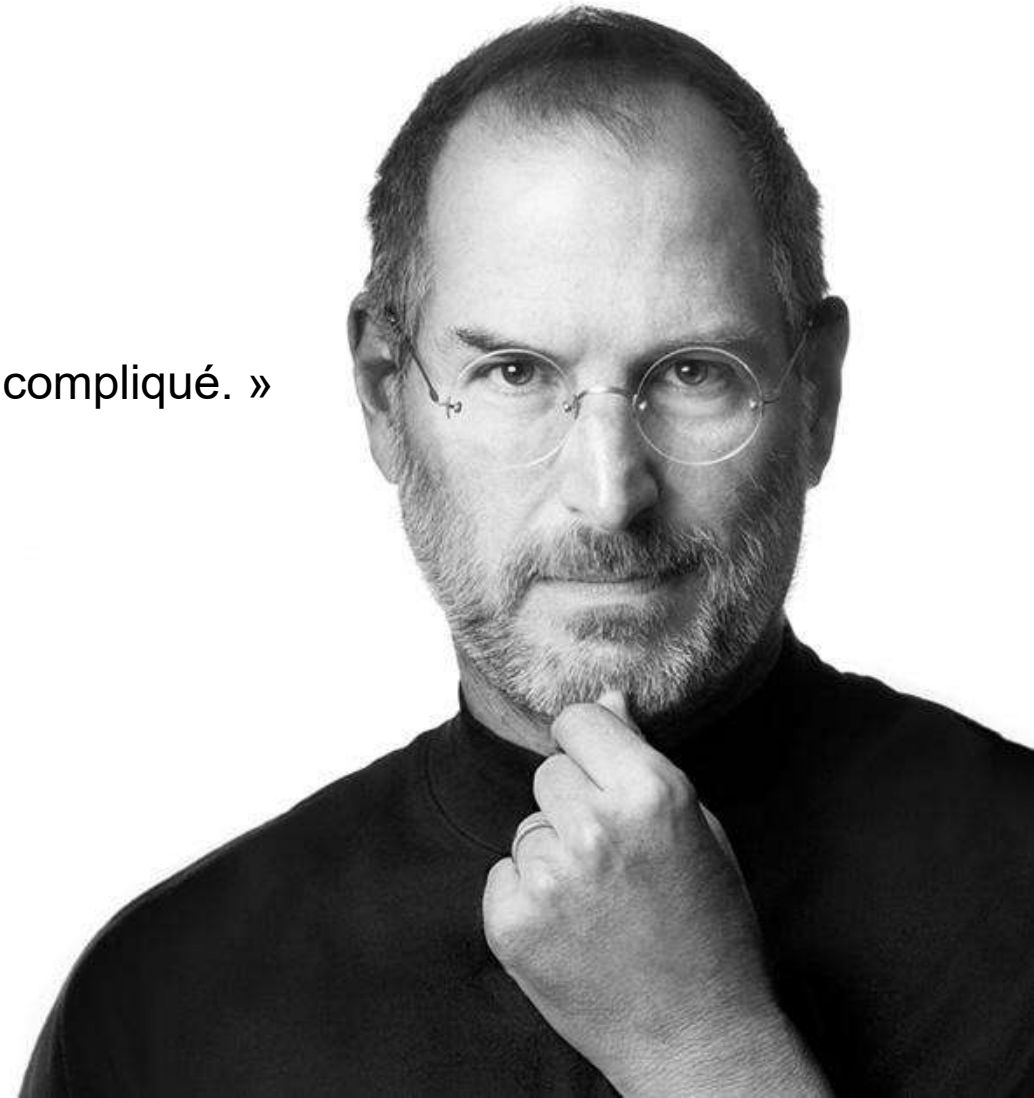
A quoi sert le digital quand on monte sa boîte ?

PUN – Niort – Mercredi 2 Mai 2018 – Jean-Christophe Gilbert

Hello
:)

« Faire simple est plus difficile que faire compliqué. »



La guerre est déclarée




Pleurer ne sert à rien


Les vieilles recettes
ne fonctionnent plus

Stratégie Web Marketing « standard » (ou cartographie digitale)

Site web/e-commerce

Il constitue le centre de gravité de la stratégie Web Marketing

Il présente toute l'information corporate, les produits, l'activité…

Site mobile / Responsive

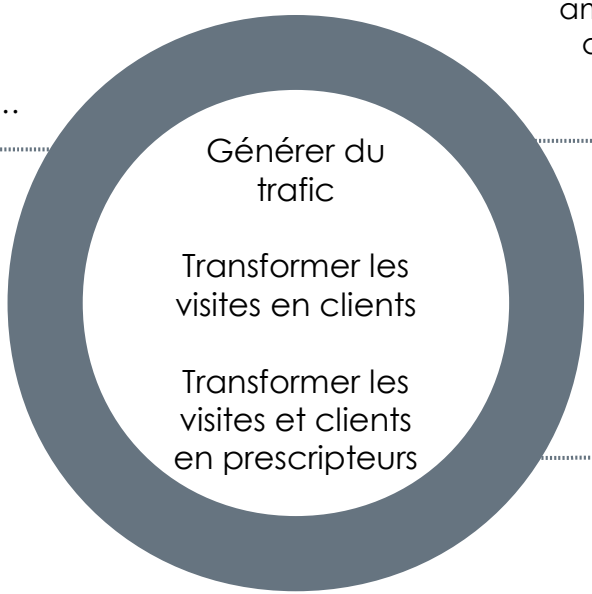
Il permet d'accéder au site depuis un smartphone ou une tablette.

