

QUESTION D'AFFAIRES

BULLETIN D'INFORMATION
VOLUME 7 · NUMÉRO 1
HIVER 2010

LES MÉDIAS SOCIAUX : STRATÉGIES DE MARKETING POUR 2010

Découvrez :

Les conseils d'une professionnelle du domaine
et un témoignage d'une entrepreneure qui s'en sert



Centre d'entrepreneurship
Mon entreprise. Ma croissance.



Notre mission est de donner aux femmes entrepreneures « le pouvoir de s'accomplir » par la croissance de leur entreprise.

MOT DE LA DIRECTRICE



Le Centre d'entrepreneurship a entamé sa troisième année d'existence depuis le 27 janvier dernier. En tant que ressource de référence en matière de consolidation, de croissance et de développement des entreprises montréalaises détenues par des femmes, le Centre continue à mobiliser son expertise et celle de son réseau solide pour appuyer l'accomplissement des femmes entrepreneures dans le monde des affaires.

Il diversifie ses outils et les rend accessibles aux entrepreneures afin qu'elles acquièrent les compétences nécessaires pour atteindre leurs objectifs d'affaires. C'est ainsi que, depuis le 14 janvier 2010, le Centre a mis en place un nouvel atelier mensuel sur la gestion de croissance des entreprises. Cet atelier pratique vous donne des outils indispensables pour mieux aborder et gérer la croissance de votre entreprise.

Notre réseau unique du « **Cercle des femmes en affaires** » met à votre disposition différentes compétences d'affaires à travers des échanges avec des expert(e)s et des entrepreneures comme vous. Je vous invite à y participer en grand nombre et à tirer profit des conseils judicieux qui y sont présentés.

Le Centre d'entrepreneurship a également lancé en décembre dernier un guide d'accompagnement pour les femmes entrepreneures intitulé « **Le leadership au féminin : la croissance et les opportunités dans un contexte économique difficile** ». C'est à travers ce guide que le Centre partage les stratégies novatrices et les meilleures pratiques d'affaires ressorties lors du Rendez-Vous Femmes Entrepreneures 2009.

Le présent bulletin d'information vous présente les nouveautés du Centre d'entrepreneurship tout en mettant en avant l'usage des médias sociaux comme outils de marketing à privilégier pour l'année 2010. Finalement, ne manquez pas de découvrir des recommandations de madame Karima-Catherine Goundiam, une entrepreneure spécialisée en médias sociaux et l'exemple inspirant de madame Valérie Grosjean qui se sert de ces outils pour promouvoir son entreprise.

Bonne lecture !

Esther Youte
Directrice des services d'employabilité et d'entrepreneurship
Y des femmes de Montréal

DANS CE NUMÉRO

Mot de la directrice	p. 2
Nouvelles.....	p. 3 - 4
Marketing et nouveaux réseaux sociaux, quelles tendances stratégiques pour 2010 ?... ..	p. 5 - 6
Les médias sociaux et votre entreprise : conseils d'une professionnelle.....	p. 7 - 8
Les médias sociaux en pratique : quels résultats ?.....	p. 9
Panorama des médias sociaux... ..	p. 10

Conception et coordination :
*Le Centre d'entrepreneurship du
Y des femmes de Montréal*

Recherche et rédaction :
Micken Kokonya

Montage graphique :
Raffaella Paolone

Révision :
Johar Hider

ÉDITÉ ET PUBLIÉ PAR
LE CENTRE D'ENTREPRENEURSHIP
DU Y DES FEMMES DE MONTRÉAL
Tél. : 514.866.9941, poste 303
Télec. : 514.866.6641
entrepreneurship@ydesfemmesmtl.org
www.ydesfemmesmtl.org

NOUVEAUTÉS

UN ATELIER SUR LA GESTION DE CROISSANCE DES ENTREPRISES

Croître ou ne pas croître ? Comment croître ? Pourquoi croître ?

La croissance d'une entreprise est un moment où l'on ne sait plus où donner de la tête dans son projet. C'est pourquoi le Centre d'entrepreneurship a mis en place un atelier mensuel sur la gestion de croissance des entreprises. Ce dernier vous propose de vous questionner sur votre entreprise et sur vous-même tout en faisant la lumière sur les enjeux et les défis de la croissance. Cet atelier pratique vous présente également des outils éprouvés dans le milieu de la gestion qui pourront vous appuyer dans vos démarches. De plus, il vous donne l'occasion de rencontrer et d'échanger avec d'autres entrepreneures qui se posent probablement les mêmes questions que vous.

