



# SKISS

DREAM IT , DESIGN IT , DO IT



## Plan de communication 2024



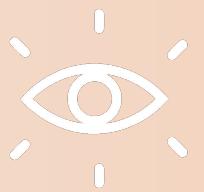
“ Le marketing est une  
lutte pour capter  
l'attention des gens. ”

**Seth Godin**

# OBJECTIFS

1

VISIBILITE



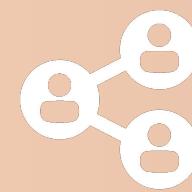
2

CONVERSION



3

AFFILIATION



4

EVENTMENT



# STRATEGIE

Nous allons élaborer notre stratégie sur deux axes :

**Plan de communication intermédiaire (Août – Septembre)**

**Plan de communication complet (Octobre – Décembre)**

## Plan de communication intermédiaire (Août – Septembre)



### Communauté :

Avoir un **plan de communication intermédiaire** va nous permettre de **tester le marché et les audiences** afin de **construire une communauté engagée** le plus rapidement possible.

## Plan de communication intermédiaire (Août – Septembre)



Canaux de communication :

Il va falloir **créer et construire l'ensemble des canaux de communication** pour pouvoir être prêt en octobre.

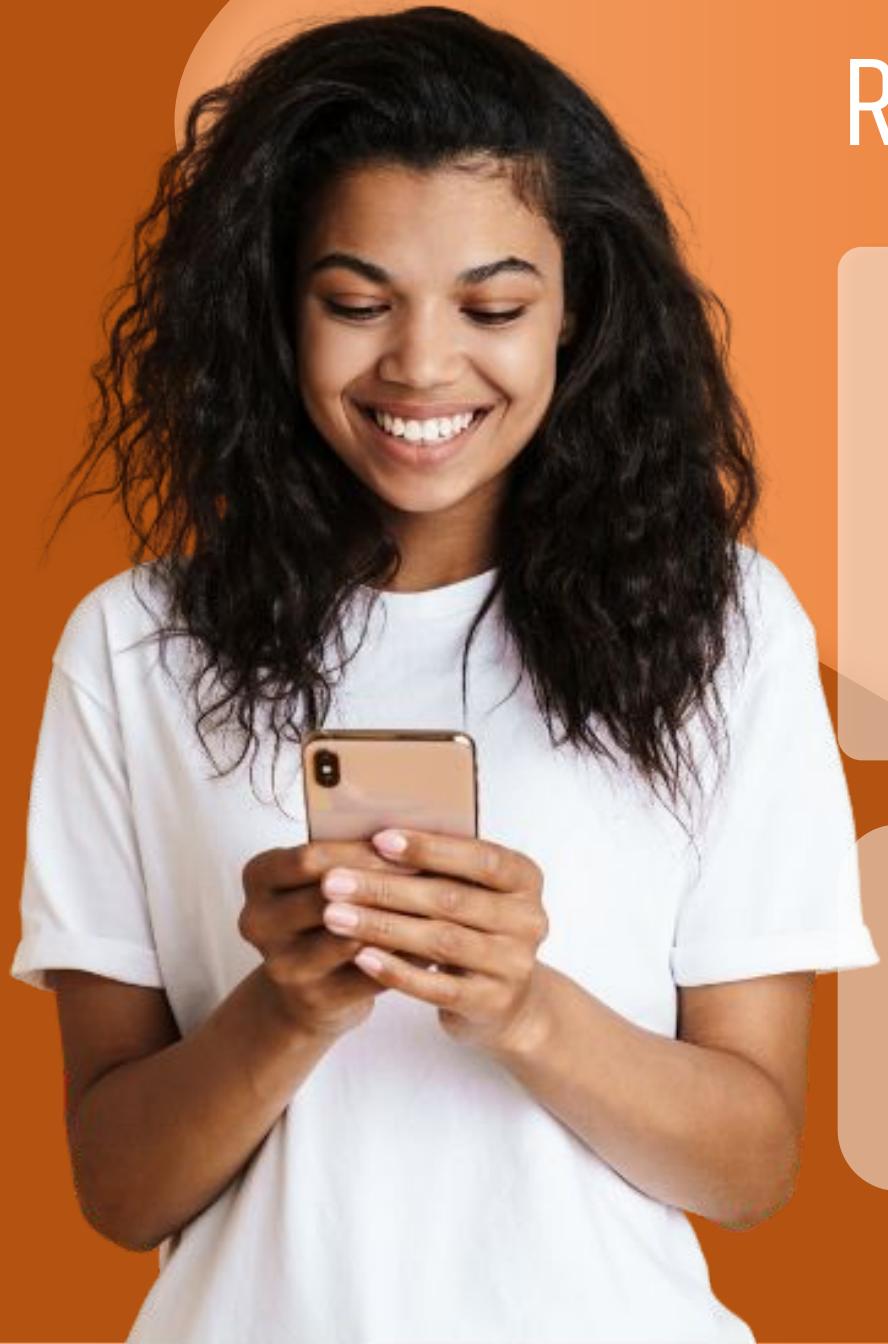
## Plan de communication intermédiaire (juin – août)



