

# **MODULE 2:**

# **Développement du**

# **Business Plan**

## **UNITE 3 :**

Marketing et Communication





## IO4 Cadre de planification et de développement des activités

### MODULE 2 Développement d'un Business Plan

#### UNITE 3 : Marketing et Communication

---

Bienvenue à la ressource RESET sur l'élaboration d'un Business Plan ! Cette ressource vous présentera l'unité 3 : Marketing et communication.





## Welcome!

Bienvenue à la ressource **RESET sur l'élaboration d'un Business Plan** ! Cette ressource vous présentera **l'unité 3 : Marketing et communication**.

### INTRODUCTION et OBJECTIFS :

Le marketing et la communication sont des composantes essentielles du succès d'une entreprise. Être capable d'utiliser efficacement le marketing et la communication aide à créer, soutenir et développer une entreprise ou une idée d'entreprise.

Dans cette unité, vous apprendrez les bases de l'utilisation du marketing, de la communication et des médias sociaux au profit de votre entreprise.

### RESULTATS D'APPRENTISSAGE :

Une fois cette ressource complétée avec succès, vous serez en mesure de :

- Comprendre ce qu'est le marketing
- Comprendre comment utiliser les réseaux sociaux pour communiquer sur votre entreprise
- Connaître les réseaux sociaux les plus importants

Dans cette unité, nous tenterons de répondre aux questions suivantes :

- Qu'est-ce que le marketing ?
- Qu'est-ce qui est inclus dans la communication ?
- Qu'est-ce que les médias ?
- Qu'est-ce qui est inclus sous le terme de réseaux sociaux ?
- Pourquoi le marketing est-il important dans le développement et la planification d'un business ?
- Quel est le lien entre le marketing et les ventes ?

À la fin de ce module d'apprentissage, vous serez en mesure de :

- Comprendre les principes de base d'une stratégie marketing
- Utiliser les réseaux sociaux à des fins de marketing



## Qu'est-ce que le marketing ?

- C'est le processus qui consiste à créer des relations avec les clients et à chercher des moyens de satisfaire leurs besoins.
- Il comprend les 4P du marketing



Le marketing est l'une des principales composantes de la gestion d'entreprise. C'est le processus qui consiste à créer des relations avec les clients et à chercher des moyens de satisfaire leurs besoins. Cela commence avec un concept et se termine avec un client. Il comprend les 4P du marketing, qui sont : la sélection et le développement d'un Produit, la détermination d'un Prix approprié, la sélection d'un canal de distribution pour atteindre la Place du client et le développement d'une Stratégie Promotionnelle.



## Qu'est-ce qui est inclus dans la communication ?

Il s'agit du processus de création, de diffusion et de réception de messages liés à des produits, services ou autres activités commerciales.



La communication est une autre composante de la gestion des affaires. Il s'agit du processus de création, de diffusion et de réception de messages liés à des produits, services ou autres activités commerciales. Le but ultime est de produire un avantage commercial pour l'entreprise et/ou pour le propriétaire de l'entreprise. La communication et le marketing s'effectuent par le biais des médias traditionnels et des réseaux sociaux.



## Qu'est-ce que les médias ? De quoi parle-t-on quand on parle de " réseaux sociaux " ?

- Les médias traditionnels sont les journaux, la radio et la télévision. La principale différence entre ces types de médias est qu'il existe une distinction claire entre la source du message et l'audience.
- Les réseaux sociaux ont été créés à la suite de l'essor d'Internet et ils sont très différents des médias traditionnels.
- Les réseaux sociaux les plus populaires sont les applications telles que : Facebook, LinkedIn, Instagram, Twitter et Pinterest.



Les médias traditionnels sont les journaux, la radio et la télévision. La principale différence entre ces types de médias est qu'il existe une distinction claire entre la source du message et l'audience. La communication se fait dans un seul sens (de la source vers le public) et elle est limitée par le temps et l'espace.

