

REGIS ROLNIN



SOS
MARKETING
DIGITAL

FIDELISER SA CLIENTELE, AUGMENTER
SES REVENUS, DEVELOPPER SON
ENTREPRISE DE LA RÉNOVATION, DE
L'AMÉNAGEMENT ET DE L'AGENCEMENT
DE L'HABITAT

WWW.RENOVISIONMARKETING.COM

SOS MARKETING DIGITAL

**LE MARKETING DIGITAL À
VOTRE SECOURS**

**COMMENT AUGMENTER
RADICIALEMENT LES REVENUS DE
VOTRE ENTREPRISE EN 12 MOIS**

Regis ROLNIN

SOMMAIRE

Introduction

Partie I

Se faire connaître ou ne pas être...

Chapitre 1- Qu'est-ce c'est que le marketing digital

Chapitre 2- Etre vu oui, mais pas que ça...

Chapitre 3- Qui suis-je, et pourquoi même m'écouter?

Partie II

Et vous, que faites vous pour votre entreprise?

Chapitre 4- Le marketing digital, est ce fait pour vous?

Chapitre 5-Comment booster vos revenus?

Partie III

L'avenir sera digital ou ne le sera pas

Chapitre 6-L'opportunité pour vous en quelques chiffres

Chapitre 7- Que faire maintenant, par où commencer?

Conclusion

INTRODUCTION

« SI VOUS AVEZ L'IMPRESSION D'ÊTRE TROP PETIT POUR POUVOIR CHANGER QUELQUE CHOSE, ESSAYEZ DONC DE DORMIR AVEC UN MOUSTIQUE ET VOUS VERREZ LEQUEL DES DEUX EMPÊCHE L'AUTRE DE DORMIR. »

Dalai Lama

INTRODUCTION

Est ce que vous aussi, vous vous êtes lancé dans l'entrepreneuriat pour devenir votre propre patron? pour être libre, et n'avoir de compte à rendre à personne?

Etre le chef d'orchestre, l'amiral du navire qui affronte la tempête, et qui le ramène a bon port?

Les sondages nous montrent que cet idéal, est le cas pour bon nombre d'entrepreneurs et dirigeants d'entreprises.

Pourtant, ce rêve vire au cauchemar pour d'autres. Et oui si c'était aussi simple tout le monde le ferait, non?

De 60 à 80 heures de travaille par semaines à tout gérer, l'angoisse de payer à temps employés et fournisseurs, l'incertitude quand au chiffre d'affaire du lendemain, une vie de famille en souffrance...

Bref vous l'aurez compris, des patrons devenus esclaves de leurs affaires.

Alors quelle est la difference entre ces deux mondes?

Comment font certains pour s'en sortir aussi bien? Quel est leur secret? Alors que d'autres peinent à rester à flot.

Plusieurs ingredients entrent dans la recette du succès d'une entreprise. Il y en a un cependant qui est essentiel: **Le marketing!**

INTRODUCTION

C'est une discipline qui est, ou du moins qui devrait absolument être au cœur de l'activité de toutes entreprises.

Son but étant de promouvoir une entreprise, de générer des prospects et de gagner de nouveaux clients, son importance est donc vitale.

Est-ce que vous vous rappelez du bug de l'an 2000, et de l'apocalypse annoncé au passage du millénaire?

On en a fait du chemin depuis n'est ce pas?
Le boom de l'internet, l'essor des smart phones, du E-commerce, des réseaux sociaux, et j'en passe.

Qu'on le veuille ou pas, notre réalité est devenue digitale, tout comme le marketing qui s'y est adapté.

Cet ouvrage s'adresse aux entrepreneurs, chefs d'entreprises, businessmen, startupeurs qui veulent des résultats non pas basés sur la chance mais sur des méthodes approuvées.

Cet ouvrage s'adresse a ceux, qui veulent de manière intentionnelle répliquer les méthodes du succès des plus grandes multinationales.

