

Comment booster l'identité visuelle de votre entreprise ?

Vous le savez, la publicité est omniprésente! Il faut projeter, à répétition, une image cohérente de votre entreprise afin de créer la réceptivité. Pour ce faire, il est possible d'exploiter votre visibilité avec peu de budget. Merveilleux! Grâce à la Journée entrepreneuriale 2016, vous avez en main des outils marketing qui vous aideront à améliorer votre présence en ligne.

Connaissez-vous bien votre clientèle? Un bon moyen de mieux connaître votre clientèle consiste à effectuer un sondage sur vos produits/services et à analyser les informations obtenues. Si vous n'avez pas les moyens d'embaucher un cabinet spécialisé en recherches, faites-le vous-même en élaborant un court questionnaire que vous soumettrez à des clients actuels et potentiels.

Comment rejoindre efficacement vos clients potentiels? Votre défi consiste à ne pas éparpiller inutilement votre argent, mais plutôt à bien l'investir! Tout dépendant de vos objectifs et stratégies marketing, vous devez tenir compte de plusieurs facteurs qui peuvent influencer vos moyens. Et la première étape consiste à bien cerner votre clientèle cible et ce qu'elle veut de votre entreprise.

Avez-vous une image claire et concise? Pour que vos clients et prospects comprennent vos messages, organisez votre pensée! Les entreprises doivent réfléchir à l'axe de communication souhaitée et au message à diffuser. Le meilleur moyen d'interpeller quelqu'un est de se mettre à sa place et de moduler le message selon le public visé. Il est également essentiel d'adapter votre écriture en fonction des besoins de votre cible et de dynamiser l'information par des couleurs, des tableaux, des vidéos, etc. Si par exemple vous faites la promotion de votre offre de services dans une infolettre, discutez d'abord des enjeux réels pour votre clientèle. Offrez-lui des conseils qui inspirent confiance et évitez de décrire exhaustivement les particularités de chacun de vos services.

Avez-vous une visibilité stratégique? Optimisez votre visibilité par une planification comprenant un mix média, n'oubliez pas que vous n'êtes pas exclusif. Le contexte et l'environnement dans lequel le consommateur se retrouve au moment où il perçoit votre message jouent un rôle primordial. Par exemple, un placement web et l'affichage de masse n'engendrent pas la même proximité, ni le même impact chez le récepteur. Au besoin, il faudra adapter votre visuel au format de chaque média.

Mesurez les résultats de votre publicité afin de déterminer quels styles, méthodes et médias fonctionnent le mieux pour votre entreprise. Sondez vos clients et consultez vos statistiques. Sachez que la mesure des résultats d'une publicité est plus un art qu'une science exacte. Vous disposez de guides et astuces sur notre site web pour vos communications marketing. Visitez notre boîte à outils pratique pour entrepreneurs!

Retrouvez la chronique intégrale publiée sur notre page Facebook et sur l'Info-Suroît. Pour faire appel à mes services-conseils gratuits ou pour de l'information sur notre service de mentorat, je vous invite à prendre un rendez-vous, il me fera plaisir de vous recevoir!

SADC

Société
d'aide au développement
des collectivités

DU SUROÏT-SUD

**Emmanuelle
Lavigne-Landry, B.A.**
Agente de communications,
marketing et mentorat



Canada

Développement économique Canada appuie
financièrement les SADC et les CAE