

AMÉLIORER L'IMAGE DE SON ENTREPRISE

**32 MÉTHODES ET CONSEILS
POUR VALORISER L'IMAGE
D'UNE ENTREPRISE**

Sommaire

★	A qui ce guide est-il destiné ?	3
★	La présentation d'Afrikurvey	4
★	Nos prestations	7
★	L'image de l'entreprise	8
★	Le diagnostic	15
★	L'étape de préparation	22
★	La mise en oeuvre	28
★	Les conseils	39
★	Les filiales du groupe Adkcontact	47
★	Information	48



A qui ce guide est-il destiné ?

Ce Petit Guide regroupe des méthodes éprouvées et des conseils pratiques qui vont permettre de donner une image neuve et originale à votre entreprise.

Il s'adresse prioritairement aux entreprises mais aussi de manière générale aux personnes qui travaillent pour l'image des marques à l'instar des community managers, des content marketers et même des designers d'intérieur puisque l'apparence des locaux comptent aussi.

Les résultats n'apparaissent pas d'un coup de baguette magique cependant si vous suivez les méthodes et les conseils, votre entreprise de forgera une image forte, cohérente et attirante.

On va découvrir ensemble les techniques qui vont hisser votre entreprise au rang des plus grandes.

Bonne lecture !

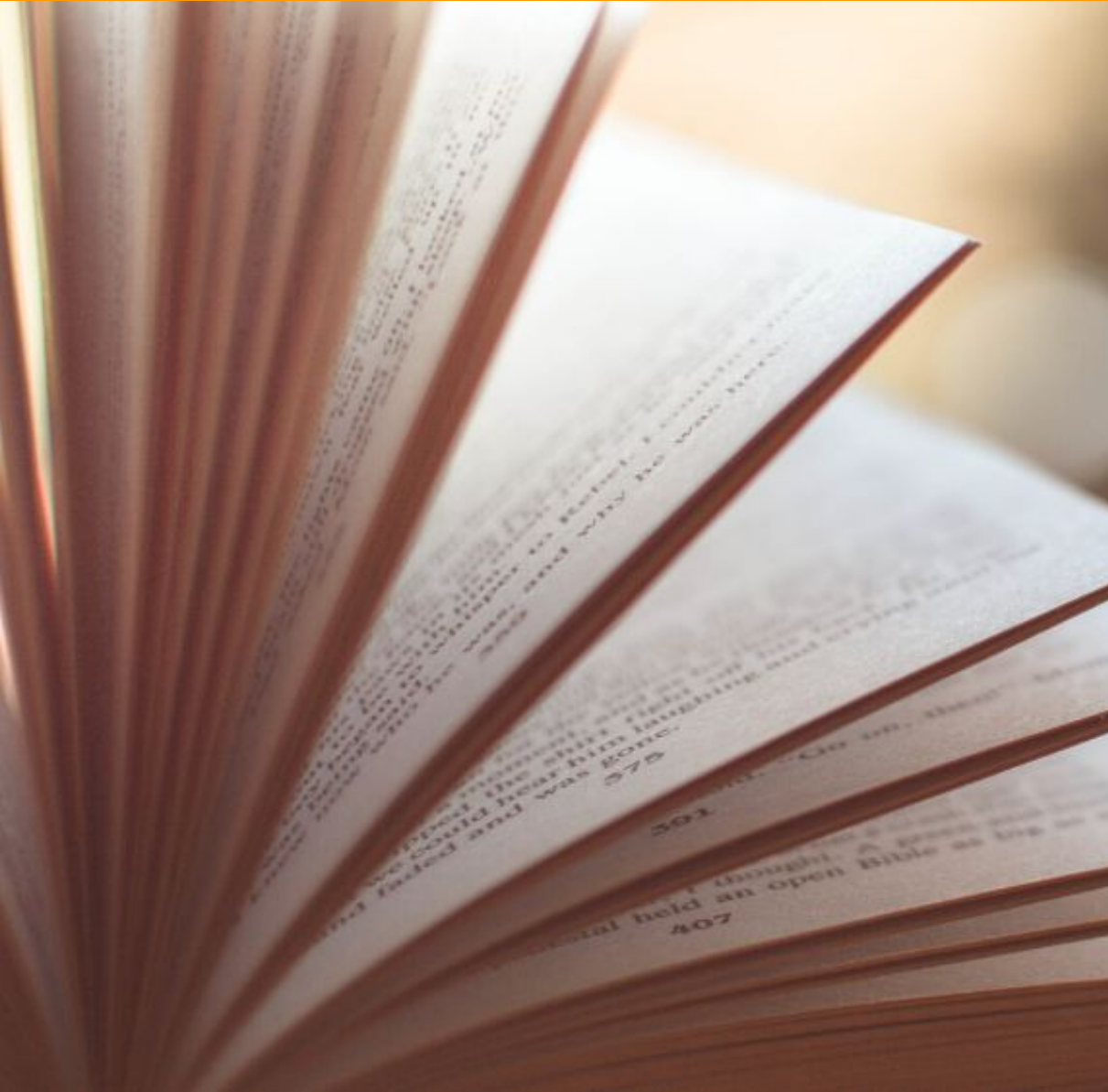


La présentation d'Afriksurvey

En préambule de ce guide, on vous présente Afriksurvey, de sa création à nos jours. Son engagement en Afrique vise à accompagner les entreprises et les organismes dans leurs domaines d'activité pour de meilleurs résultats.

