

Réussir sa communication digitale

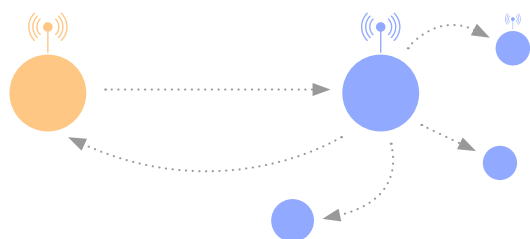
Les 5 bonnes questions
à se poser

#1. La communication digitale, c'est quoi?

C'est une nouvelle manière de communiquer, basée sur le partage d'informations et les échanges, grâce aux canaux de communication liés à Internet.

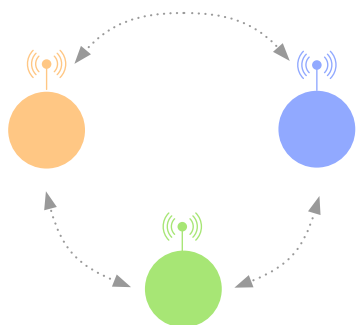


Comme dans toute communication, il y a un émetteur - vous - et un récepteur - les internautes.



La particularité avec la communication digitale, c'est que le récepteur est lui-même un émetteur sur Internet, et peut donc facilement transmettre le message à de nouveaux récepteurs. Qui eux-mêmes pourront transmettre le message à leur tour.

C'est l'effet réseau.



Dans le cas de votre association de commerçants, ce réseau est triple: il y a

- vous
- les clients potentiels de votre quartier
- les commerçants de votre quartier

Chacun a un rôle à jouer pour communiquer à propos de votre quartier commerçant, ses activités, ses événements et ses initiatives.

#1. La communication digitale, c'est quoi?

3 étapes et une règle d'or



1 règle d'or: plus on interagit avec sa communauté, mieux c'est.

Pour aller plus loin

4 Vous pouvez mesurer la portée et l'efficacité de votre communication, et adapter votre communication digitale en fonction.



Outils
Google Analytics
Hotjar
Outils de rapports de Facebook,...

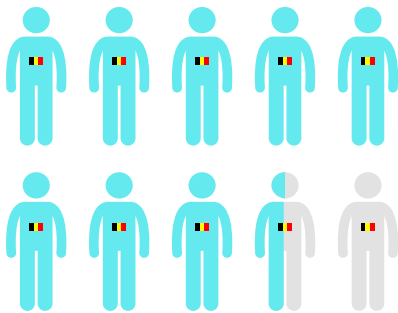


But
Adapter le contenu de vos messages selon les intérêts de votre communauté
Adapter la forme de vos messages selon ce qui est le plus partagé
Adapter vos horaires de publication aux moments où votre communauté est réactive,...

#2. La communication digitale, ça sert à quoi?

Rechercher des informations, consulter des avis, communiquer en temps réel, trouver son chemin,...

Plus de 8 belges sur 10 communiquent via Internet quotidiennement.



Top 3 de leurs activités en ligne:

Rechercher des informations

Tous utilisent les moteurs de recherche pour trouver des informations notamment sur les commerces, les restaurants et les activités autour d'eux.

Evaluer un produit, un commerce ou une activité

La plupart l'utilisent pour consulter les avis des internautes concernant un produit, un service, un magasin ou une activité.

Localiser un lieu physique

La plupart l'utilisent pour trouver l'adresse d'un lieu comme un restaurant, un magasin ou une activité, et calculer leur itinéraire.

Grâce à une bonne communication digitale, votre quartier commerçant peut faire parler de lui, et vos clients peuvent trouver facilement les informations qui les intéressent.

Vous pouvez aussi faire découvrir votre quartier à de nouveaux clients facilement et à petit budget.

#2. La communication digitale, ça sert à quoi?

Se faire connaître, attirer l'attention de nouveaux clients, entretenir une relation avec ses clients existants, et interagir avec sa communauté.

Concrètement, grâce à la communication digitale...

