

2. Communiquer en direct

La communication directe permet un contact directement avec le consommateur, sans passer par des intermédiaires. Cette pratique peut se faire par oral, par écrit via les réseaux sociaux, les mails ou autres supports écrits. Communiquer directement au consommateur demande un investissement important. Cela vous demandera d'y consacrer du temps et mobilisera également des compétences extraprofessionnelles, notamment l'utilisation d'outils numériques (Internet, graphisme).

L'attitude du vendeur

Placer les clients au centre, c'est probablement le meilleur des conseils pour réussir une conversation avec un client et conclure une vente. Que désire-t-il ? Écoutez votre client. S'il n'arrive pas à formuler son souhait, épatez-le en vous mettant à sa place et en lui faisant des suggestions. Soyez expert : facile, si c'est vos produits, vous connaissez tout d'eux. Soyez poli, au lieu de dire « Jamais ! » dite plutôt « Nous ne l'avons jamais fait, mais pourquoi pas ». Soyez aussi honnête et sûr de vous, inspirez confiance, mais ne forcez pas un client à acheter vos produits.

Sur Internet

Internet et les réseaux sociaux sont aujourd'hui des outils qui fournissent de l'information en tout temps et sur tout. Du moment que vous avez une entreprise et que vous désirez vous faire connaître et informer vos clients des dernières nouveautés, une présence virtuelle est une nécessité.

- **Sur son site Internet**, vous y mettez une description de votre activité, éventuellement vos valeurs et votre identité. Vous renseignerez les visiteurs sur votre situation géographique et comment vous contacter. De belles photos sont également une vitrine de votre entreprise. Selon votre activité, vous y mettez également des horaires, des prix, d'autres liens, etc. Dans la pratique, si vous êtes débrouillard, vous pouvez utiliser des plateformes très simples d'utilisation. Il vous suffira d'acheter le nom de votre domaine. Si la tâche vous semble fastidieuse, vous pourrez faire appel à un informaticien que vous paierez pour s'occuper de votre site.
- **Sur les réseaux sociaux**, vous tenez vos clients au courant des nouveautés, des promotions. Vous les informerez d'horaires spéciaux, de nouvelles offres. Vous pourrez également les solliciter : *et si j'ouvrais mon magasin également le samedi, vous préféreriez que ce soit de 9h à 12h ou de 10 à 13h ?* Vous pouvez également engager des actions telles que des concours, des rencontres, des ateliers, etc. Des réseaux sociaux sont plus spécialisés pour le partage de photo, comme Instagram. Positionnez-vous sur ces réseaux en fonction de ce qui fait le plus de sens. Si vous créez des pâtisseries, des plateaux de fromages, de viandes : pourquoi pas partagez vos œuvres en photo, sur Instagram. Si vos produits changent chaque semaine : communiquez sur votre assortiment au début de la semaine grâce à Facebook.

Création d'infographies

Vous venez d'ouvrir votre entreprise ? Vous fêtez un anniversaire de votre entreprise ? Vous avez un nouveau produit ? Vous faites une promotion ? Vous organisez une manifestation ? La création d'un support de communication doit comporter toutes les informations nécessaires à renseigner vos (potentiels) clients. Cette démarche est à utiliser aussi bien pour un flyer que pour un courriel ou un post sur un réseau social.

Comment créer une infographie

S'il n'y a pas de mode d'emploi pour bien réussir son flyer ou son post sur les réseaux sociaux, voici toutefois quelques conseils pour bien faire passer son message.

- Tout d'abord, il faut définir le message à faire passer : l'ouverture de votre magasin, un nouvel atelier à la ferme ?
- Ensuite, il faut se poser toutes les questions relatives aux messages : où et quand ça se passera ? De quoi s'agira-t-il exactement ?
- Il faudra également se questionner sur l'infographie elle-même : quel support ? Pour qui ? Combien et avec quel argent ?
- Une fois ces éléments analysés, il faudra soit mettre la main à la pâte, soit compter sur l'aide de connaissances ayant des compétences de graphisme, ou un graphiste.

Je me lance !

Si vous choisissez de créer votre infographie vous-même, voici quelques conseils :

- Mettez de l'équilibre dans votre page : pensez à la règle d'or, la règle des tiers. Dans l'exemple d'une photographie, on mettra par exemple l'horizon d'un paysage à un tiers du bas, ou à un tiers du haut.
- Pensez au chemin que font les yeux en regardant une image. C'est le même chemin que lorsqu'on lit : de gauche à droite, de haut en bas. N'allez pas mettre le titre de votre événement en bas à droite !
- Utilisez une typographie lisible, qui ne demande pas d'effort à déchiffrer. N'abusez pas non plus sur les styles différents : deux suffiront. Aussi, l'emploi des capitales et de l'italique ralentira la lecture, ce qui n'est pas à votre avantage.
- Méfiez-vous des couleurs ! Les couleurs peuvent influencer inconsciemment vos lecteurs. Voici la signification des couleurs :

Jaune	Synonyme de gaieté, de créativité et d'optimisme. Il donne une impression de chaleur et de lumière.
Rouge	Symbole d'amour, de sensualité et de passion. Il est aussi associé au danger, au sang. À utiliser avec un dosage bien contrôlé.
Violet	Associé à la délicatesse, à l'imaginaire et à la spiritualité. Il évoque aussi la prospérité et la solitude.
Vert	Invite au calme et à la détente. Symbole de croissance, de la nature et de chance. La couleur de l'espérance.
Bleu	Exprime la confiance, la fraîcheur et la fidélité. La couleur la plus aimée, il évoque le ciel, les voyages et le rêve.
Orange	Évoque l'énergie et l'action. Il apporte une touche de dynamisme.

- Un dernier conseil, et peut-être le plus important : n'ayez pas peur du vide ! Pensez à laisser des endroits libres de texte, d'illustrations.