### Reporting/Optimisation :

Cela nous permettra de faire un **reporting** et d'**optimiser nos campagnes**, d'**affiner nos audiences** afin que nous puissions être le plus **performants** possible en septembre.

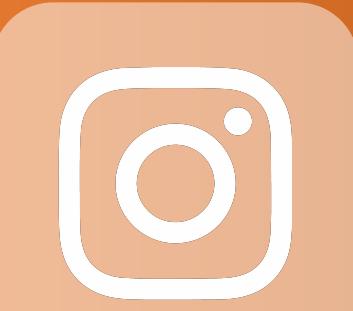
# RESEAUX SOCIAUX



# Réseaux sociaux :

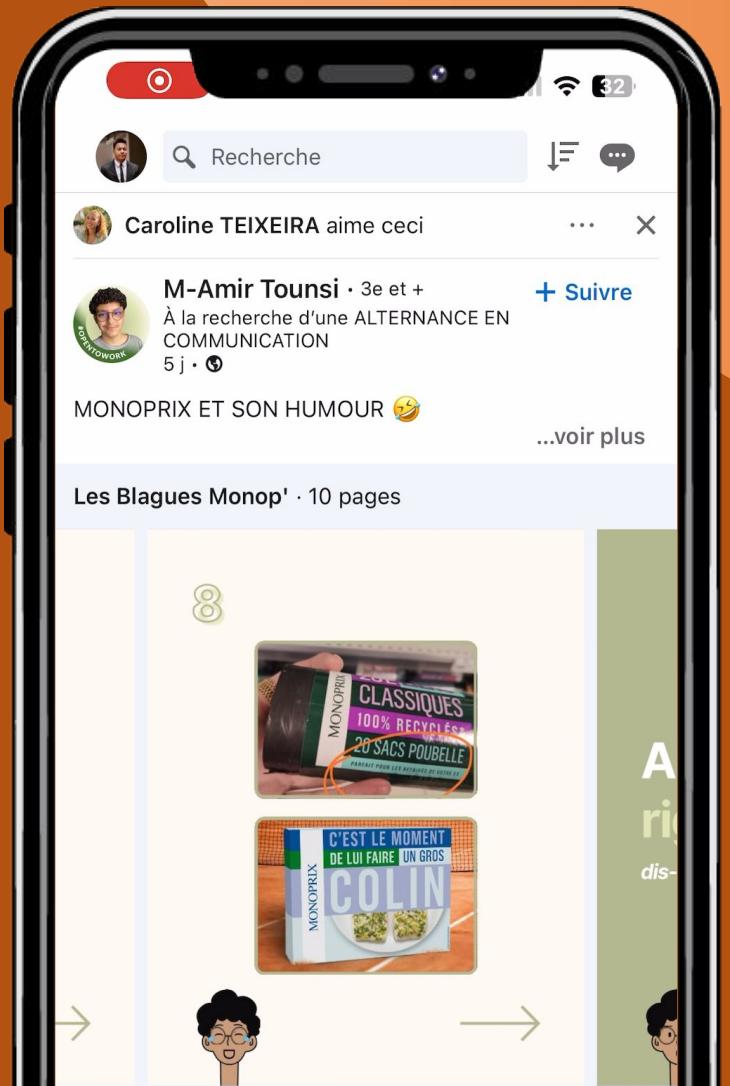
**Nous avons décidé de concentrer notre communication sur trois plateformes de réseaux sociaux principales, basées sur une étude approfondie de notre audience.**