Les réseaux sociaux ont été créés à la suite de l'essor d'Internet et ils sont très différents des médias traditionnels. Ils ne sont pas limités par le temps et l'espace, ils sont globaux, et ils sont interactifs, les mêmes personnes étant à la fois sources de messages et auditoires pour les messages. Leur utilisation a augmenté parmi les entrepreneurs et ils ont transformé les pratiques commerciales et de marketing.

Les réseaux sociaux les plus populaires sont les applications telles que : Facebook, LinkedIn, Instagram, Twitter et Pinterest.



## Le marketing et la communication dans le cadre du développement d'une entreprise

- Pourquoi le marketing est-il important dans le développement et la planification d'une entreprise ?
- Quel est le lien entre le marketing et les ventes ?



Sans le marketing, même les produits et services les plus brillants ne seront pas en mesure de s'engager avec succès auprès des gens afin : a) d'attirer les clients et b) de les fidéliser. Il est donc important de planifier et de budgétiser les activités de marketing et de communication.

Une stratégie marketing réussie peut aider à attirer de nouveaux clients (notoriété de la marque, augmentation des ventes), à fidéliser la marque (fidélisation des clients, fidélisation de la clientèle, maintien des ventes) et à motiver les clients à changer de marque en faveur d'un nouveau produit ou service (augmentant ainsi les ventes une fois encore).

Le marketing s'effectue à travers les canaux et les médias de communication, qu'ils soient traditionnels ou modernes. La publicité est un aspect important de ce qui précède, et elle peut être présente directement ou indirectement.

### Activité 1.1

Êtes-vous un utilisateur des médias sociaux ?

Quelles applications utilisez-vous ?

Quel est le dernier produit que vous avez acheté (d'un article ménager à un achat important) ?

Comment avez-vous décidé d'acheter cet article ?



## Le marketing et la communication dans le cadre du développement d'une entreprise

- Pourquoi le marketing est-il important dans le développement et la planification d'une entreprise ?
- Quel est le lien entre le marketing et les ventes ?



Quel est le dernier service que vous avez acheté (n'importe quel type de service, du nettoyage à sec à la restauration) ?

Comment l'avez-vous décidé ?

## Stratégie de Marketing (1/2)

**Définition :** La stratégie de marketing est une approche de planification à long terme et tournée vers l'avenir dont l'objectif fondamental est d'obtenir un avantage concurrentiel dans votre entreprise (nouvelle ou existante) afin d'attirer et de fidéliser les clients.

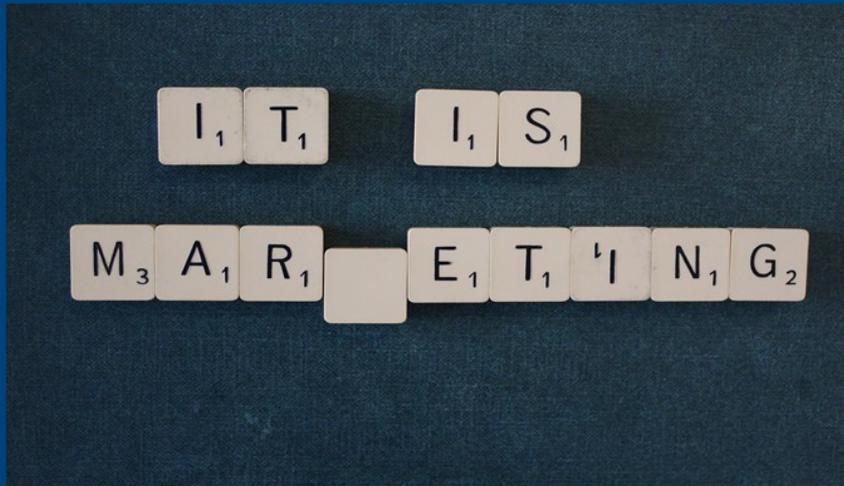


Définition : La stratégie de marketing est une approche de planification à long terme et tournée vers l'avenir dont l'objectif fondamental est d'obtenir un avantage concurrentiel dans votre entreprise (nouvelle ou existante) afin d'attirer et de fidéliser les clients.

