Initiative bretagne

Un réseau. Un esprit

Communiquer efficacement et trouver des solutions pour faire vivre son activité en période de confinement

Communication et outils

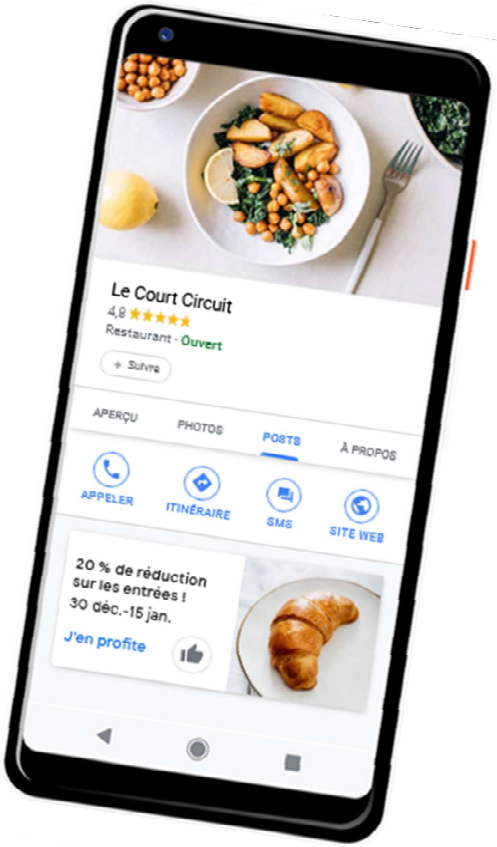
1 – Mise à jour des informations en ligne
2 – Gérer et animer ses réseaux sociaux
3 – Conseils et astuces pour gérer ses pages FB/Instagram
4 – Création de site internet / boutique virtuelle
5 – Mise en place de solutions de livraison/click and collect
6 – Autres outils de communication
7 – Liens et ressources utiles

1. Mettre ses informations en ligne à jour et informer de ses nouveaux services

Sur sa page Google (My Business), sur son site internet, sur ses réseaux sociaux

La page Google My Business (gratuite) est très importante pour un commerce local: elle permet à vos clients de vous trouver (Google Maps), de vous contacter (téléphone ou message directement sur la plateforme), d'aller sur votre site internet, de vous laisser un avis, partager votre actualité, vos promotions…

+ Elle vous permet un meilleur référencement sur Google (vous aurez plus de chance de remonter en haut de la page de recherche qu'un concurrent si vous avez un compte My Business)



S'inscrire sur des annuaires locaux en ligne

En plus d'augmenter vos chances que vos clients vous trouvent facilement, vous augmentez votre référencement en ligne et donc votre visibilité

Exemple d'annuaires: PagesJaunes, Yelp, LaFourchette, Tripadvisor…

Initiative bretagne
Un réseau. Un esprit

2 - Gérer et animer ses réseaux sociaux

1

Pourquoi communiquer sur les réseaux sociaux ?

Déterminez l'utilité d'utiliser un réseau social pour votre entreprise:
- Garder un lien avec sa clientèle
- Présenter ses nouveautés
- Proposer un service supplémentaire (boutique FB/Instagram – réservation en ligne – click and collect…)
- Proposer des animations: jeux concours?
- Apporter une communication intéressante pour sa clientèle

2

Structurer sa communication sur les réseaux sociaux

Choisir les réseaux sociaux sur lesquels on veut être présent (selon le service qu'on propose ou les produits que l'on vend cela peu être très différent)

Déterminer le ton que l'on veut adopter (qui sera moins formel que sur d'autres supports)

Structurer ses posts: cohérence globale dans l'image et les messages qui permet de donner une « image de marque » à son entreprise

3

Régularité et variété

Pour intéresser ses abonnés et inciter à l'interaction il faut surtout être **régulier** (cela peut prendre du temps avant d'avoir plus d'abonnés ou qu'ils interagissent, mais avec des posts réguliers, variés et pertinents cela augmentera petit à petit
-> utiliser la planification de contenu pour préparer à l'avance ses posts sur FB et Instagram)

- Proposer un contenu adapté à ses abonnés et varié dans ses formats: images, photos, vidéos, interviews, lives…

4

Utiliser ses statistiques

Chaque réseau social vous permet d'obtenir des statistiques sur vos utilisateurs et leur manière d'interagir avec vous:

Trouvez à quelle heure/quel jour ils sont le plus présents sur les RS pour poster au meilleur moment

Etudiez quel type de post ils aiment/commentent le plus pour savoir ce qui leur plait

