| **Solutions à considérer** | **Objectifs** | **Bonnes pratiques** | **Mise en œuvre** |
| --- | --- | --- | --- |
| ***Google My Business*** et les annuaires gratuits : Pages Jaunes, Yelp, Dismoiou, Nomao, Tripadvisor… | Renseigner vos prospects sur les questions qu’ils se posent : y a-t-il un professionnel près de chez moi ? Si oui, est-il disponible/ouvert ? Quelles sont ses coordonnées ? A-t-il bonne réputation ? | Renseigner a minima : quelques photos (logo, devanture, produits, équipe…), garder à jour les coordonnées et jours/horaires de disponibilité, annoncer votre actu… | Gratuit.  Prévoir environ 30 minutes pour l’inscription puis le renseignement de la fiche.  Création de fiches sur un maximum de sites différents.  Penser à mettre à jour vos informations. |
| ***E-réputation***, avec Google My Business. C’est actuellement l'un des outils les plus puissants pour gérer et développer la réputation de votre entreprise sur internet. Les autres principales plateformes sont les annuaires cités plus haut. | Faire connaître la satisfaction de vos clients auprès du plus grand monde.  Améliorer le référencement de votre entreprise par Google, qui prend en compte à la fois le volume et la qualité des avis. | Répondre aux avis (positifs et négatifs).  Possibilité de supprimer un avis inapproprié (injurieux, malveillant ou faux ,…). | Gratuit.  Créer une fiche sur 2 sites différents, par exemple Google My Business et Pages Jaunes.  Puis demander à vos clients de vous laisser un avis sur le site de leur choix. |
| ***Site vitrine.***  Le site vitrine, c’est une plaquette commerciale enrichie. De nombreuses entreprises choisissent de se passer d’un site internet en se contentant d’un référencement sur des annuaires gratuits et d’une présence sur un réseau social. | On y retrouve a minima les rubriques suivantes : Notre offre, Qui sommes-nous, Nous contacter. A la différence d’une plaquette, le contenu peut être multimédia (vidéos, son…) et il peut être mis à jour à moindre coût. | Si sous-traitance, rédaction d’un cahier des charges à remettre à au moins 3 prestataires (agences web ou freelance). Si réalisation par soi-même, attention au rendu final (qualité professionnelle ?). Possibilité de s’appuyer sur des plateformes telles que Wordpress, Wix… | Compter environ 3 semaines pour la conception du site. Coût de conception : très variable, à partir de 1500€ pour un site réalisé par un freelance.  Coût annuel minimum : hébergement et nom de domaine à partir de 50€ par an. |
| ***Blog.***  Il permet à un tiers (prospect, client, institutionnel, partenaire) de suivre le contenu ou les analyses publiés par une personne qu’il juge experte dans un domaine. | Le blog répond à trois objectifs : faire connaître votre expertise dans votre secteur d’activité ; faire connaître votre activité ; améliorer le référencement de votre site vitrine. | Rédaction d’au moins un article par mois, en lien avec votre activité, l’actualité de votre secteur, etc…  Varier les publications : texte, image, vidéo.  Faire intervenir d’autres experts de votre domaine d’activité. | De nombreuses plateformes gratuites (Tumblr, Wordpress…) sont accessibles sans compétences particulières. Temps de mise en œuvre : 1/2 journée pour la mise en place, puis environ 30 minutes par article. |
| ***Newsletter et SMS***, ils permettent de garder un lien avec un client existant, en lui adressant personnellement et ponctuellement un message. | Le but de la newsletter est d’avertir un client existant de l’actualité de l’entreprise : succès, nouveautés, événements passés et à venir, promotion… Un envoi par mois ou tous les 2-3 mois.  Le SMS est plutôt utile pour annoncer une promo ponctuelle et de courte durée. | Constituer un fichier client au préalable.  Rédiger un message clair et concis : solliciter un regard extérieur.  Ajouter du contenu multimédia (photo, vidéo…).  Obligation de faire apparaître les mentions CNIL et offrir au client la possibilité de désinscription du fichier. | Souvent gratuit pour de faibles volumes d’envoi.  Plateformes d’envoi d’emailing telles que Sendinblue, 123sms, …  Compter 1/2 journée pour la préparation d’une première newsletter. |
