



STRATEGIE DIGITALE

Ce livre s'adresse à **tous les entrepreneurs**
qui veulent mieux vivre de leur activité, grâce
aux Réseaux Sociaux



LES 5 CLÉS QUI M'ONT PERMIS D'AUGMENTER MES VENTES GRÂCE AUX RÉSEAUX SOCIAUX



JEAN-MARC HOUËL

Coaching Stratégique Digital

**ENTREPRENDRE, CE
N'EST PAS GALÉRER !**

**C'EST TESTER ENCORE
ET ENCORE,**

**JUSQU'À TROUVER
CET ALIGNEMENT QUI
CHANGE TOUT !**

06 80 66 26 66

DANS CE GUIDE TU VAS DÉCOUVRIR :

- Comment **créer une présence en ligne** de qualité qui **attire** tes futurs clients vers toi comme un véritable aimant,
- Comment **optimiser** cette présence, pour faire de toi la **référence** dans ton domaine dans ta région,
- Comment tu peux ensuite la **développer** ta présence en ligne sans montrer ton visage sans y passer des heures,
- Les "règles" à suivre pour être **incontournable** sur les réseaux et garder contact avec ta communauté sans te fatiguer et avec confiance.

L'idée c'est de terminer sa lecture en ayant construit ta "routine" facile à suivre, pour cadencer ta montée en puissance, simplement et facilement.

Pourquoi ce livre ?

Parce que j'étais il y a quelques années au fond du gouffre, plus de chômage, papa solo avec 4 jeunes enfants en garde alternée, j'avais bien quelques clients, mais pas de quoi remplir le frigo, la honte pour un adulte qui avait des postes à responsabilité...

Quelque chose clochait, je n'avais pas de méthode. Pas de régularité. Je testais des centaines de choses, sans rien approfondir. Sauf qu'à un moment, ça n'est plus possible, il faut changer des ingrédients pour que la recette donne quelque chose de meilleur !

Depuis, j'ai structuré mes actions, avec persévérance, parce que je voulais retrouver la fierté de réussir SANS être dépendant d'un patron. Ça te parle ?

Depuis, j'ai formé et accompagné des dizaines d'entrepreneurs, débutants ou non, à structurer concrètement leur plan de marche, dans UN SEUL BUT, le SEUL qui importe vraiment : l'augmentation du chiffre d'affaires.

Ce livre est fait pour toi. C'est une première pierre.

Jean-Marc HOUËL

Nous allons pour cela explorer en détail les **cinq clés essentielles** qui m'ont permis, ainsi qu'à de nombreuses entreprises d'augmenter leurs ventes grâce aux réseaux sociaux.

1. Comprendre votre public cible

- Identifier votre public sur les réseaux sociaux
- Analyser les comportements et les préférences

2. Créer un contenu de qualité

- Utiliser des visuels attrayants
- Raconter une histoire convaincante

3. S'engager activement avec les abonnés

- Répondre aux commentaires et aux messages
- Organiser des jeux et des concours interactifs

4. Soyez présent sur plusieurs Canaux

- Segmenter votre public pour des campagnes efficaces
- Suivre et ajuster les performances des annonces

5. Analyser et ajuster votre stratégie

- Utiliser des outils d'analyse de données
- Adapter votre stratégie en fonction des résultats

1. Comprendre votre public cible

1.1 Analysez vos clients actuels : Examinez les données de vos clients existants pour comprendre leurs caractéristiques démographiques, leurs comportements en ligne et leurs préférences.

Vous pouvez par exemple créer une fiche par type de client. Plus vous serez précis et plus vous montrerez que vous connaissez parfaitement vos clients idéaux (avatars). Voir point 1.3.

Si des personnes vous ont déjà acheté des produits ou services, c'est qu'ils étaient dans une **situation de manque**, avec un **problème non résolu**, conscient ou inconscient, et que votre solution répondait à leur situation. Une coiffeuse par exemple connaît bien ses clients et du coup les fidélise parce qu'on se sent en confiance avec cette coiffeuse. Elle connaît les exigences et manies de ses clients.

En identifiant très précisément ces besoins, ces situations, alors vous serez en capacité à montrer à vos futurs clients que vous les connaissez, vos publications s'adresseront à eux, ils se reconnaîtront.

