

ASTUCES DE PRO (ÉPISODE #7) : LA COMMUNICATION

Par : Les pies bavardes

Astuces de pro — LA COMMUNICATION —



Les Pies Bavardes

Comment faire une bonne communication pour son entreprise ?

Bienvenu(e) dans le septième épisode de notre série de vidéos réalisées en partenariat avec Mélanie du blog Les Pies Bavardes. Dans ce rendez-vous mensuel, Mélanie prodigue ses conseils et ses astuces pour faire grandir votre entreprise et vous accompagner sur le chemin du succès.

Ce mois-ci, c'est la communication de votre entreprise créative dont il est question. Car soigner sa visibilité, c'est très important pour la viabilité de votre entreprise.

Quels sont les objectifs de la communication ? Faire connaître ses créations et développer son entreprise artisanale. C'est pour cela qu'elle doit être authentique, être écrite avec le cœur, sans fioritures.

Si vous êtes un tout nouveau professionnel ou une toute nouvelle professionnelle, n'attendez pas ! Vous avez déjà la possibilité de communiquer avant même d'avoir des produits à vendre. Vos produits seront attendus et vous allez ainsi fédérer une communauté avant même de commencer à vendre.

Il existe différents moyens de communiquer, dont certains sont très poussés. Mais il existe trois moyens de communication primordiaux lorsqu'on est une petite entreprise artisanale : écrire un blog, envoyer des newsletters et publier sur les réseaux sociaux.

1. Écrire un blog

Il est important de créer un blog/un site Internet, qui vous ressemble, qui reprend votre image de marque : il va servir de base, de référence, à votre communication. Il va être à la source de la communication.

Quand on communique, il faut toujours tourner le discours vers le client, vers l'avantage du client. Il faut absolument éviter les propos autocentrés. C'est pourquoi il est impératif de bien connaître sa clientèle cible pour savoir à qui vous vous adressez et savoir de quoi vous allez parler.

Quel type de contenu dans un blog ? Il faut parler des produits, mais aussi, et surtout, de son pourquoi. Le pourquoi, c'est la base de



votre communication. Parler de son pourquoi, c'est parler de son expérience de vie et ses valeurs, et c'est aussi se poser les bonnes questions : qu'est-ce que je veux apporter avec mon travail ? Que représentent mes créations ? Car les gens ont besoin de comprendre pourquoi ils doivent acheter vos créations. Si ce n'est pas clair, les gens se tourneront vers le travail d'un autre créateur ou d'une autre créatrice.

Si vous avez peur de vous tromper ou même si vous êtes à court d'idées, vous pouvez demander l'avis des gens de votre communauté grâce à des petites questions sous forme de QCM posées dans vos réseaux sociaux. Ils vous orienteront vers les sujets qu'ils souhaitent retrouver sur votre blog.

Vous devez publier des articles de manière régulière, même si ce n'est qu'un article par mois, structurés et bien écrits (attention aux fautes d'orthographe), avec des liens vers vos produits.

En revanche, vous n'êtes pas obligé de chercher de nouveaux sujets et de rédiger tout le temps. Vous pouvez vous contenter de remettre à jour certains de vos articles. C'est très bien pour le référencement de Google.

Besoin de conseils pour rédiger vos articles de blog ? Retrouvez nos astuces de pro pour bien rédiger et [booster l'audience de son blog](#)

2. Envoyer des newsletters

Trouvez un système pour inciter vos clients (ou vos potentiels clients) à s'abonner à la newsletter et ainsi rester en contact avec sa communauté. Cela peut être un formulaire d'inscription à la newsletter situé en haut de la page d'accueil ou dans le footer, mais vous pouvez placer ce formulaire à la fin d'un article, par exemple.

Il existe des solutions gratuites pour vous aider à gérer vos newsletters, comme Sendinblue. À vous de trouver ensuite la meilleure cadence pour les envoyer !

3. Publier sur les réseaux sociaux

Certes, les réseaux sociaux sont devenus incontournables et sont une formidable vitrine de communication à exploiter, mais il ne faut pas se concentrer uniquement dessus. En effet, les comptes sur Facebook ou sur Instagram peuvent être fermés et blacklistés. Si cela vous arrive, vous perdez tout ce que vous avez publié du jour au lendemain. Il vaut mieux privilégier le blog !

Quel contenu publier sur les réseaux sociaux ? Vous pouvez extraire de l'article de votre blog les éléments à mettre sur les réseaux sociaux en ajoutant de jolies images. L'important, c'est de re-diriger les réseaux sociaux vers le site, et pas l'inverse. C'est ce qu'on appelle du Cross-canal.

Là encore, sur les réseaux sociaux, il faut publier régulièrement pour accroître sa popularité.

4. Définir un planning de communication annuel

Mélanie préconise de faire un planning de communication annuel pour le blog et les réseaux sociaux, avec une thématique par mois. À partir de chaque thématique, elle définit quatre sujets, ce qui fait un article par semaine à publier.

Si ce rythme vous paraît trop intensif, contentez-vous d'un seul article par mois. Une fois que vous aurez trouvé votre rythme, vous augmenterez la cadence.

Comment faire un planning en communication ? L'idée, c'est que ce soit simple et extrêmement visuel. Réalisez, pour cela, un calendrier avec des couleurs (une couleur pour le blog, une couleur pour Facebook, une couleur pour Instagram). En un clin d'oeil, vous saurez ce que vous aurez à faire.

Bien que la communication soit faite en amont, qu'elle a été préparée plusieurs mois à l'avance, il est toujours à temps de l'adapter aux produits que vous vendez ou à l'événement du mois (Noël, Saint-Valentin, Fête de mères...).

