FA2B
For A Better Business

Eléonore LEVEQUE

LES 5 ÉTAPES CLÉS POUR ACCÉLÉRER VOTRE CROISSANCE

BOOSTEZ VOTRE MARKETING
AUGMENTEZ VOTRE VISIBILITÉ
OFFREZ UN BOUM À VOTRE CHIFFRE D'AFFAIRE

SOMMAIRE

Introduction 01

Les fondamentaux d’une bonne vision stratégique 02

Ton positionnement actuel 03

Trouve une stratégie marketing impactante ! 05

Déploie une stratégie d’entreprise alignée 06

Mesure tes résultats 07

Exemple - Étude de cas 08

À toi de jouer avec ma check-list ! 09

Parlons de vous ! 10

INTRODUCTION

€20 milliards
c'est le montant moyen des dépenses publicitaires en France !

2 à 5% C'est le pourcentage du revenu consacré par les entreprises **B2B** à leur marketing

5 à 10% C'est le pourcentage du revenu consacré par les entreprises **B2C** à leur marketing

Les entreprises qui investissent dans le marketing digital ont un CA qui augmente en moyenne **2,8%** plus vite que les entreprises qui n'investissent pas.

MON OBJECTIF ?

Vous guider vers une stratégie claire & efficace

Pour un vrai **BOOM** de votre chiffre d'affaires

1. LES FONDAMENTAUX D'UNE BONNE STRATÉGIE

NB : Une stratégie marketing permet **d'attirer** & **fidéliser tes clients**, contrairement à la **stratégie d'entreprise** qui donne **la direction générale de votre entreprise !**

Objectifs SMART

Vous devez établir des objectifs **SPÉCIFIQUES, MESURABLES, ATTEIGNABLES, RÉALISTES** & **TEMPORELS.**
Cela va vous permettre d'avoir une direction claire, de suivre votre évolution, d'améliorer votre motivation & votre production et surtout de vous aider à la prise de décision !

Vision & Objectifs

Comment voulez-vous avancer si vous ne savez pas où vous allez ?
Il est primordial que vous avanciez en sachant précisément où vous allez et surtout comment vous y allez !
Votre **vision vous inspire** et vos **objectifs structurent vos actions.** C'est cette clarté qui vous permettre de mieux avancer et de fédérer plus facilement.

Les Piliers

Vous devez être unique ! Pour cela, vous avez besoin d'une **proposition de valeur forte, un positionnement net** et une **différentiation claire.**
Ce trio vous aidera à prendre des décisions cohérentes et d'assumer vos prix & votre direction.

2. ANALYSEZ VOTRE POSITIONNEMENT ACTUEL

L'audit de votre existant

- **Vos actions :** Quelles sont les actions que vous avez déjà mises en place ? Quelles ont été leurs performances ?
- **Vos outils :** Quels sont les outils que vous utilisez pour prévoir, créer, organiser et analyser ?
- **Vos ressources** : Quelles sont vos ressources financières, humaines, technologiques, ... ?

Avoir toutes ces informations vous permettra de prendre les bonnes décisions sans vous mettre en péril ou perdre de l'argent. Et s'il vous manque quelque chose, n'hésitez pas à le mettre en place !

L'étude de marché

- **Les habitudes de votre/vos cible(s) ?** Cela vous permettra de comprendre quelles actions mettre en place pour atteindre facilement vos prospects.
- **Les tendances du marché ?** Rester informé des fluctuations du marché vous permettra d'anticiper et d'investir stratégiquement.
- **Les concurrents ?** Rester alerte aux pratiques & aux offres de vos concurrents vous permettra d'ajuster vos stratégies à temps pour ne pas perdre de parts de marché.

Vous devez réaliser une étude de marché en amont de chaque grosse décision : lancement produit, définition d'une nouvelle stratégie, création d'une nouvelle gamme produit, ...

Mais une veille doit être effectuée tout au long de l'année.

2. ANALYSEZ VOTRE POSITIONNEMENT ACTUEL

L'analyse SWOT

Elle vous permettra **d'optimiser vos ressources** en investissant sur vos **faiblesses**, à l'aide de **vos forces** pour répondre aux **opportunités** du marché et contrer **vos menaces**.

S — Strength (Forces)

Quelles sont vos forces ?!

- Qu'est-ce qu'il vous différencie ?
- Où perdez-vous du terrain ?

W — Weaknesses (Faiblesses)

Quelles sont vos faiblesses ?!

- Quelles sont vos axes d'amélioration ?

O — Opportunity (Opportunités)

Comment le marché évolue-t-il en votre faveur ? Sur quelle vague pouvez-vous surfer pour augmenter votre CA ?

T — Threat (Menaces)

Quels sont les risques de votre marché ? Cela va vous permettre d'anticiper une potentielle baisse en contrant la menace.

3. TROUVEZ UNE STRATÉGIE MARKETING IMPACTANTE

Proposition de valeur unique

Avoir une proposition de valeur est la seule façon de vous **différencier de vos concurrents**. Vous faites du 100% made in France ? Utilisez-le comme levier et communiquez dessus en masse.

Personae

Un personae est un profil fictif représentant votre client type. Établir 2/3 personae vous permettra d'établir les besoins, les peurs et les attentes de vos clients idéaux et ainsi **d'appliquer des actions marketing adaptées.**

Choix des canaux

"Sur quel canal promouvoir mon produit"

C'est une question très récurrente et pourtant la réponse est **cruciale** pour assurer votre rentabilité.

Commencez par **étudiez les canaux** utilisés par votre cible
Ensuite, **testez plusieurs canaux**, fixez-vous une **deadline** puis **analysez les résultats** pour voir ce qui fonctionne le mieux.

