

Comment mettre en place une communication digitale efficace ?

Laura Augias & Mélanie Laanaït

-
Le 23 septembre 2021



Clic2Com

Clic2com est une agence de communication en ligne qui accompagne les créateurs d'entreprise à développer leur outils de communication digitaux.

- **Laura Augias**

Experte en communication et marketing digital.

- **Mélanie Laanaït**

Experte Web et stratégie digitale.

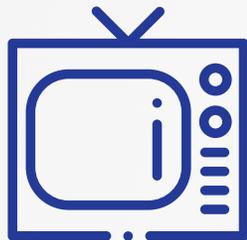
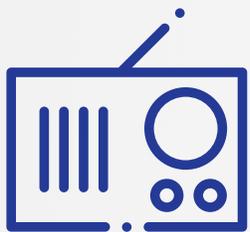




Avant

Marketing de masse

- Pas de ciblage précis
- Ticket d'entrée cher
- Interrompt le client / intrusif
- Campagne one-shot



La communication EST digitale

Ce que le digital A changé

- Marketing plus ciblé
- Apporte de la valeur
- Ticket d'entrée accessible à tous
- Campagne optimisée



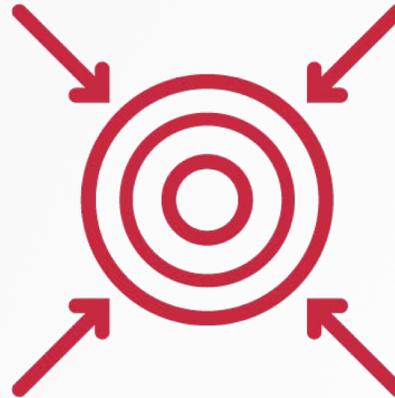
Étape I

Élaborer une stratégie

Définir ma cible et mes objectifs

Les objectifs généraux

Développer la notoriété
de la marque



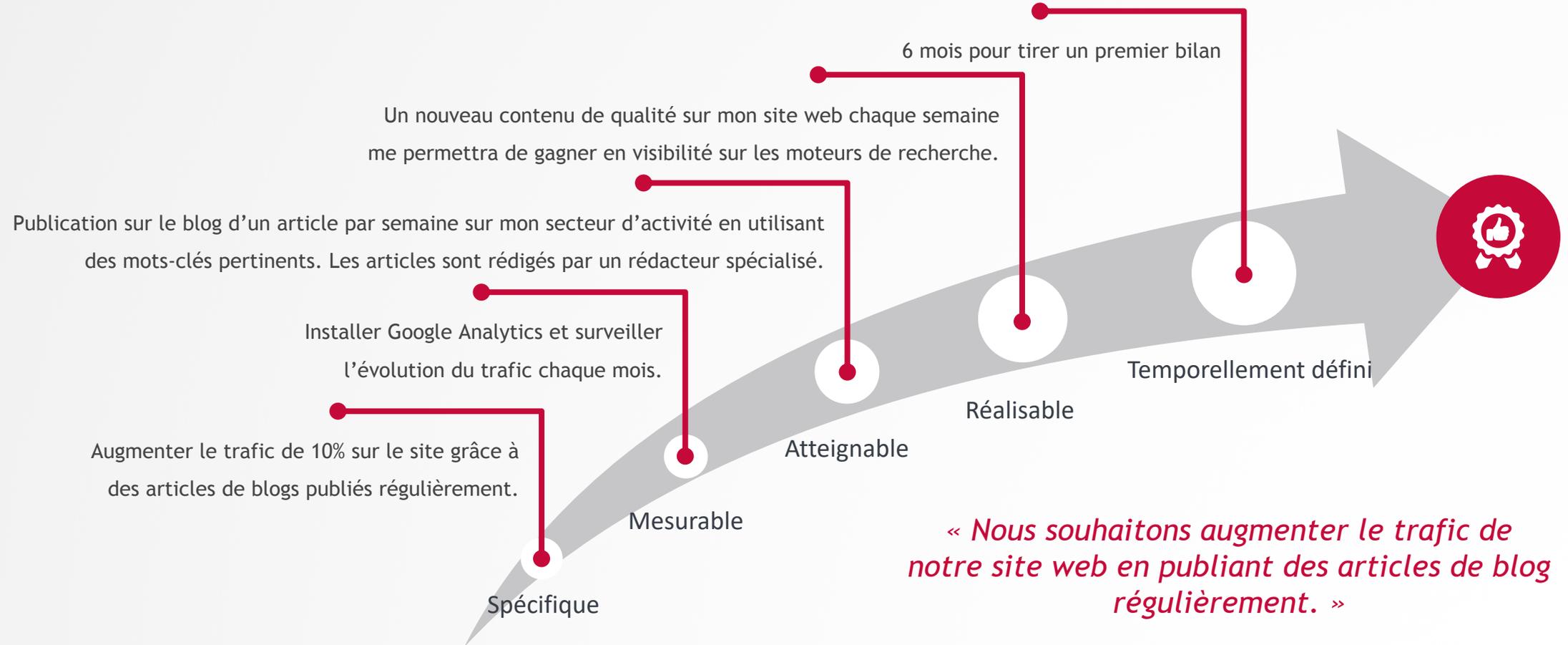
Promouvoir un produit
ou un service: inciter à l'action

