

A stylized black outline of a laptop computer. The screen area contains text.

Les formations
virtuelles
de l'AFO

MARKETING DIGITAL 2021 : *Le virage vers le numérique !*

Avec : Hanane Abdelmadjid

SOMMAIRE



Immersion dans le marketing digital



Le marketing digital **Communautaire**



Le marketing digital **INCLUSIF**



Tendances **2021**



Ressources



**Les formations
virtuelles
de l'AFO**



Qu'est-ce que le **MARKETING DIGITAL ?**



MARKETING DIGITAL

slido

Selon vous, qu'est-ce que le marketing digital ?

 Start presenting to display the poll results on this slide.

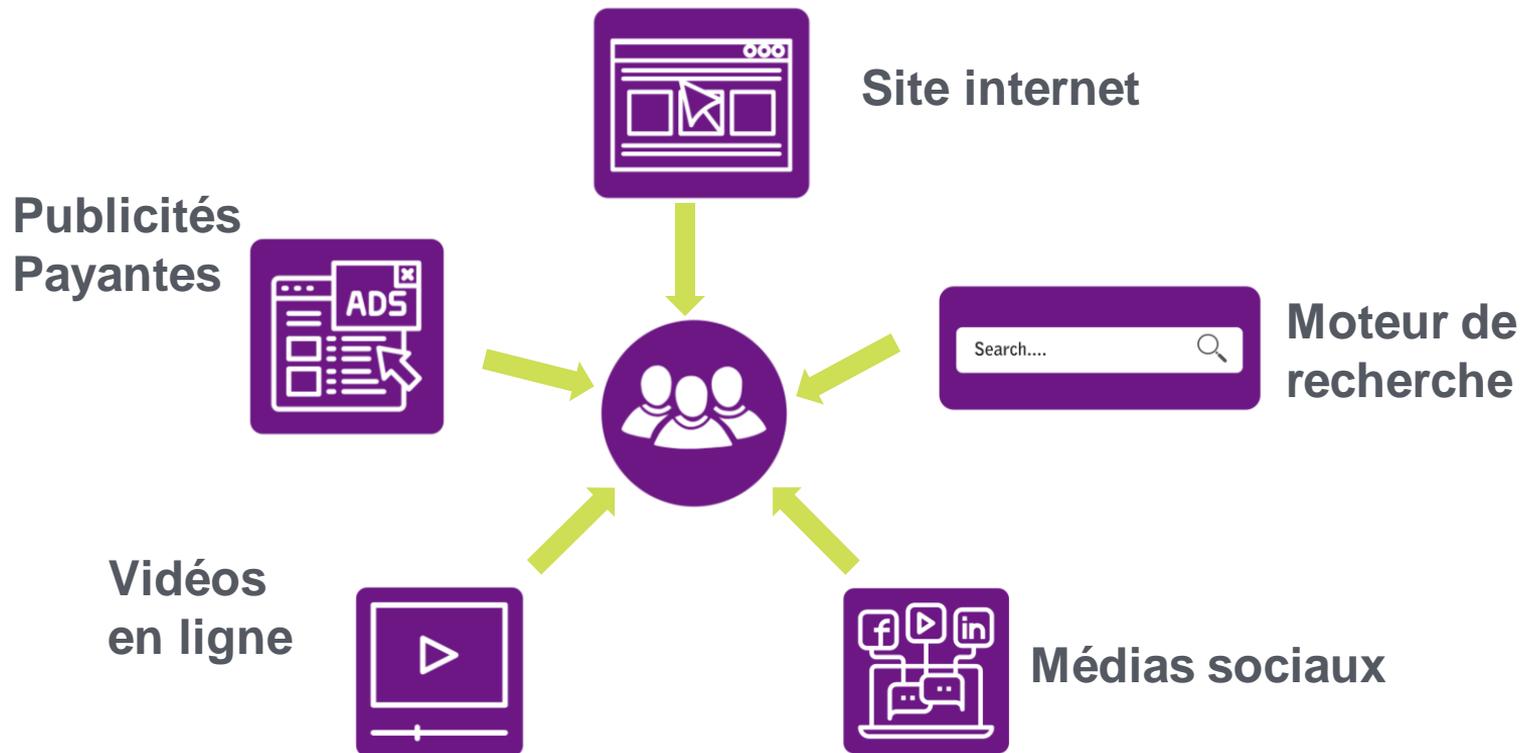
QUESACO ?