Vous apparaîtrez alors comme un professionnel qui les comprend, qui les a écoutés, et qui apporte une solution précise à leurs besoins précis.

Vous laissez alors la concurrence parler à tout le monde en général, mais parler à tout le monde c'est aussi parler à personne...



Répondez à cela : Quel est LE problème DUR de mon client ?

1.2 Utilisez les outils d'analyse des réseaux sociaux : Les plateformes comme Facebook (rubrique Statistiques de votre Page) et Instagram offrent des outils d'analyse qui vous aident à comprendre qui interagit avec vos publications.

Le nombre de vues, de like, commentaires et partages sont des indicateurs qui montrent que vos contenus plaisent.

En reproduisant ces contenus, rédigés autrement, vous continuerez à intéresser les mêmes personnes, capterez l'attention d'autres personnes sur ces problématiques, et augmenterez votre rayonnement.



Repérez vos publications qui marchent

Et approfondissez, si elles ont marché une première fois, c'est que vous pouvez reproduire la performance.

1. Comprendre votre public cible

1.3 Créez des personas : Développez des profils fictifs de votre public cible en incluant des détails tels que l'âge, le sexe, les intérêts, et les problèmes auxquels ils font face.

Vous pouvez par exemple parler de Martine, mère de famille de 37 ans, avec 2 enfants, qui a des douleurs récurrentes au dos à force de porter les courses, les enfants, porter les problèmes de la famille, son quotidien va parler à toutes les Martine. Vous serez en mesure de montrer que vous connaissez leurs problèmes...



Enrichissez une fois par trimestre vos fiche Clients Idéaux

1.4 Observez la concurrence : Analysez les audiences de vos concurrents pour en savoir plus sur les clients potentiels que vous pourriez atteindre.

C'est un point souvent négligé, et pourtant tellement précieux : en allant voir la concurrence, la manière dont elle se présente, les publications, les réactions de leur public, alors vous apprendrez bien plus vite et ferez progresser vos

Faire cet exercice régulièrement est nécessaire pour garder une longueur d'avance.



Inscrivez cette « veille » dans votre planning 1 x par trimestre.

1.5 Effectuez des enquêtes et des sondages : Demandez à votre audience actuelle et potentielle leurs avis et préférences directement.

En faisant participer votre audience actuelle, vous leur rendez service, parce que tout le monde aime qu'on leur demande leur avis (sur votre logo, vos doutes, vos impressions...)



Adressez-vous régulièrement, de manière directe, à votre audience pour « les mettre dans la confiance » et les fidéliser.

1.6 Testez et ajustez : Publiez différents types de contenu pour voir ce qui résonne le mieux avec votre public.

1. Comprendre votre public cible

Rien n'est plus précieux que de tester différents types de contenu : vidéo, publication classique, visuel seul, newsletter, sms...

Peut-être que votre audience n'aime pas vos écrits et seraient plus acheteurs sur vos vidéos ?

Comment pouvez-vous le savoir sans en faire le test ?

De même, votre audience veut-elle des publications courtes ? Des articles de fond à lire rapidement ? Des articles de fond ?

Tant que vous ne testez pas le fond, vous ne pouvez pas le savoir. Votre intuition est peut-être bonne (d'ailleurs votre concurrente a l'air de s'en sortir très bien sur son Insta avec ces milliers de followers !!!). En fait vous n'en savez RIEN.

Seuls les chiffres de VENTE sont importantes. Vous pouvez avoir une grosse audience et plein de like, et aucun chiffre d'affaires ne tombe ! Comme mon premier client, sculpteur sur pierre, qui était heureux que tout le monde "aime ses sculptures dans les salons Bien-Être de la région". Mais personne n'achetait.

Vous DEVEZ savoir ce qui plait à votre clientèle. Pour cela, vous devez tester, et leur demander (c'est plus rapide !!!)



Faites des tests régulièrement sur la forme de vos publications, pour ajuster leur pertinence.

1.7 Restez à jour : Les préférences du public évoluent, alors assurez-vous de suivre les tendances actuelles et d'adapter votre stratégie en conséquence.

Votre cible était peut-être sur Facebook, mais maintenant elle est plutôt sur Instagram ?

Comment pouvez-vous le savoir si vous ne testez pas cette plateforme (et oui, ça nécessite des efforts d'être entrepreneur 😊) !

