

Comment communiquer durant cette crise Et garder le contact avec sa communauté ?

Tout d'abord la communication c'est le reflet et l'aboutissement d'un travail plus profond. Nous allons travailler ensemble sur le sujet. Cependant afin de palier au plus urgent, je vous propose d'aborder ce sujet en priorité. Donc on commence par la fin crise oblige.

Cette épreuve exceptionnelle nous oblige tous à **une phase d'introspection**. Personne n'a de boule de cristal pour dire quand et comment cela va se terminer.

Je vous propose donc de vous concentrer sur ce que nous pouvons maîtriser. Notre communication nous pouvons la maîtriser, notre offre aussi etc...

Alors dans ce contexte, faut-il continuer à communiquer ?

Réponse : Oui, oui et mille fois oui

Pourquoi ? :

- Garder le contact afin de comprendre et anticiper l'état d'esprit de vos clients.

Comment vivent-ils cette période ? Que pouvez-vous faire pour les aider ?

- S'adapter et rebondir
- Créer, maintenir et renforcer le lien
- Eviter et limiter votre démotivation, garder le contact c'est bon pour le moral !
- Eviter la baisse de votre reach sur les réseaux sociaux, si vous ne postez plus c'est plus compliqué pour relancer la machine (l'algorithme n'aime pas trop vide...)

Bien entendu, vous ne pouvez pas faire comme si de rien n'était en continuant à poster votre offre produit ... Et ce même pour les entreprises ciblant les jeunes générations. En effet, jusqu'à présent les très jeunes générations ne se sentaient pas concernées ! Ce qui est en train de changer. Les enseignes ont à mon sens un rôle à jouer sur la sensibilisation des jeunes. Il s'agit d'une prise de position responsable.

Sans rentrer dans des considérations politiques, polémiques etc... s'engager c'est jouer à votre niveau un rôle dans votre domaine d'activité tout en véhiculant vos valeurs.

Quel rôle jouer ? => se sentir utile, avoir un objectif, un projet ...:

Malgré la crise, on a tous besoin pour notre bonne santé mentale de se changer les idées ... de sourire, d'avoir des projets etc... C'est le cas de vos clients.

La vie continue malgré tout et va reprendre c'est pour cette raison qu'il faut continuer vous aussi.

Alors **que pouvez-vous faire à votre niveau et en lien avec votre activité pour aider vos clients, votre communauté ?**

Tout d'abord, c'est du bon sens mais rappelons-le :

- **Ecoute, Empathie,**
- **Sincérité et authenticité**

C'est la base du commerce car le commerce c'est avant tout de l'humain.
Donc si vous ne le sentez pas ou ne le pensez pas, ne le faites pas !
Faites confiance à votre instinct c'est votre meilleur conseiller.

Si vous détectez une opportunité commerciale durant cette crise : Et bien tant mieux ! Vous n'avez pas à avoir honte de rebondir. Une opportunité c'est la réponse à un besoin.

Alors Quoi dire ? :

Tout d'abord, je vous invite à lister les inquiétudes et préoccupations de vos clients durant cette période.

Pour vous aider, j'en ai recensé quelques-unes (certainement non exhaustives) :

- Des enfants à gérer en plus des devoirs
(Cf. guide des parents confinés avec 50 astuces de pro)
- Travailler à la maison c'est compliqué avec les enfants
- Adopter un autre rythme c'est compliqué
- Gérer la vie collective avec les conflits et/ou la solitude : Seul c'est dur ... mais à 2, 3, 4 aussi !
- S'abrutir avec les réseaux sociaux
- Laisser des chaînes infos en continue
- La petite gym du matin pour se dégourdir devient insuffisante
- La crise sanitaire avec des proches parfois malades, des parents et des amis fragiles etc...
- L'inquiétude, le stress, déprime qui grandit par rapport à son avenir personnel et professionnel, par rapport au confinement

Puis à présent lister les sources d'espoir ? : les points positifs au confinement.