La présentation d'Afrikurvey

ON VOUS ACCOMPAGNE DANS VOS PROJETS D'ÉTUDE

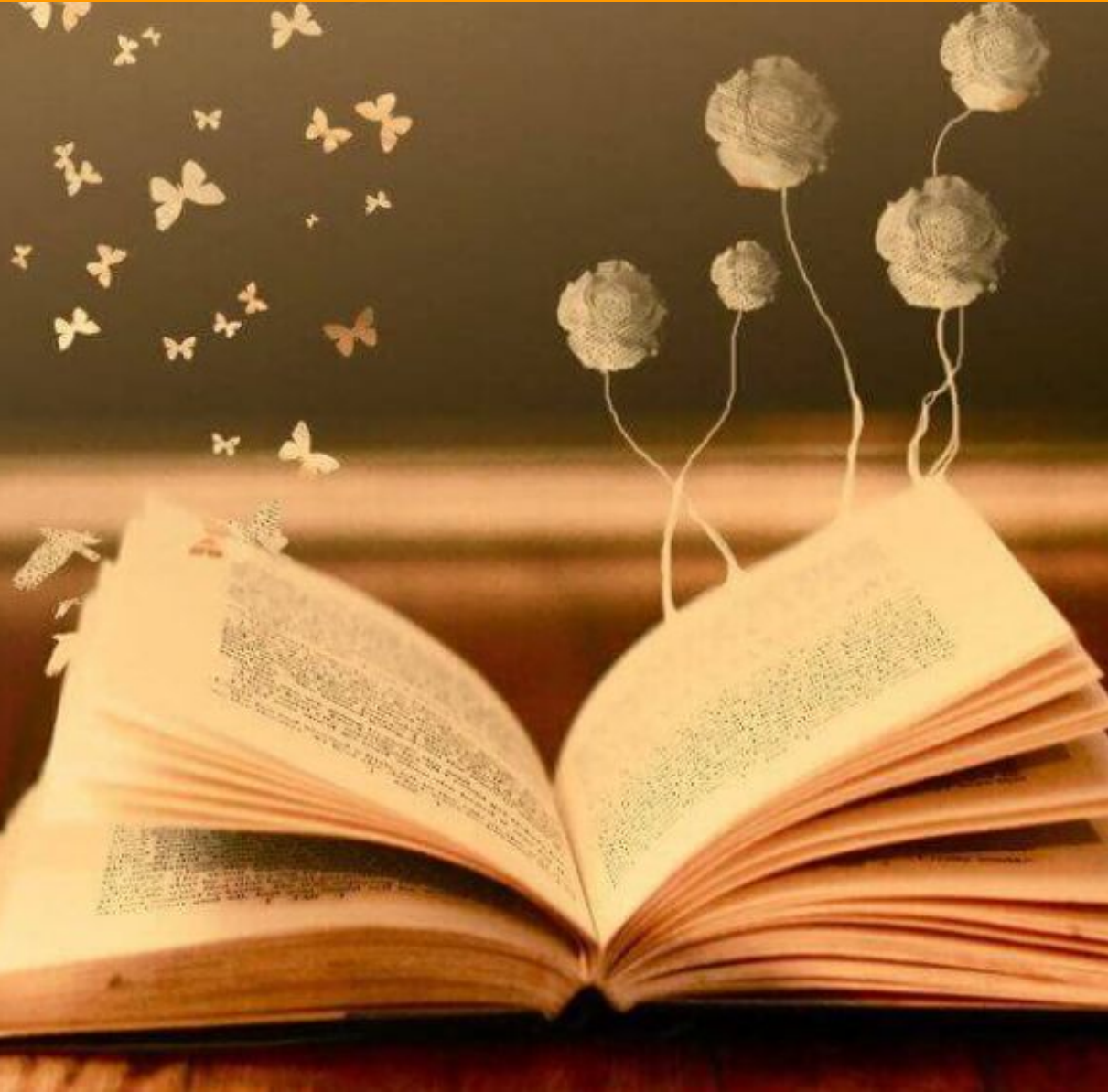


Auparavant département du groupe Adkontact, Afrikurvey est devenu un cabinet de sondages d'opinion et d'études à part entière en 2015. Il est basé à Dakar mais exerce ses activités dans de nombreux pays d'Afrique comme le Togo, le Bénin, la Côte d'Ivoire, le Niger et le Cameroun.