Fidéliser ses clients

Préciser ses objectifs



Exemple d'objectif SMART





« Si on cherche à communiquer auprès de tout le monde, on risque de n'atteindre personne. »

»

Connaître sa cible

- Segmentez vos profils et leurs besoins spécifiques
- Soyez très clair sur la cible à atteindre
- Créez des clients type : “Buyer Personas”

Créer un avatar de votre client idéal

La méthode des Buyer Personas

Gille Maigron

45 ans | divorcé | Père de 3 enfants

Agent Immobilier

Français vivant à Barcelone

Français | Espagnol | Anglais

Maturité digitale 1 - 2 - **3** - 4 - 5



Je recherche un concepteur de site internet pour créer un site web à l'image de mon entreprise, tenant compte de mes besoins pour avoir un site délivré dans les délais impartis, à un prix raisonnable.

Comment créer cette fiche ?



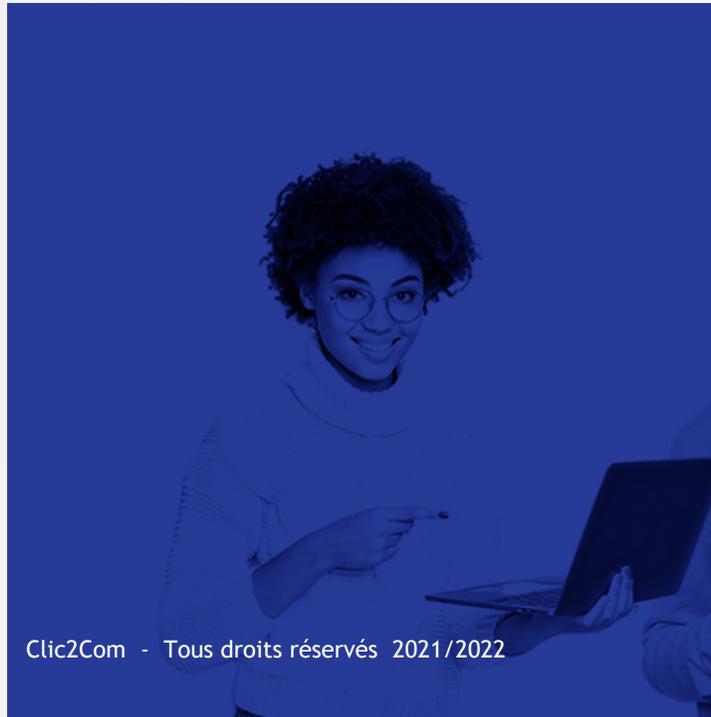
Par vos propres connaissances de vos clients



Par des interviews de vos clients pour bien identifier quels sont leurs problématiques, leurs besoins...

Exemple de questions :

- Quels sont leurs besoins ? Qu'est-ce qui leur manque actuellement ?
- Quels sont les problèmes qu'ils rencontrent dans votre domaine ?
- Quelles sont leurs peurs ?
- Quels sont les éléments positifs / négatifs de votre offre ?
- Est-ce que les produits les intéressent ?
- Est-ce que les gens sont prêts à payer pour obtenir votre produit/offre ?



Connaître sa cible pour en dégager sa communication



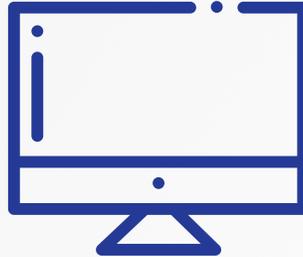
Clic2Com - Tous droits réservés 2021/2022

**Grâce cette analyse poussée de votre cible
et de son comportement:**

- Vous allez dégager des messages clairs et percutants, des mots-clefs efficaces
- Votre communication sera plus impactante et orientée besoin client
- Vous vous démarquez de la concurrence avec une communication authentique

Regarder aussi ce que font vos concurrents :

Le benchmark



- Ont-ils un site web ? Si oui est-il ressent ?
- Font-ils vivre leur site web via un blog, des événements...
- Quels contenus diffusent-ils et quels mots-clés utilisent-ils ?



- Sur quels réseaux sociaux
- Font-ils de la pub ?
- Quels sont leur message?



