

# EXTERNALISER SA STRATÉGIE DIGITALE ?

MARKETING

DANS MON ARTICLE PARU DANS L'ÉDITION DU MOIS DE JUIN, J'ÉVOQUAIS LE FORT IMPACT DES NOUVEAUX CANAUX DIGITAUX ET DES MÉDIAS SOCIAUX SUR UN PARCOURS CLIENT TYPE. DE PLUS EN PLUS CONNECTÉ ET AUTONOME, LE CONSOMMATEUR UTILISE PLUSIEURS MOYENS POUR INTERAGIR AVEC LES MARQUES. FACE À CETTE ÉVOLUTION, LES ENTREPRISES DOIVENT S'ADAPTER EN DÉFINISSANT UNE STRATÉGIE MARKETING MULTICANALE. MAIS COMMENT FAIRE ET À QUEL PRIX ?

Chaque client est unique et a un historique incomparable. De ce fait, depuis leurs recherches de leur prochain appartement ou villa familiale jusqu'à leur décision d'achat, les clients ne se comportent pas de la même manière. De plus, la diversité des canaux digitaux rend le client toujours plus omnicanal, c'est-à-dire que celui-ci utilise de multiples appareils pour interagir avec la marque : les smartphones, les tablettes et les ordinateurs. Pour ce faire, chaque marque doit adopter une approche centrée sur le client. Cela revient à devenir multicanal dans ses interactions avec comme préoccupation majeure de répondre aux besoins spécifiques du client, quel que soit le point de contact.

Une fois que vous êtes convaincu qu'il faut être présent sur la toile, vous allez pouvoir passer à l'action. Soit vous choisissez d'utiliser les compétences en interne dans votre entreprise, soit vous décidez de les externaliser, ou encore vous faites un mix des deux afin que vos employés acquièrent de nouvelles connaissances. Choisir un prestataire pour lui confier la réalisation de certains pans de votre stratégie marketing est une mission difficile mais pas impossible. Avant de commencer, je vous recommande de devenir vous-même un interlocuteur averti. Partager un langage commun avec votre futur prestataire limite le risque de problèmes de compréhension.

À qui s'adresser ? Évidemment il est possible de trouver votre spécialiste marketing grâce à vos recherches sur internet. Vous pouvez aussi faire le tour de votre réseau professionnel où le bouche-à-oreille reste un vecteur de confiance. Évitez le prestataire aux mille promesses ! Optez pour un prestataire qui fait rêver par la qualité de ses propositions, oui ! Pas pour celui ou celle qui lance des promesses à tout va. Les innovations en termes de communication via le digital sont permanentes et il devient de plus en plus difficile d'être facilement visible. Faire le buzz n'est plus chose aisée face à la multiplication des acteurs et la puissance budgétaire de certains. Aussi, faites attention aux promesses démesurées. La progression de votre visibilité est lente : autant sur les réseaux sociaux qu'en matière de référencement naturel. Étudiez les propositions au regard d'actions qui vous semblent originales et cohérentes avec vos valeurs et votre vision, s'appuyant sur un plan média (planification de vos actions de communication et marketing sur les réseaux sociaux et médias plus traditionnels).

Quelle taille d'entreprise choisir ? Toutes les tailles d'entreprises se côtoient dans l'univers du marketing. Du prestataire freelance à l'agence de renommée mondiale, en passant par la petite structure de deux, voire trois employés. Au-delà des références, c'est la rencontre avec des personnes qui comprennent vos besoins et votre vision qui va faire la différence. Par ailleurs, il vaut mieux parfois être le gros client d'un petit prestataire que le contraire. Pourquoi ? Tout simplement parce que vous serez traité comme un roi avec un prestataire pour qui vous représentez un budget important. La relation avec votre prestataire sera différente : vous aurez plus de proximité et plus de flexibilité pour adapter votre projet au fil de l'eau. En revanche, cela ne détermine pas, in fine, la qualité de son travail.

Combien ça coûte ? Il est important de rappeler que tous les prix sont dans la nature, tous les prestataires ne se valent pas et une prestation en marketing digital représente un coût. La conception d'un site, les prestations de référencement naturel et la gestion des réseaux sociaux nécessite du temps, des compétences

stratégiques et opérationnelles et une capacité à s'adapter aux activités très diverses des entreprises. Si vous souhaitez externaliser la création d'un site web sur-mesure, en dessous de CHF 3'000.- vous n'aurez pas plus qu'un site vitrine très simple de quelques pages. À partir de CHF 7'000.-, vous pouvez prétendre à un site vitrine d'excellente qualité avec l'intégration de votre CRM pour afficher vos biens à la vente et à la location. Pour une agence qui démarre son activité, il est possible de louer un site internet à partir de CHF 100.-/mois. Pour cette prestation, adressez-vous auprès d'un des leaders des portails immobiliers romands dont les bureaux se trouvent à la Tour-de-Peilz. S'agissant des prestations de consulting pour optimiser votre référencement et la gestion de vos réseaux sociaux, il faudra compter un budget horaire se situant entre CHF 100.- pour les freelance et 200.- pour des agences plus grandes.

NB : Ce ne sont que des ordres de prix et selon l'expérience et la renommée de votre prestataire, ils peuvent varier du simple au double, voire au triple.

La gestion du spécialiste ou de l'agence de communication est importante. Soyez le plus précis possible au début du mandat et acceptez les conseils du prestataire choisi : c'est pour cela que vous l'avez choisi au final. Votre cahier des charges est amené à évoluer et il est important que le prestataire puisse en tenir compte. La réussite d'une telle collaboration passe par la confiance instaurée par les deux parties.



Gabriele Del Nunzio.



GDNO SÀRL - STRATÉGIE | MARKETING | COMMUNICATION  
Gabriele Del Nunzio - Spécialiste marketing et communication  
gabriele@delnunzio.ch - www.gdno.ch

BULLETIN D'ABONNEMENT

## Abonnez-vous !

Je m'abonne à l'AGEFI IMMO pour une année soit 45 francs pour 11 numéros.

Nom : \_\_\_\_\_ Prénom : \_\_\_\_\_  
Rue : \_\_\_\_\_ NPA/Localité : \_\_\_\_\_  
Tél. : \_\_\_\_\_ Date : \_\_\_\_\_  
Signature : \_\_\_\_\_

Coupon-réponse à retourner à AGEFI, Magazine AGEFI IMMO, Route de la chocolatière 21, 1026 Echandens-Denges, T +41 21 331 41 40, abo.agefi-imm@agefi.com

