

Canaux Marketing Actualisés et Points de Contact

Réseaux Sociaux

Facebook : Utilisé pour toucher une large audience, notamment les jeunes adultes et expatriés. Les publicités sponsorisées permettent de cibler des segments spécifiques. (Exemple : des publications liées à des promotions spécifiques ou à des événements physiques comme des salons).

Instagram : Utilisé pour publier des visuels et vidéos engageantes afin d'attirer un public plus jeune. C'est également un excellent canal pour promouvoir les réunions d'information et démonstration.

WhatsApp : Un canal privilégié pour la communication directe avec les artisans et les clients, pour les informations personnalisées et les suivis rapides. Ce canal peut être utilisé pour envoyer des flyers numériques et des invitations aux événements en ligne ou physiques.

TikTok : Utilisé pour des vidéos courtes et dynamiques pour présenter les produits artisanaux et les processus de création. Ce canal est particulièrement utile pour renforcer la visibilité et l'engagement autour des événements de démonstration.

Événements Physiques

Réunions d'information et démonstration de la plateforme : Ces événements permettent aux utilisateurs notamment les artisans de découvrir la plateforme de manière plus interactive et personnalisée. Les points de contact physiques sont importants pour établir une connexion directe surtout dans le contexte camerounais.

Foires et salons artisanaux : Ces événements physiques sont essentiels pour permettre aux artisans de présenter leurs produits, rencontrer des clients potentiels et renforcer la notoriété de la plateforme. En parallèle, des flyers et brochures peuvent être distribués pour renforcer l'impact de la rencontre.

Démonstrations et services sur site : Organiser des événements physiques et proposer nos services pour présenter les produits en situation réelle et discuter avec les artisans. Cela peut inclure des ateliers de formation des artisans et des démonstrations de la plateforme.

Marketing Traditionnel / Outbound

Flyers et brochures : Les flyers physiques sont un excellent moyen de toucher une audience locale, en particulier dans des zones moins connectées ou dans des lieux fréquentés par le public cible (voir interview utilisateur Oswald). En parallèle, des emails peuvent être envoyés pour informer les utilisateurs des prochains événements physiques.

Emailing et Newsletters :

Newsletters : Utiliser les newsletters pour envoyer des invitations à des événements, annoncer des nouveautés sur la plateforme, et partager des promotions ou des informations utiles. Cela permet de maintenir une relation continue avec les clients et les utilisateurs intéressés.

Points de Contact Identifiés sur les User Journeys

(voir user journey map ancienne version)

D'après les user journeys map, les utilisateurs passent par plusieurs étapes où des points de contact sont nécessaires :

1. Recherche initiale (avant la première visite) :
2. Points de contact : Publicités Facebook/Instagram, posts TikTok, flyers distribués lors d'événements physiques.
3. Découverte de la plateforme (première visite) :
4. Points de contact : Site web de la plateforme, boutons d'appel à l'action sur Instagram et Facebook, vidéos explicatives sur TikTok.
5. Intervention directe avec un artisan :
6. Points de contact : WhatsApp (communication directe), démonstrations sur site (salons, événements), réunions d'information sur la plateforme.
7. Feedback post-achat :
8. Points de contact : Email de suivi, Whatsapp pour recevoir des retours en temps réel, réseaux sociaux pour encourager les témoignages.

Améliorations des Points de Contact Basées sur les User Journeys

Ajout des Réunions d'Information et des Démonstrations comme points de contact pour aider les utilisateurs à mieux comprendre la plateforme et à interagir avec les artisans.

1. Flyers numériques et imprimés : Utilisation des flyers numériques via WhatsApp pour toucher une audience plus large, surtout en pré-événements ou pré-lancements.
2. Interactivité en ligne : Organiser des webinaires et des sessions en ligne pour discuter des avantages de la plateforme, permettant aux utilisateurs de poser des questions et de découvrir les produits de manière interactive.

Budget pour les Canaux de Diffusion et Points de Contact

En tenant compte des différents **canaux marketing** et **points de contact** identifiés, voici l'estimation du budget nécessaire pour chaque activité afin de garantir une diffusion efficace et une visibilité optimale de la plateforme **Ebong**.

1. **Réseaux Sociaux** (inclut dans prestation marketing et promotion voir page sur le volet budgétaire) :
 - **Budget estimé : 250 000 FCFA / mois soit 381,12 euros**
Ce budget couvre la création de contenus sponsorisés, la gestion des campagnes publicitaires sur **Facebook**, **Instagram**, et **TikTok**, ainsi que les **publicités payantes** pour les événements spécifiques comme les **réunions d'information** et les **démonstrations**.
2. **Flyers et Brochures** (inclut dans prestation marketing et promotion voir page sur le volet budgétaire) :
 - **Budget estimé : 95 000 FCFA soit 144,83 euros**
Ce budget est destiné à la **création** et à la **distribution** de flyers et brochures imprimés dans les zones locales, les salons d'artisanat et les événements physiques. L'objectif est de maximiser la visibilité physique de la plateforme et d'informer les utilisateurs de manière tangible.
3. **Événements Physiques** (inclut dans prestation marketing et promotion voir page sur le volet budgétaire) :
 - **Budget estimé : 190 000 FCFA soit 289,65 euros**
Ce budget couvre les frais associés à la **participation à des salons artisanaux**, la mise en place des **réunions de démonstration** et la **logistique des événements sur site**. Cela inclut également les coûts pour les stands, les supports visuels et les frais divers d'organisation.
4. **Webinaires et Formations en ligne** (inclut dans prestation Formation des artisans voir page sur le volet budgétaire) :
 - **Budget estimé : 100 000 FCFA soit 152,45 euros**
Le budget alloué aux webinaires et à la mise en place de formations en ligne permet de couvrir les coûts des **outils de webinaire**, la création de contenu éducatif, ainsi que les **frais de promotion** pour inviter les utilisateurs à participer.

5. Emailing et Newsletters (inclut dans prestation marketing et promotion voir page sur le volet budgétaire) :

- **Budget estimé : 50 000 FCFA soit 76,22 euros**

Ce budget couvre l'utilisation d'une **plateforme d'emailing** pour l'envoi de newsletters régulières et l'automatisation des campagnes de **suivi client**, ainsi que les frais de création de contenus attractifs.

Total Budget Estimé : 985 000 FCFA (1 501,62 euros) dont 885 000 FCFA inclus dans la prestation marketing (voir page volet budgétaire) et 100 000 dans la prestation formation (voir page volet budgétaire)