AFRIKSURVEY aide les entreprises et les organismes qui travaillent sur le continent africain à mieux comprendre leurs marchés et leurs consommateurs. Innovante, professionnelle et dynamique AFRIKSURVEY a pour ambition de devenir le meilleur acteur privé de la collecte et de l'analyse de données en Afrique.

La présentation d'Afriksurvey

ON VOUS ACCOMPAGNE DANS VOS PROJETS D'ÉTUDE



L'objectif qu'entend atteindre Afriksurvey à travers ses études est d'amener les entreprises à mieux comprendre leurs marchés et leurs consommateurs, identifier les dysfonctionnements de leur entreprise et favoriser la prise de décision grâce à des données objectives et précises.

Vous cherchez à analyser les grandes tendances des marchés, à découvrir de nouveaux usages ou encore à connaître le niveau de satisfaction de vos clients ?

Nous sommes à votre disposition quel que soit votre domaine d'activité.

Nos prestations

ON VOUS ACCOMPAGNE DANS VOS PROJETS D'ÉTUDE

Recommandations & Actions

Analyse

Collecte

Conception

Réflexion

Afriksurvey vous accompagne de A à Z dans la réalisation de vos enquêtes marketing. Cette démarche se fait avec soins, de la réflexion autour de vos besoins aux recommandations et actions en passant par la conception, la collecte et l'analyse.

Améliorer l'image d'une entreprise

Dans ce guide, vous trouverez les différents aspects à prendre en compte pour améliorer l'image de votre entreprise, les différentes étapes à suivre et bien sûr des conseils...

Améliorer l'image de son entreprise

DE QUOI PARLE-T-ON ?



Si dans la vie d'une entreprise, tous les aspects sont importants, il en est un fondamentalement indispensable, c'est l'image qu'elle renvoie. L'image d'une entreprise peut être définie par divers facteurs.

Tout d'abord, elle peut être définie comme la représentation qu'une personne extérieure a d'une entreprise ou d'une marque. C'est donc, en terme clair, la manière dont autrui perçoit une entreprise ou une marque.

L'image d'une entreprise c'est aussi le sentiment ou le jugement qu'un individu porte envers elle.

Ce jugement est généralement basé sur des éléments matériels ou parfois intangibles.

Améliorer l'image de son entreprise

DE QUOI PARLE-T-ON ?



Il faut donc noter que ce qui se dit d'une marque n'est pas forcément l'image que cette dernière voudrait véhiculer.

Voilà pourquoi, pour une entreprise, il est essentiel qu'il n'y ait pas de désaccord entre les valeurs même de cette entreprise et l'image qu'elle véhicule car cette dernière est essentiellement basée sur la psychologie et donc les émotions et le ressenti.

L'image de l'entreprise est aussi son repère. C'est elle qui parle et véhicule un message aux prospects.

Voilà pourquoi, pour une entreprise, il est essentiel qu'il n'y ait pas de désaccord entre les valeurs même de cette entreprise et l'image qu'elle véhicule.

Améliorer l'image de son entreprise

DE QUOI PARLE-T-ON ?



Cette dernière est essentiellement basée sur la psychologie et donc les émotions et le ressenti.

L'image de l'entreprise est aussi son repère. C'est elle qui parle et véhicule un message aux prospects.

Compte tenu de cela, elle prend en compte le nom de l'entreprise, son slogan, l'apparence de son site web, les produits et le service rendu ainsi que le design du logo. C'est tout cela qui attire un prospect vers une marque ou une entreprise.

Il existe aussi des facteurs qui influent ou façonnent l'image qu'a une entreprise.

Améliorer l'image de son entreprise

DE QUOI PARLE-T-ON ?



Ce sont par exemple son histoire ou celle de ses fondateurs, son lieu d'implantation et la réussite ou l'échec d'un produit phare voire même un mauvais service rendu.

L'image de marque se décline en trois points. Il existe l'image perçue, l'image voulue et l'image vraie.

L'image perçue est le reflet des messages qui sont adressés au grand public, ils doivent être contrôlés car ils peuvent être déformés ou faire l'objet de diverses interprétations de la part de ceux qui les reçoivent.

L'image voulue est la manière dont l'entreprise ou la marque souhaite être vue par le public cible et cela résulte d'une décision de positionnement.

Améliorer l'image de son entreprise

DE QUOI PARLE-T-ON ?



L'image vraie pour sa part se retrouve entre les deux premières. C'est celle qu'on pense avoir à l'endroit des clients et des partenaires.

A quoi ça sert et pourquoi c'est important ?

L'image de marque d'une entreprise est un facteur très important car elle détermine les ventes de produits.

Elle compte dans la conception d'un site web. La valeur d'une marque est représentée par son image.

