

### Préambule



L'Etat français a confié à **Bpifrance** (**avec France Num dans le cadre du Plan de relance**), l'organisation d'un programme de sensibilisation au numérique pour les **TPE/PME**. Bpifrance a par la suite organisé un appel à projet afin de trouver localement des organismes pouvant assurer cette sensibilisation au travers d'ateliers.

Sur le territoire, c'est **OPEN NC** a remporté cet appel à projet et organise donc des ateliers de sensibilisation à la transformation numérique 100% gratuits.

A l'issue de cet atelier, une demande d'émargement et de notation vous seront envoyées. Dans un second temps, un questionnaire plus global sur vos actions mises en place à la suite de cette sensibilisation vous sera également envoyé. Nous vous demandons s'il vous plait de prendre quelques minutes pour y répondre.

Bon atelier!

Le présent document rédigé par OPEN dans le cadre du programme Les Tremplins du Numérique, reste de sa propriété et ne peut en aucun faire l'objet d'une autre utilisation quelconque ou d'une reproduction sans son accord écrit préalable.

Financé par







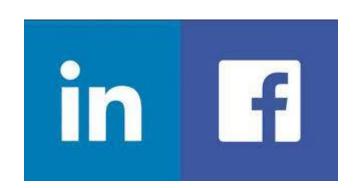




# #CapDigital Retrouvez toutes les sessions sur www.cci.nc









### #SKAZY











#### **Richard RATIMAN**

Resp. Communication & Marketing digital Google Ads Search & Analytics Certified Expert



Stratégie marketing et communication digitale

Cap Digital 2022

Par Richard RATIMAN





### Sommaire

- 1. Une nouvelle ère : le digital
- 2. Pourquoi établir une stratégie digitale ?
- 3. Comment établir une stratégie digitale ?

- 4. Stratégie et méthodologie
- 5. Quelques exemples
- 6. À vous de jouer!

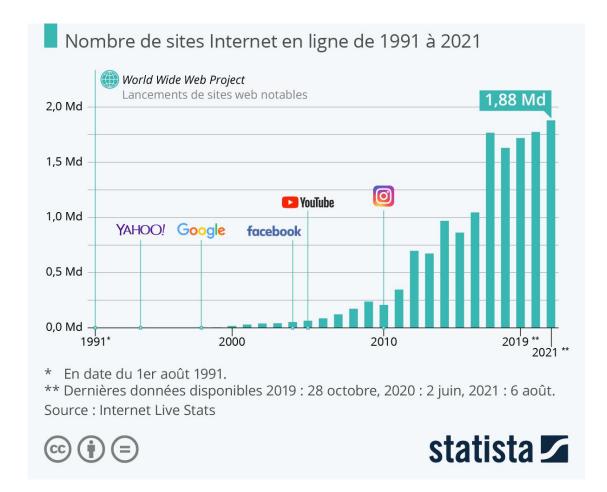


1.

Une nouvelle ère : le digital



# Une nouvelle ère : le digital Une croissance exponentielle



### La transformation digitale a profondément bouleversé nos vies.

Nous avons la possibilité de nous informer beaucoup plus facilement en ligne, d'utiliser des objets connectés, d'effectuer nos achats sur Internet, d'interagir avec les uns et les autres sur les réseaux sociaux.

Ces évolutions ont modifié les parcours d'achat, mais aussi les interactions entre une marque et ses clients.



### Une nouvelle ère : le digital

#### Changement de comportement des calédoniens

Accueil > Nouvelle Calédonie > Cartes Bleues Dans Le Rouge

Banque. L'UFC-Que Choisir s'alarme de fraudes non remboursées

#### Cartes bleues dans le rouge

Charlie Réné / charlie.rene@lnc.nc | Crée le 10.02.2015 à 03h00 | Mis à jour le

Imprime



De nombreux clients de la Société Générale auraient été victimes de fraudes à la carte bancaire, affirme l'association UFC-Que Choisir. Elle reproche à l'établissement un manque de réactivité, voire des refus de remboursement.

A chaque fois, la même surprise, désagréable : un relevé de compte consulté machinalement, une ligne de débit inconnu, et plusieurs dizaines de milliers de francs disparus. En matière bancaire, si les erreurs sont rares, les « vols » le sont de moins en moins, à en croire l'UFC-Que Choisir, qui a lancé vendredi la charge contre la Société Générale calédonienne de banque (SGCB).

