

# Chap2- Stratégie de communication digitale et production de contenu

# I- Mise en place d'une stratégie de communication digitale

► Plusieurs étapes:

1- Réaliser un audit :

- **Analyse de la situation de l'entreprise et de son environnement** : *place en termes de ventes, Position par rapport aux concurrents, image auprès du public ...*
- **Utilisation de la méthode d'Analyse SWOT** : Définissez vos forces et vos faiblesses mais également les opportunités du marché et les menaces extérieures à prendre en compte.
- **Veille concurrentielle** (connaître les tendances, trouver l'inspiration)

## 2- Définir une cible

- développer le profil type du client idéal de l'entreprise, appelé PERSONA.
- ▶ Qui est-il ? Âge, lieu de résidence, emploi, loisirs, revenus...
- ▶ Quels sont ses besoins ?
- ▶ Quelles sont ses motivations ?
- ▶ Quels sont ses freins?
- ▶ Comment utilise-t-il Internet ? Combien de fois par jour et à quels moments ? Plutôt sur mobile ou sur desktop ?
- ▶ Quels réseaux sociaux utilise-t-il ? Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn...

### 3- Fixer des objectifs

- ▶ Utiliser la méthode SMART
- **Spécifique** : l'objectif doit être en lien direct avec le travail réalisé.
- **Mesurable** : choix d'indicateurs afin d'évaluer l'état d'avancement et le résultat des efforts accomplis.
- **Atteignable** : il doit être ambitieux, avec l'idée de challenge et de défis à relever pour être motivant... Mais accessible .
- **Réaliste**. Il doit correspondre à ce que vous pouvez faire en fonction de vos ressources.
- **Temporel**, c'est à dire défini dans le temps. Il faut une date butoir, des étapes, pour doser son investissement

#### **4- Définir votre budget**

- ▶ celui-ci déterminera au moins en partie les moyens humains et matériels que vous utiliserez pour atteindre vos objectifs.

#### **5- Choix des médias et supports**

Selon vos besoins, vous pourrez :

- ▶ Investir les médias sociaux ;
- ▶ Mettre des vidéos en ligne sur Youtube ;
- ▶ Lancer une newsletter par mailing ;
- ▶ Développer un site web ou un blog qui servira de vitrine à votre marque ou de support pour le e-commerce ou m-commerce ;
- ▶ Créer une application...

# II- Contenu web

## 1- stratégie d'Outbound Marketing ou d'Inbound Marketing ?

### ► Stratégie d'Inbound Marketing (marketing entrant):

Visé à faire venir le consommateur vers une marque via une série d'actions précises

Supports utilisés: blogs, réseaux sociaux, newsletters, videos, livres blancs....

Avantages	Inconvénients
Peu coûteux Interaction avec le consommateur	résultats sur moyen ou long terme

### ► L'Outbound Marketing (marketing sortant )

Consiste à aller chercher le consommateur, par **des actions commerciales traditionnelles**

Supports utilisés: la publicité média et hors-média : Tv, presse, radio..., les campagnes d'emailings, les campagnes SMS, les liens sponsorisés

Avantages	Inconvénients
coûteux Diffusion à grande échelle	résultats rapides pas de ciblage Sollicitations qui peuvent être perçues comme <b>intrusives et agressives</b>

## 2- Content marketing

Il vise à attirer une cible définie avec des contenus intéressants, informatifs, divertissants et utiles afin de générer des prospects, des leads (contacts) et à terme, des clients.

Il s'intéresse donc aux centres d'intérêt des internautes

Ex:

- les conseils (blog, fiches, articles,..)
- les descriptifs produits
- les vidéos tutos
- les contenus UGC (avis, forums, communautés d'entraide, ..)

### 3- Brand content

Le brand content, ou contenu de marque, est centré sur la marque.

Il a pour objectif de cultiver l'image de la marque, de développer sa notoriété, ou encore l'affection qu'elle suscite chez les consommateurs.

Ex:

- ▶ Storytelling qui permet de captiver par l'émotion
- ▶ Evènements RedBull, qui permet d'associer par exemple la marque à la performance, le dépassement de soi

# III- La force des réseaux sociaux

2,206 MILLIARDS DE PERSONNES UTILISENT LES  
**RÉSEAUX SOCIAUX**  
CHAQUE MOIS DANS LE MONDE

## #1 DÉVELOPPEZ VOTRE IMAGE DE MARQUE

Boostez votre **VISIBILITÉ**  
Développez votre **NOTORIÉTÉ** :  
> Recommandations clients  
> Communication sur vos actualités  
> Discours plus humain et interactif

## #2 ATTIREZ DE NOUVEAUX CLIENTS

1 client détient 100 contacts sur un compte social, **90% DES INTERNAUTES FONT CONFIANCES A L'AVIS D'UN AMI**.  
Poussez vos fans à partager votre page !

## #3 CRÉEZ UNE RELATION AVEC VOTRE COMMUNAUTÉ

Montrez que votre marque est **ACCESSIBLE, REACTIVE** et **PROCHE** de sa communauté.

## #4 AUGMENTEZ LE TRAFIC SUR VOTRE SITE

Les réseaux sociaux sont un excellent moyen de découvrir des produits et des services. L'utilisation de ces derniers augmente véritablement le **TRAFIC VERS VOTRE SITE WEB** où les clients trouveront plus d'information.

## #5 AMÉLIOREZ VOTRE RÉFÉRENCIEMENT NATUREL

Sachez que Google prend maintenant en compte le **CONTENU PRÉSENT SUR LES MÉDIAS SOCIAUX** ! Le référencement de votre site internet bénéficie alors d'une **SOURCE SUPPLÉMENTAIRE**, ne la négligez pas !