

COMMERCIAUX

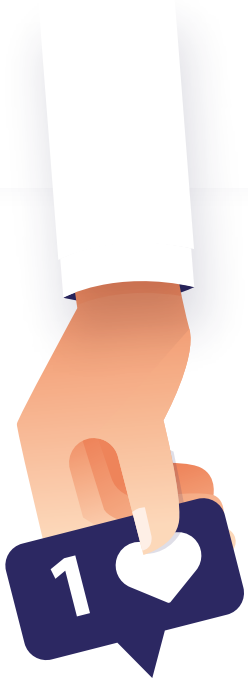
« déployez votre Social Business Model® »

eloRezo

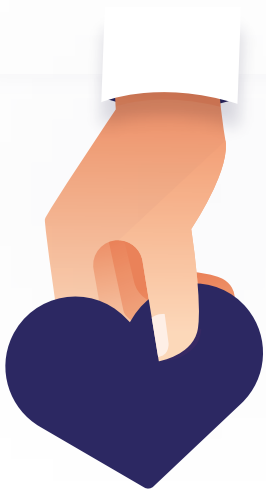
Préambule

L'avènement des réseaux sociaux nous amène à faire évoluer nos pratiques commerciales. Pour vous adapter et exploiter au mieux ces nouveaux espaces et ces nouveaux usages, et quelle que soit votre activité, vous devrez développer une stratégie qui correspond à votre marché, à vos objectifs, à votre plan d'action commercial.

eloRezo a développé un outil poussé qui vous permettra de concevoir et de mettre en œuvre votre propre stratégie réseaux sociaux : **le Social Business Model®.**



Au fil des pages suivantes, nous vous présenterons ses principaux composants. Nous vous amènerons par exemple à comprendre les différents niveaux de maturité des clients, **à mieux appréhender les piliers constitutifs de la performance sur les réseaux sociaux,** à comprendre les actions à entreprendre sur chaque étape, dans chaque compartiment ; avec notamment des rôles précis à attribuer à chacun des membres de votre équipe MarCom et Ventes.



L'ensemble de la démarche s'inscrit dans une logique de Social Selling.

Le Social Selling consiste fondamentalement à utiliser les réseaux sociaux pour se connecter avec ses clients et prospects, à créer et enrichir avec eux ce lien sans lequel rien finalement n'est possible. Et à terme, à générer des opportunités commerciales. Avant d'entrer dans les détails de notre outil, nous allons jeter un coup d'œil aux tendances pour 2022.



2021 : une année de forte évolution des pratiques commerciales

Définir une stratégie claire et globale sur les réseaux sociaux est devenu encore plus important durant la pandémie mondiale que nous venons de vivre.



La créativité est le nouveau “hack de vente”

La créativité fera partie des “ingrédients” de vente les plus pertinents en 2022. Conjuguer créativité et vente peut vous sembler un peu obscur et difficile à exploiter. C’est pourtant un enjeu auquel vous devez répondre.



Demandez la version complète et gratuite sur eloRezo.com/livre



LinkedIn est la plateforme leader pour les ventes B2B et B2C

LinkedIn est le seul réseau social qui couvre l'ensemble du champ de l'action commerciale, depuis l'identification des prospects et des décideurs jusqu'à la conclusion de la vente.



2022 est l'année de la collaboration

Les experts de la vente et du marketing doivent travailler main dans la main.

En collaborant, les équipes marketing et commerciales visent le même objectif : **la génération de leads et l'acquisition client.** Notamment pour imaginer et créer du contenu adapté aux réseaux sociaux ; des contenus que l'on pourra partager sur différentes plateformes.

Cette stratégie est vitale pour garantir l'atteinte des objectifs que se fixe votre entreprise, notamment en termes de chiffre d'affaires.

Avis aux pôles marketing.

Votre équipe de vente produit sans cesse de très bonnes idées de contenus à partager sur les réseaux sociaux : posts, articles de blog, livres blancs, rapports thématiques, etc.