Bon, je vous avoue que j'en vois un peu moins

- Opportunité de revoir sa famille,
- Resserrer les liens avec ses proches,
- Prendre du recul et revenir à l'essentiel,
- Espoir de changement de mode de consommation etc...

En fonction de l'état d'esprit de vos clients/votre audience, réfléchissez à ce que vous pouvez leur apporter en lien avec votre activité.

Puis lister toutes vos idées de contenus sur le sujet et les différents formats que vous pouvez leur proposer :

- Tutoriels
- Articles de blog
- Vidéos
- Jeux etc...

Parlez de temps en temps de vos produits (nouvelles collections ...) et alternez différents formats de publication afin de ne pas les ennuyer.

Vous pouvez proposer : Inspiration, art, humour, tendance, choix nouvelle collection, sondages etc. toujours en lien avec vos valeurs et votre activité

L'important c'est de rester cohérent et vigilant à l'évolution de l'actualité.

Même si votre audience n'a pas l'habitude de vos nouveaux formats etc. Il y a souvent un temps d'adaptation c'est normal. Ce n'est pas parfait et bien tant pis si ce n'est pas parfait, ce n'est pas grave lancez-vous. Et c'est une perfectionniste qui vous dit ça ... Je me soigne !

Vous pouvez éventuellement leur donner un rendez-vous régulier : jours, heures avec possibilité de replay pour vidéos etc...

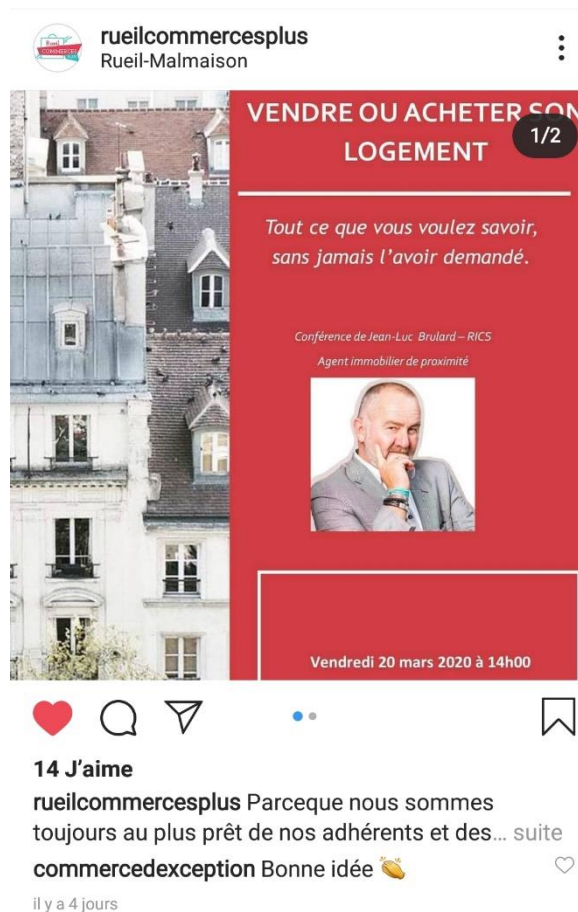
Besoin d'idées ?

Parce que vous avez du talent ! Voici ci-dessous quelques initiatives (non exhaustives) de commerçants, certains d'entre vous se reconnaîtront.

Vous pouvez vous inspirer de ces bonnes pratiques, les adapter à votre activité et en partager d'autres sur le groupe Facebook rebondir.

LA VIDEO :

- Prestataire de service : Conférence Immobilier avec agent immobilier ci-dessous



- Vidéos maroquinerie, Vidéo conseil relooking à distance ... => possibilité à envisager pour un magasin de vêtement (choix des couleurs, morphologie etc...), montrez votre expertise c'est ça qui fait la différence.
- Si vous avez un métier manuel (artisans, ateliers mercerie...) : montrer en vidéo comment vous travailler, coulisses de fabrication
Ci-dessous chaîne You Tube de la belle mercerie (bravo Isabelle !)



