

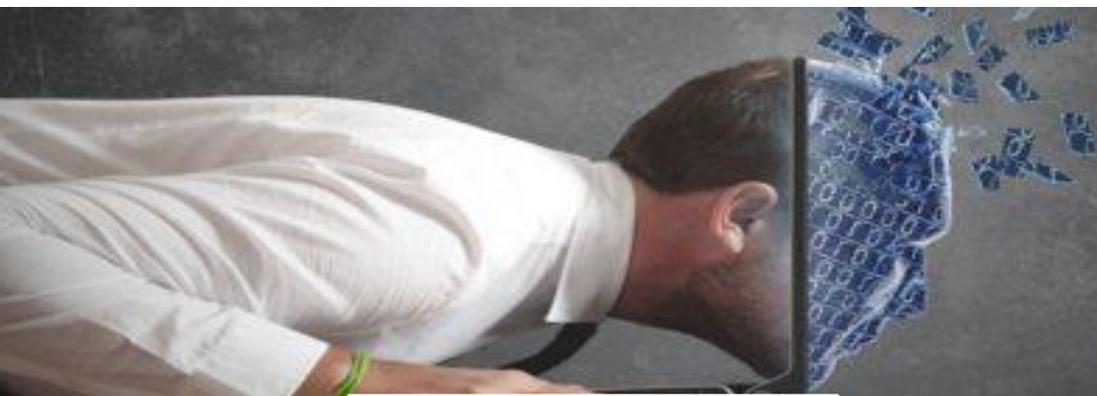
Communication Digitale Développer votre VISIBILITÉ & votre BUSINESS !

Une rencontre « Matinale » de la



Avant-Propos

Les IMPACTS de la DIGITALISATION



IMPACTÉS par
la
DIGITALISATION

GESTION DES PROJETS

CŒUR DE MÉTIER

DÉVELOPPEMENT de MARCHÉS & de
PARTS de MARCHÉS

ce matin nous
sommes ici

APPORTS de la
DIGITALISATION

TRAVAIL
COLLABORATIF

PROCESS
INTERNES

COMMUNICATION,
VISIBILITÉ &
E-COMMERCE

Une approche sous le
signe des ÉCHANGES
pour aborder VOS
enjeux de
COMMUNICATION
DIGITALE dans un
format COLLABORATIF !

1. POURQUOI ?
2. COMMENT ?
3. (sur) QUOI ?



POURQUOI JE communique AVEC le numérique ?

1. Les USAGES
Internet &
Réseaux
Sociaux en NC

2. Les RAISONS
d'un usage
professionnel

POURQUOI

1. Les USAGES Internet & Réseaux Sociaux en NC



POURQUOI

chiffres 2017 / 2018

1. Les USAGES
Internet &
Réseaux
Sociaux en NC

sur 10 Calédoniens

8 utilisent INTERNET!



6 sont présents sur au moins
1 Réseau SOCIAL!