Depuis 10 ans, les comportements changent.

La crise Covid et les confinements répétés ont fortement accentué ce changement.

Aujourd'hui de nombreux calédoniens échangent et vendent sur Internet



Les entreprises calédoniennes s'adaptent à cette transformation en intégrant le digital au cœur de leurs stratégies marketing et de communication.



### Une nouvelle ère : le digital

Chiffres 2021 sur le social media en Nouvelle-Calédonie **Hootsuite** 



# facebook

**167 300** comptes 70.8% de la population de + 13 ans est touchée

par les publicités Facebook

- 2 700 vs 2021



Instagram

**69 800** comptes env 62% sont des femmes

+ 7 000 vs 2021





**66 000** comptes env 53% sont des hommes

+ 6 000 vs 2021





# 2.

Pourquoi établir une stratégie digitale?



# Pour quoi élaborer une stratégie digitale?

Quelques exemples

Mon produit a changé de formule => informer

Mon produit est en promotion en ce moment => faire acheter

J'ai ouvert un nouveau point de vente => informer

Je souhaite changer mon image => faire aimer

Je lance une nouvelle marque => faire connaître



# Pour quoi élaborer une stratégie digitale? Pour mieux connaître mon public / ma cible















### Pourquoi élaborer une stratégie digitale?

Pour éviter les erreurs

Quelques exemples



Créer un site Web sans plan d'actions pour créer du trafic



Créer une page Facebook sans créer d'interaction



Faire une campagne d'emailing sans préparation



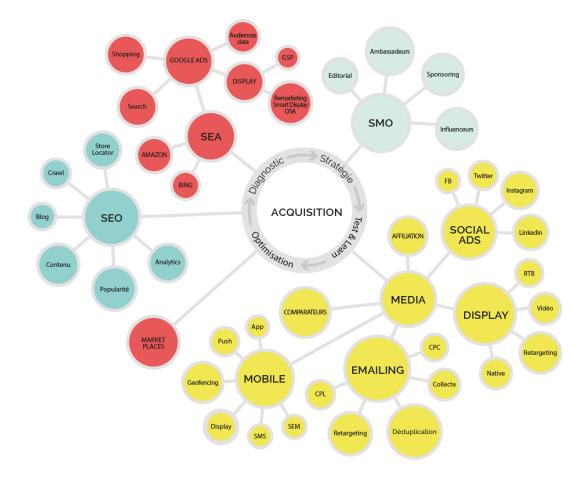
### Pourquoi élaborer une stratégie digitale?

