

Darian Kovacs – Assurer le succès du marketing numérique pour les PME

Animatrice : Maggie John

Vue d'ensemble :

Darian Kovacs nous rejoint pour discuter de la manière dont les petites entreprises peuvent exploiter les outils numériques pour améliorer la portée et l'impact de leurs efforts de marketing. Kovacs est le fondateur métis de Jelly Digital Marketing & PR et de Jelly Academy, basés à Vancouver. Il anime le balado intitulé Marketing News Canada, préside le Digital Marketing Sector Council, et siège au conseil d'administration de NPower Canada. Kovacs nous fait part de ce que les entreprises peuvent apprendre de la part des grandes figures populaires de TikTok, les raisons pour lesquelles les canaux de médias sociaux les plus importants ne sont pas ceux que l'on croit, et pourquoi il pense que nous sommes à l'ère du « silent social » (social silencieux).

Voici quelques points forts de notre entretien :

1. Les entreprises doivent pouvoir être facilement repérables, et capables de répondre aux clients.
2. Le seul canal de médias sociaux qui vous appartient réellement est votre bulletin d'information. Vous avez la possibilité d'entretenir ces contacts et ces relations au fil du temps, alors que LinkedIn et TikTok peuvent modifier leurs algorithmes à tout moment.
3. Plutôt que d'être les seuls porte-parole de leur marque, les entreprises doivent réfléchir à la manière dont elles peuvent créer un contenu susceptible d'être partagé par leurs clients. Ces mêmes clients peuvent alors devenir leurs représentants, et être récompensés pour leur fidélité.

MAGGIE :

Nous sommes de retour, en direct de Magnet Network Live! Nous nous trouvons au cœur du Distillery District, dans les locaux du Spirit of York. Vous pouvez entendre le bourdonnement dans la salle, car les gens sont en train de se rencontrer, de constituer des réseaux, et nous avons maintenant le plaisir d'accueillir Darian Kovacs. Il est le fondateur de Jelly Digital Marketing & PR. En tant que leader dans le domaine du marketing numérique et des relations publiques, il s'attache à aider les entreprises à se développer par le biais de stratégies marketing innovantes. Il est également très attaché à aider les PME à être concurrentielles face à une économie dominée par la technologie. Comment se passe votre journée jusqu'à maintenant? Darian, qu'est-ce qui vous a le plus marqué aujourd'hui?

DARIAN :

Le fait que les gens soient curieux. Ils sont venus en voiture d'Hamilton, et aussi d'autres villes. Ils ont pris l'avion des quatre coins du pays, ou encore des quatre coins du monde, pour essayer de découvrir les meilleures méthodes, les meilleurs modèles, ainsi que les questions que nous pouvons poser sur les compétences futures et le développement des talents de demain.

MAGGIE :

À ce sujet... Comment les petites entreprises peuvent-elles utiliser les outils de marketing numérique pour tenir tête aux grandes sociétés, dans un monde technologique en constante évolution?

DARIAN :

Et bien, je suis ravi de constater que nous vivons à une époque où un type qui boit du jus de canneberge sur un longboard peut obtenir des millions de vues, ou encore au fait que nous savons désormais tout à coup ce que signifie l'expression « so demure » (tellement posé), ayant tous accès à ce puissant outil qui se trouve entre nos mains, et que l'on appelle un téléphone portable. Ce téléphone a accès à des outils d'édition tels que TikTok, Facebook, Instagram et LinkedIn. Et les mêmes grandes entreprises, comme Coca-Cola et autres marques mondiales, y ont également accès. Mais grâce au bon contenu et à la bonne production brute, les PME ont

désormais un avantage. Le monde est à la recherche de contenus créés par les utilisateurs, qui parlent à leur cœur, qui parlent de ce qui se passe à l'heure actuelle. Et sans paperasserie ni bureaucratie, les petites entreprises peuvent produire du contenu plus rapidement et de manière plus pertinente que certaines de ces grandes entreprises.

MAGGIE :

Je suis heureuse de voir que vous avez utilisé le terme « outils d'édition » plutôt que « médias sociaux », car j'ai l'impression que le nom « médias sociaux » est devenu un peu un gros mot. En employant le terme « outils d'édition », on a comme une sorte de mise à niveau entre TikTok, Instagram, et tout le reste. Pourquoi avez-vous choisi d'utiliser ce nom?

