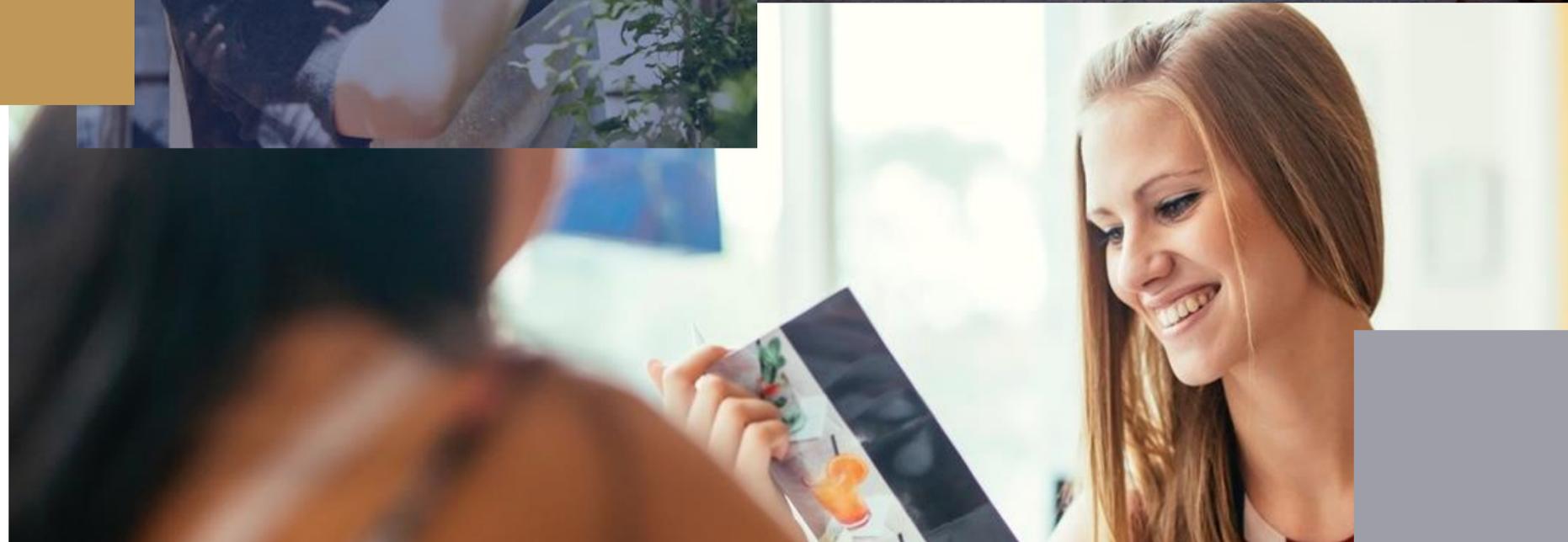


Comment développer sa clientèle locale

Formateurs : Daniel Tanguay & Damien Massicotte
Date : 8 février 2021

 **Détail
FORMATION**



Détail Formation... on ne ménage aucun *détail* pour le succès de votre entreprise!



Leader en commerce de proximité au Québec!

Les détails du contenu

1

LES CONSOMMATEURS

Ont-ils changé de comportements?

Qui sont-ils?

Comment agissent-ils?

2

LES PÔLES DU MARKETING

Les trois éléments essentiels.

Les questions à se poser.

Les règles d'or de l'efficacité



3

ACTIONS MARKETING

Le marketing externe.

Le marketing externe.

L'importance de la cohérence.

L'INTRODUCTION



Le marketing: plein de petits *détails*



QU'EST-CE QUE LE MARKETING?

Selon-vous, quelle est la définition parfaite du marketing?



Des braves veulent se lancer en premier?



Le marketing, c'est un transfert d'enthousiasme!

- Aussi simple que ça! Prenez ce qui vous rend fier de votre entreprise et criez-le haut et fort!
- La meilleure façon de transférer votre enthousiasme, c'est par l'émotion.





L'ÉMOTION COMME TRANSFERT

Émotion forte =

- Moins de mots.
- Plus d'attention.
- Moins d'investissement.



L'ÉMOTION = TRANSFERT



LES CONSOMMATEURS



Tous les *détails* des consommateurs

Depuis le début de la crise, les consommateurs ont-ils changé beaucoup, un peu ou pas du tout?





Tous les *détails* des consommateurs

LES CHANGEMENTS DE COMPORTEMENTS

- Ils désirent de plus en plus acheter local
- Ils privilégient le contact humain
- Ils opteront pour des déplacements courts et régionaux
- Le cocooning et les produits de plaisir sont très populaires





Tous les *détails* des consommateurs

LES CHANGEMENTS D'ATTITUDE

- Ils recherchent le plaisir, veulent ça simple
- Ils veulent se changer les idées, besoin d'évasion
- Ils en ont marre des obstacles à leur liberté
- Une partie des clients est prudente et l'autre laxiste





Tous les *détails* des consommateurs

CE QUI NE CHANGERA PAS

- Ils ont le degré d'attention d'un enfant de 3 ans.





Tous les *détails* des consommateurs

CE QUI NE CHANGERA PAS

- Ils ont le degré d'attention d'un enfant de 3 ans.
- Ils ne savent pas ce qu'ils veulent.





Tous les *détails* des consommateurs

CE QUI NE CHANGERA PAS

- Ils ont le degré d'attention d'un enfant de 3 ans.
- Ils ne savent pas ce qu'ils veulent.
- Vous ne les intéressez pas du tout.





Tous les *détails* des consommateurs

CE QUI NE CHANGERA PAS

- Ils ont le degré d'attention d'un enfant de 3 ans.
- Ils ne savent pas ce qu'ils veulent.
- Vous ne les intéressez pas du tout.
- Ils sont paresseux.



