

03

Alexandre Pasche

directeur d'Eco&co, et
Sauveur Fernandez,
L'éconovateur, expert en
marketing vert et bio.

5 RECETTES POUR RATER SA COMMUNICATION DIGITALE

Une communication digitale (ou 2.0) bien faite permet des miracles. Grâce aux réseaux et médias sociaux, les entrepreneurs du bio et du vert peuvent toucher leurs cibles d'une manière rapide, pertinente et adaptée aux nouveaux comportements des consommateurs.

Mais il ne suffit pas de lancer une « fan page » sur Facebook ou de poster une vidéo sur YouTube et les erreurs se commettent facilement. Voici 5 recettes pour tout rater.

RECETTE N°1 Se précipiter en oubliant le B-A BA d'une bonne communication

Energé par le jargon des geeks (experts en technique informatique), humilié par votre fille de 12 ans qui s'étonne que vous ignoriez Pinterest ou Snapchat, vous avez procrastiné pendant des mois. Maintenant, la décision est prise: vous vous lancez dans la communication 2.0, vous vous immergez dans les médias sociaux!

Malheureusement, vous omettez de faire les vérifications essentielles:

- Ma marque est-elle identifiable?
 - Mon offre est-elle explicite?
 - Mes produits sont-ils uniques?
 - Ai-je une promesse forte?
- Aller sur les réseaux sociaux est avant tout l'occasion de vérifier si votre marque, vos produits et vos messages sont convainquants, en revisitant vos fondamentaux.

RECETTE N°2 Ignorer les grands principes de la communication responsable

Il n'y a pas que les grandes marques traditionnelles qui pratiquent le greenwashing (écoblanchiment). Malgré une éthique sincère, beaucoup de marques bio et vertes ont une communication peu responsable par maladresse.

Si vous voulez rater votre campagne:

- Pratiquez la sur-promesse: la crème qui fait rajeunir de dix ans!
- Ne donnez aucune preuve de ce que vous avancez.
- Montrez des visuels sans rapport avec la réalité.
- Multipliez les supports de communication polluants (dépliants, publipostages) et les techniques de communication intrusives (spamming, adresses email collectées sans autorisation, etc.)

RECETTE N°3 S'inscrire à tous les réseaux sociaux du moment... en négligeant de les alimenter

Un stagiaire vous parle de Scoop.it, Vimeo, Flickr, Slideshare, Vine, SnapChat? Vous devez y être. Vous vous précipitez pour ouvrir immédiatement un compte: la bonne affaire, gratuite de surcroît (les inscriptions sont quasiment toujours gratuites)! Pourtant, une communication 2.0 efficace n'est pas gratuite en temps passé. Publication de contenus et animation d'une communauté demande des moyens en temps et en hommes. Les avez-vous prévus?

RECETTE N°4 Parlez de vous et non de vos clients

La communication des années 1990 n'est pas morte. Vous adorez parler de vous. Avouez-le, vos clients sont surtout là pour vous écouter! Ne laissez surtout pas la parole à vos clients. N'acceptez pas leurs suggestions, leurs critiques et ne les publiez pas sur votre site. C'est le meilleur moyen de faire une communication inadaptée.

RECETTE N°5 Devenir un geek

On dit que les nouveaux convertis sont les plus fervents et les plus prosélytes. On pourrait ajouter: les plus ésotériques. Vous vous intéressez aux réseaux sociaux depuis 6 mois? Adoptez le langage geek. Fini la langue française! Pour vos collaborateurs ou vos clients, il ne sera plus question que de «scroll, zoning, mockup, flat design, one page, responsive design, spam, flood, troll, followers, big data!...». Vous en oubliez ainsi rapidement ce qui fait avant tout l'essence et le succès d'une communication digitale réussie:

- Dialoguer régulièrement avec vos clients.
- Comprendre leur besoin, leur rendre la vie facile avec un site Internet ergonomique, des fiches produits détaillées et une communication quotidienne claire.

1 Dans l'ordre d'apparition des termes français: «défilement, maquette, BAT, design plat, page unique, mise en page adaptable automatiquement sur différents supports, pourriel, flux, intervenant grossier, suiveurs, données en masse».

EN SAVOIR +

<http://collectifcomresponsable.fr>