

L'identité digitale de mon entreprise pour trouver de nouveaux clients

Facebook, Instagram, Linkedin, Tik Tok, Google...

Mes premières initiatives digitales à la recherche de nouveaux clients



*Séverine RIGAL
Mon entreprise facile
Livre blanc*

L'identité digitale de mon entreprise pour trouver de nouveaux clients

Pour aller plus loin: [Séverine RIGAL - Mon entreprise facile](#)
siret 81943420000013 EI 81600 Gaillac1

Les astuces accessibles à tous pour gérer
facilement son entreprise



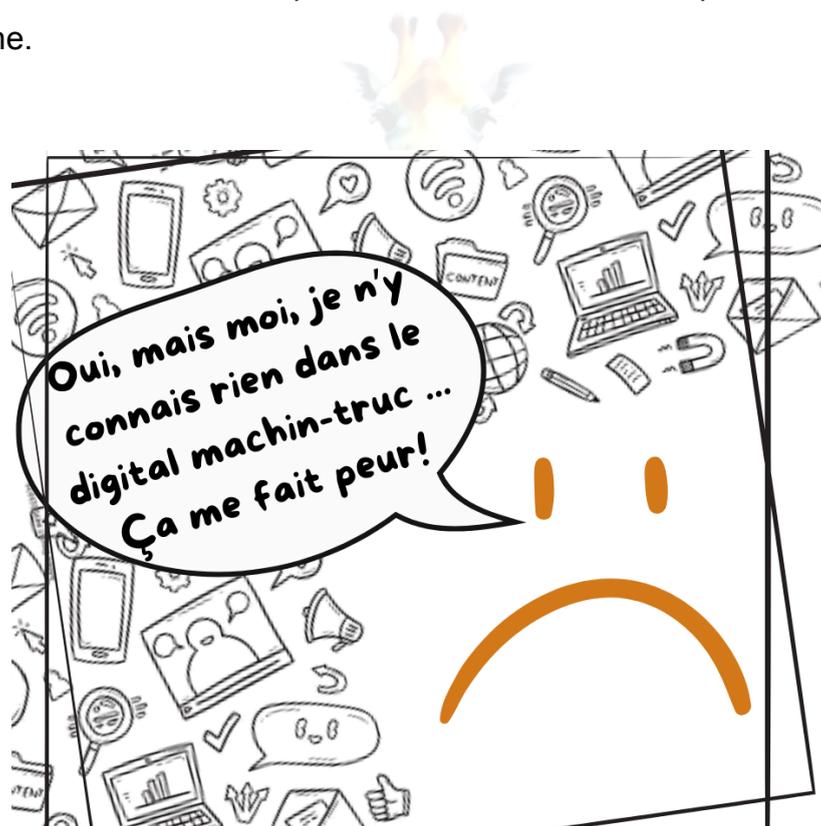
L'identité digitale de mon entreprise pour trouver de nouveaux clients

Pour aller plus loin: [Séverine RIGAL - Mon entreprise facile](#)
siret 81943420000013 EI 81600 Gaillac2

L'identité digitale de votre entreprise existe malgré vous, quelle que soit la forme juridique de votre entreprise.

Pages jaunes, Société.com, avis Google, Vous ne maîtrisez pas ces informations publiées sans votre action, elles sont en ligne malgré vous, simplement du fait de l'existence de votre entreprise et de vos activités.

Les informations qui sont ainsi communiquées en dehors de votre volonté peuvent être d'ordre juridique, financier, comme commercial. Il est donc important de créer vous-même l'identité numérique de votre entreprise pour garder la main sur l'image que vous véhiculez et les vérités sur vos activités. Sans quoi, des clients potentiels pourraient se tourner vers un concurrent dont les informations disponibles pourraient sembler de meilleure confiance que les informations subies qui circulent sans votre action en ligne.



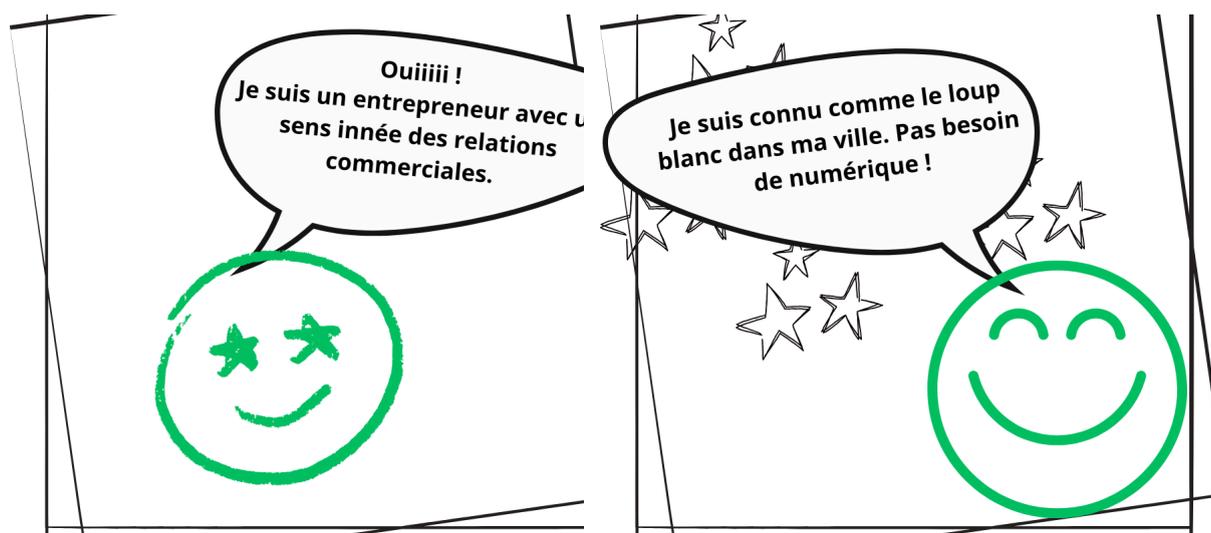
L'identité digitale de mon entreprise pour trouver de nouveaux clients

Pour aller plus loin: [Séverine RIGAL - Mon entreprise facile](#)
siret 8194342000013 EI 81600 Gaillac3

Ce livre blanc est conçu pour être lisible pour tout le monde.
Il se veut porteur de vraies actions à mener, simplement en suivant, pas à pas, chaque atelier.