LE MARKETING

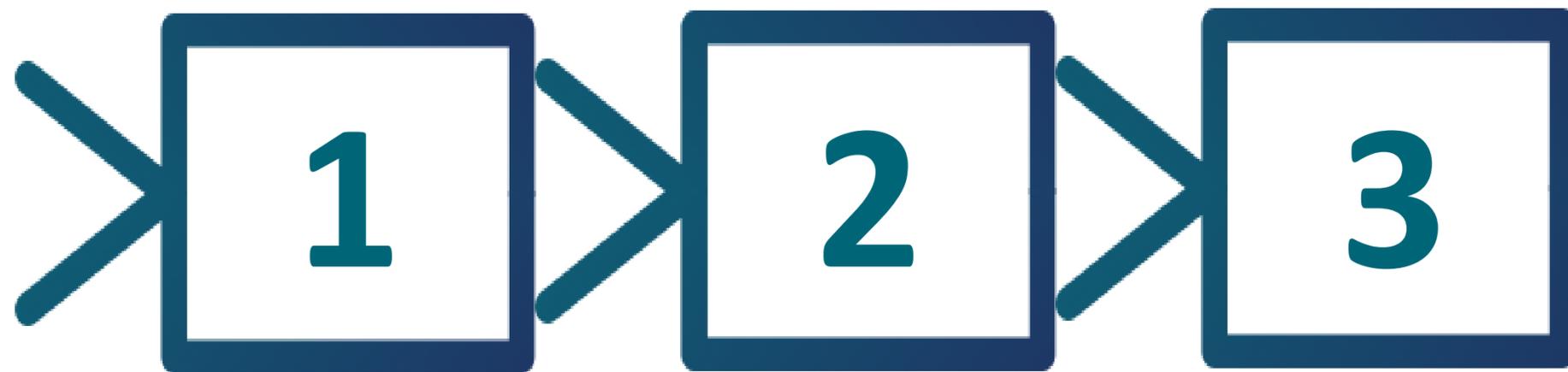
LOCAL



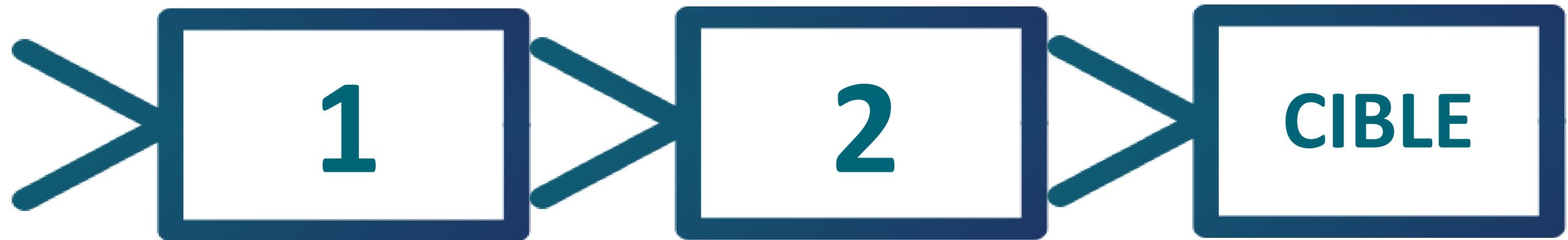
Éléments du développement de la clientèle locale

- Ils existe 3 composantes essentielles à un marketing efficace.

Êtes-vous en mesure d'en nommer une?



Les pôles du marketing en *détail*



- Qui voulez-vous dans votre commerce...
- À quoi ressemblerait sa photo...





la nouvelle référence
en maquillage beauté

MARQUE MARQUE MARQUE MARQUE MARQUE MARQUE



IMAGINE LE FUN
MAKEUP



.....**SI VOUS NE
POUVEZ PAS FAIRE ÇA
NOTRE MAQUILLAGE FX
N'EST PAS POUR VOUS**

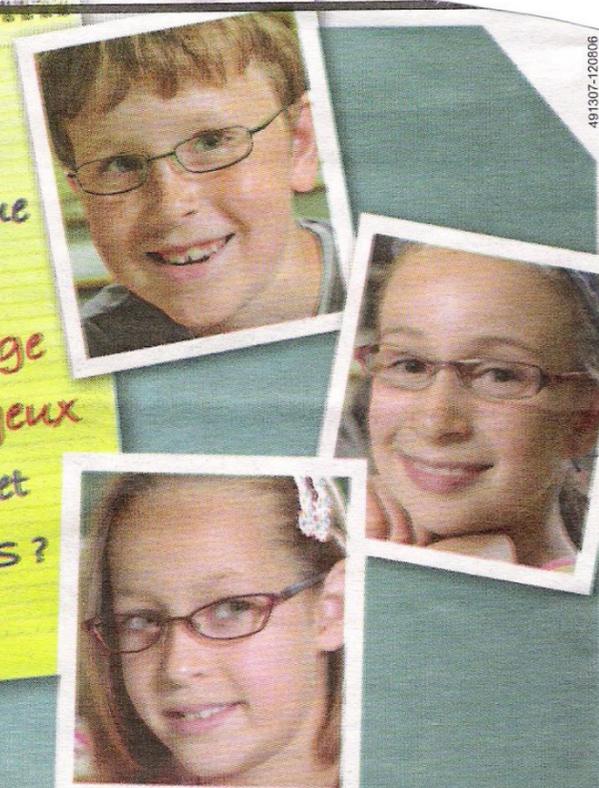


IMAGINE LE FUN
MAKEUP



491307-120806

Saviez-vous que
80% de
l'apprentissage
passe par les yeux
des PETITS et
des GRANDS ?