Comment élaborer une stratégie de marketing :

1. Établir des buts et des objectifs. Qu'est-ce que vous essayez de faire ?
2. Analysez votre situation actuelle. Que se passe-t-il actuellement dans votre entreprise nouvelle ou existante ?
3. Identifiez vos messages principaux. Qu'est-ce que vous voulez communiquer à vos clients potentiels ou existants ?
4. Formuler un énoncé de mission intégrant les valeurs de votre entreprise. En quoi croyez-vous ?
5. Décrivez vos tactiques. Quels sont vos produits et services ? Comment la mettre en valeur plus efficacement ?

## Stratégie de Marketing (2/2)



1. Faites une planning. Quel est votre délai ?
2. Établissez un budget et allouez des fonds.
3. Déléguez et coopérez pour mener à bien votre stratégie. Qui peut vous aider ?
4. Évaluez et ajustez. Êtes-vous satisfait de la stratégie ? Est-elle efficace ? Quels changements faut-il apporter ?
5. Tenez-vous au courant des dernières études de marché.

### Activité 1.2 (Identifiez les composantes d'une stratégie de marketing)

Quel est votre produit commercial préféré (détergent, déodorant, produit alimentaire, article ménager, vêtement, chaussures, cosmétiques, etc.)

Êtes-vous satisfait des 4 P ? Si oui, pourquoi ? Si non, pourquoi ?

Que changeriez-vous si vous le pouviez ? Que feriez-vous différemment si vous étiez propriétaire de l'entreprise ?

## Les réseaux sociaux pour le marketing et la communication



Le marketing des réseaux sociaux est l'utilisation de plateformes, d'applications et de sites Web des réseaux sociaux pour promouvoir un produit ou un service. Les entreprises peuvent alors s'adresser à un éventail de parties prenantes telles que les clients existants et potentiels, les employés actuels et potentiels, les journalistes, les blogueurs, les personnes d'influence et le grand public.

### **Activité 1.3 (Utilisez les réseaux sociaux pour le marketing et la communication)**

Choisissez 4 produits et services différents (dentifrice, voiture, produits de soins capillaires, nouveau jardin d'enfants privé, entreprise de construction, entreprise d'aménagement paysager, etc.) Supposons que vous appartenez à l'une des catégories suivantes : client existant, client potentiel, blogueur, journaliste, influenceur, grand public. Par conséquent, écrivez ce que vous aimeriez savoir sur le produit ou le service (selon votre profil). Ces éléments sont-ils présents ? Que manque-t-il ?

### **Activité 1.4 (Pratiquez l'utilisation de messages sur les réseaux sociaux pour le marketing et la communication)**

En poursuivant l'activité 1.3, réfléchissez et donnez des exemples de la façon dont vous pourriez utiliser les réseaux sociaux (ceux que vous connaissez bien) pour aborder les préoccupations, les questions et les intérêts des différents groupes d'intervenants.



## Le Marketing numérique Trifecta

Le Marketing numérique Trifecta se compose de :

- a) Médias appartenants à des propriétaires (site Web, canaux de réseaux sociaux)
- b) Médias « gagnés » (Mentions, actions, rediffusions, critiques, etc.)
- c) Médias payants (paiement au clic, affichage d'annonces, contenu sponsorisé, influenceurs payants, etc.)



Le Marketing numérique Trifecta se compose de :

- a) Médias appartenants à des propriétaires (site Web, canaux de réseaux sociaux)
- b) Médias « gagnés » (Mentions, actions, rediffusions, critiques, etc.)
- c) Médias payants (paiement au clic, affichage d'annonces, contenu sponsorisé, influenceurs payants, etc.)



