

# AUGMENTER MA VISIBILITÉ ET MON CHIFFRE D'AFFAIRES SUR UNE ACTIVITÉ EN LIEN AVEC L'AFRIQUE

LE GUIDE COMPLET POUR ATTEINDRE TA  
CIBLE ET RÉALISER TES OBJECTIFS !



EDITION  
2021



## TABLE DES MATIERES

Augmenter ma visibilité et mon chiffre d'affaires pour une activité en lien  
avec l'Afrique

<a href="#"><u>Pourquoi ce livre et pour qui ?</u></a>	2
<a href="#"><u>Référencement naturel (SEO)</u></a>	3
<a href="#"><u>Campagne marketing payante (SEA)</u></a>	5
<a href="#"><u>Réseaux sociaux</u></a>	7
<a href="#"><u>Création de contenu</u></a>	13
<a href="#"><u>Email marketing</u></a>	14
<a href="#"><u>Programme d'affiliation</u></a>	16
<a href="#"><u>Développement commercial</u></a>	17
<a href="#"><u>Partenariat &amp; influenceurs</u></a>	18
<a href="#"><u>Gestion de la relation client</u></a>	20
<a href="#"><u>La vente</u></a>	21

## Pourquoi ce livre et pour qui ?

L'Entrepreneuriat est loin d'être une tâche facile. Cela nécessite de disposer de compétences personnelles et professionnelles pour arriver à tirer son épingle du jeu.

Le « Pourquoi » de ce livre est d'apporter une vision simplifiée et claire des outils/méthodes disponibles pour donner plus de visibilité à une activité entrepreneuriale en lien avec l'Afrique.

Ce livre vous sera utile si vous êtes :

- Entrepreneur
- Gérant de TPE / PME
- Porteur de projet

L'objectif est de vous donner la compréhension du sujet, la manière d'explorer les opportunités et un plan d'actions pour aller plus loin.

Nous partons du postulat que le lecteur ne va pas lui-même réaliser les actions (parfois très techniques) mais plutôt les déléguer à un expert du domaine.

Nous parlons uniquement des leviers liés au digital. Les événements en présentiel, la TV, la radio, la presse ne sont pas évoqués dans ce document mais peuvent être exploités selon votre projet.

# Référencement naturel (SEO)

SEO signifie "optimisation des moteurs de recherche". En termes simples, cela signifie le processus d'amélioration de votre site pour augmenter sa visibilité lorsque les gens recherchent des produits ou des services liés à votre entreprise dans Google, Bing et d'autres moteurs de recherche.

Plus vos pages sont visibles dans les résultats de recherche, plus vous avez de chances d'attirer l'attention et d'attirer des clients potentiels et existants vers votre entreprise.

Des milliards de recherches sont réalisées sur les moteurs de recherche chaque année. Cela représente une opportunité énorme pour être visible et trouver de nouveaux clients.

Le moteur de recherche totalisant 95% de requêtes de recherche réalisées dans le monde est Google. Pour rendre vos pages visibles sur Google, il convient de respecter des règles bien définies.

Les pages de votre site web et les articles devront être rédigées en tenant compte du référencement naturel. Un(e) rédacteur(rice) web à pour métier de créer du contenu en ligne spécialement étudié pour le web et également pour être visible par les moteurs de recherche.

Vous pouvez réaliser des audits gratuits en ligne pour vérifier le niveau de votre site web côté SEO.

N°	Action	Commentaires
1	Réaliser un audit de mon site web	1. L'outil Audit de site de SEMrush 2. Google Analytics 3. Google Search Console 4. Google PageSpeed Insights
2	Contactez une agence ou un freelance pouvant réaliser les changements relevés par l'audit	<a href="http://www.upwork.com">www.upwork.com</a> <a href="http://www.5euros.com">www.5euros.com</a> <a href="https://www.yateo.com">https://www.yateo.com</a>
3	Utiliser le planificateur de mots clés de Google pour identifier les mots clés à utiliser pour votre rédaction web	Google Ads. La connaissance de votre activité vous permettra de sélectionner les bons mots clés en vous mettant à la place du prospect.