JUSQU'AU 30 SEPTEMBRE 2006



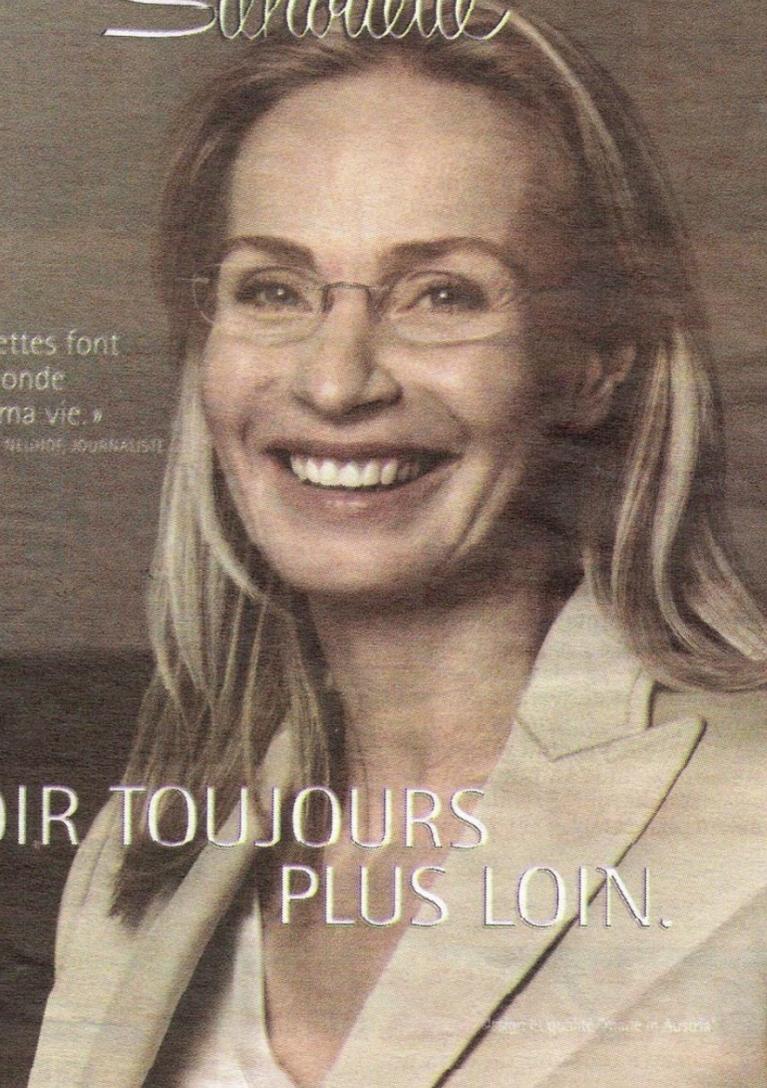
OBTENEZ **50\$** DE RABAIS
à l'achat d'une paire de lunettes*
+10\$ de rabais additionnel*
si vous faites don de vos lunettes usagées.

* Le rabais additionnel de 10\$ est applicable à l'achat d'une paire de lunettes.
Les lunettes usagées seront remises à des œuvres humanitaires, l'un ou l'autre de ces rabais ne peut
être jumelé à aucun autre forfait, offre ou promotion. 1- Paire de lunettes: monture et lentilles d'ordonnance.

OPTIQUE  JOANNE MATHIEU
www.jmathieu.m2l.ca opticienne
224, boul. Wilfrid-Laurier Beloeil 450.467.6555

Silhouette®

« Ces lunettes font
entrer le monde
dans ma vie. »
LISET MELHOE, JOURNALISTE



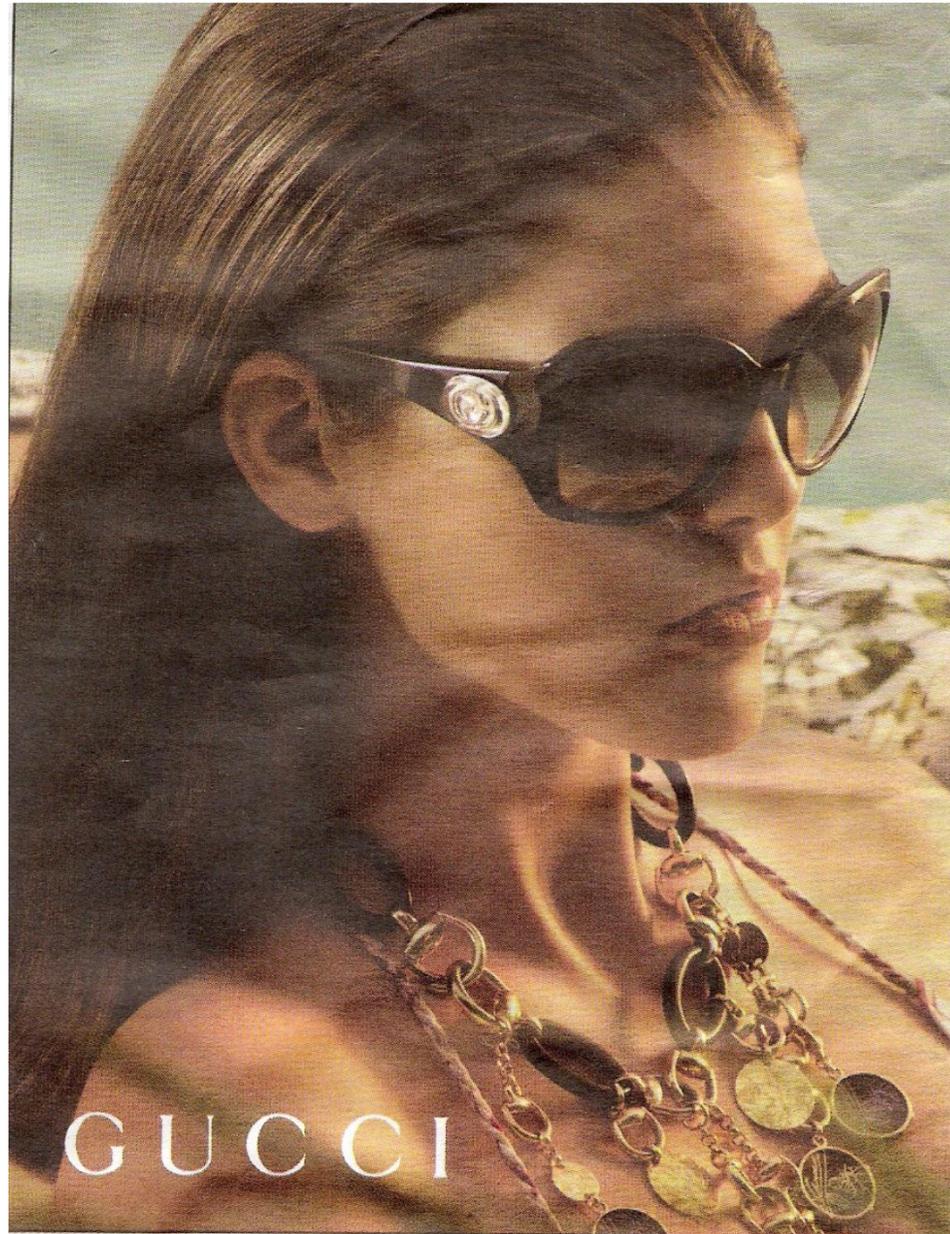
VOIR TOUJOURS
PLUS LOIN.