Elle est l'élément principal et sert à renforcer l'identité de la marque. L'image de la marque est le miroir de ses valeurs.

Améliorer l'image de son entreprise

DE QUOI PARLE-T-ON ?



Elle influe directement sur les finances et les performances de l'entreprise.

Toute entreprise a besoin d'avoir une bonne image auprès des prospects, des clients et, de façon générale, des personnes extérieures.

Cela en effet parce qu'elle implique le fait que des consommateurs puissent préférer votre marque ou vos services plutôt qu'une autre et par ricochet c'est un appel immédiat à l'achat.

Aussi, Une bonne image apporte de la valeur ajoutée au produit que l'on propose aux consommateurs. Elle attire des investisseurs, augmente la rentabilité, facilite les recrutements de personnes aux profils talentueux, et c'est aussi un engagement fort qui se crée au sein de l'entreprise.

L'étapes du diagnostic

Quand on décide de changer l'image de son entreprise, Avant toutes actions, il est approprié d'analyser préalablement des éléments pour avoir un résultat abouti.



Faire le bilan

L'ÉTAPE DU DIAGNOSTIC



Changer ou améliorer l'image d'une entreprise c'est bien mais, Il y a des préalables à respecter. La première étape pour commencer va consister à faire le bilan, c'est à dire se poser les bonnes questions à propos de l'entreprise.

Il faut chercher à connaître l'état actuel et général de celle ci, savoir si les résultats obtenus sont satisfaisants ou non, et faire un point concernant les clients.

On peut ensuite établir une stratégie qui est en accord avec son entreprise mais aussi avec les prestations de service, les prix et les moyens de commercialisation.

Examiner les moyens de communications

L'ÉTAPE DU DIAGNOSTIC



Entreprendre de changer l'image de son entreprise est un challenge qui va prendre en compte tous les aspects.

Et bien sûr cela passe aussi par les moyens de communications au travers desquelles vos clients se font une idée de votre entreprise.

On parle dans ce cas de site internet, de blog et des réseaux sociaux sur lesquels est présente l'entreprise. Il est donc nécessaire d'analyser la façon dont vous communiquez.

Cela inclut l'aspect de vos plateformes notamment les couleurs, les polices et même les contenus. Tous ces éléments comptent quand on veut changer l'image d'une entreprise.

Identifier les attentes des clients

L'ÉTAPE DU DIAGNOSTIC



Pendant qu'on réfléchit à comment améliorer l'image de l'entreprise au travers des réseaux sociaux, du site et du blog, Il faut savoir que le contenu joue un rôle indispensable dans la manière dont les clients perçoivent votre entreprise.

Il faut penser à identifier en premier lieu, le client idéal dans ses attentes par rapport aux services qu'il va recevoir. On peut aussi faire un benchmark auprès de la concurrence pour savoir ce qui se fait ou non.

Il ne faut surtout pas hésiter à s'inspirer de l'image que véhiculent d'autres entreprises pour faire encore mieux.

Analyser la cible

L'ÉTAPE DU DIAGNOSTIC



Il est indéniable que pour soigner l'image d'une marque ou d'une entreprise il faut miser sur la communication.

Cependant il faut connaître votre cible, et surtout son comportement. C'est seulement sur la base et la connaissance de ces éléments, qu'on peut décider d'utiliser un support physique ou bien digital.

La communication est la base de l'argumentaire de vente de vos commerciaux, il est donc important de savoir le type de support adapté non seulement à votre clientèle mais aussi aux prospects afin d'atteindre le but recherché. Pensez-y !

Identifier les raisons des choix des clients

L'ÉTAPE DU DIAGNOSTIC



Voulez-vous vous démarquer sur le marché et être distingué ? Il est judicieux de penser ou de réfléchir à un élément essentiel qui peut amener les clients à faire des affaires avec vous au lieu d'aller vers vos concurrents.

Pour ce faire, il faut savoir si c'est à cause de la fiabilité de vos services, la durabilité ou encore si c'est en rapport avec le prix.

L'élément qui caractérise votre singularité est ce que recherche le client. Une petite analyse permettra de révéler cet élément qui provoque la prise de décision chez vos prospects.

On peut faire confiance à un professionnel des études de marché comme AfriKSurvey pour atteindre cet objectif.

Analyser les visuels

L'ÉTAPE DU DIAGNOSTIC



Vous voulez avoir une image soignée et qui attire des clients ? Deux éléments essentiels influent la décision des clients et prospects, ce sont la marque et le logo.

Ils véhiculent l'identité et la vision de votre entreprise. Votre logo et votre marque transcendent-ils les services que votre entreprise propose ? Ces deux éléments doivent laisser entrevoir la vision de votre entreprise.

Selon le résultat de votre analyse, Il faut prendre une décision adéquate. Il est nécessaire que le logo et la marque soit attrayants et au goût des futurs clients car ils doivent marier à la fois une élégance et une sensibilité pour motiver la décision des partenaires.

