



La stratégie commerciale est la mise en œuvre de moyens marketing et commerciaux coordonnés, visant à atteindre les objectifs commerciaux que se fixe une entreprise sur un plan général ou pour un de ses produits ou de ses services.

Au sens large, les **réseaux sociaux** sont des **sites internet** qui permettent aux internautes de se créer une page personnelle afin de **partager et d'échanger des informations** et des photos avec leur communauté d'amis et leur **réseau de connaissances**.

Aujourd'hui, avec le développement de ces derniers, il est très intéressant, voire indispensable, pour une marque de **développer une stratégie commerciale** sur internet et les réseaux sociaux.

Le but d'une **stratégie de conquête commerciale ou de fidélisation** sur les réseaux sociaux est de gagner en **visibilité sur la toile**. C'est un moyen de **conquête et de prospection** dont le retour sur investissement est habituellement très positif et qui ne demande pas énormément de moyens. Evidemment, cela ne reste qu'un moyen complémentaire pour **prospector les cibles B to B**, permettant notamment de mettre en avant un produit, une actualité, un savoir-faire, des outils industriels...

Comme toute stratégie, une **stratégie commerciale** s'exerce sur le moyen ou le long terme. Des actions telles que les choix de **canaux de distribution** ou ceux relatifs à la politique de prix sont donc des éléments à prendre en compte.

Il ne faut pas se placer sur un **réseau social** parce qu'un concurrent y est, il faut le faire dans un but précis en se fixant des objectifs.

La question est alors de savoir quelle stratégie mettre en place selon les **besoins, les objectifs de la marque** et les outils à utiliser. Il ne faut pas agir spontanément car une mauvaise **e-réputation** est vite arrivée. Il faut donc mettre en place une **stratégie digitale** sur les **réseaux sociaux** autour de l'offre, en dégagant une posture pragmatique et différenciante.

Il est conseillé de suivre une formation pour accompagner les **forces internes** à l'utilisation et aux codes d'usage de ces nouvelles plateformes.

Un travail en amont est à prévoir pour identifier l'entité émettrice et faire le choix des **mots clés** qui favoriseront l'**indexation sur internet et sur les réseaux sociaux**. Il faut toujours adopter une posture ciblée, c'est une manière de capter plus directement les cibles de prospects et d'installer un territoire de communication cohérent.

A partir de là, commence la fonte d'espaces d'expression tels que des profils individuels, global, de marque... ainsi que la recherche de groupes dans lesquels se placer pour bien **optimiser sa visibilité** sur la toile. Viennent enfin la création de contenus crédibles et pertinents, publiés sur les espaces propices (groupes, hubs), la création et l'animation d'une communauté (discussions, commentaires, etc.).

La participation aux formations Expertisme, permet :

- d'effectuer et de mettre en place une la **veille sectorielle**
- **d'identifier les acteurs**, concurrents, sous traitants, partenaires...
- de **communiquer** sur des messages propres à l'activité de son entreprise
- de **susciter l'engagement** des autres membres
- **d'identifier des prospects et de les transformer en clients**
- **de transformer des clients en ambassadeurs**
- de **créer des rencontres réelles**.

A la suite de la **définition des outils** à utiliser et des stratégies à mettre en place, le **travail en aval commence**.

L'utilisation d'**outils de veille** est également un élément très important pour **maximaliser son placement** et sa **conquête commerciale**. Ces outils sont notamment utiles pour la **création de contenus** et d'actualité (identification de sujets), comme pour découvrir de nouveaux marchés à prospecter...

Expertisme, l'Agence en Marketing et Communication digitale, spécialisée dans les Réseaux Sociaux vous accompagne pour définir vos stratégies et vos outils, pour mettre en œuvre vos plans d'actions. L'Agence, Organisme agréé et éligible au DIF, forme régulièrement les Directions Commerciales et leurs collaborateurs pour recruter, prospecter et fidéliser via les réseaux sociaux.

N'hésitez pas à nous contacter !