En utilisant ces stratégies, vous serez en mesure d'identifier avec précision votre public cible sur les réseaux sociaux, ce qui vous permettra de développer vos ventes de manière plus efficace.

2. Créer un contenu de qualité

Pour créer un contenu de qualité sur les réseaux sociaux et ainsi développer vos ventes, suivez ces conseils :

2.1 Comprenez votre audience : Avant de créer du contenu, comprenez les besoins, les préférences et les problèmes de votre public cible.

On en revient au chapitre précédent, c'est un préalable indispensable: si vous ne connaissez pas votre cible, vous parlez à tout le monde et pas à ceux qui ont un besoin identifié.

C'est comme si un kinésithérapeute parlait de recettes de cuisine parce que ça lui passe par la tête, ce n'est ni crédible ni utile. Votre temps est trop précieux.

Cette étape est à faire une bonne fois, vous n'aurez plus besoin d'y revenir souvent. La base est posée.



Faites un check-up de vos connaissances à propos de vos clients actuels, passés, et vos futurs clients.

2.2 Créez une stratégie de contenu : Planifiez le type de contenu que vous allez publier et assurez-vous qu'il est en ligne avec vos objectifs de vente.

Vous ne pouvez pas publier en suivant seulement votre intuition, votre approche doit être structurée !



Créez votre liste cadencée de sujets à aborder, le type de visuel, l'objectif de la publication, et indiquez le jour où vous vous engagez à publier.

Être régulier est une condition obligatoire pour réussir.

Ne plus publier donne l'impression que votre activité est fermée. C'est ce que vous voulez ?

2.3 Utilisez des visuels de haute qualité : Les images et les vidéos de qualité attirent l'attention.

2. Créer un contenu de qualité

Parmi les centaines de visuels que votre œil parcourt chaque jour, il retient ceux qui sont de qualité.

Les images floues, mal cadrées, avec des déséquilibres sont considérés par le cerveau comme à négliger, elles ne resteront pas dans la mémoire.

Au contraire, des visuels bien construits, avec des contrastes, de l'émotion, des touches de couleur

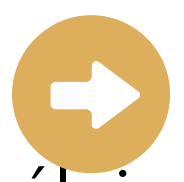


Constituez-vous une bibliothèque de visuels que vous aurez construits, à vos couleurs, en début de période, quand vous avez encore le temps (puisque pas assez de client).

2.4 Soyez authentique : Racontez des histoires authentiques et engageantes qui créent un lien émotionnel avec votre public.

Ça ne sert à rien de parler de banalités, c'est même contre-productif, si vous n'apportez pas votre point de vue personnel, vos valeurs, votre expertise, votre histoire, alors votre publication est journalistique, et ne se différencie pas de la concurrence.

Il ne s'agit pas d'être narcissique et de vous montrer comme on expose une bête de foire, il s'agit de délivrer du contenu exclusif, impactant, qui parle à votre audience parce que ça les touche dans leur quotidien, dans leur quête de réponse, dans leur besoin d'aide.



C'est en restant vous-même que vous marquerez les esprits et éloignerez ceux qui ne seront de toute façon pas vos clients parce qu'ils n'aiment pas ce que vous proposez. Soyez Authentique.

2.5. Soyez cohérent : Maintenez une cohérence dans le style, la voix et le calendrier de publication.

Vous ne pouvez pas décider de changer continuellement de couleurs, de rythme de publication, de ton, c'est déstabilisant pour votre audience et montre une inconstance.

2. Créer un contenu de qualité

Un professionnel qui agit dans la durée reste sur une ligne directrice qui lui est propre.

Imaginez la salle d'attente de votre médecin de famille qui est redécoré tous les mois. Allez-vous vous sentir bien en arrivant, en sécurité ?



Trouvez votre Style et respectez-le plusieurs mois, c'est rassurant et ça ancre votre unicité dans le temps.

Quitte à en proposer une version nouvelle dans quelques mois par exemple.

Il n'est PAS QUESTION de faire quelque chose de parfait dès le début. Mais d'agir MAINTENANT pour ajouter une nouvelle pierre à votre entreprise. Par exemple votre première carte de visite n'a pas besoin d'être complète. Son unique but est que votre interlocuteur ait votre nom/prénom et coordonnées dans sa poche pour plus tard.