- Proposer des activités manuelles à distance : cours etc ...

- **Se projeter sur la fête des mères, des pères, pâques, poisson d'avril (1^{er} avril)**
Proposez des activités ludiques, DIY durant ces périodes
Mais aussi pour s'occuper durant les vacances scolaires qui approchent.
Vous pouvez même préparer des animations pour la reprise avec teasing ... Et la fête des mères et des pères est un excellent prétexte !

 2 h • 🌐

😊 En mode Création :
💖 #Atelier
#fête des #mères et des #pères 💖



  11 2 commentaires

 J'aime  Commenter  Partager

 **La Belle Mercerie** ⋮
9 h • 🌐

LA RESTAURATION : valoriser vos valeurs comme la convivialité et la solidarité

CONVIVIALITE

- Partager des recettes de cuisine faciles à réaliser avec des produits frais du marché du jour avec partage de la photo de la recette terminée / Bon pour le marché c'est fini mais cela reste une bonne pratique.

Même si tous les chefs cuisiniers s'y mettent ce n'est pas grave : vos clients fidèles ceux qui vous apprécient sont un peu comme « des fans » donc c'est vos recettes qui les intéressent à pas celles du chef XXX.



- Apéros fenêtres tous les vendredi 19h initiés par CityCrunch
 - ⇒ Proposer des recettes pour l'apéro, choix du vin etc ... , proposer un RDV virtuel apéro ... Bonne idée pour les cavistes, traiteurs etc...

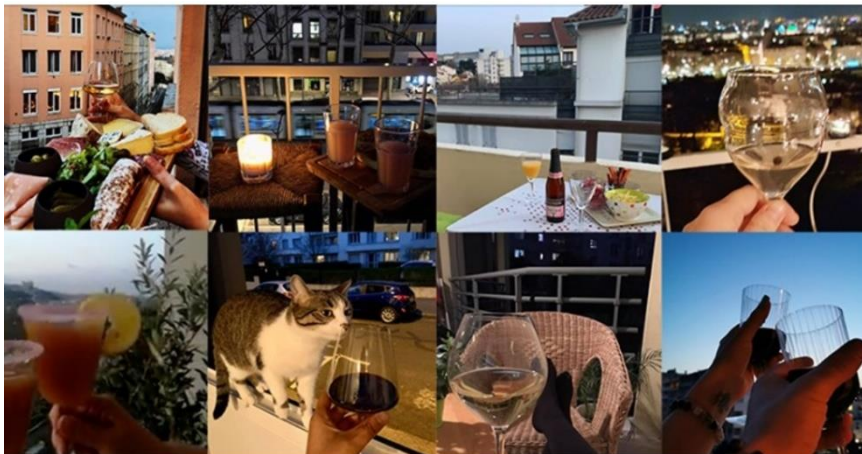


Lyon CityCrunch

22 mars, 20:55 · 🌐



Plus de 35 000 participants, des centaines de photos publiées et une interview sur BFM 😊.... Il est temps de préparer le deuxième opus de cet apéro !



LYON.CITYCRUNCH.FR

L'Apéro Fenêtre du Vendredi, 2ème round !

Ce n'est pas parce qu'on est confinés qu'on ne doit pas fêter c...

👍❤️😂 167

4 commentaires 14 partages



👍 J'aime

💬 Commenter

➦ Partager

SOLIDARITE

- **Association entre un chef à domicile et un primeur sur un marché**

Bon, cette belle initiative risque de s'arrêter avec la fermeture des marchés.

Pour ceux qui proposent des produits alimentaires : Vous pouvez imaginer de vendre vos produits chez vos confrères qui proposent une offre alimentaire d'où l'importance de la solidarité entre commerçants.

Je pense aux chocolatiers : les stocks pour Pâques sont là... à voir avec boulanger, fromager, caviste, superette etc...

S'associer à une cause qui représente vos valeurs et reverser une partie des ventes à son profit. C'est utile et cela booste les ventes. A ce sujet, les grandes enseignes sont parfois décriées (qualifiées d'opportunistes).