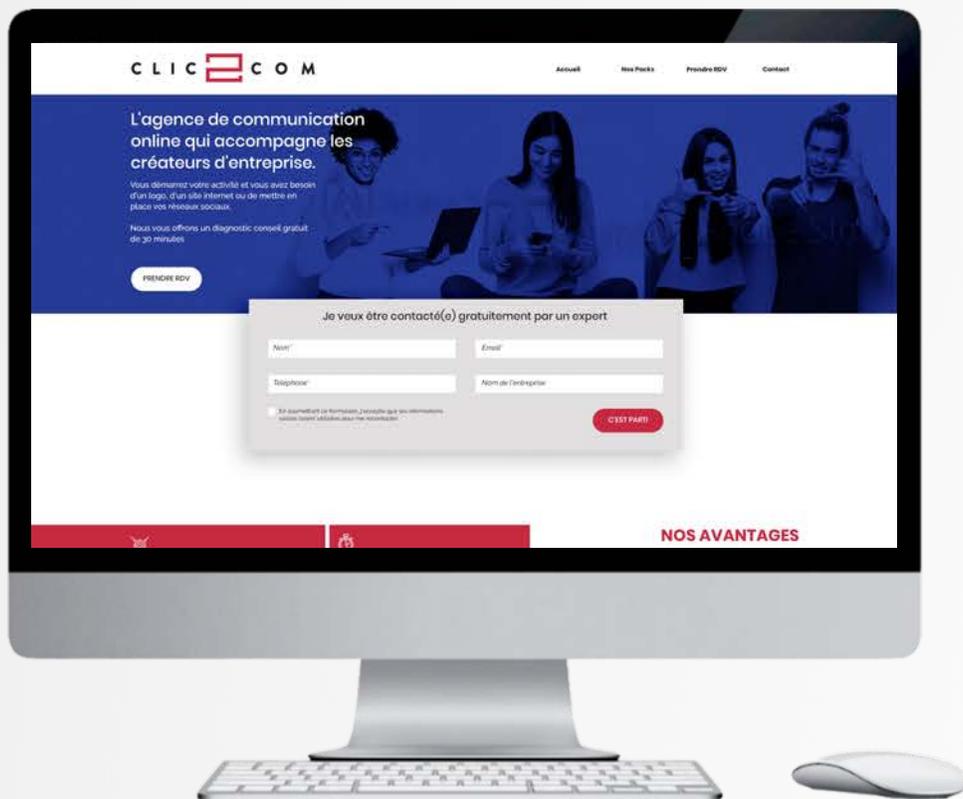
- Ont-ils une newsletter ?

Développer la coopération: échanges d'informations, partenariat....

Étape II

Quels outils digitaux activer ?

Le Site Internet



Votre site reste le point de départ pour toute action.

MAIS PAS un site vitrine ou e-commerce pour faire joli, un site pour générer du trafic qualifié c'est-à-dire un site qui engage



