

# BALADO STRATÉGIE MARKETING D'ENGAGEMENT

## ÉPISODE 1 GÉRER SA STRATÉGIE WEB À L'ÈRE DE LA COVID-19

C'est avec une grande générosité que **Caroline Trudel**, designer et consultante en création numérique chez **CET Création**, s'est prêtée au jeu et a participé à notre balado en délivrant des conseils judicieux sur les stratégies marketing à adopter en réponse à cette pandémie qui nous affecte tous.

Ce document contient donc de l'information complémentaire aux pistes de solutions évoquées par notre invitée dans l'entrevue, nous vous invitons à l'écouter sans tarder.



**VOUS DÉMARREZ UNE NOUVELLE ENTREPRISE OU VOUS DÉSIREZ ÊTRE PLUS VISIBLE SUR LE WEB?**

**Caroline Trudel** de **CET Création** se fera un plaisir de vous accompagner dans ce processus que ce soit pour la création de votre image de marque ou encore, votre rayonnement sur le Web. Elle offre également de la consultation, des formations, conférences ou ateliers sur mesure.

[CETCREATION.COM](http://CETCREATION.COM)

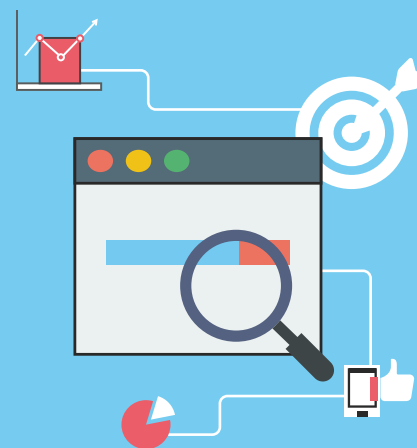


# IMAGE DE MARQUE

L'image de marque est principalement constituée des éléments suivants : nom, logo et slogan. Dans un univers numérique, il faut que le consommateur culturel reconnaisse rapidement votre identité visuelle. Grâce aux technologies numériques, nous avons une évolution de l'image de marque qui intègre maintenant les notions de son, de photo et de la vidéo. Il est important que tous vos réseaux sociaux soient uniformes.

Pour illustrer, une couleur dominante dans une photo est une technique graphique qui permet de créer un lien émotionnel avec vos utilisateurs, car il ne faut pas oublier que l'humain est au milieu de tout ça!

Exemple : une bannière personnalisée sur votre site et sur vos réseaux sociaux est une technique efficace pour présenter votre « saveur » à votre clientèle.



# E-RÉPUTATION

Ce drôle de mot représente simplement l'opinion que les internautes ont de vous, votre organisme ou votre entreprise. Cette notoriété est directement liée à l'identité de votre nom, de votre marque et à la qualité de votre service en ligne et hors-ligne. C'est ce qui peut vous différencier de votre concurrence. Il y a des outils numériques qui permettent de la surveiller et ainsi pouvoir profiter des points positifs soulevés par les utilisateurs et de corriger les négatifs. Un outil intéressant à utiliser est Google MyBusiness\*

La e-réputation est déterminée par, bien sûr, les internautes sur les forums, les blogues et les réseaux sociaux. Les deux facteurs de succès sont l'image et la visibilité. Il faut équilibrer ces deux facteurs, donc une bonne image, bien reçue par les internautes et une grande visibilité (les relations de presse peuvent aussi aider en ce sens). Il ne sert à rien d'avoir une grande visibilité si l'image projetée n'est pas reçue favorablement sur le Web, il est alors important de prendre en considération les retours d'expériences des internautes et de s'ajuster à ceux-ci.

Google My Business est un outil gratuit et simple d'utilisation, qui permet aux entreprises et aux organisations de gérer leur présence en ligne sur Google. En validant et en modifiant les informations sur votre établissement, vous pouvez aider les utilisateurs à vous trouver sur Google. Source : Google support.

# PRÉSENCE SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX

En comprenant mieux la e-réputation, il est impératif de garder un contrôle sur sa présence dans les réseaux sociaux et d'ajuster sa stratégie pour qu'elle vise bien le public cible et que le message reçu par celui-ci soit en accord avec la ligne éditoriale.

Se créer une stratégie marketing n'est pas une mince affaire, mais il est possible de suivre des blogues, documents, tutoriels gratuits en ligne et des formations adaptées.

LES ÉTAPES PRINCIPALES SONT LES SUIVANTES :

**P.S.** Bien manier et coordonner sa présence dans les réseaux sociaux est un métier en soi; **gestionnaire de communauté**. Si vous arrivez aux limites de vos connaissances, mais désirez atteindre vos objectifs, il est temps de faire affaire avec un professionnel dans ce domaine.

## 1. FAIRE L'ÉTAT DES RESSOURCES

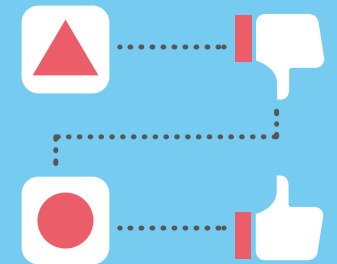


## 2. AVOIR UNE LIGNE ÉDITORIALE CLAIRE



## 3. ET DE SE DÉMARQUER PAR SON IMAGE DE MARQUE UNIQUE

## 4. MESURER SES ACTIONS



**N'AYEZ PAS PEUR DE TESTER DES CHOSES!**

# AUTOMATISATION DU MARKETING

Une solution qui a été adoptée par plusieurs lors de cette pandémie a été l'automatisation. Vous avez assurément déjà eu affaire à du marketing automatisé. Un bon exemple est le clavardage automatique qui vous interpelle lorsque vous allez sur une page Facebook ou un site Internet d'une entreprise ou d'un organisme. Souvent, ce clavardage vous offre des choix de sujets ou de questions prédéfinies et chacune d'entre elles ont des réponses prédéterminées. Ce petit robot qui vous parle est en fait un « chatbot ».