**Cette analyse nous a permis de sélectionner les plateformes les plus pertinentes pour partager nos messages et atteindre efficacement notre public cible.**





# LinkedIn



## Pour Indépendants et gestionnaires de PME

- **Tisser des liens** avec d'autres professionnels.
- **Explorer des opportunités de croissance** et de développement.
- **Accéder à des ressources** en matière d'entrepreneuriat et de gestion d'entreprise.

### Sur LinkedIn, ils peuvent également :

- **Mettre en avant leur expertise** et leurs compétences.
- **Partager leurs réussites** et expériences.
- **Attirer de nouveaux clients ou partenaires** grâce à un contenu professionnel.



# Instagram



## Attirer l'attention

Instagram est idéal pour attirer l'attention et susciter l'engagement d'une audience visuelle.



## Humaniser la marque

Cette plateforme permet d'humaniser la marque et de montrer sa personnalité.



## Dévoiler les coulisses

Instagram offre la possibilité de dévoiler les coulisses de l'entreprise et du processus de création.



## Partager des histoires inspirantes

Instagram permet de partager des histoires inspirantes qui résonnent avec d'autres entrepreneurs.



# Facebook

## **Rejoindre des groupes ciblés**

Facebook offre une plateforme polyvalente où les indépendants et les gestionnaires de PME peuvent rejoindre des groupes ciblés d'entrepreneurs et de professionnels.

## **Participer à des discussions**

Sur Facebook, ils peuvent participer à des discussions et des échanges d'expériences avec d'autres membres de la communauté.

## **Recevoir des conseils**

Facebook permet également aux indépendants et gestionnaires de PME de recevoir des conseils et des astuces pour la gestion quotidienne de leur entreprise.

## **Développer la notoriété de la marque**

Facebook est un excellent outil pour développer la notoriété de la marque grâce à des campagnes de publicité ciblées.

## **Interagir avec une communauté**

Facebook offre la possibilité d'interagir directement avec une communauté engagée via des publications interactives et des événements en ligne.

# Outil de gestion des réseaux sociaux metricool

Metricool est un outil complet de gestion des réseaux sociaux qui facilite la planification, l'analyse et le rapport des activités en ligne pour les marques et les entreprises.



## Tableau de bord complet

Metricool offre un tableau de bord complet pour gérer efficacement vos réseaux sociaux.



## Planification de publications

Planifiez et programmez vos publications pour une gestion optimale de votre présence en ligne.



## Analyse et reporting

Bénéficiez d'analyses détaillées pour mesurer l'impact de vos actions sur les réseaux sociaux.

# Segmentation de l'audience

Afin qu'on puisse être le plus performant possible avec notre stratégie RS,  
nous avons décidé de segmenter notre audience en 2 :



## Nouveaux entrepreneurs

Les inspirer et les guider dans les premières étapes de création d'entreprise.



## Gestionnaires de PME

Offrir des conseils avancés en gestion et expansion d'entreprise.

# Stratégie pour nouveaux entrepreneurs



**FACEBOOK**

Partager des conseils pour surmonter les défis initiaux, et des articles sur le bien-être et la gestion du stress.



**INSTAGRAM**

Infographies motivantes et citations inspirantes sur les défis et les succès des premières étapes de l'entrepreneuriat.



**LINKEDIN**

Articles sur le marketing et la stratégie pour les startups, conseils pour réseauter efficacement.

