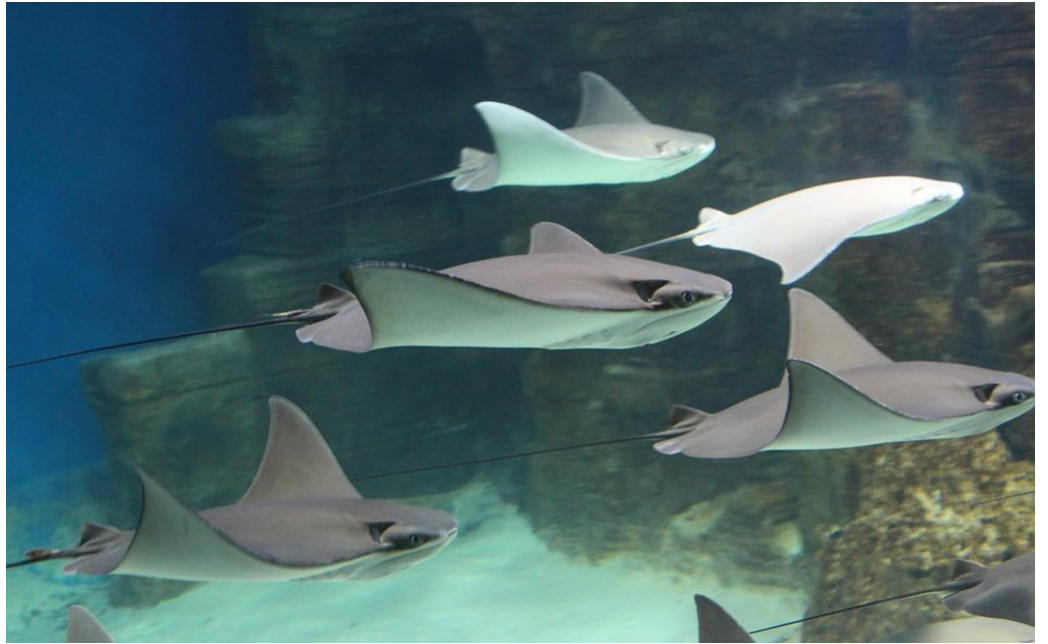




LE MARKETING SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX



TUTORIEL 5

Une plus-value pour vos affaires
en un clic!

A l'heure actuelle, les réseaux sociaux sont une part entière de notre vie quotidienne: via notre ordinateur ou Smartphone, nous échangeons avec nos connaissances et amis, nous partageons des informations et suivons les nouvelles peu importe où nous nous trouvons.

Mais les réseaux sociaux sont aussi un outil puissant de marketing qui peut permettre à de petites entreprises comme la vôtre d'étendre leur réseau et **d'atteindre de potentiels clients sans aucun frais** et avec très peu d'effort. Intégrer à vos circuits de commercialisation traditionnels une présence sur les réseaux sociaux peut inévitablement apporter une plus-value à vos affaires.

Commencez par dessiner simplement un plan de marketing pour réseaux sociaux, en vous posant des questions stratégiques: Que souhaitez-vous promouvoir? Quel est votre public cible? Quel message souhaitez-vous partager? Si votre plan est bien mis en œuvre, il vous permettra d'augmenter votre visibilité et le nombre de vos clients!

En vous basant sur vos réponses, vous pouvez identifier la plate-forme la mieux adaptée à vos besoins.

Sur **Facebook**, vous aurez fort probablement déjà votre groupe d'amis, de collègues et connaissances qui peuvent vous aider à partager l'information. Vous pouvez partager les photos de vos captures, créer des liens vers le site internet de votre entreprise, si vous en avez un (ce n'est pas cher à mettre en place), promouvoir des offres spéciales et en retour les utilisateurs des réseaux sociaux peuvent vous contacter pour acheter votre poisson et montrer leur support en devenant 'fan' et/ou clients. Votre réseau aura tendance à s'élargir rapidement et vous aurez la possibilité d'entrer directement en contact avec chaque client, mais aussi avec un plus large public, des restaurants et des détaillants.