ENTRÉE GRATUITE

Pour participer à un des ateliers, contactez-nous au **514 866-9941, poste 303**

Par courriel : entrepreneurship@ydesfemmesmtl.org

Prochains ateliers

- **Jeudi 4 mars 2010, de 10 h 30 à 12 h 30**
- **Jeudi 8 avril 2010, de 10 h 30 à 12 h 30**
- **Jeudi 13 mai 2010, de 10 h 30 à 12 h 30**

Lieu de rencontre

Y des femmes de Montréal, salle 200

1355, boul. René-Lévesque Ouest, coin Crescent

UN GUIDE D'ACCOMPAGNEMENT POUR LES FEMMES ENTREPRENEURES



Le 9 décembre dernier, le Centre d'entrepreneurship du Y des femmes a lancé un nouveau guide d'accompagnement intitulé « **Le leadership au féminin : la croissance et les opportunités dans un contexte économique difficile** ».

Cet outil pratique fait partie de la panoplie de moyens développés pour appuyer les femmes entrepreneures et assurer non seulement la croissance de leur entreprise, mais aussi, sa survie et son succès à long terme. Il met en avant des pistes d'action concrètes et des stratégies novatrices visant à promouvoir l'accomplissement et l'épanouissement des femmes dans le monde des affaires.

Parmi les thèmes qui y sont abordés : les axes à privilégier pour être innovateur, créative, audacieuse et courageuse. Les moyens stratégiques et techniques pour comprendre et reconnaître les occasions d'affaires dans un contexte de croissance. Les qualités et les compétences fondamentales à avoir pour être une grande leader tout en étant inspiré par 4 témoignages de femmes à la tête de petites ou de grandes entreprises. Les perspectives à venir par l'économiste Diane-Gabrielle Tremblay.

Ce guide, destiné aux femmes entrepreneures œuvrant dans tous les domaines, s'adresse également aux intervenant(e)s des milieux de l'entrepreneuriat et des affaires.

Vous pouvez vous le procurer au coût de 9,95 \$ (+ frais de poste) par copie, en remplissant le bon de commande ci-joint et en l'envoyant, par la poste, par fax ou par courriel, à l'attention du Centre d'entrepreneurship du Y des femmes.

LE “ CERCLE DES FEMMES EN AFFAIRES ” ET VOUS !

Bénéficiez d'une atmosphère idéale offert par ce réseau unique pour réseauter et développer vos compétences en affaires en compagnie d'expert(e)s et de femmes entrepreneures comme vous.

Programme des rencontres :

- Présentations sur différents thèmes d'affaires
- Cocktail réseautage
- Discussions dirigées

Lieu de rencontre :

Y des femmes de Montréal, salle 200
1355, boul. René-Lévesque Ouest, coin Crescent

Prix d'entrée : 10 \$

Informations et inscription : 514.866.9941, poste 303

PROCHAINES RENCONTRES :

Le mercredi 17 février 2010, de 17 h à 20 h



COMMENT FINANCER VOTRE PROJET D'AFFAIRES ?

Nous vous invitons à découvrir les différents types de financement disponibles pour les travailleuses autonomes et les femmes entrepreneures détenant les petites et très petites entreprises, leurs avantages, inconvénients ainsi que les pièges à éviter afin de réussir votre demande de financement.

Le mercredi 17 mars 2010, de 17 h à 20 h



LES ASPECTS LÉGAUX DE L'ENTREPRISE : TOUT CE QU'IL FAUT SAVOIR POUR RESTER EN RÈGLE

Vous avez des questions sur le choix de structure d'entreprise, les licences et permis, les contrats et relations au travail, la responsabilité civile, l'achat d'entreprise, les réglementations sur les contributions de l'entrepreneur(e), l'importation et l'exportation de produits ? Venez trouver des réponses lors de cette rencontre du « Cercle des femmes en affaires ». En plus de bénéficier d'une présentation enrichissante sur ce thème, vous aurez également l'occasion de rencontrer et d'échanger avec des entrepreneures comme vous.