# Stratégie pour Gestionnaires de PME



**FACEBOOK**

**Partager des études de cas, des conseils en gestion financière, et des discussions sur les aspects juridiques et sociaux.**



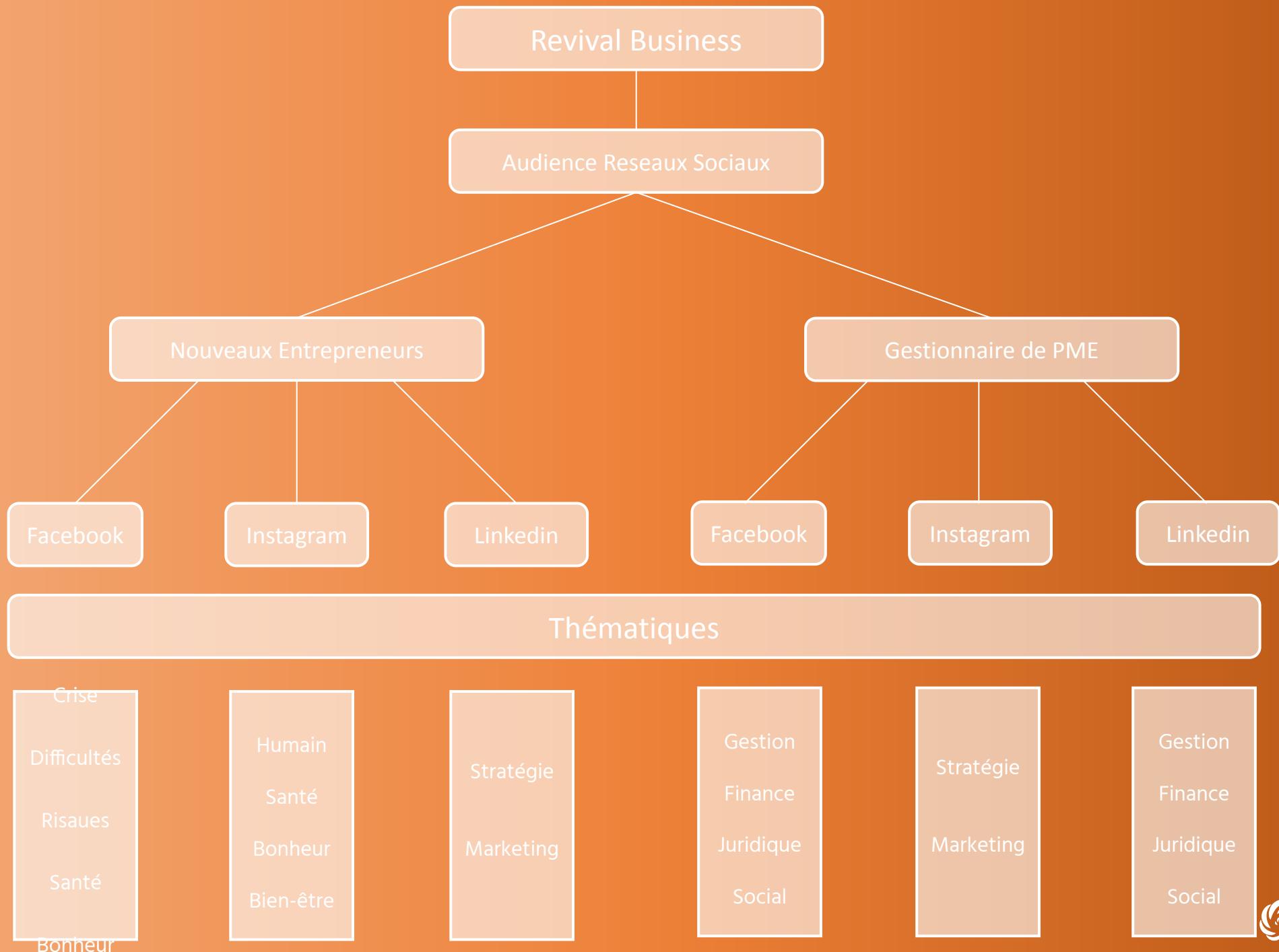
**INSTAGRAM**

**Publier des réussites de PME, des conseils en marketing visuel pour des entreprises établies.**



**LINKEDIN**

**Contenu approfondi sur la gestion financière, la fiscalité, et des articles sur les meilleures pratiques en matière de RH.**



# SEA - Search Campaign

Plus connu sous l'appellation « référencement payant », le SEA ou Search Engine Advertising désigne la publicité sur les moteurs de recherche. Les entreprises privilégient cette pratique pour bénéficier d'un meilleur positionnement sur des mots-clés définis. Elle permet ainsi de générer du trafic rapidement.