L'étape de la préparation

Toutes actions qui doit être entreprise doit être préalablement préparée afin d'avoir un franc succès et c'est en cela que va être utile l'étape de la préparation



Prendre en compte les partenariats

L'ÉTAPE DE LA PRÉPARATION



L'une des meilleures façons d'améliorer votre image est de nouer des partenariats mais pas des moindres.

Vos partenaires reflètent votre importance et l'étendue de votre influence.

Il est donc recommandé d'avoir des partenaires qui soient dans les domaines connexes ou complémentaires au vôtre.

Cela vous permet de partager les coûts, d'avoir plus de visibilité, de développer vos activités, etc. . Ces partenaires ne sont pas forcément des entreprises de grande taille mais des Start Up, des freelances qui vous apporteront des idées neuves.

Par ailleurs, il faut également élaborer un plan marketing qui vous permettra d'entretenir l'image de votre entreprise, sans attendre qu'elle ne soit complètement désuète.

Faire d'internet votre allié

L'ÉTAPE DE LA PRÉPARATION



Aujourd'hui, Internet est devenu un élément incontournable en matière de visibilité dans la vie de chaque entreprise.

Avec les nombreuses possibilités que cette invention offre, les entreprises doivent faire attention à leur e-réputation.

En effet, grâce aux réseaux sociaux comme Facebook, Instagram, YouTube, Twitter, LinkedIn... tout va très vite. De ce fait, envoyez des mails personnalisés à la clientèle, ayez un site internet attrayant et des contenus qui cadrent avec l'image que vous voulez renvoyer au public.

En plus, l'avantage est que cette approche coûte moins cher que les médias traditionnels et permet de toucher un grand nombre de personnes.

L'Internet est donc un facteur déterminant dans la décision d'achat du consommateur mais aussi une façon de démontrer que vous avez une certaine capacité en la matière.

Reviser les contenus

L'ÉTAPE DE LA PRÉPARATION



L'amélioration de votre image passe aussi par les contenus que vous produisez. Ils doivent être en phase avec vos valeurs et les sentiments que vous souhaitez inspirer à votre clientèle.

Brochures, réseaux sociaux, Site web, kakemonos : ils doivent être bien rédigés et exempts de faute. Pour se faire, il faut assurer votre présence digitale, mettre en place une stratégie et la déployer pour réussir.

Dans le cas d'un site Internet par exemple, il faut s'assurer de sa mise à jour régulière et surtout de l'existence des composantes importantes.

On doit dans le menu avoir les rubriques suivantes : Page d'accueil, Nos prestations, A propos, Travaillez avec moi, Actualités, Contact... Une des plus importantes est la rubrique "témoignage" ; elle permet à vos clients satisfaits de faire votre pub en racontant leur expérience avec vous.

Établir un budget

L'ÉTAPE DE LA PRÉPARATION



L'une des véritables sources de discordance dans l'élaboration ou la mise en oeuvre de tout projet demeure le budget. En effet, pour entamer l'amélioration ou la création de l'image d'une entreprise, il faut absolument établir un budget et veiller à son respect scrupuleux.

Aussi, le choix des dates reste également un point sur lequel il ne faut pas faire preuve de laxisme. Le budget et l'échéance permettront une maîtrise du processus d'amélioration de l'image de votre entreprise.

En pratique : il faut dresser la liste des priorités et celle des choses qui peuvent attendre, ensuite organiser, en accord avec les partenaires, le déroulement du travail.

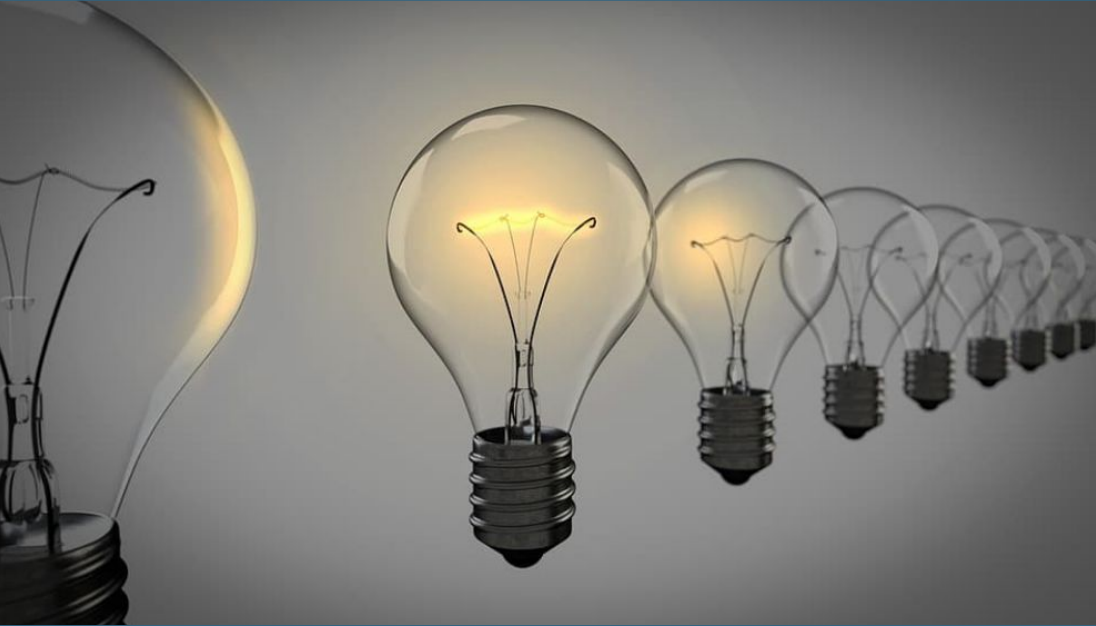
Enfin fixer des dates limites pour chaque phase du projet et s'assurer de donner aux collaborateurs tout ce dont ils ont besoin pour la réalisation de leurs tâches. Ainsi, vous avez une garantie de mener à terme ce projet.