Source

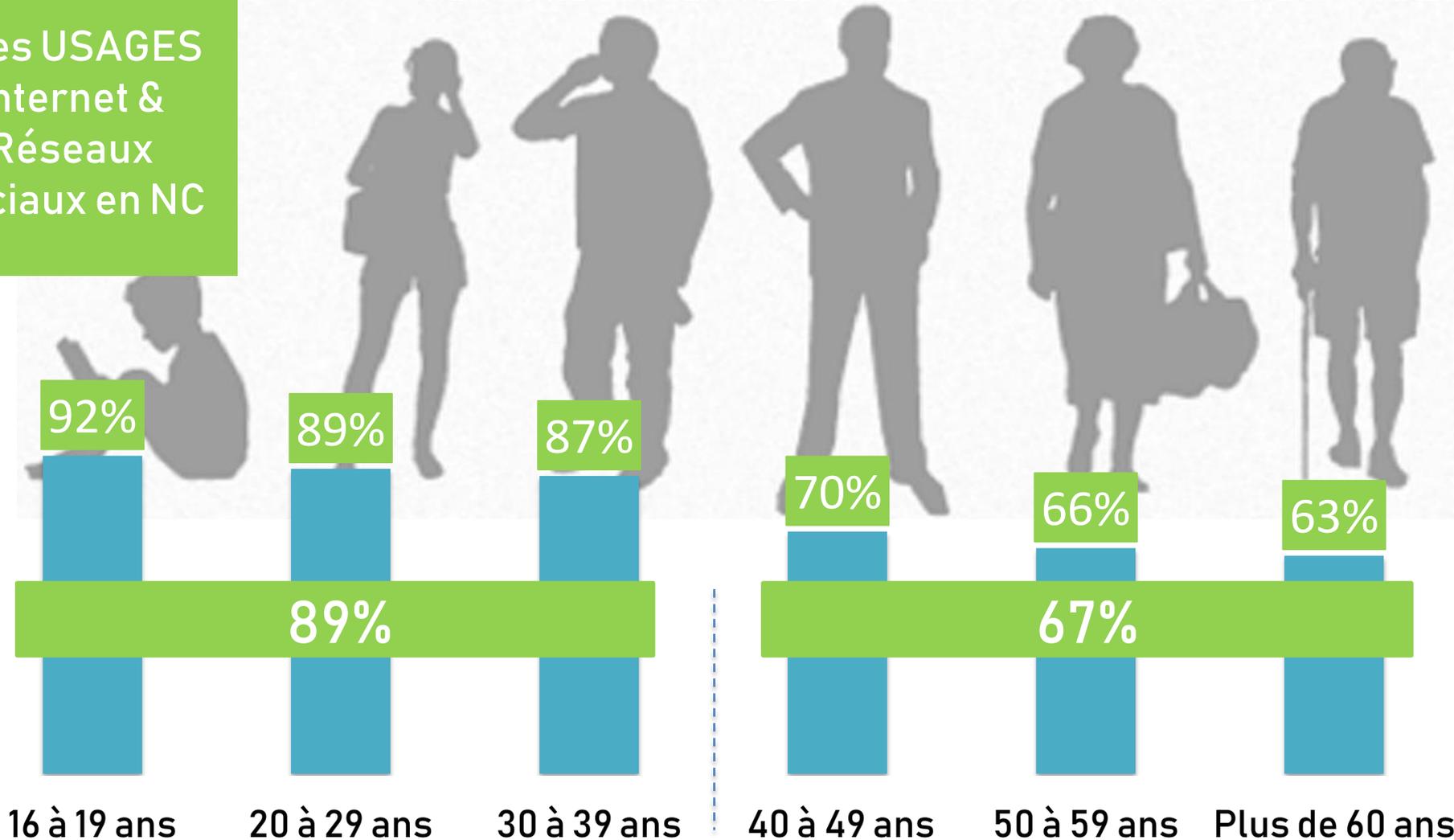


POURQUOI

chiffres 2017 / 2018

1. Les USAGES Internet & Réseaux Sociaux en NC

ÂGE des INTERNAUTES CALÉDONIENS consultant au moins 1 RÉSEAU SOCIAL

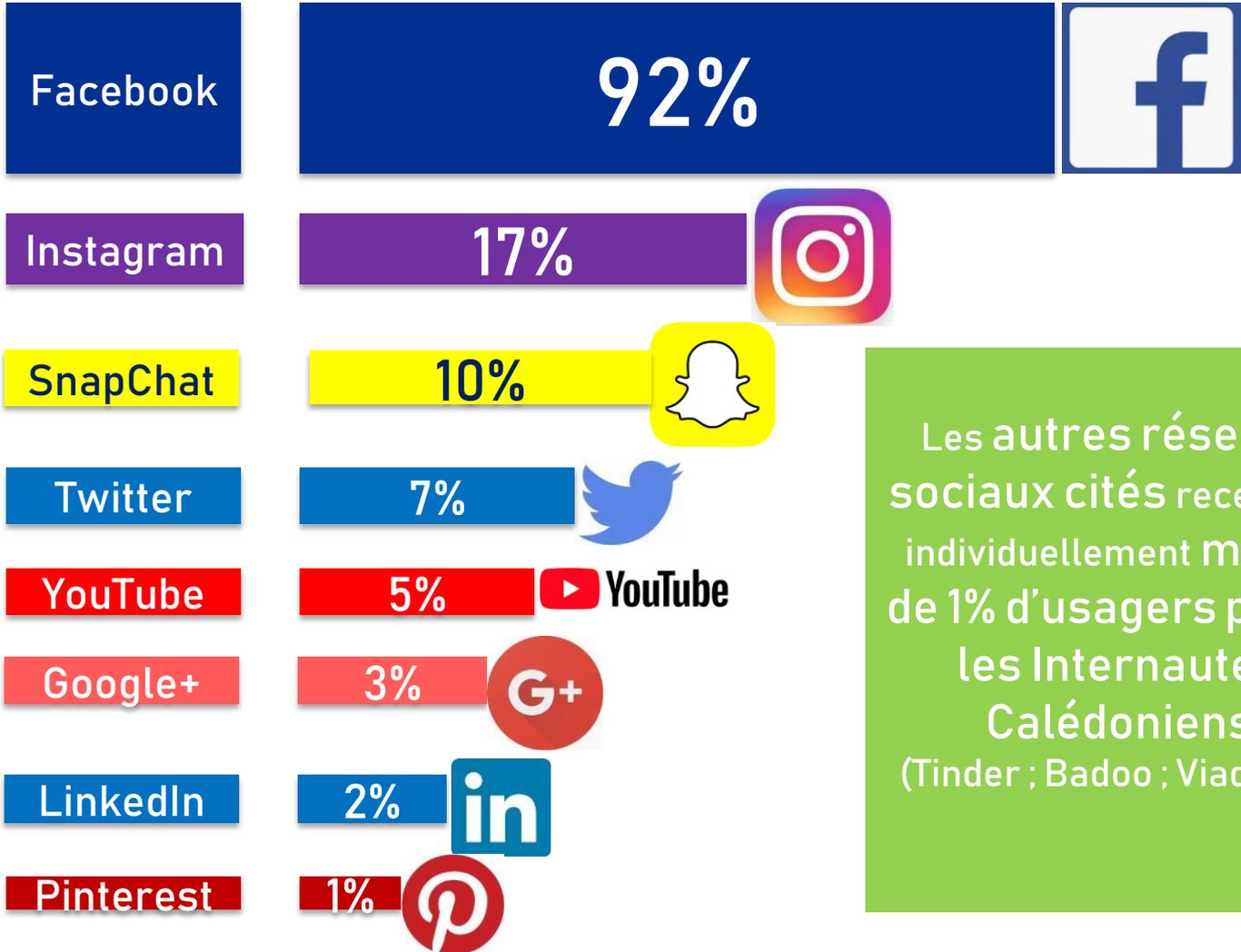


Votre cible est sur les réseaux sociaux ! ...Et vous ?

POURQUOI

chiffres 2017 / 2018