## Facebook pour le marketing et la communication

**Activité :** Ouvrez la page FB d'un produit ou d'une entreprise célèbre (c'est-à-dire un restaurant, un produit capillaire, une entreprise de cosmétiques, une entreprise locale, etc.) et parcourez cette page et explorez comment elle se rapporte aux 4 P (produit, prix, lieu, promotion). Faites ensuite part de vos commentaires et de vos points de vue sur la question de savoir si vous êtes satisfait en tant que consommateur ou sur les changements que vous souhaiteriez y apporter.



Qu'est-ce que Facebook ?

Facebook est une société de services de réseaux sociaux et de médias sociaux en ligne basée en Californie. Il est disponible sous forme de site Web et d'application mobile pour tous les appareils portables. Il permet aux utilisateurs enregistrés de partager du contenu, de poster en ligne, de créer des réseaux, de rester en contact avec leurs amis et leur famille, de partager des photos, de revoir des lieux et des services, de partager du contenu avec un large public et de créer des groupes. Il est gratuit pour les utilisateurs et est très populaire auprès d'une variété d'entreprises.

### Activité 1.5 Facebook pour le marketing et la communication (2/2)

Ouvrez la page FB d'un produit ou d'une entreprise célèbre (c'est-à-dire un restaurant, un produit capillaire, une entreprise de cosmétiques, une entreprise locale, etc.) et parcourez cette page et explorez comment elle se rapporte aux 4 P (produit, prix, lieu, promotion). Faites ensuite part de vos commentaires et de vos points de vue sur la question de savoir si vous êtes satisfait en tant que consommateur ou sur les changements que vous souhaiteriez y apporter.

## LinkedIn pour le marketing et la communication (1/3)



Qu'est-ce que LinkedIn ?

LinkedIn est un service axé sur le business et l'emploi qui fonctionne via des sites Web et des applications mobiles. Fondé en 2002, lancé en 2003, il est principalement utilisé pour le réseautage professionnel, notamment par les employeurs qui affichent des offres d'emploi et des possibilités d'emploi, et par les chercheurs d'emploi qui affichent leur CV. On peut dire que c'est comme Facebook, mais il se concentre plus sur le travail et la carrière. Vous pouvez toujours poster du contenu, écrire des articles, partager et « liker » - comme sur Facebook- mais l'objectif est avant tout de nature professionnel.



## LinkedIn pour le marketing et la communication (2/3)



Pouvez-vous utiliser LinkedIn pour le marketing et la communication ?

LinkedIn est la solution idéale pour nouer des contacts avec d'autres professionnels, chercher ou offrir un emploi, et se tenir au courant des développements et des changements dans votre domaine d'activité. Cependant, il peut toujours être utilisé comme un outil supplémentaire de soutien pour le marketing et la communication, mais il ne devrait pas être votre principal canal de marketing et de communication.

## LinkedIn pour le marketing et la communication (3/3)



LinkedIn peut être utilisé pour annoncer le lancement d'un produit ou d'un service, pour solliciter l'avis de pairs et d'autres professionnels, ou pour entreprendre des recherches et rédiger des articles qui peuvent également contenir des références en marketing ou en publicité. En outre, il peut être bien adapté aux entreprises qui offrent des services de conseil en ressources humaines, des services de gestion, des formations ou des activités similaires pour lesquelles les membres de LinkedIn seraient également les principaux clients potentiels. Il pourrait être moins bien adapté aux produits et services qui s'adressent à un public différent ou plus large.

## Instagram pour le marketing et la communication (1/3)

Instagram est un service de réseautage social de partage de photos et de vidéos appartenant à Facebook et lancé en 2010. L'idée est de pouvoir partager et diffuser des photos et des vidéos qui ont été éditées dans l'application avec une variété de filtres et d'effets qui n'étaient auparavant disponibles que pour les photographes professionnels et les studios.



Qu'est-ce qu'Instagram ?

Instagram est un service de réseautage social de partage de photos et de vidéos appartenant à Facebook et lancé en 2010. L'idée est de pouvoir partager et diffuser des photos et des vidéos qui ont été éditées dans l'application avec une variété de filtres et d'effets qui n'étaient auparavant disponibles que pour les photographes professionnels et les studios.

