



REVAB

Reuse and Valorisation of Agricultural Building
through training based on real experiences

MODULE 4

Planifier un projet de réutilisation et de valorisation des bâtiments:
Comment promouvoir un projet de réutilisation / valorisation



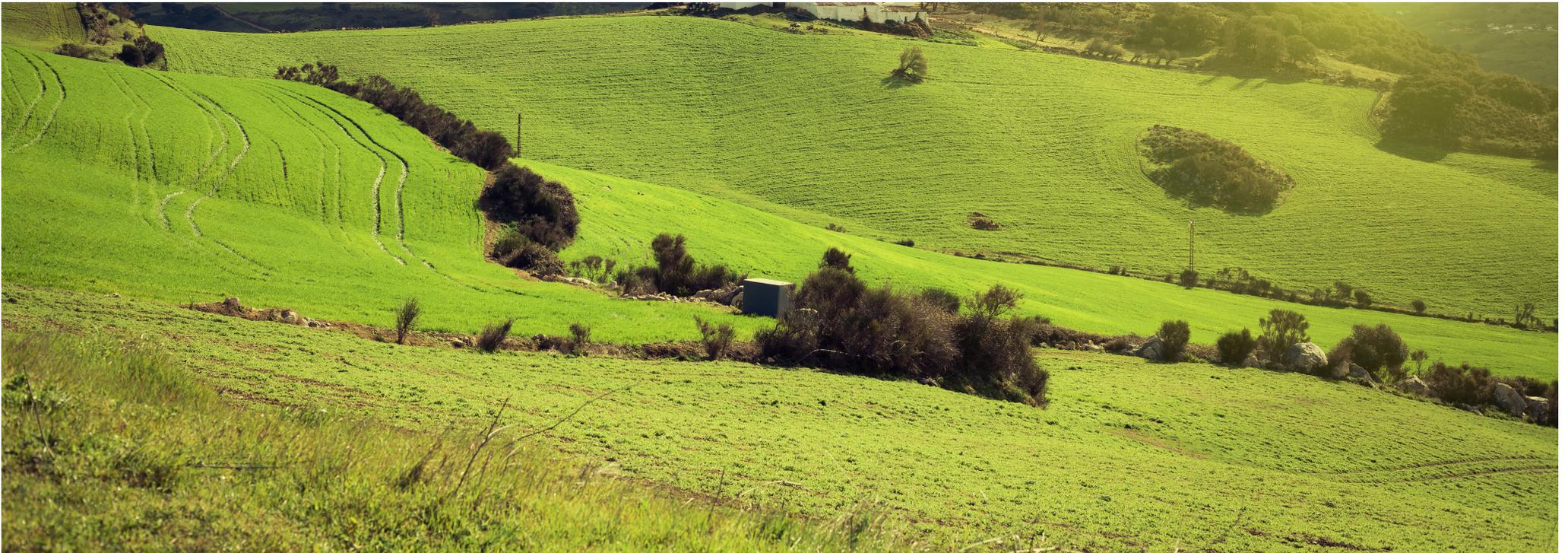
Soutenu par le programme
Erasmus+ de l'Union
Européenne

Ce projet a été financé avec le soutien de la Commission européenne. Ce document n'engage que son auteur et la Commission n'est pas responsable de l'usage qui pourrait être fait des informations qui y sont contenues.
Numéro du projet: 2015-1-BE01-KA202-013183

OBJECTIFS

Grâce à ce module, les étudiants devraient acquérir des connaissances de base sur la meilleure façon de communiquer et de promouvoir le projet. La communication est un facteur clé du succès de l'entreprise, en particulier dans les zones rurales.

Ce module vise à donner des outils et des principes de base pour planifier et mettre en œuvre une stratégie de communication bien ciblée.