Suivez step by step chaque étape pour mettre à jour l'identité numérique de votre entreprise.

Avant toute chose: pensez-vous que votre activité de démarchage commercial, ou de bouche à oreille, suffisent à trouver de nouveaux clients?



Ah bon ?

Savez-vous qu'exister pour ce que l'on est, inclut que l'on est différent de son concurrent?

Dans cette hypothèse, il paraît essentiel d'exister physiquement + commercialement + de façon digitale.

L'identité digitale de mon entreprise pour trouver de nouveaux clients

En effet, vos clients sont divers et variés. Ils proviennent certainement de votre réseau local, mais aussi du bouche à oreilles, ou encore d'un démarchage commercial que vous avez amorcé, ou bien d'une simple recherche dans le bottin (de nos jours, soyons clairs: = recherche sur Google !).

Mes clients sont issus de mon réseau local:

Vos clients fidèles sont les meilleurs commerciaux du monde. Ils peuvent parler de vous à leur entourage et ainsi développer votre image de façon exponentielle parce que le voisin du voisin de la cousine a parlé de vous et de vos qualités professionnelles.

Mais savez-vous qu'un client mécontent communique 10 fois plus qu'un client satisfait? Et donc 10 fois de façon exponentielle. Vos détracteurs _ et tout le monde en a_ doivent être tus par une existence sans conteste à l'écrit, et transmissible par tout moyen. L'existence digitale de votre entreprise devient alors votre meilleur allié pour asseoir l'image professionnelle de votre entreprise.

Mes clients ont pris contact avec moi après avoir cherché mon corps de métier en ligne:

L'existence digitale est évidente pour un lancement d'activité.

Vous devez développer votre activité et trouver des clients. Pour cela, la première des choses, avant toute action commerciale, est que les clients potentiels qui recherchent votre type de services, ou produits, accèdent facilement et prioritairement à vous.

Si je cherche une couturière, je dois pouvoir vous trouver dans les premiers résultats quand je tape "couturière à DigitalCity". Sans quoi, vous ne recevrez jamais d'appel.

De même pour les cas d'entreprises qui souhaitent développer une nouvelle gamme de produits ou proposer une nouvelle activité. On vous connaît pour un produit mais pas encore pour le produit que vous venez de mettre sur le marché en

L'identité digitale de mon entreprise pour trouver de nouveaux clients

Pour aller plus loin: [Séverine RIGAL- Mon entreprise facile](#)

siret 8194342000013 EI 81600 Gaillac5

vu de développer votre clientèle. Il vous faudra donc mettre à jour vos critères de recherche en ligne régulièrement et systématiquement lorsque vous proposez un nouveau service ou un nouveau produit.

Et que dire de l'utilité d'exister de façon active en ligne pour les entreprises qui rencontrent un ralentissement de leur activité !

Posséder un numéro de téléphone et avoir une entreprise avec un numéro siret ne suffit pas.

Vos clients potentiels doivent pouvoir vous trouver à vous spécifiquement, facilement et avec confiance. Ils doivent avoir envie de vous contacter et envie de partager leur expérience auprès de votre entreprise, envie de communiquer sur vos activités et leur expérience positive auprès de votre entreprise. Les avis clients postés en ligne sont une opportunité et non un danger. Consultez le fascicule "Recueillir et répondre aux avis clients: Offrez-vous la meilleure des clientèles" pour apprendre à gérer toutes les situations d'avis écrits et publiés en ligne. Vous constaterez rapidement que savoir récolter et gérer des avis clients ouvre énormément de débouchés.

Alors ? Prêt à créer l'identité de votre entreprise en ligne ?

Voici les premières actions à mener.



L'identité digitale de mon entreprise pour trouver de nouveaux clients

Pour aller plus loin: [Séverine RIGAL- Mon entreprise facile](#)
siret 8194342000013 EI 81600 Gaillac6

SOMMAIRE:

La carte de visite	7
La fiche entreprise Google	13
Flyer ou réseaux sociaux ?	24
Conclusion	26

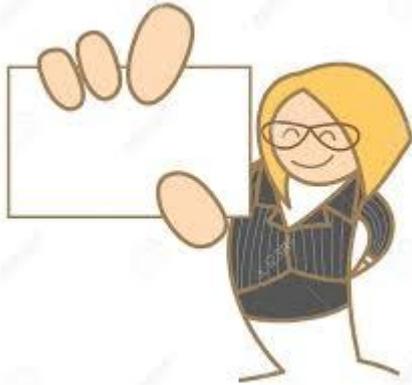


L'identité digitale de mon entreprise pour trouver de nouveaux clients

Pour aller plus loin: [Séverine RIGAL- Mon entreprise facile](#)
siret 81943420000013 EI 81600 Gaillac7

Etape Numéro 1

La carte de visite



“Quoi? Mais c’est pas du digital ça !”

Comment bien utiliser une carte de visite en 2025?

Pour transmettre mes coordonnées:

Évidemment, la carte de visite présente dans votre poche va vous permettre, au grès de vos rencontres ou des demandes de votre entourage, de communiquer vos coordonnées.

Traditionnellement, on considère la carte de visite comme un outil marketing indispensable. Sauf qu’en 2025, si on veut vous trouver, on vous trouve en un claquement de doigts depuis son smartphone. Juste en tapant “décorateur d’intérieur Bordeaux”, on va retrouver tous les décorateurs d’intérieurs à proximité de Bordeaux; si tant est que ces derniers se soient donné la peine de suivre les

L’identité digitale de mon entreprise pour trouver de nouveaux clients

recommandations de rigueur et à venir dans ce fascicule concernant la bienséance digitale en entreprise en 2025!