Il est optimisé pour les supports mobiles

Référencement naturel et AdWords

Le référencement est défini par rapport à des expressions clés

Il se mesure et s'améliore en continu sur des cycles longs



L'actualité / Le Blog

Les dernières infos servent à générer de la fraîcheur, à garder le contact, améliorer le référencement et alimenter les réseaux sociaux

Les réseaux sociaux

Véritable caisse de résonance de la communication, ils servent à diffuser et amplifier l'information

Les actions Social Marketing

Elles permettent de constituer des bases de contacts et d'augmenter les fans de vos réseaux sociaux


Il faut dédiaboliser

Les fondamentaux du digital en 2018

- L'interaction comme fondement
  - La communication traditionnelle correspond à de la diffusion de message
  - Le social média doit quant à lui le partager et encourager les internautes à commenter et donner leur avis
  - Les médias sociaux ne sont pas simplement des moyens d'émettre des messages. Ils permettent l'échange d'informations, la communication multidirectionnelle.
  - Dans ce système, l'information n'est pas finie :
    - Elle est une information en devenir, que les lecteurs peuvent/doivent continuer.
    - L'information est une invitation à la discussion.

L'interaction

- La caractéristique fondamentale des médias sociaux :
  - Leurs contenus sont produits par ceux qui les consomment.
  - Leurs auteurs sont aussi leurs lecteurs.
  - C'est une information en perpétuelle construction
- Mais tout n'est pas si simple… car la mesure n'est plus l'audience mais l'interaction
  - La règle des 90 / 9 / 1%
    - 90% des internautes sont spectateurs : ils écoutent
    - 9% réagissent sur des contenus : ils conversent
    - 1% produisent des contenus et les diffusent : ils s'engagent

Pourquoi utiliser le digital pour sa boîte ?

- Pour démontrer son expertise
  - Le fondement même du « Blogging » !
  - Diffuser du contenu à forte valeur ajoutée
    - Des modules de formation
    - Des outils pratiques
    - Vos références

- Pour créer des « ambassadeurs »
  - Ils seront vos meilleurs alliés
  - Toujours là pour vous soutenir
  - Diffuseurs de vos informations

Pourquoi utiliser le digital pour sa boîte ?

- Trouver de nouveaux partenaires

  - L'entreprise fonctionne de plus en plus en réseau, avec des partenariats.
  - En utilisant les réseaux sociaux, les partenariats sont plus simples et les contacts plus nombreux
  - Des échanges de liens constituent un partenariat

Pourquoi utiliser le digital pour sa boîte ?

- Créer sa BDD prospects
  - Tous vos « fans » deviennent une base de données de contacts potentiels
  - Exemples concrets :
    - La possibilité de récupérer sous forme de Tableau Excel vos contacts Viadeo ou Linkedin par un simple export de ses contacts
    - La possibilité d'exporter les contacts depuis votre application Facebook

Pourquoi utiliser le digital pour sa boîte ?

- Améliorer sa relation client

- C'est l'objectif de demain …
  - La participation active au sein des conversations
  - La mise en ligne de FAQ en temps réel
  - L'optimisation et le développement de la fidélisation

- Réalisation d'économie
  - Diminution des appels vers votre service client en répondant aux questions posées sur les médias sociaux par vos clients et par vos prospects.
  - La meilleure solution étant quand la « communauté » se chargera de répondre à votre place ! (Vos ambassadeurs)

Pourquoi utiliser le digital pour sa boîte ?

- Gérer sa e-réputation
  - Les médias sociaux vous permettent de développer (ou flinguer) votre e-réputation
  - Et donc votre image (votre positionnement notamment)
  - Mais ils vous permettent aussi de savoir tout ce qui se dit sur vous, ou tout ce que les internautes savent de vous... Ou aimeraient savoir…
  - A vous de mettre en place une « Ecoute » attentive…
  - Mais aussi et bien entendu de réagir (et donc de contrôler votre image)

Pourquoi utiliser le digital pour sa boîte ?

- Écouter et faire participer ses « usagers »
  - Qui est le plus à même de vous aidez à optimiser vos produits/services ?
    - Un cabinet de consultants ?
    - Ou bien vos utilisateurs / clients / consommateurs ?