| ***Linkedin*** principal réseau social professionnel. | Il a la fonction de carte de visite et CV en ligne. Ils permettent surtout d’entrer en relation avec des professionnels en vue d’un contact physique, et de garder un lien avec des professionnels rencontrés. | Développer son réseau au fil des rencontres.  Mise à jour mensuelle du profil.  Partage de l’actualité de l’entreprise et de son domaine d’activité, interactions avec les autres membres de son réseau : « j’aime », partage d’articles… | Gratuit pour un premier niveau de service, et à partir de 5€ par mois pour les services premium.  Prévoir 1 à 3 heures pour la création de votre compte, le renseignement de votre profil, et la recherche de vos relations professionnelles. |
| ***Facebook***, réseau social généraliste. Essentiellement utilisé par des entreprises proposant des produits et services à des particuliers (B to C). | Engager une relation plus directe et informelle avec vos clients en dehors des actes d’achat.  Développer les interactions avec vos « followers » : « j’aime », partage de vos publications, inscription à vos événements.  Développer votre réputation en vous appuyant sur des clients existants, relais de votre communication.  Recueillir le feedback. | Créer un compte distinct de votre compte personnel.  Au moins une actualité tous les 3 jours.  Annoncer vos événements et y inviter votre communauté.  Varier les publications : texte/image/vidéo, informationnel ou divertissant…  Pas plus de 50% de vos publications ne doivent parler de vous/votre entreprise. | Gratuit.  Prévoir 1 à 3 heures pour la création de votre page professionnelle.  Vous pouvez également faire appel à un community manager pour vous aider à mettre en place la ligne éditoriale, vous former… ou même lui déléguer la gestion de votre compte. |
| ***Youtube et Tik Tok*** sont les deux principaux réseaux sociaux orientés vers la vidéo. | Présenter de manière visuelle et dynamique votre entreprise.  Développer la viralité de votre communication.  Vous rapprochez de vos prospects.  Améliorer votre référencement sur internet. | Créer des vidéos courtes et incisives (moins de 2’30).  Partager votre vidéo sur vos réseaux sociaux/blog/site vitrine.  Alterner le contenu de vos vidéos : présentation de l’entreprise, témoignage client, présentation d’une actu ou d’une innovation, tutoriel, présence sur un événement… | Gratuit pour un premier niveau de service.  Prévoir 1 à 2 heures pour la création de votre compte et de la chaîne de votre entreprise.  Être équipé d’un smartphone, tablette tactile ou caméra. |
| ***Twitter*** est un réseau social généraliste essentiellement utilisé pour communiquer avec des médias, institutionnels, influenceurs, personnalités… | Adopter une posture d’expert/influenceur sur une thématique ciblée.  Développer des connexions avec des organisations et des individus proches de l’univers de l’entreprise.  Effectuer une veille sur l’actualité « chaude » de votre secteur. | Au moins 1 tweet par jour.  Dissocier le compte de l’entreprise de celui du chef d’entreprise.  Développer des connexions au fil des rencontres physiques.  Suivre les mots-clés en vogue et y associer votre entreprise lorsque c’est pertinent. | Gratuit.  Prévoir 30 minutes pour la création de votre compte, environ 1 heure pour vous abonner aux comptes qui vous intéressent. |
| ***Instagram et Pinterest***sont deux réseaux sociaux orientés vers le partage et la retouche de photos. Plutôt destinés aux entreprises en B to C. | Présenter en image les produits que vous vendez, et l’environnement dans lequel vous évoluez.  Inciter la communauté à s’emparer de vos contenus pour les partager sur leurs autres réseaux sociaux.  Toucher une cible particulièrement mobile (applications très utilisées).  Pinterest est un réseau social qui sert essentiellement à collecter des photos de produits que l’on souhaiterait acheter ou offrir. | Particulièrement adaptés pour les commerces, la restauration, les artisans, voire les entreprises industrielles…  Présenter non pas seulement le produit final, mais aussi les étapes et les coulisses de la fabrication.  Créer des ponts entre l’intérêt des consommateurs sur le réseau social, et en magasin/showroom. | Gratuit.  Ouverture d'un compte en 15 minutes.  Être équipé d’un smartphone ou d’une tablette tactile. |