L'étape de la mise en œuvre

Il s'agit à cette étape d'appliquer des actions qui vont assurer une concrétisation de l'objectif fixé à savoir améliorer l'image de votre entreprise.

Adopter une philosophie

L'ÉTAPE DE LA MISE EN ŒUVRE



Chaque entreprise doit se développer selon une philosophie bien précise partagée par les collaborateurs et les clients.

Parmi les différentes valeurs qui sont prônées en entreprise, vous devez faire le choix d'une valeur en particulier qui sera la valeur maîtresse de votre entreprise. Il faut garder à l'esprit que votre image est la promesse que vous faites à vos clients.

Il est donc essentiel de véhiculer une valeur unique qui vous distingue et reflète votre identité. Le choix de cette valeur unique est vraiment décisif car vos activités, objectifs, slogan seront influencés.

Pour cela, essayez de diffuser des messages cohérents en harmonie avec vos valeurs sur toutes les plateformes. Cela va permettre à vos cibles de vous faire confiance et pour vous de mettre en évidence vos produits et services.

Valoriser la vision

L'ÉTAPE DE LA MISE EN ŒUVRE



Il est primordial de valoriser la vision de votre entreprise. On ne peut pas avoir une entreprise sans porter et défendre sa vision et cela se ressent à travers vos engagements professionnels et individuels.

Les actions personnelles et professionnelles que vous engagez doivent avoir pour but de remonter vers les valeurs que véhicule la marque.

C'est dans cette perspective qu'une entreprise qui a de l'intérêt pour l'écologie peut financer des initiatives qui vont dans ce sens.

Il en va aussi de la responsabilité sociale des entreprises. Cependant il faut éviter de faire de la fausse communication au risque d'avoir un retour négatif pour l'image de votre entreprise.

Faire appel à un community manager

L'ÉTAPE DE LA MISE EN ŒUVRE



Pour faire face à d'éventuels risques et pour préserver l'image de votre entreprise, la présence d'un community manager est indispensable.

Ces personnes sont à même de gérer votre communauté sur internet afin de donner une bonne image à votre entreprise.

Il existe des agences qui s'occupent de l'image et de la réputation de votre entreprise sur internet. Dans le groupe Adkontakt, dont fait partie Afriksurvey, nous nous occupons de votre image grâce à une équipe de professionnels.

Pour améliorer l'image de votre entreprise, les actions à mener sont très importantes. De la même façon qu'il faut optimiser la communication sur internet et les réseaux sociaux, il ne faut pas oublier que ces outils peuvent être aussi source de menace pour l'image de l'entreprise.

Soigner l'expérience client

L'ÉTAPE DE LA MISE EN ŒUVRE



L'expérience client est l'ensemble des interactions qui existent entre le client et l'entreprise. Selon le ressenti d'un client, il peut ressortir du positif ou du négatif.

Le premier contact avec le client est donc important et décisif pour l'image qu'aura l'entreprise aux yeux de ce dernier et l'éventuel partenariat qui peut exister.

Comment s'y prendre ? Dans la perspective d'amélioration de l'image de votre entreprise, il faut donc tenir compte de l'avant, du pendant et de l'après achat. Ainsi, on commence par découper chaque étape de la relation client.

Ensuite on analyse chaque étape puis, en relevant les éléments qui peuvent donner une mauvaise impression au client dès le premier contact, on apporte une solution adaptée ou on corrige.

Créer des partenariats

L'ÉTAPE DE LA MISE EN ŒUVRE



Un autre moyen pour améliorer l'image de votre entreprise est les partenariats que vous tissez. Selon les personnes ou les institutions avec lesquelles vous tissez des relations, votre entreprise aura une bonne image auprès de vos clients ou prospects.