INDEX

1. Introduction
2. Objectif
3. Ciblage
4. Choix de canaux
5. Intégration
6. Evaluation



1. Introduction



Le principe de ce module est de présenter les étapes de base pour promouvoir votre projet. Vous pouvez toujours faire plus et mieux, indépendamment de la taille de votre entreprise. Mais pour commencer, vous devrez prévoir les trois choses suivantes :

Établir votre marque

Planifier votre communication

Développer et évaluer son efficacité

En établissant votre plan d'affaires dans les modules précédents, vous avez déjà abordé un certain nombre de points. Il est maintenant temps de les examiner et de vous assurer d'avoir une stratégie de marketing solide et les outils appropriés pour la porter.



1. Introduction



COMMENT RACONTER VOTRE HISTOIRE

Depuis le début de votre projet, la promotion doit être au premier plan de votre affaire. Vous pouvez avoir le meilleur projet, service ou produit, si cela n'atteint pas son public, c'est inutile!

En passant par les modèles existants, n'oubliez pas de prendre des notes lorsque diverses idées surgiront dans votre tête. Prenez votre temps pour apprendre comment les projets décrits dans les études de cas ont organisé leur promotion et comment ils le font maintenant.

C'est la meilleure façon d'apprendre à partir des meilleures expériences mais aussi d'éviter les erreurs!



2. Objectifs



PLAN DE MARKETING D'ENTREPRISE

L'image de marque, le marketing et la communication doivent faire partie du plan d'affaires dès le début. Par conséquent, lors de l'écriture assurez-vous d'y intégrer un plan de marketing d'entreprise.

Vous avez déjà identifié votre public cible lors de l'élaboration de votre plan d'affaires. Ce groupe est l'objectif premier de votre stratégie de communication.

Vous devez également définir les buts en fonction des objectifs du plan d'affaires. Idéalement, vous devez sélectionner un certain nombre de mesures pertinentes appelées Indicateurs de qualité de service (ang. KPI).

Par exemple:

- Le nombre de visiteurs sur votre site web,
- Le nombre d'abonnés dont vous avez besoin sur les réseaux sociaux, etc.

Ces mesures vous permettront de suivre vos objectifs et de vous y ajuster en conséquence.



2. Objectifs



STRATÉGIE DE MARKETING



POURQUOI VOUS ?

Comment se
différencier de la
concurrence ?



Qui est la cible ?