Partie I

SE FAIRE CONNAITRE OU NE PAS ÊTRE...

"CELUI QUI N'A PAS D'OBJECTIFS NE RISQUE PAS DE LES ATTEINDRE".

Sun Tzu

Chapitre 1

**QU'EST-CE C'EST
QUE LE
MARKETING
DIGITAL**

I-CHAPITRE 1

Des termes comme le SEO, l'emailing, le blogging, l'affiliation, le marketing mobile ou encore les réseaux sociaux sont récurrent en marketing digital.

Bien que familiers, ils peuvent prêter à confusion pour les non initiés. Pas de panique pour autant, il ne s'agit que de domaines d'application, et techniques utilisées dans le marketing digital.

Le marketing digital comme son nom l'indique, c'est avant tout du marketing. Cela veut dire que les fondements de ce derniers, sont ancrés dans notre culture depuis belle lurette.

Prenons l'exemple de la marchande de fruits et légumes. Son stand bien achalandé, l'affichage des produits et des prix, sa tenue, ses conseils d'utilisation de ses produits, son sourire...et oui tout ceci est du marketing.

Les encarts dans les journaux , les panneaux publicitaires 4X3, les flyers, les pubs radios sont des exemples de marketing également.

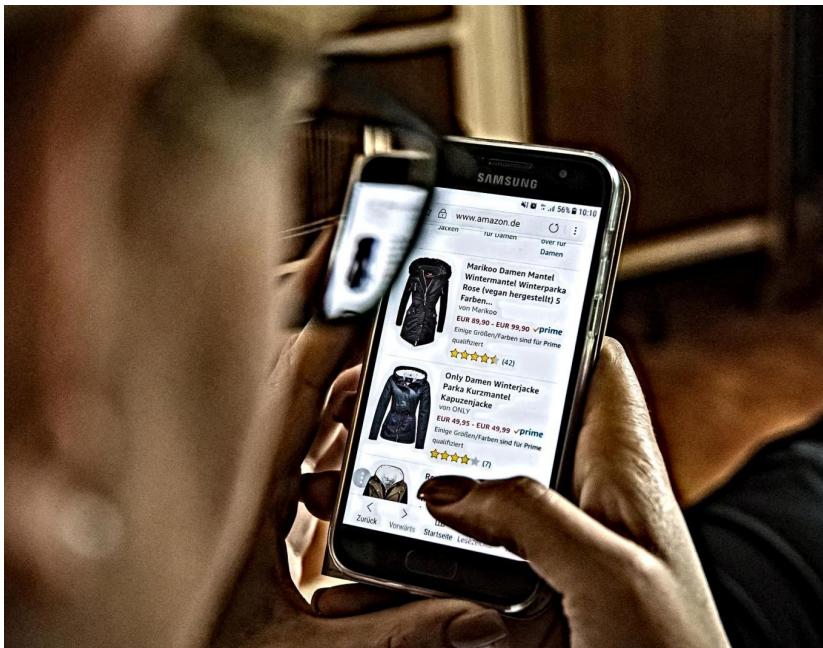
Qu'est ce que le marketing digital alors?

Il s'agit d'une façon de s'adapter au consommateur d'aujourd'hui, devenu mobile et connecté.

I-CHAPITRE 1

Une définition simplissime, serait de dire que le marketing digital, est une façon de présenter la meilleure offre, au meilleur moment, aux meilleures personnes via l'internet.

Le but étant de créer cette relation durable, donnant donnant , gagnant gagnant, entre votre entreprise et vos clients.



Chapitre 2

**ETRE VU OUI, MAIS
PAS QUE ÇA...**

I-CHAPITRE 2

Il ne suffit pas de jeter de la pub à gauche à droite, d'être présent sur Instagram avec la photo de son dernier repas (à moins que vous soyez restaurateur, cela pourrait avoir du sens)

De l'attention oui, mais encore faut il avoir l'attention des bonnes personnes.

