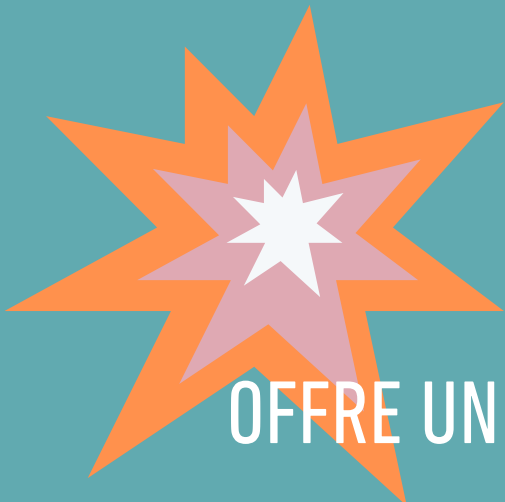


For a Better Business

Eléonore LEVEQUE

LES 5 ÉTAPES CLÉS POUR ACCÉLÉRER TA CROISSANCE



BOOST TON MARKETING
AUGMENTE TA VISIBILITÉ
OFFRE UN BOUM À TON CHIFFRE D'AFFAIRE

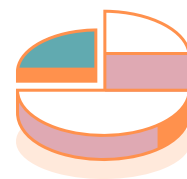
Sommaire

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
A toi de jouer avec ma check-list !	09
On en discute ?	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.

OBJECTIFS

TE GUIDER VERS UNE STRATÉGIE CLAIRE & EFFICACE

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



1/ Les fondamentaux d'une bonne strat'

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

Objectifs SMART

Tu dois établir des objectifs **SPÉCIFIQUES, MESURABLES, ATTEIGNABLES, RÉALISTES & TEMPORELS.**

Cela va te permettre d'avoir une direction claire, de suivre ton évolution, d'améliorer ta motivation & ta production et surtout de t'aider à la prise de décision !



Visions & objectifs

Comment veux-tu avancer si tu ne sais pas où tu vas ? Il est primordial que tu avances en sachant précisément où tu vas et surtout comment tu y vas ! La **vision va t'inspirer** et les **objectifs vont structurer les actions.** Cela te permettra de fédérer plus facilement.



Les Piliers

Tu dois être unique ! Pour cela il te faut une **proposition de valeur, un positionnement net** et une **différenciation claire.**

Cela va te permettre de prendre des décisions et d'assumer ton prix & tes décisions.

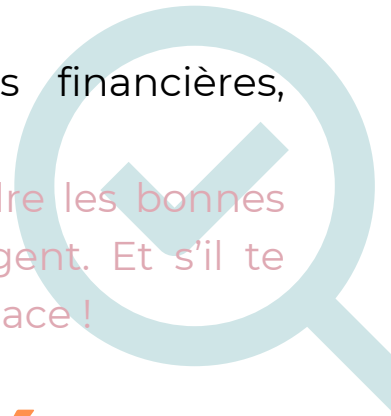


2/ Analyse ton positionnement actuel

L'audit de ton existant

- **Tes actions** : Quelles sont les actions que tu as déjà mises en place ? Quelles ont été leurs performances ?
- **Tes outils** : Quels sont les outils que tu utilises pour prévoir, créer, organiser et analyser ?
- **Tes ressources** : Quelles sont tes ressources financières, humaines, technologiques, ... ?

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



L'étude de marché

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

Tu dois 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/ Analyse ton positionnement actuel

L'analyse SWOT

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

S Strength (Forces)

S

Quelles sont tes forces ?!

- Qu'est-ce qu'il te différencie ?
- Où perds-tu du terrain ?

W Weaknesses (Faiblesses)

W

Quelles sont tes faiblesses ?!

- Quelles sont tes axes d'amélioration ?

O Opportunity (Opportunités)

O

Comment le marché évolue-t-il en ta faveur ? Sur quelle vague peux-tu surfer pour augmenter ton CA ?

T Threat (Menaces)

T

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

3/ Trouve une strat' marketing impactante

Proposition de valeur

unique

Avoir une proposition de valeur est la seule façon de te **différencier de tes concurrents**.

Tu fais du 100% made in France ? Utilise-le comme levier et communique dessus en masse.

Personae

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

Choix des canaux

“Sur quel canal promouvoir mon produit” est une question très récurrente et pourtant la réponse est primordiale pour assurer une rentabilité. Pour cela, je te conseille tout d'abord d'**étudier les canaux utilisés par ta cible**. Ensuite, mets toutes les chances de ton côté et **teste différents canaux**, donne toi une deadline et analyse les canaux qui ont le mieux fonctionné.

Une fois que tu as ta réponse, **alloue davantage de budget** aux canaux stratégiques et hop tu verras ton CA décollé.

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/ Déploie une strat' d'entreprise alignée

Crée une harmonisation interne

QUI FAIT QUOI ?

Organise des réunions régulières entre les différents départements de ton 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.

Planifie stratégiquement

Tu dois instaurer des deadlines. Cela va permettre à tes 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 t'aider à réaliser facilement cette tâche (*Exemple : Trello*)

Accepte la transformation numérique

L'heure du digital à sonné. Stop les dossiers papiers qui passent entre les mains de 50 personnes avant d'arriver à destination !

Centralise tous les dossiers de l'entreprise sur des Drive, mets en place des CRM pour suivre tes clients, et surtout automatise les tâches.

Crois-moi une fois que tu y auras goûté, tu ne voudras plus revenir en arrière ! Gain de temps, réduction des erreurs et efficacité garanties!

5/ Mesure tes 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



For a Better Business

TU TE SENS PRÊT

OU

TU SOUHAITES UN

COUP DE POUCE ?

Profites-en je te propose un audit gratuit avec des conseils personnalisés pour ton entreprise !



Eleonore.leveque@outlook.com

06.34.27.01.81