Budget

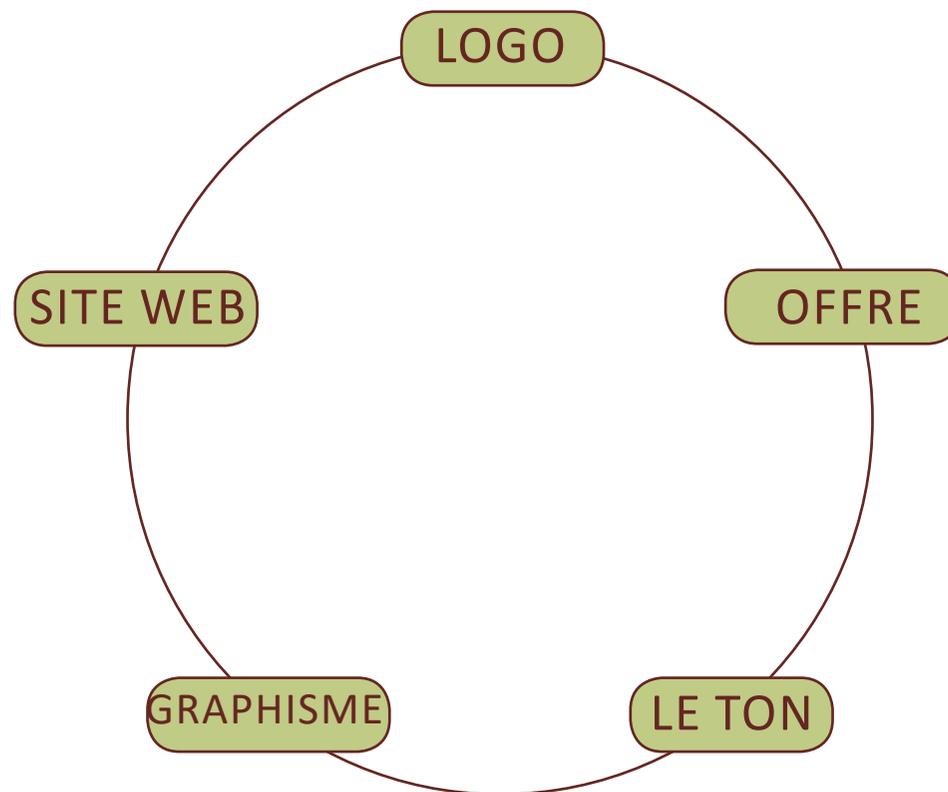




3. Ciblage



IDENTITÉ VISUELLE

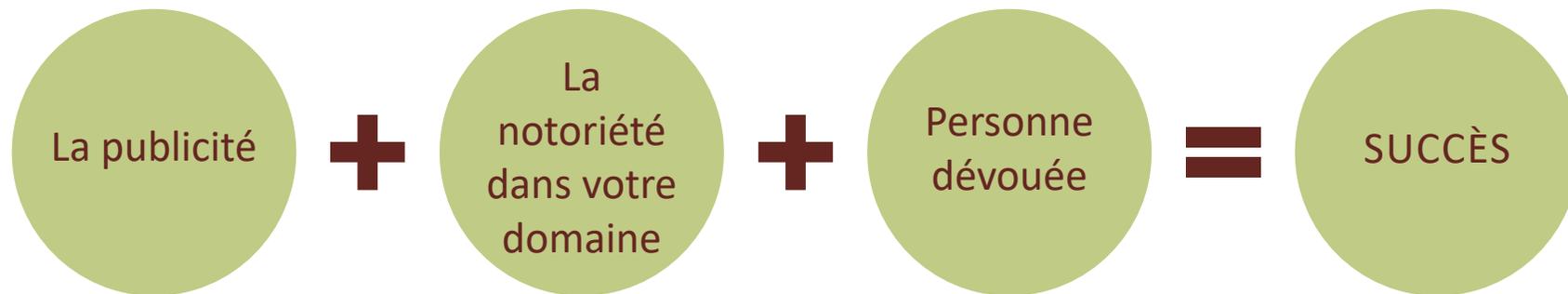




3. Ciblage



LES PLANS DE MARKETING





3. Ciblage



RÉSUMÉ

1. Mettez à jour ou créez un plan de marketing pour votre entreprise.
2. Reconsidérez ou commencez votre étude de marché.
3. Menez un groupe de discussion.
4. Développez une proposition de vente unique (ang. USP).
5. Affinez votre public cible et votre niche.
6. Développez vos offres de produits et services.
7. Planifiez votre budget.



4. Choix de différents canaux





4. Choix de différents canaux



SITE WEB

- Il y a maintenant beaucoup de nouveaux outils gratuits pour créer et gérer un site web tel que WordPress;
- Protégez le nom de votre site Web;
- Soyez prudent avec l'optimisation du moteur de recherche - votre projet doit apparaître en haut des résultats de recherche;
- Il est important que le site Web soit convivial pour vous et pour les utilisateurs;
- N'oubliez pas d'inclure des liens vers vos profils de médias sociaux;
- N'oubliez pas de mettre vos coordonnées;
- L'information devrait être présentée par ordre d'importance;
- Soyez prudent avec l'adaptation à l'ordinateur, aux smartphones ou aux tablettes;
- Les titres doivent être courts, accrocheurs et clairs;
- Vous pouvez ajouter une carte, le matériel visuel est très important et utile;
- Assurez-vous d'avoir les droits d'auteur pour toutes les images que vous utilisez;
- Faites des vidéos → c'est amusant et c'est un bon moyen de démontrer et d'expliquer un projet.



4. Choix de différents canaux



SITE WEB

- Jetez un œil sur des tutoriels gratuits sur YouTube pour en savoir plus sur la façon d'optimiser votre communication en ligne, etc.
- Choisissez des métriques pertinentes pour vos KPI (comme le nombre de visiteurs, le nombre de pages, l'heure sur le site), installez un outil gratuit pour mesurer les performances de votre site comme Google Analytics.
- Cas particulier ,404 ERROR' (lorsque la page ne fonctionne pas) - mettre par exemple le numéro de téléphone d'une personne à contacter.