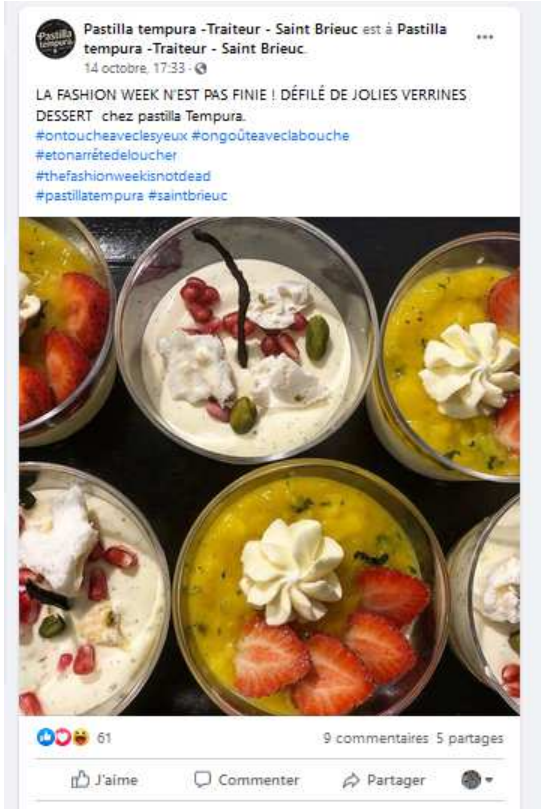
Initiative bretagne
Un réseau. Un esprit

3 - Conseils et astuces pour communiquer sur Facebook /Instagram

Créer un nom de page pour que les autres puissent partager votre page plus facilement @

Un post avec un média (photo, image, vidéo, interview, live..) aura plus d'impact que simplement du texte

Une photo/vidéo mettant en avant une personne aura également plus d'impact, ou un produit mis en situation et pas seulement statique (par exemple un zoom sur un plat du jour plutôt que la cuisine de loin).



REACTIVITE : Bien rester en contact avec ses clients c'est également veiller à bien répondre à leur message sur les réseaux sociaux !

3.1 - Conseils et astuces pour communiquer sur Facebook et Instagram

Personnaliser et « humaniser » son contenu: s'adresser directement à ses abonnés, ne pas montrer que ses produits/services mais montrer l'humain derrière afin de créer un lien plus important avec eux.

Structurer et harmoniser ses publications:

- **On structure son post avec une phrase d'accroche**
- **On fait des espaces, on ne colle pas tout le texte à la suite, cela doit rester fluide à la lecture**
- **Pas forcément besoin de syntaxe partout, les posts sur les Réseaux Sociaux restent informels**
- **On peut utiliser les émojis pour structurer les paragraphes (mais on n'en abuse pas !)**

3.2 - Conseils et astuces pour communiquer sur les Réseaux Sociaux

Trouver son audience grâce aux statistiques:

Faire des tests en postant à différents horaires et jours pour voir ce qui fonctionne le mieux

Être régulier : l'algorithme FB/Instagram fait que plus l'on poste régulièrement plus l'on sera visible par nos abonnés / A contrario : si l'on poste trop peu souvent il est possible que l'on ne remonte même pas dans le fil d'actualité de certains de nos abonnés

Pour se soulager du travail : on programme ses publications à l'avance grâce à l'outil Programmation de publications : cela vous fait gagner du temps, vous n'êtes pas obligés d'être tout le temps connecté

Cela peut mettre du temps avant de bien fonctionner: on peut être régulier pendant 2/3 semaines sans avoir beaucoup de likes/commentaires… ***Patience et persévérance!***

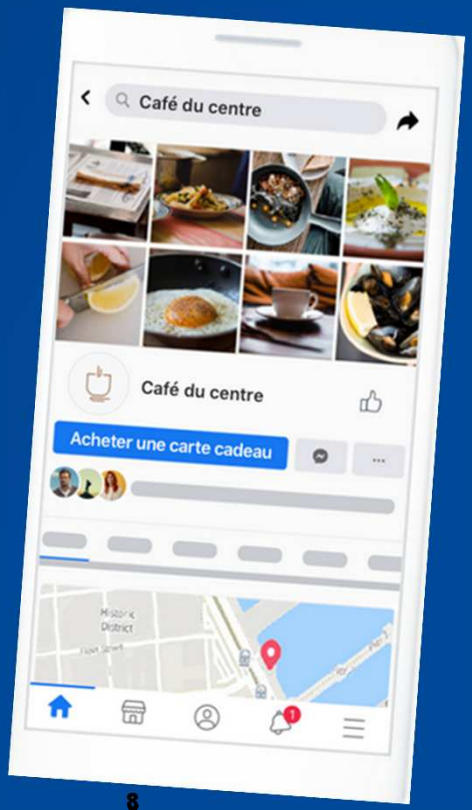
Initiative bretagne
Un réseau. Un esprit