Du coup: carte de visite, ou Pas carte de visite?

Est ce que j'investis dans la production de cartes de visite pour mon entreprise?

OUI

Votre carte de visite, plus qu'un support pour transmettre son contact, est surtout un outil de visualisation de votre image.

En effet, nous sommes dans l'ère de l'image, du visuel, de l'instant T.

Un petit topo sur le fonctionnement du cerveau s'impose pour correctement traiter ce sujet:

Nous mémorisons malgré nous de nombreuses informations dans notre quotidien. On dit qu'il faut consulter huit fois en pleine conscience une information pour la mémoriser. Mais bien plus important encore, le sens donné aux images constitue un lot d'information plus ancré que la seule information orale, ou bien la seule lecture d'une publicité.

Aussi, associer une image à une information orale permet de créer un noyau d'information avec du sens et de l'ancrage, et donc valoriser cette information avec plus d'importance que la seule communication factuelle à l'oral.

En d'autres termes: une personne qui a entendu parler de vous au hasard de ses conversations, et qui en parallèlement voit votre logo ou le nom de votre entreprise sur une carte déposée à la boulangerie, sur une publication Facebook et en plus sur l'affiche du salon des artisans locaux *_si vous êtes artisan_* comme sur la liste des sponsors du club de rugby de la ville, percevra votre entreprise comme une entreprise sérieuse et réputée. La multiplication des apparitions, dans la mesure où celles-ci sont professionnelles et à propos, ont du sens, et augmentent donc la valeur implicite de votre entreprise auprès de vos clients potentiels.

L'identité digitale de mon entreprise pour trouver de nouveaux clients

Pour aller plus loin: [Séverine RIGAL- Mon entreprise facile](#)

siret 8194342000013 EI 81600 Gaillac9

La communication, tout comme l'image de votre entreprise, est donc constituée d'un ensemble pertinent de supports d'informations qui, ensemble, créent la crédibilité, et assoient votre activité comme essentielle.

La carte de visite est donc un des éléments essentiels dans ce package informatif qui doit être multiple. La carte de visite comme seul outil ne sert à rien et inversement pour les autres moyens de communication: seuls ils sont peu efficaces.

Elle est dans votre poche pour pouvoir la remettre à qui la demande. Elle peut être déposée ça et là dans des dispositifs prévus à cet effet, elle peut être présente sur le bureau d'un autre professionnel en lien avec votre activité et cette personne pourra ainsi vous recommander, elle constitue surtout un support de base pour vos communications en ligne et vos signatures de mails, car vous allez utiliser le visuel proposé sur votre carte de visite dans vos communications écrites et visuelles.

Il faut donc créer votre carte de visite dans cette optique multi-usage.

En effet, trouver un vecteur visuel unique ou redondant permet à votre entreprise d'exister. La carte de visite, en version digitale, sera donc à apposer dans votre signature de mail, et à télécharger sur les réseaux sociaux que vous choisirez d'utiliser. Partout où vous allez, elle est là avec vous. Un nom + un visuel uniques et redondants. C'est le premier pas de la visibilité en ligne.

Fiche technique pour créer une carte de visite efficace:

Au vu des derniers éléments abordés, la carte de visite que vous allez créer doit donc permettre toutes ces utilisations.

En conséquence, simplicité, informations essentielles et visuel seront les clés d'une carte de visite utile et pérenne.

L'identité digitale de mon entreprise pour trouver de nouveaux clients

Je vous recommande une carte de visite sans verso. Des informations essentielles et un visuel, voilà les clés pour que votre carte de visite soit réellement lue.

Voici les informations uniques nécessaires:

Le nom de l'entreprise, éventuellement la dénomination de votre activité, en fonction de la nature explicite ou pas du nom de votre entreprise. En cas de création d'activité, je vous invite d'ailleurs à créer un nom commercial explicite ou bien à propos au vu de la nature de votre activité.

Le logo de l'entreprise

Vos coordonnées Tel et Mail, en fonction de votre activité

Le numéro Siret

La zone géographique de votre intervention, en fonction de votre activité

Le ou les logos des réseaux sociaux sur lesquels on peut vous retrouver, le Nom simple de votre site internet. Pas de lien écrit : ils ne sera pas utilisé depuis votre carte de visite. Préférez insérer le lien directement dans la rédaction de votre signature de boîte mail.

Est ce que je dois détailler mon activité?

- Si le nom de votre entreprise est suffisamment explicite, n'ajoutez pas de détail de votre activité.

Expl: "Sauve ton Ordinateur"

Nous supposons aisément qu'il s'agit d'un réparateur d'ordinateur, inutile de préciser d'autres informations. Si je veux savoir si cette personne est en mesure de réparer le modèle précis de mon ordinateur en panne, je fonce sur ses réseaux, ou bien son site, et je trouve l'information rapidement. Mais la carte de visite suffit à me donner l'information que cette entreprise est , à priori, celle qu'il me faut.

- Photos de la devanture:

L'identité digitale de mon entreprise pour trouver de nouveaux clients

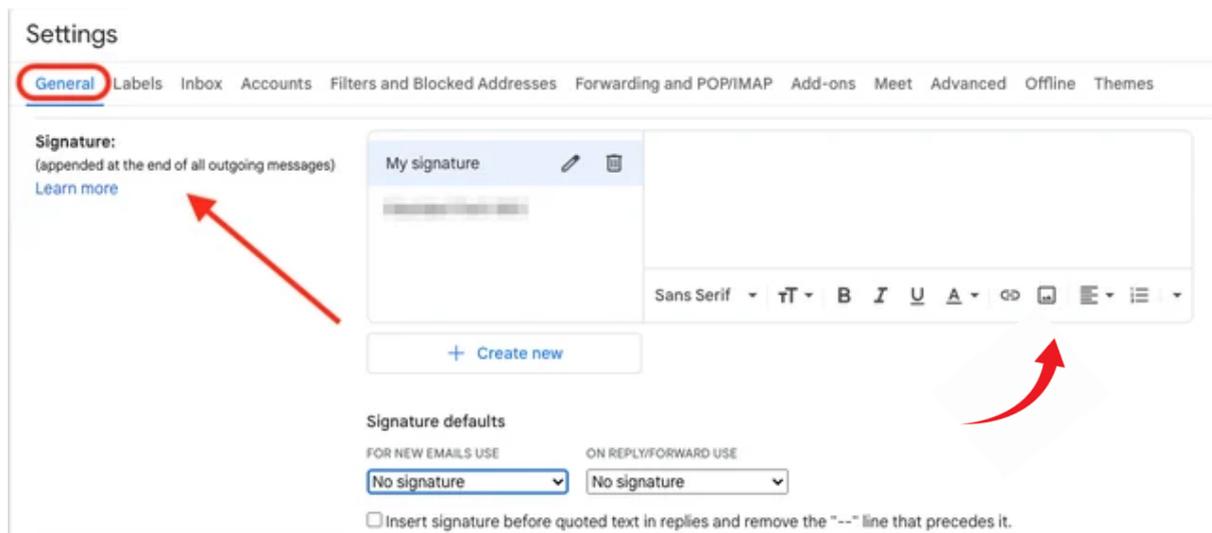
Pour aller plus loin: [Séverine RIGAL- Mon entreprise facile](#)

siret 81943420000013 EI 81600 Gaillac11

Inutile. Si vous avez un commerce avec pignon sur rue, préférez communiquer le visuel par le biais d'un éventuel site internet, ou bien de communication régulières sur vos réseaux sociaux.

TIPS: Ma carte de visite est ma signature de mails:

Plutôt qu'une signature écrite, offrant un énième visuel de votre activité, préférez reporter le visuel de votre carte de visite en guise de signature de mail. En effet, un visuel redondant et unique vous assure une image professionnelle et fiable.



Dans votre outil mail, Gmail, Hubpost, Outlook ou autre:

Ouvrir les Paramètres de la boîte mail

Ouvrir les outils de la Signature de mail. Cette signature, une fois enregistrée, sera appliquée à chacun des messages que vous expédiez depuis cette boîte mail, que ce soit une réponse à un message reçu ou bien un mail que vous rédiger en initial.

L'identité digitale de mon entreprise pour trouver de nouveaux clients

Pour aller plus loin: [Séverine RIGAL- Mon entreprise facile](#)
siret 81943420000013 EI 81600 Gaillac12

Insérer le visuel de votre carte de visite, sous format "image" JPEG, MPEG ou autre.
Enregistrer

Tester en ouvrant un nouveau mail à rédiger: si la taille de la carte de visite à l'affichage ne vous convient pas, revenez dans les paramètres, signature, et modifiez la taille de votre image en cliquant dessus.

Etape Numéro 2:

La fiche entreprise Google

Son référencement

Pourquoi gérer sa fiche entreprise Google:

Depuis n'importe quel appareil en 2025, on tape dans un moteur de recherche ce que l'on veut.

Je veux aller au cinéma ce soir et je veux connaître la programmation? Moteur de recherche !

Je veux me commander à manger? Moteur de recherche et appli spécialisée!

Je veux acheter une nouvelle voiture? Premières recherches prix et comparatifs depuis un moteur de recherche.

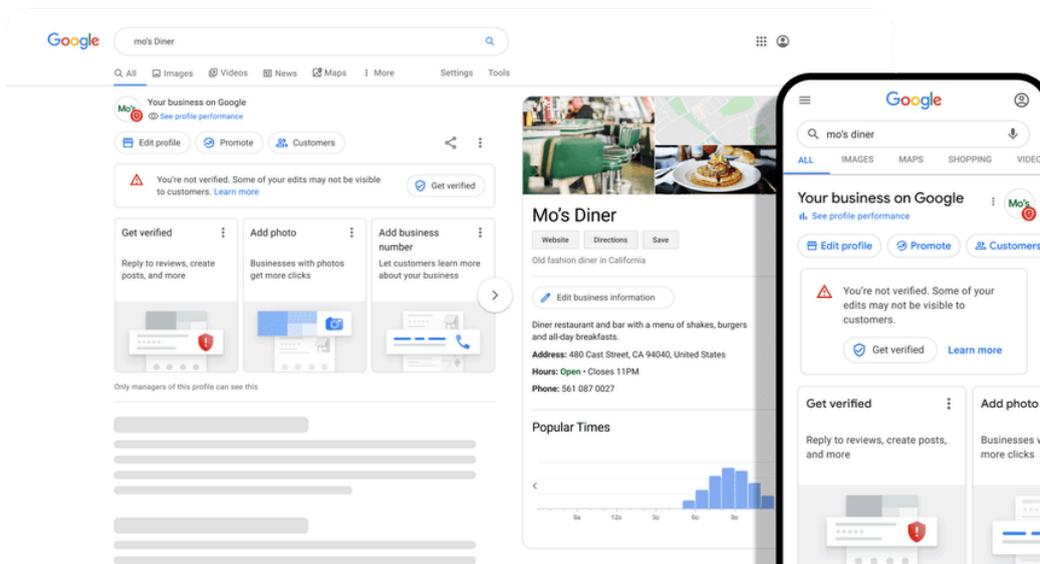
J'ai envie de nouvelles baskets à la mode, d'une cabane pour mes enfants, de changer mes meubles de cuisine? J'ai besoin de réparer ma clôture, de services pour m'aider à entretenir mon jardin? Envie d'aller prendre un verre avec des amis

L'identité digitale de mon entreprise pour trouver de nouveaux clients

dans un endroit sympa, de prendre des cours de yoga? Je souhaite monter mon entreprise et j'ai besoin d'un comptable, d'un consultant en création d'entreprise, d'un collaborateur CEO?

Tous ces besoins démarrent, en 2025, par une recherche en ligne.

Quand vous tapez , avec vos mots à vous, la nature de votre recherche sur votre moteur de recherche, les systèmes agitent une multitude de sources d'informations pour vous trouver LA meilleure réponse en fonction de votre demande. Ce que l'on recherche, c'est d'apparaître à coup sûr suite à une recherche associée à mon activité, et dans les premiers recherches associées.