Pour savoir quel levier/canal/support utiliser







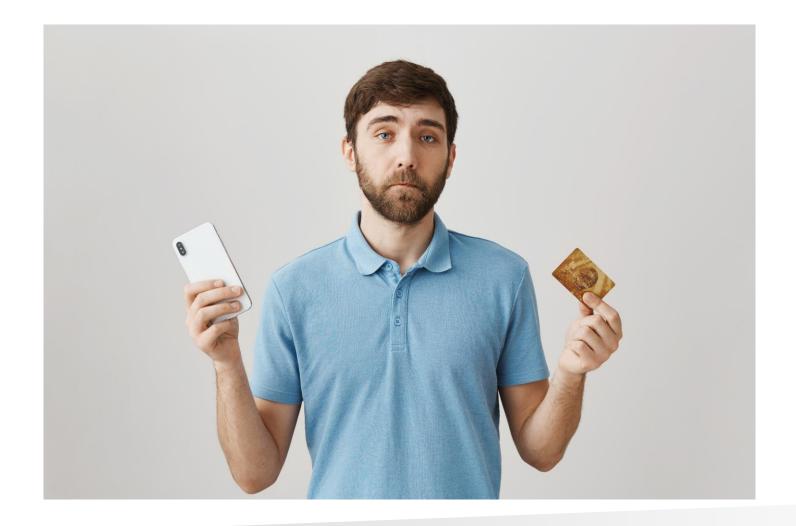




### Pourquoi établir une stratégie digitale?

Pour estimer un budget prévisionnel

% Achats médias

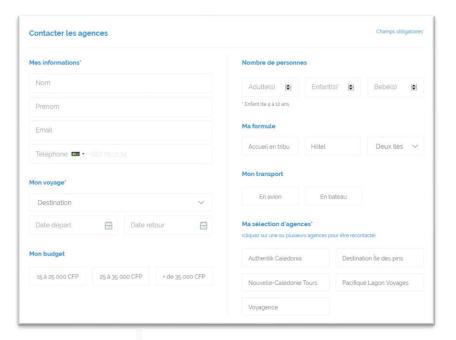


%
Charges
de gestion



### Pourquoi élaborer une stratégie digitale?

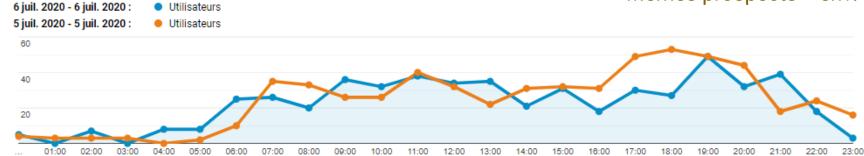
#### Pour mesurer et optimiser les performances





Total: 319

- Nbre famille = env.165
- Répartition souhait dates départs
  - 116 juillet
    - dont 20 du 04 au 08/07
    - dont 38 du 10 au 13/07
  - o 81 en août
    - dont 65 durant période vacances
  - o **37** en septembre
  - o 44 en octobre
  - o **20** en novembre
  - o 21 en décembre
- Durée séjour Moy. 2 à 3j
- Mêmes prospects = env.40





# 3.

Comment établir une stratégie digitale?



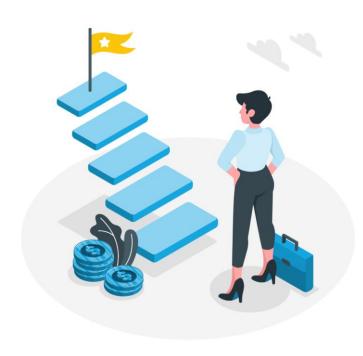
### Comment établir une stratégie digitale?

En ne confondant pas Marketing et Communication

Conception **Définition** COMMUNICATION **MARKETING** Analyse la clientèle Fait connaitre > cible et le marché diffusion de messages



### Comment établir une stratégie digitale ? En définissant un objectif



#### **Objectif SMART**

- Spécifique : définir un objectif final précis
- Mesurable : quantifier et chiffrer son objectif
- Atteignable : fixer un objectif ambitieux
- Réaliste : évaluer la pertinence d'un objectif
- Temporellement défini : déterminer une date limite

Exemple : augmenter de 30% le nombre de followers Facebook en l'espace de 2 mois, en doublant nos publications et en mettant en place une campagne Facebook Ads.



### Comment établir une stratégie digitale ? En créant des Buyer personas



Buyer personas

### Pour mieux cerner la personnalité et le profil de ses clients

- 1. Identifiez vos 4 ou 5 profils
- 2. Établissez la personnalité de vos buyer personas (définissez leur identité comportementale et leur parcours d'achat)
- 3. Définissez les centres d'intérêt et les problématiques de vos buyer personas
- 4. Identifiez les médias consultés par vos buyers personas
- 5. Concevez votre ligne éditoriale et votre stratégie de contenu à partir de vos buyers personas



### Comment établir une stratégie digitale?

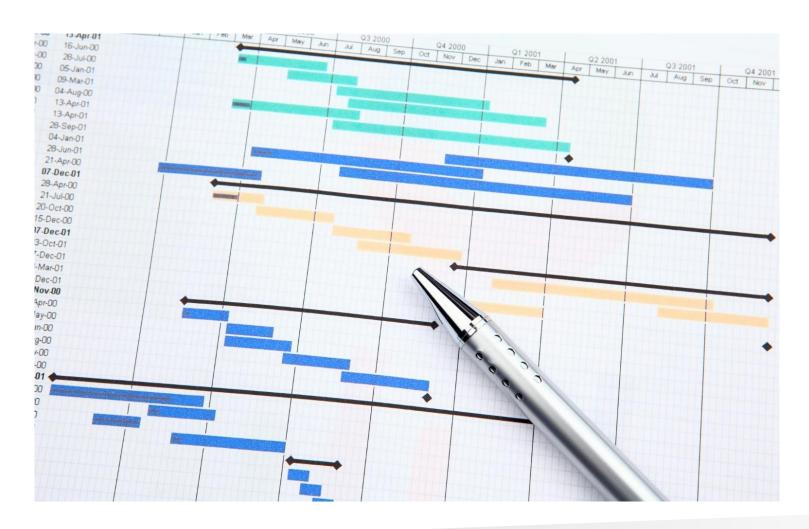
En définissant le style et le message à communiquer



Le message **doit contenir la promesse**, c'est-à-dire la valeur ajoutée de votre produit ou de votre marque, et ce qui le ou la différencie de vos concurrents.