Faites un test sur votre famille et vos amis avant d'activer le lien !

N'oubliez pas :

Vous devez mettre à jour le site régulièrement!
N'ayez pas peur de demander à un professionnel de vous aider



4. Choix de différents canaux



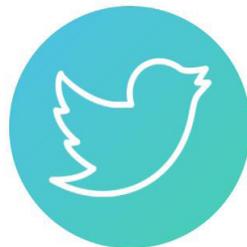
MÉDIAS SOCIAUX

Aujourd'hui, le marketing des médias sociaux est un aspect crucial du marketing et permet d'atteindre un large public avec un coût minime par rapport à la publicité traditionnelle.

Faites attention d'éviter la routine dans vos stratégies de médias sociaux, tout en conservant un message et une marque cohérents.

Essayez d'avoir un retour de vos consommateurs et faites attention à leur comportement en ligne. Ciblez vos actions en fonction de leurs intérêts.

Utilisez les médias sociaux veut dire communiquer constamment. Mais il faut s'assurer de ne pas être ennuyeux.





4. Choix de différents canaux



SOCIAL MEDIA

Les informations Facebook et Twitter changent rapidement donc vous devez les mettre à jour régulièrement !

D'autres plateformes comme LinkedIn et Instagram ne changent pas aussi rapidement donc vous n'avez pas besoin de faire des mises à jour. Quelle que soit la plateforme(s) que vous utilisez, la cohérence est la clé. Ceci est très important également si vous voulez écrire un blog. Il n'y a rien de pire qu'un blog qui n'a pas été mis à jour depuis 6 mois.

La qualité est également très importante. Pensez au contenu que vous partagez et assurez-vous qu'il est pertinent pour votre cible.

Vous pouvez également "aimer", "partager" et "retweeter" d'autres comptes, selon la plateforme. Cela signifie que vous n'avez pas forcément besoin de créer votre propre contenu tout le temps, mais comme ça vous restez toujours actif sur les réseaux sociaux.

Vous devez les mettre à jour régulièrement!
N'ayez pas peur de demander à un professionnel de vous aider!
N'oubliez pas de définir des KPI pour chaque circuit



4. Choix de différents canaux



OUTILS DE MARKETING EN LIGNE SUPPLÉMENTAIRES

Marketing en ligne:

- Construire votre liste;
- Votre campagne de publipostage direct sur une base régulière, en utilisant des programmes comme mailchimp ou campaign monitor;
- Un moyen de promouvoir des offres spéciales ou des coupons;
- C'est aussi un moyen de prendre soin des clients actuels.

Référencement social

Marketing avec un contenu susceptible d'être partagé parce que c'est intéressant, par ex. Reddit, Stumbleupon.





4. Choix de différents canaux



BÂTIR LE RELATIONNEL

- Par des contacts personnels
- Participez à des conférences
- Présentez-vous à d'autres propriétaires d'entreprises locales et aux autorités locales
- Rejoignez la chambre de commerce locale ou d'autres organisations



En règle générale, il est toujours préférable de s'engager dans des actions durables, à la fois financièrement et au point de vue des ressources. Rejoignez un nombre limité de canaux gérés efficacement plutôt que de vous disperser partout. Lorsque vous démarrez sur un nouveau canal, assurez-vous de faire un suivi régulier et constant.