Le mercredi 14 avril 2010, de 17 h à 20 h



LA FISCALITÉ

Les subtilités fiscales peuvent parfois être de vrais casse-têtes pour les entrepreneures. Le Centre d'entrepreneurship vous convie à cette séance du « Cercle des femmes en affaires » entièrement consacrée à ce thème d'affaires. Elle vise à vous donner des astuces qui vous permettront de mettre en place de bonnes stratégies fiscales pour votre entreprise.

Ces activités se dérouleront en français. Possibilité de traduction vers l'anglais

MARKETING ET NOUVEAUX RÉSEAUX SOCIAUX, QUELLES TENDANCES STRATÉGIQUES POUR 2010 ?

L'apparition du **World Wide Web** au début des années 90 a fortement bouleversé notre façon de communiquer et d'interagir avec les autres que ce soit au niveau personnel ou professionnel. L'explosion de la bulle Internet au début des années 2000 a également eu des conséquences profondes sur l'économie mondiale en révolutionnant notre façon de faire des affaires.

Internet est devenu un outil de communication indispensable pour toute entrepreneure en tant que source d'information pour elle mais aussi pour ses client(e)s. En effet, il représente un excellent moyen pour ces dernier(e)s de se renseigner sur divers produits et services avant de les acheter. Il est, ainsi, un dispositif de promotion qui permet aux entrepreneures de rejoindre un public large.

Mais les technologies d'Internet ne cessent d'évoluer modifiant, à chaque fois, notre façon de nous informer et de communiquer. Les études démontrent que des millions de personnes passent plus de leur temps sur Internet que sur d'autres médias de communication. Nous parlons ici des médias sociaux, tels que **Facebook, MSN, hi5, Youtube, LinkedIn, MySpace, et Twitter**.... tous utilisant des technologies du Web pour regrouper des individus autour de différentes communautés virtuelles. À titre d'exemple, **Facebook comptait 350¹ millions de personnes membres actives en décembre 2009, LinkedIn a plus de 55² millions de membres dans plus de 200 pays.**

Tous ces chiffres parlants démontrent que pour rejoindre tout ce monde, les entreprises, grandes comme petites, devraient évoluer, se réinventer et s'adapter aux nouveaux besoins et comportements de leur clientèle. C'est ainsi qu'une visibilité accrue de votre entreprise sur le Web s'avère être parmi les stratégies de marketing à privilégier pour l'année 2010.

Comment s'y prendre ?

A. Se jeter dans le bain des médias sociaux

Il est vrai que les réseaux sociaux ont réussi à se tailler une grande place dans notre société. Ils permettent à un plus grand nombre de personnes de : s'exprimer, se rencontrer, se retrouver, s'amuser et partager leurs

passions. C'est ainsi que nous trouvons les gens regroupés au tour de différentes communautés virtuelles : **Doctissimo** pour les questions de santé, **Second Life** ou les jeux virtuels pour ceux qui aiment l'imagination et enfin des communautés composées des personnes qui ont les mêmes vécues ou passions. L'arrivée des médias sociaux tels que Facebook et Twitter ont eu un grand succès parce qu'ils réunissent toutes les communautés virtuelles existantes dans un milieu « simple » et accessible.

Dans un article de Sean Silverthorne³ publié le 14 septembre 2009 sur le site Web de la Harvard Business School, les études menées par le professeur Mikolaj Jan Piskorski, sur l'usage des médias sociaux, démontrent que les gens adhèrent aux médias sociaux et y passent plus de leur temps à regarder les profils des autres surtout des photos et des vidéos. Ceci explique le fait que l'information y est transmise à une grande vitesse leur faisant de puissants systèmes de communication qui méritent d'être exploités même dans le milieu des affaires.

Les médias sociaux peuvent être utiles dans le milieu de l'entrepreneuriat dans la mesure où ils peuvent aider les entreprises à attirer de nouveaux client(e)s et à les fidéliser. Faisant partie d'une communauté virtuelle, les membres s'influencent les un(e)s les autres sur les produits et services qu'elles / ils consomment en en parlant justement dans les médias sociaux. Ils sont également d'excellents moyens de veille stratégique pour votre entreprise. Pour être au courant des nouveautés dans votre secteur d'activité ou savoir ce qui se fait chez les concurrents, faites un tour sur les blogs personnels ou les blogs d'entreprises. Vous y trouveriez des idées créatives et innovantes pour faire croître votre entreprise.

