

MA CHECK LIST COMMUNICATION

Lorsque vous souhaitez lancer votre entreprise, il est crucial de mettre en place une stratégie de communication/marketing efficace pour attirer l'attention de votre public cible et générer des ventes. Voici donc une checklist complète pour vous assurer que vous avez pensé à tout pour lancer votre communication et convertir vos prospects en clients !

1 EFFECTUEZ UNE VEILLE CONCURRENTIELLE



La veille concurrentielle vous permet de surveiller ce que font vos concurrents en termes de communication et de vous adapter en conséquence.

2 CHOISISSEZ VOTRE NOM DE MARQUE

Le nom de votre entreprise doit être facile à mémoriser, à prononcer et à écrire. Il doit également être unique et refléter votre identité de marque.

3 CRÉEZ VOTRE LOGO & CHARTE GRAPHIQUE

Votre logo doit être simple, reconnaissable et en cohérence avec votre identité de marque. La **charte graphique*** doit définir les couleurs, les typographies et les éléments visuels qui seront utilisés pour l'ensemble de vos supports de communication.

4 DÉFINISSEZ VOTRE STRATÉGIE DE COMMUNICATION

Déterminez vos objectifs, votre public cible, votre positionnement et les **canaux de communication**** que vous souhaitez utiliser pour atteindre votre public.

5 ÉLABOREZ VOTRE PLAN DE COMMUNICATION

Planifiez les contenus que vous souhaitez produire pour chaque canal de communication et réalisez un calendrier éditorial.

6 CONCEVEZ VOS SUPPORTS DE COMMUNICATION

Créez des supports de communication prints (carte de visite, flyer, plaquette commerciale, etc) ou digitaux (bannières web, vidéos, etc) pour promouvoir votre entreprise auprès de vos clients et partenaires.

7 CRÉEZ VOTRE SITE INTERNET

Votre site internet est LA vitrine de votre entreprise sur le web. Il est donc de nos jours **INDISPENSABLE** de disposer d'un site internet clair et cohérent. Il doit être esthétique, ergonomique, optimisé pour le référencement naturel (SEO) et adapté aux besoins de vos clients.

8 OPTIMISEZ VOTRE RÉFÉRENCIEMENT NATUREL (SEO)***

Assurez-vous que votre site internet respecte les critères de référencement de Google et utilisez des techniques pour améliorer votre positionnement dans les résultats de recherche.

9 CRÉEZ DU CONTENU RÉGULIÈREMENT

La création de contenu (articles de blog, vidéos, infographies, etc.) peut vous aider à renforcer votre image d'expert dans votre domaine et à attirer de nouveaux prospects.

10 DÉVELOPPEZ VOTRE PRÉSENCE SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX

En fonction de votre stratégie de communication, créez vos différentes pages professionnelles Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn, TikTok, Youtube, Pinterest... et prévoyez vos futures stories et publications au sein d'un calendrier éditorial clair pour promouvoir votre entreprise et interagir avec votre public cible.

ET POUR ALLER PLUS LOIN...

METTEZ EN PLACE UNE STRATÉGIE DE NEWSLETTERS

L'email marketing/newsletter peut vous aider à maintenir une relation régulière avec vos clients et à les tenir informés de vos dernières actualités et offres.

DÉVELOPPEZ LE RÉFÉRENCIEMENT PAYANT (SEA)

Les campagnes de référencement payant peuvent vous aider à améliorer votre visibilité sur les moteurs de recherche et à générer du trafic vers votre site internet.

ÉTABLISSEZ UN TUNNEL DE VENTE SUR VOTRE SITE

Avant de créer votre **tunnel de vente******, il est important de définir les différentes étapes que vos prospects devront parcourir avant de devenir des clients.

Créez ensuite des contenus adaptés à chaque étape tels que des articles de blog, des vidéos, des témoignages clients, etc. Utilisez ensuite des call-to-action pour encourager vos prospects à passer à l'étape suivante du tunnel de vente, tels que des boutons d'inscription, des formulaires de contact, etc.