Être dans le top de recherche

Générer du trafic sur le site Internet

Accroître la visibilité

Faire connaître ses services

Notre Objectif = Promotion de Revival Business (services, offres, événements, ...) et conversion (ventes de livres, adhésion à la plateforme, inscription aux évènements, ...).

# Promotion

Branding

Conseil et  
Gestion

Formations et  
évènements

# Branding

## Objectif

Mettre l'accent sur la présentation globale de Revival Business

## Contenu

- Présentation de Revival Business (page d'accueil)
- Nos services
- Présentation du coaching d'entreprise
- Rejoignez-nous

# Conseil et Gestion

## Objectif

Proposition de service de gestion et conseil pour le développement d'une entreprise / Start up

## Contenu

- Témoignages
- Solutions
- Capsules vidéo
- Club d'entraide
- Livres

# Formations et évènements

## Objectif

Promouvoir les évènements et les formations de Revival Business

## Contenu

- Conférences
- Formations
- Table Ronde
- Week-end bien être
- Salon entreprendre

# Résumé

Notre but est de redirigé les utilisateurs sur l'une des landing pages présente dans nos campagnes SEA afin de promouvoir, dans un premier temps, Revival Business, et dans un second temps de convertir les leads via des actions qui seraient :



## Période

- L'achat de livre
- Inscription à la plateforme
- Inscription au évènement

## Plateforme utilisée

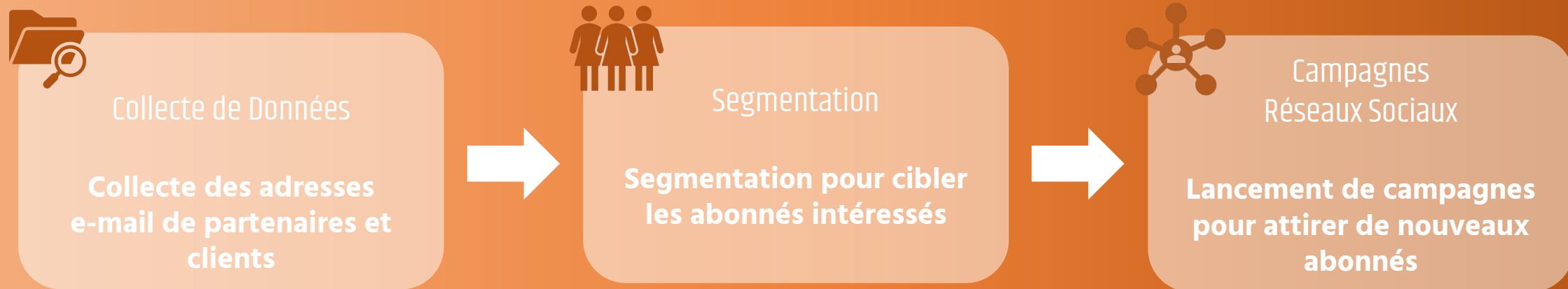
Google  
ads

