

Gling

LES QUESTIONS QUI INSPIRENT !

Pas toujours facile de prendre du recul par rapport à son travail pour sélectionner les messages importants à faire passer à sa clientèle.

Mais, pas d'inquiétude... Tous les commerçants ont des choses à dire !

N'oubliez cependant pas de lier vos publications aux objectifs que vous désirez atteindre (voir verso).

1. VOS PROMOTIONS

- Quel(s) article(s) voudriez-vous écouler ? Quel(s) article(s) prennent trop de place ou correspondent moins à l'image que vous voulez donner de votre commerce ?
- Quel(s) article(s)/service(s) sont à la mode pour l'instant et pourraient encourager votre clientèle à se déplacer spécialement pour l'occasion chez vous ?

2. VOS NOUVEAUTÉS

- Quel(s) article(s) viennent de rentrer dans votre stock ? Quelle(s) nouvelle(s) prestation(s) pouvez-vous proposer ?
- Quel(s) nouveau(x) service(s) annexe(s) pouvez-vous offrir à votre clientèle ? (carte de fidélité, livraison,...)

3. VOS ACTUALITÉS

- Avez-vous des modifications dans votre organisation ? (personnel, heures d'ouvertures, parking,...)
 - Planifiez-vous une action/communication spéciale en fonction de la saison ? (été, rentrée des classes, Noël,...)
 - Votre commerce s'est-il fait remarquer ? (article de presse, prix, client exceptionnel,...)
 - Votre production et/ou vos fournisseurs sont-ils une plus-value pour votre commerce ?
 - Avez-vous de l'information insolite en relation avec votre métier ?
- (« Savez-vous que... ? », étude, article de presse, ...)

4. VOS ÉVÉNEMENTS

- Organisez-vous un événement festif particulier de manière ponctuelle ou régulière ?
- Organisez-vous un événement commercial pour vos consommateurs qui mérite de sortir du lot ? (dimanche ouvert, dégustation/essai gratuit(e), portes ouvertes,...)

Et n'hésitez pas également à tout simplement réfléchir aux informations que vous communiquez naturellement aux clients qui passent dans votre commerce !

Gling

5 TIPS RÉDACTION

1. Déterminez les **objectifs** visés par vos publications.

Chaque commerce est différent et voit évoluer ses défis au cours du temps. Voici ci-dessous quelques exemples d'objectifs de communication qui peuvent correspondre à vos besoins :

- Séduire de la nouvelle clientèle
- Fidéliser votre clientèle existante
- Augmenter le volume de consommation de votre clientèle
- Augmenter le nombre de passages au sein de votre commerce
- Augmenter la satisfaction de votre clientèle
- ...

2. Assurez-vous de la **pertinence** du contenu de vos publications.

Mettez-vous à la place de votre clientèle qui consultera votre publication et demandez-vous ce que votre message apporte comme information pertinente. Que vous optiez pour la publication d'une nouveauté ou d'une promotion, essayez de vous démarquer en suscitant de l'émotion (curiosité, intérêt, envie) chez vos consommateurs.

3. Rédigez une description à la **longueur** appropriée.

Il est important que vous puissiez trouver le juste milieu entre une publication incomplète et une publication trop chargée. 140 caractères peuvent normalement suffire ! Une publication incomplète ne permettra pas au consommateur de comprendre et de se projeter dans l'information que vous communiquerez. La publication trop chargée risque d'encombrer inutilement votre consommateur et de le faire fuir. Donnez lui juste ce qu'il faut pour l'intéresser et réservez lui la suite de l'histoire lorsqu'il vous rendra visite !

4. Faites doublement attention à l'**orthographe** et à la **grammaire** de vos publications.

Même si une faute de frappe dans l'une de vos publications ne présage en rien de la qualité de votre accueil et de vos produits, vos consommateurs y sont très attentifs.

Prenez le temps de vous relire et/ou d'utiliser des correcteurs automatiques d'orthographe pour ne laisser passer aucune faute dans vos publications !

5. Maintenez une **fréquence** régulière de publication.

Certaines périodes de l'année sont naturellement plus riches en événements, mais essayez néanmoins de garder un rythme constant dans le nombre de vos publications. Vos consommateurs pourraient se sentir délaissés lors d'un silence inhabituel ou importunés par un flux d'informations trop conséquent. Tout est une question d'équilibre !

5 TIPS PHOTO

1. Prenez une photo qui donne **envie**.

L'impact visuel d'une photo est généralement bien plus important que celui d'un texte. Assurez-vous que votre photo apporte une réelle plus-value à votre publication et qu'elle permette à vos consommateurs de mieux identifier l'information au sujet de laquelle vous souhaitez communiquer.

2. Assurez-vous d'utiliser une photo de **qualité**.

Les smartphones actuels permettent de plus en plus de prendre des photos de bonne qualité. Une image pixélisée ou une image dont la luminosité serait insuffisante pourrait être moins appréciée par vos consommateurs !

3. Choisissez un **fond** approprié.

Bannissez les fonds blancs et donnez de la couleur à vos photos ! Dirigez votre choix vers un fond qui correspond à votre commerce et au contenu de votre publication. Vous avez certainement l'embarras du choix autour de vous...

4. Ajuster le **cadre** de la photo.

N'oubliez pas que vos photos doivent être visibles sur un petit écran de smartphone. Evitez donc les photos d'ambiance et rapprochez-vous au maximum de la personne ou de l'objet photographié.

5. Prenez une photo qui **vous ressemble**.

N'essayez pas de créer une galerie de photos professionnelles ! Vos publications doivent ressembler à votre commerce et à l'ambiance qui y règne. Vos consommateurs doivent se sentir comme chez vous via vos reportages photographiques !