Voici néanmoins : 3 exemples qui ne prêtent pas à polémique à savoir une association de chef à domicile, Sezane (très connue) et make my lemonade.

- **Proposer des plats cuisinés pour les soignants** : belle initiative, c'est bon pour le moral de tout le monde

lhotellerie.restauration

A l'initiative de l'AP-HP - Hôpitaux de Paris, Guillaume Gomez et Stéphane Méjanès

LES CHEFS AVEC LES SOIGNANTS
#occupezvousdenousnousoccupezvous

avec le soutien de
RUNGIS TRANSGOURMET METRO TIPTOQUE

208 J'aime

lhotellerie.restauration Des repas cuisinés pour les soignants ! Des snacks rapides et faciles à consommer ! Des produits de qualité pour le dimanche. 🍌🍌🍌 Le mouvement les chefs pour les soignants, parti d'une initiative locale pour les hôpitaux de l'APHP, intéresse les chefs dans toutes les régions. Bravo aussi à ceux qui les soutiennent en fournissant les produits @marchederungis @metro_france @transgourmet.france @bgl_avigros @leschefsaveclessaignants

SOLIDARITE également dans le secteur de l'habillement avec 2 marques :

- **SEZANE** : chaque 21 du mois la marque reverse 10% de ses ventes à un organisme de bienfaisance etc..., c'est donc une action récurrente ! Durant cette période de crise la solidarité s'adresse à nos soignants, hôpitaux...



7 358 J'aime

sezane Un Appel solidaire différent 🇫🇷
10 % des ventes sur www.sezane.com ainsi que l'intégralité des bénéfices des ventes issues des cabas et de notre nouvelle création solidaire de Mars seront reversés au fond d'aide d'urgence mis en place



4 930 J'aime

sezane L'entraide 🇫🇷

Chaque 21 du mois, vous répondez présents à notre Appel solidaire - et notre collecte permet d'ouvrir tant de perspectives tous les jours à de nombreuses associations, familles et des milliers d'enfants. Dans ce contexte sans précédent, nous pouvons tous à notre échelle apporter notre soutien là où c'est nécessaire.
Auprès de la Fondation Hôpitaux de France via

- **Make my lemonade**

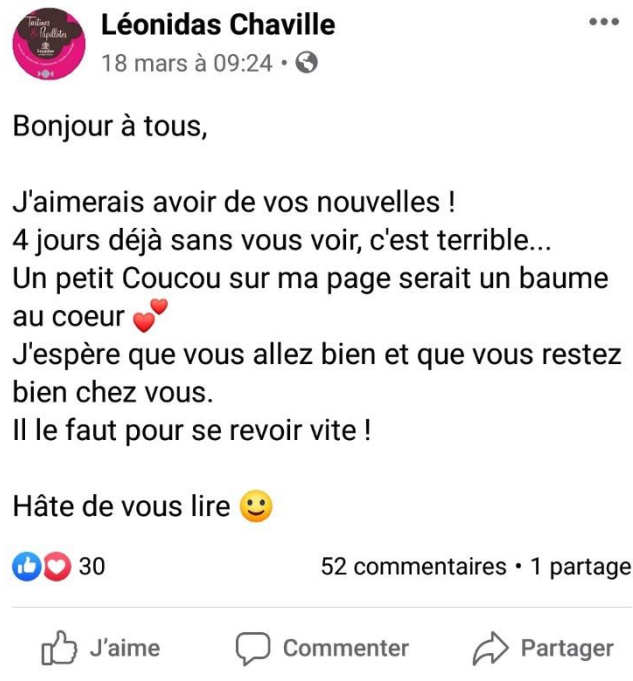
Lisa GACHET, styliste et fondatrice de la marque make my lemonade, a créé également un concept store innovant et inspirant que je vous invite à visiter à l'occasion. Elle nous propose durant cette période un atelier **do it yourself** de masques.

Pour information le concept store propose déjà des ateliers couture avec vente de patrons en ligne...