## Période

Promotion  
Juin - Décembre  
  
Conversion  
septembre

# Newsletter

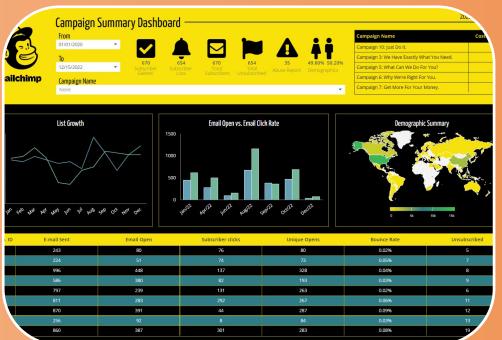
# Stratégie de Newsletter



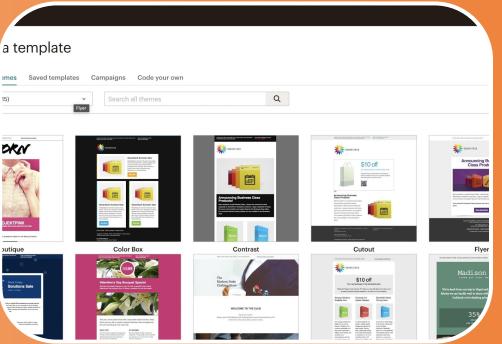
# Outil de Gestion des Newsletters



Nous avons choisi  
Mailchimp pour nos  
campagnes d'emailing.



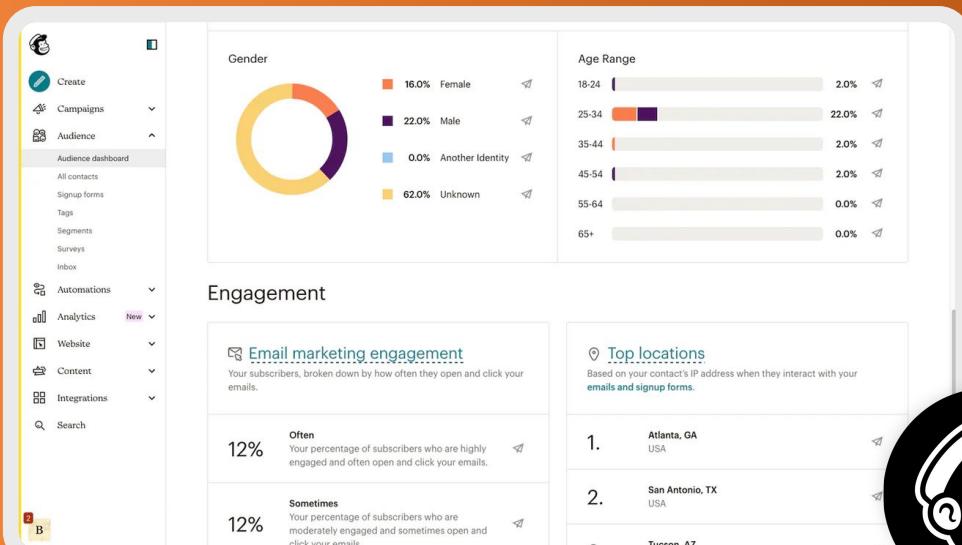
Outils analytiques  
puissants pour suivre  
les campagnes



Interface intuitive  
pour une conception  
facile.



Maximise  
l'engagement de notre  
audience.



# Welcome Flow

**Série d'e-mails de bienvenue pour engager les nouveaux abonnés.**

Engager directement les nouveaux abonnés

Créer un lien avec les abonnés dès le départ

E-mail de bienvenue

Offre spéciale ou code promo

Présentation de l'entreprise

# Welcome Flow - Avantage

Attentes des clients

Taux d'ouverture élevés

Crédibilité accrue

Taux de conversion plus élevés

Plus de points de contact avec le client

74 % des abonnés s'attendent à recevoir un welcome

Taux d'ouverture moyen de 30,45 %

**Renforcez la confiance et encouragez l'avancement dans le processus de vente.**

Le taux de conversion moyen (51,94 %).

Pour augmenter l'engagement sur les réseaux sociaux.

# Comment faire un Welcome Flow ?

La première chose à faire,  
c'est de déterminer à  
qui nous allons-nous adresser  
lors de nos envois d'emailing.



Nous allons nous baser sur la même structure que les réseaux sociaux en ciblant deux audiences distinctes.



