

CHAPITRE 2 : METTRE EN PLACE UNE STRATÉGIE DE FIDÉLISATION EN B TO B ET B TO C NON E-COMMERCABLE

Afin de fidéliser vos clients en B to B et B TO C sur des produits ou services non e-commerçables, certains leviers sont à activer.

Ces actions de communications doivent être diffusées en continu sur l'année (ou partiellement) afin d'avoir une visibilité constante sur l'ensemble de vos canaux de diffusion.

Elles peuvent concerner une partie ou l'intégralité de vos produits ou services.

Elles doivent permettre de demander de nouveaux devis ou de nouveau rendez-vous.

Elles seront complétées par des vos offres spéciales ponctuelles ou vos articles de blog.

Il vous faudra donc aussi déterminer un budget maximum à dépenser par mois ainsi que les périodes de diffusion pour les actions commerciales sur l'année et les actions commerciales ponctuelles.

1) Les newsletters et SMS

Vous pourrez envoyer des newsletters et SMS commerciaux contenant :

- des teasings d'articles de blogs menant à des articles informatifs et pouvant être utiles pour les acheteurs (par exemple : comment entretenir un produit en particulier, quelle est l'utilité d'un service pour le client)
- de nouvelles offres de services complétant les achats effectués par le client

Ces diffusions peuvent se faire sous la forme de texte, de vidéos ou de webinaires.

2) Les réseaux sociaux et adwords

Faites des campagnes de remarketing sur Adwords, Facebook, Twitter et LinkedIn pour relancer vos anciens clients avec le même type de contenu que sur les newsletters et SMS marketing à partir de vos bases de données.

Sur Facebook, Twitter, LinkedIn et Adwords, vous pouvez utiliser le pixel de conversion ou vos bases de données clients pour relancer les clients passés sur votre site internet pour acheter vos produits ou services.

Vous pouvez la aussi relancer sur Facebook, vos contacts LinkedIn.



Les éléments diffusés peuvent être :

- des articles de blog (format vidéos ou texte)
- des vidéos de présentations de produits ou services (en vidéos enregistrés ou webinaires)
- autres à déterminer selon le secteur d'activité

Pour la mise en place technique, voir les modules «Adwords : pour aller à la rencontre de vos clients sur Google», «Facebook et Instagram : développer votre activité par le community management et les publicités en ligne» et «Linkedin : comment démarcher des entreprises ?».

3) Les notifications de votre application web

Vous pourrez après avoir convaincu vos clients de télécharger votre application grâce aux outils de communication que vous utilisez, les fidéliser en leurs envoyant des articles de blog, des réalisations, étude de cas ou prestations que vous proposez.

Ceux-ci seront prévenus en recevant des notifications, vous assurant une probabilité importante que vos clients voient vos contenus.

4) Les actions commerciales

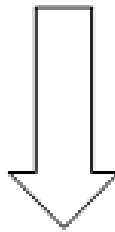
- proposer de nouvelles offres de produits ou de services
- n'hésitez pas à proposer un code promo à intégrer pour bénéficier d'une remise pour toutes demandes de devis
- il est aussi possible de proposer la demande de devis gratuite et de demandant aux personnes qui verront vos diffusions de renseigner un code promo de type GRATUIT + complément permettant de repérer d'où le client vient pour y avoir droit (exemple GRATUIT NEWS ou GRATUIT4)

Ainsi vous n'avez pas besoin de proposer une remise sur le contenu du devis tout en sachant que vos clients viennent de l'envoi de l'une ou l'autre des diffusions.

Vous devrez utiliser les newsletters, SMS marketing, Adwords et réseaux sociaux en remarketing pour diffuser ces offres.

Schéma d'exemple :

<p>Newsletters et SMS marketing à partir des bases de données clients proposant des articles de votre blog, des étude de cas, de nouvelle prestations.</p>	<p>Notifications de votre application web diffusant la disponibilité de vos articles de blog, la proposition d'études de cas , de nouvelles prestations lorsque vous les publiez.</p> <p>Il faudra avant convaincre vos clients de télécharger votre application grâce à l'ensemble des leviers de diffusions que vous utilisez.</p> <p>Vos clients pourront aussi partager votre application à de potentiels nouveau clients.</p>	<p>Remarketing sur Facebook, Twitter, LinkedIn des clients ayant déjà achetés, en proposant des offres complémentaires à la première qu'ils ont achetée.</p>	<p>Remarketing sur Facebook, Twitter, LinkedIn et Adwords en proposant de nouvelles offres complémentaires à la première qu'ils ont achetée.</p>
--	--	--	--



<p>Pages produits/prestations ou landing pages liées à votre site internet permettant de demander un nouveau rendez-vous ou un devis.</p>	<p>Pages de demande de devis ou de rendez vous de votre application web permettant de demander un nouveau devis ou un rendez-vous.</p>
---	--

Nous évaluerons vos compétences dans le prochain chapitre.