



1 - Surveiller la concurrence

Établir un benchmark concurrentiel

Et le mettre à jour le plus souvent possible

S'inspirer de la concurrence pour démarrer Sans rentrer dans de le plagiat

Suivre les tendances du marché D'un point de vue de community manager

2 - Établir un plan

Avant de se lancer dans la construction de ses communautés, il faut établir un plan de communication précis entre les réseaux.

- Quels sont mes objectifs à travers les réseaux sociaux ?
- Quelle est ma cible?
- Sur quel(s) réseau(x) est ma cible ?
 - Quelle est l'activité de mon entreprise (BtoB, BtoC)?
 - Quelle est la moyenne d'âge de ma cible ?
 - Quel est son profil (CSP, CSP+, loisir ou autres)?
- Choisir mon positionnement (par réseau social)
- Établir une ligne éditoriale (par réseau social)

Alimenter ses communautés le plus souvent possible! Travailler sur le marketing émotionnel. Adrien Morin 2019



Dans le cas de Facebook 2018 :

Changement de l'algorithme

-> Les pages ne sont plus mises en avant

Résultat : Il faut donc maintenant favoriser la création de communauté via des groupes Facebook. Et faire de l'acquisition indirecte.

Choisir le bon contenu VIDÉOS LIVE VIDÉOS PHOTOS 360 Adrien Morin 2019



7 - Exploiter toutes les données

Dans le cas de Facebook, il existe deux types de données :

- Données structurées
 Likes / Partages / Etc.
- Données non structurées
 Commentaires / Messages avec les partages /
 Mentions de ma page ou de mon groupe / Etc.



Il faut savoir juger objectivement l'ensemble de ces données et les analyser le plus souvent possible.





10 - Faites de la publicité

Même avec 10€, il est préférable de faire rapidement de la publicité pour tester son marché.

-> Vous serez plus réactifs le jour où vous pourrez investir plus d'argent si vous avez déjà fait des tests.

Les bonnes pratiques pour faire de la publicité :

- Tester plusieurs cibles
- Tester plusieurs formats de publicité pour un même message
- Analyser les résultats
- Et recommencer! 😉

LES BOTS

L'outil simple pour booster certains réseaux sociaux!



PROSPECTION COMMERCIALE

Les premiers clients

14 Adrien Morin 2019

Définir des objectifs clairs

- Quel est le but de votre prospection?
- Quelles sont les KPI qui vont vous permettre de définir la pertinence de votre stratégie de prospection ?

En fonction de ces deux réponses, établissez un tableau excel avec les différents KPI souhaités.

Chaque semaine, complétez votre tableau et faites une réunion d'équipe pour débriefer.





Avant de démarrer sa prospection, il faut définir clairement sa ou ses cibles clients.

S'il y a beaucoup de cibles, préparer un plan de prospection dans le temps pour tester chacune des cibles individuellement.

Une fois le plan de prospection lancé, COUPEZ-vous des autres cibles.



Définir vos scripts de prospection

- Email de prise de contact
- Email de diffusion
- Email de communication
- Email de réponse en fonction des questions récurrentes
- Message type envoyé via chat
- Etc.

CX O'S REFERENCE THEFE Cela vous permet d'éviter des erreurs d'inattention, d'avoir une même ligne éditoriale pour l'ensemble de votre équipe et de gagner énormément de temps.

En vogue en ce moment : l'email outbound





HUBSPOT

Un des nombreux CRM Sales existants! Mais simple d'utilisation.

MERCI!

Des questions?

Si besoin:

- amorin@vetixy.com