

UNE JOURNÉE POUR DEVENIR UN PRO D'INTERNET ET DES RÉSEAUX SOCIAUX

Devenir un pro de l'internet et des réseaux sociaux pour améliorer sa visibilité en local et, ce qui est finalement le plus important, développer son activité : tel est l'objectif de la formation Batigital. Une formation d'une journée entièrement gratuite mise en place pour aider les entreprises du bâtiment, et notamment les plus petites d'entre elles, à s'approprier les outils numériques.

Dire qu'Internet a pris une ampleur considérable dans la vie de tout un chacun est un lieu commun, l'immense majorité de la population française étant aujourd'hui connectée. Un chiffre, pour avoir un ordre d'idée de son impact sur vos métiers : 80 % des Français déclarent utiliser Internet pour rechercher un professionnel et près de 70 % prennent le premier contact directement en ligne. De quoi aider à prendre la mesure de l'ampleur du phénomène... Quant aux avis clients, ils pèsent de plus en plus dans la prise de décision : plus des deux tiers des internautes se disent influencés par les commentaires laissés par d'autres. D'où l'importance de soigner sa « e-réputation ». Car si le bouche à oreille a toujours été le moteur de l'activité des artisans, celui-ci se fait de plus en plus sur Internet... Soigner sa réputation sur le web, développer sa visibilité en local, s'approprier les outils numériques pour y parvenir et, in fine, pour conquérir de nouveaux clients : c'est tout cela que vise la formation Batigital.

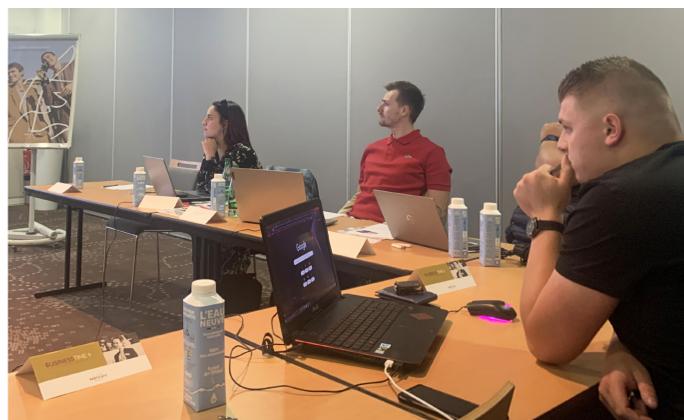
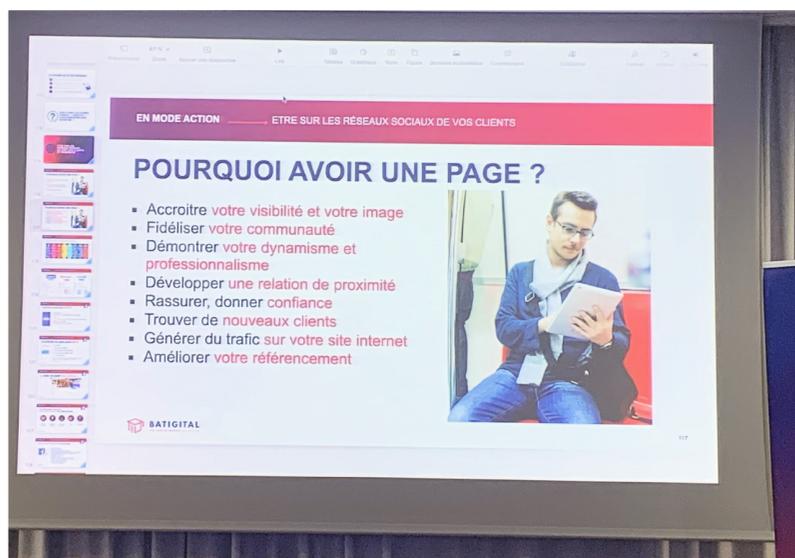


Son objectif : aider les pros du bâtiment à trouver leur place et à se développer dans un monde de plus en plus digital, en les accompagnant dans leur transformation numérique.