Comment fonctionne un moteur de recherche, notamment Google?

Google fonctionne en tant que moteur de recherche en indexant les pages web à travers le monde entier, afin de les rendre accessibles rapidement et efficacement aux utilisateurs. Lorsqu'un internaute tape une requête, Google scanne sa base de

L'identité digitale de mon entreprise pour trouver de nouveaux clients

Pour aller plus loin: [Séverine RIGAL- Mon entreprise facile](#)
siret 81943420000013 EI 81600 Gaillac14

données pour trouver les pages les plus pertinentes. L'algorithme de Google utilise plusieurs critères pour déterminer l'ordre des résultats, avec des éléments essentiels %Moiucomme la pertinence du contenu par rapp

rt à la recherche, la récurrence de la recherche et ses résultats associés, l'expérience utilisateur concernant les recherches associées etc... . Google prend aussi en compte la vitesse de chargement, la sécurité du site (HTTPS), et la compatibilité mobile. De plus, les signaux de personnalisation, comme l'historique de recherche de l'utilisateur et sa localisation, influencent l'affichage des résultats. L'objectif est de fournir l'information la plus fiable, utile et pertinente pour chaque requête. Il se passe donc beaucoup de choses autres qu'une simple recherche factuelle sur un dictionnaire, pour laquelle il y a une seule bonne réponse. Dans une requête par moteur de recherche, le contexte de la recherche, l'historique de l'utilisateur et des autres utilisateurs sur le même sujet ou bien une recherche assimilée, sont pris en compte par l'algorithme qui cumule toutes ces informations. C'est pourquoi, le résultat d'aujourd'hui peut tout à fait être différent du résultat pour la même personne dans 10 jours ou bien depuis un appareil identifié à une autre personne.

C'est également pour ces raisons que compléter sa fiche d'entreprise permet de fiabiliser le résultat orienté vers votre entreprise. En effet, des renseignements objectifs, qui plus est complétés sur la fiche entreprise que Google considère comme vérifiée donc extrêmement fiable, donc ressource prioritaire, vont alimenter les priorités des résultats associés à la recherche. Et ce sera d'autant plus le cas si vos clients fournissent de façon régulière des avis, et si vous produisez régulièrement des photos de vos activités.

Plus vous renseignez votre fiche entreprise Google, plus vous donnez à manger au moteur de recherche. Photos, avis, lien vers vos réseaux sociaux, vers un éventuel site internet (à condition qu'il soit lui-même efficace et utile), numéro de contact

L'identité digitale de mon entreprise pour trouver de nouveaux clients

Pour aller plus loin: [Séverine RIGAL- Mon entreprise facile](#)

siret 81943420000013 EI 81600 Gaillac15

téléphonique, adresse mail, bref, tout ce qui peut permettre à votre entreprise d'exister, et d'exister de façon récurrente et régulière.

Alors vous allez me dire: oui mais je n'ai pas le temps d'alimenter tous les jours moi! Ce n'est pas mon métier!

Effectivement. Et ce n'est pas le sujet. Favorisez dans un premier temps un contenu de qualité, et simple pour être efficace. Le sujet est ici de mettre en place les outils essentiels pour exister en ligne. L'animation des réseaux sociaux ou d'un site Web feront l'objet d'un fascicule par ailleurs.

En résumé concernant votre fiche entreprise Google:

mieux elle est complétée, plus vous arrivez en priorité des résultats de recherche en ligne. Nous allons donc ici détailler le process à suivre pour la créer et la renseigner. Un travail de référencement payant, à commander auprès de professionnels du SEO, pourrait venir alimenter plus de retours de recherche, mais là encore, ce n'est pas le sujet ici. Nous allons nous atteler à créer le socle essentiel avant toute chose ici, avec une méthode détaillée accessible à tous.

Votre fiche entreprise existe déjà? Vérifiez et complétez les éléments essentiels recommandés.

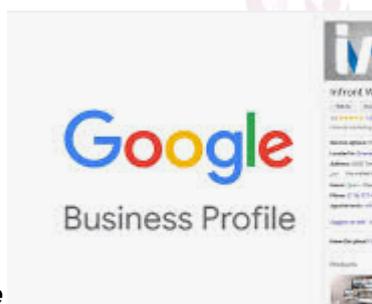
Les objectifs:

Décrire efficacement, de façon simple et complète à la fois, pour que les moteurs de recherche "pensent" à votre entreprise

Renseigner les informations de contact pour un accès simple à votre entreprise

Donner envie de vous contacter à vous plutôt qu' à d'autres grâce aux avis de vos clients et à des photos probantes.