N°	Action	Commentaires
		<p>Exemple : Les mots clés « livre africain », vous pouvez aussi utiliser les mots « yacouba chasseur africain ». Ainsi, les personnes intéressées par Yacouba pourraient également apprécier votre contenu.</p> <p>Certaines correspondances pourront difficilement être détectées par une agence ou un freelance. C'est à vous de lui fournir un maximum d'informations pour l'aider dans sa mission.</p>
4	Rédiger fréquemment du contenu pour vous positionner sur de nouveaux mots clés	Vous pouvez recruter un(e) rédacteur(rice) pour cette action
5	Analyser régulièrement le positionnement de votre site web selon les mots clés	Google Analytics et Google Search Console
6	Installer un outil de contrôle de votre positionnement SEO pour votre site web	Si vous utilisez WordPress, le plugin SEO by YOAST en version gratuite est très bien

# Campagne marketing payante (SEA)

SEA, ou « publicité sur les moteurs de recherche », fait référence à une forme de marketing payant qui aide les entreprises ou les particuliers à diffuser leurs annonces en payant pour que leur publicité figure en haut des résultats de recherche.

Il s'agit d'une forme de publicité au paiement par clic où les spécialistes du marketing enchérissent pour des requêtes de recherche pertinentes et paient pour chaque clic reçu par leur annonce.

Au niveau de Google, il y a plusieurs types de campagne à prendre en compte :

- Display pour afficher votre annonce sur le site internet d'un partenaire de Google
- Mots clés afin d'avoir votre annonce dans les résultats d'une recherche Google.
- Shopping pour la promotion de produits
- Vidéo pour toucher les internautes sur YouTube
- Discovery pour les annonces dans YouTube, Gmail, Discoverey et d'autres outils

Pour notre ciblage en lien avec l'Afrique, le réseau Display est intéressant pour diffuser une annonce vers une cible bien précise.

Voici un cas concret : Si l'on commercialise un produit ou service destiné à la diaspora Sénégalaise en France, le réseau Display va permettre la diffusion d'une publicité sur un site comme <https://www.seneweb.com> dont l'audience dépasse les 6 millions de visiteurs par mois.

A noter que plus de 16% de cette audience est en France. Dans notre cas, cela représente un potentiel d'environ 1 million de visiteurs !!

N°	Action	Commentaires
1	Contacteur une agence ou un freelance pouvant réaliser les changements relevés par l'audit	<a href="http://www.upwork.com">www.upwork.com</a> <a href="http://www.5euros.com">www.5euros.com</a> <a href="https://www.yateo.com">https://www.yateo.com</a>

N°	Action	Commentaires
2	Confirmer le type de campagne	Dans un premier temps, le réseau Display et Mots Clés sont suffisants pour lancer une campagne efficace. Le plus important est la sélection des mots clés.
3	Mettre en place des tableaux de bord pour vérifier et suivre le coût réel d'une campagne publicitaire	Créer un fichier Excel avec les indicateurs pertinents pour votre activité et les objectifs de la campagne. Vérifier le retour sur investissement des sites du réseau display.
4	Utiliser le retargeting	Cela consiste à afficher votre publicité sur des sites web à des internautes ayant déjà suscité un intérêt pour vos produits ou services.

# Réseaux sociaux

Faut-il se lancer à fond sur Clubhouse ? Peut-être consacrer la moitié de votre budget médias sociaux à Instagram et partager le reste entre Facebook et LinkedIn ? Et YouTube ? Voici notre sélection des meilleurs sites de médias sociaux dont vous devriez vous soucier en 2021 :

## Instagram

Longtemps la maison des influenceurs, des marques, des blogueurs, des propriétaires de petites entreprises, des amis et de tous les autres, Instagram a dépassé le milliard d'utilisateurs mensuels. Si vous vous demandez si un segment significatif de votre public passe du temps sur la plate-forme, la réponse est presque certainement un oui retentissant.

Qui est sur Instagram (et pourquoi) : Instagram est devenu l'une des plateformes de médias sociaux les plus populaires pour les adolescents et les jeunes adultes, en particulier aux États-Unis. Les clients ont moins de 40 ans, alors Instagram ne peut pas être ignoré.

Le contenu qui fonctionne le mieux sur Instagram : de belles photographies, des visuels époustouflants, des designs uniques, une vidéo de style selfie qui s'adresse directement à votre public et un thème cohérent pour votre contenu vous aideront à vous démarquer sur Instagram.

