

À
vos
côtés
depuis
40 ans...

40

www.oteci.asso.fr

Marketing Digital

Des missions pour OTECI

Antoine Moltisanti

antoine.moltisanti@orange.fr

Digital Day - Lyon 3 décembre 2019

Missions OTECI marketing Digital



Les bénévoles d'OTECI vous aident à construire **votre** stratégie digitale.
Voici ceux qui bénéficient déjà de notre soutien :

1Prim3D entreprise de conception, modélisation et impression 3D,

EREE est une entreprise spécialisée dans la fabrication de cartes électroniques,

Grayel travaille pour les plus grands acteurs de la chimie et de la pharmaceutique,

CPE Formation service de formation professionnels.

Fondation Après-Tout sous l'égide de la Fondation de France,
accompagne les professionnels au service de l'humain,

ORSAC Organisation pour la Santé et l'Accueil,

Solecad fabrique des machines spéciales



La stratégie digitale pour vous développer

- Définir ses objectifs
- État des lieux
- Bâtir sa stratégie avec les différents médias digitaux : NL, Google Ads, Réseaux Sociaux
- Définir son plan d'action
- Le tableau de bord
- Suivi et plan d'action correctif

Définir ses objectifs

Que cherchez vous à faire ? Quelle est votre problématique ?

- Développer votre notoriété ?
- Augmenter le nb de visites sur un site internet ?
- Augmenter votre CA ?
- Communiquer vers des clients ? Des prospects ?

Les objectifs doivent être concrets comme votre **taux d'engagement**.

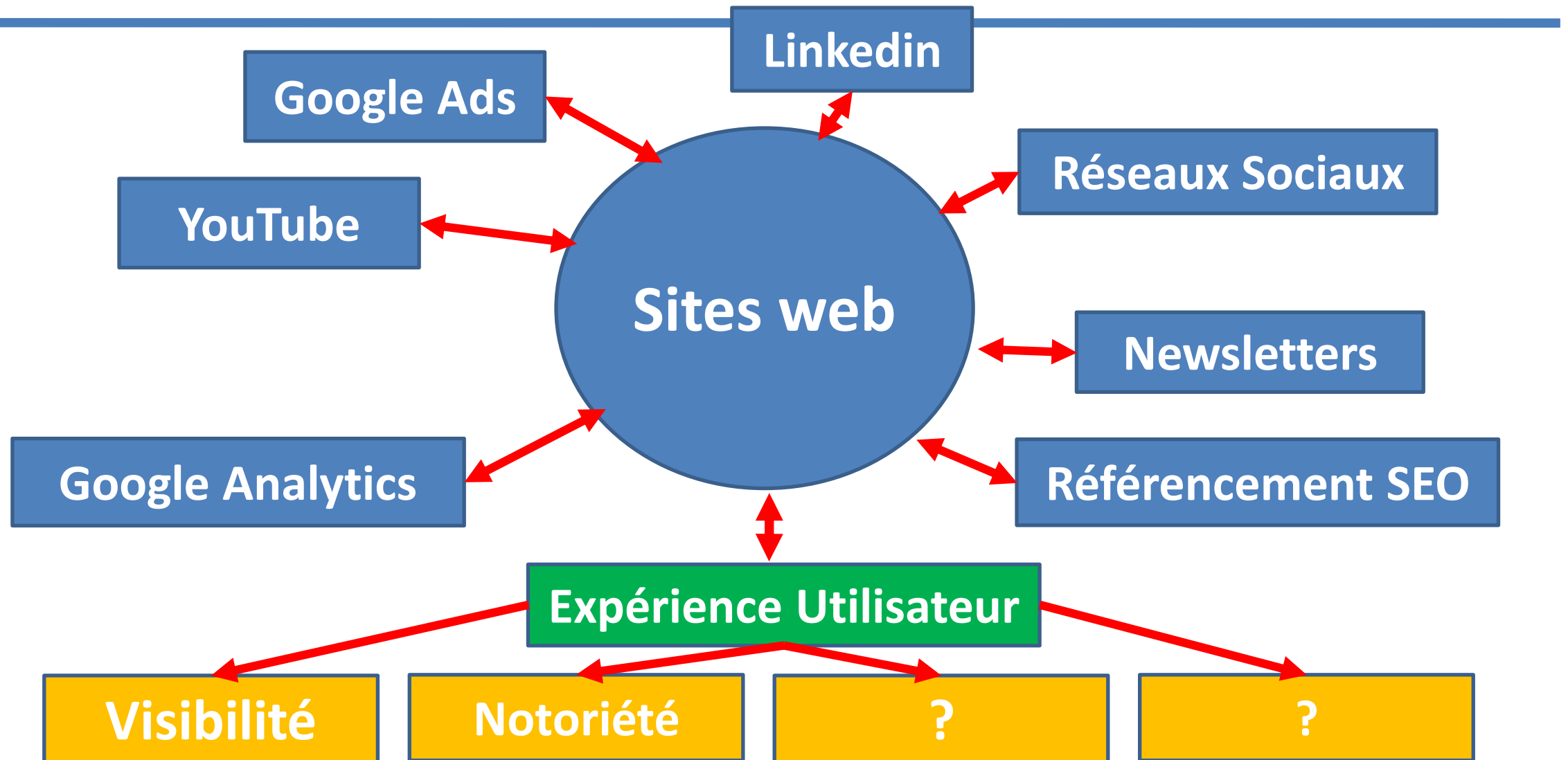
Par ex : le KPI à définir peut être le nombre de personnes susceptibles de venir à l'événement ou le nombre de clients acquis à l'issue de ce dernier.