MARKETING DIGITAL

- Promotion **en ligne** de vos services/produits
- Utilisation de multiples outils et **canaux de diffusion**

CANAUX DE DIFFUSION



UN BON MARKETING DIGITAL C'EST ...

$$\int \left(\frac{x}{y} \right)$$

Trouver le **bon message** à partager avec la

bonne personne au **bon moment**

en utilisant le **bon canal !**

COMMENCER EST DÉJÀ UN SUCCÈS !

Débuter → Ras de marrés d'informations →



Débuter plusieurs projets → Dépassé.e et éparpillé.e →



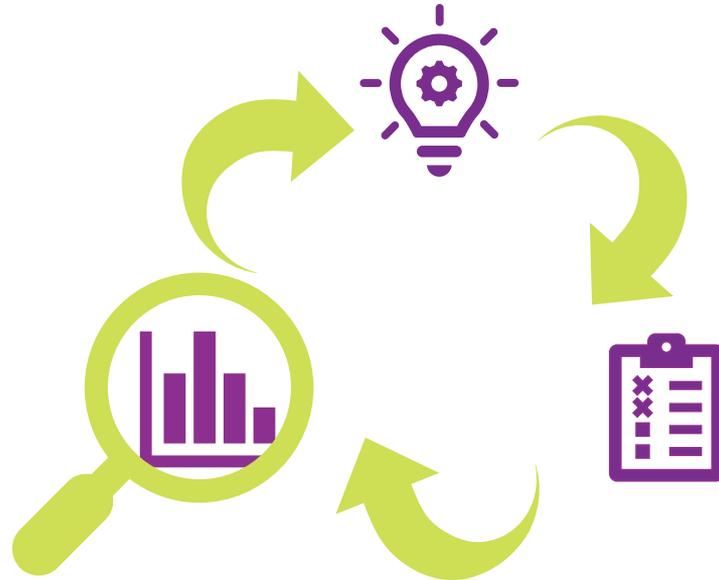
1 LANCEZ-VOUS !

2 LE PARFAIT N'EST PAS DE CE MONDE !

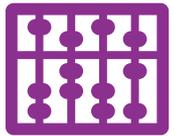
3 ÉCHOUER POUR MIEUX APPRENDRE !

FONDAMENTAUX

- Le marketing digital est une **SCIENCE.**



BÂTIR VOTRE STRATÉGIE



1

Identifiez ce que vous souhaitez/ avez besoin de promouvoir

- ✓ Service
- ✓ Produit
- ✓ Atelier/formation
- ✓ Activités

2

Identifiez votre cible/ à qui vous adressez votre message de persuasion

- ✓ Qui ?
- ✓ Ce dont ils ont besoin ?
- ✓ Votre plus-value?

3

Gardez l'œil sur votre voisin !

- ✓ Partenaires
- ✓ Communauté de bonne pratique

4

Choisissez votre cheval de bataille et vous lancer dans l'aventure !

- ✓ Commencez là ou vous vous sentez en adéquation avec vos ressources.

5

Investiguez !