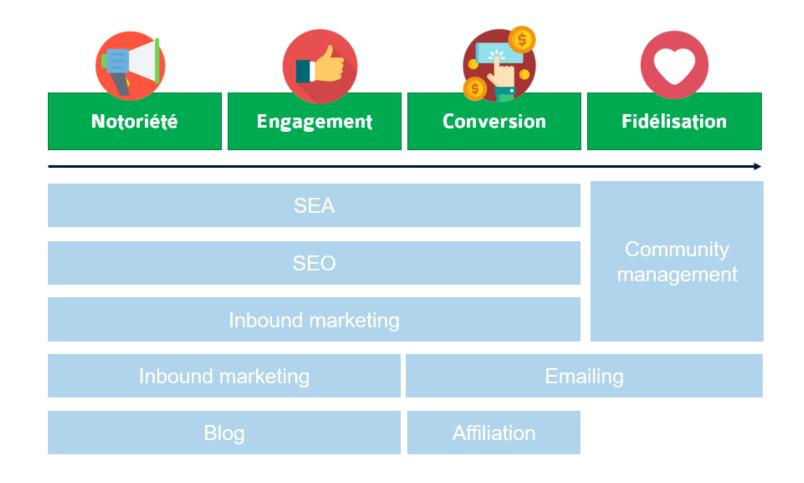
# Comment établir une stratégie digitale ? En planifiant vos actions





### Comment établir une stratégie digitale?

En choisissant les leviers correspondant à votre objectif





# Comment établir une stratégie digitale ? En fixant un budget prévisionnel

SMO **SEA ACQUISITION SEO** SOCIAL ADS **MEDIA** DISPLAY **EMAILING MOBILE** 

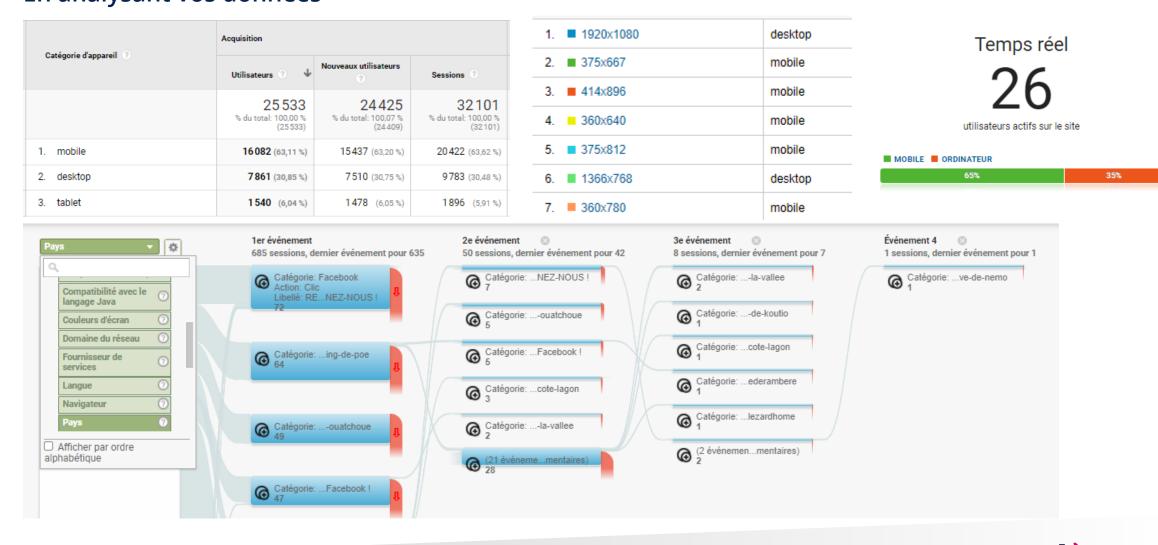
Le pourcentage du CA destiné à la communication peut s'élèver de 2 à 20 % du montant annuel généré par les entreprises.