1. Nouveaux entrepreneurs
2. Gestionnaires de PME



# Welcome Flow pour les nouveaux entrepreneurs

**Accueil chaleureux:** Intégration rapide à la communauté Revival Business, découverte de nos valeurs et ressources.

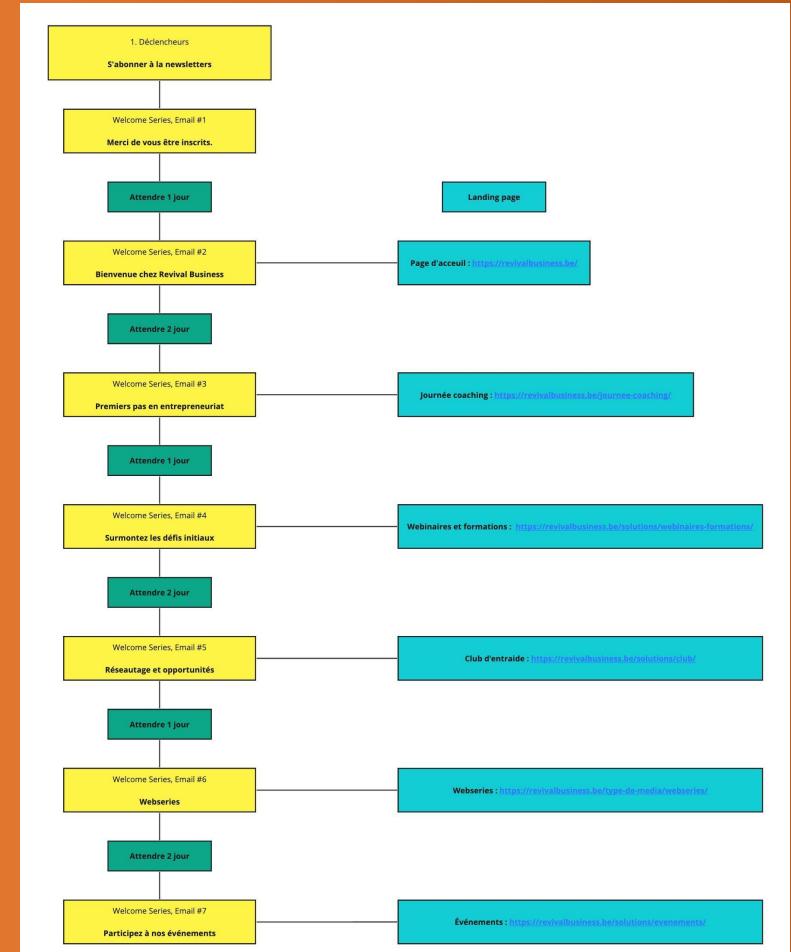
**Démarrage accéléré:** Guides pratiques et check-lists pour lancer votre projet en toute confiance.