UTILISEZ LE MARKETING D'INFLUENCE

Le marketing d'influence consiste à collaborer avec des influenceurs pour promouvoir votre entreprise et vos produits ou services auprès de leur communauté.

Il n'est pas "obligatoire" de travailler avec des influenceurs à + de 100K d'abonnés, les micro-influenceurs (entre 1000 et 100K abonnés) ont tendance à avoir des taux d'engagement plus élevés et à être perçus comme plus authentiques et plus accessibles que les grands influenceurs. Ils peuvent donc être une option intéressante pour les marques qui cherchent à établir des relations plus étroites et plus personnelles avec leur public.

DÉVELOPPEZ VOS RELATIONS PRESSE

Les relations presse peuvent vous aider à générer de la couverture médiatique pour votre entreprise, en obtenant des articles dans les journaux ou des interviews à la radio ou même à la télévision.

METTEZ EN PLACE DES CAMPAGNES PUBLICITAIRES

Les campagnes publicitaires peuvent vous aider à toucher un public plus large et à promouvoir votre entreprise de manière ciblée.

ORGANISEZ DES ÉVÉNEMENTS

Conférences, salons, webinars, etc... Les événements peuvent vous aider à renforcer votre image de marque et à vous connecter directement avec votre public cible.

METTEZ EN PLACE UN PROGRAMME DE FIDÉLISATION

Un programme de fidélisation peut aider à encourager les clients à revenir et à recommander votre entreprise à d'autres personnes de leur entourage.

MESUREZ VOS RÉSULTATS

Utilisez des indicateurs de performance (KPIs) pour mesurer l'efficacité de votre stratégie de communication et ajuster votre plan si nécessaire.

LEXIQUE

***Charte graphique** : Une charte graphique est un ensemble de règles et de directives qui définissent l'apparence visuelle d'une entreprise, d'une organisation ou d'un produit. Elle comprend des éléments tels que la palette de couleurs, les polices de caractères, les logos et les images, ainsi que des règles pour leur utilisation cohérente et efficace. En bref, c'est un guide pour garantir une image de marque cohérente et reconnaissable.

****Canaux de communication** : Les canaux de communication en entreprise font référence aux différents moyens utilisés par une entreprise pour communiquer avec son public cible, tels que les réseaux sociaux, le site web, les newsletters, les emails, les publicités, les événements, etc. Ces canaux peuvent varier en fonction des objectifs de communication et du public visé. Il est important pour une entreprise de bien choisir les canaux de communication les plus appropriés pour atteindre efficacement ses objectifs de communication.

*****Référencement naturel SEO** : Le référencement naturel, également appelé SEO (Search Engine Optimization) est l'ensemble des techniques et stratégies utilisées pour améliorer la visibilité d'un site internet sur les moteurs de recherche (comme Google, Bing, Yahoo, etc.). Le but étant donc d'obtenir un meilleur positionnement dans les résultats pour des requêtes ciblées (mots clés). Le SEO comprend de nombreux aspects tels que l'optimisation technique, l'expérience utilisateur, la qualité des contenus, la qualité des liens etc. Il est important de noter que le SEO est un travail continu, car les critères de pertinence des moteurs de recherche évoluent constamment.

******Tunnel de vente** : Un tunnel de vente est un processus qui guide les visiteurs de votre site internet vers l'achat d'un produit ou d'un service. Il est souvent représenté sous forme d'un chemin ou d'un entonnoir, d'où son nom. Le but du tunnel de vente est de simplifier au maximum le parcours du client en le conduisant vers une action précise, comme l'achat d'un produit ou la souscription d'un service. Le tunnel de vente peut comporter plusieurs étapes, comme la capture de l'adresse e-mail du visiteur, la présentation d'un produit, la création d'un compte, la saisie des informations de paiement, etc.

Pour mettre en place un tunnel de vente efficace, il est important de présenter vos produits de manière claire et persuasive et de proposer des offres et des incitations à l'achat tout au long du processus.

Merci d'avoir pris le temps de parcourir cette check list qui j'espère vous aidera dans la planification et l'exécution du développement de votre communication !

Et n'hésitez pas si vous avez besoin de mes services en communication !