© 2006 Silhouette Optique Inc. Made in Austria

OPTIQUE  JOANNE MATHIEU
opticienne
224, boul. Wilfrid-Laurier, Beloeil - 450.467.6555
WWW.JMATHIEU.M2L.CA

412081-241107





GUCCI

OPTIQUE  JOANNE MATHIEU

opticienne

224, boul. Sir-Wilfrid-Laurier, Beloeil - 450.467.6555

WWW.JMATHIEU.M2L.CA

408540-280407



MAXIMISEZ
VOTRE VISION.

OPTIQUE  JOANNE MATHIEU

opticienne

224 Boul. Wilfrid-Laurier, Beloeil
450.467.6555 • jmathieu.M2L.ca

Monture compatible avec prescription



423663-250409





la nouvelle référence
en maquillage beauté

MARQUE MARQUE MARQUE MARQUE MARQUE MARQUE

IMAGINE LE FUN
MAKEUP



.....SI VOUS NE
POUVEZ PAS FAIRE ÇA
NOTRE MAQUILLAGE FX
N'EST PAS POUR VOUS

IMAGINE LE FUN
MAKEUP





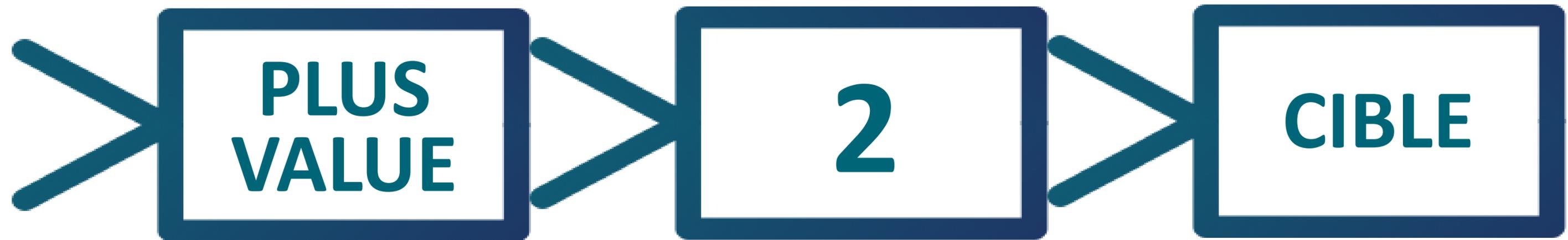
Isabelle Dubé
Vraie cliente et
mère de 2 enfants.
**Adore faire de la
moto-cross.**



Marie Côté
Vraie cliente et
femme d'affaires.
**Elle a 8 tattoos et
en veut d'autres.**



Les pôles du marketing en *détail*



- Qu'est-ce qui rend votre entreprise unique...
- Quel est le plus gros avantage de votre entreprise...



**OUBLIEZ LES PETITES
PILULES BLEUES.**



MANGEZ DU FROMAGE ÇA REND PLUS HEUREUX

LE VRAI BONHEUR SELON



**La fromagerie
HAMEL**

4 SUCCURSALES DANS LE GRAND MONTRÉAL

**VOUS EN AVEZ DÉJÀ TROP.
BEAUCOUP TROP.**



MANGEZ DU FROMAGE ÇA REND PLUS HEUREUX

LE VRAI BONHEUR SELON



**La fromagerie
HAMEL**

4 SUCCURSALES DANS LE GRAND MONTRÉAL

**UN CORPS DE DIEU,
C'EST TROP DE TRAVAIL.**



MANGEZ DU FROMAGE ÇA REND PLUS HEUREUX

LE VRAI BONHEUR SELON



**La fromagerie
HAMEL**

6 SUCCURSALES DANS LE GRAND MONTRÉAL

**N'ATTENDEZ PAS QU'IL
VOUS OFFRE UNE BAGUE.**



MANGEZ DU FROMAGE ÇA REND PLUS HEUREUX

LE VRAI BONHEUR SELON



**La fromagerie
HAMEL**

6 SUCCURSALES DANS LE GRAND MONTRÉAL

**M. GREY N'EXISTE
PAS POUR VRAI.**



MANGEZ DU FROMAGE ÇA REND PLUS HEUREUX

LE VRAI BONHEUR SELON



**La fromagerie
HAMEL**

4 SUCCURSALES DANS LE GRAND MONTRÉAL





LES
ASSUREURS
NE VOIENT
QUE ÇA



PUB A

NOUS,
ON VOIT
CECI.



*Assurances St-Georges
& Filles*
cabinet en assurance de dommages
- Depuis 1951 -

NE PERDEZ PAS CE QUE VOUS AVEZ DE PLUS PRÉCIEUX À VOS YEUX.

PUB B

LES
ASSUREURS
NE VOIENT
QUE ÇA



PUB A

NOUS,
ON VOIT
CECI.



NE PERDEZ PAS CE QUE VOUS AVEZ DE PLUS PRÉCIEUX À VOS YEUX.

PUB B

LES
ASSUREURS
NE VOIENT
QUE ÇA



PUB A

NOUS,
ON VOIT
CECI.

A family of six sitting around a campfire at night, with a motorhome parked nearby.

*Assurances St-Georges
& Filles*
cabinet en assurance de dommages
- Depuis 1951 -

NE PERDEZ PAS CE QUE VOUS AVEZ DE PLUS PRÉCIEUX À VOS YEUX.

PUB B

DES ÉPICES QUI DÉCOIFFENT



NOS SAVEURS PORTUGAISES
Piri Piri Masson
À 2 PATTES D'ICI



DU POULET QUI A DU MORDANT



NOTRE POULET BIEN GOÛTEUX
Piri Piri HocheLaga
À 2 PATTES D'ICI





Les pôles du marketing en *détail*



- Quel moyen utiliser pour communiquer sa plus value à la cible...
- Lequel choisir selon les objectifs et le budget...

Deux *détails* importants
Les actions marketing

1



LE MARKETING INTERNE

Définition: Toutes communications à vos clients.

But: Fidélisation, augmentation facture et fréquence.

Types: PLV, promotions, carte fidélité, référencement, infolettre.



LE MARKETING INTERNE

PLV



LE MARKETING INTERNE

PLV

Pour vous
aider à **choisir**



Livres • Musique • Jeux • Films • Papeterie • Cadeaux d'art



PRESSE CAFE

Pain blanc ou pain brun?
- Et pourquoi pas les deux!

