

Marketing Local / Distribué

Les 10 commandements du marketing local

Ebook

Souriez, vous faites du marketing relationnel avec

digitaleo
BUSINESS BOOSTER

INTRODUCTION

Pourquoi faire confiance au local ?

Le marketing local au service de votre réseau !

Longtemps cantonné aux stratégies des commerces de proximité, le **marketing local** semble désormais indispensable aux entreprises de toutes tailles.

En effet, les usages des consommateurs changent constamment et les technologies mobiles ont profondément modifié les habitudes de consommation désormais **ancrées dans l'immédiateté**.

Pour y répondre, le marketing local semble s'imposer comme **chef d'orchestre de l'instant présent**. Un virage que les marques doivent prendre si elles veulent **augmenter leur ROI**.

Définir une stratégie marketing locale nécessite cependant quelques impératifs, que nous vous récapitulons ici à travers les **10 commandements du marketing local**.

LES COMMANDEMENTS DU MARKETING LOCAL

#1



D'une base de données à jour, tu disposeras

La qualité de votre base de données définira la qualité de votre marketing local. Pour l'entretenir et l'améliorer, vous devez :

- Collecter les données de vos clients **en ligne ET en magasin** : chaque point de contact est une occasion de collecter de la donnée.
- Utiliser ces données pour **segmenter vos clients et pousser des messages cohérents** vers ces cibles.
- **Nettoyer régulièrement** votre base de données.

#2

A man in a green plaid shirt is seen from the back, speaking to a group of people outdoors. The background is blurred, showing other people sitting and listening. The scene is set in a bright, outdoor environment with wooden structures.

Tes équipes de terrain, tu formeras

Pour une parfaite compréhension des enjeux du marketing local, il est indispensable de **former vos équipes terrain**.

En effet, celles-ci n'ont pas toujours les compétences pour appréhender ou exécuter vos plans marketing. Pourtant, **leurs actions quotidiennes sont indispensables au développement de l'entreprise et à l'amélioration du ROI**.

Ainsi, à travers les enjeux et les outils à leur disposition, montrez-leur qu'ils sont un maillon fort de la stratégie d'entreprise.

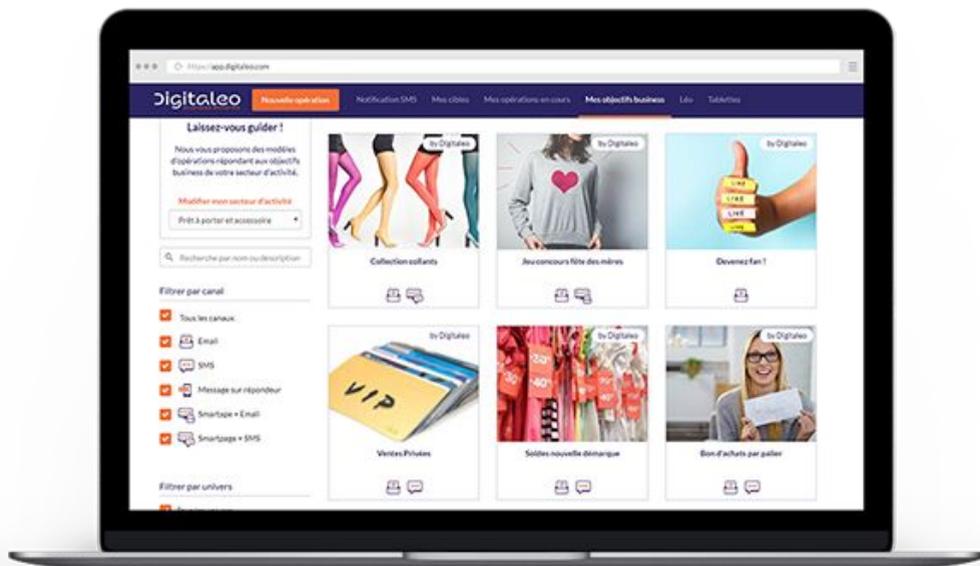
Plus concernés, ils seront aussi **plus efficaces et attentifs** face aux diverses opérations menées.

#3

L'image et le ton, tu préserveras

Il est important de garder une certaine cohérence entre les actions en local et le positionnement global de la marque. Pour y parvenir, les équipes au siège doivent **fournir les outils nécessaires au terrain** pour lancer des opérations locales cadrées. Cela peut notamment passer par le partage de visuels ou de campagnes prêtes à l'emploi.

La plateforme **Digitaleo** permet par exemple le **partage de modèles de campagnes** créés par le siège et à destination du local.



#4

Ta présence hors-ligne, tu ne négligeras pas

Bien entendu, le marketing local **doit** aussi trouver sa dimension physique.

L'avantage du commerce de proximité, c'est qu'il est justement au **contact direct des clients**.