- Le web : la meilleure étude de marché qui existe
  (Cf. Emery Jaquillat PDG Camif)

Le boss des médias sociaux

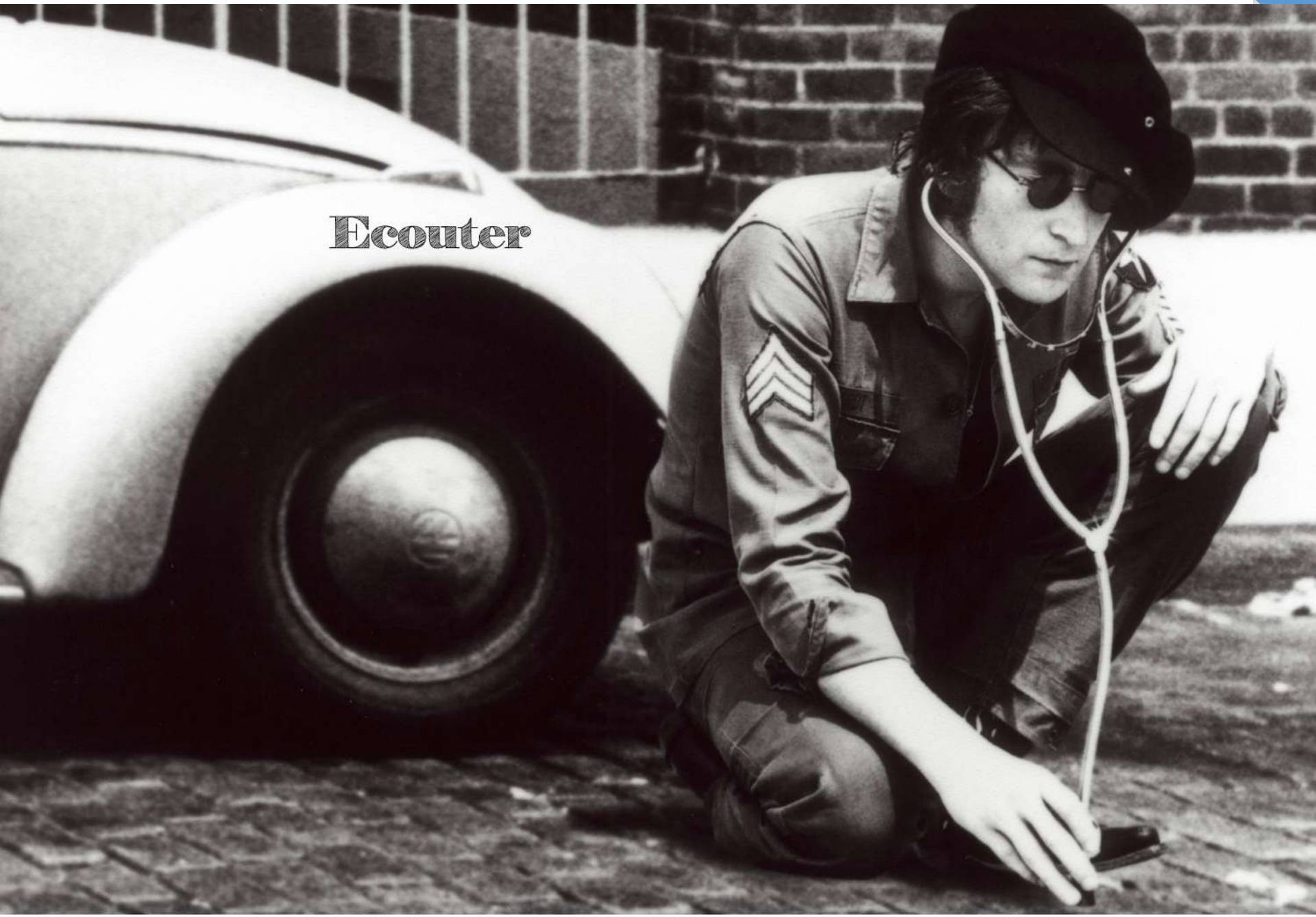
- Facebook : le 1er réseau social au monde qui regroupe toutes les générations et catégories sociales
- Votre profil Facebook personnel et nominatif pour accéder au réseau
- Vos pages Facebook pour vos activités professionnelles
- Réseau multi-médias :
  - Textes et commentaires
  - Photos et vidéos
  - Discussion / Chat
  - Groupes, évènements, etc…
  - Moteur de recherche interne
  - Régie publicitaire : « Facebook Ads »



Exercice pratique

Comment très concrètement référencer votre boîte dans Google

- 1 - Créez-vous une adresse gmail
- 2 - Un petit check sur les services Google (rapide passage en revue)
- 3 – Sélectionner « Développez votre activité »
- 4 - Enregistrement de votre activité dans map
- 5 - Aller sur Google My Business (c'est caché)
- 6 - Créer votre propre site avec Google Site
- 7 - Cliquer sur la petite route crantée plus > Google Addwords
- 8 - Les basiques d'Adwords (déroulé des fonctions de base)
- 9 - Publiez votre annonce - configuration de la zone et des mots clés
- 10 - Allez jusqu'au paiement.


Ecouter

Merci.

JCgilbert.fr