Cependant, il est à noter que les médias sociaux ne suffisent pas à eux seuls comme stratégies de promotion. Il est conseillé de les incorporer dans d'autres outils de communication virtuels et imprimés. De plus, il est important de se fixer des objectifs précis et réalistes tout en restant cohérent avec les valeurs de votre marque et la culture de votre entreprise.

<http://www.podcastingnews.com/2007/08/22/internet-media-replacing-traditional-media/>

B. Optimiser votre site Internet

1. Travailler son apparence et son contenu

Dans le but d'avoir votre site Internet classé parmi les premiers et ainsi, augmenter son trafic, il est important de l'optimiser et de le rendre plus invitant pour les internautes. Par exemple, vous pouvez mettre en place un beau site facile à télécharger et à naviguer. Il faut que l'information sur votre site soit facilement accessible. Le contenu doit également être beaucoup plus intéressant et différent de celui de vos concurrents.

2. Trouver une bonne stratégie de référencement (bons mots clés)

Nous le savons tous, la plupart des internautes cliquent sur les premières pages affichées par les moteurs de recherche. Pourquoi ? Parce qu'elles /ils les considèrent comme étant plus pertinentes. Afin d'augmenter la visibilité de votre entreprise sur le Web, il est important d'inclure dans le contenu de votre site des mots clés recherchés par les internautes. Il est conseillé d'utiliser des mots qui ne sont pas trop concurrentiels dans votre secteur d'activité. Il y a plusieurs outils gratuits en ligne qui peuvent vous aider à trouver les bons mots-clés. À titre d'exemple, l'outil de **Google Adwords**, **Yooda Suggest** et **WebRankInfo**, qui, entre-autres, vous proposent d'autres mots à partir de la thématique ou des mots-clés que vous leur fournissez.

3. Faire des liens vers votre site

La popularité de votre site Internet dépend du nombre de liens obtenus à partir d'autres sites et de leur qualité. Vous pouvez avoir plus de liens vers votre site :

- **En mettant à jour son contenu de façon régulière ;**
- **En faisant des échanges de liens avec des sites partenaires ;**
- **En étant présente dans les médias sociaux ;**
- **En s'inscrivant dans les répertoires régionaux ;**

4. Publier des vidéos marketing

Les internautes sont de plus en plus attirés par des informations vivantes et captivantes ce qui explique le fait qu'ils cliquent sur des liens ayant des vidéos. Alors, pourquoi ne pas envisager de faire une démonstration de vos produits ou services et de les mettre en ligne ?

5. Penser à l'email marketing

Il s'agit d'une technique de marketing où l'on utilise le courrier électronique à des fins publicitaires. Elle est axée sur l'adhésion volontaire préalable des destinataires. Elle vous permet de vous faire connaître plus rapidement auprès d'une clientèle bien ciblée en attirant davantage de client(e)s et en les fidélisant. De plus, il est moins coûteux comparé à d'autres outils de communication et permet de créer un trafic sur votre site Internet.

En fin de compte, nous constatons qu'Internet est un allié de taille pour toute entreprise. Il est devenu un espace public qui rend toute chose visible et accessible. Pour rejoindre ce monde, il faudra que votre entreprise soit aussi visible sur cette agora. En tant qu'entrepreneure, il faudra combiner tous les moyens possibles pour conduire le trafic d'internautes vers votre site Internet. Cependant, dans vos stratégies marketing, n'oubliez pas que les gens achètent toujours auprès des entreprises en qu'elles / ils ont confiance. Ceci doit toujours figurer parmi vos objectifs d'entrepreneure : être crédible et établir des relations de confiance durables auprès de votre clientèle.