Et c'est là que tout l'intérêt du marketing digital prend forme. les outils internet permettent aujourd'hui, de cibler les acheteurs et de traquer leur comportement.



I-CHAPITRE 2

Quelque soit l'entreprise, magasin physique ou en ligne, tout le monde peut jouir de la puissance du marketing digital.

Il y a cependant un vrai paradoxe à cette situation. La barrière d'entrée dans le monde du marketing digitale est très basse.

C'est a dire que la technologie et les informations, sont de nos jours accessibles à volonté.

Votre entreprise, pourrait très bien se retrouver en compétition avec la chaîne youtube d'un collégien "influenceur".

La concurrence est de ce fait bien plus rude en ligne. Il ne faut donc pas s'y méprendre. Le marketing digital est une vraie discipline, et qui exige du travail et des connaissances si vous voulez des résultats.

Cela ne s'improvise pas!! Il ne vous viendrait pas à l'idée de refaire tout le tableau électrique de votre maison, juste parce qu'il y a des tutoriels en ligne? (ceci ne s'adresse pas aux électriciens de profession:)

Chapitre 3

**QUI SUIS-JE, ET
POURQUOI MÊME
M'ÉCOUTER?**

I-CHAPITRE 3

J'en oubliais presque de me présenter. Je m'appelle Régis, "Je viens d'un pays où le ciel se confond avec le bleu de la mer"*, l'île papillon de la Guadeloupe.

Bac S en poche je m'envole pour le sud de la France pour des études supérieures en électronique.

N'y trouvant pas mon compte après la troisième année, je migre vers le nord, à Londres où je débute ma carrière dans le service client, pour des enseignes telles que Skyteam, Microsoft ou encore Sony.

L'opportunité se présentant, je m'essaie à la finance en tant que courtier sur les marchés financiers à la City.

Une autre traversée de l'atlantique plus tard, et je me retrouve en Guyane où, je me lance dans l'entrepreneuriat.

Associé à des pointures dans leurs domaines respectifs, je co- crée la même année deux entreprises.

Tout d'abord: Takeway cuisine®, la première chaîne de restauration rapide Made in Guyane.

* Patrick Saint-Eloi - *Nostalgia*

I-CHAPITRE 3

Puis dans la foulée: [Afrocks™](#) la première plateforme ethnique, proposant des coiffeurs à domicile, pour les clients afro caribéens à Londres.

J'étais encore célibataire et sans enfants à l'époque :)

Si la langue de Shakespeare ne vous fait pas peur, jetez un oeil à [l'article](#), où je raconte les débuts de ces aventures.

J'ai développé mon expertise en marketing digital en réel, sur le champ de bataille, en créant, en tâtonnant, testant et faisant de nombreuses erreurs (que je peux vous éviter)

Aujourd'hui, ma mission est de vous aider dans la croissance de votre entreprise. Je suis convaincu, qu'au maximum de votre potentiel vous avez de quoi changer le monde!

Pour ça, j'ai créé l'agence **RÉNOVISION MARKETING**, en collaboration avec une équipe d'experts du marketing digital.



Partie II

ET VOUS, QUE FAITES VOUS POUR VOTRE ENTREPRISE?

"POUR CE QUI EST DE L'AVENIR, IL NE S'AGIT
PAS DE LE PRÉVOIR, MAIS DE LE RENDRE
POSSIBLE"

Antoine de Saint-Exupéry

Chapitre 4

LE MARKETING DIGITAL, EST CE FAIT POUR VOUS?

II-CHAPITRE 4

Quel que soit le type d'entreprise, dès lors qu'il s'agit de transactions avec des tiers pour du profit, alors oui, vos besoins en marketings sont indiscutables.

Le marketing est si intimement lié à la partie commercialisation, que les deux sont souvent confondues.