UNE FORMATION 100 % GRATUITE

Porté par Jean-François Treil de l'agence Jour de Marché, à l'initiative de France Num et BPI France dans le cadre de France Relance, le programme Batigital réunit les compétences de quatre experts de l'animation, de la formation et du digital, tous fins connaisseurs du secteur du bâtiment. L'objectif est de former plus de 1500 TPE/PME du bâtiment d'ici fin 2022. S'il est destiné aux artisans du bâtiment, le programme Batigital cible en priorité les industriels et les distributeurs, qui peuvent ainsi proposer à leurs clients des formations entièrement gratuites, financées par l'Etat. Une cinquantaine d'entre eux ont déjà franchi le pas.

Les sessions d'une journée ont lieu sur l'ensemble du territoire, en s'appuyant sur 30 formateurs en régions. Il suffit de composer un groupe d'au moins huit professionnels et le tour est joué. Une même entreprise peut bénéficier jusqu'à deux journées de formation si besoin. Pour les fabricants



comme pour les distributeurs, il s'agit clairement d'une opportunité de proposer à leurs réseaux une action originale à valeur ajoutée, vecteur tout à la fois de croissance et de fidélisation.

TRUCS ET ASTUCES

La formation Batigital s'articule autour de trois socles principaux :

- l'amélioration du référencement de son site Internet sur les moteurs de recherche pour apparaître en tête des recherches : cibler les mots clés, alimenter régulièrement son site, etc. Mais aussi savoir utiliser de façon optimale Google My Business, dont l'efficacité n'est plus à prouver.
- apprendre à gérer les avis clients, les bons, mais aussi les moins bons, auxquels il est

LE SAVIEZ-VOUS ?

Chaque minute en France :

- ✓ 69 millions de messages sont envoyés sur WhatsApp et Messenger
- ✓ Près de 200 millions de mails sont envoyés
- ✓ 500 heures de contenu YouTube sont mis en ligne
- ✓ 5000 téléchargements TikTok
- ✓ Plus de 9000 connexions LinkedIn
- ✓ 1,36 million d'euros dépensés en e-commerce...

RÉSEAUX SOCIAUX : LES TRUCS POUR SE LANÇER

A SAVOIR :

- Une publication est présentée à seulement environ 10-20 % des abonnés qui vous suivent. Si la publication génère de l'interaction, l'algorithme estime qu'elle présente un intérêt et la présente à nouveau à un autre groupe de 10-20 % de vos abonnés, et ainsi de suite.
- diversifiez vos contenus en évitant les messages uniquement commerciaux. Créez du lien, publiez des événements, des photos avant/après, etc.
- le texte doit être court (4-5 lignes environ) et dynamisé par quelques émojis (mais pas trop quand même...)
- si vous repartagez une publication, faites un commentaire, c'est mieux
- terminez votre message par un «call

to action». En français : une phrase qui incite à faire quelque chose, par exemple : n'hésitez pas à nous appeler, cliquer sur le lien en dessous pour en savoir plus, ou encore : découvrez nos nouveautés, etc.

- et toujours : se mettre à la place du destinataire : «*est-ce que je cliquerais sur ce contenu si je le voyais dans mon fil d'actualité ?* »

- Regardez ce que font vos concurrents, ça donne des idées... (sans copier !)

- Préparez vos publications à l'avance pour les programmer (il existe des outils pour ça)

- Publiez a minima une fois par semaine.

- A quel moment de la journée ? Idéalement avant la pause déjeuner ou en fin de journée.

impératif de toujours répondre en montrant que l'on a pris en considération les remarques.

- et enfin les trucs et astuces pour animer une page sur les réseaux sociaux avec un maximum d'efficacité. Créer une page sur un réseau social permet d'accroître sa visibilité, de montrer votre dynamisme et votre savoir-faire. Aller là où vos clients et prospects passent du temps. C'est aussi un moyen de

générer du trafic sur votre site (sans oublier d'insérer un lien de redirection !).

Le tout, accompagné de travaux pratiques pour une mise en application simple et immédiate. La formation permet aussi de faire son apprentissage sur des outils simples à utiliser par exemple pour retravailler des photos ou sous-titrer une vidéo. Bref, devenir en quelque sorte l'«influenceur» de votre entreprise. ■

EN DIRECT DE COMPIÈGNE

Mickaël Willaume, Geoffrey Smus, Jeremy Lagasse et Mathilde Lefroy ont suivi une formation Batigital organisée à Compiègne à l'initiative d'Atlantic qui a réuni quelques-uns de ses clients installateurs. L'occasion pour certains de se lancer dans le digital, et pour d'autres déjà plus avancés de se perfectionner et d'élargir leurs connaissances.