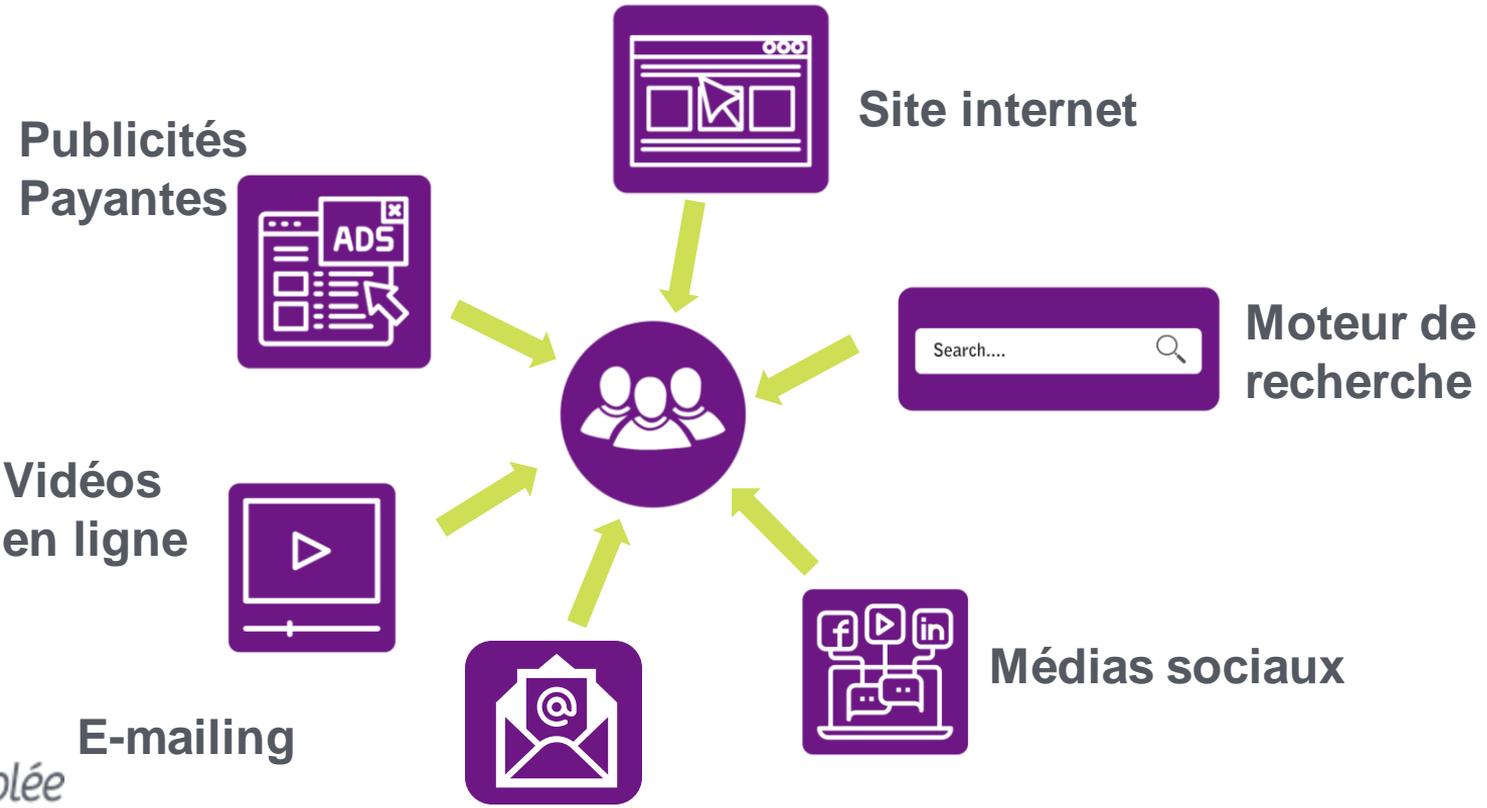
- ✓ Collectez les données
- ✓ Analysez-les
- ✓ Tirez des leçons
- ✓ Ajustez votre stratégie

- *Développer une stratégie c'est du **MARKETING** !*

PERSUASION

1. Quelles informations me permettront de bâtir des campagnes persuasives / incitatives ?
2. Comment puis-je obtenir ces informations ?
(Sondages/ jeux /kahoot)
3. Comment bien utiliser ces informations ?

CANAUX DE DIFFUSION



SITE INTERNET : RÉFÉRENCEMENT



SEO : Search Engine Optimization ou optimisation pour les moteurs de recherche. C'est une pratique qui consiste d'augmenter à la fois la **qualité** et la **quantité** de trafic du site Web, ainsi que l'exposition à votre organisme/entreprise (marque) , grâce à des résultats de moteurs de recherche **non payés** (également appelés «**organiques**»).