Le reste c'est du blabla mental.

2.5 Utilisez des call-to-action (CTA) : Incitez votre audience à passer à l'action, que ce soit en achetant, en s'inscrivant à une newsletter ou en partageant du contenu.

Vos publications doivent mener votre audience vers une action.

Soit elle part ailleurs, soit elle s'approche de votre magasin.

Dans un magasin, les indications sur la vitrine montrent ce qu'il vend et vous donne envie d'aller acheter.

Une boulangerie avec une vitrine nue vendra moins qu'une boulangerie avec marqué « Croissants chauds chaque matin à 8h – quantité limitée ».

Vos publications doivent inviter à réserver un RDV, aller sur votre site internet, appeler.



Dans vos publications, dites franchement aux lecteurs quelle est la porte de sortie pour aller plus loin. Faites-le dès maintenant.

2.6 Mesurez et ajustez : Utilisez les données d'analyse pour comprendre ce qui fonctionne et ajustez votre stratégie en conséquence.

On revient à la base : mesurer est une nécessité.

Que ce soit Google MyBusiness, Facebook ou LinkedIn, Instagram ou Youtube, vous avez des mesures affichées sur vos publications.

 **Faites cela une fois par mois** (et hop, votre check-liste s'enrichit d'une nouvelle routine !)

En suivant ces étapes, vous serez en mesure de créer un contenu de qualité sur les réseaux sociaux qui attire votre public cible, les engage et contribue à augmenter vos ventes.

3. S'engager activement avec les abonnés

3.1 Interagissez avec votre audience : Répondez aux commentaires et aux messages pour créer une relation solide.

Si vous n'accordez pas de l'attention à ceux qui ont pris la peine de vous écrire un commentaire, de partager votre contenu, que vont-ils penser ? C'est comme si vous rendiez service à quelqu'un et qu'il ne vous disait pas merci.

3.2 La régularité est une clé puissante !

C'est encore une fois la régularité qui va faire toute la différence.

J'ai un client qui a fait une vidéo par jour, il ne se passa rien pendant 6 mois, et pourtant il répondait à chaque commentaire, générant à nouveau des réactions (les réseaux sociaux voient alors que la publication fait réagir, et renforce alors sa visibilité en la proposant à d'autres personnes).

Au bout de 6 mois, LinkedIn a dopé sa dernière publication, et son business a connu un cap majeur !

 **Programmez du temps**, juste après avoir publié (dans la journée) pour prendre le temps de répondre à votre audience.

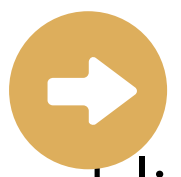
3.3 Soyez actif et réactif : Répondez rapidement aux commentaires, aux messages privés et aux mentions. L'interaction rapide montre que vous vous souciez de vos abonnés.

C'est une clé pour montrer aussi aux Réseaux Sociaux que vous êtes actifs.

3.4 Organisez des concours et des jeux : Les concours et les jeux peuvent stimuler vos réseaux sociaux.

Vous avez plusieurs solutions pour ces concours, ça peut aller du simple sondage en ligne (sites gratuits sur Google) pour récolter les adresses mails des internautes qui répondent, avec à la clé l'envoi par exemple d'un échantillon, d'un lien vers une ressource de qualité, une vidéo, etc...

3. S'engager activement avec les abonnés



Testez les concours et jeux, pour comprendre ce que votre public aime. Ne restez pas sur l'échec du premier test, il aura été imparfait et c'est ainsi que vous apprendrez à en faire un nouveau plus qualitatif. C'est en testant que vous progresserez.

3.5 Posez des questions : Posez des questions à votre audience pour susciter des discussions.

Les sondages et les questions ouvertes sont efficaces.

Le cerveau est incapable de reculer quand on lui pose une question. Le plus simple pour lui pour trouver la réponse c'est de la découvrir dans votre contenu.

Les quizz, les questionnaires, les simples questions montrent à votre audience que vous avez envie de les connaître.

Vous pouvez aussi poser une question à la personne qui a déposé un commentaire sur votre publication par exemple. Il sera alors fortement invité à répondre, inconsciemment. Et cela dopera votre publication.



Testez les Questions, sous plusieurs formes. Les réponses sont de l'Or car elles arrivent des personnes qui ont été intéressées pour répondre.