Vous devriez donner la priorité à Instagram si : Votre public cible a moins de 40 ans, vous dirigez une entreprise de style de vie, de commerce électronique ou de photographie.

## LinkedIn

LinkedIn est une plate-forme de plus de 700 millions d'utilisateurs dans le monde qui est destinée aux relations professionnelles et commerciales, donc sur LinkedIn, vous trouverez des entreprises et



des professionnels qui cherchent à se promouvoir, à trouver des personnes, à réseauter et à développer leur activité.

Qui est sur LinkedIn (et pourquoi) : 75% des utilisateurs de LinkedIn ont entre 25 et 65 ans. Pour les 35 à 65 ans, les hommes y sont plus présents.

Le contenu qui fonctionne le mieux sur LinkedIn : les parcours inspirants, les carrousels, les textes avec des emojis, les vidéos narratives.

Vous devriez donner la priorité à LinkedIn si : Votre public cible a moins de 40 ans, vous dirigez une entreprise de style de vie, de commerce électronique ou de photographie.

## **Facebook**

Avec près de 2,5 milliards d'utilisateurs mensuels, Facebook est de loin le plus grand site de médias sociaux au monde. Bien que cela garantisse pratiquement qu'au moins une partie de votre public utilise régulièrement la plate-forme, elle a développé une réputation quelque peu négative parmi les jeunes utilisateurs qui se tournent de plus en plus vers d'autres sites alternatifs (Snapchat, Instagram et Tiktok).

Quoi qu'il en soit, si votre marque a intérêt à partager des actualités liées à l'industrie, des vidéos (courtes) engageantes, des graphiques et d'autres contenus visuellement attrayants, en particulier si votre public principal a plus de 30 ans, alors envisagez d'être présent sur Facebook. Vous pouvez également envisager de tirer parti des groupes Facebook pour rassembler vos clients ou votre communauté en un seul endroit en ligne. Les groupes Facebook, contrairement aux pages professionnelles Facebook, ne sont pas destinés à la publicité, mais ils peuvent être utiles pour créer une conversation.

Le contenu qui fonctionne le mieux sur Facebook : Plus votre contenu est intéressant, engageant ou même polarisant, plus il est susceptible de devenir viral sur Facebook. Appuyez-vous fortement sur de courtes vidéos, des images accrocheuses et des titres

accrocheurs pour attirer un public. Pour les groupes Facebook, le contenu interactif et les amorces de conversation sont la voie à suivre. Pensez aux flux en direct et aux sondages.

Vous devriez donner la priorité à Facebook si : Vous voulez toucher un public d'adultes et avoir un contenu visuel (ou vidéo) engageant qui peut capter leur attention, susciter une réponse émotionnelle immédiate et les rendre enthousiastes à partager avec leurs amis. Ou si vous voulez un moyen simple de créer une communauté en ligne autour d'un sujet ou d'une entreprise.

## **Twitter**

Alors que le nombre mensuel d'utilisateurs actifs de Twitter oscille régulièrement autour de 300 millions depuis un certain temps maintenant, 40 % de ces utilisateurs sont actifs sur le site plusieurs fois par jour, ce qui suggère que si votre public utilise la plateforme, il est probablement très engagé. La popularité de ce site de médias sociaux reste élevée parmi les utilisateurs férus de technologie et est particulièrement active dans les secteurs verticaux B2B liés aux affaires, au marketing et à la politique aujourd'hui.

Qui est sur Twitter (et pourquoi) : 63 % des utilisateurs de Twitter ont entre 35 et 65 ans, les hommes représentant près des deux tiers de ces personnes.

Le contenu qui fonctionne le mieux sur Twitter : Twitter est devenu un support très populaire pour communiquer les dernières nouvelles, digérer du contenu de petite taille et communiquer directement avec vos utilisateurs en temps réel. Les vidéos et les images ont tendance à mieux se démarquer, mais un tweet écrit au bon moment fait toujours des merveilles si vous sautez sur des sujets tendances et êtes particulièrement spirituel.

Vous devriez donner la priorité à Twitter si : Votre public cible la démographie des hommes mûrs âgés de 30 à 60 ans. Expérimentez avec une combinaison de types de contenu allant des vidéos éducatives aux visuels captivants et aux fils de discussion qui offrent des conseils et des opinions.

