



# Transformation numérique des PME et marketing digital

2017 - 2020



Introduction : quels défis.....	4
I. Etat des lieux de la France numérique.....	6
II. Les 5 protagonistes et les 4 étapes de la numérisation.....	13
III. La check-list en 18 points et les 5 moteurs du marketing digital.....	19
IV. Un cas client concret de plan marketing digital.....	28

Dans les trois ans qui viennent, vos concurrents et vos clients auront radicalement changé, car leur environnement est en pleine mutation



- Solutions cloud
- Outils de travail nomades & ubiquité des personnes
- Organisations agiles & travail collaboratif
- Co-création
- Plateformisation & uberisation
- Réalité virtuelle
- Réalité augmentée
- Big data, analytique & algorithmes prédictifs
- Internet des objets
- Impression 3D
- Intelligence artificielle, chatbot & machine learning
- Blockchain & tiers de confiance numériques

Cette mutation est à 90% de nature numérique

Il ne s'agit pas simplement d'innovations technologiques qu'ordonneraient quelques gourous cybernétiques aux motivations lucratives

C'est une révolution sociologique

- des **attitudes** (opinions, émotions, expérience, ...)
- des **comportements** (action, consommation, ...)
- des **usages** (outils communicants, machines, ...)

de nos contemporains dans leur façon

- de **vivre** (loisirs, culture, ...)
- de **travailler** (analyse, prévision, décision, management, ...)
- d'**interagir** (famille, amis, vie associative, relations professionnelles, ...)

Un formidable accélérateur de l'aspiration humaine à toujours mieux maîtriser son destin individuel et social

- Loyauté, estime, accomplissement de soi
- Liberté, choix, accessibilité
- Satisfaction, plaisir, instantanéité, urgence



Gilles Babinet parle d'une véritable révolution anthropologique, bien plus déterminante que la révolution industrielle (fin du XVIII°) et la révolution énergétique (fin du XIX°) qui l'ont précédée

- Ce n'est pas uniquement une mutation du paradigme classique de la **valeur marchande du matériel**
  - Innovations dans les terminaux, les serveurs et les infrastructures
- Ni une simple extension du paradigme moderne de la **valeur usagère du logiciel**
  - Portée des échanges et puissance de traitement
- C'est l'affirmation du paradigme émergent de la **valeur cognitive de l'information**
  - Elle définit et structure l'être humain dans ce qu'il a de plus singulier et précieux après sa conscience : la connaissance, la compétence, l'expertise, ...

C'est aussi un challenge posé par la machine à l'humain quant à leurs places, rôles et influences respectifs dans la société

Cette révolution est quasiment invisible et pourtant bien réelle

Votre PME n'échappera pas à ces phénomènes qui impactent déjà et ont commencé de **refaçonner profondément l'économie et les marchés**

**Nombre d'entreprises - y compris de grande taille ! - et de secteurs d'activité - y compris de longue antériorité ! -**

- qui se croyaient à l'abri de toute rupture dans un business-model apparemment linéaire et stable
- qui se muriaient dans des rentes de situation prétendument éternelles

**ont brusquement découvert les périls qui les guettent faute d'adaptation**

Si vous n'y prenez garde, les menaces de concurrence et de substitution se chargeront de vous rappeler à la réalité, peut-être trop tard



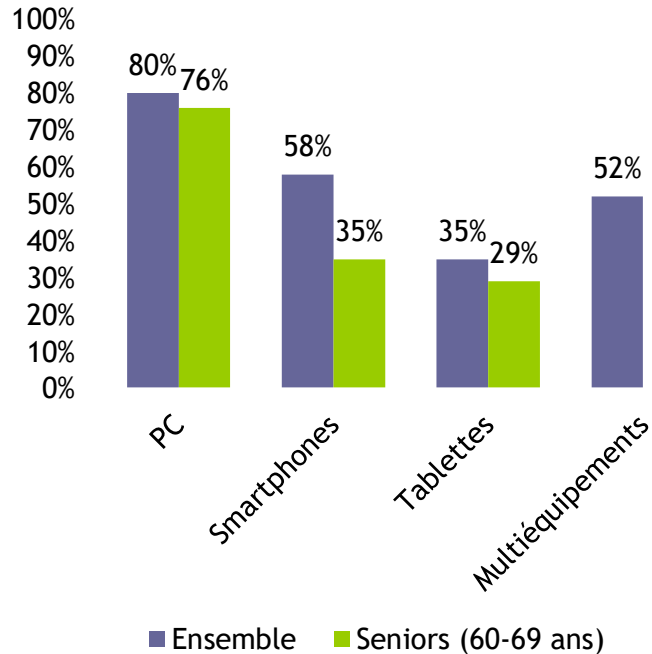


# I. Etat des lieux de la France numérique

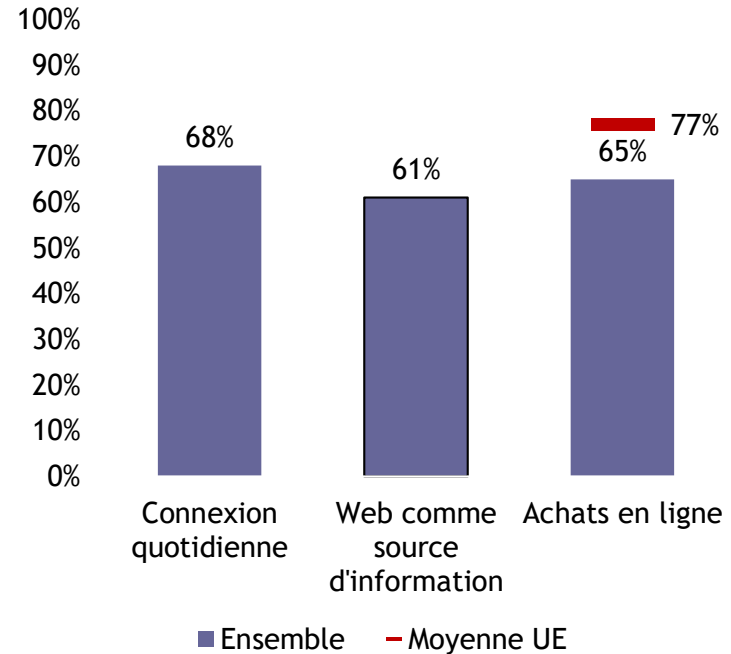
Smartphones et tablettes en plein essor. Les PC culminent. L'équipement se propage dans toutes les classes d'âge, notamment grâce aux tablettes.

Un usage intensif (quotidien) et extensif (information et achats), mais encore en retrait de la moyenne européenne.

### EQUIPEMENT NUMERIQUE



### COMPORTEMENTS SUR INTERNET



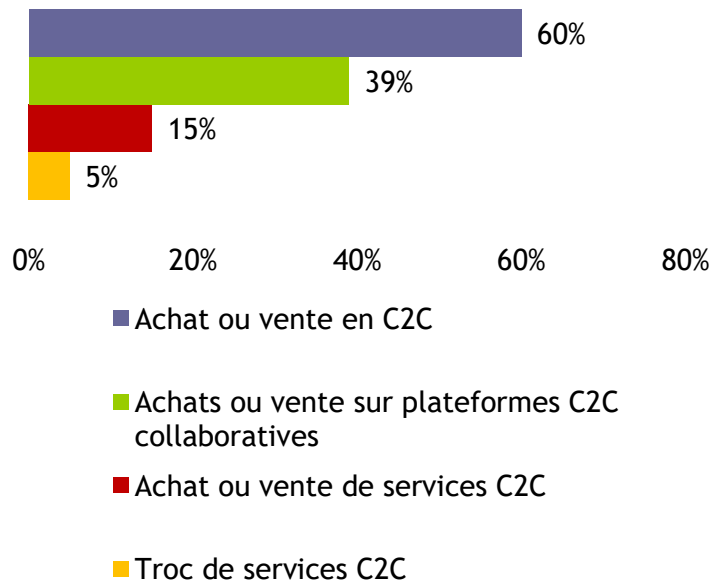
Source : CREDOC 2015

Source : CREDOC 2015

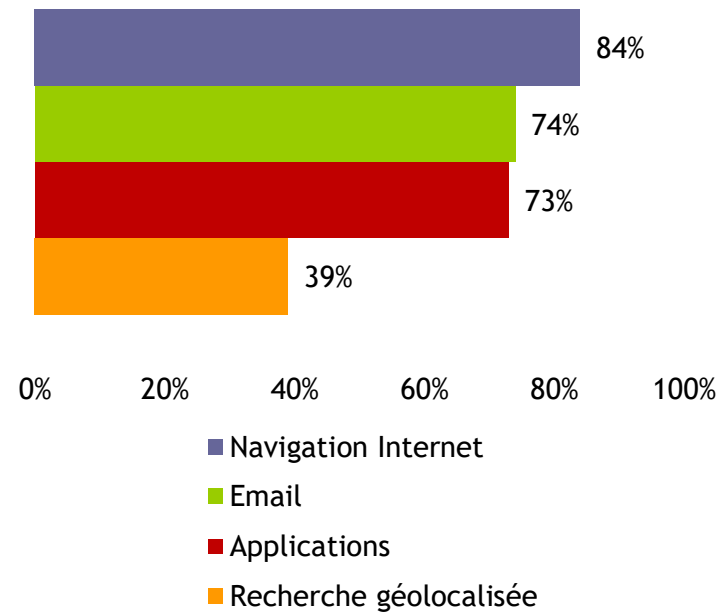
Entre effet bobo et effet d'aubaine, l'uberisation et l'horizontalisation de l'économie ne sont plus au stade expérimental.

Une polyvalence du smartphone largement exploitée.

### RECOURS A L'ECONOMIE COLLABORATIVE



### COMPORTEMENTS SUR MOBILE



Sources : CREDOC 2015, FEVAD - Médiamétrie

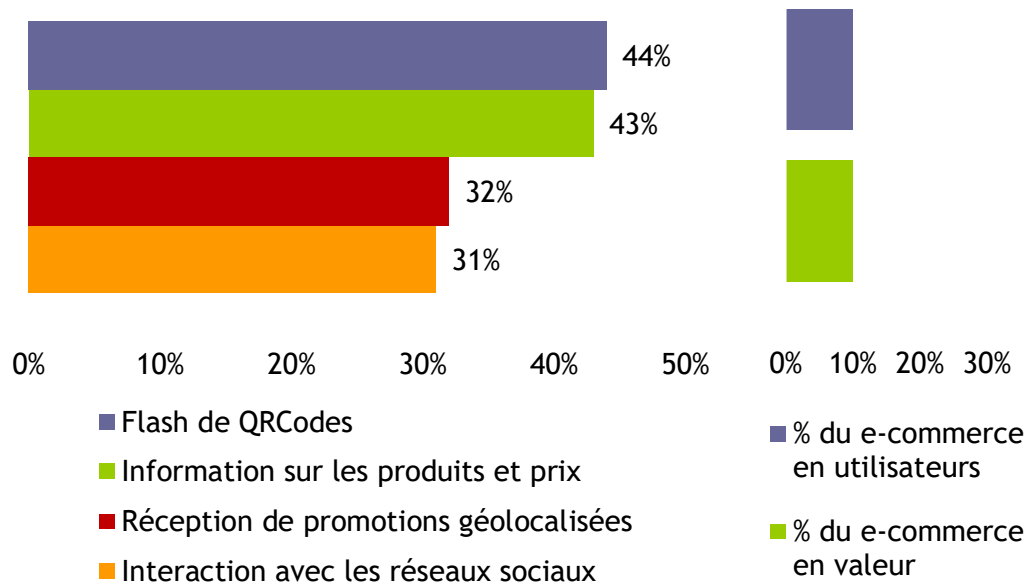
Source : CREDOC 2015



Plus qu'un outil nomade : une passerelle instantanée entre le monde réel et le monde virtuel.

