

## La suite du projet 4

### Comment créer un lien privilégié avec sa communauté ?

Entretenir un lien avec un groupement de personnes ayant un intérêt commun permet de préserver l'image mais aussi il permet la fidélisation avec une communication stable, claire et bien organisée inspirant confiance. Il faut être proche du public, s'intéresser à eux. Interagir avec le public, les questionner s'échanger avec le public. Pour au final être en mesure de satisfaire les besoins du public visés.

### Créer des contenus attractifs et pertinents pour vos cibles

D'abord, leur proposer un contenu original et de qualité : En créant un contenu authentique on obtient le cœur des internautes de nos futurs clients ou même de fidéliser les clients déjà existants. Puis il faut également partager sur les réseaux sociaux : pour élargir l'audience, le public visé et augmenter ainsi la visibilité de l'entreprise. Embaucher un community manager en cas de besoin. Pour pouvoir générer facilement du trafic, se lancer dans la sponsorship de contenus.



### Souder la communauté

L'objectif est de construire un sentiment de communauté. Ne pas se lasser de créer des contenus attractifs et pertinents pour les cibles : bien choisir les moments de publications pour obtenir beaucoup d'interactions des like et de vues. Publier à un instant précis où la majorité de communautés sont présentes pour avoir un grand impact. Profiter de l'actualité, des événements pour affirmer sa présence sur les réseaux sociaux. C'est -à -dire profiter des événements comme Noël ou Pâques pour mettre en place une stratégie marketing liée à l'événement. Faire des promotions par exemple. Cela a un impact sur le développement de la communication dans la partie digitale de l'entreprise.

Inviter votre communauté à participer à un brand content. Organiser des jeux concours, pour pouvoir interagir avec la communauté. Inspirer la communauté et développer son expérience client. C'est-à-dire ajouter des contenus informatifs pour éveiller l'esprit de la

communauté. Mettre des contenus qui pourra provoquer des débats. Ou une partie consacrée pour donner des conseils pour les clients.

### **Conséquence lien entretenu**

- On reçoit de l'aide matérielle ou financière apportée par un sponsor qui en retour veut faire une publicité sur la page ou sur le site de l'entreprise. Et aussi une association avec différents intervenants qui acceptent de collaborer avec l'entreprise, un partenariat avec d'autres grand entreprises.
- Générer de l'engagement, de la fidélité, de la notoriété et donc de la visibilité. Il permet alors ainsi à fidéliser les clients déjà existants.
- Les clients s'identifient à l'entreprise et deviennent des ambassadeurs de la marque.
- L'augmentation du chiffre d'affaires de l'entreprise.

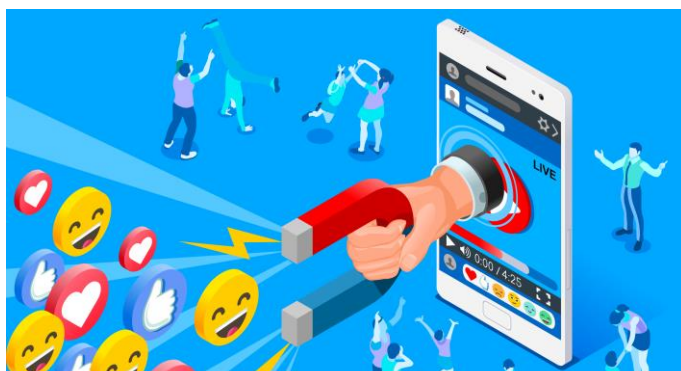
### Sujet 3 :

### **Le rôle de l'influenceur pour les marques et les entreprises.**



Les influenceurs se sont les stars du web. Les personnes à suivre, il semble toujours avoir raison et être à l'affût de nouvelles tendances. Leur originalité et leur authenticité font d'eux des incontournables stars du web.

Leur capacité d'inspirer leurs abonnés à travers les différents contenus qu'ils publient font d'eux une puissance que les entreprises recherchent. Ils peuvent donc jouer un rôle important pour amener la marque à renforcer sa relation client. Lorsque l'influenceur parlera ainsi d'un produit ou d'un service de l'entreprise qui a voulu sa collaboration, il renforcera immédiatement la réputation de la marque.



Aujourd'hui on peut faire de nombreuses tâches via notre smartphone : faire des commandes, acheter, vendre, faire de la publicité, s'informer etc....Il faut donc faire en sorte de toujours maintenir les activités, de toujours chercher un moyen d'améliorer la relation clientèle.

Pour trouver de l'inspiration pour amener ce changement les marques font appels aux influenceurs pour offrir quelques choses de nouveau pour sa communauté. Puisqu'un influenceur est censé incarner la marque sur les réseaux sociaux et être une source d'inspiration.

### **Les types d'influenceurs pour les marques**

On peut distinguer plusieurs types d'influenceurs :

- **Nano-influenceurs** : Ce sont des consommateurs ordinaires, mais engagés.  
Généralement suivi par une toute petite communauté. Entre 500 et 5000 followers.  
Comme cette influenceuse/cet influenceur n'est pas suivi par beaucoup de monde ;  
lorsqu'une entreprise veut collaborer avec eux, ils font leur travail avec passion.
- **Micro-influenceur** : nombre d'abonnés moins élevés, largement inférieurs à celui des plus grands influenceurs entre 3000 et 50.000 abonnés.
- **Macro-influenceur** : une immense communauté qui peut comporter de 30 000 jusqu'à 700 000 de followers. Une catégorie de personnes à forte influence.
- **Célébrité** : Des icônes que tout le monde connaît et que tout le monde suit.

### **Que doit faire les influenceurs pour la marque ?**



L'influenceur :

- Influence les comportements de consommation par son pouvoir de recommandation et sa capacité de persuasion,
- Véhicule un impact d'authenticité et de confiance auquel les internautes sont sensibles.
- Interagir, communiquer et échanger avec une communauté qu'il fédère.
- Un moyen de communication et de social marketing incontournable.

### 3 - Utiliser des outils

#### 1. Définition :

Plagiat : Acte de quelqu'un qui, dans le domaine artistique ou littéraire, donne pour sien ce qu'il a pris à l'œuvre d'un autre.

Editorial : Article de fond, commentaire, signé ou non, qui exprime, selon le cas, l'opinion d'un journaliste ou celle de la direction ou de la rédaction du journal, de la radio ou de la télévision. (Abréviation familière : édito.)

Coquille : Substitution d'une lettre à une autre, par erreur, dans la composition d'un texte.

Doublon : Faute typographique consistant à répéter une lettre, un ou plusieurs mots.

Bandeau : Frise placée en tête d'un chapitre de livre ou d'un article de revue.

Accroche : Partie d'une annonce publicitaire ou d'un article de journal destinée à attirer l'attention.

#### 2. Synonyme :

Plagiat : duplication

Editorial : Chronique

Coquille : bourde.

Doublon : erreur

Bandeau : manchette

Accroche : aborde

#### 3. Fait.

#### 4. Fait.