## TikTok

Ce petit nouveau a moins de deux ans, mais a reçu plus d'un milliard de téléchargements de son application vidéo au cours de sa première année d'exploitation. Aujourd'hui, TikTok compterait plus de 800 millions d'utilisateurs mensuels, ce qui le place instantanément parmi les meilleures plateformes de médias sociaux au monde en termes de chiffres d'utilisateurs.

Qui est sur TikTok (et pourquoi) : La majorité de cette audience est concentrée parmi les 16 à 24 ans.

Le contenu qui fonctionne le mieux sur TikTok : contenu vidéo court divertissant, intéressant, comique et parfois absurde, généralement réglé sur l'air de chansons populaires. Pensez à un contenu de style vidéo musicale amusant et accrocheur.

Vous devriez donner la priorité à TikTok si : Vous souhaitez toucher (et divertir) un jeune public avec un contenu vidéo amusant qui n'a pas souvent de lien direct avec vos produits ou services. Être trop auto-promotionnel sur cette plate-forme ne vous fidélisera pas, alors soyez prêt à adopter l'approche du divertissement en premier.

## Snapchat

Bien qu'il semble perdre du terrain face aux plateformes de médias sociaux concurrentes comme Instagram et TikTok, Snapchat reste l'une des applications les plus utilisées avec les moins de 25 ans, avec plus de 300 millions d'utilisateurs mensuels ces derniers mois. La plupart des utilisateurs de Snapchat fréquentent l'application afin de partager des mises à jour et de communiquer avec leurs amis et leur famille par le biais d'images qui disparaissent et de courts messages vidéo.

Qui est sur Snapchat (et pourquoi) : les jeunes adultes âgés de 18 à 24 ans représentent 78% des utilisateurs actifs qui participent aux plus de 14 milliards de vues vidéo quotidiennes de la plate-forme. Les utilisateurs ont tendance à pencher légèrement plus vers les femmes, la majorité accédant à l'application quotidiennement.

Le contenu qui fonctionne le mieux sur Snapchat : la narration vidéo. Si vous avez le don de créer de courtes vidéos convaincantes (généralement de style selfie) qui peuvent divertir et éduquer un jeune public, alors Snapchat est une plate-forme évidente pour vous permettre de nouer des liens avec vos clients.

Vous devriez donner la priorité à Snapchat si : Vous souhaitez toucher un jeune public et avez une affinité pour la création de contenu vidéo attrayant et de petite taille. Comme avec TikTok, ne vous attendez pas à allumer votre appareil photo et à parler de vos produits toute la journée, car la plupart des utilisateurs de Snapchat sont là pour se divertir.

## **Youtube**

YouTube est aujourd'hui le deuxième moteur de recherche le plus populaire au monde, juste derrière sa société mère, Google. Si votre entreprise pourrait bénéficier de la production de didacticiels vidéo ou de procédures pas à pas, de contenu pédagogique visuel, de critiques de produits ou d'interviews, alors cette plate-forme de médias sociaux est indispensable pour atteindre ses plus de 2 milliards d'utilisateurs mensuels.

Qui est sur YouTube (et pourquoi) : Une forte concentration dans la tranche d'âge des 15 à 34 ans. YouTube est largement populaire parmi les hommes et les femmes, et l'utilisation a tendance à augmenter avec le revenu et le niveau d'éducation.

Le contenu qui fonctionne le mieux sur YouTube : vidéo uniquement. Selon votre type d'entreprise et votre public, le contenu vidéo long et court peut très bien fonctionner sur cette plate-forme. La plupart des téléspectateurs recherchent une combinaison d'éducation et de divertissement. Ainsi, que vous enseigniez à votre public les nouvelles tactiques de marketing ou le jeu vidéo en streaming, travaillez dur pour retenir leur attention tout au long de vos vidéos. Vous pouvez également envisager de puiser dans les tendances populaires de YouTube, telles que le déballage de vidéos (surtout si vous représentez un produit physique) et le contenu « avec moi » qui emmène les téléspectateurs avec vous pour la balade. De plus, si démarrer une chaîne YouTube vous semble ambitieux, un partenariat avec des

influenceurs YouTube qui sont enthousiasmés par votre mission pourrait vous aider à tester les eaux avant de vous lancer.