Poulet
Sandwich poulet, poivrons & dijon

Jambon
Sandwich jambon & fromage

Thon
Sandwich thon, olives & poivrons

Sandwichs
PRESSE CAFE De simples classiques avec une touche de *fantaisie* à la Presse Café !



LE MARKETING INTERNE

PLV



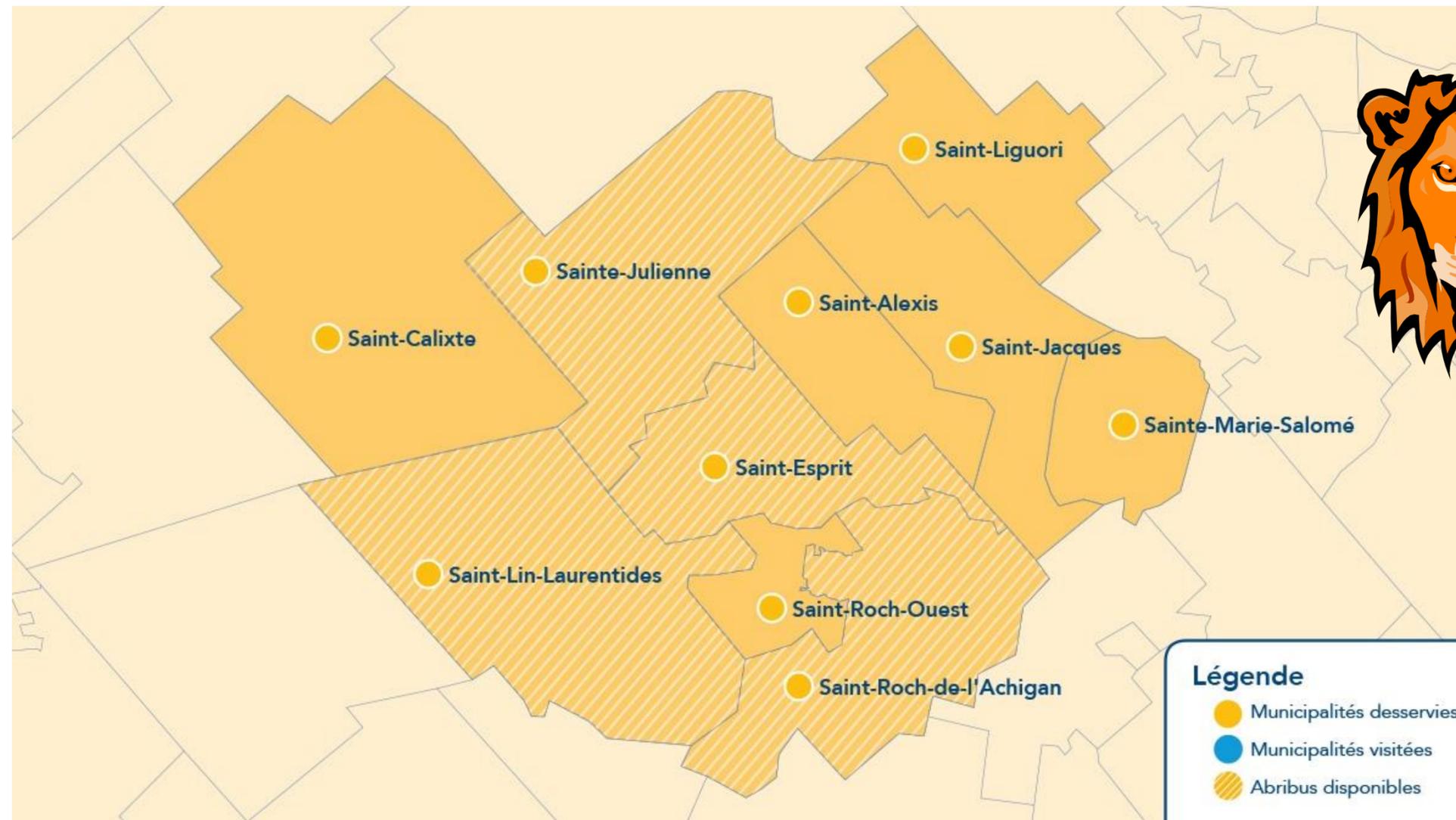
LE MARKETING INTERNE

Événements privés et VIP → Prêts pour la reprise?



CE SONT VOS MEILLEURS EMBASSADEURS!

Le plus important c'est de défendre son territoire!



Deux *détails* importants
Les actions marketing

2



LE MARKETING EXTERNE

Définition: Toutes communications à un large public.

But: Développer la notoriété, nouveaux clients, parts de marché.

Types: Social, mailing, Google, partenariat, stunt, affichage (billboard, abribus, vitrine, enseigne, voiture), vitrines.



LE MARKETING EXTERNE

Façade et vitrine



LE MARKETING EXTERNE

Partenariats et promotions croisées



LE MARKETING EXTERNE

Partenariats et promotions croisées



The graphic features a yellow background with the word "BOSWELL" in green at the top left. Below it is a logo consisting of three slanted green bars. To the right is a green "X" symbol, followed by a green ball of yarn with two knitting needles. Below the yarn is the text "LA BOBINEUSE" in green. Two vertical green lines are positioned on either side of the central elements.

JUN 8 **Bière et Tricot**
Public - Organisé par Boswell Brasserie Artisanale et La Bobineuse



LE MARKETING EXTERNE

Mailing et distribution



DIABOLISSIMO
PÂTES FRAÎCHES, PESTOS ET SAUCES MAISON

1256, av. Mont-Royal Est
Montréal (Québec) H2J 1Y3
514 528-6133
www.diabolissimo.com