1. Les USAGES Internet & Réseaux Sociaux en NC



Les autres réseaux sociaux cités recensent individuellement moins de 1% d'utilisateurs parmi les internautes Calédoniens (Tinder ; Badoo ; Viadeo ...)

POURQUOI

2. Les RAISONS
d'un usage
professionnel

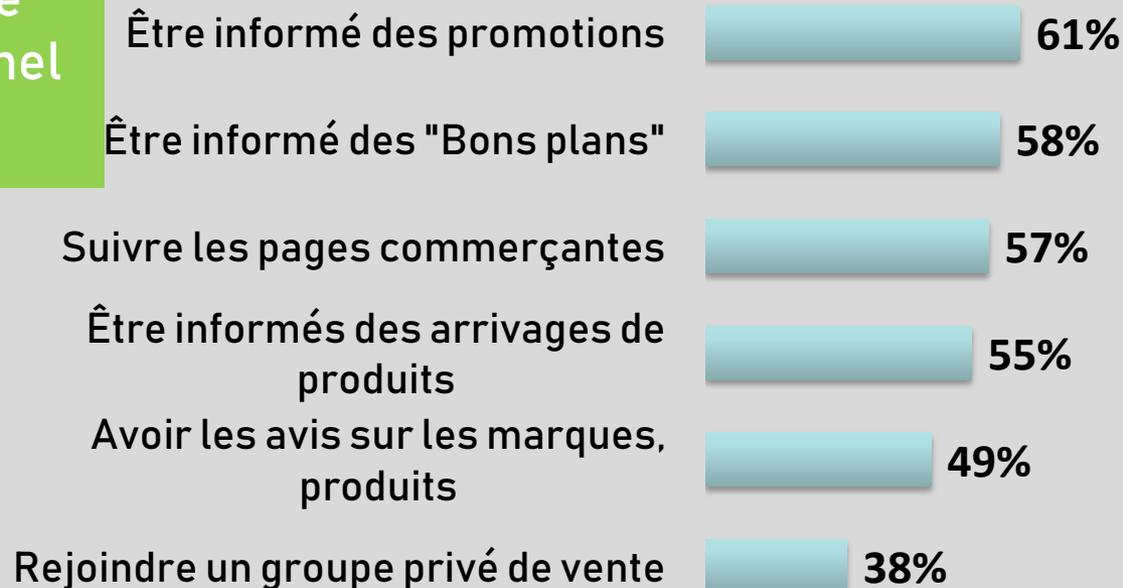
à VOTRE avis ?