Vous devriez donner la priorité à YouTube si : Votre public a moins de 50 ans et consomme du contenu vidéo à des fins éducatives ou de divertissement.

## Clubhouse

Clubhouse une application vocale créée en 2020 où les gens peuvent créer ou rejoindre des salles de discussion vocale. L'application est uniquement audio et suggère des salles de discussion à un utilisateur en fonction de qui il suit.

Accessible uniquement sur invitation, cette plateforme permet aux utilisateurs de discuter entre eux à l'oral et sans vidéo. Lancé en mars, Clubhouse compte 2 millions d'utilisateurs actifs hebdomadaires et entend partir à l'assaut du grand public.

Les utilisateurs, une fois dans une salle de discussion vocale, peuvent écouter une conversation ou peuvent être invités à parler via une fonction « lever la main ». Le créateur de la salle peut également "taper" une personne pour lui permettre de participer plus activement à la conversation.

N°	Action	Commentaires
1	Définir les réseaux sociaux à utiliser selon votre ciblage client	
2	Rédiger votre ligne éditoriale sur les différents réseaux sociaux identifiés	
3	Utiliser les groupes ou pages sur les réseaux sociaux pour capter votre cible	
4	Identifier des personnes ayant un nombre d'abonnés important sans avoir un statut d'influenceur	Cela vous permettra de nouer d'éventuels partenariats

## Création de contenu

Le marketing de contenu a pour but d'attirer des visiteurs sur son site web et de les transformer en consommateurs grâce à une stratégie éditoriale, un message ciblé et de valeur, ainsi qu'à des techniques de narration. Il permet d'augmenter sa visibilité auprès de l'audience, sur les moteurs de recherche et les réseaux sociaux. Il se distingue de la publicité traditionnelle, considérée comme trop intrusive par le consommateur.

La création d'un contenu intéressant permet alors d'attirer l'attention de prospects qualifiés, d'influencer le comportement d'éventuels consommateurs et de faire connaître sa marque ou son entreprise.

N°	Action	Commentaires
1	Rédiger des articles sur votre blog	Prendre en compte les mots clés liés à votre activité
2	Rédiger des livres blanc ou e-book	Idem
3	Proposer des formations gratuites, webinaire	Idem
4	Recruter un(e) rédacteur(rice) web si nécessaire	

# Email marketing

Chaque fois qu'une entreprise envoie un e-mail, en dehors des e-mails transactionnels (des confirmations de commande et des réponses directes aux questions des clients), cela peut être considéré comme une forme de marketing par e-mail. Le marketing par e-mail est un segment du marketing digital, qui englobe le marketing en ligne via des sites Web, des médias sociaux, des blogs, ...

Le marketing par e-mail peut inclure des newsletters avec des informations sur l'entreprise, du contenu pédagogique ou des offres exclusives pour les abonnés.

Le titre de l'e-mail va jouer un rôle crucial sur le taux d'ouverture. Ainsi, la réflexion autour du titre de l'e-mail est importante. Pour trouver des idées, le "planificateur de mots clés" de Google Ads est un outil formidable. En effet, il va indiquer le nombre de fois qu'un mot clé est recherché dans Google par mois.

Cas concret : "Rentrer au pays" comptabilise 20 recherches par mois dans Google. Google propose d'Élargir la recherche avec des requêtes pouvant se rapporter à la recherche initiale.

L'une des propositions de Google est "investir au pays" qui comptabilise 1600 recherches par mois (Soit 80 fois plus que la recherche initiale). Ainsi, un titre d'e-mail avec "Investir au pays" pourrait avoir plus d'impact que "Rentrer au pays".

Il y a également Google Search Console Insights pour identifier comment les internautes découvrent le contenu de votre site et ce qu'ils préfèrent.

N°	Action	Commentaires
1	Choisir une plateforme pour envoyer les emails	Mailchimp, sendinblue,...
2	Mettre en place un système de collecte d'email sur votre site web	
3	Mettre en place des envois fréquents à votre liste d'emails.	Possibilité de segmenter votre liste (zone géographie, centre d'intérêt, ...) afin de rédiger des e-mails plus personnalisés
4	Mettre en place un quizz ou sondage pour mieux connaître les attentes de votre audience	



## Programme d'affiliation

Ce qu'on appelle un « programme d'affiliation » est une relation dans laquelle un commerçant vous rémunère (l'« affilié ») pour des liens de votre site vers son site. Habituellement, l'affilié n'est payé que lorsqu'une vente réelle est effectuée par le commerçant à la suite de votre lien.