Profitez de cette opportunité pour **faire partie de la vie des consommateurs**. Ceux-ci sont en effet à la recherche de liens sociaux, de conseils, **d'expériences réelles**. Des attentes auxquelles Internet ne peut pas répondre.

Organisez des événements dans vos boutiques, participez à des événements locaux, **servez-vous du calendrier local et marketing** pour identifier les moments opportuns.

#5

Ta présence en ligne aussi, tu travailleras

Avec toutes les solutions technologiques et digitales qui s'offrent à vous, une partie de votre marketing local **doit se passer en ligne.**

En effet, Internet joue un grand rôle dans le **trafic généré en magasin** et la **fidélisation de vos clients.**

Grâce à des moyens économiques, vous pouvez **toucher énormément de personnes en même temps.**

L'envoi de **SMS marketing**, de **campagnes emailing**, votre présence sur les **réseaux sociaux**, votre **référencement local** et votre **site internet** contribuent notamment à **créer et entretenir le lien entre chaque client et votre marque.**

#6

L'influence du mobile, tu n'oublieras pas

Les consommateurs se servent de leur portable à **toutes les étapes de leur parcours d'achat**. Pour faire leurs recherches, savoir où se rendre, comparer les produits tout en étant dans un magasin puis pour donner leur avis.

Le **référencement local de Google** est une première étape pour votre marketing local online, mais vous pouvez aussi aller plus loin en vous servant de **la mobilité des consommateurs**.

Par exemple en envoyant des **notifications push** quand les consommateurs **entrent dans votre zone de chalandise**, ou en étant présent sur des **publicités mobiles ciblées localement**.

#7

TERRACE
BAR



L'immédiateté, tu prôneras

Le marketing local, c'est le **pouvoir de l'instant présent**. Les clients réagissent à une pulsion ou une envie qu'ils décident d'assouvir là, maintenant, **tout de suite**.

Ainsi, le marketing local permet de leur apporter **une réponse rapide**, notamment **grâce au référencement local en ligne**.

Les consommateurs utilisent de plus en plus leur mobile **avant de se rendre en magasin**. Les statistiques de Google concernant les requêtes « à proximité » sont très parlantes : **+500 % ces deux dernières années** pour des requêtes qui expriment clairement une **intention d'achat**, telle qu'« acheter à proximité » ou « robe de mariée à proximité »¹.

#8

L'expérience client, tu personnaliseras

On ne le dira jamais assez : l'heure est à la **personnalisation de la relation client**.

Ce marketing personnalisé s'articule très bien avec le marketing local puisqu'il permet **d'adapter votre communication aux spécificités locales**.

En fonction de leur implantation, les magasins de votre réseau **n'ont pas les mêmes problématiques ni les mêmes clientèles**.

Pour que vos campagnes aient un impact, il faut qu'elles **s'adaptent au territoire sur lequel elles s'implantent**. De même, il est intéressant **d'organiser le magasin ou de proposer des événements en fonction de la clientèle sur place**.

#9

La fidélité client tu viseras

Grâce aux différentes actions mises en place en ligne et hors ligne, les forces de vente **créent du lien avec la clientèle locale** et cela participe à leur **fidélisation**.

De plus en plus de marques s'adressent par **email ou par SMS à leurs clients au nom de leur boutique préférée**. Le client se sent alors beaucoup plus **concerné** que par un événement qui aurait lieu loin de chez lui. Il est donc plus susceptible de **se rendre en magasin et d'y faire des achats**.

De plus, le contact avec les vendeurs permet de **créer une véritable relation**. Si le client est satisfait de son expérience en magasin, **il reviendra et recommandera la marque auprès de ses pairs**.

#10

De bons outils et logiciels, tu t'équiperas

Réussir son marketing local demande de l'organisation. Les actions doivent correspondre à un **plan de marketing local réfléchi en amont** par les équipes dont c'est le métier. Pour harmoniser les actions menées et donner les mêmes moyens à tous les points de vente, il est nécessaire d'avoir un **outil puissant et performant** à disposition, qui intègre un CRM, et qui permettra aux équipes de terrain de **communiquer localement tout en respectant un cadre défini par la tête de réseau**. Une plateforme comme **Digitaleo** vous permettra de **donner à vos points de vente un pouvoir de réactivité tout en maîtrisant votre image de marque**.

The image shows a laptop displaying the Digitaleo dashboard. The dashboard includes a navigation bar with 'Nouvelle opération', 'Mon tableau de bord', 'Mes nouvelles opérations', 'Mes affiliés', 'Les opérations marketing', and 'Flux de'. The main content area is titled 'Tableau de bord' and features a 'Mon meilleur affilié' section for 'BURGERSSHOP - Rennes' with 137 operations. Below this is a 'Classement des affiliés' table and a 'Classement par modèle' section showing a 6.54% conversion rate. A large orange exclamation mark icon is overlaid on the right side of the dashboard, next to the text 'Notifier mes affiliés ?'. Below this text is a question: 'Voulez-vous notifier automatiquement (par email) vos affiliés de la disponibilité de ce modèle d'opération ?'. At the bottom of this section are two buttons: 'Publier sans notifier' and 'Oui, publier et notifier !'. The dashboard also shows 'Utilisation par canal' with counts for Email (422), SMS (384), and Total (806). A 'Rapid programme' section lists various Burger Shop locations with their respective operation counts.