Engager la relation avec des prospects





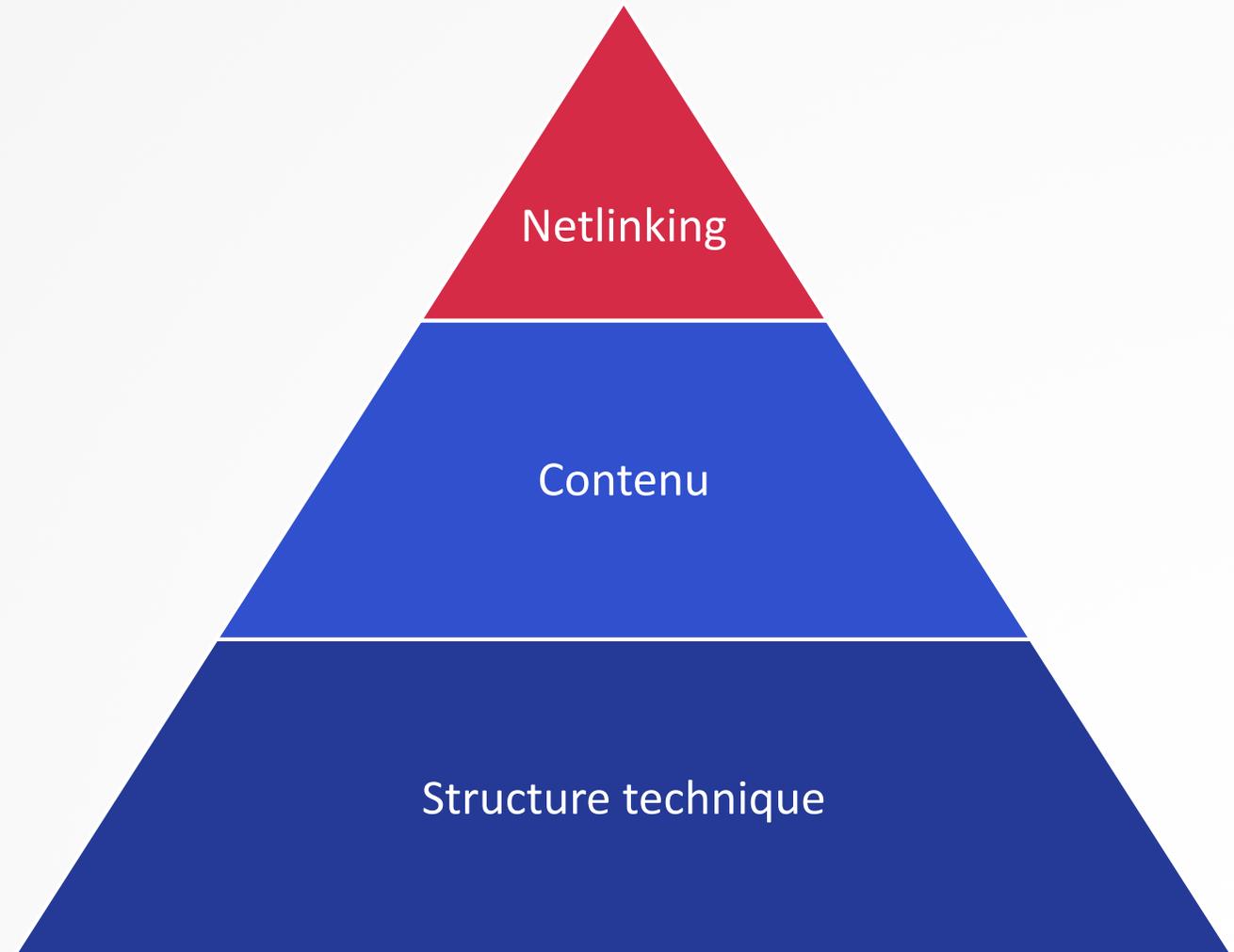
Points clés à travailler en général

- Optimiser le temps de chargement
- Privilégier les navigations simples
- Penser la navigation de votre site comme un vrai magasin “Parcours d’achat”

SEO : référencement naturel

La pyramide du SEO

Une bonne base technique qui s'appuie sur un contenu rédactionnel de qualité, qui gagne en popularité avec des liens.



Étape II

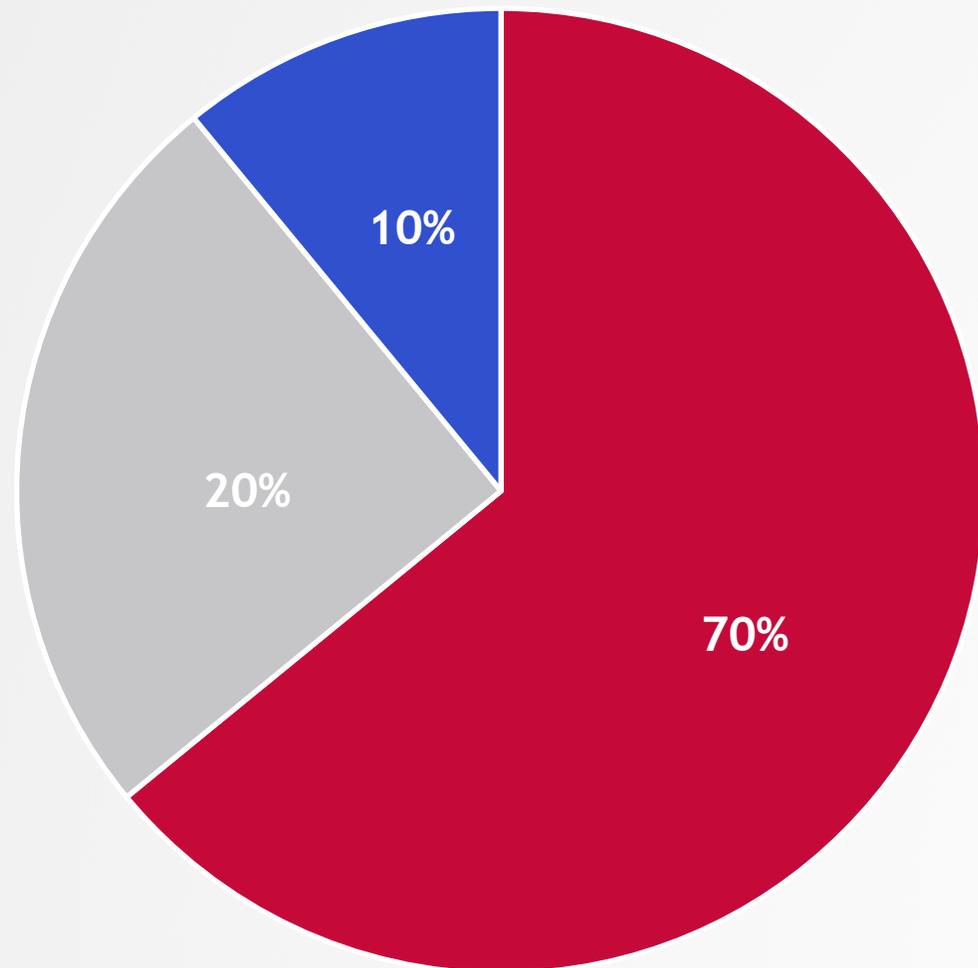
Quels outils digitaux activer ?