Il a donné naissance à de nouveaux termes comme Instagram follower et Instagram Influencer qui sont des termes utiles pour notre cours.



## Instagram pour le marketing et la communication (2/3)

- Qu'est-ce qu'un Instagram follower ? C'est un utilisateur Instagram qui a choisi de "suivre" un autre utilisateur ce qui signifie qu'il peut voir tout le contenu posté par cet utilisateur dans leur "flux".
- Qu'est-ce qu'un Instagram influencer ? C'est un utilisateur d'Instagram qui a beaucoup de followers (des milliers ou même des millions) et il est généralement payé pour présenter des services ou des produits et motiver ses utilisateurs à les poursuivre.



Qu'est-ce qu'un Instagram follower ? C'est un utilisateur Instagram qui a choisi de "suivre" un autre utilisateur ce qui signifie qu'il peut voir tout le contenu posté par cet utilisateur dans leur "flux".

Qu'est-ce qu'un Instagram influencer ? C'est un utilisateur d'Instagram qui a beaucoup de followers (des milliers ou même des millions) et il est généralement payé pour présenter des services ou des produits et motiver ses utilisateurs à les poursuivre.



## Instagram pour le marketing et la communication (3/3)

Instagram est adapté à la commercialisation et à la promotion de produits et services - en particulier ceux qui ont une forte composante visuelle - par exemple la mode, la bijouterie, les cosmétiques, les produits alimentaires, les meubles, l'art, etc.



Instagram est-il adapté au marketing et à la communication ?

Grâce à son réseau de followers/utilisateurs, Instagram est adapté à la commercialisation et à la promotion de produits et services - en particulier ceux qui ont une forte composante visuelle - par exemple la mode, la bijouterie, les cosmétiques, les produits alimentaires, les meubles, l'art, etc. Instagram peut attirer un grand public par le biais d'un contenu visuel attrayant qui peut aussi motiver la consommation, par exemple en présentant les aliments de manière attrayante qui peut réellement motiver les gens à les acheter.



## Twitter pour le marketing et la communication (1/2)

Qu'est-ce que Twitter ?

Twitter est un service américain d'information en ligne et de réseautage social sur lequel les utilisateurs publient et interagissent avec de courts messages connus sous le nom de "tweets", il incorpore -une fois de plus- l'idée des "followers" qui sont des personnes qui ont choisi de "suivre" votre contenu.



Qu'est-ce que Twitter ?

Twitter est un service américain d'information en ligne et de réseautage social sur lequel les utilisateurs publient et interagissent avec de courts messages connus sous le nom de "tweets", il incorpore -une fois de plus- l'idée des "followers" qui sont des personnes qui ont choisi de "suivre" votre contenu.

## Twitter pour le marketing et la communication (2/2)



Twitter est-il adapté au marketing et à la communication ?

Twitter est un outil puissant pour communiquer des messages. Bien qu'il ne soit pas particulièrement adapté au marketing direct, il peut néanmoins contribuer à la construction d'une image de marque forte et prospère, grâce à l'utilisation d'informations utiles, d'humour et d'interaction. Une campagne de marketing et de communication ne peut être soutenue uniquement sur Twitter, mais elle peut être complétée par un compte Twitter qui partage des informations pertinentes, humoristiques et utiles. Il peut également être utilisé pour maintenir et améliorer les liens sociaux établis dans d'autres plateformes grâce à un rapport immédiat et il peut faciliter l'interaction entre différentes marques ou produits.