Variables de référencement naturel

- Articles publiés : *Le contenu est la matière première de votre marketing.*
- Sites web liés à votre page
- Programmation de votre site web
- Site web adaptatif (User-friendly)
- La qualité des pages qui réfèrent à votre site web

À faire :

- [Tester la qualité de votre référencement](#)
- Créer votre compte Google Business
- Faire paraître votre site sur plusieurs sites de référencement selon votre domaine d'activité.

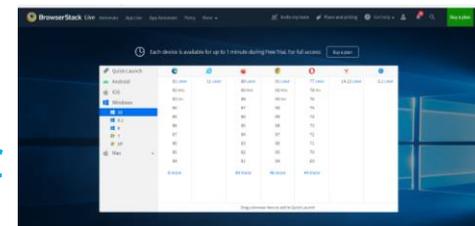
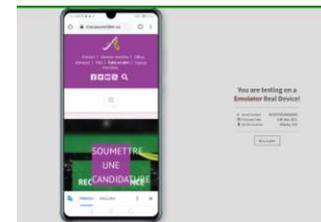
SITE INTERNET



Simple
Facile à naviguer (*intuitif*)
Optimalement fonctionnel

LES IMPÉRATIFS !

1. Est-il User-friendly ? ([Accessibe](#))
2. Adaptable avec tous les navigateurs (chrome, safari...) [Tester](#)
3. Reflète-t-il votre image de marque ?
4. Est-il mis à jour et à quelle fréquence ?
5. Envieux ou fier ?



([Accessibe](#))

slido

Quel réseau social génère le meilleur retour sur investissement pour votre organisme/entreprise ?

 Start presenting to display the poll results on this slide.

MÉDIAS SOCIAUX – Facebook



- **2,8 milliards** d'utilisateurs / mois
- **2/3** des utilisateurs visitent les pages entreprises au moins **une fois par semaine.**
- **200 millions** de compte Facebook business.

STRATÉGIE

- 1. Définissez votre public :** Quel est l'âge des abonnés que vous ciblez ? Où habitent-ils ? À quels défis sont-ils confrontés ? Quand et comment utilisent-ils Facebook ? (**Facebook Audience Insights.**)
- 2. Définissez des objectifs :** (Générer des leads ,Booster les conversions sur votre site Web...)
- 3. Programmez vos types de contenu : règle des 80/20,** une méthode de base hautement efficace : 80 % de vos publications servent à informer, sensibiliser et divertir, et les 20 % restants, à promouvoir votre marque.
- 4. Optimisez votre page pour susciter l'engagement :** couverture de votre page Facebook, promotion croisée (Signature courriel, site web, vos article...)
- 5. Ne négligez pas les autres outils Facebook :** (Facebook Business Manager , chatbot de Facebook (alias bot Facebook Messenger)



INDICATEURS

- [Facebook insights](#)

MÉDIAS SOCIAUX – INSTAGRAM



- **1 milliards** d'utilisateurs dans le monde.
- **71 %** des utilisateurs ont moins de **35 ans**.

STRATÉGIE

- 1. Créez un compte Instagram Business**
- 2. Définissez votre public :** Quel est l'âge des abonnés que vous ciblez ? tranche d'âge se trouve votre audience, où elle vit, quels sont ses centres d'intérêt ([Instagram Insights](#))
- 3. Définissez des objectifs :** (Faire connaître votre organisme, Attirer de nouveaux prospects, Fidéliser vos clients...)
- 4. Soignez votre profi :** Votre nom (il ne doit pas dépasser 30 caractères). Votre pseudo (30 caractères maximum également), L'URL de votre site web, Votre activité professionnelle, Vos coordonnées.
- 5. Gardez une cohérence :** visuelle et éditoriale
- 6. Utiliser la publicité :** La communauté Instagram est aussi très engagée, **jusqu'à 60 fois plus que sur Facebook.**



INDICATEURS

Les impressions: il s'agit de la fréquence à laquelle les utilisateurs ont vu votre post.