L'identité digitale



ver de nouveaux clients

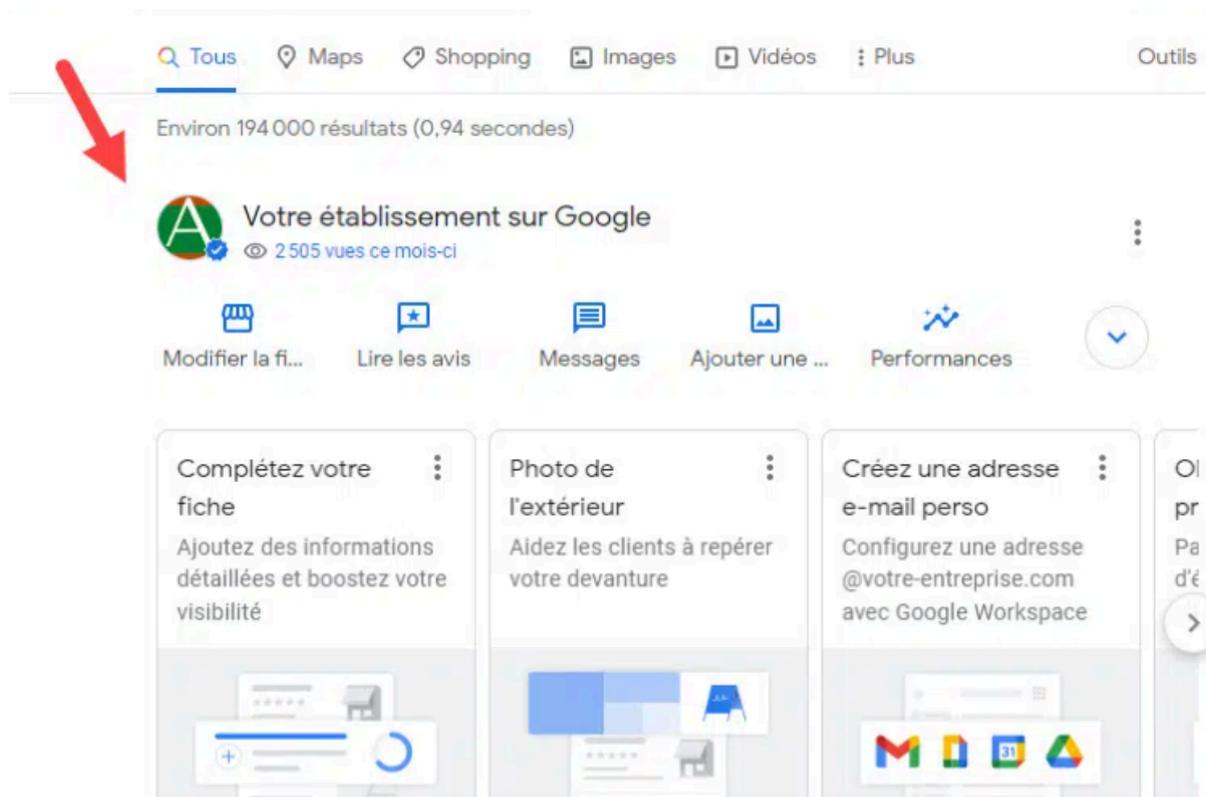
1. **Accéder à Google Business Profile** : Rends-toi sur le site officiel de Google Business Profile (<https://www.google.com/business/>) et connecte-toi avec ton compte Google. Si tu n'en as pas, crée-en un.



2. **Commencer la création de la fiche** : Clique sur "Gérer maintenant" et entre le nom de ton entreprise. Si ton entreprise est déjà référencée par Google, il te sera proposé de la revendiquer. Sinon, tu peux créer une nouvelle fiche.



L'identité digitale de mon entreprise pour trouver de nouveaux clients



- 3. Choisir la catégorie de l'entreprise** : Sélectionne la catégorie la plus pertinente pour ton activité. Cela aide Google à mieux comprendre ton entreprise et à la classer dans les bonnes recherches.
- 4. Ajouter l'adresse de l'entreprise** : Si tu as un établissement physique, renseigne l'adresse complète. Si ton entreprise est mobile (sans lieu fixe), tu peux spécifier la zone géographique que tu couvres, une ville, un département, une région, des pays.. Cela est essentiel pour les recherches locales.

L'identité digitale de mon entreprise pour trouver de nouveaux clients

5. **Téléphone et site web** : Indique ton numéro de téléphone professionnel et l'URL de ton site web, afin que les clients puissent facilement te contacter.

Attention, avoir un site web n'a rien d'obligatoire, nous traiterons ce sujet dans un fascicule différencié. Il doit exister uniquement s' il a une utilité complémentaire à vos outils de communication déjà existants. Posez vous la question et listez les avantages d'un site web pour Votre activité et votre quotidien. Bein souvent, une page professionnelle FaceBook et/ou Instagram suffisent à la nature de votre activité.

6. **Choisir une méthode de contact**: Google peut te demander si tu souhaites permettre aux clients de te contacter directement via un bouton de messagerie sur ta fiche.

7. **Vérification de l'entreprise** : Google t'enverra un code de vérification, généralement sous forme de carte postale envoyée à l'adresse que tu as fournie. Cette étape est cruciale pour valider la propriété de l'entreprise. Parfois, la vérification peut aussi se faire par téléphone ou par e-mail.

8. **Compléter la fiche** : Une fois vérifié, tu peux compléter ta fiche avec des informations supplémentaires comme les heures d'ouverture, des photos de l'entreprise, une description détaillée de ton activité et les services proposés. Plus ta fiche est complète, plus elle a de chances d'attirer des clients. Évidemment que des coordonnées téléphoniques et mail sont les basiques à renseigner pour être contactable.

L'identité digitale de mon entreprise pour trouver de nouveaux clients

9. **Ajouter des photos et des vidéos** : Les images jouent un rôle important dans la visibilité de ton entreprise. Ajoute des photos de ton établissement, de ton équipe, de tes produits ou de tes services. Cela rend ta fiche plus attrayante et crédible.

10. **Répondre aux avis des clients** : Les avis jouent un rôle clé dans la réputation de ton entreprise. Encourage tes clients à laisser des avis, et prends le temps de répondre à ces avis pour montrer que tu t'intéresses à leurs retours. Par ailleurs, les algorithmes des moteurs de recherche ont besoin d'aliments, les avis clients sont une nourriture supplémentaire pour remonter en priorité sur votre entreprise.

Je te conseille d'ajouter un lien vers ta fiche entreprise et notamment vers les avis, en signature de ta boîte mail. Cette initiative permettra à tes clients, mais aussi tous tes collaborateurs, de partager des avis sur ton activité et ainsi nourrir la qualité de tes prestations mais aussi de présenter tes prestations, produits et services, par le biais des avis (souvent les clients fournissent eux-mêmes des photos riches et soignées parce qu'ils sont fiers de ce qu'ils ont acquis auprès de ton entreprise). Les avis constituent un fil d'informations riche et naturel.

11. **Utiliser les outils supplémentaires** : Google Business Profile propose des outils comme la possibilité de publier des offres, des actualités ou des événements, ce qui peut dynamiser ta présence en ligne et attirer plus de clients. Il s'agit d'une seconde étape non essentielle. Si tu es novice en la

L'identité digitale de mon entreprise pour trouver de nouveaux clients

matière, préfère soigner ta fiche, les informations essentielles permettant de te contacter et de confirmer ton domaine de compétence et ton sérieux.