CRÉATIVITÉ



LE MARKETING EXTERNE

Installations créatives



LE MARKETING EXTERNE

Stunt terrain



LE MARKETING EXTERNE

Véhicules d'entreprise



LE WEB



LE MARKETING EXTERNE

Web

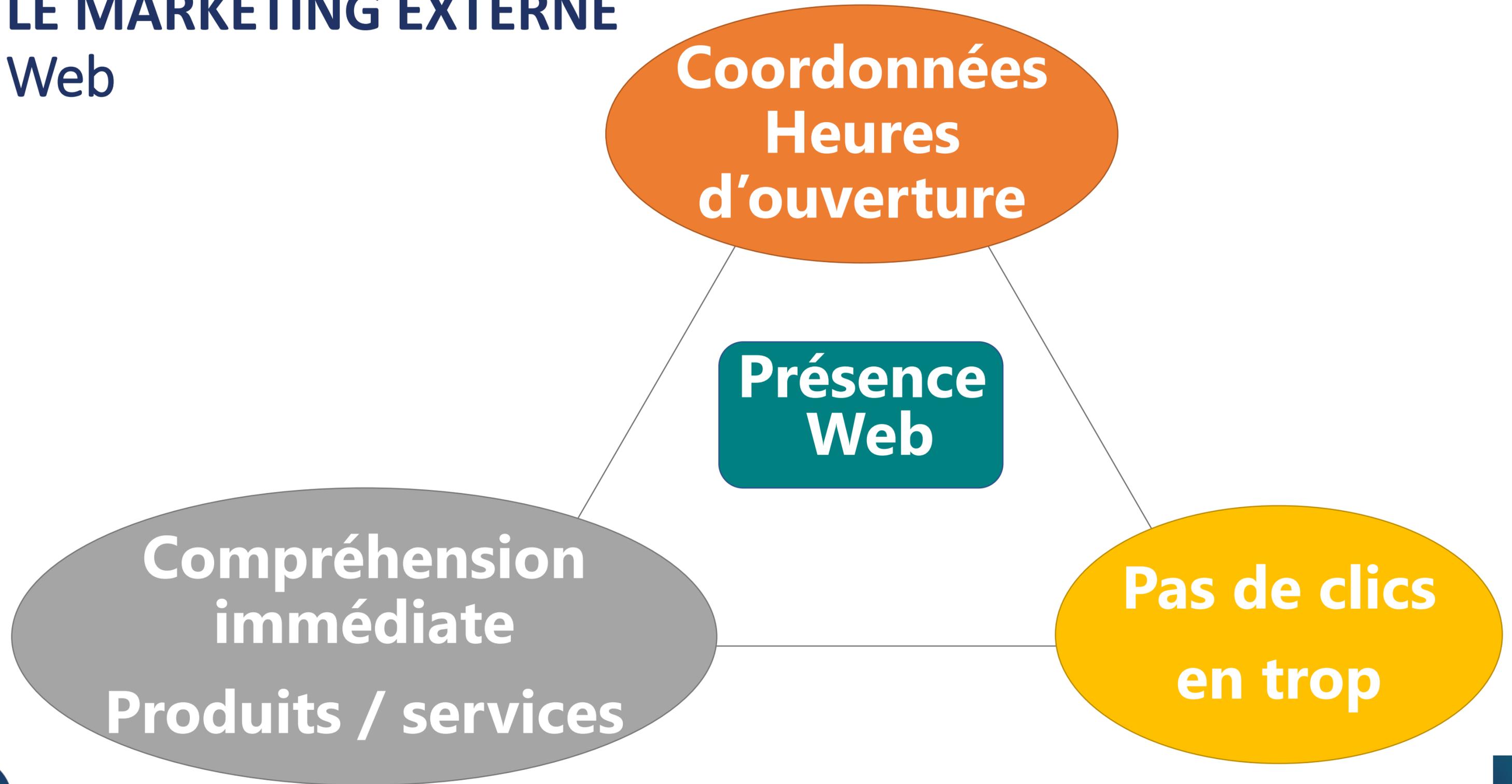
Pour toute une génération, la façon de trouver un commerce ou de magasiner se passe uniquement sur le web.

Soyez donc certains d'y être présents ... tout en étant local!



LE MARKETING EXTERNE

Web



LE MARKETING EXTERNE

Web

Le commerce en ligne; peu rentable, mais essentiel!

Voyez votre boutique web comme un outil qui favorise l'ensemble de l'entreprise plutôt qu'une source de profit.

- Vitrine et positionnement stratégique
- Augmentation de la notoriété
- Présentation des produits et services

Bref, voyez la comme un investissement global!



LE MARKETING EXTERNE Web

Ne perdez jamais votre identité locale.

Rien ne distingue cette boutique en ligne québécoise d'une autre qui se situerait en Suède!

The screenshot shows the Sports Experts website homepage. At the top, there are navigation links for 'FR', 'TROUVER UN MAGASIN', 'SE CONNECTER', and 'PANIER'. The main navigation menu includes 'FEMMES', 'HOMMES', 'ENFANTS', 'CHAUSSURES', 'SPORTS', 'ATMOSPHERE', 'RABAIS', and 'MARQUES'. A search bar is located on the right side of the header.

The main banner features a woman in a blue puffer jacket and a white beanie. The text reads: 'OBTENEZ UNE CARTE PROMOTIONNELLE* DE 50\$ POUR CHAQUE TRANCHE D'ACHAT DE 250\$ DE VÊTEMENTS D'HIVER'. Below this, it says 'Sur notre prix étiqueté. Marques et modèles sélectionnés.' and a 'DÉTAILS' button is visible.

Below the banner, there is a row of brand logos: Columbia, Under Armour, Nike, The North Face, Adidas, and Asics. Below the logos, the text reads: 'DÉCOUVREZ NOS COLLECTIONS POUR LA SAISON HIVERNALE' and 'De nouveaux arrivages chaque semaine!'.

The bottom section displays four product cards for winter jackets:

- LOLÉ**
EMMY - MANTEAU ISOLÉ À CAPUCHON POUR FEMME
478,99 \$
- HELLY HANSEN**
CHILL - MANTEAU D'HIVER POUR HOMME
399,99 \$
- HELLY HANSEN**
DIAMOND JR - MANTEAU D'HIVER À CAPUCHON POUR FILLE
249,99 \$
- HELLY HANSEN**
URBAN JR - MANTEAU ISOLÉ À CAPUCHON POUR JUNIOR
199,99 \$

