informe personne. Pour un hébergement touristique à Taghazout ou à Agadir, la bonne question n'est pas celle du coût mais celle du retour : combien de nuitées directes faut-il capter pour que la prestation se rembourse toute seule en commissions non versées ?



les questions traitées

- Pourquoi y a-t-il de telles différences de tarifs de community management au Maroc ?
- Quels sont les coûts cachés d'une gestion de réseaux sociaux « low-cost » ?
- Comment calculer le retour sur investissement de son community manager ?
- Pourquoi un professionnel n'affiche-t-il pas de tarifs packagés ?

Les écarts s'expliquent par la différence entre exécuter des publications et construire une acquisition commerciale.

OUVERTURE

Combien coûte un community manager au Maroc ? Le guide du vrai retour sur investissement

Un community manager indépendant au Maroc se facture entre 1 500 et plus de 8 000 dirhams par mois. L'écart est si large que le prix, seul, n'informe personne. Pour un hébergement touristique à Taghazout ou à Agadir, la bonne question n'est pas celle du coût mais celle du retour : combien de nuitées directes faut-il capter pour que la prestation se rembourse toute seule en commissions non versées ?

Pourquoi y a-t-il de telles différences de tarifs de community management au Maroc ?

Les écarts s'expliquent par la différence entre exécuter des publications et construire une acquisition commerciale. Les exécutants débutants vendent des lots de visuels ; les professionnels facturent un parcours de conversion et une optimisation du chemin vers la réservation.



Pour comprendre la structure des prix dans la région d'Agadir-Souss-Massa, il faut distinguer trois catégories de prestataires. Ce ne sont pas trois niveaux de qualité d'un même métier : ce sont trois métiers différents.

le profil	le tarif mensuel	ce que vous achetez vraiment
L'exécutant débutant	500 – 1 500 MAD	Souvent des étudiants ou des freelances généralistes. L'offre se limite à produire et programmer des visuels. Pas d'expertise hôtelière, pas d'anglais professionnel – pourtant indispensable pour capter le premier marché d'Agadir – et aucune analyse des ventes.
Le professionnel indépendant spécialisé	1 500 – 5 000 MAD	Le segment de valeur pour un hébergeur. Direction artistique, anglais irréprochable pour les surfeurs internationaux, parcours de vente structuré en message privé. Chaque interaction rapproche d'une réservation directe.
L'agence ou le consultant senior	5 000 – 15 000+ MAD	Pour les grandes structures et les chaînes. Budgets publicitaires complexes, référencement local avancé, intégration de moteurs de réservation, conseil de marque.

Quels sont les coûts cachés d'une gestion de réseaux sociaux « low-cost » ?

Le très bas coût expose l'établissement à une perte de crédibilité internationale et à des manques à gagner invisibles. Des publications en anglais approximatif ou des liens de réservation jamais vérifiés font fuir des clients sans que rien n'apparaisse sur une facture.

À Taghazout, où plus de 150 établissements se disputent la même clientèle – dont 41 hostels à Taghazout et 67 à Tamraght – l'image de marque est le seul facteur de différenciation qui reste. Le choix du très bas coût fait porter trois risques que personne ne voit venir.

le naufrage linguistique

L'anglais est la langue de la vitrine et du surf. Un prestataire non qualifié qui emploie des tournures maladroites, ou de la traduction automatique mal relue, brise instantanément la crédibilité auprès des clientèles britannique, allemande et scandinave.

les fuites techniques silencieuses

Un prestataire low-cost ne réalise aucun audit du parcours client. Si vos liens mènent à un site lent, ou pire vers un sous-domaine de test cassé – cela s'observe sur plusieurs établissements de milieu de gamme de la région – le voyageur abandonne et retourne sur la plateforme, à 18 % de commission.



L'uniformisation du contenu

Pour être rentable à 500 dirhams par mois, un prestataire doit gérer quinze à vingt clients en parallèle. Il lui est arithmétiquement impossible de se déplacer sur site pour capter l'heure dorée, filmer l'artisanat local ou photographier vos sessions. Le compte devient une grille de visuels génériques, ignorée par l'algorithme comme par vos futurs clients.



Comment calculer le retour sur investissement de son community manager ?

Il faut comparer le coût mensuel de la prestation aux commissions économisées sur les réservations directes qu'elle génère. Si l'accompagnement permet de capter quelques packages complets par mois sans passer par une plateforme, l'investissement est intégralement remboursé.



Prenons un exemple chiffré, fondé sur la réalité de la basse saison à Taghazout.

le poste	le montant
Panier moyen d'un package « Surf & Yoga » d'une semaine	450 € – environ 4 800 MAD
Commission prélevée par une plateforme de réservation (18 %)	81 € – environ 870 MAD
Investissement mensuel pour un professionnel spécialisé	2 500 MAD – environ 230 €

Coût mensuel divisé par commission économisée par vente : $2\,500 \div 870 \approx \mathbf{2,8 \text{ réservations.}}$

Si votre community manager capte seulement trois réservations directes par mois — grâce à une communauté engagée, des réponses rapides en message privé et une fiche Google bien placée dans le pack local — sa prestation ne vous coûte rien. Elle est intégralement payée par les commissions que vous n'avez pas versées.

Au-delà de la troisième réservation directe du mois, tout est du bénéfice net.

Pourquoi un professionnel n'affiche-t-il pas de tarifs packagés ?

Les spécialistes sérieux refusent les grilles rigides parce que chaque établissement part d'un niveau de maturité différent. Un tarif standardisé reviendrait à ignorer que certains ont besoin d'animation créative quand d'autres ont besoin d'une refonte complète de leur parcours de vente.

Les fourchettes données plus haut décrivent le marché, pas un catalogue. Un bon prestataire ne vend pas des lots de publications, il vend de la croissance — et le devis se construit à partir de trois diagnostics.



- **Le diagnostic technique.** Votre site est-il bilingue et rapide ? Le balisage de langue et le moteur de réservation fonctionnent-ils réellement ?
- **Le niveau d'autorité locale.** Votre fiche Google est-elle validée et optimisée ? Avez-vous des avis récents et authentiques ?
- **La production visuelle.** Faut-il organiser des prises de vue sur place à l'heure dorée, ou disposez-vous déjà d'une banque d'images exploitable ?

En adaptant le tarif au besoin réel, chaque dirham investi vise la difficulté prioritaire de l'établissement — celle qui fait bouger le taux d'occupation.



ON EN PARLE ?

Social Camp'z

Contenu · Stratégie · Croissance — Taghazout, Agadir, Maroc.

Accompagnement des hostels, surf camps et restaurants du corridor Taghazout-Agadir : contenu, identité visuelle, gestion de communauté et stratégie digitale, pensés par quelqu'un qui connaît la région de l'intérieur.

Instagram — @socialcampz · zoulikha@socialcampz.com