

Créateurs d'entreprise

GUIDE PRATIQUE

pour lancer sa communication



**Par où
commencer ?**

**Toutes
les étapes...**

**Suivez
le guide !**



Pourquoi un guide ?

- 1 Vous avez un projet de création d'entreprise, et vous aimeriez **planifier** votre budget communication
- 2 Vous venez de créer votre (petite) entreprise ; il est temps de faire **parler de vous**
- 3 Vous avez déjà créé votre activité et vous vous rendez compte de **l'urgence de communiquer**
- 4 Vous avez fait une croix sur la com' : **trop cher**
- 5 Vous aviez décidé de **gérer vous-même votre communication**. Mais ça vous prend un temps considérable et vous avez un peu de mal.

Nous sommes deux entrepreneuses : une graphiste et une rédactrice

qui avons jadis vécu un peu de tous ces scénarios.

La communication est notre métier depuis presque 10 ans et il est temps de partager avec vous notre expérience en la matière.

- **Oui, vous pouvez prendre en main tout ou partie de votre communication**, MAIS, ce n'est pas votre métier : il faut vous faire aider/conseiller sur les étapes clés. Vous gagnerez du temps et de l'argent.
- **Non, vous ne pourrez pas vous en passer**
- **Oui**, nous serions vraiment contentes de vous accompagner.
- **Non**, faire appel à des professionnels de la communication ne vous mettra pas sur la paille.
Surtout si vous y allez par étape.

Ce "petit guide pratique pour néo-communicants" s'adresse principalement aux petites et moyennes entreprises qui appréhendent un peu cette étape. Nous y partagerons notre vision (plutôt sereine) de la communication, irons parfois contre les idées reçues et vous donnerons quelques uns de nos (bons) tuyaux pour vous lancer sans vous perdre. Et qui sait, vous aurez peut-être envie de nous appeler pour en savoir + ?



Qui sommes-nous ?

**Isabelle
Durand,**

alias
yume graphisme



J'ai été graphiste salariée pendant plus de 15 ans avant de me mettre à mon compte en 2014. J'aime autant mettre en page un magazine que concevoir un site internet. La création de logos reste mon activité préférée. J'aime beaucoup accompagner les jeunes entreprises dans leurs premiers pas : ce sont toujours de belles aventures.

Quand je ne suis pas graphiste ? Je fais de la photo et de l'aquarelle, et je défends la cause des chats !



J'avais déjà en tête mon logo bien avant de créer mon entreprise ! Pourquoi Yume ? C'est d'abord un jeu de mots : "you" & "me" et un clin d'œil au Japon dont j'aime beaucoup la culture : "Yume", en japonais veut dire "rêve".

Isabelle



**Anne
Clément,**

alias
Anne Clément rédactrice

Après avoir été longtemps correspondante de presse en plus d'un autre métier dans le tourisme, j'ai décidé en 2015 de devenir rédactrice indépendante et à plein temps. Mon public : les TPE et PME du Grand Ouest. Je partage à Lorient le même bureau qu'Isabelle. J'aime accompagner les jeunes entreprises dans leur stratégie éditoriale et le choix de leurs futurs outils de communication.

Quand je ne suis pas rédactrice ? Je suis apicultrice amateur et très impliquée dans les circuits d'économie locale, sociale et solidaire.



De nous deux, je suis sans doute celle qui a connu le plus de mésaventures dans sa propre communication. Et aujourd'hui je me sens particulièrement bien placée pour vous en parler.

Anne

Nous sommes toutes les deux très attachées à notre statut d'indépendantes, mais nous avons toujours fait en sorte de nous entourer de professionnels aux compétences complémentaires. À la fois pour pouvoir proposer une offre complète, mais aussi pour créer une dynamique positive autour des projets de nos clients.

Identité visuelle avec logo & charte graphique

**C'est par là
qu'il faut commencer.**

L'univers graphique que vous allez choisir va incarner votre entreprise et ses valeurs.

Un logo

**Personnalisé et unique.
Il est votre entreprise.**

Il peut prendre la forme d'un sigle, d'une composition abstraite, d'une signature ou d'une illustration : le choix sera avant tout motivé par le message que vous souhaitez transmettre.

Le logo doit aussi répondre à des contraintes techniques pour être déclinable dans toutes les tailles et s'adapter à tous les supports de communication, de votre signature mail à l'habillage d'un véhicule d'entreprise.

et ses déclinaisons utiles

- les **signatures mail**, les entêtes de **courrier**, les bandeaux et images de profil de vos **réseaux sociaux** et Google my business...
- une **série de pictogrammes** réalisés dans le style de la charte, que vous pourrez utiliser pour vos supports web et print



Logo ou signature ?

J'ai choisi mon nom pour incarner mon activité. J'avais déjà un petit réseau professionnel quand je me suis installée et je souhaitais être facile à trouver.