MICKAËL WILLAUME (SOCIÉTÉ DIMAO) DANS LE BAIN DEPUIS LE DÉBUT

Mickaël Willaume n'est pas vraiment un débutant du web. Ce plombier-chauffagiste qui s'est fortement développé dans le traitement de l'eau, navigue depuis longtemps sur Internet et les réseaux sociaux. «On utilise Facebook et Google My Business depuis la création de l'entreprise. On a commencé par publier des posts montrant ce que l'on sait faire, des images, des vidéos, etc. On utilise beaucoup Google My Business qui est très efficace quand un client est en recherche d'une bonne entreprise au niveau local». Le but, bien évidemment, est de développer son



chiffre d'affaires. «Les avis clients sont très importants. Les clients nous le disent, ils viennent vers nous grâce aux avis. Le digital, c'est l'avenir. Il y en a qui ne veulent pas y toucher, on peut les comprendre, mais c'est prendre le risque de manquer le train. Moi, j'ai 30 ans, je suis né dedans !»

GEOFFREY SMUS (ENTREPRISE SMUS)

POUR AMÉLIORER SA VISIBILITÉ SUR INTERNET

Artisan électricien, Geoffrey Smus travaille avec son père. Agé de 26 ans, c'est lui administre le site de l'entreprise, via Google My Business, le met à jour et gère les avis clients. Ce qu'il attend



→ (Suite)

→(Suite)

UNE JOURNÉE POUR DEVENIR UN PRO D'INTERNET ET DES RÉSEAUX SOCIAUX

de la formation Batigital ? Avant tout qu'elle lui donne les outils pour travailler la visibilité de l'entreprise sur le web. «On est connus en électricité, on a une clientèle fidèle. On l'est moins en alarme/domotique, un secteur que l'on a l'intention de développer. C'est pour cela que je me suis inscrit à cette formation». D'autres chantiers sont d'ores et déjà prévus : se perfectionner sur les réseaux sociaux et travailler le référencement du site.

JEREMY LAGASSE ET MATHILDE LEFROY
(SARL CORDEVANT «L'ART DU CHAUFFAGE»)
NÉS AVEC UN TÉLÉPHONE À LA MAIN

Avec ses trois magasins à Chauny, Saint Quentin et Cormontreuil, la société Cordevant (et son nouveau slogan «l'Energie autrement») rayonne sur la Picardie, les Ardennes, la Marne et l'Aube. Sa spécialité : les ENR (granulés, bois, clim, PAC, solaire, etc.) pour lesquelles elle possède toutes les qualifications. L'entreprise dispose de son site Internet depuis environ 8 ans. Depuis quelques années, elle est active sur les réseaux sociaux, sous l'impulsion de Jérémy, principalement sur Facebook et Instagram. «Chaque semaine, les techniciens nous envoient des photos de leurs travaux. Mathilde les trie et crée des posts avec un texte sympa

et accrocheur. Les gens commentent, mettent des avis, réagissent. On fait aussi des posts lors des événements, par exemple à Pâques ou Halloween, et de temps en temps des jeux concours». Le dernier en date, qui permettait de gagner une palette de granulés, a connu un succès inattendu : 65 000 «likes» ! «Il suffisait de liker la page et de la partager. Ça a fait tache d'huile, on a eu des gens des 4 coins de la France, bien au-delà de notre zone de chalandise !» Ce qu'il attend de la formation Batigital ? «Aller encore plus loin dans la maîtrise des outils. On s'est formés sur le tas. La prise en main est assez simple, on est jeunes, on est nés avec un téléphone à la main. Et puis, ça crée une certaine forme d'émulation dans l'entreprise». ■





GÉOTHERMIE
Lemasson
concepteur et fabricant français depuis 1975

Chauffage - ECS - Climatisation

50 kw puissance de 20 à 50kw illimitée avec solution modulaire

100% made in France

50 ans presque 50 ans d'expérience et de savoir-faire

La solution idéale pour le changement d'énergie

Du pavillon au château

Bâtiment tertiaire et industriel

Autres applications

Sans carte électronique

Châssis et tôlerie inox

Circuit frigorifique 100% confiné sans entretien

Echangeurs coaxiaux

Conception sur mesure



INDUS

02.31.05.21.21

lemasson ce n'est pas seulement l'indus, c'est bien plus : www.lemasson.fr