## Pinterest pour le marketing et la communication



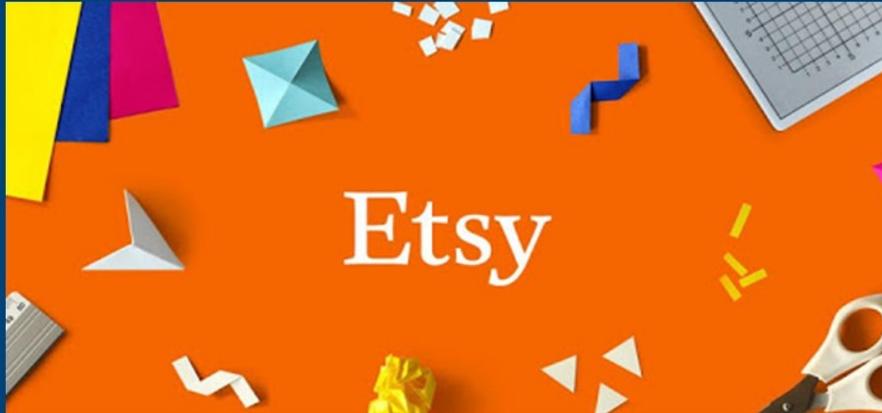
Qu'est-ce que Pinterest ?

Pinterest est une application Web et mobile de réseaux sociaux qui exploite un logiciel conçu pour permettre la découverte d'informations sur le Web à l'aide d'images, de gifs ou de vidéos. Vous pouvez l'utiliser pour trouver de l'inspiration, de l'information, des idées et explorer vos passe-temps et vos intérêts. C'est très semblable à la tenue d'un album de coupures de presse numérique avec des "coupures de presse" de choses que vous trouvez intéressantes ou utiles. Vous pouvez partager vos pins, créer des forums, partager votre contenu et écrire des commentaires. L'application peut également suggérer un contenu qui correspond à vos intérêts et à vos "pins" précédents.

Pinterest peut être utilisé pour le marketing et la communication en aidant à " passer le mot " sur les produits et services nouveaux et excitants. Il peut également être utilisé pour créer des connexions et des références à d'autres produits.



## Etsy pour le marketing et la communication



Qu'est-ce qu'Etsy ?

Etsy est un site Web et une application de commerce électronique qui se concentre sur les articles faits à la main ou vintage, ou encore, artisanales. On y trouve des bijoux, de la poterie, des objets décoratifs, de l'art, des peintures, des vêtements faits main, ainsi qu'une vaste sélection d'accessoires, de chaussures et bien d'autres articles.

Etsy peut-il être utilisé pour le marketing et la communication ?

Etsy est une plateforme de commerce électronique et, à ce titre, elle comporte une composante de marketing et de communication intégrée. Il convient aux personnes qui fabriquent et vendent des produits qui correspondent au profil Etsy ou même à certains types de services, il leur permet de présenter leurs produits et services, de communiquer avec des clients potentiels, de passer des commandes et de gérer un e-shop. Malheureusement, il ne serait pas bien adapté à des produits ou services qui n'entrent pas dans la catégorie des produits faits à la main ou anciens.



Merci d'avoir utilisé cette ressource pour le marketing et la communication de votre entreprise, développée par l'équipe du projet RESET.

---

Pour obtenir de plus amples renseignements ou d'autres ressources élaborées dans le cadre de RESET, veuillez consulter le site Web du projet à l'adresse suivante :  
[www.resetproject.eu](http://www.resetproject.eu)

Merci d'avoir utilisé cette ressource pour le marketing et la communication de votre entreprise, développée par l'équipe du projet RESET.

Pour obtenir de plus amples renseignements ou d'autres ressources élaborées dans le cadre de RESET, veuillez consulter le site Web du projet à l'adresse suivante : [www.resetproject.eu](http://www.resetproject.eu)





innoventionum

in association with

S V E B ■ Schweizerischer Verband für Weiterbildung  
Fédération suisse pour la formation continue  
F S E A ■ Federazione svizzera per la formazione continua  
Swiss Federation for Adult Learning



Erasmus+

Project Number 2017-1-FR01-KA204-037152

This project has been funded with support from the European Commission.  
This publication reflects the views only of the author, and the Commission cannot  
be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.