POURQUOI

chiffres 2017 / 2018

les calédoniens, consultent les réseaux sociaux pour ...

2. Les RAISONS
d'un usage
professionnel



80% de ceux
qui
consultent
un réseau
social
l'utilisent
dans leur
démarche
commerciale

Base : 591 internautes, utilisateurs des réseaux sociaux

Il faut se rendre visible pour le « chaland-Internaute » !

POURQUOI

chiffres 2016 (Monde & Fr) & 2018 (NC)

le NUMÉRIQUE PORTEUR de MARCHÉ et de CROISSANCE dans TOUS les pays

2. Les RAISONS
d'un usage
professionnel



6%
le poids moyen du
numérique dans le
PIB

Chiffre supérieur à celui de l'aéronautique ou
de l'industrie pharmaceutique !

entre 20 et 25%
ce que représente le numérique
dans la croissance du PIB

3% poids du numérique dans le PIB
de la NOUVELLE-CALÉDONIE



...Où seront vos clients de demain ?!

Source 1

Syntec
NUMÉRIQUE

Source 2

BAROMÈTRE
NUMÉRIQUE
2018

Observatoire
NUMÉRIQUE
GOUVERNEMENT DE LA
NOUVELLE-CALÉDONIE

COMMENT

JE

communiqué

EFFICACEMENT?

1. Les ATTENTES
de mes usagers
au cœur de ma
stratégie

2. Des OUTILS
instantanés,
adaptables et
mesurables !

COMMENT

1. Les ATTENTES
de MES usagers
au cœur de ma
stratégie

Les **7** bonnes questions à se poser pour une **STRATÉGIE WEB** performante

Les 7 bonnes questions à se poser pour une STRATÉGIE WEB performante

1. Quel est votre BESOIN ?
2. Quelle CIBLE visez-vous ?
3. Quelles ACTIONS allez-vous mettre en œuvre ?
4. Qui êtes-vous ?
5. Quels sont vos TRANSFORMÉS DÉSIÉS ?
6. Quels ÉLÉMENTS allez-vous intégrer pour faciliter le parcours de l'utilisateur ?
7. Quels METRIQUES allez-vous suivre ?

COMMENT

7 questions à se poser

1. Les ATTENTES
de MES
usagers au
cœur de ma
stratégie

pour une **STRATÉGIE WEB**
performante

AVANT
TOUT

OUBLIEZ
TOUT
ce que
vous savez !

PRÊT(E)?

COMMENT

7 questions à se poser

1. Les ATTENTES
de MES
usagers au
cœur de ma
stratégie

1 PRÊT(E)?

Quel est votre BESOIN ?

-  Chiffre d'AFFAIRE
-  NOTORIÉTÉ
-  Changer d'IMAGE
-  RAJEUNIR vos clients

Sans OBJECTIF PRÉCIS pas de SUCCÈS possible !
Si vous êtes prêt à consacrer des ressources à votre présence en ligne, c'est parce que vous en avez besoin pour atteindre un OBJECTIF RENTABLE.
Être clair sur cet objectif est LE prérequis pour une stratégie à succès !