Diverses bonnes pratiques :

- **Demandez tout simplement des nouvelles** à votre communauté
Ci-dessous publication Leonidas Chaville (bravo Géraldine ! : 52 commentaires)



- **Divertir votre communauté** selon votre secteur d'activité : il y a des offres de yoga, sport, gym, visites virtuelles musée....
Que pouvez-vous proposer en accès libre selon le même modèle ?

La question à se poser : Quelle valeur ajoutée pouvez-vous apporter à votre audience durant cette période ? Comment pouvez-vous transposer ces idées à votre activité ?

- **Proposez QUIZZ avec humour et des concours Photos/vidéos** : en lien avec le confinement et si possible également votre activité



- **La Livraison** est possible mais attention à l'hygiène notamment pour la nourriture, communiquer dessus pour rassurer => transparence
Ci-dessous l'idée d'une boutique éphémère à voir si possible ??? Bon, l'idée est bonne mais je vous engage plutôt à envisager de vous organiser avec un commerce de bouche pour une livraison échelonnée afin de bien respecter les gestes barrières.
Par exemple commande via messenger et WhatsApp et retrait échelonné dans un commerce dit « essentiel » (horaires) etc...



Enfin, attention lorsque vous prenez la parole sur vos pages professionnelles : la fatigue, le stress peuvent vous faire regretter vos propos. Vous pouvez faire passer les mêmes messages et vous engager mais de manière « subtil ».

Un exemple ci-dessous :

1^{ère} Publication

Si ça vous fait peur de voir notre pays désert et avec les portes des magasins baissés, rappelez-vous quand la quarantaine sera finie, parce que si vous n'aidez pas les commerçants de votre ville, ces volets ne se lèveront plus et vous vivrez dans une ville spectrale pour toujours. Ce sont les petits magasins qui gardent la ville en vie, je pense que maintenant plus que jamais vous vous en rendez compte. Souvenez-vous de ce qu'ils perdent ces jours-ci et des sacrifices qu'ils feront quand ils rouvriront. Ne vous laissez pas prendre par le shopping inutile en ligne parce qu'en quarantaine, vous n'avez pas besoin de choses futiles, mais gardez cet argent dans votre poche pour le dépenser quand vous sortirez de la maison.
Au nom de tous les commerçants et petits entrepreneurs, merci.

2^{ème} Publication



74 J'aime

maroquinerie_willems_mattagne Suite à l'importance et la propagation rapide de ce virus, que le ❤️ très lourd, j'ai décidé d'accompagner nos amis de l'horeca et, je fermerai donc ma boutique, jusqu'à nouvel ordre.
Prendre soin de mon personnel et de ma clientèle est primordial pour moi.
Tous les jours, je serai au magasin pour faire des photos, des Tuttos, placer des sacs sur l'onglet "boutique". J'envoie les colis via Taxi Post Secur, gratuitement !
Je suis joignable au 010/222138 ou au 0473/896836.
Stoppons nos vies de fou pendant 1 parenthèse pour mieux se recentrer ensuite !
Prenez soin de vous et de votre famille, je vous

La première publication fait la morale aux consommateurs et personne n'a envie d'être pris en faute les doigts dans le pot de confiture ... si vous voyez ce que je veux dire ! Vos clients savent que ce n'est « pas bien » de commander sur Amazon. Il est préférable de ne pas leur rabâcher même si ça vous stresse et qu'après ils seront les premiers à se plaindre de la disparition des commerces

Je vous propose de faire la même chose mais de le faire de manière « plus subtil ». **La seconde publication** est plus constructive : un peu d'humour « Ok on est dans la merde mais ça va aller ! » ... et tout de suite la commerçante (maroquinerie en Belgique) rebondit en annonçant qu'elle se lance sur les vidéos/tutos avec livraison pour valoriser son offre produit etc.

Il y a d'autres exemples que je vais essayer de vous retrouver.