Faites de cette source d'idées le meilleur usage possible :)



...du Social Selling au Social Business Model®



elloRezo

Pour rester compétitif, les commerciaux doivent adopter le Social Selling en devenant des Social Sellers

En 2021, le Social Selling s'est développé de manière spectaculaire, tant au sein des entreprises B2B que B2C, et son impact sur les performances des ventes fait de moins en moins débat.



Le Social Business Model®, démarrez avec une vraie stratégie

Demandez la version complète et gratuite **sur eloRezo.com/livre**



eloRezo

Les fondamentaux / Les Cibles

Avant de déployer une stratégie de Social Selling, il est nécessaire de “poser ses fondations” et donc d’identifier finement ses cibles. Et de prendre le temps de mieux les connaître en faisant cet effort d’empathie qui nous permettra de voir les choses comme elles les voient.



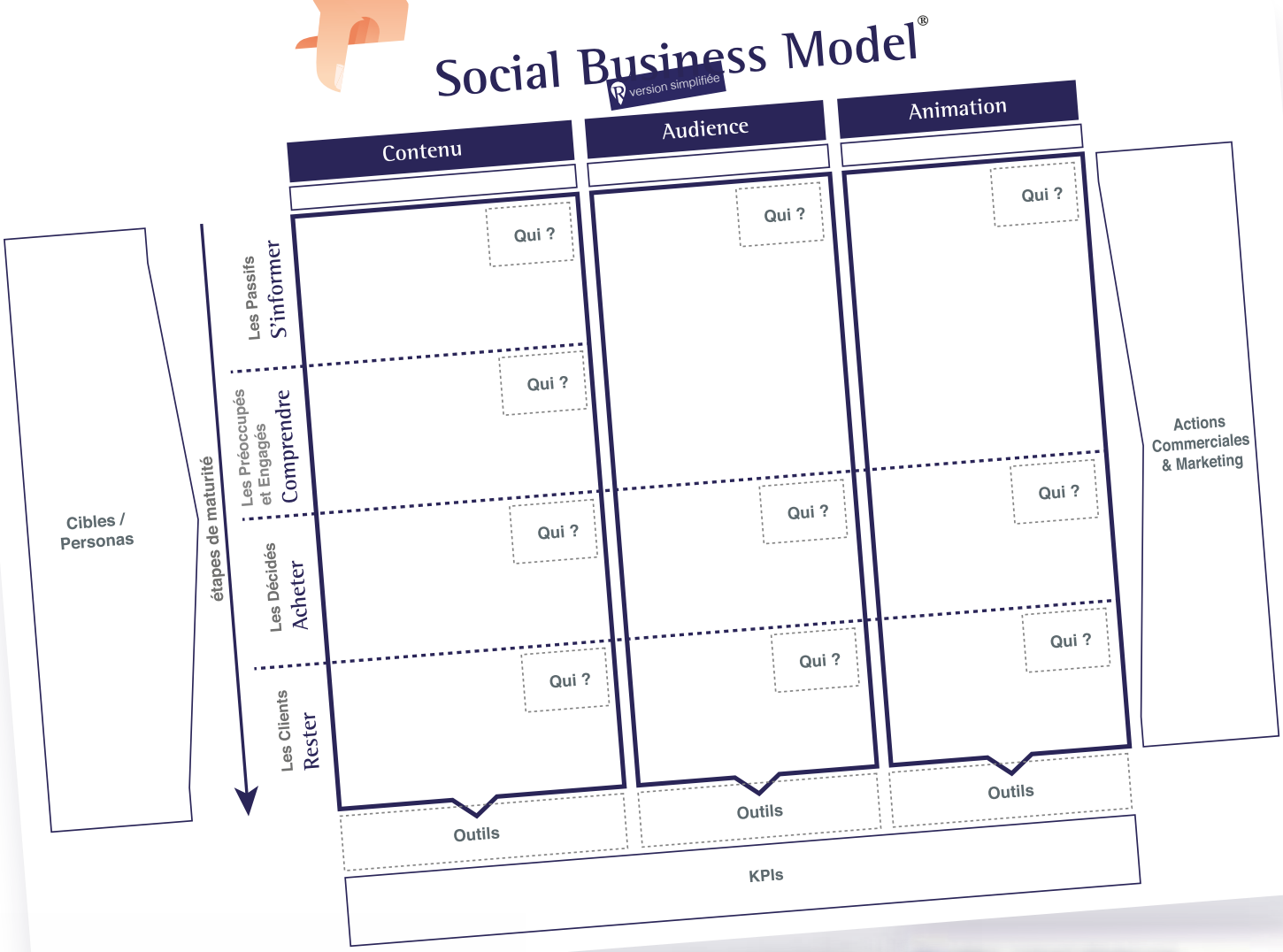
/ Couple marché*produit

Pour commercialiser votre produit ou service, vous devez adapter vos efforts de marketing et de vente pour atteindre spécifiquement le segment de marché qui achètera le plus probablement votre produit ou service.



Social Business Model®

Une vision matricielle



Demandez la version complète et gratuite **sur eloRezo.com/livre**

eloRezo

Les 3 piliers des réseaux sociaux





Le Contenu :
Ce que vous dites, sur le fond surtout mais aussi sur la forme, et avec quelle posture.



L'Audience :
Qui vous cherchez à toucher et surtout à influencer avec votre Contenu.



L'Animation :
Les actions qui vous permettront de faire du réseautage actif, de créer et de faire vivre un lien avec vos clients et prospects.

eloRezo



3 Piliers

Le Contenu

Le contenu, c'est le carburant des réseaux sociaux. Il doit donc logiquement se trouver au coeur de votre réflexion puisqu'il joue un rôle crucial dans l'atteinte de vos objectifs, lesquels peuvent être par exemple l'image de marque personnelle et professionnelle, l'attraction des talents, l'engagement du public et la génération de prospects.