1 <http://www.facebook.com/press/info.php?statistics>

2 http://press.linkedin.com/about_fr

3 <http://hbswk.hbs.edu/item/6156.html>

LES MÉDIAS SOCIAUX ET VOTRE ENTREPRISE : CONSEILS D'UNE PROFESSIONNELLE



NOM :
Karima-Catherine
Goundiam

TITRE :
Fondatrice

ENTREPRISE :
Three.angels

ET
accompagnatrice
bénévole au Centre
d'entrepreneurship
du Y des femmes de
Montréal

« J'ai toujours voulu
faire quelque chose
pour les femmes
et les enfants : les
aider à s'affirmer et
à saisir toutes les
opportunités qui
leurs sont offertes. »

Dans le présent numéro de Question d'affaires, nous mettons en avant les médias sociaux comme stratégies de marketing pour l'année 2010. Nous avons cherché l'avis d'une professionnelle du domaine.

Karima-Catherine Goundiam est une femme qui sait porter plusieurs chapeaux à la fois : maman, épouse, fille, femme entrepreneure, conférencière et accompagnatrice bénévole au Centre d'entrepreneurship du Y des femmes de Montréal.

Diplômée en affaires internationales de l'Université américaine de Londres, en Grande Bretagne, Karima-Catherine a commencé son parcours professionnel en tant qu'assistante de production dans le milieu cinématographique en France et en Grande Bretagne. Elle a poursuivi sa carrière en Amérique du nord en commençant par **le Cirque du Soleil**, suivi de **KPMG, SDL International** ainsi que **Bell Canada**. Elle a, tour à tour occupé des postes de chargée de projets, chargée des relations publiques, stratège marketing autant pour des sites communautaires que pour des clients corporatifs tels que **Bell Canada, Sympatico, Banque Nationale** et **Air Canada**.

Forte de son expérience dans de nombreuses industries ainsi que dans le domaine du Web, Karima-Catherine a décidé de fonder sa compagnie **Three.angels**, une entreprise spécialisée en marketing Web et en médias sociaux. Elle accompagne ses clientes (de grandes et de petites entreprises) dans la compréhension et l'exploitation des médias sociaux ainsi qu'à saisir toutes les opportunités qui leurs sont offertes sur le Web afin d'atteindre leurs objectifs d'affaires. Elle propose la planification et l'exécution de stratégies et offre des services de la veille stratégique et de la formation.

En plus d'être membre active du comité éditorial de l'AMR (Association de Marketing Relationnel), Karima-Catherine apporte toute son expertise aux entrepreneures bénéficiant du service d'accompagnement du Centre d'entrepreneurship du Y des femmes. Elle s'est jointe à notre équipe de bénévoles parce qu'elle croit au potentiel des femmes. C'est ainsi qu'elle est dévouée au développement et à l'accomplissement des femmes. Elle affirme avoir toujours voulu faire quelque chose pour les femmes et les enfants.

En tant qu'accompagnatrice bénévole au Centre d'entrepreneurship, Karima-Catherine appuie les entrepreneures dans la compréhension et l'utilisation des médias sociaux comme outils de promotion dans un contexte de croissance de leur entreprise. Elle met à leur disposition ses compétences en gestion de projet qui leur permettent de mettre en place un plan d'action et de l'exécuter tout en respectant le budget, les objectifs fixés, la qualité du travail, les ressources disponibles, les délais et les résultats à long terme.

Les médias sociaux sont des outils bénis pour les femmes entrepreneures

Ayant plus de connaissances et d'expérience dans le domaine des médias sociaux, Karima-Catherine nous confirme que les femmes entrepreneures ont tout à gagner à utiliser ces outils pour promouvoir leurs produits ou services.

« Les médias sociaux sont des outils indispensables pour les femmes entrepreneures qui jonglent aussi avec des responsabilités familiales, communautaires et sociales. De plus, ils requièrent des qualités féminines telles que la communication et le multi-tasking... » affirme Karima-Catherine.

Est-ce que les médias sociaux peuvent contribuer à l'acquisition de la clientèle ?

« **Définitivement !** » déclare la fondatrice de **Three.angels**. « Les femmes entrepreneures ont toutes les chances de trouver de la clientèle en utilisant les médias sociaux. Elles peuvent augmenter leurs ventes et voire même décrocher des contrats ».

« J'ai eu la confirmation de plusieurs entrepreneur(e)s qui ont plus d'expérience que moi en affaires et qui utilisent les médias sociaux. Selon eux, avec les médias sociaux ça prend du temps mais on finit par récolter les fruits ; l'essentiel est d'avoir des objectifs bien définis », déclare-t-elle.