Les Réseaux Sociaux

Sans oublier



Les règles de publication



● Publications apportant de la valeur au client : informer/éduquer/ partage des dessous de l'entreprise...

● Partage de votre contenu

● Promotion de votre entreprise

Quel message?

Créer de l'engagement en parlant
à vos clients

- Des contenus qui intéressent vos clients
- Diffuser vos informations en transparence
- Outil pour mieux connaître vos clients
- Apporter un service supplémentaire



Publier du contenu

De façon professionnelle

- Déterminer une ligne éditoriale
- Respecter une cohérence graphique
- Planifier les publications
- Programmer les publications

| Calendrier éditorial | | | | | |
|-------------------------|---|---|-----------|---|--|
| Date | Heure | Evènement | Etat | Identification | Texte Facebook |
| Vendredi 1 janvier 2021 | Facebook + LinkedIn 9h Instagram 17h | Jour de l'an Journée mondiale de la paix | Programmé | Facebook : @mousecnatch LinkedIn : @mousecnatch Instagram : @mousecnatch | [Evènement] Bonne année 2021 à tous ! Chez @mousecnatch nous vous préparons des nouveautés à n'en plus finir ! |
| Samedi 2 janvier 2021 | | | | | |

Étape II

Quels outils digitaux activer ?

Newsletter & Emailing

Quelle est la différence entre Emailing et Newsletter ?



La newsletter a pour objectif d'informer. Elle est réservée aux personnes qui s'y sont abonnés.



L'emailing a pour but d'inciter les prospects à acheter des produits/services.

Les bonnes pratiques

- Faire des **envois régulièrement** afin de ne pas perdre le contact avec les gens qui vous suivent.
- Présenter des **informations importantes**, avec du contenu attractif (images, vidéos), adapté à votre cible. Des plateformes comme Mailchimp ou Sendinblue vous permettent de créer facilement votre propre newsletter.
- Avoir une **mise en page agréable**, adaptée aux différents types d'écran (ordinateurs, tablettes, smartphones).
- **Inviter à l'action** en ajoutant un lien vers votre site internet pour en découvrir d'avantage, par exemple.
- Ajouter des **liens vers vos réseaux sociaux** en pied de newsletter si vous en possédez.

Étape II

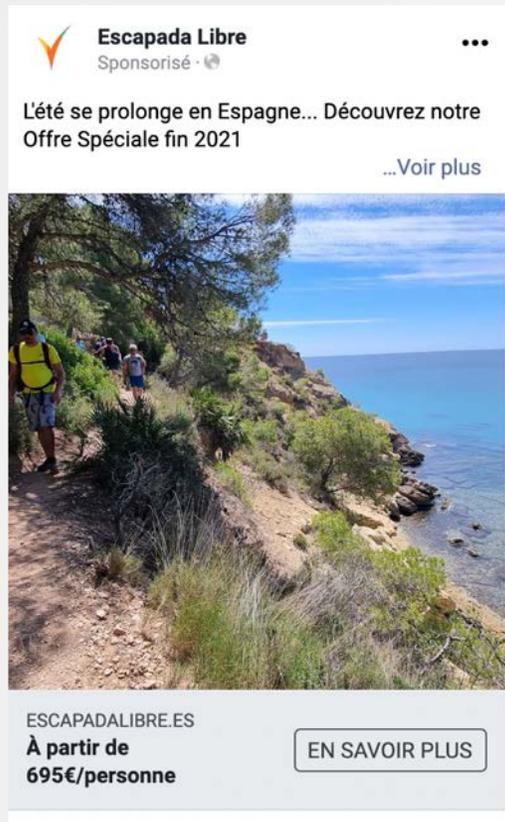
Quels outils digitaux activer ?