Enfin, avez-vous un site web marchand ? Si oui, 3 possibilités s'offrent à vous :

- E shop fermé
- E shop ouvert avec livraison
- E shop ouvert en pré commande uniquement

Ci-dessous l'exemple d'une créatrice de bijoux que je connais et qui a opté pour **les pré-commandes**. Je trouve que c'est un bon compromis. La communication est simple et efficace, bien amenée (« menottée » c'est tout à fait de circonstance...).

Vous pouvez lancer votre E SHOP Facebook et Instagram et vous lancez dans les pré-commandes.



Un autre exemple avec le site petitscommerces.com : plateforme des petits commerçants indépendants qui proposent à leurs **adhérents la formule chèques cadeaux** donc même principe le consommateur pré réserve son achat pour la période post confinement.

Bon une dernière idée de diversification d'activité, **juste pour rire (rassurez-vous !)**



Ceux qui me suivent sur Instagram @commercedexception savent que parfois je suis taquine.

Vous pouvez l'utiliser dans un post : « Je ne suis reconvertie durant cette période ... etc . »

EN RESUME :

Votre priorité (hors partie administrative bien entendu) c'est donc de poursuivre votre communication en l'adaptant au contexte. Votre stratégie s'affinera au fur et à mesure de nos échanges.

- Que pouvez-vous apporter à vos clients en ce moment ? De quoi ont-ils besoin durant cette période ?
- Attention à vos posts : vos préoccupations ne sont pas forcément celles de vos clients !
- Prendre la parole sur la crise : que faites-vous ou que pouvez-vous faire à votre niveau ? (Divertir vos clients, ...)
- Projetez-vous dans l'avenir, continuez à avoir des projets et des objectifs
- Et à la fin de cette épreuve vous pourrez faire le bilan : Qu'avez-vous appris de cette épreuve ? Comment le partager avec votre communauté/vos clients et faire le lien avec votre activité ?

Pour terminer, préparons nos prochains échanges

Vous avez du temps c'est donc le moment d'en profiter pour développer également votre réseau et effectuer un travail d'introspection afin de mieux rebondir.

Développer votre réseau :

- Influenceurs
- Trouver de nouveaux créateurs pour votre boutique
- Trouver des partenariats pour animer votre point de vente (pour faire revenir les clients)

Je vous invite dès à présent à sourcer ces contacts sur les réseaux sociaux notamment : rechercher un maximum de contacts qui correspondent à vos valeurs etc.

Et commencez à interagir avec eux en commentant leurs publications : c'est le 1^{er} contact.

Un peu d'introspection, en répondant à 4 questions ... :

Ce n'est pas la partie la plus sympathique mais il faut en passer par là.

1/ Avant la crise, est-ce que votre activité était en développement, en stagnation ou en déclin ?

Un arrêt brutal et contraint de l'activité économie a une incidence pour tout le monde. La question c'est de savoir si vous aviez déjà **des problèmes structurels et/ou conjoncturels** liés à votre activité avant la crise du coronavirus et avant les grèves pour ceux concernés.

2/ Lister les raisons des problèmes non conjoncturels. Pourquoi en stagnation, pourquoi en déclin ? Soyez le plus honnête et franc possible avec vous-même.

Face à ce choc conjoncturel lié au coronavirus :

3/ Faites la liste de ce que vous pouvez maîtriser et de ce que vous ne pouvez pas maîtriser.

Par exemple : on ne peut pas maîtriser la crise mais on peut faire évoluer son offre etc...

4/ Lister toutes les difficultés que vous rencontriez déjà avant cette crise et que vous allez potentiellement retrouver à votre retour ?

Puis en face de chaque problème essayer de trouver des solutions, de les contourner avec **la méthode des ET SI** Cela vous permet de changer de point de vue pour avancer.

Par exemple : Et si j'avais les moyens je ferai ...

Puis chercher un moyen de le mettre en œuvre ou de contourner « ce et si » pour y parvenir.

Je suis à votre disposition pour vous aider à prendre du recul sur ces différents sujets.

Via Messenger ou WhatsApp ou mieux par téléphone au 06 70 45 89 80