BARBERSHOP



ESPACE D'ANIMATION



STOCKAGE DONNÉES



BLOG JAPON



Vous n'avez pas le budget pour un logo ?

En attendant, définissez votre univers graphique : typographie, couleurs, style... dont votre futur logo s'inspirera plus tard, sans créer de rupture.

ENTREPRISE ISOLATION



CENTRE BIEN-ÊTRE



CAVISTE AMBULANT



Comment trouver un nom ?



Vous êtes en train de réfléchir au nom que vous allez donner à votre entreprise ? Certains choisissent leur propre nom pour communiquer, d'autres en revanche doivent être plus créatifs et trouver un nom de marque. Organisez un tour de table entre amis pour tester vos idées. Le nom que vous trouverez doit être compris par votre cible, facile à prononcer et surtout il ne doit pas être déjà utilisé : le site inpi.fr vous permettra de vérifier et le cas échéant, de déposer votre marque pour la protéger.

Carte de visite & communication « papier »

La carte de visite est tout simplement indispensable

Vous croisez quelqu'un, il faut qu'il puisse repartir avec vos coordonnées.

La carte de visite est un outil de communication et de prospection à privilégier lors de rendez-vous en présentiel, salons, forums... Elle doit être à l'image et aux couleurs de votre entreprise, sobre et efficace. Dans certains cas, le recto de la carte de visite peut servir à noter un rendez-vous ou faire office de carte de fidélité.

Certains sites internet vous proposent des formules attractives pour faire vous-même vos cartes de visite. Mais attention : ils sont nombreux à y avoir recours et les cartes finissent par toutes se ressembler.

Une carte de visite réalisée par un graphiste ne coûte pas cher : ça n'est donc pas là que vous ferez de vraies économies.



Les infos

utiles sur une carte
(à choisir selon votre activité)

- ▣ Votre logo
- ▣ Votre nom
- ▣ Vos contacts : adresse(s), téléphone(s), mail...
- ▣ Un titre, un diplôme : Maître restaurateur, Compagnon, Expert...
- ▣ Vos horaires
- ▣ Les logos institutionnels apportant une information légale : label, RGE...
- ▣ Les logos de vos réseaux sociaux
- ▣ Une description de votre activité
- ▣ Une photo
- ▣ ...



Une carte doit rentrer dans votre portefeuille, mais rien ne vous empêche d'imaginer un format plus long (genre marque-page), plus rond... qui vous permettrait d'inscrire, en plus de vos coordonnées, vos horaires, la liste des services/produits que vous proposez.

Flyer, plaquette commerciale...



Le papier reste un support moderne de communication. Il se décline de mille manières selon votre activité, avec parfois beaucoup de créativité.

À l'ère du « tout numérique » le flyer peut paraître un peu vieux jeu

Mais... ne tirons pas un trait trop rapide sur les impressions papier : un catalogue **se consulte**, un dépliant **se conserve**, se glisse dans un agenda, **se dépose** chez un commerçant...

Notre conseil

Si vous lancez votre activité et que vous optez pour la réalisation d'une plaquette, **ne vous précipitez pas pour la réaliser**. Après quelques semaines d'existence, les horaires peuvent évoluer et vous aurez recensé les questions principales que vous posent vos clients. Le contenu du dépliant sera d'autant plus pertinent.

Présence sur le web

Votre présence sur le web est importante.

Mais pas à n'importe quel prix
ni de n'importe quelle manière.

Un site internet...

Un site internet correctement réalisé demande à minima :

- 1 **Une vraie réflexion** en amont pour préciser à qui vous vous adressez, ce que vous souhaitez y mettre et ce que les internautes espèrent y trouver.
- 2 **Une bonne rédaction web** pour que les internautes comprennent ce que vous proposez et que les moteurs de recherche vous repèrent.
- 3 **Un design en accord avec l'identité visuelle** de votre entreprise.
- 4 **Un contrat de maintenance annuel** : vous devez pouvoir compter sur quelqu'un en cas d'avarie.
- 5 **Une actualisation des contenus** et/ou des visuels si vous ne voulez pas que votre site tombe dans les oubliettes.

Notre avis

Un site internet est un investissement. Oubliez le copain qui vous propose ses services et les formations qui vous promettent que vous serez bientôt en mesure de tout faire vous-même. Il vous faut un site efficace, fiable et bien référencé... Si vous avez du temps, consacrez-le plutôt à votre cœur d'activité. Ne dit-on pas "chacun son métier" ?

Si vous n'êtes pas prêt financièrement pour cette étape, il existe une alternative qui vous permettra de reporter ce projet tout en étant présent sur la toile :

- Vous achetez **votre nom de domaine**.
- Vous nous confiez la réalisation de ce qu'on appelle une **"One Page"**, un site d'une page sur laquelle figurent votre logo, vos coordonnées, la liste des services que vous proposez, vos horaires, un formulaire pour s'inscrire à votre future newsletter, etc.