COMMENT

7 questions à se poser

1. Les ATTENTES de MES usagers au cœur de ma stratégie

pour une stratégie à succès :

Quelle CIBLE visez-vous ? 2



LES FEMMES ACTIVES LES FEMMES ENCEINTES LES SENIORS

Votre **CIBLE PRIORITAIRE** est celle qui répondra le mieux à votre besoin. Pour mieux la toucher, il faut **BIEN LA CONNAÎTRE**, et donc **BIEN L'IDENTIFIER**.



ASTUCE **4** CHOISISSEZ **MOTS CLÉS** QUI LA DÉFINISSENT



Votre cible est-elle en ligne ? Si oui, **LOCALISEZ-LA !**

COMMENT

7 questions à se poser

1. Les ATTENTES
de MES
usagers au
cœur de ma
stratégie

3

quelle ACTION attendez-vous de votre cible ?



qu'elle
LIKE



qu'elle
ACHÈTE



qu'elle
PARTAGE



qu'elle
PENSE QUE ...

**Si vous ciblez cette population,
C'EST QUE VOUS AVEZ BESOIN D'ELLE.**

Vous voulez qu'elle fasse quelque chose
qui servira vos objectifs.



COMMENT

7 questions à se poser

1. Les ATTENTES
de MES
usagers au
cœur de ma
stratégie

Qui êtes-VOUS ?

4

Que faites-vous ? Qu'est-ce qui fait votre identité, votre différence ?

SOYEZ CLAIRS !



DÉFINISSEZ À MINIMA VOTRE
ADN D'ENTREPRISE OU DE
MARQUE EN
4 MOTS CLÉS

COMMENT

7 questions à se poser

1. Les ATTENTES de MES usagers au cœur de ma stratégie

5

Quel est votre TERRITOIRE de DIALOGUE ?

Sur quels sujets POUVEZ-VOUS ENGAGER LA CONVERSATION ?

vo
MARQUE

vo
CIBLE



ATTENTION AU NOMBRILISME !

C'est le moment d'être honnête et de ne pas se fourvoyer sur ce qui intéresse **AUTHENTIQUEMENT** votre cible !

COMMENT

7 questions à se poser

1. Les **ATTENTES**
de **MES**
usagers au
cœur de ma
stratégie

6

Quels **CONTENUS** pouvez-vous proposer pour nourrir et animer ce territoire de dialogue ?

Listez les **CONTENUS** dont vous disposez et ceux que vous pouvez créer.
Pour chacun **IDENTIFIEZ** :

- ✔ **THÈME**
- ✔ **FORMAT**
- ✔ **TON**
- ✔ **PÉRIODICITÉ** de publication
- ✔ **Potentiel D'INTERACTIVITÉ**

ATTENTION SOYEZ RÉALISTES !

C'est le moment de tenir compte
de vos **RESSOURCES**, vos **COMPÉTENCES**,
votre **CADRE RÉGLEMENTAIRE**,
votre **CULTURE D'ENTREPRISE**,
et vos **CONCURRENTS**.



COMMENT

oui...mais lesquels ?

2.Des OUTILS
instantanés,
adaptables et
mesurables !

Les
SITES WEB « HOME »

MOTEURS de recherches
et ANNUAIRES



Les
RÉSEAUX SOCIAUX

Les SITES
WEB MARCHAND

COMMENT

2.Des OUTILS instantanés, adaptables et mesurables!

The screenshot shows the homepage of the CCI Nouvelle-Calédonie website. At the top, a dark blue banner contains the text "les SITES WEB « HOME »" in white. Below this, the main heading reads "votre « Maison, Bureau & vitrine officielle »" in large black font. The navigation bar includes social media icons (Facebook, LinkedIn, YouTube), a list of menu items (Découvrir la CCI-NC, Fiches & guides pratiques, Actualités, Agenda, Recrutement, Contactez-nous), the CCI logo, a user profile dropdown ("Vous êtes"), a "Mon espace CCI" link, and a search bar. A secondary navigation bar features five categories: "Entreprendre", "Formations & services", "Information économique", "Aéroports & gare maritime", and "Les écoles de la CCI". The main content area displays a featured article titled "La Tontouta Run'Way 2019, une course haute en sensations" with a photo of a race on a runway. Below the article is a horizontal menu with "Formations et services" and "E-services" (the latter is highlighted with a red line). A "Une question ?" button with a question mark icon is in the top right, and a notification bell icon is in the bottom right. The footer is a dark blue bar with the text "Mon IDENTITÉ à l'heure du numérique !" in white.