Pour ce faire il faut choisir vos partenaires selon des critères bien définis. Les partenaires avec lesquels vous tissez des relations d'affaire doivent jouir d'une bonne réputation et avoir préalablement une bonne image.

Ici la règle du "dis-moi qui tu fréquentes je te dirais qui tu es" va s'appliquer. Il faut aussi vérifier si vous êtes avec vos partenaires sur la même longueur d'ondes afin d'éviter toute déconvenues qui nuirait davantage à votre image.

Miser sur la visibilité

L'ÉTAPE DE LA MISE EN ŒUVRE



Bien d'autres actions permettent de gagner en visibilité et d'avoir une bonne image. On peut commencer à participer à des événements et manifestations surtout ceux qui sont en rapport avec votre domaine d'activité.

L'autre action à mener est d'organiser vous-même des événements, des forums et même des journées portes ouvertes au sein de votre entreprise.

Et bien sûr, il faut les médiatiser ou les partager via internet afin de toucher un nombre considérable de personnes.

Avoir une bonne image oui mais est-ce que votre entreprise est visible ? La visibilité est un préalable indispensable pour avoir une bonne image. La visibilité de votre entreprise ne signifie pas seulement la publicité que vous faites pour faire connaître votre entreprise.

Soigner l'apparence des locaux

L'ÉTAPE DE LA MISE EN ŒUVRE



En communication, les signes non verbaux comptent énormément. La bonne image de votre entreprise repose aussi sur son revêtement. Par revêtement on entend le cadre ou le local qui abrite votre entreprise. A lui seul, le cadre de votre entreprise véhicule un message.

Il faut donc veiller à ce que votre charte graphique ne soit pas en décalage avec celui-ci. Votre touche personnelle doit se ressentir au prime abord au niveau de votre local.

Vient ensuite pour la bonne image d'une entreprise, votre propre présentation et celle de vos employés. On peut adopter un uniforme en prenant en compte votre domaine d'activité.

Votre présentation doit être adaptée à votre métier puisque vous êtes aussi le reflet de votre entreprise. Tous ces éléments vont donc vous aider à être crédible vis à vis de vos clients ou prospects. N'oubliez pas qu'en communication 4 secondes suffisent à persuader !

Traiter les achats avec minutie

L'ÉTAPE DE LA MISE EN ŒUVRE



Quand on veut une bonne image pour son entreprise, il y a des étapes clé à ne pas banaliser. Quand il faut conclure des partenariats, la signature des contrats est à soigner.

En ce qui concerne les produits que vous vendez, il faut miser sur l'emballage, et votre méthode de livraison.

La manière dont vous emballez les produits que vous achètent vos clients et comment vous les faites livrer exprime un message selon lequel ce dernier peut juger votre entreprise.

Il ne faut pas perdre de vue le fait que l'image de toute entreprise est fragile et que le client est intraitable.

Il faut que ce dernier soit rassuré et en confiance vis à vis de la qualité du produit et bien évidemment de son prix.

Utiliser les fonctions avancées des téléphones

L'ÉTAPE DE LA MISE EN ŒUVRE



La communication ne se limite pas au site internet, au blog et aux réseaux sociaux. Bien d'autres éléments interviennent dans la communication autour de votre entreprise, ce qui joue donc sur l'image de cette entreprise. On peut aussi utiliser le répondeur des téléphones.

En revanche le message d'accueil doit donner envie à l'interlocuteur de laisser un message. Il faut que ce message le rassure en lui confirmant qu'il aura un retour dans un bref délai.

Les mots doivent être bien adaptés et le ton bien rythmé. Pour gérer deux clients à la fois on peut utiliser l'option mise en attente pour ne pas froisser le client ou couper de manière inattendue la communication sans vraiment donner de réponse.

Le papier en-tête sur vos différents documents, votre plaquette commerciale et votre carte de visite doivent être bien peaufinés.

Créer un lien émotionnel

L'ÉTAPE DE LA MISE EN ŒUVRE



La plupart des grandes marques à l'instar de Coco Cola, Nike, Mc Donald... doivent leur réussite au lien émotionnel qu'ils créent avec leur clientèle.

Vu que 90% de nos communications sont non-verbales, si une marque assemble bonne réputation et émotions, elle verra son image s'améliorer.

En pratique, il ne faut pas hésiter à exploiter les 5 sens (vue, ouïe, toucher, odorat, goût) pour rester dans la mémoire des consommateurs.

On peut alors utiliser les couleurs, qui, bien choisies, engendrent des émotions : la peur, la joie, la tristesse, la faim, la paix...

Le rouge par exemple augmente l'appétit, voilà pourquoi les chaînes de restauration rapide l'utilisent très souvent.

Un graphiste pourra vous aider à choisir des teintes qui évoquent vos valeurs et correspondent à l'action souhaitée par votre clientèle.