Dans tous les cas il faut tenir compte :

- du temps passé
- de l'achat médias
- du niveau de concurrence
- des outils de communication (logiciels, abonnements...)
- du nombre de leviers/support de communication
- des frais des divers prestataires
- ..etc.



# Comment établir une stratégie digitale ? En analysant vos données





4.

Stratégie et méthodologie



# Stratégie et méthodologie Quelques notions





Une stratégie digitale consiste à augmenter l'activité et l'efficience d'une organisation grâce aux technologies numériques.

#### DÉMARCHE

L'élaboration et la mise en place d'une stratégie doit être structurée et suivre un processus clair.



### Stratégie et méthodologie

Une méthode se veut simple, logique et mémorisable.



#### La méthode des 6 C

Pour déployer les stratégies digitales, François CAZALS professeur affilié HEC Paris, propose une méthodologie empirique : la méthode des 6 C.

Cette approche est structurée de la façon suivante :

- 1. Comprendre
- 2. Cibler
- 3. Choisir
- 4. Concevoir
- 5. Convertir
- 6. Changer

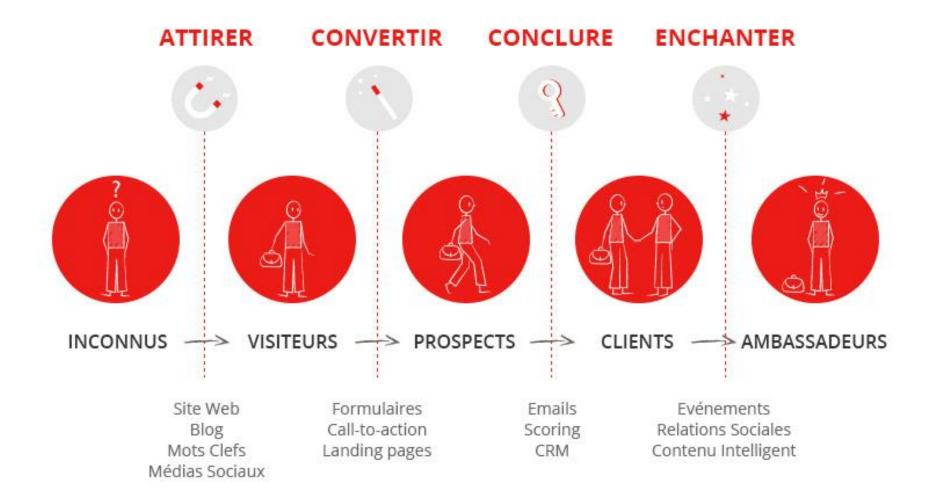


5.