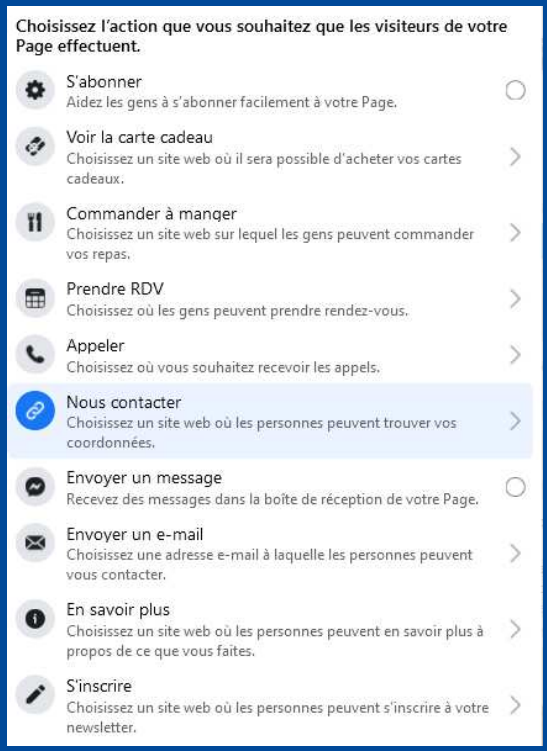
Nouvelle fonctionnalité Facebook

Elle vous permet d'afficher directement un bouton d'action à votre page de type:

« service de vente à emporter »
« Acheter une carte cadeaux »
« Visitez notre site internet »

Explications ici :
https://www.facebook.com/help/1638565256396310#





4 – Création de site internet / boutiques virtuelles

Créer un site internet marchand

- Permet de vendre directement en ligne
- Soit via livraison
- Soit via click and collect -> les clients viennent directement chercher le colis en magasin
- Vous permet de maintenir une activité -> investissement à long terme

https://www.economie.gouv.fr/coronavirus-e-commerce-offres-preferentielles-commercants

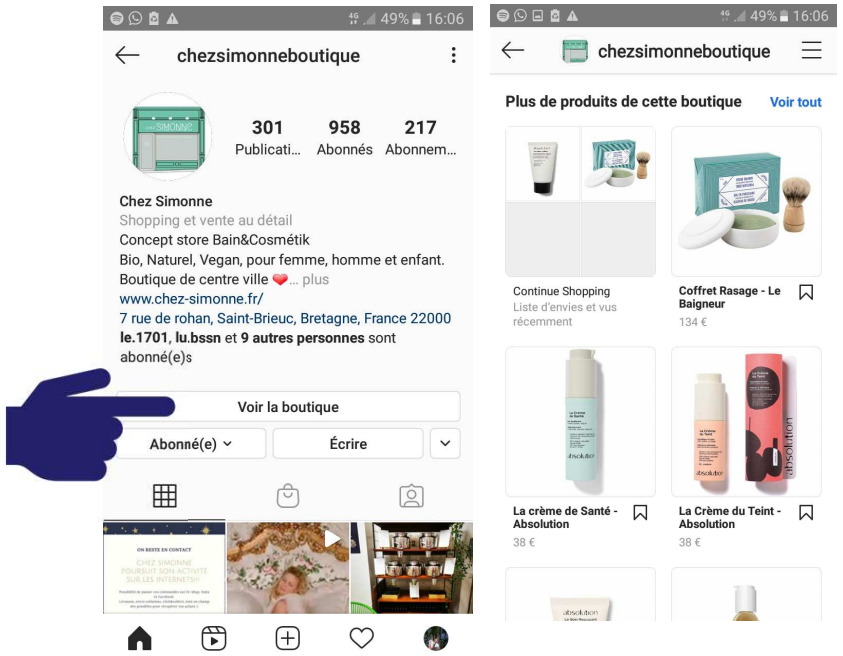
Créer une boutique virtuelle sur Facebook/ Instagram

- Permet de vendre directement en ligne
- Soit via livraison
- Soit via click and collect
- Permet un catalogue en ligne simple à court terme