Demandez la version complète et gratuite sur eloRezo.com/livre

L'Audience

Les médias sociaux sont des espaces libres où chacun peut s'exprimer et développer des contacts de manière significative. Il est donc à la fois facile et difficile d'accéder au bon public.



3 Piliers

L'Animation

Être sur les réseaux sociaux c'est bien, mais les animer au quotidien c'est encore mieux. Animer ses réseaux sociaux c'est notamment déterminer la meilleure routine individuelle et collective pour rester toujours "au contact" et réactif à tous les signaux que peuvent émettre vos cibles.

Commentaires First

Publiez des commentaires et concluez-les par une question ouverte qui ouvre le débat ou permet même de le faire vivre encore davantage.
Vous pouvez également mentionner une personne ou une entreprise pour cibler exactement qui vous souhaitez faire réagir.
Vous engagez alors un dialogue et l'algorithme adore !





Demandez la version complète et gratuite sur eloRezo.com/livre



Etape de maturité, Quézaco ?

1ère Étape : Les Passifs

Les passifs sont des personnes qui ont des sentiments neutres à l'égard de votre solution. Elles peuvent la connaître ou même l'apprécier, mais pas suffisamment pour décider de l'acheter eux-mêmes ou même la recommander à quelqu'un.



Demandez la version complète et gratuite **sur eloRezo.com/livre**

hackons le Pestel !

Trouver les bonnes informations pour s'adresser à ces clients passifs sans essayer de vendre vos services peut être délicat ; **Cependant, l'un des meilleurs outils pour décider du contenu qui serait précieux pour votre public passif est le PESTEL.**

PESTEL, matrice très utilisée en stratégie d'entreprise, vous offre un modèle de réflexion très structuré pour analyser l'écosystème de votre audience passive et y répondre efficacement en proposant du contenu qui correspond à cette veille idéale que le passif cherche à faire.



eloRezo

Etape de maturité, Quézaco ?