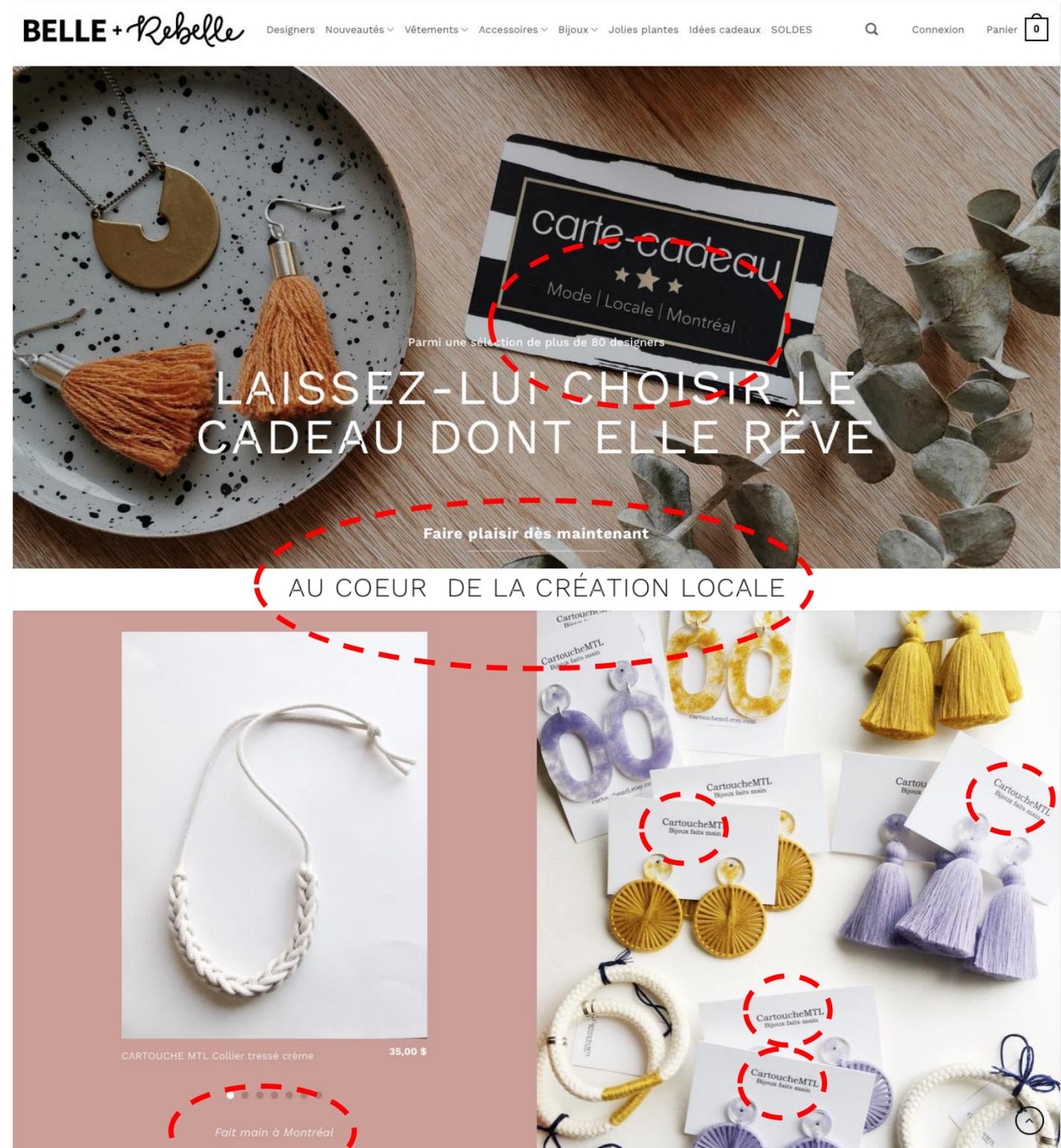


LE MARKETING EXTERNE

Web

Ne perdez jamais votre identité locale.

D'un seul coup d'oeil, nous savons que c'est une entreprise locale!



LE MARKETING EXTERNE

Fiche Google

➤ Coordonnées complètes

The screenshot shows a Safari browser window with the search results for 'chocolat favoris'. On the left, a list of four locations is shown, each with its address, phone number, and status (e.g., 'Fermé', 'Ouvre à 12 h 00'). The main content area displays a detailed view for 'Chocolats Favoris' at 837 Avenue du Mont-Royal E, Montréal, QC H2J 1W9. This view includes a 4.4-star rating from 419 Google reviews, the address, phone number (438) 387-3458, website (chocolatsfavoris.s3.amazonaws.com), and ordering link (ubereats.com). A map on the right shows the location in Montreal with several other 'Chocolats Favoris' markers nearby.



LE MARKETING EXTERNE

Réseaux sociaux

The collage consists of several overlapping screenshots from social media pages. On the left, a screenshot of the Hydro-Québec Facebook page shows a post from May 26th with a comment from a user and a reply from the page. The reply discusses safety and prevention. On the right, a screenshot of the Pot Masson Facebook page shows a post from May 28th about plants and a photo of a woman with a drill. A central menu for Pot Masson lists navigation options like 'Accueil', 'Photos', 'Publications', 'Vidéos', 'Évènements', 'À propos', 'Communauté', 'Email Signup', and 'Créer une Page'. On the far right, another screenshot shows the 'Transparence de la Page' section of a Facebook page, providing information about the page's creation date and privacy settings.

- Répondez toujours aux commentaires!
- Gardez toujours le contact avec vos fans!



Et le plus important: rappelez-vous que la meilleure pub n'est pas une pub!