Vos clients peuvent

- ✓ **trouver facilement** l'adresse et les heures d'ouvertures d'un commerce.
- ✓ **rentrer directement en contact** avec votre association ou même les commerçants de votre quartier pour poser leurs questions.
- ✓ **partager facilement leur avis** sur votre quartier, ses bonnes adresses, sa convivialité,... et faire parler de votre quartier commerçant.

Vous pouvez

- ✓ **promouvoir les commerces** de votre quartier, et annoncer quand de nouveaux commerçants s'installent.
- ✓ **faire parler des événements** qui se passent dans votre quartier, et même prévoir combien de gens viendront.
- ✓ **relayer des informations pratiques** qui peuvent intéresser vos clients, comme les nouveautés à propos du parking dans votre quartier, ou les modifications de circulation lors d'une brocante,...

Les commerçants peuvent

- ✓ **communiquer** leurs dates et heures de fermeture, leurs dates de vacances annuelles,...
- ✓ **partager facilement** leurs actions promotionnelles, leurs initiatives saisonnières,...
- ✓ **rentrer directement en contact** avec leurs clients ou leurs futurs clients.

Pour aller plus loin

Encouragez les commerces de votre quartier à créer leur fiche sur Google My Business, pour qu'ils soient géolocalisés dans Google Map, et qu'ils apparaissent dans les résultats de recherche locaux, et que leurs heures d'ouverture soient facilement consultables.



Outils
Google My Business



But
Bien référencer les commerces de votre quartier sur Google Map

#3. Quels outils choisir?

Apparue avec le développement d'Internet, la communication digitale évolue au rythme des innovations numériques, c'est-à-dire extrêmement vite. Il existe aujourd'hui de nombreux outils très pratiques pour communiquer avec vos clients.

4 grands familles d'outils de communication digitale



Les réseaux sociaux

Les réseaux sociaux comme Facebook ou Instagram vous permettent de faire parler des événements de votre quartier comme les dates des soldes, les marchés de Noël,...

Les sites internet

Un site internet sert de vitrine pour votre quartier, avec la liste des commerces, les heures d'ouverture, les itinéraires pour y arriver,...

Les applications mobiles

Les applications mobiles comme WhatsApp ou Messenger vous permettent d'interagir en temps réel avec vos clients et de répondre à leurs questions

L'emailing et les newsletters

L'emailing et les newsletters sont aussi des moyens faciles de faire découvrir les activités de votre quartier, de manière régulière.

Pour aller plus loin

Créez des événements Facebook pour les activités de votre quartier.

Vous pouvez mesurer combien de gens sont intéressés ou y participeront.

Ajoutez un blog à votre site internet.

Vous pouvez y parler régulièrement des initiatives qui font vivre le quartier.

Créez un groupe WhatsApp pour communiquer avec les commerçants de votre quartier.

Vous pouvez y transmettre des informations et vérifier que votre message a bien été lu.

Proposez aux commerçants de votre quartier de partager leur contenu dans les newsletters.

Cela leur permettra de promouvoir leurs actions promotionnelles.

#3. Quels outils choisir?

Grâce aux outils digitaux, vous pouvez facilement transmettre votre message, qu'il soit sous la forme d'un texte, d'une image, ou, encore mieux, d'une vidéo.

Quels critères pour choisir?

votre objectif

Est-ce vous faire connaître auprès d'une grande audience ? Communiquer un événement ? Annoncer un changement dans votre quartier ?

la nature de votre message

Que voulez-vous partager? La liste des magasins de votre quartier, les date des soldes, la vidéo d'un événement, l'organisation d'une fête de quartier, l'arrivée d'un nouveau commerce ?

le temps

Avez-vous des plages horaires hebdomadaires régulières à dégager pour votre communication digitale ? Pouvez-vous déléguer à l'un de vos collaborateurs ?

votre budget

Avez-vous de l'argent à dépenser dans votre communication digitale ? Des dizaines ou des centaines d'euros ?

vos compétences digitales

Avec quelle facilité utilisez-vous les outils numériques? Savez-vous faire la différence entre un profil et une page sur Facebook ? Savez-vous comment poster un commentaire sur un blog ? Avez-vous envie d'apprendre, ou préférez-vous déléguer ?



Un site Internet et une page Facebook est bien souvent la combinaison gagnante pour une association de commerçants.

#4. Comment animer sa communauté ?

