

ENTREPRISES DE SERVICE : conseils pour un marketing efficace



PHOTO : ISTOCK

Mettre en place des bonnes pratiques au niveau du marketing apportera plusieurs retombées positives à votre entreprise, en plus de vous éviter de perdre des sommes importantes à faire plusieurs essais-erreurs avant de pouvoir atteindre vos objectifs. Vous gagnerez ainsi à plusieurs niveaux en appliquant de bonnes pratiques dans vos activités de mise en marché !

Les avantages d'un bon marketing

Plus de bons clients

Si vous œuvrez dans le secteur des services à domicile, vous savez qu'il y a toutes sortes de clients, des plus exigeants aux plus généreux. Vous vous demandez probablement de quoi votre entreprise et votre quotidien auraient l'air si votre clientèle n'était composée que de clients généreux et faciles... En ayant une visibilité accrue grâce à un bon marketing, vous attirerez plus de prospects, ce qui vous permettra d'être plus sélectif.

Plus de ventes

Plus vous avez de clients qui veulent vos services, plus vous pouvez augmenter vos prix selon le marché et refuser les contrats qui ne sont pas assez payants.

Plus de bons employés

En ayant plus de bons clients, plus de ventes et une meilleure marge de profit, vous aurez de meilleurs moyens financiers pour recruter et conserver des candidats de qualité.

Moins de gaspillage coûteux

Trop souvent, je vois des efforts marketing bâclés pour économiser quelques dollars. Par exemple, une entreprise qui mettrait plusieurs milliers de dollars dans la diffusion d'une publicité, qu'elle soit imprimée ou numérique, mais qui lésinerait sur la stratégie, le contenu et le design, ferait une erreur. Bien planifier ses efforts marketing a un effet très important sur les résultats obtenus.

Quelques bonnes pratiques marketing

🍂 Savoir à qui on s'adresse

En marketing, plus le message résonne avec le client ciblé, plus son efficacité est augmentée. Vous devez absolument connaître votre client cible et en faire un portrait, communément appelé *persona*. Est-ce un homme, une femme, dans quelle tranche d'âge, quelle tranche de revenu, quel emplacement géographique, quels sont ses intérêts, passe-temps, les marques qu'il aime ? Vous devez tout connaître de votre client type ! Non seulement votre message fera plus écho à des besoins réels, mais vous aurez aussi un portrait fidèle du type de personnes à cibler, par exemple en créant une audience pour de la publicité Facebook. En définissant une audience très précise, vous évitez ainsi de gaspiller votre budget publicitaire auprès des mauvaises personnes.

🍂 « Parler » à son problème

Vous devez vous adresser au problème de votre futur client. Parler de son problème captera son attention, car il se reconnaîtra. Parlez du problème, des conséquences, des alternatives et de ses

inconvénients, etc. Ensuite, démontrez-lui avec assurance que vous pouvez le résoudre et pour-quoi votre solution ou votre produit est le meilleur.

🍂 Être crédible

Inclure dans votre matériel promotionnel des éléments très crédibles tels que le nombre d'années en affaires, le nombre de clients, les noms de vos clients prestigieux, le nombre de produits en inventaire, le nombre d'employés, les prix gagnés, les certifications, etc. Cela mettra en confiance vos interlocuteurs et leur démontrera le sérieux de votre entreprise.

🍂 Appelez à l'action

À la fin d'un contenu marketing, vous devez inciter le prospect à effectuer une action... Sinon il risque de ne rien faire et de simplement « y penser ». Il finira peut-être par vous oublier. Des exemples : « demandez une estimation gratuite », « venez discuter avec nos conseillers en magasin », « voyez nos réalisations », « réservez une démonstration », etc.



SHOPTROPICALS

expérimentez la jungle!

- Grossiste en plantes tropicales offrant un accès direct à des centaines de producteurs du sud de la Floride.
- Livraison directe et rapide (LTL) de la Floride au Canada toute l'année.
- Facturation simplifiée regroupant toutes vos commandes.

**BONSAÏ | PALMIERS | CACTUS
SUCCULENTES | ET BIEN PLUS ENCORE...**

WWW.SHOPTROPICALS.COM

CONTACTEZ-NOUS AU 1-707-TROPICS

OU SUR SALES@SHOPTROPICALS.COM

Inscrivez-vous en ligne pour recevoir notre inventaire.

Service disponible en français, anglais et espagnol.





PHOTO: UNSPLASH

Soigner votre réputation en ligne

La réputation en ligne de votre entreprise a des répercussions directes sur vos ventes. Si vous avez une mauvaise réputation en ligne, beaucoup de clients potentiels iront simplement ailleurs pour combler leurs besoins avant même de vous avoir demandé un prix. Il est important de bien monitorer sa présence et sa réputation en ligne sur les différentes plateformes telles que Google

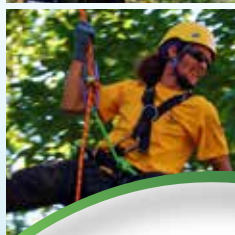
My Business™, Facebook, Yelp et autres. Afin de démontrer que vous êtes à l'écoute de vos clients, vous devez répondre aux avis en ligne, bons et moins bons, et ce, dans un délai le plus court possible. En répondant, vous devez démontrer de la gratitude, de l'empathie et être orienté sur une solution en cas de problème. Profitez-en pour démontrer les valeurs de votre entreprise en y associant un extrait du commentaire du client.

Mesurer l'impact de vos campagnes

Lorsque vous faites des campagnes, qu'elles soient par publipostage, radio, numérique ou autre, il est primordial d'en mesurer les retombées. Demander aux clients comment ils vous ont trouvé est la question la plus importante à leur poser pour savoir quel canal est efficace et où réinvestir. Prévoyez aussi une façon de comptabiliser les réponses pour pouvoir analyser les pourcentages et les nombres.

Utiliser des statistiques pertinentes

Un aspect plus technique, à analyser avec votre webmestre : il est important de savoir d'où viennent les visiteurs de votre site internet (réseaux sociaux, résultats de recherche organiques ou payants, sites référents), quelles pages consultent-ils le plus, sur quelle page passent-ils le plus de temps, quel pourcentage engage un contact avec vous, etc. Il ne s'agit pas d'une dépense inutile, car ces informations sont vitales pour comprendre le comportement des gens qui s'intéressent à votre entreprise et ainsi mieux cibler vos actions. ●



Vos employés sont au cœur du succès de votre entreprise!

HortiCompétences, vous offre une multitude d'outils et d'activités pour favoriser une bonne gestion de vos ressources humaines

- Service d'affichage d'offres d'emploi
- Outils d'aide à la gestion des ressources humaines
- Conférences et ateliers RH
- Informations sur la main-d'œuvre du secteur (enquête salariale, diagnostic sectoriel, études, etc.)

Visitez **note site Web**, un guichet unique d'information pour votre entreprise.

HortiCompétences

Comité sectoriel de main-d'œuvre
EN HORTICULTURE ORNEMENTALE -
commercialisation et services

Avec l'aide financière de :

Commission
des partenaires
du marché du travail
Québec



www.horticompetences.ca