les SITES WEB « HOME »

votre « Maison, Bureau & vitrine officielle »

Découvrir la CCI-NC | Fiches & guides pratiques | Actualités | Agenda | Recrutement | Contactez-nous

cci NOUVELLE-CALÉDONIE

Vous êtes ▼ | Mon espace CCI | Rechercher

Entreprendre ▼ | Formations & services | Information économique ▼ | Aéroports & gare maritime ▼ | Les écoles de la CCI ▼

La Tontouta Run'Way 2019, une course haute en sensations

Ce samedi 20 juillet 2019 a eu lieu la 2nd édition de la Tontouta Run'Way, l'événement sportif de 5 km le plus surprenant de Nouvelle-Calédonie.

[En savoir plus](#)

Formations et services | E-services

Une question ?

Mon IDENTITÉ à l'heure du numérique !

► Data & Mobile First !

COMMENT

2.Des OUTILS instantanés, adaptables et mesurables!

les MOTEURS de RECHERCHE (& Annuaire*) votre référencement en ligne!

The screenshot shows a search engine interface with the following elements:

- Address bar: <https://www.qwant.com/?q=CCI+NC&client=ext-chrome-sb>
- Navigation: Applications, Bookmarks, Clavier virtuel - BNC
- Search bar: CCI NC
- Buttons: QWANT, >>
- Filters: SUR LE WEB (i), Période (v)
- Results:

Category	Result
WEB	* (no results displayed)
ACTUALITÉS	cci.nc - Chambre de commerce et d'industrie NC cci.nc Découvrez le portail de la Chambre de Commerce et d'Industrie de Nouvelle-Calédonie. Retrouvez les rubriques consacrées à la création et au développement de l'entreprise, à la formation professionnelle, à l'économie et au développement local, ainsi qu'aux portails des aéroports et de la gare maritime.
SOCIAL	Recrutement - Nos offres d'emplois CCI Nouvelle-Calédonie cci.nc/recrutement Découvrez toutes les offres d'emploi de la CCI-NC.
MAPS	Accueil CCI Apprentissage, CCI de Nouvelle-Calédonie cfa.cci.nc

Mes COORDONÉES / ANNUAIRE* à l'heure du numérique!

The screenshot shows a video search result with the following details:

- Category: VIDÉOS
- Title: Chambre de commerce et d'industrie de Nouvelle-Calédonie ...
- URL: fr-fr.facebook.com/ci.nouvellecaledonie
- Description: [FORMATION POMPIERS D'AÉRODROME] La CCI-NC forme, à travers l'Institut de formation des pompiers d'aérodrome de Nouméa-La Tontouta (IFPA) cette semaine huit pompiers du

*Plusieurs annuaires sont disponibles en NC!

COMMENT

2.Des OUTILS instantanés, adaptables et mesurables!



* Accès à l'article d'expert

« *Référencement Internet - Un impératif de visibilité sur le Web* »

par Ludovic DANTENY ([Mon Coach Webmarketing](#))

Les MOTEURS de RECHERCHE votre référencement en ligne !

The screenshot shows a Google search for 'commercial batiment'. The search results are divided into two sections: 'Réguliers' (organic) and 'Annonces' (sponsored). The organic results include links to 'Tous les prix du bâtiment | batitel.com', 'Commercial Batiment | emploi-btp.lemonteur.fr', 'COMMERCIALBTP - Le Site Emploi des Commerciaux du BTP', 'Batiactu Emploi - Toutes les offres d'emploi du btp et de l'immobilier', 'Offre d'emploi - Technico-commercial Batiment H/F - VERTIC', 'courtier en travaux, courtage batiment, BTP, devenir courtier en...', 'ATTACHE TECHNICO COMMERCIAL BATIMENT recrutement groupe SIG', and 'Formation Technico-commercial bâtiment'. The sponsored ads include 'Commercial' and 'Professionnel du Bâtiment'. Red arrows point from the 'Google Adwords' label to the sponsored ads, and a blue arrow points from the 'Référencement naturel' label to the organic results.