La portée: cet indicateur montre combien de personnes vous avez effectivement touchées avec votre post.

L'engagement: ce KPI indique les interactions que les utilisateurs ont eues avec vos posts (likes, commentaires...).

MÉDIAS SOCIAUX – TWITTER



- **145 millions** d'utilisateurs actifs par jour.
- **5e** réseau social le plus populaire, avec plus de **500 millions** de tweets sont envoyés tous les jours.

STRATÉGIE

1. **Créez un compte**
2. **Organisez vos flux à l'aide de listes** : comptes de vos partenaires, de leaders d'opinion influents dans votre secteur ou de membres de votre équipe.
3. **Soyez authentique et bref** : 10 secondes par moyenne à lire un Tweet
4. **Lancez un sondage Twitter** : exprimer des opinions sur des sujets d'actualité.
5. **Misez sur le visuel (pour plus d'engagement)** : Gif, vidéo ...
6. **Hashtags, vos BBF** : Créez votre incontournable, soyez attentif.ve.s **social listening**
7. **Adoptez les UTM pour mesurer votre réussite ! [\(Guide\)](#)**



INDICATEURS

- **Engagement** : clics, des Retweets, des réponses..
- **Croissance** : nombre d'abonnés.
- **Promotion croisée** (clique vers site web)

STRATÉGIE PERFORMANTE SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX



ALTERNATIVE



GESTIONNAIRE DE MÉDIAS SOCIAUX /COMMUNITY MANAGEMENT

- La création de contenu
- La gestion et l'animation de communauté
- Les jeux-concours
- Les publications vidéo

Couts

- \$900 par mois
- \$2500 par mois



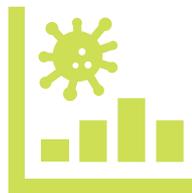
Le marketing digital **Communautaire ?**

LES CHIFFRES CHOCS !



- Déjà en avril 2020, **87 %** des professionnels du marketing en **Amérique du Nord** prévoient une hausse de l'utilisation des services en ligne durant l'épidémie.
- Sur **500 professionnels*** du marketing en Amérique du Nord*, **47 %** d'entre eux affirment avoir reporté ou révisé leurs stratégies en marketing digital (transformation digitale ou restructuration des services digitaux, diversification des services hybrides...)

RÉAGIR FACE À UN FUTUR ...CHANGEANT.



1. Tirer parti des médias sociaux pour réduire les perturbations de vos activités

- Infrastructures d'information vitales
- Avantages personnels

RÉAGIR FACE À UN FUTUR ...CHANGEANT.



2. Tirer parti des médias sociaux pour préserver les liens humains

- Œuvrer pour le bien : [Ambassadeur.drice.s](https://www.ambassadeur.drice.s)
- Aider les autres à se sentir bien.

PROGRAMME D'EMPLOYEE ADVOCACY

Les entreprises ont tendance à faire appel à des services extérieurs, alors que leurs meilleur.e.s ambassadeur.drice.s sont pourtant leurs propres employé.e.s.

Guide d'ambassadeur.drice.s

CONCEVOIR

- * Planifiez votre projet et obtenez l'appui de vos employés
- * Définissez les objectifs du programme
- * Planifiez le déploiement du programme au sein de votre entreprise

DÉPLOYER

- * Identifiez vos ambassadeurs
- * Motivez vos ambassadeurs
- * Élaborez une stratégie de formation

AFFINER

- * Peaufinez votre stratégie
- * Continuez à motiver vos ambassadeurs
- * Évaluez les résultats

RÉAGIR FACE À UN FUTUR ...CHANGEANT.



3. Tirer des leçons du présent pour préparer l'AVENIR

- Adapter/créer votre stratégie marketing digital
- Opter pour le marketing conversationnel

Parlons bien, parlons **MARKETING CONVERSATIONNEL**

MARKETING CONVERSATIONNEL : Consiste à interagir avec votre clientèle à travers des conversations (Chatbots, fonctionnalités de messagerie sur les réseaux sociaux, appels, etc.)