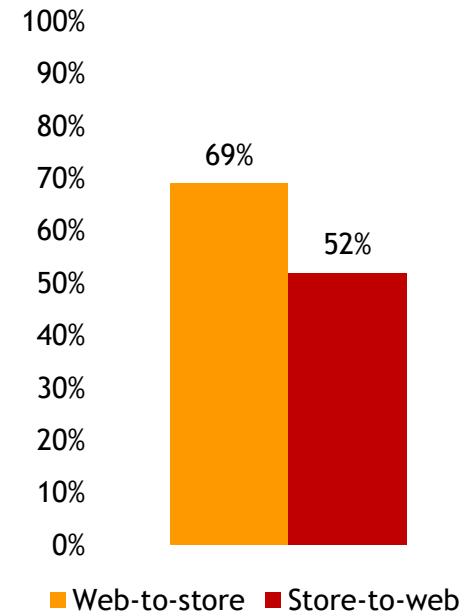
Pas encore « mobile only » mais une véritable synergie « click & mortar ».

### COMPOTEMENTS SUR MOBILE EN POINT DE VENTE



Source : FEVAD - Médiamétrie

### COMPOTEMENTS M-COMMERCE

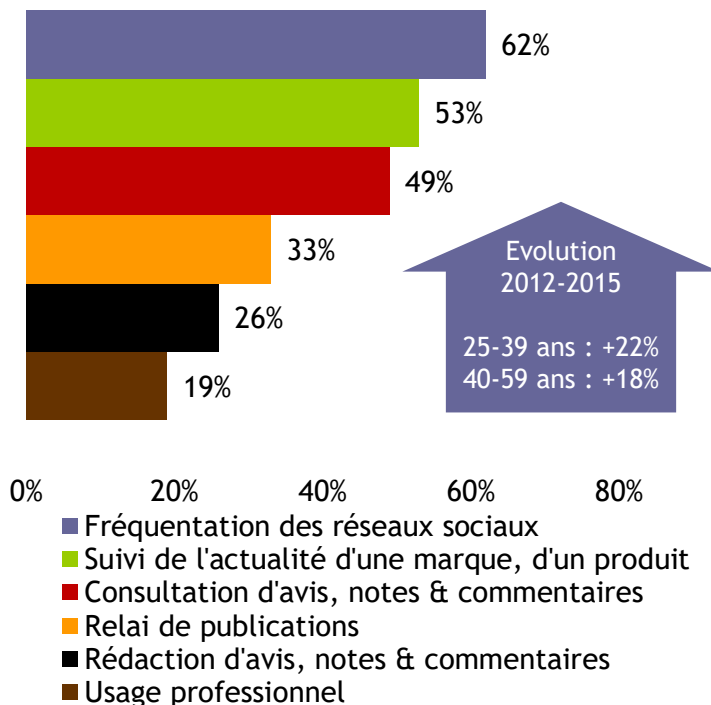


Source : FEVAD - Médiamétrie

La rapide diffusion dans toutes les classes d'âge et la lente émergence d'un usage interactif et professionnel des réseaux sociaux.

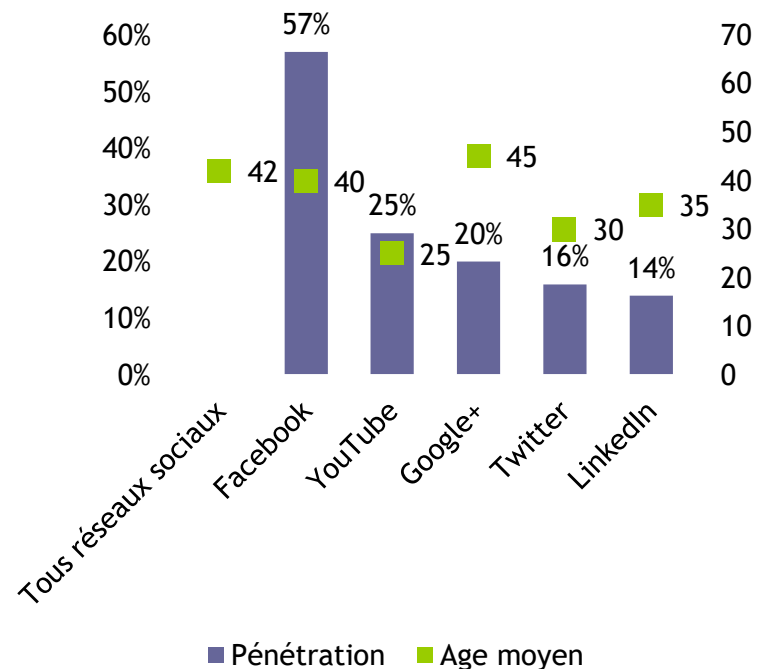
La prédominance de Facebook, en pénétration du marché comme en spectre d'âge. La diversité des médias sociaux permet une couverture de toutes les catégories.

### COMPORTEMENTS SUR LES MEDIAS SOCIAUX



Sources : CREDOC 2015, Harris Interactive

### PALMARES DES RESEAUX SOCIAUX



Source : Harris Interactive

Des spécificités à prendre en compte pour une bonne affinité des cibles adressées dans leurs comportements, attitudes et aspirations

Facebook	YouTube	Google+	Twitter	LinkedIn
Notoriété Acquisition Trafic Social CRM Insight consommateurs	Story-telling Collaboration avec les youtubeurs	Social commerce	RP Corporate B2B Social selling Social CRM	Marque employeur Corporate Social selling B2B
CONVERSATIONNEL	DIVERTISSEMENT	COMMUNAUTAIRE	ACTUALITE LIVE	PROFESSIONNEL

### Usages nomades

- 36% sur smartphone
- 10% sur tablette



### Conversationnel autour de l'actualité

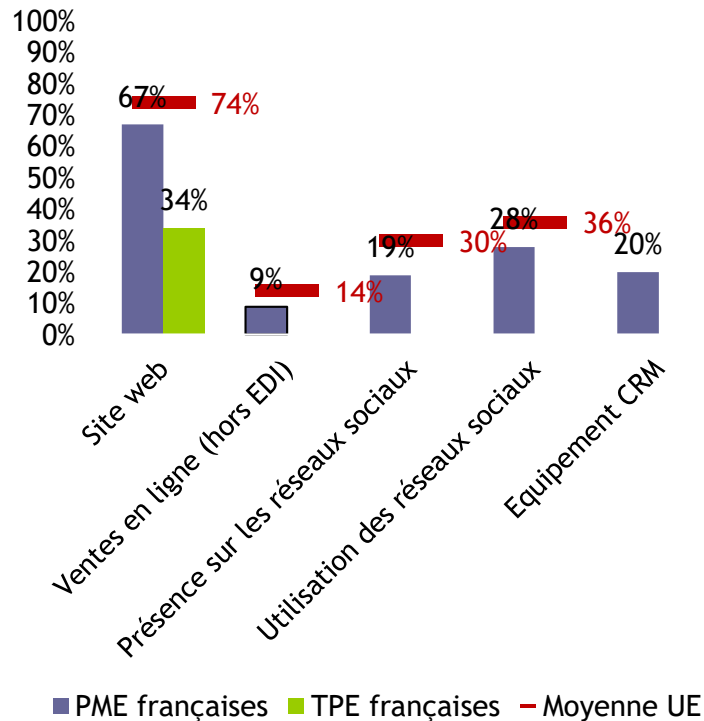
### Accompagnement intégral du parcours d'achat

- Informations
- Actualité
- Recommandations
- Promotions
- In store
- CRM

Des entreprises, particulièrement les TPE-PME, encore très en retrait de la moyenne européenne et surtout des usages des consommateurs.

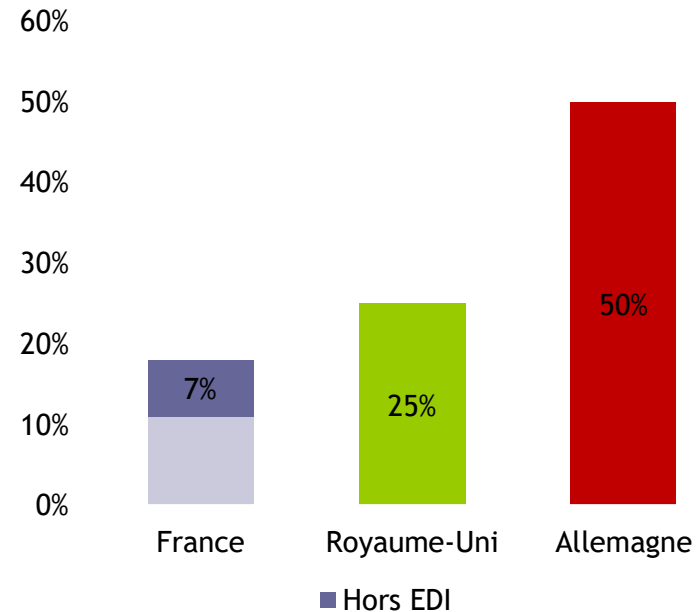
La digitalisation inter-entreprises encore balbutiante malgré les EDI. Vers une plus grande porosité des TPE-PME aux usages grand-public ?