Les conseils pour améliorer l'image de son entreprise

Les conseils vont non seulement servir à améliorer l'image de votre entreprise mais aussi aider à ne pas perdre de vue l'objectif et à garder le cap.



Les prospects et les clients

CONSEILS



L'amélioration de l'image d'une entreprise passe tout d'abord par la connaissance de sa cible. En effet, il est difficile de convaincre une clientèle si on ne sait rien d'elle.

Si on opte pour travailler ou retravailler son image, il est judicieux de comprendre et d'être informé dans les moindres détails des centres d'intérêt de la clientèle et des prospects.

Plaire aux clients est semblable à du business : si on véhicule les bons messages, la cible sera plus enclin à parler de vos offres à ses proches et ainsi améliorer votre image de marque.

La connaissance de la cible est alors très importante si on souhaite lui plaire.

Le service après-vente

CONSEILS



Même s'il est roi, le client a la capacité de faire ou défaire l'image d'une marque. En effet, l'image d'une entreprise est en grande partie véhiculée par ses 1ers clients.

Avec Internet, les clients deviennent de véritables ambassadeurs de votre marque et vous devez tout faire pour les garder dans votre camp.

Tout mécontentement de leur part peut vous coûter cher : il faut dès lors leur fournir un SAV de qualité. Notez qu'il est moins coûteux à long terme de rembourser un produit ou un service plutôt que de créer un client mécontent.

Une entreprise doit avoir une communauté engagée, prête à parler en bien, partout.



Pour que votre entreprise ait une bonne image de marque, encore faut-il qu'elle soit visible et connue par le public.

Une entreprise dont on ne parle pas n'a tout simplement pas d'image de marque. Si vous êtes inconnu aux yeux du grand public, cela a systématiquement des répercussions sur vos ventes.

Pour réussir à conquérir vos premiers clients, il suffit de lancer une campagne de communication pour faire parler de vous : contactez des blogueurs, mettez en place une campagne AdWords, offrez des produits gratuits, etc.

Faites en sorte que chaque client venu chez vous soit un client satisfait et que les préoccupations de vos clients soient régulièrement prises en compte, ils auront une bonne image de vous, et ainsi, vous feront de la publicité gratuite.

La valeur ajoutée

CONSEILS



Parfois, il faut faire preuve de créativité quel que soit le secteur d'activité. Votre image doit être originale pour marquer la différence vis-à-vis des concurrents.

Ainsi, pour exister, chaque entreprise doit pouvoir se démarquer des autres. Il faut se vendre différemment sur le marché afin de susciter l'envie et attirer votre cible.

Pour se faire, il faut jouer sur la communication : créer une publicité innovante, faire du storytelling, développer une identité visuelle très forte, inventer des codes...!

Une image originale de votre entreprise restera plus longtemps gravée dans l'esprit de votre cible.

L'expérience client

CONSEILS



Dans un contexte concurrentiel accru, de veille technologique, d'évolution des usages et besoins, l'expérience client constitue une valeur clé pour toute entreprise.

Elle a une influence sur la satisfaction, la fidélisation et la recommandation directe du client. L'expérience client est en fait la somme des interactions que ce dernier a avec vos produits, employés, sites web, etc.

Que ce soit physiquement ou virtuellement, le client doit sentir que vous pouvez répondre à ses questions et satisfaire ses besoins.

Plus vous offrez des expériences uniques, inédites et symboliques à vos cibles, plus ils continueront à aller vers vous et non vos concurrents.

La prestance

CONSEILS



Quelle que soit la taille de votre structure, l'essentiel est l'importance que vous lui accordez. Il faut penser grand et oser.

N'oubliez pas que rien ne passe inaperçu en terme d'image. Avec Internet et le succès des réseaux sociaux, il ne faut rien faire au hasard.

Du choix de votre slogan, logo ou de la marque, pensez grand. La présentation de votre site, vos partenaires, vos affichages, et autres doivent dégager une certaine prestance qui suscite de l'admiration.

Cela vous donne l'image d'une entreprise importante, imposante et puissante.

L'identité de marque

CONSEILS

L'identité de marque représente un véritable enjeu pour votre entreprise et regroupe tous les éléments permettant à une entreprise d'être reconnaissable et reconnue vis-à-vis de son audience.

Cela passe aussi bien par votre logo, votre slogan, votre packaging, que par les uniformes de vos employés ou encore votre implantation géographique. Bien définie, elle permet à long terme d'arrêter une vision précise, claire, inspirante et identifiable.

Elle vous aide aussi à vous distinguer de la concurrence et de véritablement vous ancrer dans le souvenir de votre audience.

Vous pouvez confier cette tâche à des professionnels, pour plus d'efficacité.



Les filiales du groupe adkontakt



Adkontakt



Afriksurvey



Afrikolect



M.target



**Appelez-nous au
(221) 33 825 26 52**

Dès maintenant pour tous vos besoins