

DIGITAL MARKETING

GUIDE POUR SALONS DE COIFFURE

Temps de création 5/5 C'est un engagement continu.

Temps de gestion 5/5 Vous aurez besoin de vous tenir au informé car les méthodes changent et évoluent.

Qu'est-ce que le digital marketing ?

En bref, c'est la manière dont vous faites la promotion de votre entreprise sur internet. Il est essentiel pour n'importe quelle entreprise et particulièrement pour les salons locaux. Fait correctement, il aidera le bon type de client à trouver votre salon.

Pourquoi utiliser le digital marketing pour mon entreprises ?

Il aidera votre entreprise à grandir en attirant de nouveaux clients tout en aidant à retenir ceux que vous avez déjà. Il aidera votre entreprise a :

- **Etre vu** : à travers les réseaux sociaux et de la publicité en ligne
- **Etre trouvé** : via les annuaires et les moteurs de recherche tels que Google et Bing
- **Etre choisi** : depuis votre site internet et commentaires

Quelques chiffres

Les e-mails envoyés avec un bouton de partage sur les réseaux sociaux augmentent les recherches de 158%*

*source : Webdam.com

Une étude de 400 petits entrepreneurs montre que 49% d'entre eux pensent que le digital marketing est la partie la plus important dans une stratégie de croissance réussie.*

*source : econsultancy.com

Le mobile est la source la plus populaire lorsqu'il s'agit de trouver des produits et services destiné au 16-34 ans.*

*source : IAB 2014

10 ÉTAPES POUR CONFIGURER ET UTILISER LE DIGITAL MARKETING

De quoi ai-je besoin pour commencer ?

Certaines choses pourront être réalisées gratuitement, d'autres auront cependant besoin d'être budgétisées. Ce dont vous aurez besoin de :

- Décider combien de temps et d'argent vous pouvez engager.
- Faire des recherches sur qui sont vos clients, ce qu'ils pensent, ressentent, font
- Où vous (potentiels) clients se trouvent : Facebook ? Twitter ? Instagram ?
- Quels sont vos objectifs et que voulez-vous en retirer ?

Étape 1 : Connaissez vos clients

Ou les clients que vous essayez d'attirer :

- Qui sont-ils ?
- Que valorisent-ils ?
- Quels services et produits les intéressent et pourquoi ?
- Que cherchent-ils sur internet ?
- Combien ont-ils à dépenser ?

Vous pouvez commencer avec vos clients existants. Demandez-leur pourquoi ils choisissent votre salon et pourquoi ils continuent de revenir. Les réponses à ce genre de questions vous aideront à définir les prochaines étapes.

Étape 2 : Optimisez votre site internet

Cela signifie que vous devez être sûr que votre site ne peut être meilleur que ce qu'il est actuellement. Est-ce que toutes vos pages sont écrites avec votre client en tête ? Utilisez-vous des mots que vos clients seront susceptibles de chercher ? Demandez-vous à propos de votre site internet :

- Dit-il tout ce que le client a besoin de savoir ? Dispose-t-il des bases : adresse, numéro de téléphone, carte, heures d'ouverture, liste de prix et offres spéciales ?
- Propose-t-il du contenu adéquat ? Reflète-t-il les produits et services qui intéressent vos clients ?
- Est-il performant ? A quelle vitesse se charge-t-il et fonctionne-t-il correctement ? Y a-t-il des liens morts ? Est-ce facile pour l'internaute de naviguer sur votre site ?

Étape 3 : Aidez vos clients à trouver votre site internet sur Google

Environ 89% des consommateurs utilisent un moteur de recherche pour trouver des informations sur un produit. Il y a deux façons d'être trouvé via un moteur de recherche :

- **La méthode gratuite : SEO (Search Engine Optimisation)**

Plus communément appelé « référencement naturel », cette méthode repose sur un principe de concordance entre les mots/phrases qui se trouvent sur votre site internet et ceux qui sont tapés lors d'une recherche d'un internaute. Lorsque vous élaborerez le contenu de votre site, pensez donc à quels mots pourrait utiliser vos clients s'ils devaient vous trouver via un moteur de recherche. Tâchez aussi de fournir du contenu pertinent et mettez-le à jour régulièrement. Ce sont aussi des critères pour un bon référencement naturel. Cette méthode est cependant assez lente.

- **La méthode payante : SEA (Search Engine Adwords)**

Cette méthode vous permet « d'acheter » via un système d'enchère certains mots clés que vos clients pourraient utiliser lors d'une recherche. Dès lors qu'un de ces mots clés est tapé, votre site internet apparaîtra dans l'espace dédié aux annonces soit tout en haut de la page de recherche. Vous ne paierez que lorsqu'un internaute aura cliqué sur votre annonce. On appelle cela du PPC (Paiement Par Clic). Cette méthode peut s'avérer très efficace lorsqu'il s'agit d'accroître le trafic sur son site internet. De plus, les résultats sont pratiquement immédiats. Elle nécessite cependant une certaine maîtrise des services que Google propose et demande aussi d'y consacrer un certain budget.

Étape 4 : Veillez à publier du contenu sur votre site internet

Google adore les sites internet qui disposent de contenu régulièrement mis à jour tels que les blogs. La raison est que les internautes ont tendance à effectuer leur recherche sous forme de question telle que « Comment puis-je... » ou « Où trouver... ». Si vous pouvez offrir un blog ou une courte vidéo qui répond à ce genre de questions, vous améliorerez votre référencement.