### MOBILISATION DES OUTILS DIGITAUX



Source : Eurostat 2015

### CONTRIBUTION DU E-BUSINESS AU CA B2B

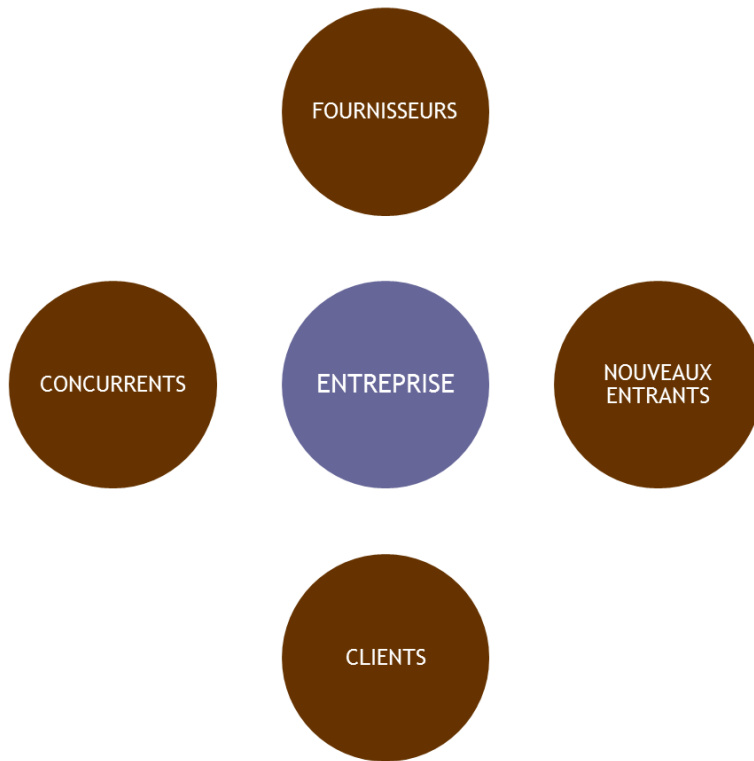


Source : FEVAD - Médiamétrie

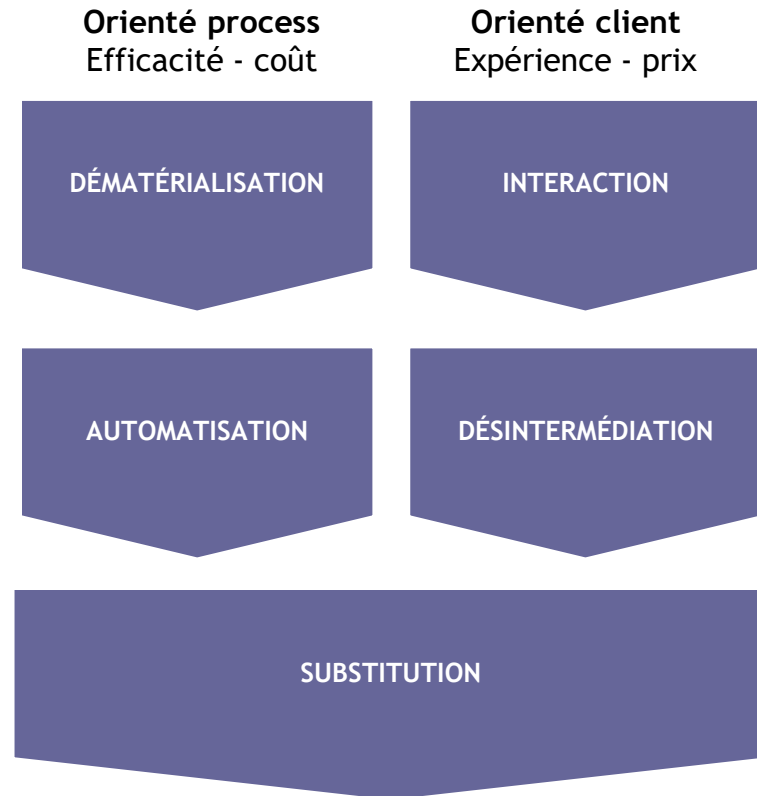


## II. Les 5 protagonistes et les 4 étapes de la numérisation

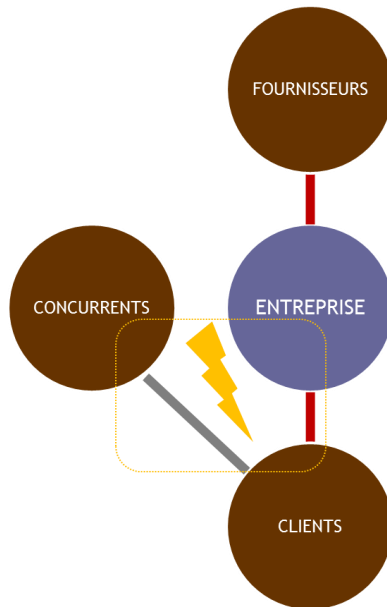
### 5 protagonistes



### 4 phases... et une menace

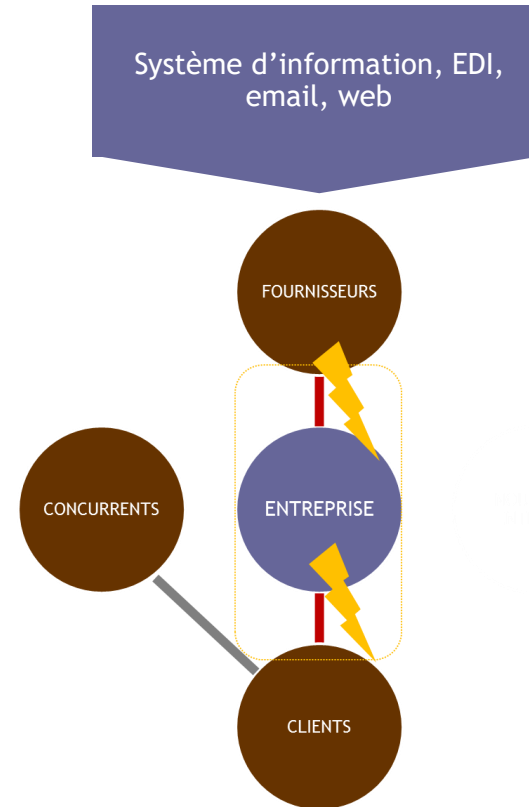


## Modèle traditionnel



Le modèle commercial traditionnel repose sur une compétition quasi-physique où la matérialité de l'entreprise, de son offre et de ses forces commerciales est déterminante

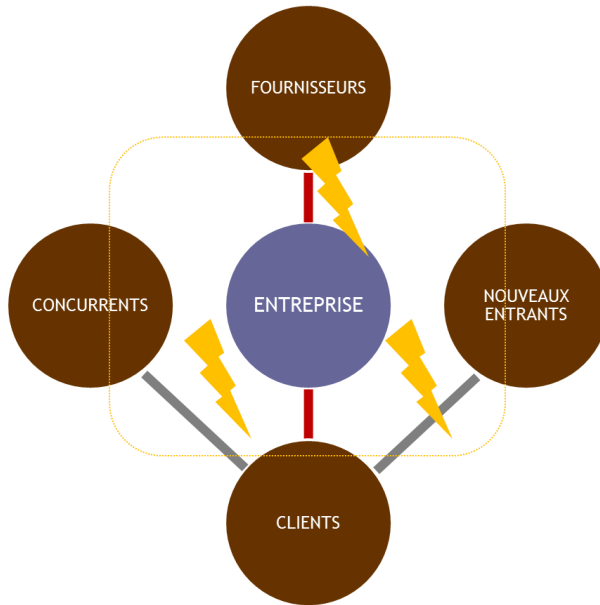
## Dématérialisation



La dématérialisation des procédures constitue la première étape de la numérisation et concerne d'abord l'optimisation des flux traditionnels en amont et en aval et au sein de l'entreprise

## Automatisation

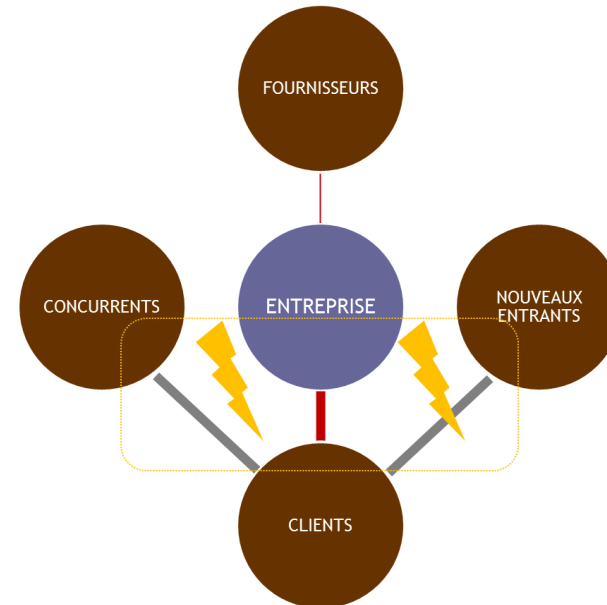
e-business, ERP, CRM, trigger-marketing, big data, Internet des objets



Avec l'automatisation, la compétitivité de l'entreprise est challengée, tant par ses adversaires traditionnels que par de nouveaux entrants et parfois même des fournisseurs en quête de débouchés directs

## Interaction

Moteurs de recherche, annuaires, portails, réseaux sociaux, mobile

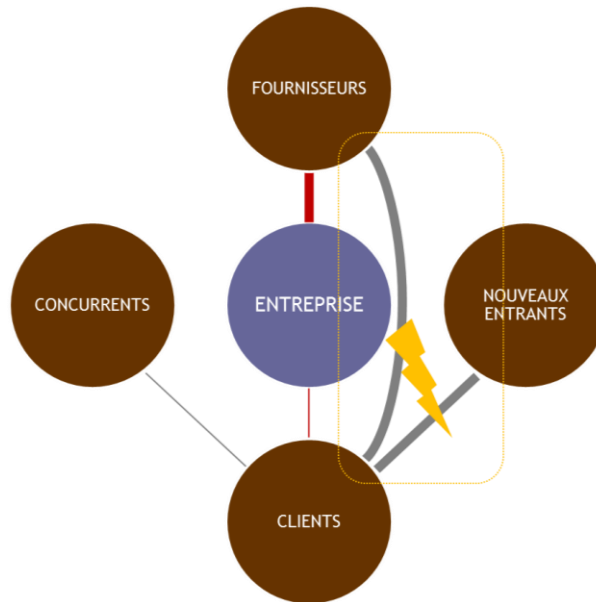


L'interaction permise par le numérique polarise cette rivalité dans la sphère des clients, ceux-ci devenant les maîtres du jeu par les nouveaux usages et les expériences innovantes auxquels ils prennent goût et qui guident leurs décisions d'achat



## Désintermédiation

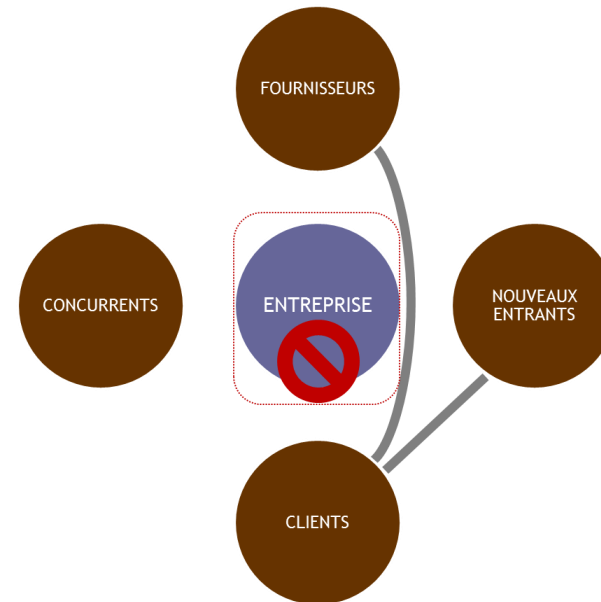
Portails, places de marché, achats groupés, moteurs de matching, plateformes