12. Suivre les performances : Une fois ta fiche en ligne, consulte régulièrement les statistiques disponibles dans ton tableau de bord Google Business Profile. Cela te permet de savoir combien de personnes ont consulté ta fiche, comment elles t'ont trouvé et d'où elles viennent.

En résumé, la création et l'optimisation de ta fiche entreprise Google est un processus simple mais crucial pour booster la visibilité de ton activité, en particulier pour les recherches locales. Plus tu soignes ta fiche, plus tu maximises tes chances d'attirer des clients.

TIPS : J'ai des avis négatifs, que faire?

En premier lieu, il est important d'être convaincu de la chance de recevoir des avis négatifs. Évidemment que vos prospects sont à la recherche d'avis favorables pour nouer contact avec votre entreprise.

Mais les avis négatifs font partie de la vraie vie des vraies entreprises. Ne pas en avoir peut paraître suspect. En avoir vous permet d'exposer le sérieux de votre suivi par le biais de la réponse que vous apporterez.

Mais surtout, l'avis négatif est une occasion de présenter votre sérieux, à la fois auprès du client mécontent à reconquérir, et à la fois auprès de prospects futurs clients qui consulteraient vos avis en ligne.

Un client mécontent qui ne vous communique pas son mécontentement est un client

L'identité digitale de mon entreprise pour trouver de nouveaux clients

qui vous considère réellement comme un mauvais professionnel. Il ne vous recommandera jamais et ne fera jamais appel à vous. Pire: il vous fera une mauvaise publicité voire, encore pire: pas de publicité du tout. Vous devenez inexistant à ses yeux.

Un client qui vous donne son avis négatif est donc un client qui a envie d'être reconquis. Il vous donne une chance de lui dire que vous avez une solution à tous les problèmes et qu'il peut compter sur vous dans toutes les situations.

Aussi, considérez que le contenu de l'avis négatif, bien souvent, n'est qu'un prétexte pour vous recontacter sur un autre sujet que celui exprimé, ou bien sur un sujet connexe mais pas réellement celui exprimé. Un client qui rédige un avis négatif a, en réalité, toujours besoin de vos services, et il vous le communique.

Vous devez donc IMPERATIVEMENT fournir une réponse. Il vous tend une perche, vous devez la saisir comme une chance et aller chercher le service que vous pouvez rendre à ce client qui vous sollicite.

Attention: l'information formulée dans l'avis, en général, n'est pas la réelle cause de la prise de contact de votre client mécontent. Vous devez appeler ce client, demander à ce qu'il reformule sa demande à l'oral, par téléphone de préférence. Vous lui devez une écoute attentive, empathique et sans préjugés. Posez des questions sur son expérience client, ce qu'il attendait initialement, ce que vous avez fourni. Proposez votre confiance et votre souhait ferme à vouloir le satisfaire. La plupart du temps, le client se ravise ou bien bascule sur le vrai sujet qu'il voulait aborder avec vous. Une fois cette étape acquise, il n'y a plus qu'à agir en conséquence. Ne vous méprenez pas: les clients mécontents ne demandent que très peu de remise, promotion ou autre gratuité _sauf mauvaise foie manifeste, mais elles sont rares_. N'oubliez pas que vos produits et services ont un coût. L'écoute et la compréhension réelle de la requête sont, par contre, de vrais atouts et débouchent toujours sur des solutions convenant à tous.

Un client reconquis vaut plusieurs dizaines de clients satisfaits. Il fera votre publicité au-delà de ce que vous pouvez imaginer, car vous entrez dans son cercle de confiance.

L'identité digitale de mon entreprise pour trouver de nouveaux clients

Quelques bons usages dans vos reconquêtes de clients mécontents:

1. ****Restez calme et professionnel**** : Prenez un moment pour digérer l'avis avant de répondre. Évitez de réagir sur le coup de l'émotion.
2. ****Remerciez l'auteur de l'avis**** : Montrez que vous appréciez le retour, même s'il est négatif. Cela démontre votre ouverture à la critique.
3. ****Reconnaissez le problème**** : Admettez les points soulevés par le client. Cela montre que vous écoutez et que vous êtes conscient des préoccupations.
4. ****Retracez l'historique de votre parcours client-fournisseur, afin de valider les attentes initiales sur le produit ou service fourni. Mettez vous d'accord sur l'histoire du début de votre relation commerciale.**
5. ****Proposez des solutions**** : Si possible, offrez une solution au problème mentionné. Cela peut inclure un remboursement, un échange ou une invitation à discuter en privé. Les solutions découleront naturellement de votre conversation orale. Ne repêchez pas un client par écrit. Rédigez plutôt une belle conclusion de votre repêche par téléphone et transcrire la suite, quand le client est reconquis, en réponse à l'avis initialement émis par votre client.

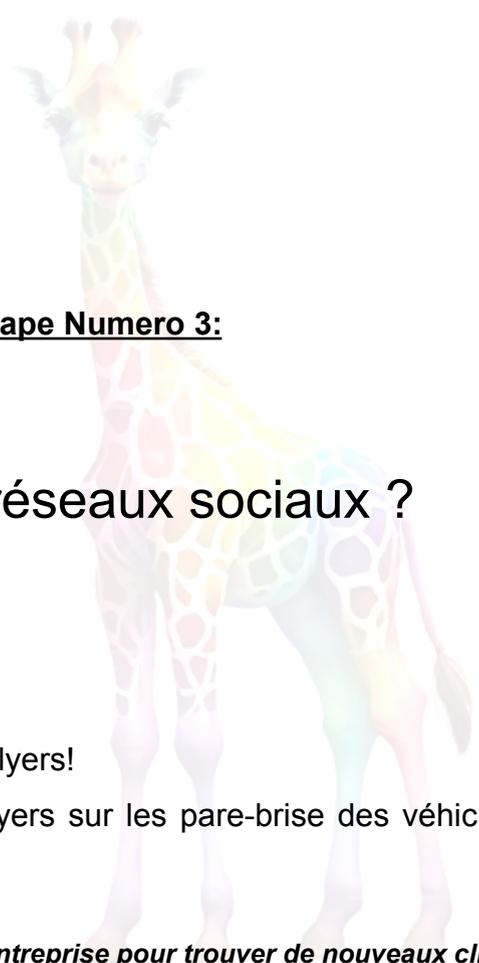


L'identité digitale de mon entreprise pour trouver de nouveaux clients

Pour aller plus loin: [Séverine RIGAL - Mon entreprise facile](#)
siret 81943420000013 EI 81600 Gaillac23

6. ****Parlez produit ou service, ne parlez pas impression ou émotion**** : Ne vous étalez pas trop. Allez droit au but tout en gardant un ton courtois.