3.6 Créez une communauté : Encouragez la création d'une communauté autour de votre marque. Facilitez les échanges entre abonnés.

La communauté peut être constituée dans une liste email (type newsletter), groupe Facebook, groupe Whatsapp,... Rassembler ceux qui vous suivent dans un espace privilégié est une manière de les cocooner, de leur apporter du contenu exclusif.

3. S'engager activement avec les abonnés

En achetant une formation en ligne par exemple, j'ai été invité à rejoindre un groupe Whatsapp pro. Ou un canal Telegram.

J'ai alors accès aux discussions, aux doutes, aux réponses du groupe et du formateur.



Créez dès maintenant cet espace, à votre convenance, avec vos clients passés et actuels, et envoyez-leur une actualité exclusive.

Et voyez comment le faire évoluer.

3.7 Mesurez, Analysez vos données : Utilisez des outils d'analyse pour suivre les performances de vos publications. Ajustez votre stratégie en fonction des résultats.

Votre chiffre d'affaires est dans votre communauté. Ils savent déjà qui vous êtes, et seront les premiers à acheter quand vous sortirez une nouveauté. Pas les prospects froids.

Je n'y reviens pas, la croissance de votre communauté se mesure, ne serait-ce qu'en notant quelque part le nombre de personnes dans ce groupe, et vous fixer un objectif de croissance.

Partir à l'aveuglette, au feeling est une fausse bonne idée. La seule chose qui compte, c'est que vous soyez régulier dans vos publications (sans en faire une par jour obligatoirement !), et le nombre de discussions que vous allez générer par jour ou semaine.



Fixez-vous un objectif mensuel de croissance de votre nombre de contacts, followers, discussions, commentaires,....

Une clé ?

Si je veux avoir 2000 euros de Chiffre d'Affaires le mois prochain, et que mes prestations sont à 200 euros, je dois viser 10 clients dans le mois.

Qu'est ce qui va amener 10 clients ?

Le nombre de nouveaux contacts que vous allez faire ce mois-ci. C'est mathématique.

4. Soyez présent sur plusieurs Canaux

4.1 Identifiez vos canaux cibles : Comprenez où se trouve votre public.

Choisissez les canaux qui correspondent le mieux à votre entreprise.

Comme vous ne savez pas à l'avance celle qui va marcher pour vous, vous devez tester plusieurs canaux.

Je conseille à tous mes clients d'ouvrir plusieurs canaux, pour 3 raisons :

- Vous n'êtes pas à l'abri qu'un canal se ferme (piratage, perte des identifiants, fermeture du canal...)
- Vous ne savez pas si – pour VOUS – le canal que vous préférez va marcher alors qu'il marche bien pour votre principal concurrent
- Google le roi du référencement doit trouver vos informations à plusieurs endroits, c'est ainsi qu'il verra que vous « occupez le terrain » avec une présentation homogène, et renforcera la visibilité de chacun de vos canaux.

Chaque réseau social a son propre public et objectif, et ses règles de référencement.



Testez et persévérez. Tant que vous avez du temps, profitez-en pour être présent sur plusieurs canaux.

4.2 Créez un plan de contenu : Établissez une stratégie de contenu pour chaque canal. Personnalisez votre contenu en fonction des caractéristiques de chaque plateforme.

Inutile de créer des choses différemment.

Vous pouvez simplement prévoir un contenu unique (une publication), et des variantes sur les plateformes (format, message, rédaction, appel à l'action...).

Dans ce cadre, vous travaillez UNE fois, et vous multipliez les effets de ce travail, en publiant sur plusieurs canaux.

vous ne pouvez pas parler sur une page Facebook et sur un profil de la même manière, changez le ton de la publication, mais PAS vos codes-couleurs, votre marque et votre style bien à vous.

4. Soyez présent sur plusieurs Canaux

4.3 Soyez cohérent : Maintenez une cohérence visuelle et de style sur tous vos canaux. Utilisez des éléments de branding pour que votre public puisse vous identifier facilement.

J'insiste et j'enfonce le clou : qui imaginerait de voir deux enseignes Mac Donald dans deux villes, l'une noir et or et l'autre vert et jaune ?