Étape 5 : Soyez social

Créer du contenu qui se partage est également un excellent moyen pour faire la promotion de son salon sur les réseaux sociaux. Pour en savoir plus sur les réseaux sociaux, n'hésitez pas à consulter nos guides qui s'y rapportent (Facebook, Twitter, Youtube, Instagram). Les réseaux sociaux aident à créer une conversation entre vous et vos clients. En leur offrant du contenu intéressant et/ou utile tel que des promotions ou des concours, vous êtes à même de créer une communauté. Cela permet notamment de construire un certain engagement envers votre salon de la part de vos clients actuels mais aussi de présenter votre salon aux nouveaux clients.

Étape 6 : Enregistrez-vous sur Google Mon Entreprise

Google Mon Entreprise vous permet d'enregistrer les coordonnées et les informations de votre salon de sorte à ce qu'elles se retrouvent dans les recherches, dans Google Maps ainsi que dans Google+. De cette manière, les internautes pourront toujours trouver votre salon, quel que soit le dispositif qu'ils utilisent. Pour plus d'informations, consultez notre guide Google.

- Lien pour s'enregistrer : <https://www.google.com/intl/fr-CA/business/>

Étape 7 : Optimisez votre site web pour le format mobile

Cela vous donnera un avantage en terme de recherche locale. La plupart des recherches locales s'effectue sur un mobile plutôt qu'un ordinateur. Si un client arrive sur votre site internet et qu'il ne peut s'en servir correctement, il le quittera. Si trop de personnes quittent votre site, Google va penser qu'il n'est pas ce que les gens cherchent et va donc le faire descendre dans les résultats de recherche.

Étape 8 : Analysez votre site internet

Enregistrez-vous sur Google Analytics. Cela vous aidera à analyser l'activité de votre site et donc de savoir comment il fonctionne. Vous pourrez notamment voir comment les clients ont trouvé votre site internet et quelles pages ces derniers ont consulté. Les résultats peuvent parfois surprendre et vous donneront un aperçu précieux.

Étape 9 : Proposez une newsletter

Proposez à vos clients un incitant à s'enregistrer à votre newsletter. Cela peut être un concours ou 10% de réduction sur leur prochaine coupe. Si vous avez un blog ou des vidéos utiles à partager, une newsletter est un excellent moyen de proposer ce contenu directement aux personnes qui l'apprécieront le plus. Proposez TOUJOURS un Call To Action pour que vos clients visitent votre site. Autrement dit, proposez quelque chose qui donnera envie à vos clients de visiter votre site. Si vous proposez un blog par exemple, faites une courte vidéo « teaser » dans votre newsletter et ajoutez-y un lien qui renvoie à votre blog. Cela peut aussi être tout simplement une phrase d'accroche.

Pensez aussi aux mails automatiques pour des choses telles que :

- Les anniversaires accompagnés d'une offre spéciale pour l'occasion
- Les rappels de coloration

Ne pensez pas que vous aurez à déboursier beaucoup d'argent pour un programme de newsletter. Il existe beaucoup d'outils gratuits tel que MailChimp.

Étape 10 : Continuez !

Soyez sûr que vous avez prévu du temps, vous et votre équipe, pour gérer vos activités digitales. Pensez à élaborer un plan afin de déterminer qui fait quoi, quand. Cette stratégie devrait inclure les réseaux sociaux sur lesquels vous êtes présent, votre blog et votre newsletter.

Ne vous pressez pas lors de la configuration de vos pages. Expliquez à votre personnel qu'ils partagent leur expertise et promotionnent leurs compétences. Faites-en quelque chose de fun et excitant plutôt qu'une chose de plus à ajouter au tableau des tâches. Si vous avez une réunion hebdomadaire avec votre personnel, profitez-en pour faire un brainstorming. Planifiez votre contenu dans un calendrier de sorte à gagner du temps.

LES CHOSES À FAIRE ET À NE PAS FAIRE EN DIGITAL MARKETING

À faire

- **Être patient**
Cela peut prendre du temps avant que vos efforts ne paient réellement. Prenez donc votre mal en patience, cela finira toujours par payer.
- **Mettre le client en priorité**
Que veulent-ils ? Par quoi se sentent-ils concernés ?
- **Avoir un plan**
Mettez un petit peu de votre temps de côté chaque jour afin de le consacrer aux réseaux sociaux et une fois par semaine pour l'analyse de votre site internet.
- **Trouver sa voix**
Quel est le ton de voix de votre marque ? Autrement dit, de quelle manière va-t-elle s'exprimer ? De façon fun ? Sophistiquée ? Quel que soit le ton que vous utiliserez, exprimez-vous toujours de la même manière, même sur les réseaux sociaux.
- **Considérer son site internet comme une vitrine**
Faites-y refléter votre marque et entretenez votre image.

À ne pas faire

- **Créer du contenu parce qu'il le faut**
Il est primordial que le contenu que vous proposez soit utile et/ou intéressant pour vos clients.

CONSEILS D'INITIÉ

Demandez un feedback

Des logiciels gratuits tel que Survey Monkey vous permettent de demander facilement à vos clients ce qu'ils pensent de votre activité sur les réseaux sociaux, de votre site internet ou encore de votre newsletter. Offrez un incitant tel qu'une coupe gratuite pour ceux qui prennent part à l'enquête. Ils ont peut être remarqué quelque chose que vous n'auriez jamais imaginé auparavant.

Choisissez ce qui fonctionne le mieux pour votre marque.

Facebook est actuellement le roi du social. C'est le plus important réseau social du monde mais il se peut que cela ne fonctionne pas pour vous. Ne faites pas quelque chose juste parce que les autres le font. Faites le parce que ça marche pour votre salon.

Pensez local

Enregistrez-vous sur des annuaires en ligne tel que Yelp.com mais aussi sur des annuaires plus locaux comme annuairepro-belgique.be.

Enregistrez-vous sur Google Trends

Cet outil vous permet de suivre et comparer les tendances. Il vous aidera à identifier ce que les gens cherchent sur Google et vous donnera des idées de contenu.