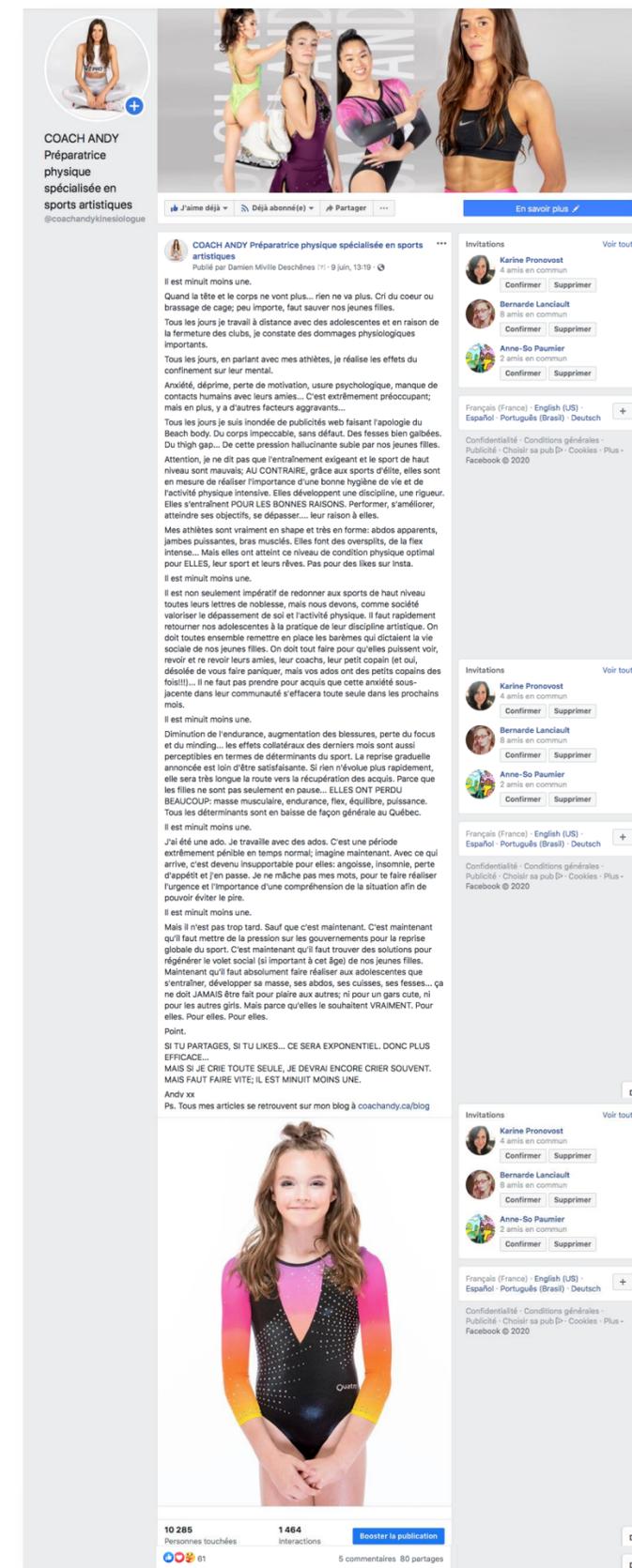
D'une façon organique, avec 2 053 abonnés. Un seul texte qui touche, provoque et bouleverse. Sans contenu commercial ni promotion... Peut être extrêmement payant en termes de notoriété!

➤ 10 285 personnes touchées

➤ 1 464 interactions

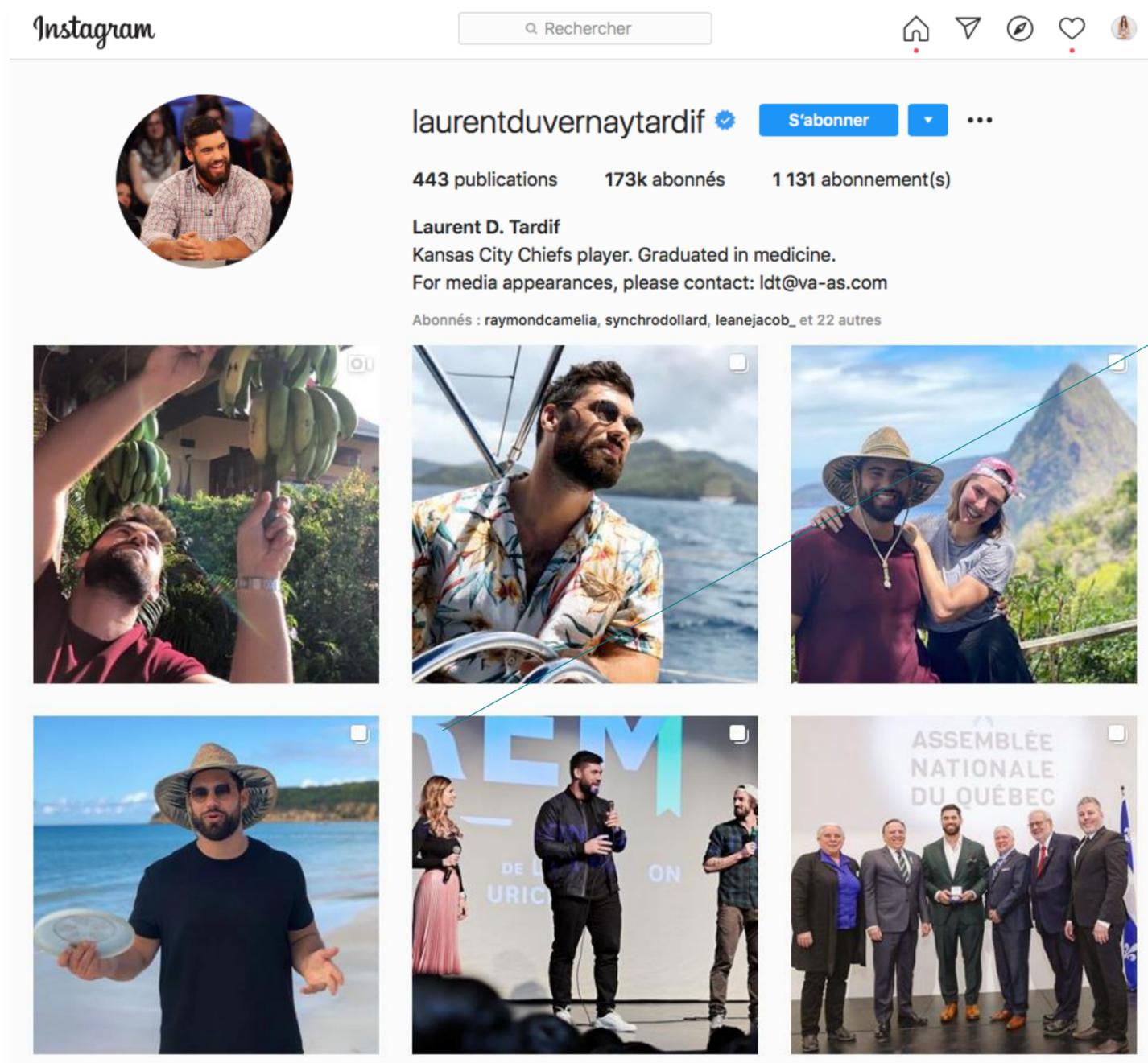
➤ 61 likes

➤ 80 partages



LE MARKETING EXTERNE

Web



➤ Dosez entre le côté humain et le côté produit





Les indispensables web...

- Google
- Site web optimisés (pour mobiles)
- Facebook
- Instagram
- Autres plateformes sociales
- Communauté

Pour consulter notre page dédiée à la Covid-19:
detailformation.com/covid-19-commerce

Lien web : www.detailformation.com/congresproximite

