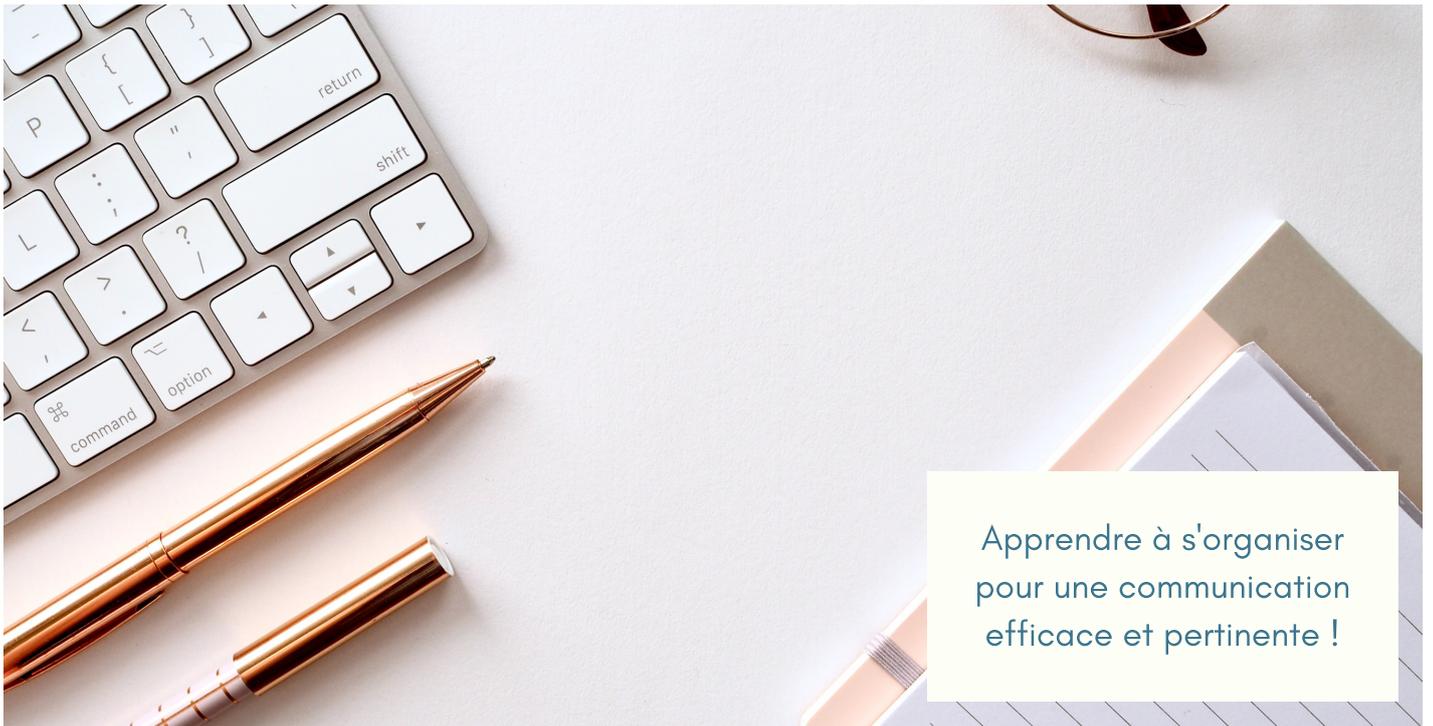


UNE STRATÉGIE DE COMMUNICATION EFFICACE

Faire les bons choix pour se faire connaître



Stratégie de communication: quésaco?

Vous avez développé une idée de business pour répondre aux besoins d'une clientèle. Quels que soient les produits ou les services que vous souhaitez vendre, vous devez mettre en place une communication pertinente afin de les faire connaître. Il s'agit donc de déterminer quels sont les canaux de communication les plus adaptés pour toucher votre cible. L'ensemble doit être cohérent et réfléchi.

Il est également important de mettre en place un process de travail efficace: réaliser votre communication doit faire partie de votre travail mais ne doit pas prendre toute la place dans vos tâches quotidiennes!

Enfin, il est très important d'analyser la pertinence de votre stratégie de communication et vérifier qu'elle remplit la majorité des objectifs. Il ne faut surtout pas perdre du temps dans une communication inefficace mais bien s'adapter à sa cible et prendre en compte le temps que vous pouvez y accorder.



Définir ses objectifs

Première étape dans l'élaboration de votre stratégie de communication: déterminer précisément quels sont les objectifs que vous souhaitez atteindre par son biais. Souhaitez-vous faire connaître votre marque? Vendre vos produits, vos services? Amener du trafic vers votre site internet? Augmenter le nombre d'inscrits à votre newsletter? Établir cette liste vous permettra de déterminer les moyens à mettre en place pour une communication pertinente.

Identifier ses cibles

Prenez le temps d'analyser le profil de vos cibles (âge, sexe, milieu professionnel...). Cela vous aidera à choisir les canaux susceptibles de les atteindre et les combiner. En apprenant à mieux connaître votre public, vous serez plus à même de savoir comment vous adresser à lui. Avec toujours comme objectif principal: répondre au mieux à la problématique de vos clients potentiels grâce à votre offre.

Choisir ses outils

Pour bien communiquer sur Internet et vous faire connaître, le choix est vaste! Site web, réseaux sociaux, newsletter, articles de blog...A vous de déterminer ce qui correspond le mieux à votre cible, c'est-à-dire les outils qu'elle affectionne. Pensez également à prendre en compte le temps dont vous disposez pour votre communication. Il serait contre-productif de se lancer sur plusieurs canaux à la fois si vous n'avez pas le temps de vous en occuper par la suite.

Analyser les résultats

Soyez toujours attentif à l'évolution de votre communication digitale. En fonction des résultats des statistiques, vous pourrez poursuivre la stratégie mise en place ou, au contraire, y apporter des modifications. Votre communication doit être la plus efficiente possible, sans pour autant vous prendre tout votre temps.