En suivant ces étapes, vous pourrez transformer un avis négatif en une opportunité d'amélioration et de fidélisation de la clientèle.



Etape Numero 3:

Flyer ou réseaux sociaux ?

On n'a pas encore fait la peau aux flyers!

En 2025, on ne dépose plus de flyers sur les pare-brise des véhicules. C'est une évidence écologique.

L'identité digitale de mon entreprise pour trouver de nouveaux clients

Pour aller plus loin: [Séverine RIGAL- Mon entreprise facile](#)
siret 81943420000013 EI 81600 Gaillac24

Par contre, on voit encore des flyers déposés dans les commerces. Certains préfèrent y déposer leurs cartes de visite. Un support, plusieurs utilisations.

Nous allons tenter ici de savoir si vous devez vous lancer dans la création de flyers ou bien si cette idée n'a pas d'utilité pour votre entreprise.

En effet, je vous conseille de cibler vos supports de communication en fonction de votre activité et des événements ou produits que vous souhaitez diffuser. Vous avez une entreprise événementielle et vous organisez un salon de professionnels du sport: vous avez besoin de communiquer auprès d'un public large. Votre entreprise vend de l'outillage pour des professionnels en horlogerie: votre marché est un marché de niche, très ciblé. Vos supports marketing n'ont aucun intérêt à être diffusés largement, mais plutôt spécifiquement.

Le flyer est un support marketing qui peut être utile à l'activité locale. Utile pour communiquer sur des événements ou promotions ponctuelles, il n'a d'utilité que s'il est communiqué en masse. Une dizaine de flyers déposés sur le comptoir de votre fleuriste favori n'apporte aucun impact. Il est donc utile pour des objectifs liés à une communication nécessairement de masse. Dans ce contexte, vous comprendrez donc que si vous vous lancez dans l'édition de flyers, ce ne sera pas pour 20 flyers! Le flyer est, par destination, un outil marketing de masse, il faudra donc prévoir la production de quantités de masse.

L'intérêt d'un flyer est :

- **soit un attrait opportuniste:** je vois une info qui me concerne, je prends le flyer
- **soit une fonction marketing basée sur la répétition visuelle:** on voit votre événement ou promotion un peu partout en ville, notamment sur flyers dans tous les commerces que je visite, l'événement ou la promotion deviennent des incontournables. La répétition crée l'existence.

L'identité digitale de mon entreprise pour trouver de nouveaux clients

Souvenez-vous de la publicité Mercurochrome, le pansement des héros. Répétée et re répétée, elle entre dans le cerveau et n'en sort plus. Le mot pansement est associée intuitivement à Mercurochrome.

Le flyer n'a d'utilité que pour un **besoin de communiquer au local**. Une ville ou un département au maximum.

Pour savoir si vous devez vous lancer dans la production de flyers, vous devez donc vous assurer de la condition essentielles:

➤ **ce que je veux communiquer à un intérêt local**

Sinon: pas de flyer!

Et ensuite cocher l'un ou l'autre de ces deux objectifs:

- Je vise un public opportuniste: promotion, événement ponctuel**
- Je veux que ma marque soit connue et reconnue** donc je vais communiquer du flyer en masse pour accroître la reconnaissance de l'identité visuelle de mon entreprise

Si vous ne cochez aucune case: gagnez du temps et concentrez vous sur carte de visite ou réseaux sociaux, le flyer n'a pas d'utilité pour votre entreprise.

Attention, le flyer est un objet que l'on prend et que l'on plis pour mettre dans la poche. Le taux de retour est très faible. Il doit être utilisé pour des informations ciblées pour être utile. Un salon de professionnels, une promotion temporaire, une ouverture de magasin, etc... .

L'identité digitale de mon entreprise pour trouver de nouveaux clients

Conclusion

Votre meilleure publicité, c'est vous !

Votre travail, vos employés, vos clients, vos fournisseurs.

Vos employés et vos clients sont un vecteur important de votre image et de la communication de la qualité de vos produits et services. Ils véhiculent par eux-mêmes l'identité de votre entreprise, et mettent en valeur mieux que quiconque vos produits et services. Ne négligez pas les atouts que portent vos collaborateurs et vos clients.

Consultez le fascicule "Fidéliser mes employés, donner du sens et de la valeur au travail".

Nous avons fait ici un premier tri marketing concernant les cartes de visite et les flyers, et mis les premiers jalons, essentiels, de l'existence digitale de votre entreprise. Que ce soit en création ou en développement de votre activité, ces premiers éléments sont les essentiels de la malette marketing à explorer.

Vous pourrez approfondir dans la gestion de votre identité numérique en ciblant les réseaux sociaux adaptés à vous et à votre activité dans le fascicule "facebook, instagram, linkedin, Tik Tok, les clés de la visibilité".

Pour analyser votre cible de client voir le fascicule " Développer son chiffre d'affaires".

L'identité digitale de mon entreprise pour trouver de nouveaux clients



L'identité digitale de mon entreprise pour trouver de nouveaux clients

Pour aller plus loin: [Séverine RIGAL- Mon entreprise facile](#)
siret 8194342000013 EI 81600 Gaillac28