Ce type de publicité s'appelle Pay Per Action (PPA), car l'affilié n'est pas payé pour diffuser le lien ou le graphique publicitaire du marchand sur son site, mais uniquement lorsqu'un visiteur effectue une certaine action (visites, remplit un formulaire, effectue un achat).

Par exemple, vous pouvez rédiger un blog sur les romans africains et ajouter des liens d'affiliation Amazon sur votre site.

N°	Action	Commentaires
1	Identifier les programmes d'affiliation disponibles pour votre secteur d'activité	
2	Analyser l'intérêt et réaliser des hypothèses de ventes.	

# Développement commercial

En termes simples, le développement des affaires peut être résumé comme les idées, les initiatives et les activités qui contribuent à améliorer une entreprise. Cela comprend l'augmentation des revenus, la croissance en termes d'expansion commerciale, l'augmentation de la rentabilité en établissant des partenariats stratégiques et en prenant des décisions commerciales stratégiques.

« Directeur du développement commercial », « Directeur du développement commercial » et « VP, Développement commercial » sont tous des titres d'emploi impressionnants souvent entendus dans les organisations commerciales. Ventes, initiatives stratégiques, partenariats commerciaux, développement de marché, expansion commerciale et marketing – tous ces domaines sont impliqués dans le développement commercial, mais sont souvent confondus et considérés à tort comme la seule fonction du développement commercial.

N°	Action	Commentaires
1	Recruter un consultant pour définir la stratégie à adopter pour les prochains mois / années	
2	Mettre en place un système de suivi en interne	

# Partenariat & influenceurs

## Partenariats

Les partenariats tels que les alliances stratégiques, les partenariats de distribution et les partenaires technologiques permettent à votre entreprise d'étendre sa portée à de nouveaux marchés, d'augmenter ses revenus, de réduire le taux de désabonnement et bien plus encore !

L'un des aspects essentiels qui permettent aux partenariats de générer du succès est que la collaboration est mutuellement bénéfique. L'expansion organique est réalisée en s'associant à une entreprise sur un nouveau marché ou en co-marketing et co-vente. De plus, les partenariats sont connus pour augmenter l'« adhérence » de la marque entre une entreprise et son partenaire OU une entreprise et le client. Cette augmentation de l'adhérence entraîne une diminution significative du taux de désabonnement et une augmentation des revenus.

De même, les partenariats créent une portée commerciale élargie grâce à l'activation des ventes partenaires. Avec les informations supplémentaires à utiliser d'un partenaire, il y a une augmentation des connaissances commerciales qui profite considérablement aux deux entreprises. L'activation des ventes augmente les taux de réussite. En outre, vendre au client d'un partenaire augmente le taux de réussite d'une entreprise jusqu'à 39 % et la taille potentielle de la transaction jusqu'à 45 %. Tous les avantages considérés comme des partenariats interentreprises sont un excellent moyen d'étendre la portée de nouveaux marchés, de convertir les prospects en clients et d'augmenter les revenus.

## Influenceurs

Au cours de la dernière décennie, nous avons vu les médias sociaux prendre rapidement de l'importance. Selon le rapport We Are Social de janvier 2019, 3,484 milliards de personnes utilisent activement les réseaux sociaux, soit 45% de la population mondiale.

Inévitablement, ces personnes se tournent vers les influenceurs des médias sociaux pour les guider dans leur prise de décision.

Les influenceurs dans les médias sociaux sont des personnes qui se sont bâties une réputation pour leurs connaissances et leur expertise sur un sujet spécifique. Ils publient régulièrement des articles sur ce sujet sur leurs canaux de médias sociaux préférés et génèrent de nombreux abonnés enthousiastes et engagés qui prêtent une attention particulière à leurs points de vue.

Les marques adorent les influenceurs des médias sociaux car ils peuvent créer des tendances et encourager leurs abonnés à acheter des produits dont ils font la promotion.