Publicité

Les avantages

- **Publicité ciblée:** typologie client, zone géographique
- **Coûts maîtrisés et accessibles**
- Attribuer un budget
- Résultats **mesurables** précisément

Quelques exemples: Facebook, Google, Site Internet



Escapada Libre
Sponsorisé · 🌐

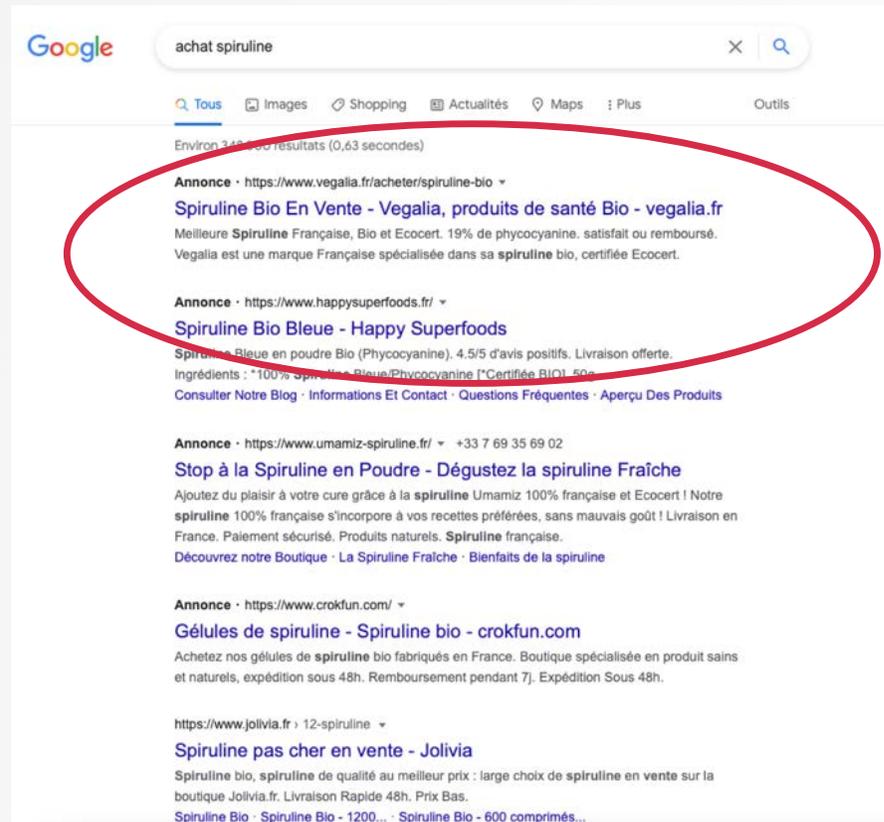
L'été se prolonge en Espagne... Découvrez notre Offre Spéciale fin 2021

... Voir plus



ESCAPADALIBRE.ES
À partir de **695€/personne**

EN SAVOIR PLUS



Google

achat spiruline

Envron 348 000 résultats (0,63 secondes)

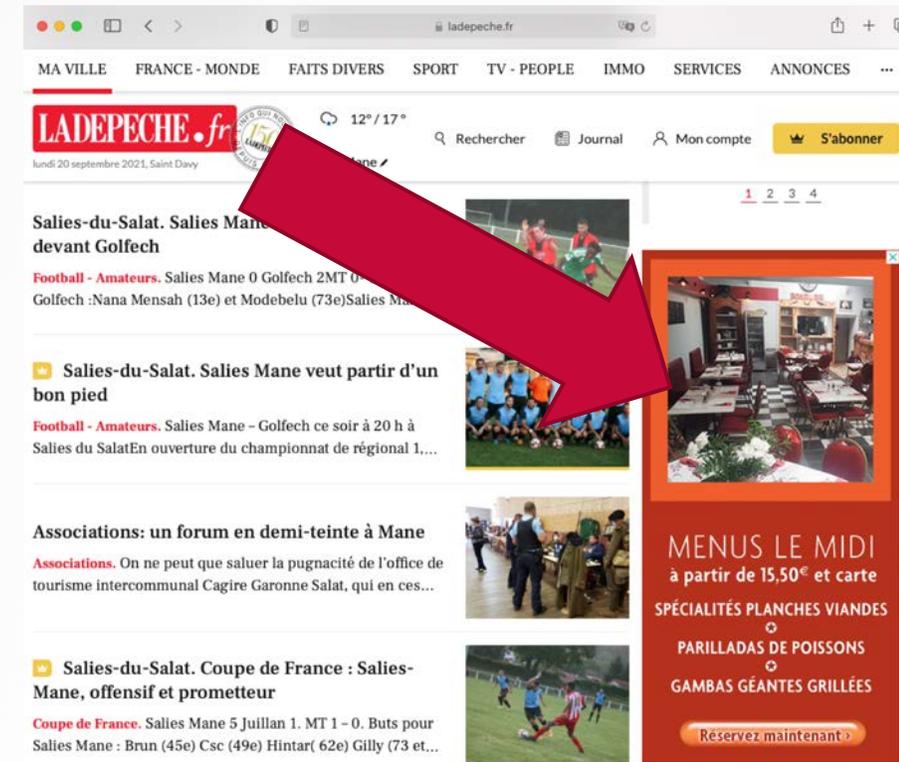
Annonce · <https://www.vegalia.fr/acheter/spiruline-bio> ▾
Spiruline Bio En Vente - Vegalia, produits de santé Bio - vegalia.fr
Meilleure Spiruline Française, Bio et Ecocert. 19% de phycocyanine. satisfait ou remboursé. Vegalia est une marque Française spécialisée dans sa spiruline bio, certifiée Ecocert.

