



# COVID-19

## GUIDE MARKETING

par damien massicotte, consultant marketing

# COVID-19

## GUIDE MARKETING

Compte tenu de la présente pandémie mondiale, l'ensemble de l'industrie et de l'économie sont affectées. En temps de crise, il est impératif de mettre en place des processus internes et externes qui dicteront nos actions présentes, mais aussi futures...

Voici quelques recommandations en lien avec votre mise en marché et vos pratiques marketing.

Voyez cette situation temporaire comme un arrêt et présentons-la comme une métaphore de la **course automobile**. Actuellement, **toutes les voitures sont arrêtées** (vous et vos concurrents). Au même niveau, égales, identiques, aucune ne peut dépasser l'autre. Il se passera un certain temps avant que la course reprenne; vous avez alors deux choix. Tout mettre au neutre et ne rien faire ou **vous préparez à la reprise de la course...** Quand tout recommencera, ceux qui se sont préparés démarreront en premier et pourront **gagner la course**. Les autres, arriveront loin derrière. Ou ne la finiront même pas.



# COVID-19

## GUIDE MARKETING

### Recommandations importantes.

### Un mot à retenir: **RÉCONFORT!**

1. **Soyez humble.** Ne cherchez pas à mettre votre entreprise sous les projecteurs.
2. **Ne profitez pas de la situation.** Ne jouez pas avec la peur pour vendre vos produits. Attention: on ne dit pas: « Déprimé pendant la maladie? Lisez un livre! ». On dit: « Vous aimez lire? Voici nos suggestions de nouveaux livres. ».
3. **Faites des gestes altruistes.** Démontrez votre empathie et faites de bonnes actions.
4. **Faites le plein.** Profitez-en pour renforcer et améliorer le branding et planifiez votre retour.
5. **Capitalisez sur le réconfort.** Pendant, revenez à la base; misez sur vos valeurs sûres.
6. **Gardez contact.** Parlez, écrivez et publiez de l'information, du contenu, rassurez vos clients.
7. **Budgétisez le retour.** C'est à la reprise que vous devrez mettre la majeure partie de votre budget marketing annuel. Vous devrez reprendre la course sur les chapeaux de roues, surtout pas timidement.
8. **Maximisez le e-commerce.** Il faut être optimal sur le web (vente, service).
9. **N'ayez pas honte.** Vous avez le droit de vendre vos produits (dans le respect). Les gens continuent à vivre, à se nourrir. Il y a des anniversaires, les enfants jouent dans la cour, on veut lire, on veut écouter de la musique... bref on veut vivre. Et vos produits et services peuvent y contribuer.



# COVID-19

## GUIDE MARKETING

### Exemples de gestes altruistes & intéressants d'un point de vue marketing.

Sans aucune intention mercantile, ni dans une volonté de profiter de la situation, vous pouvez poser des gestes ayant pour but d'aider, de reconforter ou d'encourager. Tout en prévoyant un retour en termes de visibilité, de notoriété et de fidélisation.

Deux exemples. Deux entreprises.  
Deux résultats autant positifs pour ceux qui reçoivent que pour les commerces qui ont posé le geste.



**Faire des heureux + Obtenir de la visibilité = Action réussie!**

# COVID-19

## GUIDE MARKETING

### Après la crise.

Il est plus qu'essentiel de débiter maintenant une réflexion ainsi que les préparatifs « après-crise »; afin de stimuler au maximum la reprise des activités commerciales de l'entreprise.

Pendant la crise	Après la crise
<ul style="list-style-type: none"><li>• Réfléchir et analyser l'image de marque (logo, slogan, identité visuelle, promesse client, etc.)</li><li>• Moderniser, retravailler et repositionner le brand.</li><li>• Réfléchir à votre plus value.*</li><li>• Planifier les actions marketing post crise.</li><li>• Budgéter et rapatrier des sommes pour le retour.</li><li>• Faire un échéancier concret.</li><li>• Réserver de l'espace média pour la reprise.</li><li>• Agir maintenant pour être prêt plus tard.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Dévoiler et déployer une identité forte et positive.</li><li>• Débiter rapidement les actions marketing.</li><li>• Mettre le « paquet » en termes de poids média et n'oubliez pas que c'est maintenant ou jamais.</li><li>• Démontrer clairement votre plus value.*</li><li>• Aller vers les consommateurs et ne pas attendre qu'ils viennent à vous. Être positifs et heureux.</li><li>• User d'originalité et surprendre, tout en étant clair.</li></ul>

*\*Plus value: ce qui vous démarque, qui vous rend unique. Pourquoi un client irait dans votre entreprise plutôt que chez votre concurrent. Idéalement une seule plus value forte et ayant un fort degré de rétention.*

# COVID-19

## GUIDE MARKETING

### Choses à éviter.

Comme mentionné précédemment, il faut éviter de profiter de la situation et tenter d'en tirer partie. Nous sommes tous vulnérables et ce n'est pas le moment d'user de stratégie pour attaquer cette vulnérabilité.

- Ne pas augmenter les tarifs de produits essentiels.
- Ne pas proposer d'acquérir un service maintenant en échange d'une récompense.
- Ne pas utiliser le volet dramatique de la situation pour effrayer ou convaincre.
- Ne pas minimiser sa présence sur le web. Informatif et transactionnel.
- Ne pas perdre le contact avec ses clients, via infolettres, réseaux sociaux, etc.
- Ne pas forcer le consommateur ou être trop hard sale.

**Soyez plutôt humain! Travaillez et véhiculez des valeurs traditionnelles et réconfortantes. La famille, la sécurité, le confort, l'amitié, la détente, les souvenirs... Accompagnez vos clients!**

Si vous n'êtes pas déjà inscrit aux envois courriels quotidiens de Détail Formation, vous pouvez le faire maintenant au <http://detailformation.com/>

Vous pouvez également consulter le <http://detailformation.com/covid-19-commerce/> qui fait état des courriels envoyés par Détail Formation depuis le début de la crise et qui vous donne plein d'outils et de conseils en ces temps difficiles.

Malheureusement, il nous est difficile de conseiller nos 6 000 clients et partenaires individuellement, par contre, si vous souhaitez un accompagnement plus complet, il nous fera plaisir de vous proposer une banque d'heures de consultation, afin de mettre en place les actions proposées dans ce document.

# COVID-19