Un marketing bien fait rend la vente plus simple, alors que la vente ne peut se faire sans marketing.

Cela dit, toutes les techniques ou domaines du marketing digital ne pourront vous convenir.

D'où la consultation au préalable avec une équipe de professionnels, afin de cibler vos besoins, et d'élaborer les stratégies à mettre en place.



Chapitre 5

COMMENT BOOSTER VOS REVENUS?

II-CHAPITRE 5

Jay Abraham, un des grands noms du marketing, nous dit qu'il n'y a que 3 façons de développer les revenus d'une entreprise.

1- Augmenter le nombre de clients - en convertissant plus de nouveaux prospects en clients réguliers.

2-Augmenter la valeur des transactions moyenne - amener chaque client à acheter plus à chaque achat.

3-Augmentez la fréquence à laquelle le client moyen achète chez vous - incitez chaque client à acheter chez vous plus souvent.

Si vous aussi avez un grand sourire aux lèvres, c'est que vous avez compris que le marketing digital se charge précisément de ces aspects du business.

C'est la raison pour laquelle, travailler avec une agence en marketing, ne peut que vous donner un avantage concurrentiel.

Il en va de soit, qu'avoir un bon produit ou service est primordial. Dans le cas contraire, même avec le meilleur marketing du monde il ne peut y avoir de miracles.

Alors à vous de jouer pour offrir le meilleur de vous en terme de qualité. Nous nous chargeons du reste.

Partie III

L'AVENIR SERA DIGITAL OU NE LE SERA PAS

"CE N'EST PAS PARCE QUE LES CHOSES SONT
DIFFICILES QUE NOUS N'OSONS PAS, MAIS
PARCE QUE NOUS N'OSONS PAS QU'ELLES SONT
DIFFICILES."