Annonce · <https://www.happysuperfoods.fr/> ▾
Spiruline Bio Bleue - Happy Superfoods
Spiruline Bleue en poudre Bio (Phycocyanine). 4,5/5 d'avis positifs. Livraison offerte. Ingrédients : *100% Spiruline Bleue (Phycocyanine (*Certifiée BIO)) 50g
Consulter Notre Blog · Informations Et Contact · Questions Fréquentes · Aperçu Des Produits

Annonce · <https://www.umamiz-spiruline.fr/> ▾ +33 7 69 35 69 02
Stop à la Spiruline en Poudre - Dégustez la spiruline Fraîche
Ajoutez du plaisir à votre cure grâce à la spiruline Umamiz 100% française et Ecocert ! Notre spiruline 100% française s'incorpore à vos recettes préférées, sans mauvais goût ! Livraison en France. Paiement sécurisé. Produits naturels. Spiruline française.
Découvrez notre Boutique · La Spiruline Fraîche · Bienfaits de la spiruline

Annonce · <https://www.crokfun.com/> ▾
Gélules de spiruline - Spiruline bio - crokfun.com
Achetez nos gélules de spiruline bio fabriqués en France. Boutique spécialisée en produit sains et naturels, expédition sous 48h. Remboursement pendant 7j. Expédition Sous 48h.

<https://www.jolivia.fr/> ▾ 12-spiruline ▾
Spiruline pas cher en vente - Jolivia
Spiruline bio, spiruline de qualité au meilleur prix : large choix de spiruline en vente sur la boutique Jolivia.fr. Livraison Rapide 48h. Prix Bas.
Spiruline Bio · Spiruline Bio - 1200... · Spiruline Bio - 600 comprimés...



LADEPECHE.fr

MA VILLE FRANCE - MONDE FAITS DIVERS SPORT TV - PEOPLE IMMO SERVICES ANNONCES ...

12° / 17°

Rechercher Journal Mon compte S'abonner

lundi 20 septembre 2021, Saint Davy

Salies-du-Salat. Salies Mane devant Golfech
Football - Amateurs. Salies Mane 0 Golfech 2MT 0 Golfech :Nana Mensah (13e) et Modobelu (73e)Salies M...

Salies-du-Salat. Salies Mane veut partir d'un bon pied
Football - Amateurs. Salies Mane - Golfech ce soir à 20 h à Salies du SalatEn ouverture du championnat de régional 1,...

Associations: un forum en demi-teinte à Mane
Associations. On ne peut que saluer la pugnacité de l'office de tourisme intercommunal Cagire Garonne Salat, qui en ces...

Salies-du-Salat. Coupe de France : Salies-Mane, offensif et prometteur
Coupe de France. Salies Mane 5 Juillan 1. MT 1 - 0. Buts pour Salies Mane : Brun (45e) Csc (49e) Hintar(62e) Gilly (73 et...