A la faveur de la désintermédiation, parfois avec l'appui d'une déréglementation des marchés, de nouveaux entrants ainsi que certains acteurs en amont de la filière court-circuitent délibérément les canaux traditionnels

## Substitution

Intelligence artificielle, prédictif, machine-to-machine, chatbot, impression 3D, blockchain



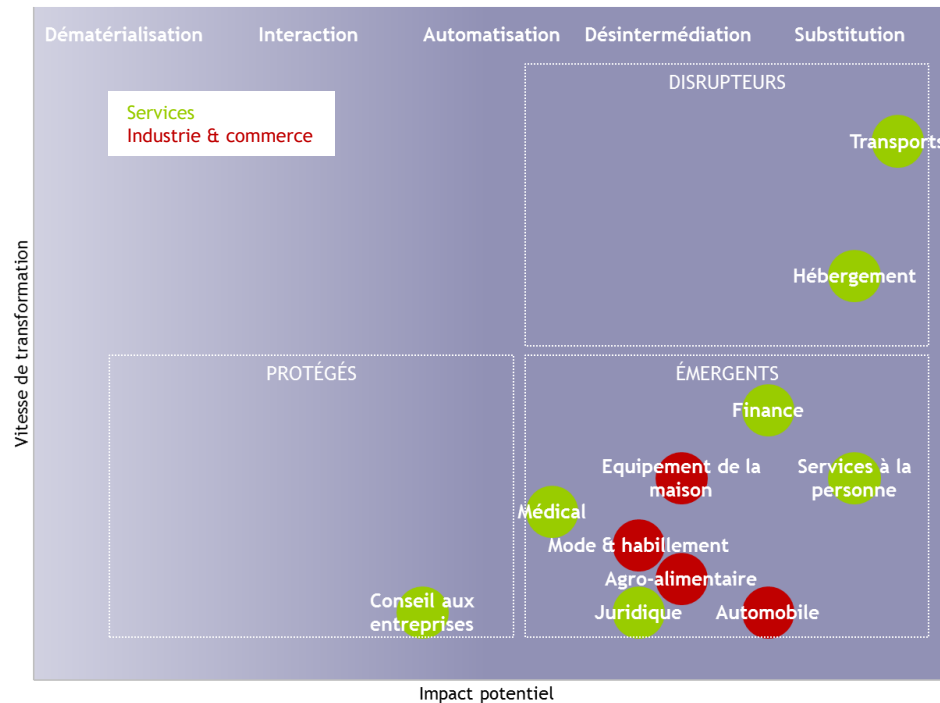
Faute d'anticipation, d'adaptation et de contre-attaque de la part des acteurs traditionnels, les nouveaux entrants et les fournisseurs en amont opèrent une substitution totale ou partielle pouvant mettre hors jeu les acteurs historiques

### La transformation digitale est une révolution économique

- Fondée sur l'**information**, elle place la **connaissance** au cœur : big data, prédictif, ...
- Elle impacte naturellement les activités **immatérielles** et **intellectuelles**, dont elle refaçonne le business model
  - Finance (KissKissBankBank, Lendopolis, ...)
  - Transports & tourisme (Uber, BlaBlaCar, AirBnB, ...)
  - Services à la personne, services aux entreprises, ...
- Elle concerne aussi les secteurs **industriels** et **commerciaux**, aux prises avec les mêmes enjeux d'adéquation à leurs **marchés**
  - Fabricants (Tesla, SEB, ...)
  - Commerce (Amazon, Alibaba, Le Bon Coin, ...)

### Elle comporte de multiples progrès

- **Raccourcissement** des filières
- **Expérience** client fluide
- **Compétitivité** économique
- Potentiels de **croissance** rapide



### Elle pose toutefois des challenges marketing

- La plateformisation n'est pas une approche « **low-cost** »
  - Plus pratique et moins cher, cela intéresse tout le monde...
  - Elle sait monter en **valeur** et en **qualité de service**
- L'**intelligence artificielle** a déjà démontré sa supériorité

- En pure **puissance** de calcul et de traitement
- Désormais en capacité d'**auto-apprentissage**, de **créativité**

**Pour exister face aux nouveaux entrants, les acteurs historiques doivent employer les mêmes armes et les charger avec leurs propres munitions à plus haute valeur ajoutée**



### III. La check-list en 18 points et les 5 moteurs du marketing digital

Pour réussir, les entreprises doivent mettre en œuvre un marketing complet, structuré et durable.  
Un marketing 3D.

### Axe de Direction

Objectifs fixés  
Moyens mobilisés



### Axe des Dynamiques

Attractivité externe  
Compétitivité interne

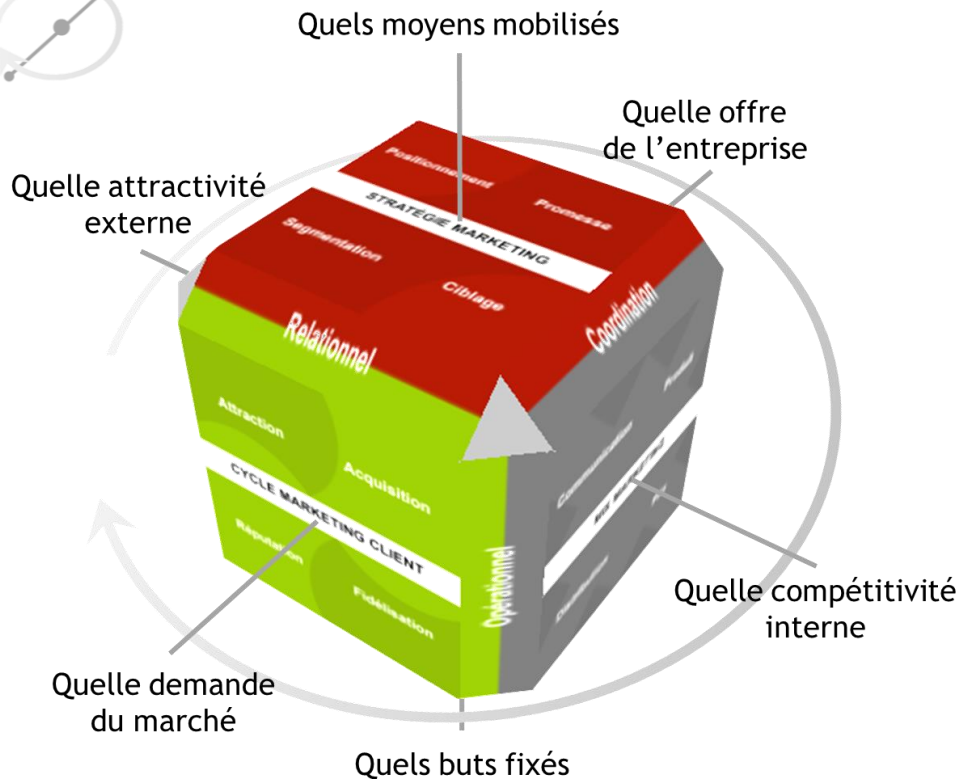


### Axe de Développement

Offre de l'entreprise  
Demande du marché



Le temps, 4<sup>e</sup> dimension, articule ces 3 dimensions dans une boucle d'amélioration continue



Voir l'animatique

## Le marketing impliqué à plus d'un titre dans la numérisation

### LA VISION

#### Quels enjeux marketing digital

- Quelle attractivité & quelles opportunités recèle votre environnement en pleine mutation numérique ?
- Quelle ambition et quels objectifs vous fixer pour conduire votre entreprise à la réussite dans ce nouveau paysage ?

### L'INNOVATION

#### Quelle proposition marketing digital

- Quels moyens mobiliser pour vous positionner en pointe sur les marchés que suscite la transformation numérique ?
- Quelle offre de produits et services innovante élaborer pour adresser les besoins numériques du marché ?

### LES OPÉRATIONS

#### Quels outils marketing digital

- Quels atouts et quel plan d'action pour maximiser la compétitivité numérique de votre offre ?
- Comment enrichir votre approche commerciale par un dispositif en ligne correspondant aux nouveaux usages des clients ?



### ENVIRONNEMENT MARKETING

- **Consommateurs visés**, potentiels ou actifs
- **Concurrence** qui convoite les cibles actuelles ou adressables
- **Écosystème** réglementaire et technologique du marché
- Climat **macroéconomique** qui influence le marché

### POLITIQUE MARKETING

- **Valeurs** de l'entreprise, patrimoine immatériel à défendre et pérenniser
- **Vision** du dirigeant qui se projette dans l'avenir
- **Objectifs** qui en découlent, mesurables en termes quantitatifs et/ou qualitatifs
- **Évaluation** qui les oriente et les réoriente

*Le risque, c'est ce que l'on n'a pas anticipé.*

- ✓ **1.** Comprendre les **grandes ruptures technologiques** en cours et leurs impacts possibles sur le **modèle économique** de l'entreprise
- ✓ **2.** Être en prise plus **rapide** et **continue** avec les **nouveaux usages** et les **besoins émergents** qui déterminent les offres à venir à un rythme croissant
- ✓ **3.** Tirer parti de la puissance conférée par le « **big data** » pour affiner et approfondir l'**intelligence marketing** de l'entreprise et détecter de nouvelles **opportunités de marché**

*L'on n'atteint que les buts qu'on s'est fixés.*

- ✓ **4.** Se **projeter à 3 ou 5 ans** pour imaginer l'entreprise sur ses marchés, organiser et **conduire les changements** requis par la transformation numérique
- ✓ **5.** Déployer les nouveaux systèmes de **management prédictif et décisionnel** améliorant le pilotage marketing par objectifs
- ✓ **6.** Systématiser la **mesure de la performance**, qualitative comme quantitative, au moyen d'**indicateurs** clés nativement disponibles dans l'outillage marketing digital

### STRATÉGIE MARKETING

- **Segmentation**, indispensable cartographie marketing
- **Ciblage** du marché, l'art de délimiter son territoire
- **Positionnement** distinctif, destiné à rendre l'offre unique
- **Promesse** qui le traduit en proposition de valeur pour les cibles adressées

### CYCLE MARKETING PRODUIT

- **Recherche**, essentielle à l'innovation
- **Conception** dans une orientation marché
- **Déploiement**, orchestré au bon moment et au bon rythme
- **Retrait**, pour un renouvellement cohérent et maîtrisé au sein du portefeuille

*Tout l'art du marketing est de se distinguer.*

- ☑ **7.** Définir une **segmentation** et un **ciblage** du marché sur des critères **comportementaux** et **attitudinaux** plus pointus, que permet le numérique
- ☑ **8.** Affirmer un **positionnement original** sous-tendu par la transformation numérique, en phase avec les **attentes** et **aspirations** des clients
- ☑ **9.** Améliorer sa **capacité d'adaptation** face aux **ruptures** provoquées par la concurrence et à la **versatilité** croissante des clients