Sénèque

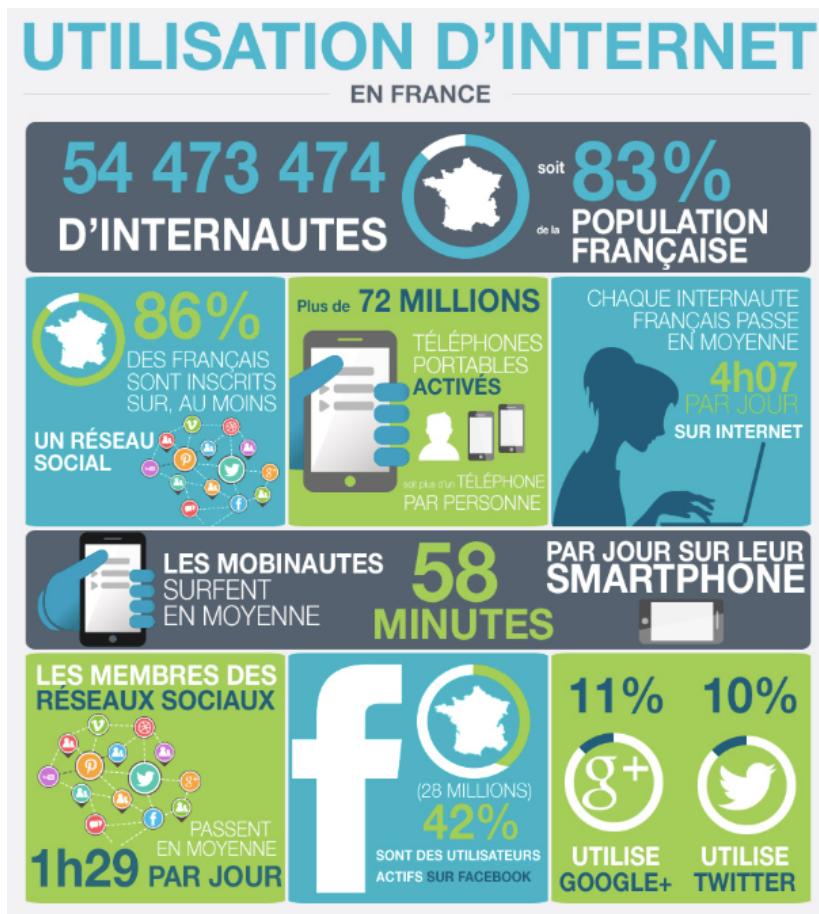
Chapitre 6

**L'OPPORTUNITÉ
POUR VOUS, EN
QUELQUES
CHIFFRES**

III-CHAPITRE 6

Toujours pas convaincu? voyez plutôt ces chiffres hallucinants concernant le numérique en France.

Une image valant plus que mille mots, je vous laisse apprécier les infographies suivantes



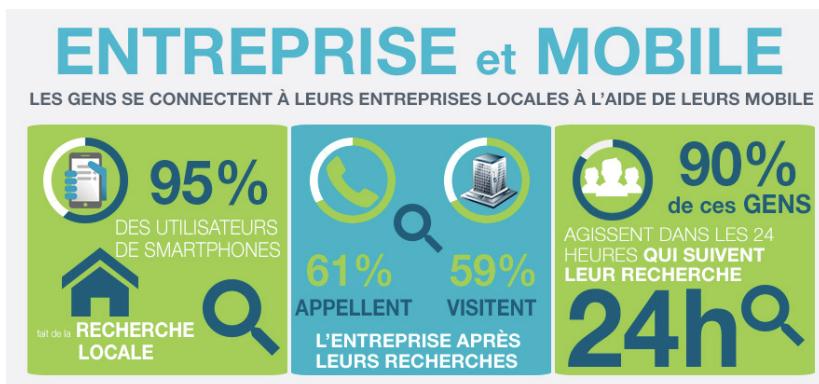
III-CHAPITRE 6

Il n'y a qu'à regarder autour de sois pour s'en rendre compte...



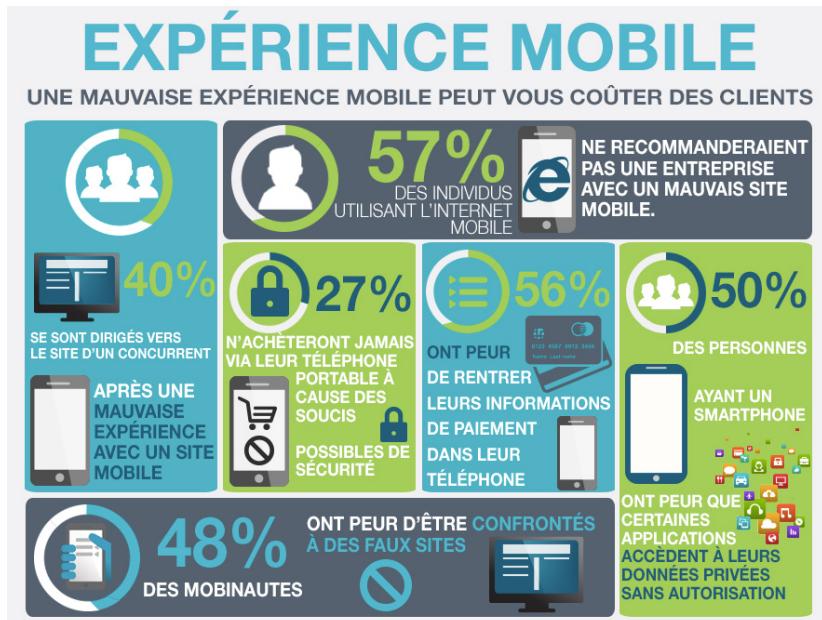
Source:<https://fr.digitalsobe.com/>

Que dire? "Go mobile or go home"!



Source:<https://fr.digitalsobe.com/>

Avec des innovations quasi quotidienne, imaginez juste à quoi ressemblera la prochaine décennie...