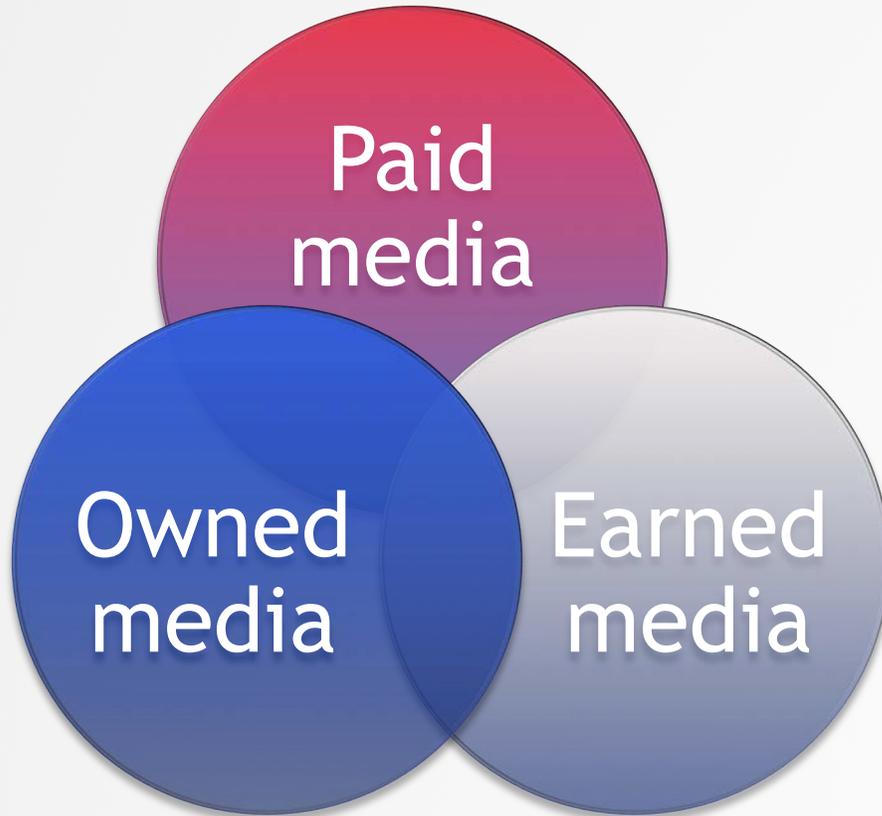


MENUS LE MIDI
à partir de 15,50€ et carte

SPÉCIALITÉS PLANCHES VIANDES
PARILLADAS DE POISSONS
GAMBAS GÉANTES GRILLÉES

Réservez maintenant

En synthèse

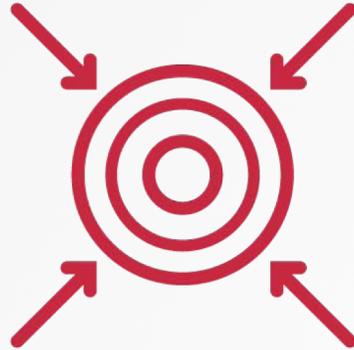


- Canaux de communication que vous utilisez en payant:
Google Ads, Pub Facebook, LinkedIn...
- Canaux de communication qui appartiennent à votre clientèle:
Bouche à oreille, Partage, mention sur les réseaux sociaux, Relation presse, Influenceurs, Article invité...
- Canaux de communication dont vous êtes le propriétaire:
Site internet, Blog, Réseaux sociaux...

Étape III

Comment établir mon plan d'action?

Construction du plan d'action



Objectifs généraux

- Notoriété
- Conquête
- Fidélisation

SMART

Vos objectifs spécifiques



Vos cibles

Déclinaison des actions en fonction des supports

| Support | Quoi? | Pourquoi? | Qui? | Combien? | Quand? |
|-----------------|---|---|---------------------|-----------------|------------------|
| Site web | Publier un article par mois sur le blog | Augmenter le trafic | Rédacteur | 50 euros / mois | mars à septembre |
| Newsletter | Proposer un concours | Acquérir de nouveaux abonnés | Resp. commercial | Interne | 1 x / an |
| Réseaux Sociaux | Publier & planifier les contenus à diffuser | Augmenter le nombre d'abonnés et les interactions | Resp. communication | Interne | 1 fois / semaine |

Planning du plan d'action

| | Janvier | | | | | Fevrier | | | | Mars | | | | |
|----------------------------------|---------|---|---|---|---|---------|---|---|----|------|----|----|----|----|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 7 | 8 | 9 | 10 | 14 | 15 | 16 | 17 | 18 |
| Lancement Nouveau produit | | | | | | | | | | | | | | |
| Blog | | | | | | | | | | | | | | |
| Publication d'un article | | | | | | | | | | | | | | |
| Réseau sociaux | | | | | | | | | | | | | | |
| Mise en place ligne éditoriale | | | | | | | | | | | | | | |
| Planification des publications | | | | | | | | | | | | | | |
| Jeux Concours | | | | | | | | | | | | | | |
| Campagne de publicité | | | | | | | | | | | | | | |
| Newsletter | | | | | | | | | | | | | | |
| Formation envoi emailing | | | | | | | | | | | | | | |
| Newsletter Spécial lancement | | | | | | | | | | | | | | |
| Newsletter Février-Mars | | | | | | | | | | | | | | |

Quelques conseils

- Les outils présentés sont applicables à **TOUTES** les tailles d'entreprise et les typologies d'activités
- **Ne restez pas seul(e)**, entourez-vous!
- **Essayez & testez** vos idées
- **Inscrire vos actions dans le temps**

La parole est à vous !

Pour aller plus loin, nous vous offrons un
entretien personnalisé.

Fixez un rdv



clic2com.com/prendre-rdv/



laura@clic2com.com - melanie@clic2com.com