En effet, cela prend du temps. Les entrepreneures doivent ainsi, s'armer de patience et de persévérance. Pour qu'elles atteignent leurs

objectifs d'affaires en utilisant les médias sociaux, les entrepreneures doivent d'abord comprendre l'usage de ceux-ci dans un contexte d'affaires tout en tenant en compte des stratégies à mettre en place et le secteur d'activité de leur entreprise.

Tel que mentionné dans l'article précédent, les médias sociaux ne suffisent pas, à eux seuls, comme outils de promotion. **Conseils de Karima-Catherine :**

- *augmentez la visibilité et la notoriété de votre entreprise en utilisant d'autres canaux de communications ;*
- *Intégrez la promotion des médias sociaux dans d'autres outils de communications tels que le site Web, les courriels, les événements virtuels et live et dans les communications imprimées en invitant votre clientèle à vous rejoindre sur des plateformes telles que Facebook ou Twitter ;*
- *Bâissez des relations de proximité avec votre clientèle et influencez les ventes ;*

Comment s'y prendre en médias sociaux lorsqu'on est travailleuse autonome ou femme entrepreneure qui détient une petite entreprise ?

Selon les recommandations Karima-Catherine, il est important de :

- *Trouver des outils qui sont plus appropriés à vos objectifs et les exploiter au maximum ;*
- *Évaluer vos objectifs régulièrement ;*
- *Créer une stratégie Web intégrant les médias sociaux ;*
- *Mesurer vos initiatives ;*
- *Persévérer ;*
- *Incorporer les médias sociaux à vos activités quotidiennes ;*

Internet : un espace public qui couronne de plus en plus les consommateurs

Selon l'article de Nathalie Vallerand publié dans le cahier « *La publicité au Québec* » du Journal Les Affaires du 30 janvier au 5 février 2010, Internet est le support publicitaire le plus utilisé. Toujours selon cet article, **il y a eu une augmentation nette de 2761 % des recettes publicitaires faites sur Internet entre 1999-2008 comparativement à 62 % à la radio, 43 % à la télévision et 3 % dans les journaux pendant la même période.** Ceci confirme qu'Internet remplace de plus en plus les moyens de communication traditionnels.

Comme l'affirme Karima-Catherine, Internet est, désormais, l'outil numéro un pour communiquer : il est rapide et de plus en plus pratique. On peut tout faire sur Internet : lire les journaux, les livres et avoir des informations sur ce qui se passe à l'autre bout du monde. Il est pratique dans le sens où on peut y avoir accès à partir de notre téléphone cellulaire, iPhone ou bien le tout nouvel iPad qu'Apple a lancé le 27 janvier dernier.

Ayant pris place dans cet espace public où elles / ils ont droit de s'exprimer, les client(e)s ont doublé voir même triplé leurs royautés. Grâce aux médias sociaux, les consommateurs ont la possibilité de donner leur avis sur tel produit ou service. Les entrepreneures sont, d'ailleurs, encouragées à utiliser les médias sociaux et à favoriser les échanges avec les internautes tout en restant professionnelles et pertinentes. Le fait de laisser place au dialogue permet justement d'augmenter la visibilité de ses produits ou services. Cependant, les entreprises doivent assurer un service à la clientèle soigné afin d'éviter de mauvais coups qui tacheront leur notoriété sur Internet.

« Les entrepreneures doivent assurer des services de qualités à leur clientèle et être quasi-parfaites parce qu'avec les médias sociaux, l'information circule vite et est quasi-indélébile, elle est vue par tout le monde. Le risque est moins élevé pour les petites entreprises, mais il faut toujours faire attention quand même ».

En conclusion, on constate que les médias sociaux ont accentué l'usage d'Internet comme support publicitaire mais aussi comme source d'information en temps réel. Leur arrivée a laissé place à une interaction entre les entreprises et leurs client(e)s mettant à terme les communications à sens unique. Les client(e)s ont, désormais, plus de pouvoir et un rôle à jouer dans le bon fonctionnement de toute entreprise. Comme l'a dit Karima-Catherine, on donne plus au donnant. Alors, oui, vous pouvez vous servir des médias sociaux, mais il faut toujours donner le meilleur de vous à votre clientèle et partenaires parce que ce sont eux, vos véritables agent(e)s de marketing.