DARIAN :

Je pense que c'est un moyen d'éliminer le facteur d'intimidation. C'est un peu comme lorsqu'on se penche sur l'histoire de la presse de Gutenberg, sur ce qu'elle a fait pour la pratique médicale, pour les mouvements politiques, ou pour les religions. Nous vivons une époque très similaire où les médias, comme par le passé, étaient détenus par les grandes églises et les grandes organisations, et ce, uniquement dans certaines langues. Il était très difficile de faire publier quoi que ce soit. Mais aujourd'hui, le phénomène de la presse Gutenberg réside dans le fait que les grands médias et les grandes entreprises ne possèdent plus, et ne contrôlent plus ce que les gens consomment. Et les gens ont maintenant la possibilité d'accéder à des appareils mobiles, à des services de diffusion en continu, et à la consommation de ces données et de ce contenu. Pour nous, en tant qu'éditeurs, en tant que créateurs de contenu, nous sommes en mesure de diffuser notre message, en espérant que ce soit pour le bien commun, et en espérant faire connaître un produit ou un service capable de répondre à un besoin, ou qui puisse instruire par la même occasion. En effet, nous avons la capacité de le faire. Espérons maintenant que nous saurons exécuter correctement. C'est ça.

MAGGIE :

Sachant que l'IA est en train de modifier le monde du marketing, quelle est la compétence la plus importante sur laquelle les futurs spécialistes du marketing doivent se concentrer?

DARIAN :

Je pense qu'il s'agit toujours de la même compétence, à savoir la curiosité. Et je pense qu'il faut rester curieux à propos d'outils comme Hey Jen, qui vous permet de télécharger une vidéo d'une minute. Vous pouvez ensuite créer un avatar de vous-même ou, par exemple, d'un client ou d'un partenaire commercial. Après, vous pouvez créer plusieurs vidéos dans n'importe quelle langue, en disant ce que vous voulez de manière très productive, et qui demande peu d'efforts de la part de la personne qui apparaît sur la vidéo. Les outils tels que Chat GPT sont d'incroyables adjoints exécutifs si vous n'avez jamais eu les moyens de vous en payer un; vous avez désormais à votre disposition un assistant personnel, et il est puissant et impressionnant. Toutefois, il faut savoir qu'il ne s'agit en même temps que d'un Google survitaminé, et qu'il ne faut donc pas s'attendre à ce qu'il révolutionne votre vie, et produise des pistes de vente. Je pense que le problème avec l'IA est que les gens imaginent que, maintenant que cette technologie existe, c'est un peu comme Kevin Costner et Le champ des rêves - si vous les créez, ils apparaîtront. Ils pensent que cette technologie est capable de tout résoudre, alors qu'elle ne fait que simplifier certaines petites opérations, comme le travail d'édition, la création de contenu de blogue ou de vidéo. À mon avis, je dirais qu'elle accélère le processus. plus qu'elle ne l'accomplit à votre place.

MAGGIE :

Lorsque vous discutez avec des dirigeants de petites, moyennes et grandes entreprises qui vous disent que les médias sociaux ne constituent qu'un outil de plus. Et font des remarques du style : « Je ne peux pas m'en occuper ». « Cela représente beaucoup de travail ». « Mais, vous savez, il faut disposer de certaines aptitudes ». « Je n'ai tout simplement pas l'énergie pour le faire ». Que répondez-vous?

DARIAN :

Je dirais qu'il existe deux canaux de médias sociaux. Donc, je vais les décrire comme les médias avec lesquels vous pouvez entretenir des relations sociales. C'est ça. Il

existe donc des médias que vous et moi pouvons utiliser à l'instant même. Vous pouvez interagir avec ce type de média sur votre téléphone, et les petites entreprises doivent être présentes. Et cela n'inclut probablement aucun des médias auxquels la plupart des gens pensent. Par conséquent, Google Maps serait le premier. Il est disponible sur les modèles iPhone. Il est également disponible sur les modèles Android. Non seulement, et ma grand-mère utilise ce terme, il vous aide à être découvert, à établir et entretenir des liens sociaux, et à faire connaître votre entreprise aux gens, mais il vous aide aussi à mieux vous positionner dans le classement de Google, faisant ainsi d'une pierre deux coups. Il existe donc un terme appelé optimisation pour les moteurs de recherche ou SEO (Search Engine Optimization). Cela permet aux internautes de vous trouver. Si vous ne voulez pas être un visage, danser, chanter et créer des infographies pour Pinterest, utilisez Google Mon Profil d'entreprise; c'est totalement gratuit, il y a des choses incroyables que vous pouvez faire directement à partir de cet outil, du téléchargement de vidéos aux coupons. Mais au moins, vous faites savoir à vos clients que vous êtes présent; vous pouvez obtenir des commentaires, et interagir avec ces commentaires. La deuxième chose est que le seul canal de médias sociaux et le seul média que vous pouvez utiliser, dont vous êtes le détenteur, et dont vous disposez des adeptes et des coordonnées, est votre bulletin d'information électronique. Quand on pense à LinkedIn, que j'adore, ou encore à TikTok, vous savez, grand respect et haute considération pour toutes ces organisations, et c'est la même chose pour Meta, mais ces médias ne nous appartiennent pas. Ils peuvent changer d'algorithmes à tout moment; ils peuvent cesser leurs activités; il y a eu un après-midi où Meta avait cessé toutes ses activités, je ne sais pas si quelqu'un avait accidentellement débranché quelque chose ou s'il avait trébuché, peu importe ce qui s'est passé. Mais quand vous avez votre propre bulletin d'information électronique, vous êtes le détenteur de ces contacts, et avez la possibilité de les entretenir. Cyber Impact est un excellent outil canadien, l'un des seuls à être conforme à la LCAP. Il y a d'autres concurrents comme Constant Contact, ou encore MailChimp. Mais rappelons-le, il faut faire attention à l'endroit où les données sont stockées, n'est-ce pas? Nous ne savons même pas si ce sera en Amérique, et nous ne savons pas qui dirigera bientôt l'Amérique. C'est donc une bonne idée de s'intéresser à Cyber Impact. C'est totalement gratuit jusqu'à un certain nombre de contacts. Faites tout ce que vous pouvez pour entretenir ces relations, et développez-les par le biais de votre bulletin

