



Promotion

Stratégie de marketing numérique

COMPRENDRE LA STRATÉGIE DE MARKETING NUMÉRIQUE

La stratégie de marketing numérique fait référence à l'utilisation des nouvelles technologies de l'information et de la communication pour vendre un produit ou pour promouvoir une marque auprès des consommateurs. Sites Internet, réseaux sociaux, applications, vidéos en lignes sont au cœur du marketing numérique.

DÉVELOPPER UNE STRATÉGIE DE MARKETING NUMÉRIQUE

Votre entreprise désire se doter d'une stratégie numérique, pour ce faire vous devez répondre aux 5 questions suivantes :

Que voulez-vous atteindre comme but ?

Soyez le plus spécifique possible, assurez-vous que vos objectifs soient réalisables et définissez les données sur lesquelles vous allez évaluer vos résultats.

Quelles sont vos erreurs ?

Référez-vous à vos anciennes approches et campagnes pour voir ce qui n'a pas fonctionné. Les erreurs commises sont très instructives pour votre entreprise.

Quelle est la stratégie numérique de vos concurrents ?

En observant ce que font vos concurrents et en analysant leurs actions vous obtiendrez des données sur les attentes des clients.

À qui vous adressez-vous ?

Déterminer à quelle clientèle vous voulez vous adresser et définissez votre client idéal, ce qui vous permettra de mieux orienter vos actions marketing.

Quels sont vos moyens ?

Déterminez votre budget, les ressources humaines dont vous aurez besoin et établissez la liste de vos outils de communication.

1

COMPRENDRE LE VOCABULAIRE

Votre entreprise désire faire l'acquisition d'une clientèle en ligne, voici quelques acronymes que vous devriez connaître :

CRM *Customer Relationship Management*
Gestion de la relation client

CTE *Call to action*
Convention des visites en ventes

PPC *Pay-Per-Click*
Coût pour chaque clic depuis une publicité vers le site de l'annonceur

SERP *Search Engine Result Page*
Page de résultats des moteurs de recherche

SEM (SEO + SEA) *Search Engine marketing (Search Engine Optimisation + Search Engine Advertising)*
Marketing sur les moteurs de recherche (référencement + publicité sur les moteurs de recherche)

SMM *Social Media Marketing*
Marketing sur les réseaux sociaux

SMO *Social Media Optimization*
Référencement naturel sur les réseaux sociaux

IDENTIFIER LES FACTEURS CLÉS

Depuis quelques années, les entrepreneurs sont de plus en plus nombreux à prendre conscience de l'opportunité que représente Internet pour le développement de leur entreprise. Bien qu'un grand nombre d'entreprises soient présentes sur les réseaux sociaux, dans de nombreux cas leur stratégie de marketing numérique n'est pas assez réfléchie ce qui fait en sorte que leurs résultats ne sont pas concluants.

Alors quels sont les moyens à mettre en place pour attirer les consommateurs ? Voici 5 facteurs clés d'une stratégie réussie :

1) Le contenu

Vous devez communiquer autour de votre activité d'entreprise, lancer des concours, alimenter les réseaux sociaux avec des articles, des vidéos, des infographies. Vous devez également créer du contenu original qui intéresse le consommateur afin de générer des visites sur votre site Internet. En diffusant du contenu pertinent, vous pourrez nouer une relation de confiance avec votre public cible, dans le but final de les diriger vers l'acte d'achat.

2) Le marketing participatif

Vous pouvez utiliser les réseaux sociaux pour obtenir l'avis des consommateurs, lors de l'élaboration d'un produit, d'un logo, d'un emballage, etc. En tenant compte de leurs avis, ils se sentiront investis ce qui créera un lien entre votre entreprise et eux. Cette manière de faire à 2 avantages pour l'entreprise :

- Elle peut séduire le consommateur en lui donnant la parole, ce qui facilite leur fidélisation.
- Elle peut connaître ce qu'il plaît aux consommateurs et donc s'adapter à ses besoins et ses envies.

3) L'incitation aux partages

En affichant le nombre d'utilisateurs ayant déjà aimé ou partagé une page de votre site Internet, cela rend le produit plus populaire et donc plus attractif pour le consommateur.

4) La fréquence de publication

Vous devez déterminer la fréquence de vos publications sur les médias sociaux. Publiez fréquemment sans pour autant envahir votre public cible.

5) Le délai de réponse

Les consommateurs aiment se sentir privilégiés et écoutés. Ainsi, lorsqu'ils publient un commentaire, envoient un message personnel, il est important que vous y répondiez rapidement. Leurs donner la parole c'est bien, leur répondre c'est encore mieux. Les consommateurs apprécieront d'autant plus votre entreprise s'ils se sentent pris en considération et leurs commentaires seront plus positifs.

MESURER LES RÉSULTATS

Une stratégie de marketing numérique possède ses propres indicateurs. Certains sont purement Web, comme l'acquisition de nouveaux prospects, d'autres sont comparables aux indicateurs traditionnels, comme le taux de conversion, d'achat, de réservation ou d'abonnement aux produits et services de votre entreprise. Vous devez construire au fil des ans votre propre tableau de bord, pour guider vos actions.

Au moins une fois par semaine, effectuez un examen de vos données. Cela vous aidera à déterminer lesquelles parmi vos actions de marketing numérique fonctionnent le plus. Si vous ne vous penchez jamais sur ces données, vous ne saurez jamais si vous faites ou non les bonnes actions marketing.

NOUS JOINDRE

MRC de Matawinie

3184, 1^{re} Avenue
Rawdon (Québec) J0K 1S0
450 834-5441 | matawinie.org

MRC de Montcalm

1540, rue Albert
Sainte-Julienne (Québec) J0K 2T0
450 831-2182 | mrcmontcalm.com