2ème Étape : Préoccupés et Engagés

A ce stade, nous avons affaire à des prospects qui se situent sur 2 étapes : Préoccupés et Engagés.



preuve par l'exemple

Demandez la version complète et gratuite sur eloRezo.com/livre

Etape de maturité, Quézaco ?

3ème Étape : Cette fois, ils sont Décidés (à acheter)

C'est à cette étape que vous parlez de vous-même et/ou de vos produits et services. C'est là que vous mettez en avant vos points forts et que vous vous présentez comme la meilleure solution à leurs problématiques.



Demandez la version complète et gratuite sur eloRezo.com/livre

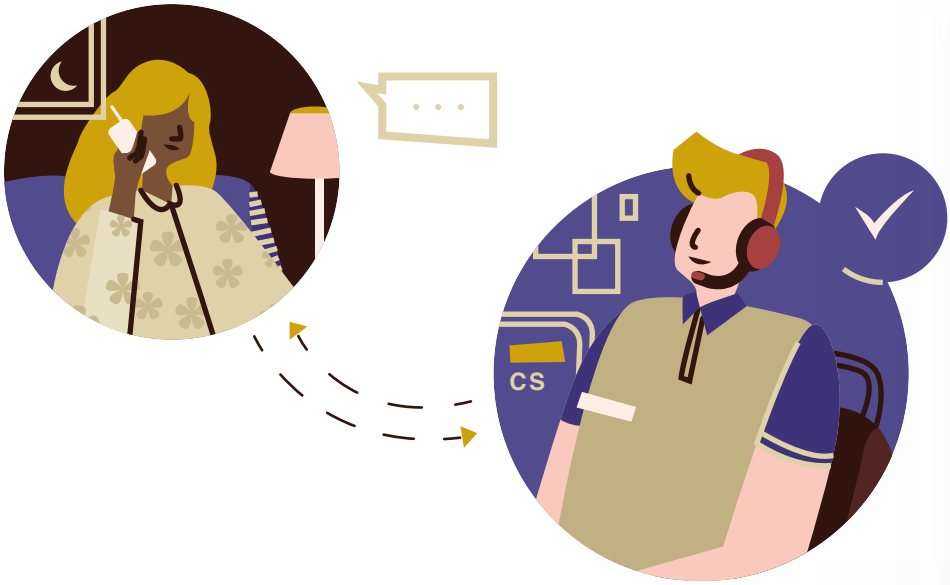


Etape de maturité, Quézaco ?



4ème Étape : S'occuper de vos acquis (vos clients)

Avoir des clients c'est bien, les garder et les développer, c'est encore mieux.



4 étapes qui font un tout

elo Rezo

Il est temps pour vous de poser votre Social Business Model®

Vous l'avez compris, **Le Social Business Model est une matrice multidimensionnelle** qui vous permet de définir et de mettre en place une stratégie de réseaux sociaux étape par étape.
Un résumé de tout ce que vous prévoyez de faire et espérez réaliser sur les réseaux sociaux. Il guide vos actions et vous permet de savoir si vous réussissez ou échouez.

La matrice est définie de manière à tenir compte de tous les facteurs internes et externes.
Il couvre les objectifs à court et à long terme.
Un système d'assistance et de suivi sauvegarde la matrice pour vous tenir informé de vos progrès et vous garder sur la bonne voie !





Ce document a été co-cousu à 3 mains
par Antoine Jambart, Maryam Desset et Matthieu Valin

Merci à toutes nos sources inspirantes : Loic Simon, Michael Aguilar, Jean-Pascal Mollet, Gabriel Dabi-Schwebel, Philippe Deliège, Patrice Laubignat, Emmanuelle Petiau, Lionel Bottero-Clément et Renaud Varoqueaux.

eloRezo

déployez votre Social Business