*Le produit est un concept qui a croisé un désir.*

- ☑ **10.** Instaurer une **R&D ambitieuse**, fondée sur l'excellence de **savoir-faire** internes et **partagés** avec un biotope de **partenaires**, ainsi que sur la **co-création** en collaboration avec les utilisateurs
- ☑ **11.** Oser les **lancements disruptifs** caractérisés par un cycle de **développement court** en mode « **scrum** » et une **amélioration itérative** de l'offre par retour d'expérience
- ☑ **12.** Accélérer le **phase-out** et le **remplacement** des offres en voie d'obsolescence



- **Produit**, structuré selon les attentes, dans une expérience client unique
- **Prix**, ingénierie de la valeur
- **Distribution**, forces armées déployées sur le champ de bataille
- **Communication**, arsenal promotionnel employé à divers usages



- **Attraction** exercée sur les futurs clients
- **Acquisition**, génératrice du chiffre d'affaires vital
- **Fidélisation**, clé du retour sur investissement et de la pérennité
- **Réputation**, valeur la plus précieuse à laquelle concourent les clients

*La compétition s'affronte, mais le succès se prépare.*

- ☑ **13.** Inventer un **nouveau business-model** fortement numérique articulant et packageant audacieusement offre de **produits et services**, formules **tarifaires**, canaux de **distribution** et de **communication**
- ☑ **14.** Donner la priorité absolue à l'**expérience client**, dans le **design** et l'**ergonomie** des produits, la simplicité du **parcours** et l'**accompagnement** proposé
- ☑ **15.** Proposer des **services à valeur ajoutée** lucratifs, complémentaires à une offre inéluctablement soumise à la **pression concurrentielle**

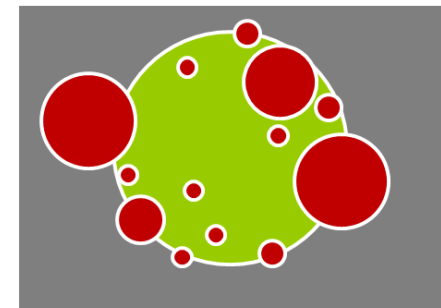
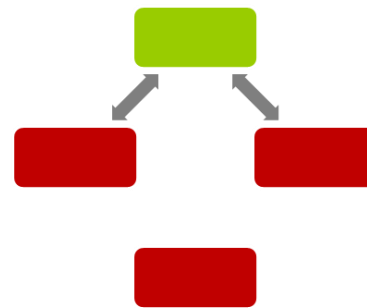
*La séduction coûte, la fidélité paie.*

- ☑ **16.** Développer le **parcours client en ligne**, de l'**attraction** à la **fidélisation**, en passant par l'**acquisition**, favorisant une **relation ultra-personnalisée**
- ☑ **17.** Actionner le levier des **réseaux sociaux** pour démultiplier sa **couverture** du marché et y développer son **capital marque** en synergie avec le pouvoir de **prescription** des clients
- ☑ **18.** Engager et entretenir une **conversation permanente** avec ses clients pour maximiser leur **loyauté**, recueillir leur indispensable **feedback** et devancer leurs **attentes**



### Le marketing lui-même fait sa mue numérique

- Il n'a plus grand-chose à voir avec le marketing théorisé et enseigné dans les années 60
- Depuis l'essor du web au milieu des années 90, sa mécanique opérationnelle a considérablement évolué
  - Le marketing électronique 1.0 n'était qu'une transposition dématérialisée d'un modèle encore très vertical
  - Le web-marketing 2.0 a ensuite envahi la sphère du marketing relationnel alors en pleine prospérité
  - Depuis quelques années s'impose un marketing digital 3.0, conçu comme une véritable holographie du client



Marketing 1.0	Marketing 2.0	Marketing 3.0
<b>Diffusion</b>	<b>Interaction</b>	<b>Symbiose</b>
Unidirectionnel	Multidirectionnel	Omnidirectionnel
Ponctuel	Récurrent	Permanent
Différé	Rapide	Instantané
Information	Participation	Implication
Rigide	Agile	Ubiquitaire
Intrusif	Affinitaire	Loyal
Transactionnel	Relationnel	Conversationalnel
Consommation de produits	Utilisation de services	Prescription de marque

## Les opérations Les 5 moteurs du marketing digital



Selon que vos objectifs marketing consistent, successivement, à susciter de l'intérêt, de la notoriété, à générer des leads, des clients et des commandes ou à améliorer la loyauté et réduire l'attrition de vos clients en parc, vous actionnez tout ou partie des 5 moteurs inbound et outbound que le marketing digital met à votre disposition



### 👤 Votre présence sur la toile

- Vos **points d'entrée**
  - Votre site internet
  - Votre boutique en ligne
  - Le blog associé
  - Vos pages et comptes dans les réseaux sociaux
  - Une application mobile
- L'**ergonomie**
  - Le design graphique
  - La structuration de votre site
  - Le parcours et l'expérience utilisateur
- Vos **contenus** multimédia
  - Les rédactionnels de vos pages, vos articles et publications
  - Les illustrations, les infographies
  - Vos livres blancs
  - Les témoignaux de vos clients
  - Les démos et tutos proposés en ligne

#### **Votre visibilité organique**

- L'**optimisation** de votre site
  - Votre stratégie de mots et expressions clés
  - Le travail des balises meta, H, alt
  - La pertinence et la densité des contenus
  - La conception de pages dédiées
- Son indice de **popularité**
  - Un faisceau de liens entrants, des échanges de liens avec des sites partenaires qualitatifs
  - Le maillage interne de votre site
  - Le fléchage depuis les réseaux sociaux

#### **La publicité en ligne**

- En **amont**
  - Les liens sponsorisés et les annonces sur les moteurs de recherche
  - Les bannières sur une sélection de sites en affinité
  - La publicité programmatique ciblée (RTB)
  - Les annonces dans les médias sociaux
- En **aval**
  - Le reciblage publicitaire de vos visiteurs abandonnistes

#### **La promotion électronique**

- La **prospection**
  - Vos campagnes d'emailing ciblées et leurs landing pages associées sur votre site
  - Vos campagnes SMS géolocalisées

#### ▪ Le **lead nurturing**

- Un module de chat sur votre site web
- La scénarisation comportementale du parcours client et l'automatisation des emails que vous leur adressez (action, événement, délai, ...)

#### ▪ Le travail de votre **parc clients**

- Une newsletter d'actualités et de publications
- L'automatisation d'emailing

#### **L'animation de votre communauté**

##### L'**engagement** de vos prospects et clients

- L'intégration de modules sociaux dans votre site
- La génération récurrente de posts et de publications
- Votre participation à des groupes thématiques
- La mise en place d'applications sociales (événements, jeux, ...)
- Le recours à la mise en relation, au social selling
- La sollicitation des appréciations, publications et recommandations de vos utilisateurs (UGC)
- La veille de votre e-réputation

#### ▪ Le **conversationnel**

- Le déploiement d'une application mobile (fidélité, parrainage)
- Les outils de chat, de social CRM en support client
- Le recueil de feedback, les enquêtes de satisfaction
- La co-création avec vos clients
- Les dispositifs d'interaction in-store (écrans interactifs, beacons, ...)



# IV. Un cas client concret de plan marketing digital

Depuis 2011, monDirecteurMarketing accompagne Ogust, éditeur logiciel fondé en 2006, dans l'ensemble de ses réflexions et actions marketing



Ogust Selfservice est le dernier né de la famille de solutions logicielles Ogust à destination des prestataires de services à la personne

- Première boutique en ligne de services du marché
- Cibles
  - Petites structures de services à la personne
  - Nouvelles entreprises, projets imminents
  - Entreprises et réseaux existants, en add-on de leur ERP (Ogust Manager ou tiers)
- Enjeu
  - Engranger un large parc clients pour valoriser la future 3<sup>e</sup> offre de la gamme : Ogust Marketplace, place de marché fédératrice de prestataires de services

Lancer la première boutique en ligne de services spécifiquement conçue pour les professionnels du secteur des services à la personne

- La révolution numérique rendue abordable aux sociétés de services à la personne
- Une expérience utilisateur fluide pour une clientèle ultra-connectée (ordinateur, tablette, smartphone) exigeant simplicité, rapidité et qualité de service
  - Recherche multicritère : spécialité, disponibilité, géolocalisation, appréciation
  - Sélection & devis en ligne
  - Paiement en ligne
- Une interface de gestion tout aussi conviviale
  - Réservations & alertes
  - Planning
  - Suivi des intervenants

Un contexte d'"uberisation" vécu comme une menace par les acteurs professionnels historiques, présents sur un marché lui-même instable

- Désintermédiation, voire déprofessionnalisation
- Marchés gris et noir persistants
- Réglementation et dispositifs fiscaux mouvants
- Contexte macroéconomique



**OGUST**selfservice

4  
SEMAINES

1  
JOURS

9  
HEURES

30  
MINUTES

26  
SECONDES

avant la révolution dans les services à la personne

Mécanisme de compte à rebours

Professionnels des services à la personne  
Partez à la conquête de vos clients !

Soyez parmi les premiers à mettre en place  
Ogust Selfservice, la boutique en ligne  
dédiée aux prestataires de services

Vous voulez réserver sans attendre [votre boutique en ligne Ogust Selfservice](#) afin d'en profiter dès avant l'été et préparer la rentrée dans des conditions optimales ?

Vous voulez en savoir davantage sur les enjeux numériques dans le secteur des services et les formidables opportunités que [la solution Ogust Selfservice](#) va vous permettre de saisir ?

E-mail\*

Lancez-vous !



**SERVICES**

**Un monde en pleine mutation**

De nouveaux acteurs issus du numérique bousculent radicalement les modèles en place (taxis, agences de voyage, hôteliers, loueurs automobiles, banques, etc.), sur fond d'économie collaborative et d'autoentrepreneuriat. On parle d'uberisation de l'économie.

**Argument : faire face à la menace d'uberisation**





### Campagne emailing

Cible : parc clients &  
fichier prospects existant

**OGUST Selfservice**

Prestataires de services à la personne,  
vos clients vous cherchent.  
Avec OGUST Selfservice,  
ils vont être conquis !

**J-30**

Nous sommes heureux de vous présenter en avant-première le dernier né de la gamme de solutions Ogust !  
**Première boutique en ligne dédiée aux services à la personne**, sa simplicité va révolutionner la façon d'exercer votre métier et changer la vie de vos clients.

**Soyez les premiers à en profiter !**

Frais de mise en service : 0 €  
Abonnement : 0 €

[Inscrivez-vous dès maintenant](#)



## Animation sociale



Promouvoir

CETTE SEMAINE

- 80 Portées de publications
- 21 Interactions avec la publication
- 1 Réserver maintenant
- 8 Clics vers le site web

APPLICATIONS

Compte à rebours

1 argument chaque jour durant 30 jours

Logiciels

Rechercher publications sur la Page

9 mentions J'aime +6 cette semaine  
Sykio Editeur de Logiciels

portée des publications cette semaine : 80

Voir le fil des Pages  
Publications des Pages que vous avez aimées en tant que votre Page

Inviter des amis à aimer cette Page

Mettez votre Page en avant pour 4 €  
Atteignez encore plus de monde ici : France

Promouvoir la Page

À PROPOS

Prestataires de services, avec Ogust Selfservice, vos clients vont être conquis.

statut Photo/vidéo Offre, Évènement +

Écrivez quelque chose...