Classement des affiliés	Classement par modèle
1 BURGERSSHOP - Rennes 137 Opérations	1 Rapid programme 6.54% Ctl.
2 BURGERSSHOP - Paris 126	2 Etablissement Ouest
3 BURGERSSHOP - Nantes 115	3 Jour croque
4 BURGERSSHOP - Strasbourg 98	4 Caduc
5 BURGERSSHOP - Lille 89	5 Jour croque

Conclusion

A travers ces 10 commandements, vous saisissez maintenant l'importance que revêt le marketing local dans une stratégie marketing élaborée.

Il permet à l'entreprise de **viser plus juste**, d'être **plus pertinente** et donc **d'attirer plus de clients**, en s'appuyant sur les préférences et les problématiques **de chaque territoire et population**.

C'est pour cela qu'une stratégie de marketing local doit se penser **de manière globale** dans la stratégie de communication : **pensez global pour agir local**. Vous avez alors tout intérêt à utiliser **une solution de marketing distribué** efficace. Cela vous permettra d'avoir un discours **local et national cohérent** et ainsi de renforcer votre **image de marque**.

En ligne et hors ligne, le marketing local s'impose comme **un moyen indispensable au renforcement du chiffre d'affaires de l'entreprise**.

Source :

1- La requête « à proximité » pour trouver un lieu, mais pas que !
<https://www.thinkwithgoogle.com/intl/fr-fr/inspirations/temoignages/la-requete-a-proximite-pour-trouver-un-lieu-mais-pas-que/>

Découvrez les autres publications sur Digitaleo

10 QUESTIONS À VOUS POSER AVANT D'Y PASSER



10 questions à se poser avant de donner l'autonomie à vos points de vente locaux

[TÉLÉCHARGER MAINTENANT](#)

COMMENT ORGANISER SON MARKETING DISTRIBUÉ ?

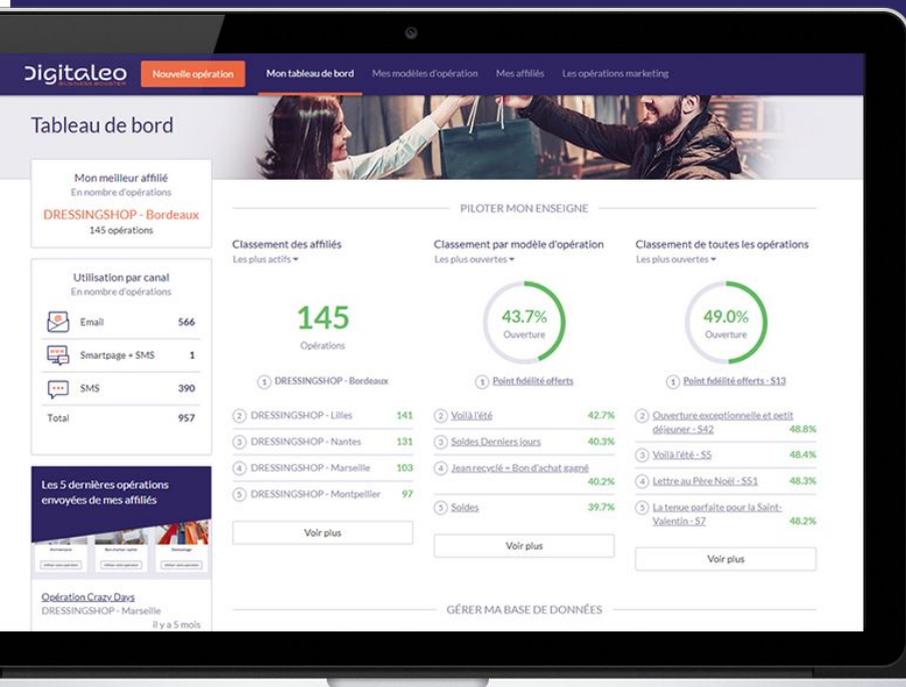


50 pages de méthodes et cas clients qui ont fait leur preuve

[TÉLÉCHARGER MAINTENANT](#)

À propos de Digitaleo : Plateforme de marketing distribué

Digitaleo vous accompagne dans le pilotage de la communication de votre réseau pour booster l'activité de vos points de vente. Grâce à notre plateforme, vous pourrez enfin favoriser la réactivité locale en redonnant de l'autonomie à vos magasins.





Digitaleo
BUSINESS BOOSTER

Pour en savoir plus sur nos offres et services,
contactez-nous :

02 56 03 67 00

www.digitaleo.fr