d'information électronique. Donc, à titre de rappel, il ne s'agit que d'une simple prise de contact une fois par mois. J'existe. « N'hésitez pas à faire suivre ce message à votre entourage ». « Hé, je voulais juste vous faire part de cette nouvelle ». Et cela peut se limiter à quelque chose de très simple; on peut même dire que plus vous faites simple, mieux c'est. Même si vous ne mettez que deux ou trois lignes de texte, une image, ou un lien vidéo, c'est tout ce que vous avez à faire. Et si ce sont les deux seules formes de médias sociaux sur lesquelles vous êtes présent, ça suffit.

MAGGIE :

Vraiment?

DARIAN :

Oui.

MAGGIE :

Parce que j'ai l'impression que la première chose que les gens vous demandent, c'est combien de personnes vous suivent sur Instagram? Vous savez, comme combien de personnes vous suivent sur Facebook, pour ceux qui sont sur Facebook? Ou encore, combien de personnes vous suivent sur X? Ce sont les plateformes dont tout le monde parle. Et je suis d'accord avec vous en ce qui concerne Google Maps, mais ce n'est certainement pas dans le langage courant. Ce n'est pas un sujet dont tout le monde parle au quotidien.

DARIAN :

Et je dirais cela en plus des bulletins d'information électroniques qui sont les plus importants après Google Maps, parce que personne n'est au courant. Ce n'est pas public. Il n'y a pas de vanité. Il n'y a ni ego ni fierté. Mais c'est le seul endroit où vous pouvez entretenir vos anciens clients. Et si vous lancez des campagnes publicitaires sur Facebook ou Google, vous pouvez télécharger ces contacts sur Meta et sur LinkedIn, et Meta peut créer une audience similaire. Ce système peut trouver des personnes du même style, et faire de la publicité auprès d'elles. Vous pouvez cibler vos anciens clients, et vous n'avez presque pas besoin de le faire, car vous avez déjà la possibilité de les atteindre la plupart du temps. Mais l'autre chose dont il faut être conscient, et c'est vraiment crucial, et si vous reprenez une chose de ce balado que

vous êtes en train d'écouter, c'est que durant les 18 prochains mois, et cela a déjà commencé, nous entrerons dans l'ère du social silencieux.

MAGGIE :

Pouvez-vous nous expliquer ce que cela signifie?

DARIAN :

Le social silencieux comprend donc tous les canaux de médias sociaux. Il s'agit une fois de plus des médias avec lesquels vous pouvez entretenir des liens sociaux, par exemple. Vous participez probablement déjà à certains d'entre eux, à savoir les groupes WhatsApp, les groupes Facebook, ou les serveurs Discord. Ce sont des endroits que les annonceurs ne peuvent pas atteindre. Ce sont des endroits que vous et moi, en tant que représentants de notre entreprise, responsable du marketing, propriétaire, défenseur de l'entreprise, etc., ne pouvons pas atteindre. Nous devons donc vraiment changer notre mentalité en ce qui concerne les médias sociaux. Il ne s'agit pas de savoir quel est le contenu qui m'appartient, mais quel est le contenu que je peux produire, et quel est le contenu que mes adeptes peuvent produire, afin de me représenter sur ces canaux sociaux silencieux.

MAGGIE :

Qu'en est-il alors de l'avenir des entreprises?