29 publications programmées  
Nouvelle publication programmée demain à 08:00 Voir les publications.

OGUST Selfservice la 1ère boutique en ligne des prestataires de services  
Publié par Didier Chassaing [?] · Hier, à 09:48 ·

C'est parti pour le Compte à rebours Ogust Selfservice !  
Du 6 juin au 6 juillet 2016, tentez votre chance et gagnez peut-être votre boutique en ligne de services : 0 € de mise en service, 0 € d'abonnement et vos 1.500 premiers euros de CA gratuits !  
Pour jouer, cliquez sur l'onglet "Compte à rebours" ci-dessus ou sur le cartouche Applications du même nom dans la zone gauche.

8 personnes atteintes

Mettez en avant

J'aime Commenter Partager

OGUST Selfservice la 1ère boutique en ligne des prestataires de services  
Publié par Didier Chassaing [?] · 6 h ·

OGUST Selfservice la 1ère boutique en ligne des prestataires de services  
Publié par Didier Chassaing [?] · 6 h ·

RAISON N°2 de choisir Ogust Selfservice :  
Vous ne pouvez pas regarder la révolution numérique se faire sans vous !

4 personnes atteintes

Mettez en avant

J'aime Commenter Partager

OGUST Selfservice la 1ère boutique en ligne des prestataires de services  
Publié par Didier Chassaing [?] · Hier, à 08:01 ·

RAISON N°1 de choisir Ogust Selfservice :  
Vos clients potentiels sont en train de vous chercher, mais ne vous trouvent pas !

8 personnes atteintes

Mettez en avant

J'aime Commenter Partager

## Animation sociale



**LANCEMENT OGUST SELFERVICE**

**Grand jeu réservé aux prestataires de services à la personne**

**Chaque jour, à gagner :  
une boutique en ligne de services Ogust  
et vos 1.500 premiers euros de CA**

Jeu avec récompense  
quotidienne

30 jours pour embarquer comme invité  
privilegié à bord d'Ogust Selfservice

Gagnez votre boutique en ligne de services  
+ vos 1.500 premiers euros de CA gratuits\* !

Chaque jour du compte à rebours, 1 gagnant parmi les  
prestataires professionnels de services à la personne  
participant au tirage au sort.

**Participer**

Selfservice vous est proposé sans frais de mise en service, sans abonnement  
d'au moins 60 €, sur les commissions transactionnelles de 4%.

[Conditions d'utilisation](#) · [Dotation](#) · [Règlement](#) · [Mentions Légales](#)

## Publicité en ligne



Suggestion de Page

**OGUST Selfservice la 1ère boutique en ligne des prestataires de services**  
Sponsorisé

Prestataires de services à la personne : partez à la conquête de vos clients !

**LANCEMENT OGUST SELFSERVICE**  
Grand jeu réservé aux prestataires de services à la personne

OGUST Selfservice la 1ère boutique en ligne des prestataires de services  
Logiciels  
9 personnes aiment ça.

J'aime la Page

Cible : professionnels des services à la personne



**Services à la personne - ogust-self-service.com**  
Annonce [www.ogust-self-service.com/](http://www.ogust-self-service.com/)

Vendez-les directement en ligne : vos clients vont être conquis !

Cible : dirigeants d'entreprises de services à la personne



**Ogust Selfservice**  
La révolution dans les services à la personne, c'est pour très bientôt !

**Ogust Selfservice**  
Prestataires de services à la personne, vos clients vont être conquis !

**Ogust Selfservice**  
Prestataires de services à la personne, une révolution se prépare !

**Ogust Selfservice**  
Prestataires de services à la personne, partez à la conquête de vos clients



Site web

selfservice Prestations Demandes Clients Intervenant

Demandes de prestations  
5 demandes traitées / 20 demandes à traiter

NOUVELLE DEMANDE

20	16	10	5	51
À TRAITER	ENVOYÉES EN ATTENTE	ENVOYÉES ACHÉVÉES	ARCHIVÉES	TOUTES LES DEMANDES

Numéro/Date Prestation Service Montant Localité Date État du Centre

N°95001	Régulière	Ménage	63,00€	Paris 10	14 juin	Repondre
---------	-----------	--------	--------	----------	---------	----------

Vos futurs clients vous cherchent.  
Avec votre boutique en ligne de services, ils vont être conquis.

La première solution e-commerce pour les prestataires de services

Baseline

Aide à domicile

Senior hyper connectés > 30%

Vos clients ont des capacités insoupçonnées.  
Mettez-vous à leur portée !

Aide ménagère

Achats en ligne jeunes foyers > 60%

Vos clients ont tant d'autres préoccupations.  
Simplifiez-leur la vie !

Soutien scolaire

Équipement tablettes France > 19M

Vos clients sont des consommateurs exigeants.  
Traitez-les efficacement !

Baby sitting

Équipement smartphones France > 50%

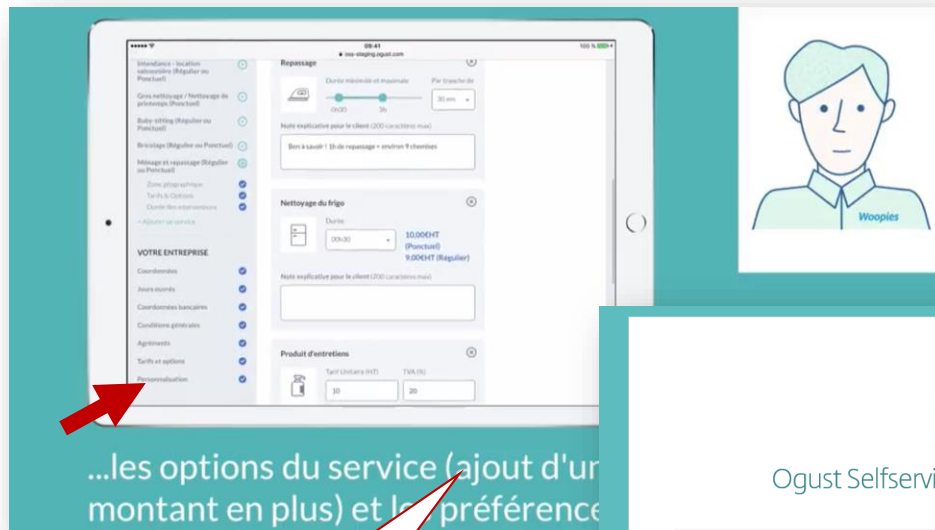
Vos clients ont besoin de vous partout, à tout moment.  
Soyez réactif !

Contextes et usages incitant les prestataires à s'équiper



Guide sur les enjeux & opportunités du e-commerce de services

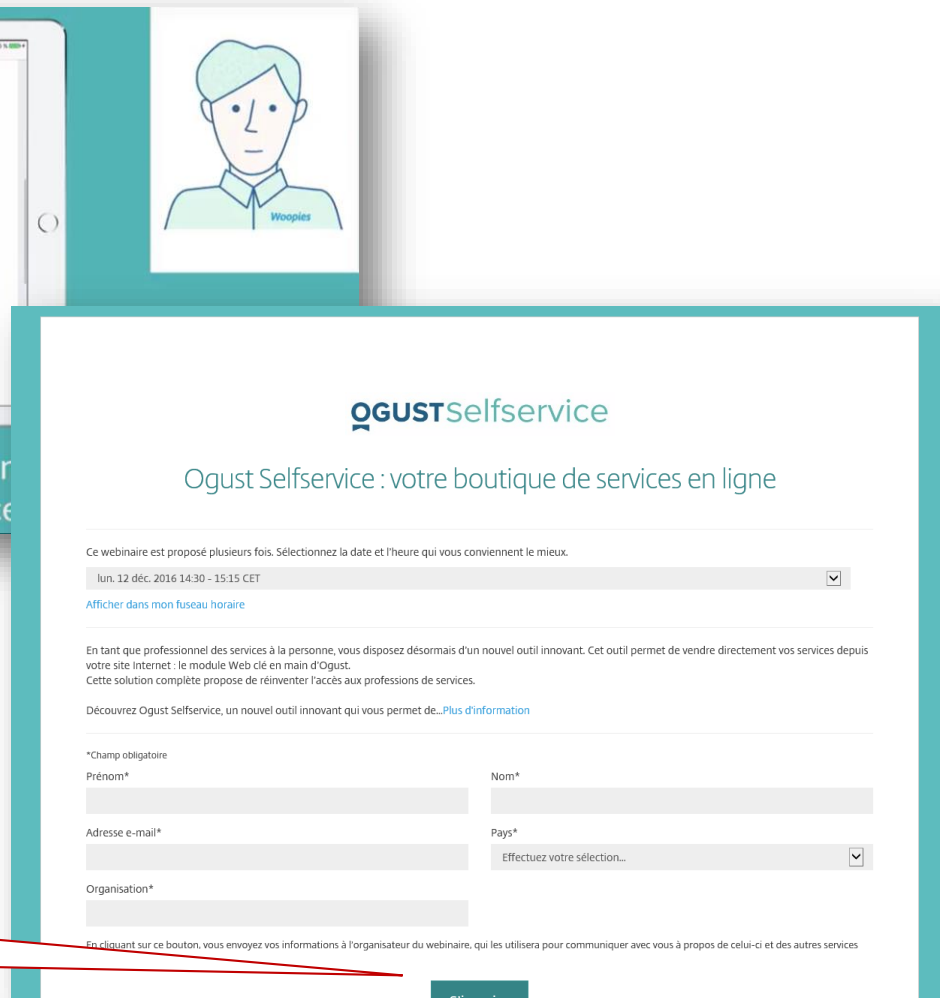
## Tutoriels & webinaires



...les options du service (ajout d'un montant en plus) et la préférence

Vidéos de l'expérience utilisateur, argument clé de la solution

Sessions de démonstration pour les prospects hésitants





## Content marketing

**qCommunity**

Actualités Accompagnement digital

### DIGITAL BOOSTBOX

Vous rendre le digital familier et abordable.

**UN ACCOMPAGNEMENT CLÉ EN MAIN.**  
Il est possible, en tant qu'entreprise, que vous n'avez guère d'expérience du monde numérique, au moins que vous y fassiez vos premiers pas. Rassurez-vous, c'est le cas de la majorité de vos confrères. Alors, Ogust a pensé à tout.

**Vous disposez déjà d'un site web ?**

Raccorder Ogust Selfservice et votre site Internet est un jeu d'enfant : en quelques instants, vous allez pouvoir insérer des boutons « call-to-action » (Commandez en ligne, Accédez à la boutique, ...) et/ou un menu orientant vos visiteurs vers votre boutique Ogust Selfservice et leur espace client. Grâce à la personnalisation à votre logo et à vos couleurs, vos clients vont évoluer dans un environnement visuellement homogène.

