

POURQUOI ET COMMENT MISER SUR VOTRE IMAGE ?



80% des gens apprécient en apprendre davantage sur une entreprise via du contenu personnalisé et se sentent plus en confiance lorsque celui-ci est bien conçu.

Découvrez notre top 5 des incontournables à exploiter...

5 CHOSES QUI AMÉLIORERONT NETTEMENT VOTRE IMAGE !

5- UNE SIGNATURE ÉLECTRONIQUE PERSONNALISÉE

Une signature personnalisée à la fin de vos courriels est un excellent moyen de vous démarquer. Vous pouvez la changer régulièrement selon l'humeur ou selon ce que vous souhaitez mettre en valeur. Vous pouvez également insérer des capsules pour informer vos clients sur vos nouvelles promotions ou produits.



78% des directeurs marketing croient que le contenu personnalisé est le futur du marketing

4- UNE INFOLETTRE ATTRACTIVE

Les personnes qui reçoivent votre infolettre veulent quelque chose qui se distingue. Si le design laisse à désirer, ou si le sujet ne suscite pas leur intérêt ils se désabonneront tout simplement de votre liste d'envoi. L'apparence de l'infolettre va donner à l'abonné l'envie de lire le contenu, raison pour laquelle vous devez avoir une mise en page moderne et attractive.

En vous démarquant par un titre efficace ainsi qu'une mise en page créative et soignée, vous gardez le contrôle sur la communication de votre marque. En personnalisant votre infolettre vous maintenez donc un lien privilégié et direct avec vos clients et prospects.



Le marketing courriel démontre un Retour Sur Investissement 2 fois plus élevé que le télémarketing, le réseautage ou les événements commerciaux.

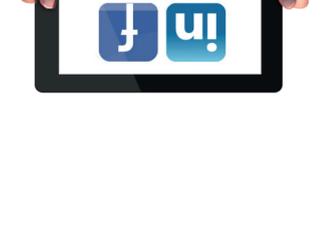


3- LES RÉSEAUX SOCIAUX

Les gens sont attirés par du contenu qui les interpelle : soit dans le contenu soit dans la forme (intérêt pour le sujet et qualité de l'image). Il vous faut donc cibler votre public en adoptant une stratégie qui vous permettra d'avoir de meilleures retombées. Les contenus drôles, touchants, mignons, «qui font du bien», fonctionnent mieux que les autres.

Les retombées d'une bonne utilisation des réseaux sociaux sont multiples : ventes, visibilité, notoriété et réduction du budget alloué au marketing.

6 personnes sur 10 dans le monde possèdent au moins 1 compte sur un réseau social. C'est donc un outil inévitable pour attirer de nouveaux prospects, et donc de nouveaux clients potentiels !



2- UN BON SITE INTERNET

85% des gens utilisent le web pour trouver des services et des produits. Plutôt que regarder dans l'annuaire, ils vont sur Internet pour chercher un service ou un produit avant de prendre leur décision. S'ils n'y trouvent pas votre site, ils trouveront ceux de vos concurrents. Les critères qu'ils prennent en compte sont principalement : le temps de chargement de la page (40 % des internautes abandonnent un site s'il prend plus de 3 secondes à charger), l'apparence (qualité des images, créativité et design) et la pertinence du contenu.

Considérez donc le site internet comme un investissement à court et moyen terme. Vous vous rendrez rapidement compte de ses retombées sur vos ventes, relations avec vos clients, et sur votre notoriété.



Pour 47% des gens, le design d'un site Web est le premier et plus important critère de crédibilité envers une marque ou une entreprise.

1- UN LOGO REPRÉSENTATIF DE VOTRE SOCIÉTÉ

Le logo est votre premier et plus important lien avec le public. S'il est professionnel, il fera sentir aux gens que vous êtes compétents dans ce que vous faites ; mais un logo bâclé ou mal conçu transmettra l'idée contraire et diminuera la confiance des gens envers votre entreprise. À éviter absolument : vouloir économiser en concevant votre logo vous-même, ne pas tenir compte des couleurs (lien avec votre domaine d'exercice), un logo trop chargé ou complexe (risque de décolorer l'attention du spectateur), des effets inutiles (ombres, 3D, trop de textures ou de dégradés). Regardez autour de vous, les grandes marques dont vous vous souvenez le plus ont toutes des logos simples et épurés ; ce n'est pas pour rien !

Regardez comment un petit détail peut changer le sens d'une image auprès du public :



Il est donc essentiel que votre logo soit représentatif de votre entreprise et de votre secteur d'activité. Et surtout, qu'il ne prête pas à confusion ! N'hésitez pas à faire refaire votre logo si vous vous rendez compte qu'il n'est pas conforme à l'image de votre entreprise.

Exemples de types de logo à proscrire :



UNE GESTION COMPLÉMENTAIRE DE CES OUTILS

Pour optimiser l'utilisation des outils précédents, il vous faut créer une synergie entre ceux-ci. Créez des liens entre vos différentes plateformes et restez dans les mêmes thèmes tout en diversifiant le contenu. Il est nécessaire que le tout soit cohérent pour renforcer votre image de marque. Vos abonnés doivent reconnaître votre entreprise, peu importe la plateforme depuis laquelle ils s'informent : site internet, réseaux sociaux ou support papier.



N'oubliez pas, quelques secondes suffisent pour créer un impact positif ou négatif envers votre organisation. Marquez l'esprit de vos actuels et futurs clients en vous démarquant de vos concurrents grâce à du contenu visuel créatif ainsi que des outils de communications adaptés à votre identité, mais aussi à vos besoins.

GROUPE ADMIOR, PARTENAIRE DES ENTREPRISES...

GESTION DE RÉSEAUX SOCIAUX



DANS TOUS LES ASPECTS DE LA COMMUNICATION

CONCEPTION GRAPHIQUE



CRÉATION ET GESTION DE SITE WEB