Source:<https://fr.digitalsobe.com/>

TOYS "R" US, le géant du jouet qui n'a pas su s'adapter, pourra certainement vous en parler mieux que moi.

Bien qu'il n'y ai pas qu'une raison à son naufrage, le fait de ne pas avoir opéré sa transition digitale, a conduit cette icône à mettre la clé sous la porte.

Pensez vous être à l'abris?

Chapitre 7

**QUE FAIRE
MAINTENANT, PAR
OÙ COMMENCER?**

III-CHAPITRE 7

Si vous avez poursuivi la lecture jusqu'ici, félicitations. Cela montre que vous êtes une personne désireuse de changements et de résultats.

Imaginez votre savoir faire sous son meilleur jour.

Imaginez vos clients n'ayant d'yeux que pour vous.

Imaginez vos revenus en hausse et votre entreprise prospère.

Avez vous fait le deuil de ces idées? Si non, quelle sont les principales préoccupations pour vous? Qu'est ce qui vous empêche de passer à l'action?

Soyons honnêtes, vous comme moi, savons que les choses ne se font pas d'elles même n'est ce pas?

Les personnes qui font appel au marketing digital, le font car elles se rendent compte de la puissance de cet outil, dans leur arsenal d'entrepreneur.

Saurez-vous regarder en face vos qualités et défauts, forces et faiblesses et agir en conséquence?

Pour vous aider a dresser ce premier état des lieux de votre situation et de vos besoins, voici une liste de questions (non exhaustive) à vous poser pour y arriver.

III-CHAPITRE 7

1- Savez vous ce que vous voulez accomplir?

En tant qu'entreprise, quel est votre but? Qu'est ce qui vous différencie des autres? Qu'est ce que vous souhaitez être connu pour? Votre message au monde?

2- Avez-vous l'expertise en la matière?

Avez vous un plan marketing? Avez vous déjà une équipe marketing qui travaille avec vous? Avez vous un budget pour? Savez vous déchiffrer et mesurer l'efficacité d'une campagne marketing?

3- Etes-vous satisfaits de vos ventes et/ou de votre équipe commerciale?

Votre chiffre d'affaire plonge, ou au mieux plafonne sans les profits dont vous rêvez? Votre équipe commerciale convertie- t- elle les prospects en clients?

4- La concurrence vous fait elle de l'ombre?

Vos concurrents sont-ils accompagnés par une agence de marketing digitale? Avez vous l'impression de les voir partout et pas vous?

III-CHAPITRE 7

Voilà certaines des questions urgentes à vous poser, au préalable d'une consultation avec votre agence.

Nos équipes sont entièrement qualifiées pour vous aider à répondre à chacune de ces questions, et mettre en place des stratégies gagnantes.

Rendez-vous sur Rénovision marketing



CONCLUSION

"QUI S'INSTRUIT SANS AGIR, LABOURE SANS
SEMER"

Proverbe Africain

III-CHAPITRE 7

J'espère vous avoir apporté un peu de lumière, sur les enjeux pour votre entreprise, d'engager une agence en marketing digital.

Les bénéfices y seront nombreux, tels que:

- un accès direct aux consommateurs
- une action 24h/24, 7jours/7
- des couts moindres que ceux de la publicité radio ou télé classique
- une portée sans frontières
- un gain de temps incontestable
- une possibilité de s'adapter et tester de nouvelles idées très rapidement
- et bien plus encore...

Le marketing digital s'inscrit de nos jours, comme un devoir, pour toute entreprise qui souhaite atteindre les sommets.

Loin de moi l'idée de vous faire croire en une solution magique, à coup de dernières techniques à la mode et de jargon de geek.

Bien au contraire, à Rénovation marketing notre vision est plutôt celle d'un travail méthodique , d'un accompagnement personnel, afin de vous faire atteindre vos objectifs.

À votre succès!