 **Votre style est personnel, unique, montrez-le et assumez-le** (après l'avoir testé, par exemple auprès de votre communauté Facebook)

4.4 Planifiez vos publications : Utilisez des outils de gestion de médias sociaux pour planifier et publier régulièrement. Assurez-vous de publier aux moments où votre public est le plus actif.

J'ai été étonné de voir que mes publications LinkedIn ou les messages privés sur ce canal recueillaient beaucoup plus de réactions et réponses le dimanche après 17h qu'en semaine. C'est une observation qui m'a fait modifier mon calendrier...

Il existe plusieurs sites qui permettent de publier en une fois sur plusieurs canaux. Testez et choisissez le vôtre, prendre un abonnement mensuel n'est pas une perte d'argent, parce qu'il est plus important de passer du temps à rédiger une publication de qualité que de faire des copier-coller, avec les risques d'oubli et de fautes....

 **Testez et simplifiez-vous la vie.** Il est plus précieux et plus utile pour votre chiffre d'affaires de vous occuper à répondre aux commentaires qu'à faire 4 copier-coller de vos publications

4.5. Explorez de nouveaux canaux : Restez ouvert à l'exploration de nouveaux réseaux sociaux (les tendances et le comportement de votre public change. Dédiez un moment pour ouvrir et tester un nouveau canal. Et accepter ce que vous y découvrez. Quitte à arrêter un canal (en prévenant votre communauté !) pour renforcer le nouveau.

 **Programmez d'explorer un nouveau canal dans 6 mois.** Et tenez bon ! Le chiffre d'affaires arrive aussi en ouvrant de nouvelles portes. En diversifiant votre présence sur les réseaux sociaux, vous augmentez vos chances d'atteindre un public plus large et de stimuler les ventes.

5. Analyser et ajuster votre stratégie

1. Consacrez une fois par an à l'analyse de vos pratiques
2. Rectifiez le tir, en fonction des mesures – et pas de vos impressions

Je connais un entrepreneur qui consacre une semaine par an à analyser de fond en comble son activité, et mettre en place les nouvelles actions, en abandonnant ce qui a donné le moins de résultats.

Quitte à changer de produit, d'entreprise, à ouvrir un nouveau business, mais toujours en se basant sur les indicateurs.

Par exemple pour mon activité, je réalise des accompagnements individuels, où je m'éclate, des accompagnements en groupe, tellement enrichissants et accessibles pour des forfaits plus modestes.

Je décide de mettre en place du contenu avec des forfaits encore plus accessibles pour répondre aux besoins de ceux qui ont peu de trésorerie, et peu de temps en journée : une formation en ligne, par capsules vidéos.

Se diversifier dans ce qu'on propose + décliner nos offres pour toucher des personnes ayant des situations différentes MAIS LE MÊME besoin fondamental, voilà la 5e clé indispensable à ta croissance.

L'entrepreneur doit être agile et se remettre en question, tout en persévérant dans son activité.

Toi qui a choisi de développer ton chiffre d'affaires, tu as le choix.

- Soit tu continues à fonctionner comme hier, et ton chiffre d'affaires sera à l'image de ce que tu fais actuellement : il stagne.
- Soit tu décides d'appliquer les 5 clés présents dans ce Guide, tout seul ou en étant accompagné.

Ton expertise est **précieuse** pour tes clients et ceux qui te cherchent.
Il est préférable que ce soit avec toi, plutôt que chez le concurrent, non ?

Veux-tu vivre complètement ton rêve et te donner les moyens d'augmenter ta visibilité et ton chiffre d'affaires ?



Je te propose un BONUS : un entretien en visio pour échanger sur ta situation actuelle et tes objectifs.

Un entretien découverte de 30mn pour passer en revue ce que tu as déjà mis en place, voir tes concurrents, voir s'il y a de la place vide à occuper en quelques semaines.

Tu repartiras avec 3 idées majeures à appliquer immédiatement.

Réserve directement sur mon agenda ce RDV découverte sans engagement :

<http://bit.ly/AgendaJMHOUEL>

Ton temps et le miens sont précieux, ne prend RDV que **si tu as une forte envie de mieux vivre de ton activité et de maîtriser les réseaux sociaux pour qu'ils t'apportent un flux régulier de prospects ciblés.**

J'ai été content que tu oses lire jusqu'à ces lignes.

Maintenant, passe à l'action !

Jean-Marc