[Voir le manuel d'intégration](#)

**Vous n'avez pas encore de site web ?**

C'est le moment de vous lancer ! Et si vous ne savez pas web solliciter, Ogust a main, embarquant nativement Selfservice.

**E-BUSINESS MODE D'EMPLOI**

...illeur parti de votre boutique e...

**Accompagnement digital des prestataires équipés Ogust Selfservice**

**Prestations DigitalBoostBox**

**Fiches pédagogiques sur les actions de marketing digital**





## Publicité en ligne



OGUST Selfservice la 1ère boutique en ligne pour prestataires de services  
Sponsorisé · 🌐

Prestataires de services, avec Ogust Selfservice, vos clients vont être conquis !



Vos clients veulent être conquis !

OGUST Selfservice la 1ère boutique en ligne pour prestataires de services  
Logiciels  
52 personnes aiment ça.

J'aime la Page

Cible : professionnels des services à la personne

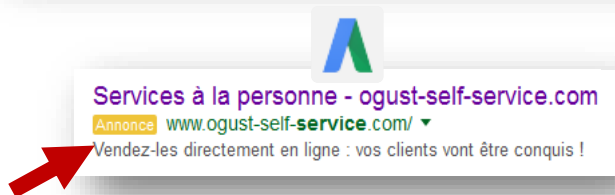


Ogust Selfservice  
Le e-commerce de services à la personne, sans frais initiaux ni abonnement

Ogust Selfservice  
Prestataire de services à la personne : votre e-boutique sans abonnement !

Ogust Selfservice  
La 1° boutique en ligne pour les prestataires de services à la personne !

Cible : dirigeants d'entreprises de services à la personne



Services à la personne - ogust-self-service.com  
Annonce [www.ogust-self-service.com/](http://www.ogust-self-service.com/) ▾  
Vendez-les directement en ligne : vos clients vont être conquis !



## Publicité en ligne

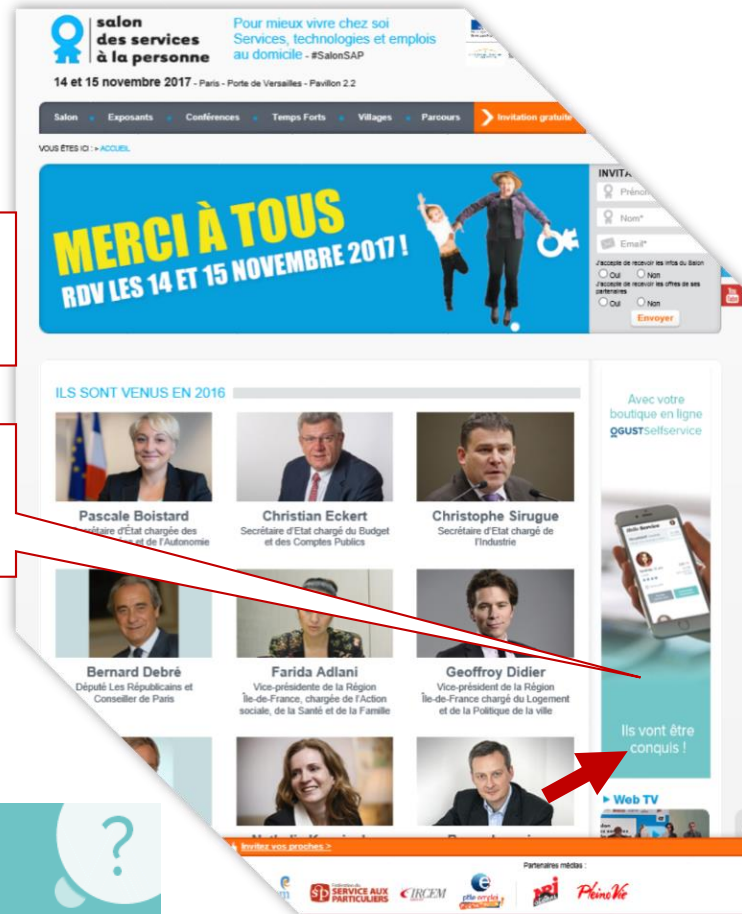
Professionnels  
des services à  
la personne

Pouvez-vous  
encore vous passer  
de votre propre  
boutique en ligne ?

Campagne  
programmatische ciblée  
secteur des services

Bannière sur le portail du  
Salon des services à la  
personne

Professionnels des services à la personne





## Salon & conférences



Salon des services à la  
personne 2016

QRCode & plot de  
souscription en ligne à la  
solution Ogust Selfservice

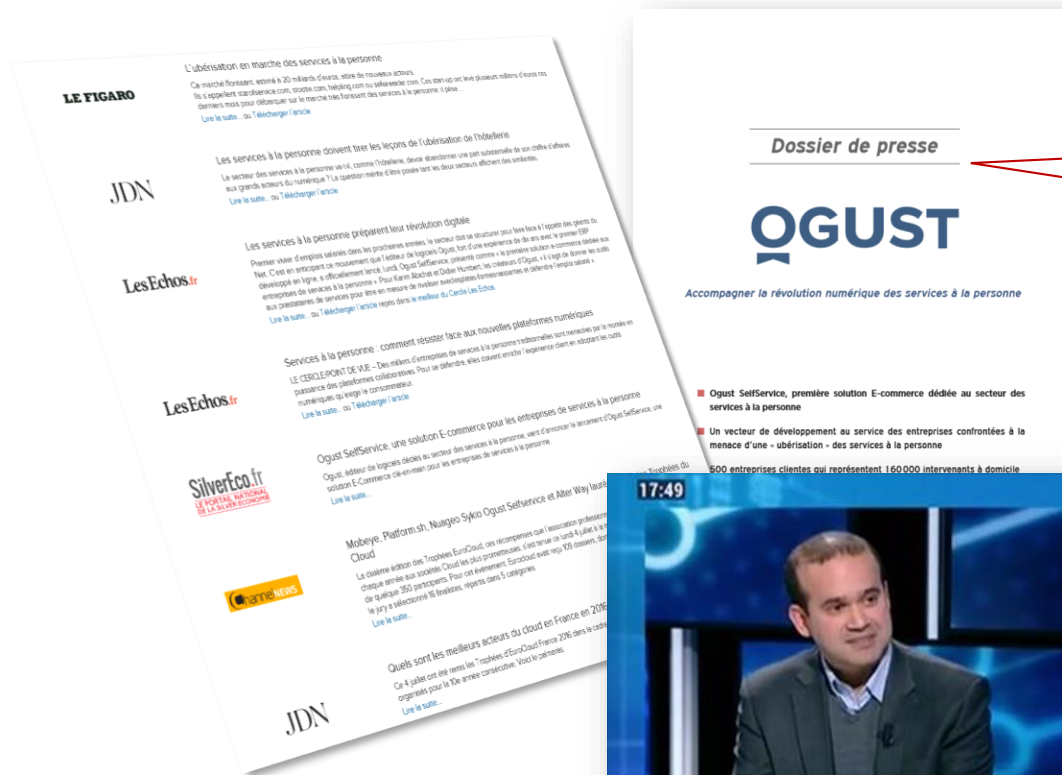


Collecte des coordonnées  
des prestataires inscrits  
pour prospection digitale

Diffusion sur la chaîne TV  
YouTube du Salon des  
services à la personne



## Relations presse



Articles & interviews relayés sur le blog Ogust et les réseaux sociaux

Interview sur BFM Business relayée dans les réseaux sociaux





## Animation sociale

**Ogust**  
 @ogust  
 France - Québec  
 ogust.com  
 Inscrit en décembre 2009

**Tweets** 1 620 **Abonnements** 1 448 **Abonnés** 665 **J'aime** 334 **Liens** 7

**Tweets & réponses** Médias

Ogust @ogust · 3 oct  
**OGUST Selfservice la 1ère boutique en ligne des prestataires de services**  
 youtu.be/7tHtAHJw4A  
 #servicesalapersonne #ecommerce

Ogust @ogust · 15 k  
**#TransformationDigitale : Les clients changent, les ventes doivent changer!** un billet de @primaresource @lime\_blog bit.ly/2fph8t1

Ogust @ogust · 16 k  
**De l'équipement encore trop peu disponible pour le #maintiendomicile à Québec** @LeSoleilOnline

Des malades en manque d'équipements pour le maintien à domicile [...] «Meux vaut ne pas tomber malade à Québec» C'est en tout cas ce que croient une représentante de la Société de la sclérose latérale amyotroph...

**Cibles : influenceurs, prescripteurs & grands comptes du secteur**

**OGUST Selfservice la 1ère boutique en ligne pour prestataires de services**  
 @ogustselfservice

**Publications**

**OGUST Selfservice la 1ère boutique en ligne pour prestataires de services**  
 360 degrés : Les outils de gestion pour répondre aux enjeux de qualité dans les #ServicesAlaPersonne avec OGUST Selfservice la 1ère boutique en ligne pour prestataires de services

**360 degrés : Les outils de gestion pour répondre aux enjeux de qualité**  
 Didier Humbert - OGUST Momar Mbaye - Proptap  
 YOUTUBE.COM