N°	Action	Commentaires
1	Etablir une liste des partenaires pouvant être intéressés par vos produits / services	
2	Etablir une liste des influenceurs dont la cible pourrait être intéressée par vos produits / services	<p>Exemple pour le Sénégal (Instagram) :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Abba No Stress : <a href="https://www.instagram.com/abbanostress/">https://www.instagram.com/abbanostress/</a></li> <li>• Boubou Design : <a href="https://www.instagram.com/bouboudesign_/">https://www.instagram.com/bouboudesign_/</a></li> <li>• Aicha Ndaw : <a href="https://www.instagram.com/aiichaaaaa/">https://www.instagram.com/aiichaaaaa/</a></li> <li>• MakhPro: <a href="https://www.instagram.com/makhpro_boykl/">https://www.instagram.com/makhpro_boykl/</a></li> <li>• Mahfouss : <a href="https://www.instagram.com/mahfousse_comedien/">https://www.instagram.com/mahfousse_comedien/</a></li> <li>• Yaye Fatou : <a href="https://www.instagram.com/yayefatou_/">https://www.instagram.com/yayefatou_/</a></li> <li>• Pape Sidy Fall : <a href="https://www.instagram.com/papsidyfall/">https://www.instagram.com/papsidyfall/</a></li> <li>• Belle : <a href="https://www.instagram.com/_____belle_____/">https://www.instagram.com/_____belle_____/</a></li> </ul>
3	Vérifier la fiabilité des influenceurs	Ne pas baser votre choix uniquement sur le nombre d'abonnés. Vérifier qu'il s'agit de « vrai » abonnés avec notamment l'engagement sur le compte de l'influenceur.

# Gestion de la relation client

La gestion de la relation client (CRM) est la combinaison de pratiques, de stratégies et de technologies que les entreprises utilisent pour gérer et analyser les interactions et les données client tout au long du cycle de vie du client. L'objectif est d'améliorer les relations avec le service client, d'aider à fidéliser la clientèle et de stimuler la croissance des ventes.

Les systèmes CRM compilent les données client sur différents canaux, ou points de contact, entre le client et l'entreprise, qui peuvent inclure le site Web de l'entreprise, le téléphone, le chat en direct, le publipostage, les supports marketing et les réseaux sociaux.

Les systèmes CRM peuvent également fournir aux membres du personnel en contact avec les clients des informations détaillées sur les informations personnelles des clients, l'historique des achats, les préférences d'achat et les préoccupations.

N°	Action	Commentaires
1	Réaliser un audit de votre gestion de la relation client	
2	Choisir un outil du marché pour votre gestion	Odoo Zoho CRM Hubspot CRM Microsoft Dynamics CRM Sugar CRM Agile CRM Teamleader
3	Déterminer le meilleur moyen de communication avec vos clients.	Pour une activité en lien avec l'Afrique, nous avons privilégié la communication par WhatsApp.

## La vente

La vente est un processus qui aboutit à une transaction entre deux ou plusieurs parties dans laquelle l'acheteur reçoit l'offre et le vendeur obtient en retour quelque chose de valeur qui est généralement de l'argent.

Quelques mots-clés et phrases clés à noter dans cette définition –

- **La vente est un processus** : alors que la « vente » est une transaction, la vente est un processus qui aboutit à cette transaction.
- **Acheteur** : la ou les parties qui effectuent l'achat
- **Vendeur** : La ou les parties qui proposent un produit ou un service à la vente.
- **Quelque chose de valeur en retour** : les ventes impliquent toujours que l'acheteur paie pour l'offre sous forme d'argent ou d'un autre actif. Une transaction qui n'implique pas de paiement n'est pas considérée comme une vente.

Votre objectif est de vendre vos produits et services à des clients qui vont les adorer. Ainsi, votre ciblage est crucial pour ne pas perdre votre temps à confiance des prospects ne correspondant pas à votre cible marketing.

N°	Action	Commentaires
1	Réaliser un document qui va détailler l'ensemble de votre argumentaire de vente	Parfois ce document est nommé « Script de vente »
2	Détailler votre acheteur cible avec une distinction par segment	Un segment permet de découper votre base de clients / prospects en groupe plus petit afin de mieux répondre à leurs attentes. Exemple : Femmes ayant des enfants intéressées par l'apprentissage d'une langue Africaine