Google Adwords

= S.E.A.
Search Engine Advertising

= annonces
= liens sponsorisés

Référencement naturel

= S.E.O.
Search Engine Optimization

= liens naturels
= liens organiques

! Mon Référencement peut être « naturel » (SEO -> « Gratuit ») ou « sponsorisé » (S.E.A -> Payant) !*

COMMENT

2.Des OUTILS instantanés, adaptables et mesurables !

les RESEAUX SOCIAUX

vosre communauté de « fans », de suiveurs

The image shows a Facebook page for the Chamber of Commerce and Industry of New Caledonia (CCI NC). The page features a prominent banner for the 'tontouta RUNWAY' event, which is a 'course à pied sur la piste de l'aéroport international de Nouméa-La Tontouta'. The banner includes logos for sponsors such as Air France, Air Calédonie, and Air New Zealand, and mentions 'Billets d'avion & nombreux lots à gagner'. The page also displays a navigation menu on the left, a 'Publications' section with a recent post from 1 hour ago, and a 'Communauté' section showing 5,603 likes and 5,813 followers. The page is set to 'Accueil' (Home) and includes a search bar at the top.

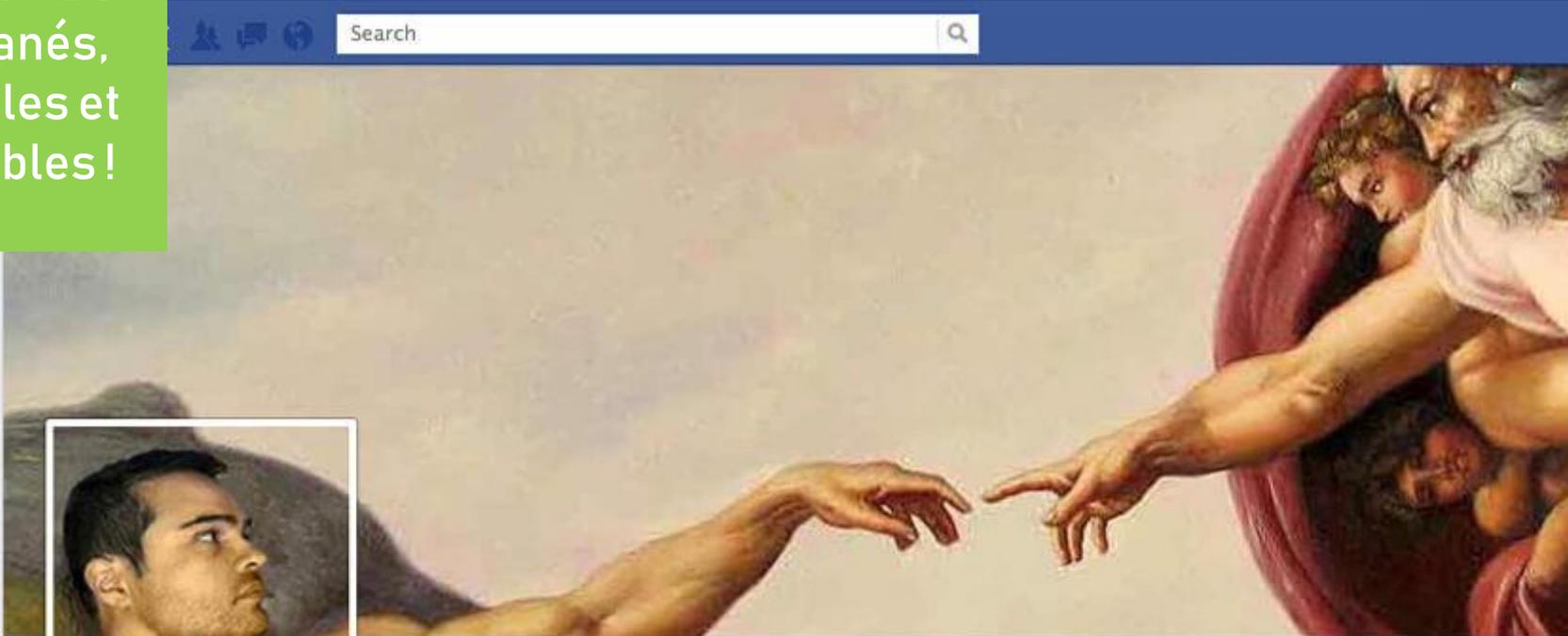
Vos outils pour amener du flux de visiteurs (prospects, clients) vers votre site, votre enseigne !