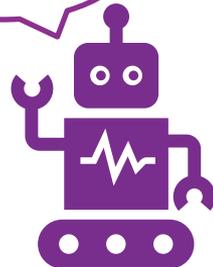
LE BUT : Nouer des relations à travers des contenus personnalisés et individualisés.

LE COUT : entre 50 \$ et 500\$ par an.

CONSEILS :

- ✓ Enrichissez votre base de questions
- ✓ Humanisez vos messages
- ✓ Un peu d'humour ne peut faire du mal à personne !

Bonjour, je
suis Hanane !





Le marketing digital **INCLUSIF ?**

INCLUSION...ET LA REPRÉSENTATIVITÉ !

Selon une étude Microsoft*, **63 %** des personnes interrogées estiment qu'une marque qui reflète la diversité de la communauté dans ses communications est **plus digne de confiance.**

INCLUSION DANS VOTRE STRATÉGIE MARKETING

1. Intégrer et mettre en valeur la diversité humaine dans vos campagnes marketing

ÂGE

SEXE

CATÉGORIE
SOCIALE

ETHNICITÉ

ORIENTATION
SEXUELLE

MOBILISER LE LEXIQUE DE L'INCLUSION

- 1. La connexion entre les personnes** : avec les termes « diversité », « unité », « ensemble », « positif », « communauté », « cohésion », « acceptation », « partage »...
- 2. L'ouverture d'esprit** : à laquelle font écho des termes comme « incluant », « libre », « sans limites », « sécurisant »...
- 3. L'équilibre:** avec des mots comme « accepté », « solidaire », « égalité », « accueillant », « authentique », « unique »...

INCLUSION DANS LES COMMUNICATIONS

- Inclusivement vôtres!
 - ✓ Procédés de rédaction neutre
 - ✓ Lisibilité des textes
 - ✓ Procédés de féminisation syntaxique
- Comment aborder la diversité sexuelle et de genre dans les médias ?

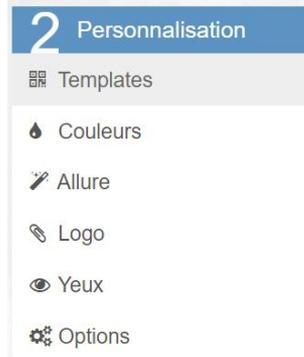


Tendances 2021

TENDANCES 2021



- Marketing d'influence : [Plan ambassadeurs employé.e.s](#)
- Marketing conversationnel chatboot ([CHATBOT](#))
- Code QR : [Unitag](#) - Canva
- [Assisible](#)





Ressources pour **VOUS** !

MÉDIAS SOCIAUX : Tranches d'âge et comportements

Lien : [article et guide](#)



MILLENNIALS

Millennials (1980 - 1999)

Âge : 24 à 38 ans
Population française : 11 millions soit 18%
Évènement(s) : Entrée du nouveau millénaire, création d'Internet et des smartphones (natifs du numérique)

Caractéristiques principales : 1/3 des actifs, avides de libertés, impatients, 63% d'entre eux se connectent tous les jours sur les réseaux sociaux. Inquiet pour la protection de leurs données et ont une morale éthique, ils sont exigeants.

Habitudes de consommation : Critiquent et recommandent les produits, aiment les offres personnalisées. Dépensent beaucoup en ligne et via mobile. Sont friands des programmes de fidélité, des offres les moins chères et consomment éthique.

Comment les atteindre : Réseaux sociaux, blogs, forums, influenceurs, webmagazines

La génération Y sur les réseaux sociaux



TECHSOUP : Promotion gratuite et réduction

- 10,000 \$ / Mois Google Ads (publicitaire de Google)
- Lien : [Google Ad Grants](#)

Créer une page Facebook Business

Lien : [article et guide](#)



Questions et discussions

Merci de votre participation !



[hanane-abdelmadjid](#)



[@Hanane Abdelma](#)



hanane.Abdelmadjid.on@gmail.com