57 personnes atteintes

Caroline Vs 1 partage

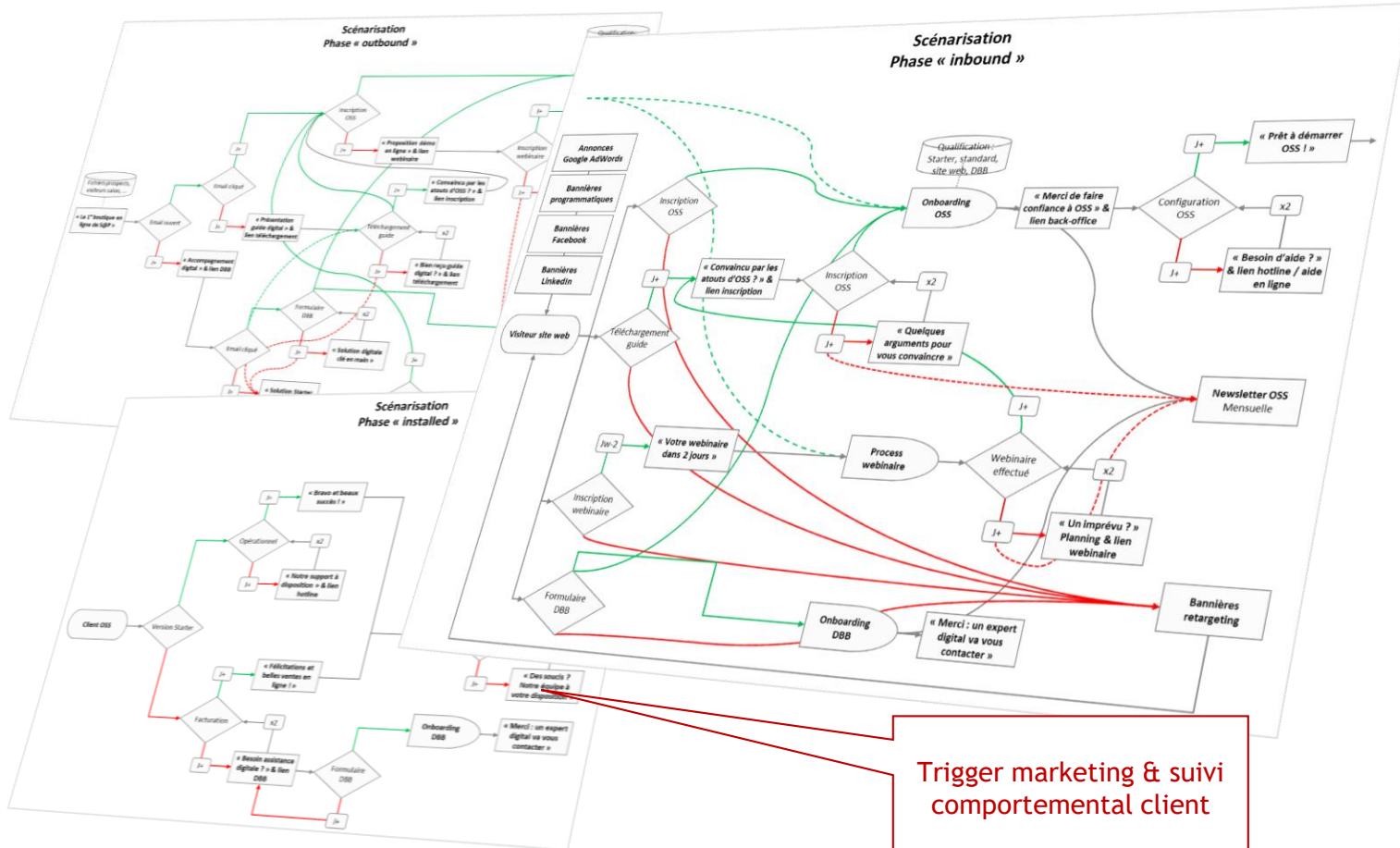
**OGUST Selfservice la 1ère boutique en ligne pour prestataires de services** a partagé la publication de **MonDirecteurMarketing**  
 22 novembre, 19 €

**MonDirecteurMarketing**  
 Salle com... du Salon des services à la personne

**Cibles : professionnels du secteur & clients finals prescripteurs**



Lead nurturing



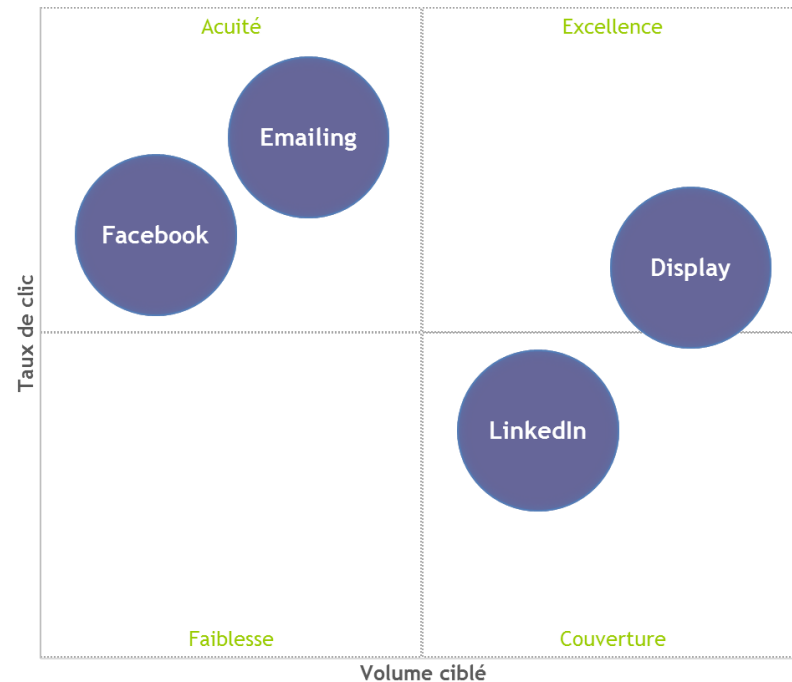
## Publicité en ligne

- **Programmatique**
  - Budget : 5.000 € HT
  - 1.000.000+ impressions
  - 1.000+ clics
  - CTR : 0,11% (moyenne B2B : 0,05 à 0,06%)
  - CPC : 4,60 € HT
- **LinkedIn**
  - Budget : 500 € HT
  - 1.000.000+ impressions
  - 180+ clics
  - CTR : 0,017%
  - CPC : 2,70 € HT
- **Facebook**
  - Budget : 120 €
  - 35.000+ impressions
  - 175 clics
  - CTR : 0,47%
  - CPC : 0,70 € HT

## Emailing

- 8.000 à 12.000 destinataires à chaque campagne
- Taux d'ouverture : > 25%

## COMPLEMENTARITE DIGITALE



## Près de 200 souscriptions Ogust Selfservice en mars 2017

- Taux de conversion des prospects actifs : 8 à 10%
- Pénétration du marché adressable : >0,5% (35.000 prestataires)



# L'accompagnement monDirecteurMarketing



Depuis 2003, nous accompagnons les dirigeants de TPE-PME, ETI & startups dans leur marketing  
Une direction marketing externalisée pour les structures ne disposant pas d'une telle ressource en interne

Plus qu'un consultant marketing. Mieux qu'une agence marketing.

- Les audits, veille, diagnostics et recommandations n'engagent guère ceux qui ne se chargent pas de leur concrétisation et leur mise en œuvre sur le terrain
- Les compétences en html, graphisme, ou relations presse ne suffisent pas à définir et atteindre des objectifs stratégiques clairs, cohérents et mesurés



J'ai besoin d'un coach pour améliorer mon marketing



Je ne dispose pas de ressources marketing internes



Je veux un accompagnement opérationnel



Il me faut un regard externe sur ma stratégie



Je manque de temps à consacrer au marketing



Je suis trop focalisé sur mon cœur de métier



Je recherche une ressource marketing supplétive

La réflexion est le carburant de l'action. L'action inspire la réflexion.



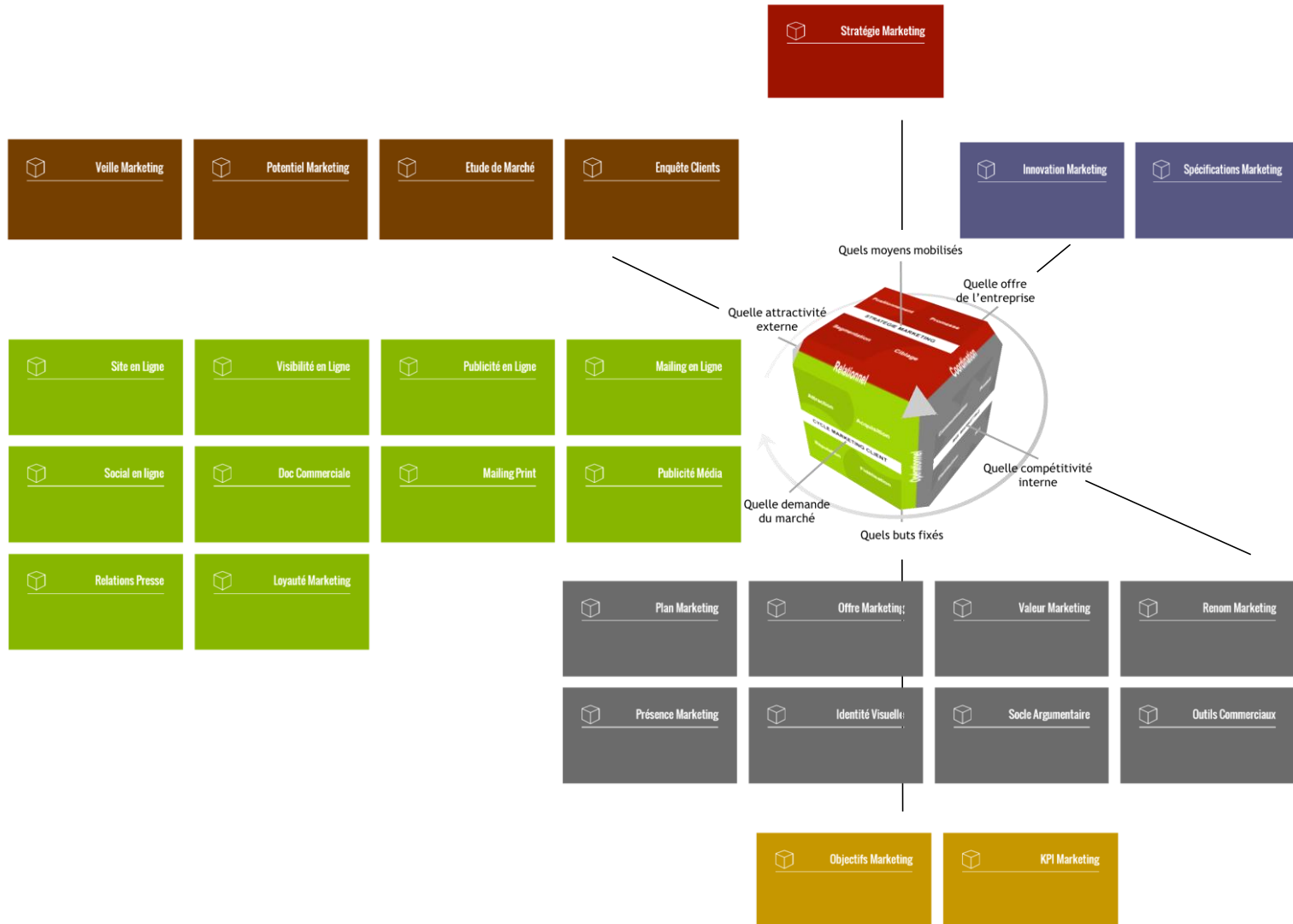
#### Expertise et expérience marketing complètes

Une méthodologie rigoureuse pour vous accompagner dans vos réflexions stratégiques et élaborer votre plan marketing.



#### Compétences et moyens opérationnels

Un outillage marketing et des partenaires exécutifs, pour mettre en œuvre, coordonner et mesurer les performances de votre plan marketing.



Réflexion



**Le Conseil**

Vous aider par nos analyses à orienter  
et structurer votre marketing.

*Nous recommandons*



**Le Tutorat**

Doter vos équipes d'une méthodologie  
marketing performante.

*Nous transmettons*

Externalisation



**Le Réalisation**

Vous livrer clé en main nos prestations  
marketing opérationnelles.

*Nous effectuons*

Internalisation



**Le Pilotage**

Vous conférer une autonomie progressive  
dans vos actions marketing.

*Nous coordonnons*

Action



mon  
Directeur  
Marketing

Votre entreprise croît au marketing