COMMENT

2.Des OUTILS instantanés, adaptables et mesurables!

les RESEAUX SOCIAUX

le partage par le réseaux de suiveurs



Alejandro Ramirez Espinal

Si vous touchez et intéressez vos suiveurs, ils PARTAGENT et DIFFUSENT pour vous!



Même sur 1 réseau social où VOUS n'êtes PAS présent!

COMMENT

2.Des OUTILS instantanés, adaptables et mesurables!

les SITES WEB « MARCHAND »

vosre magasin personnalisé!

Mon compte | Contactez-nous | Tél : 41 53 53

Inscription à la NEWSLETTER

Panier
Votre panier est vide
Voir le panier

Les produits | Par occasion | Par couleur | Par budget | Accessoires & cadeaux | Rechercher...

Ajoutez un cadeau à votre bouquet avec la gamme DURANCE en Provence

Les senteurs d'intérieur DURANCE en Provence sont maintenant disponibles dans la rubrique ACCESSOIRES & CADEAUX!
Vous souhaitez ajouter un cadeau à votre bouquet ou composition florale! Choisissez parmi la gamme de bougies parfumées, parfums d'ambiance, brumes d'oreiller & bouquets parfumés (tiges de rotin)!

>> TOUT VOIR

Voir nos tarifs de LIVRAISON

Mise en avant et en vente de vos produits... Et uniquement les vôtres!

► Data & Mobile First!

Sur QUOI COMMUNIQUER ?

1. MA stratégie de communication est UNIQUE,

2. Développer ses VENTES de produits et services

QUOI

comme mon offre !

1. MA stratégie de communication est UNIQUE,



QUOI

comme mon Offre... qui reste ce qu'elle est !

sans **trompe l'œil**

1. MA stratégie
de
communication
est **UNIQUE**,



mon **CONTENU** doit la valoriser avec détails des Produits & Services !

QUOI

le ROI n'est pas **automatique** !

2. Développer
ses **VENTES** de
produits et
services



QUOI

2. Développer ses VENTES de produits et services

le ROI...une histoire au **CaS par CaS** !

10% de CA en plus*
*uniquement via le site web marchand !



+ de 50% de CA en plus !*
avec une digitalisation de process au « Cœur de métier »

| Des repas équilibrés livrés chez vous chaque jour



*de la gestion des commandes en « tout papier ».....à un Service de commande en ligne sur site marchand « propre »

ROI = ...-10 %...-5% 0% ... 5% ... 10% ... 50%...?

► Il n'y a pas de règle établie...

...100%...105% ...200% ...?

► et pas de limite non plus, non !

QUOI

2. Développer ses VENTES de produits et services

exemple du e-commerce et du repérage en ligne

achat... et/ou repérage en ligne !



sur 10 Calédoniens

3 à 4 pratiquent le E-commerce



5 font du Repérage en ligne ! *

RESEARCH ONLINE



PURCHASE OFFLINE*



...POURQUOI?

2. Les RAISONS
d'un usage
professionnel

car sur 10 Calédoniens

8 utilisent INTERNET!



6 sont présents sur au moins
1 Réseau SOCIAL!



5 font du Repérage en ligne*

*Démarche de Recherche en ligne avant achat en Magasin

RESEARCH ONLINE



PURCHASE OFFLINE



3 à 4 pratiquent le E-commerce



Communication Digitale Développer votre VISIBILITÉ & votre BUSINESS !

Matinale du 30 juillet 2019

Prêt(e)s

Merci

à communiquer
librement ?



de votre
attention !



Si le brouillard persiste ▶ Prochain rendez-vous... le **17 septembre 2019** !

L'Observatoire Numérique Nouvelle-Calédonie est un centre de ressources, contactez-nous !



- coordination@observatoire-numerique.nc
- (+687) 96 17 54
- www.observatoire-numerique.nc
- [page Facebook](#)



Pour une
dynamique
numérique