DARIAN :

Oh, cela veut dire que..., vous savez, nous avons toujours parlé des programmes de fidélisation, et de l'importance de la fidélisation. Ils sont plus déterminants et plus importants que jamais, de même que les programmes de fidélisation personnalisés. Encore une fois, il ne s'agit pas seulement d'être capable de dire, « Hé, vous êtes une personne loyale, vous obtenez donc... », vous savez, cette stratégie était relativement superficielle à bien des égards. Mais il s'agit d'aller plus loin avec ces personnes loyales, de trouver vos super adeptes, de leur fournir des ressources, des graphiques, des outils, et de leur donner la possibilité de militer en votre faveur. Nous l'avons déjà constaté récemment à l'occasion de quelques élections : ceux qui ont permis aux défenseurs de se rendre sur les groupes Facebook et sur les canaux sociaux silencieux ont été ceux qui ont connu une évolution et un changement considérables

au sein des bureaux de vote. Donc, que vous soyez chef d'entreprise ou politicien, qui que vous soyez, et si vous êtes en train d'écouter ce programme, ces canaux sont invisibles, inaudibles, et silencieux pour vous et moi. Pourtant, ils continueront à avoir un impact énorme sur vos résultats, et sur l'impact du type de mouvement ou de changement que vous avez l'intention de produire.

MAGGIE :

Donc, si une personne écoute ce message aujourd'hui et qu'elle se dit, je veux me lancer tout de suite dans ce social silencieux. En quoi cela consiste-t-il? Par quoi faut-il commencer pour y parvenir?

DARIAN :

Il existe actuellement un outil formidable qui s'appelle StoryTap. C'est un outil très abordable qui vous permet d'envoyer un réalisateur virtuel numérique à tous vos clients pour leur demander de faire une évaluation vidéo. Mais au lieu de simplement demander de faire une vidéo et de la recevoir par SMS, qui sera, vous le savez..., une vidéo de plus ou moins bonne qualité, ce réalisateur virtuel leur posera des questions, et leur demandera de répondre à ces questions par le biais d'une phrase complète. Par exemple, il les avertira si la lumière n'est pas assez vive. Il leur dira si le son n'est pas assez fort. C'est ainsi que vous obtiendrez des vidéos très bien produites, sans pour autant qu'elles soient produites de manière exagérée. Nous en avons récemment envoyé un à un groupe de personnes, en leur offrant une carte-cadeau d'un certain montant, et nous avons reçu plusieurs vidéos en l'espace d'une semaine. Et ce qui est génial, c'est qu'en tant qu'organisation, vous disposerez non seulement d'un excellent contenu créé par l'utilisateur, ou CCU comme nous l'appelons, mais les utilisateurs pourront aussi publier la vidéo qu'ils ont créée, puisqu'elle sera modifiée automatiquement. Encore une fois, l'IA, une petite intro, une petite outro, et vos adeptes auront la possibilité de la diffuser sur leurs canaux sociaux. Ils pourront la publier sur des groupes Facebook, sur des groupes WhatsApp, etc. Il s'agit donc d'un excellent outil. Certaines entreprises créent des dossiers Google, des boîtes de dépôt où ils stockent un tas de fichiers et de ressources qu'ils partagent avec leurs meilleurs adeptes en leur disant : « Si vous partagez un fichier ce mois-ci, faites-le-nous savoir, faites une capture d'écran, et vous aurez la chance de participer à un tirage au sort pour gagner X ».

MAGGIE :

Merci Darian.

DARIAN :

Avec plaisir.

MAGGIE :

Vous m'avez tout simplement impressionnée dans de nombreux domaines. En effet, il y a beaucoup de choses à prendre en compte.

DARIAN :

Je voudrais terminer par quelque chose, à savoir les miettes de biscuits. Il y a eu une grande période où Apple supprimait les biscuits, et dans tout le secteur du marketing et des petites entreprises, on parlait de biscuits. Mais si vous pensez à Hansel et Gretel, et à une sorte de fil d'Ariane, n'est-ce pas? Je vais appeler ça le fil d'Ariane. La raison pour laquelle il est important que vous ayez un bulletin d'information et le média Google Maps, et, encore une fois, si vous souhaitez vous aventurer au-delà, pas de problème. Mais encore une fois, commencez par ces points de départ, car il est important de disposer de plusieurs points de contact avec vos clients. On parle de sept points de contact pour faire en sorte qu'un client s'intéresse à vous, qu'il vous prenne au sérieux, ou qu'il réfléchisse à vos services ou à vos produits. Quels sont donc les points de contact dont vous avez besoin? Et il se peut que vous découvriez que vos clients passent beaucoup de temps sur Reddit ou sur Quora, ou qu'ils lisent Coffee News, n'est-ce pas? Quel que soit le point de contact, déterminez l'endroit où ils se trouvent, et cherchez à être présent et à trouver le fil d'Ariane, ce point de contact qui vous permettra de les guider vers vous. Des personnes semblables pourront être dirigées vers vous, ce qui vous permettra de trouver d'autres clients, et de les attirer dans votre entreprise.

MAGGIE :

Génial. Merci Darian.

DARIAN :

Avec plaisir.

MAGGIE :

C'était Darren Kovacs. Le fondateur de Jelly Digital Marketing.