**Surmonter les défis:** Conseils, témoignages et webinaires pour relever les premiers challenges.

**Réseautage inspirant:** Rencontrez d'autres entrepreneurs lors d'événements et interviews.

**Boîte à outils essentielle:** Ressources marketing, stratégiques et articles pour votre succès.

**Événements à ne pas manquer:** Participez à nos événements pour booster votre entreprise.



# Welcome Flow pour les gestionnaires de PME

**Intégration facilitée:** Rejoignez le réseau Revival Business, découvrez nos ressources dédiées.

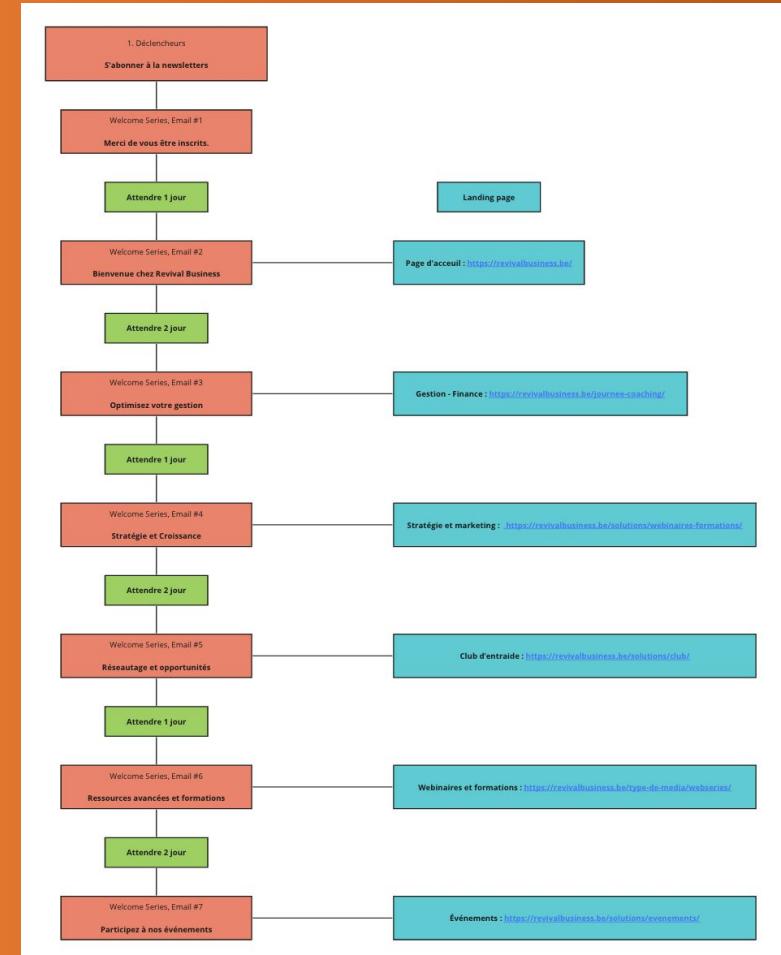
**Gestion optimisée:** Conseils en finance, comptabilité et fiscalité pour une PME performante.

**Stratégie de croissance:** Articles, études de cas et planification pour développer votre PME.

**Réseautage et partenariats:** Créez des alliances stratégiques, échangez avec vos pairs.

**Ressources avancées:** Formations en ligne et focus sur l'innovation technologique pour votre PME.

**Événements PME:** Participez à nos événements exclusifs pour propulser votre entreprise.



# Planning

# Plan de communication

## Reveal Business - Plan de campagne intermédiaire

PROJECT TITLE	Reveal Business - Plan de communication	COMPANY NAME		SKISS													
PROJECT MANAGER	Martin Elegeert	DATE		12/06/2024													
PHASE	DETAILS	MAY				Q2				JUN				JUL			
1	PROJECT WEEK: Enter the date of the first Monday of each month -->  <b>Strategy Phase</b> Creation de la stratégie du plan de communication - Intermédiaire Creation de la stratégie du plan de communication - Complet	Week 1	Week 2	Week 3	Week 4	Week 1	Week 2	Week 3	Week 4	Week 1	Week 2	Week 3	Week 4	Week 1	Week 2	Week 3	Week 4
2	<b>Validation Phase</b>  <b>Implementation Phase</b> Creation des réseaux sociaux (Linkedin, Meta + configuration + moyen de paiement + plateforme de publication) Creation du compte google ads (Configuration + moyen de paiement) Creation des newsletters (Configuration + moyen de paiement)	<b>Validation</b>															
3	<b>Planning Phase</b>  <b>Validation Phase</b> Creation des audiences - Meta Creation des audiences - LinkedIn Creation des keywords + creations des audiences Creation de la base de données + segmentation de l'audience (si on peut)	<b>Validation</b>															
3	<b>Planning Phase</b>  <b>Content Creation Phase</b> Creation de contenu - Meta Creation de contenu - LinkedIn Creation des campagnes - Search / Display Creation des newsletters - Welcome flow	<b>Validation</b>															
4	<b>Validation Phase</b>  <b>Publication Phase</b> Publication - Meta Publication - LinkedIn Publication - Campagnes Search / Display Publication - Newsletters	<b>Validation</b>															
5	  <b>Review and Testing</b> Reporting - Meta Reporting - LinkedIn Reporting - Campagnes Search / Display Reporting - Newsletters																

# Estimation budgétaire

# Estimation budgétaire

**Tarifs Horaire  
60€\***

**Tarifs Journalier  
450€\***

**Budget Mensuel  
12 Heures par semaine x4**

**2880€\***

What's the next step ?