État des lieux

- Actuellement sur quels supports communiquez-vous ?
- Avez-vous un site Internet ?
 - Besoin d'une aide pour le cahier des charges ?
- Disposez-vous d'un formulaire de contact, d'unTchat, une newsletters ?
- Avez-vous des comptes Facebook, LinkedIn, Instagram, Viadeo, Twitter ?
- Combien de personnes peuvent se mobiliser pour communiquer sur les réseaux sociaux de manière régulière ?

Construction d'une stratégie adaptée...

Stratégie Communication Digitale : multicanale, externe et interne, visibilité, notoriété



Stratégie Digitale dédiée aux cibles prioritaires

	?	?	?	?
Site web				
Formulaires web				
Newsletters				
Google Ads				
Linkedin				
Facebook				
Autres RézoSociaux				

Comment bâtir votre stratégie sur les réseaux sociaux ?

- Exister sur les réseaux sociaux revient à mettre en place une politique éditoriale et marketing, de la même manière que dans les médias traditionnels.
Il s'agit donc tout d'abord de définir son projet en se posant ces premières questions : **quel message, pour quel public, sur quel canal ?**
- Le site Internet est-il cohérent avec la stratégie que je vais développer sur les réseaux sociaux ?

Définir son plan d'action

- Choisir par quel média on commence et définir le plan de communication sur ce média.
- Établir un diagramme de Gantt (planning)
- Tester la communication à petite échelle puis généraliser
- Mesurer les résultats et réajuster
- Reprendre la démarche sur un second média tout en validant la cohérence et en adaptant le texte à ce média.

Exemple de Tableau de Bord

- Établir un tableau de bord avec vos indicateurs clés...

	avr-18	mai-18	juin-18	juil-18	août-18	sept-18	oct-18	nov-18	déc-18	total
Nb de visites / Sessions			131	191	115	185				
Nb visiteurs / Utilisateurs			120	144	101	170				
Google Adwords										
Linkedin Entreprise	4	4	6	6	6	7				
Linkedin LS	45	48	111	126	135	146	150			
Linkedin MB	80	113	210	266	303	339	368			
Viadeo E										
Viadeo LS	à créer	0								
Viadeo MB										
Demandes entrantes	4	2	6	1	3	1				
Contrats signés										

Suivi et plan d'action correctif

- À l'aide du tableau de bord mesurer les écarts avec les objectifs définis.
- Identifier les correctifs à mettre en place
- Définir les moyens à mettre en œuvre pour atteindre les objectifs
- Amender le plan d'action.

La Newsletter : l'associée de votre site web

- L'intérêt essentiel d'une newsletter est d'inciter les internautes à revenir visiter votre site web et à les fidéliser en leur apportant des informations pertinentes : information qui a pu leur échapper parce qu'ils ne vous suivent pas nécessairement sur les réseaux sociaux.
- La newsletter est l'un des moyens de vous faire connaître et doit donc s'inscrire dans le cadre de votre stratégie de communication.
- Se mettre en conformité avec les RGPD

Les réseaux sociaux, devenus indispensables

Les réseaux sociaux permettent de travailler votre **visibilité** dans une démarche prospective, Les campagnes digitales sont un véritable tremplin car elles génèrent du trafic sur votre site. Ce trafic draine plus de visiteurs, et donc **augmente vos chances de conversion** en nouveaux clients.

- **LinkedIn** est aujourd'hui le plus grand **réseau social professionnel** : une aubaine pour les entreprises qui souhaitent développer leur marketing digital en B to B
- Le principal avantage de **Facebook** réside dans son énorme communauté et son ciblage qualifié de chirurgical.
- Développez votre activité grâce à **Google Ads**. Faites-vous connaître auprès des clients grâce au ciblage et à l'achat de mots clés. Vous payez en fonction des clics.

Les quatre phases stratégiques sur les réseaux sociaux :

- 1) Capter l'attention de l'internaute en lui donnant le contenu qui l'intéresse,
- 2) Susciter l'appréciation en stimulant votre communauté et les invitant à témoigner de leur satisfaction,
- 3) Faire participer en lançant une discussion,
- 4) Inciter au partage de façon modérée et habile.

Conclusions

- OTECI a développé une offre nouvelle
 - *Cette expertise peut se transmettre d'une région à l'autre*
- Adaptée aux problématiques que rencontrent les TPE, PME
- Car elle offre des résultats avec des investissements moindre que les anciens médias : commerciaux, pub, presse, papier, ...
- La principale difficulté réside dans l'identification de la ou les personnes du donneur d'ordre qui prendront en charge un ou plusieurs médias

Merci

Tableau de Bord

- Établir un tableau de bord pour suivre chaque étape de l'avancement du projet.
- Identifier les dates avec les intervenants et les résultats obtenus.

date	Action	intervenants	résultat