Quelques exemples

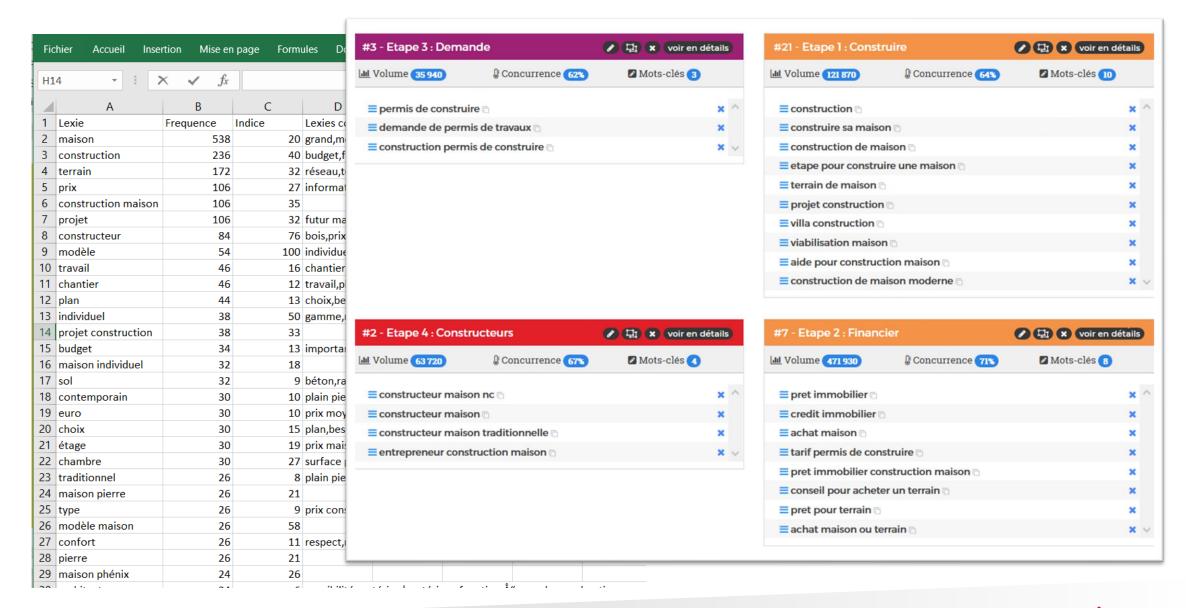


#### **Inbound Marketing**



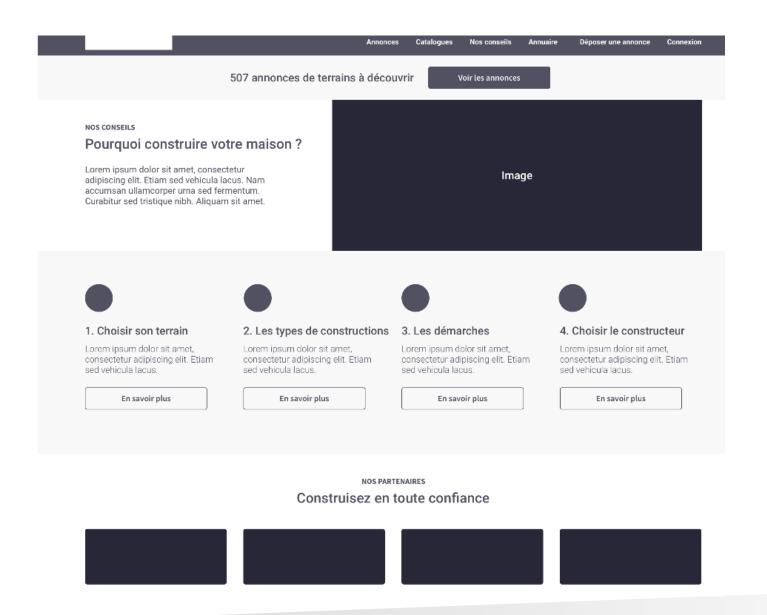


#### **Content Marketing > SEO**



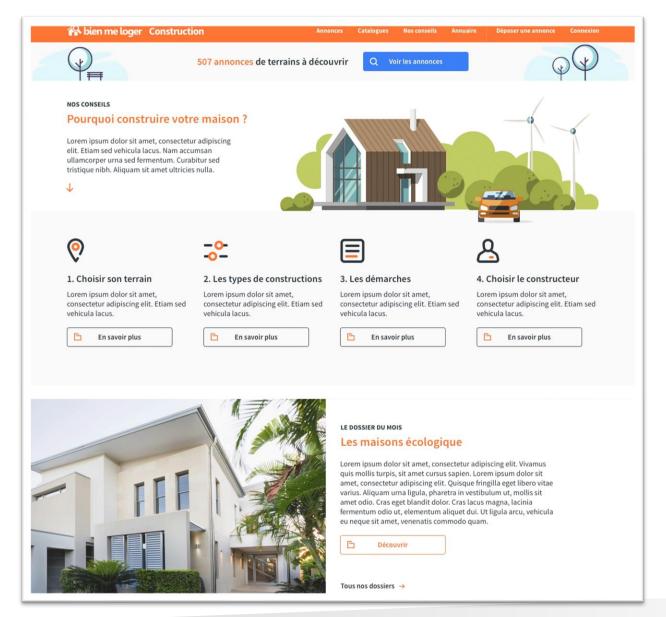


#### **Content Marketing > SEO**





#### **Content Marketing > SEO**





6.

A vous de jouer!



# A vous de jouer! Avant de vous lancer...



#### Dernières vérifications

Faites une ultime vérification pour confirmer que vous avez bien :

- défini votre objectif;
- identifié votre cible ;
- défini votre message ;
- choisi vos leviers;
- défini votre plan d'actions
- Mis en place vos outils de mesure



### Richard RATIMAN

Vous avez une question ou besoin d'aide sur un sujet?

Je vous réponds sur :



Linked in https://www.linkedin.com/in/richard-ratiman/







#### MERCI DE VOTRE ATTENTION