Une fois les canaux gagnants identifiés **allouez votre budget** aux canaux stratégiques

Résultat ?
Votre CA qui commence à décoller !

Canaux de ventes traditionnels :

- TV, Radio
- Affiches publicitaires
- Presse écrite
- Évènements & salons
- Relations publiques & média

Canaux de ventes digitaux :

- Réseaux Sociaux
- Pub online
- Site web, blog
- Emailing
- Marketing d'influence
- Webinaires
- Marketing mobile
- Plateformes de streaming

4. DÉPLOIEZ UNE STRATÉGIE D'ENTRERPISE ALIGNÉE

Créez une harmonisation interne

QUI FAIT QUOI ?

Organisez des réunions régulières entre les différents départements de votre entreprise et entre les personnes d'une même équipe pour aligner les objectifs et répartir les tâches.

Exemple : Le marketing génère des leads qualifiés à l'aide de webinaires, l'équipe commerciale les utilise pour passer des appels ciblés et le service client fait des retours au service marketing pour ajuster le discours lors des prochains webinaires.

Planifiez stratégiquement

Vous devez instaurer des deadlines. Cela permettra à vos équipes de se challenger et surtout de s'organiser. Il est primordial que chaque projet, chaque équipe et chaque personne aient un planning d'actions. De nombreux outils peuvent vous aider à réaliser facilement cette tâche *(Exemple : Trello)*

Acceptez la transformation numérique

L'heure du digital a sonné ! Stop les dossiers papiers qui passent entre les mains de 50 personnes avant d'arriver à destination !
Centralisez tous les dossiers de l'entreprise sur des Drives, mettez en place des CRM pour suivre vos clients, et surtout automatisez les tâches.
Croyez-moi une fois que vous y aurez goûté, v**ous ne reviendrez jamais en arrière !** Gain de temps, réduction des erreurs et efficacité garanties !

5. MESUREZ VOS RÉSULTATS !

Suivre et mesurer ses résultats sont des exercices compliqués, surtout si l'on n'a pas dès le début défini des KPIs *(indicateurs de performance)* pour chaque action menée.
Il est également conseillé de mettre en place des tableaux de bord pour piloter facilement l'ensemble des actions tout en veillant à leur rentabilité.

Quelques Exemples De KPIs

KPIs de notoriété & visibilité

- La portée : Nombre de personnes ayant vu la pub
- Nombre de visiteurs

KPIs d'acquisition & trafic

- Taux de clic : Nombre clics / nombre impressions
- Source de trafic : d'où viennent les visiteurs ?

KPIs d'engagement

- Temps moyen passé sur le site
- Nombre de partage sur les réseaux sociaux
- Taux d'engagement : Nombre de like, ...

KPIs de conversion & de vente

- Taux de conversion des prospects en clients
- Panier moyen

• ÉTUDE DE CAS NIKE •

Les valeurs de Nike : L'innovation, l'inspiration & l'engagement communautaire.

Personae

Nom : Antoine, 28 ans
Profession : Kiné
Passions : Running, fitness
Comportement digital : très actif sur Instagram le soir, suit des influenceurs sur Youtube
Pouvoir d'achat : Moyen à élevé, il est prêt à investir dans ce milieu

Objectifs marketing

1. **Renforcer la notoriété** de la marque auprès des jeunes actifs
2. **Accroître les ventes** on & offline
3. **Fidéliser les clients** grâce à une communauté engagée
4. **Renforcer son image** de marque engagée (écologie, inclusion,...)

Stratégie marketing

- Campagnes inspirantes avec slogan fort
- Storytelling mettant en avant des parcours inspirants
- Marketing d'influence
- Personnalisation des chaussures
- Stratégie omnicanale
- Application Nike Training : contenus gratuits
- produits eco-conçus
- Initiatives sociales

KPIs suivis

- Nombre de vues & interactions sur les campagnes
- Croissance du nombre d'abonnées sur les RS
- Taux de conversion du site e-commerce
- CA généré par les campagnes pub
- Nombre d'utilisateurs actifs sur l'application Nike Training
- Taux de rétention client
- Nombre de membres du programme Nike+

Des **objectifs précis**, une **vision claire** et **des actions menées stratégiquement** pour répondre aux **valeurs** de la marque et aux **habitudes de consommations** de leurs clients.

CHECKLIST POUR UN LANCEMENT DE CAMPAGNE RÉUSSI

- [ ] Définir des objectifs SMART
- [ ] Définir des objectifs à long terme & une proposition de valeur
- [ ] Réaliser un audit de l'existant & du positionnement
- [ ] Réaliser une étude de marché & des concurrents + un SWOT
- [ ] Créer 2 ou 3 personae
- [ ] Choisir les canaux de promotions / ventes
- [ ] Organiser des réunions de planification
- [ ] Créer des calendriers d'actions
- [ ] Digitaliser tous les processus internes
- [ ] Établir une liste de KPIs pertinents
- [ ] Créer un tableau de bord
- [ ] Analyser les données
- [ ] Modifier ce qu'il ne va pas et recommencer

FA2B

For A Better Business

VOUS VOUS SENTEZ PRÊT

OU

VOUS SOUHAITEZ UN COUP DE POUCE ?

PROFITEZ-EN, JE VOUS OFFRE UN PREMIER AUDIT GRATUIT !

UNE OCCASION POUR VOUS DE FAIRE LE POINT, DE POSER DES QUESTIONS, ET DE RECEVOIR DES CONSEILS PERSONNALISÉS POUR VOTRE ENTREPRISE !

Eleonore.leveque@outlook.com
06.34.27.01.81