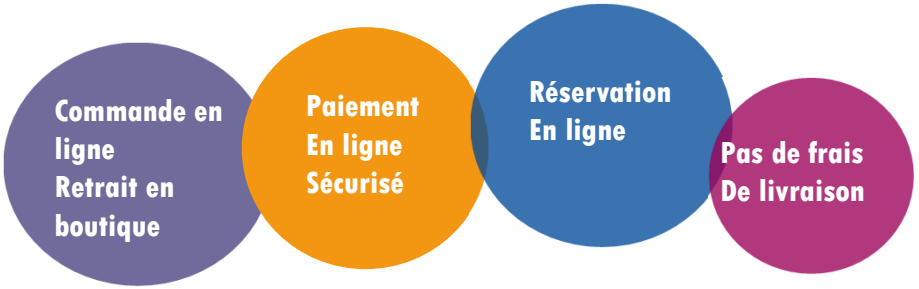
https://www.facebook.com/commerce_manager/?source=CATALOG_MANAGER_LANDING_PAGE

https://www.facebook.com/business/instagram/shopping/guide

Ex: Chez Simonne à créé une boutique virtuelle Instagram



5 - Mise en place de solutions de livraison/click and collect



Lydia

paylib

Commander en ligne pour un retrait en magasin :

Faire régler les clients soit sur son site internet, soit via un moyen de paiement dématérialisé avec une application :

Paylib : L'application ouvre de manière exceptionnelle à tous les professionnels la possibilité de se faire payer via le service « Paylib entre amis », qui permet de recevoir de l'argent à distance.

LYDIA: est une solution de paiement dématérialisée permettant aux TPE et PME de pouvoir encaisser la carte bancaire de leurs clients avec un simple téléphone portable et à distance.

Pensez également à la réservation sur vos réseaux sociaux ou par téléphone ! Proposez simplement au client de réserver et venir payer au moment du retrait !

Lien PAYLIB : https://www.paylib.fr/paiement-commercants/faq/covid-19/
Lien LYDIA : https://supportpro.lydia-app.com/l/fr/article/vti8yzolj9-lydia-pour-les-artisans-professions-liberales-et-petits-commercants
A savoir : https://supportpro.lydia-app.com/l/fr

Pour la réservation : bien penser à échelonner les horaires auxquels les clients peuvent venir retirer leur colis pour éviter les afflux / bien gérer un marquage au sol

Initiative bretagne
Un réseau. Un esprit

EXEMPLE DE CLICK AND COLLECT

De manière concrète, comment proposer ce type de commande en ligne ?

- **Réalisez un plat du jour unique ou une carte réduite.**
- **Présentez-les sur votre site internet ou vos pages réseaux sociaux grâce à une publication journalière (Facebook, Instagram..) : photos de vos plats, prix, composition… mettez-les en avant !**
- **Communiquez sur le moyen de passer commande : par téléphone, par SMS ou directement depuis les réseaux sociaux.**
- **Proposez le paiement en ligne ou a distance grâce à la solution de paiement sélectionnée. La plupart permet de générer un lien unique de paiement que vous envoyez ensuite à votre client par SMS, via WhatsApp, ou encore sur les réseaux sociaux ou par e-mail.**
- **Optez pour la livraison au domicile du client ou un *click-and-collect* directement dans votre restaurant… le tout en respectant les règles sanitaires en vigueur !**

6 - Autres outils de com'

CARTES CADEAUX SUR FACEBOOK

Permet aux clients d'acheter une carte cadeau dématérialisé directement sur FB !

https://www.facebook.com/business/small-business/gift-cards
https://my.ecwid.com/cp/#gift-cards

MESSAGE RADIO GRATUIT HITWEST

Annonce de votre nouveau service/ initiative gratuitement en ce moment !

Il suffit d'inscrire son entreprise :
https://www.hitwest.com/jeuxconcours/hit-west-soutient-l-economie-locale-1848

SAUVE TON COMMERCE.FR :
Permets de créer des bons solidaires : vos clients peuvent vous faire un don
https://sauvetoncommerce.fr/

CAMPAGNES SMS OU MAILING

Utilisez votre base de données pour toucher directement votre clientèle et les informer:

Êtes-vous toujours ouvert ?

Offre-vous un nouveau service ?

La livraison à domicile/ à emporter / le click and collect ?

Outils : Mailchimp/ sendinblue / sarbacane ...

LES MARKETS PLACES

Essayer de vous positionner sur votre marketplace locale (ebay, leboncoin…) : solution peu coûteuse et rapide à mettre en place

MONACHATLOCAL.COM:

Créer votre boutique virtuelle sur une plateforme qui lie les commerçants des territoires entre eux.

www.monachatlocal.fr

7 - Liens et ressources utiles

Lien avec beaucoup d'infos sur les outils pour créer un site e-commerce : https://www.economie.gouv.fr/coronavirus-e-commerce-offres-preferentielles-commercants

Infos juridiques sur le click and collect : https://cms.law/fr/fra/news-information/le-click-collect-au-temps-du-covid-19

Vendre en temps de crise: https://www.toulouse.cci.fr/sites/default/files/media/Siane/2020.04_comment_vendre_en_temps_de_crise_1.pdf

Un réseau.

Un esprit.