Twitter est un des réseaux sociaux plus rapide et les plus efficace. Les messages sont limités à 140 caractères ou moins, mais c'est plus qu'assez pour publier un lien ou une image. C'est facile à apprendre et à utiliser, et créer un nouveau profil ne prend que quelques minutes. Le plus grand avantage est que tout est en temps réel. **Votre poisson pourrait trouver un acheteur dès que vous l'aurait décroché de l'hameçon !**

Instagram est rapide et pratique car il connecte la caméra de votre Smartphone et à tous vos profils sociaux. Dès que vous prenez une photo, vous pouvez la partager automatiquement sur votre compte Instagram, Twitter et Facebook. Vos clients et fans peuvent alors réagir à vos photos.

Si vous n'êtes toujours pas enthousiaste à utiliser ces outils en ligne, vous pouvez toujours vous reporter sur l'application **WhatsApp sur votre Smartphone**. Le concept est simple et similaire à celui du traditionnel texto. Si vous savez écrire un texto, vous savez utiliser Whatsapp : vous pouvez envoyer des messages en direct à tous ceux qui ont également téléchargé l'application sur leur téléphones portables, en sauvant simplement leur numéro. A l'heure actuelle, il y a déjà plus de 700 millions d'utilisateurs, ce qui rend cette plateforme de messagerie la plus populaire au monde mais aussi une base de données de clients potentiels énorme.

Un certain nombre de petits pêcheurs petite échelle ont d'ores et déjà observé une plus-value résultant de leur présence sur les réseaux sociaux.

Kevin, Francis et Andrew, pêcheurs aux Cornouailles, au Royaume-Uni, ont créé leur compte @drecklyfish sur Twitter et ont commencé à vendre du merlu, des harengs, du crabe et des homards en communiquant en direct leur capture du moment, permettant ainsi à leurs clients de les suivre et de faire des offres immédiates. Les demandes ont tellement augmenté qu'ils ont très vite atteint les limites de leur

capacité d'approvisionnement et ont décidé d'intensifier leurs opérations en introduisant le projet au sein du groupe local FLAG.

Bengt Larson, pêcheur suédois, utilise le site internet www.fiskonline.se. Il envoie un texto au site internet en spécifiant ce qu'il a pêché le jour-même et l'heure à laquelle il rentrera au port avec son poisson. Cette information est publiée en ligne et envoyée par email et texto aux clients qui sont enregistrés sur le site. Ces derniers payent en ligne et récupèrent leur achat directement au port à l'heure convenue. Les pêcheurs peuvent fixer leurs propres prix pour le poisson et sur le site internet ils ont tous un profil personnel présentant leurs activités et leurs produits.

Que peut faire LIFE pour vous?

LIFE [Low Impact Fishers of Europe] est active en ligne et experte en réseaux sociaux et **peut vous aider à promouvoir vos activités**. Nous pouvons vous assister dans l'identification du réseau social qui vous convient le mieux, en prenant en compte votre cible de marché et en construisant **votre réseau de contacts** permettant une augmentation de votre visibilité.

Si vous souhaitez avoir une dimension plus européenne, nous pouvons vous aider à **traduire certains de vos contenus** et rendre vos messages plus accessibles au plus grand nombre de vos clients.

Notre espace média est à la disposition de nos membres afin de promouvoir les produits, les offres, les initiatives et partager l'information au sein de la communauté.

De plus, étant en contact avec un grand nombre de pêcheurs artisans dans différentes régions d'Europe, nous pouvons vous mettre en relation avec d'autres business qui eux communiquent en ligne, partager leurs meilleures pratiques, expériences et échanger des conseils sur la voie à suivre.

Nous voulons que votre produit ne soit pas seulement durable et frais mais aussi visible et accessible à un grand nombre de clients potentiels au niveau local et européen !