5. Intégration

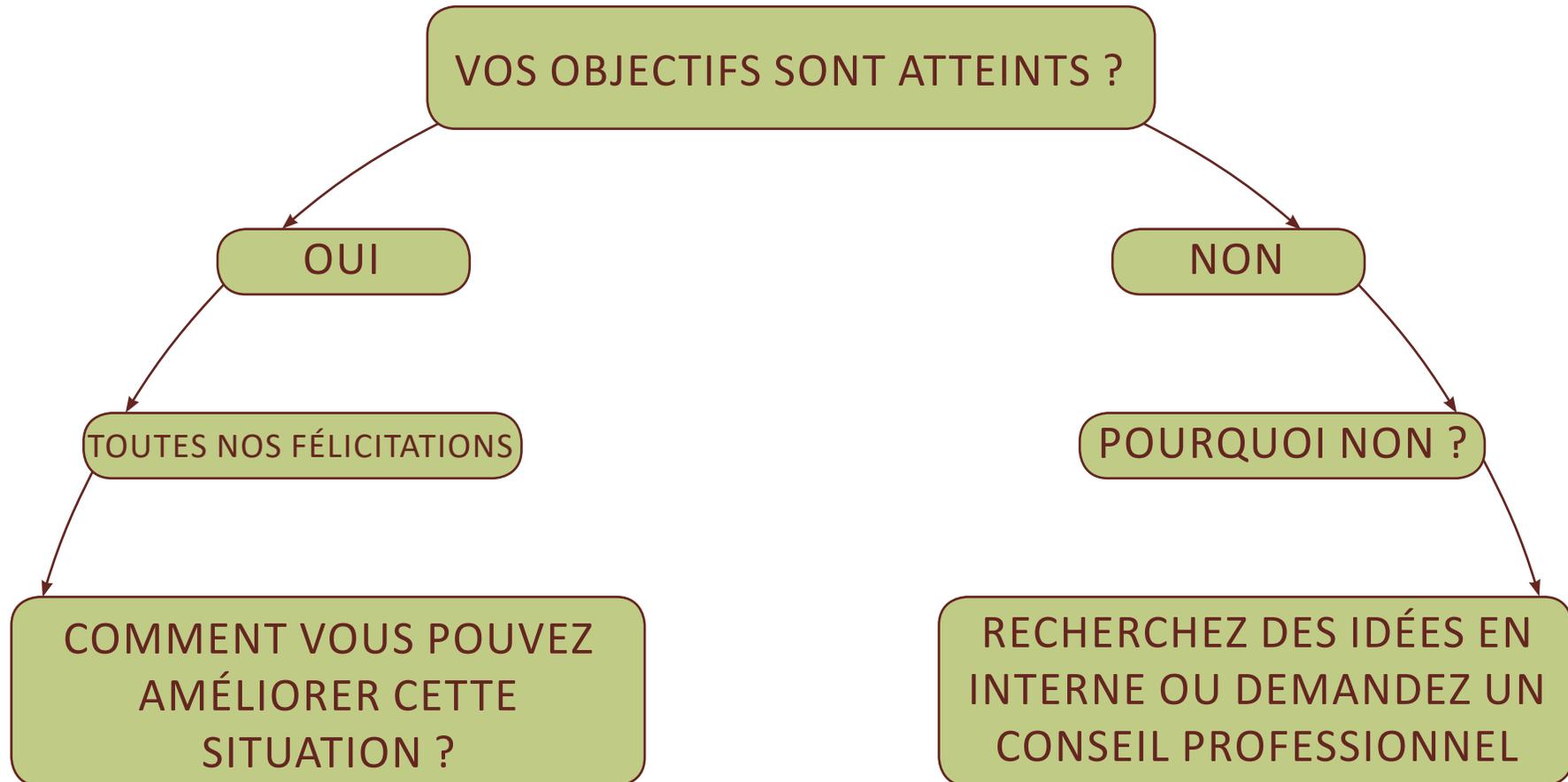


- Vérifiez à nouveau si toutes les cibles du plan d'affaires sont dans votre stratégie de marketing.
- Identifiez les personnes qui seront en mesure de diffuser vos messages – des leader d'opinion, ou vos amis et votre famille en tant que «ambassadeurs de la marque»
- Adressez les opinions négatives sur votre projet, produits: cela peut aussi vous arriver, alors votre message doit être prêt
- La meilleure publicité pour votre projet c'est la « bonne parole » diffusée par d'autres. Traitez vos clients / consommateurs avec respect afin qu'ils parlent de votre projet de leurs réseau.





6. Evaluation



**NOUS VOUS SOUHAITONS BEAUCOUP DE SUCCÈS POUR LA PROMOTION
DE VOTRE PROJET DE RÉUTILISATION !**

