

Conseils et outils : Dix conseils de marketing en période économique difficile



En cette période économique difficile, toutes les entreprises cherchent à économiser de l'argent et à réduire leurs coûts. Pour ce qui est du marketing, il n'est pas nécessaire de disposer d'un budget très élevé pour produire un impact et attirer de nouveaux clients. Vous trouverez ci-dessous quelques conseils utiles qui vous permettront de continuer à promouvoir votre entreprise efficacement.

1. Marketing local

L'une des méthodes les plus anciennes pour augmenter la visibilité de votre entreprise, et aussi l'une des plus simples, consiste à amener les gens à parler de ce que vous faites. Commencez par adhérer aux associations sectorielles, aux bureaux de commerce locaux et régionaux, aux clubs municipaux, au club Rotary et à tout autre groupe pertinent. Portez-vous volontaire pour parler de votre entreprise et créez un réseau de contacts. Bon nombre d'entreprises ont aussi commencé à utiliser les médias sociaux et à créer des pages dans Facebook^{MC} et Twitter^{MC}.

2. Gardez le contact avec vos clients

Même si votre budget est limité, il est essentiel de conserver votre notoriété auprès de vos clients. Parmi les méthodes les plus courantes pour y parvenir, mentionnons la publication d'un bulletin électronique, la mise au point de sondages et la création d'un site Web. La clé consiste à maintenir un dialogue fructueux avec vos clients les plus importants grâce à une série de communications continues.

3. Communiquez avec la presse

Les entreprises prospères essaient d'entretenir de bonnes relations avec la presse afin d'augmenter leur visibilité. Commencez par créer un dossier de presse comprenant une brochure d'entreprise, une fiche d'information et un historique. Adressez-vous à la revue ou au journal des affaires local et envoyez-lui des communiqués de presse annonçant les nouvelles importantes au sujet de votre entreprise et les événements reliés à votre secteur. La publication d'un article favorable sur votre entreprise ne coûte rien et constitue un excellent outil de marketing.

4. Service à la clientèle complet

Concentrez votre attention sur vos clients. L'idée peut sembler assez simple en soi, mais elle signifie que vous devez établir un niveau de service rigoureux. Rappelez vos clients promptement et dirigez-les vers un collègue lorsque vous n'êtes pas disponible. Aidez-les en leur envoyant des conseils par courriel ou en réservant une section de votre site Web à leurs besoins. Assurez-vous qu'ils puissent communiquer facilement avec vous et avec votre entreprise.

5. Nouvelle publicité

Élaborez de nouvelles approches publicitaires, par exemple, en créant un nouveau logo ou en améliorant celui que vous utilisez actuellement, en obtenant un numéro de téléphone facile à retenir ou en lançant un microsite comportant une adresse URL unique. Apprenez comment utiliser le marketing de recherche et ajouter des mots-clés sur les principaux moteurs de recherche pour augmenter le trafic sur votre site Web. Assurez-vous également d'indiquer votre adresse Web, votre adresse de courriel et votre slogan de façon uniforme sur tout votre matériel de marketing – y compris les signatures courriel.

6. Ciblez votre marché

Tenez-vous au courant des plus récents développements et tendances au sein de l'industrie et gardez un dossier d'information sur la concurrence. Si vous êtes en concurrence directe avec une autre entreprise pour recruter les mêmes clients, trouvez de nouvelles façons de faire valoir votre produit et présentez une proposition de valeur unique qui vous distinguera des autres.

7. Valorisez votre marque

La clé pour assurer votre croissance consiste à innover constamment et à élaborer de nouveaux produits et services à l'intention de vos clients. Suivez les conseils ci-dessus pour promouvoir vos nouveautés et créer de l'intérêt au sein de l'industrie. L'objectif est de renouveler votre image, de sorte que vos clients constatent un progrès et aient l'impression de travailler avec un chef de file du marché.

8. Définissez une stratégie et créez une équipe spécialisée

Il importe de mettre sur pied une équipe spécialisée en marketing et relations publiques – soit à l'interne ou par le biais d'une agence externe. Élaborez un plan comprenant des objectifs de marketing réalistes à court et à long terme afin d'attirer de nouveaux clients et d'augmenter votre part de marché. Il est impératif de créer une stratégie globale, comprenant des plans tactiques pour réaliser vos objectifs.

9. Soyez conscient de votre budget

Combien dépensez-vous actuellement au titre du marketing? Combien pouvez-vous vous permettre de dépenser? Déterminez les tâches que vous pouvez réaliser à l'interne et celles que vous devez confier à l'extérieur. Élaborez un budget qui correspond à votre stratégie et essayez d'établir une présence continue sur le marché par le biais d'annonces publicitaires et de communications mensuelles.

10. Marketing en tête

Les meilleures idées de marketing sont parfois les plus simples. Dans cette optique, essayez chaque mois ou chaque trimestre de trouver des façons nouvelles et originales de promouvoir votre entreprise. Versez dans un dossier conçu à cet effet vos bonnes idées, échantillons de plipostage, annonces géniales et autres informations. Chaque trimestre, utilisez cette information pour lancer des idées et trouver de nouvelles formules pour aider votre entreprise à augmenter sa visibilité et à attirer de nouveaux clients.

Vous êtes maintenant prêt à commencer à promouvoir votre entreprise et à attirer de nouveaux clients. Pour vous aider à démarrer, examinez nos modèles de matériel de marketing gratuits sur office.xerox.com/small-business-templates.