Pour animer et faire grandir sa communauté, il faut la nourrir en contenu intéressant, et l'inciter à partager et interagir.

Les 5 astuces à retenir

#1 Ne laissez pas de question sans réponse

Si un client demande à quelle heure une braderie commence, ou si un commerce de votre quartier est définitivement fermé, **prenez le temps de lui répondre.**

Le plus vite est le mieux : les réseaux sociaux tiennent compte de votre vitesse de réponse pour le calcul de votre réputation.

#2 Racontez des histoires

Si vous communiquez à propos d'un événement ou de l'ouverture d'un nouveau commerce, parlez-en **avant**, postez des photos et des vidéos **pendant**, et partagez des commentaires **après.**

Proposez à votre communauté de publier ses commentaires sur ce nouveau commerce, un très bon moyen de promouvoir votre quartier.

#3 Ajoutez autre chose que du texte à vos messages

Accompagnez votre information d'une **image**, de préférence colorée.
Vous n'avez pas d'image ? Mettez un fond de couleur à votre publication, ou ajoutez des émoticônes. Cela attire le regard !

#4 Postez régulièrement

Pour qu'une communauté vive, il faut la nourrir régulièrement. Tenez-vous à un minimum de **1 publication par semaine.**
Postez parfois des vidéos, parfois des images, parfois du texte, ou partagez simplement des informations qui pourraient intéresser votre communauté.

#5 Impliquez les commerçants de votre quartier

Invitez les commerçants de votre quartier à **partager leurs informations** sur le réseau social de votre association.
Dans vos publications sur Facebook, taguez-les avec le @ et leur nom d'utilisateur pour les identifier, afin d'augmenter leur visibilité.

Vous n'avez pas le temps chaque semaine ?

- ✓ Utilisez l'outil de planification de posts que proposent les réseaux sociaux pour programmer vos publications sur plusieurs semaines.
- ✓ Certains outils comme Buffer ou Hootsuite permettent même de planifier ses publications sur tous les réseaux sociaux dans un seul compte.

#5. Comment alimenter son site web ?

Un site web vous permet de communiquer à propos de votre quartier commerçant, surtout s'il rassemble des informations utiles, justes et actuelles.

Des informations utiles pour votre communauté

Les internautes utilisent principalement les sites Internet pour trouver des informations qui lui sont utiles. Publiez donc sur votre site des informations qui répondent aux questions que pourrait se poser votre communauté, comme

- ✓ les heures d'ouverture des commerces
- ✓ leur adresse
- ✓ les dates des soldes
- ✓ les possibilités de parking

Assurez-vous que ces informations soient facilement accessibles et compréhensibles.



Un internaute quitte un site web après 3 secondes s'il n'a pas trouvé l'information qu'il cherche !

Des informations justes mises à jour quand il faut

Les internautes utilisent les sites Internet pour trouver des informations utiles qui sont justes. Il faut donc que ce qu'ils trouvent soit clair, et surtout à jour!

Imaginez combien c'est frustrant pour quelqu'un de se retrouver devant un magasin fermé pour cause de vacances... alors qu'il a vu sur votre site que le magasin était ouvert.

Assurez-vous donc régulièrement de la justesse des informations qui sont communiquées sur le site, et corrigez si besoin.



Un internaute sur deux qui tombe sur une information fausse et qui est mécontent a tendance à partager sa mauvaise expérience sur les réseaux sociaux.

Des informations actuelles renouvelées régulièrement

Les internautes utilisent aussi les sites Internet pour assouvir leur curiosité ! Publiez des informations sur les actualités de votre quartier, comme

- ✓ les activités de la semaine
- ✓ les initiatives locales
- ✓ des portraits des commerçants
- ✓ les actualités de la commune

Pour cela, rien de tel qu'un blog où vous publiez un article par semaine. Cela donnera envie à vos clients de revenir sur le site.



Un site qui n'est pas alimenté régulièrement en nouveau contenu est moins bien référencé par les moteurs de recherche que les autres.

Une question?

www.tutos.brussels

UNE QUESTION? N'HÉSITEZ PAS À ENVOYER UN E-MAIL À INFO@TUTOS.BRUSSELS