Et voilà. C'est beaucoup mieux que rien et bien plus efficace qu'un site bricolé mal référencé.

Si votre activité nécessite la création d'un site internet complet, site vitrine ou de e-commerce, nous assurons son design, son organisation et la rédaction des contenus... en collaboration avec un webmaster.

Les réseaux sociaux... incontournables ?



*Un(e) entrepreneur(euse) ne peut pas assurer seul(e) sa communication. En revanche, il/elle doit être assez formé(e) et opérationnel(le) pour en garder la **pleine maîtrise**.*



*Les réseaux sociaux, pourquoi pas. Sauf que ce n'est pas vous qui décidez qui reçoit votre publication, mais un algorithme. Notre dada, avec Isabelle, c'est la **newsletter**. Elle permet de valoriser votre carnet d'adresses et de décider à qui vous voulez envoyer une info.*

Doucement... les réseaux sociaux peuvent jouer un rôle clé dans votre communication, mais, mal maîtrisés, vous pourriez y laisser quelques plumes et un paquet d'heures. Ce n'est pas parce que c'est gratuit qu'il faut se précipiter : votre temps vaut de l'argent ; il est donc précieux.



Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn... Comme pour n'importe quel autre support de communication, il faut vous poser plusieurs questions : pourquoi (mes objectifs) ? Pour qui (ma cible) ? Comment (photos, vidéos...) ? Combien de temps ai-je à y consacrer ? Quelle "histoire" raconter ?... Sans ce travail de réflexion préalable, vous allez vous épuiser et passer à côté de vos objectifs.

Nous proposons :

- de mener avec vous ce **travail de réflexion**,
- de préparer votre **stratégie** de communication, jusqu'à sa **planification** dans un calendrier,
- de décider ensemble des indicateurs qui vous permettront de mesurer **l'efficacité de vos actions**,
- de **vous former** à la prise en main de ces outils.

Il existe
bien d'autres supports
de communication,
mais **notre objectif**
est de vous aider
à cibler quelques
supports clés.

Le "dossier de presse" express

Ne vous laissez pas impressionner par ce nom un peu pompeux : il s'agit en réalité d'un document bien présenté qui rassemble toutes les informations pratiques qui vous concernent, vous et votre entreprise. L'histoire de votre projet, qui vous êtes, ce que vous proposez, comment vous contacter, etc.

Format papier et/ou PDF, vous pourrez le remettre à la presse que vous solliciterez au moment de votre lancement, mais aussi à vos partenaires, vos fournisseurs, etc.

Notre accompagnement

Vous aurez peut-être envie de prendre en main tout ou partie de votre communication. Une fois que les outils sont en place, opérationnels et que la stratégie est établie, pourquoi pas.

Nous vous accompagnons vers cette autonomie :

- création de posts,
- gestion des réseaux sociaux,
- rédaction d'articles de blog,
- créations graphiques, etc.

Nous ne sommes pas un organisme de formation, mais nous partageons volontiers notre savoir-faire sous forme de forfaits de 2, 4 ou 6 heures selon vos besoins.

Dans tous les cas, nous ne sommes jamais loin !

La newsletter

C'est pour nous
**L'OUTIL de communication
par excellence.**

Elle crée un lien plus personnel avec vos interlocuteurs, qu'il s'agisse de clients, de prospects ou de fournisseurs.

- Vous pouvez y mettre du texte, des liens vers votre site internet, des photos, des vidéos, etc.
- **Tous les sujets peuvent être traités :** présentation d'un nouveau produit/service, partage d'un bon plan, d'une promo, portrait d'un nouveau collaborateur, interview du boss, article de fond, brève, etc. Et, si vous avez un blog, la newsletter permet de partager certains articles.
- **Vous choisissez vos destinataires** (ce n'est pas un algorithme qui décide à votre place qui mérite de recevoir de vos nouvelles...)
- Elle permet de garder le lien avec vos clients, prospects, fournisseurs en les tenant informés de votre **actualité**
- Vous valorisez votre **carnet d'adresses** et vous entretenez votre **réseau**.

Il existe plusieurs outils d'emailing, très bien faits, très facile à utiliser et gratuits pour la plupart, dans une certaine mesure.



Certains de nos clients ont une version papier de leur newsletter qu'ils remettent en main propre ou laissent à la disposition du public.



dernière étape

Prenons
rendez-vous
pour parler
de votre projet



Anne Clément

06 88 03 21 79

contact@anne-clement.fr

anne-clement.fr



Isabelle Durand

06 13 74 05 61

isabelle@yume-graphisme.com

yume-graphisme.com

Notre réseau

est aussi notre force.

Nous avons l'habitude de nous associer selon les projets avec des webmasters, des photographes, des vidéastes, des illustrateurs, etc. Nous vous ferons volontiers profiter de notre réseau.

www.lancersacom.myportfolio.com