LA FABRIQUE DE L'EXPORTATION

Masterclass du 3 décembre 2020

Les réseaux sociaux, accélérateurs de l'internationalisation des PME

- Olga Chevé, consultante et professeure vacataire à l'Essca School of Management

Les recommandations stratégiques de La Fabrique de l'Exportation

01 — DIAGNOSTIC

Comprendre les atouts propres aux réseaux sociaux

Études de marché, veille concurrentielle ou renseignement sur un distributeur peuvent désormais se mener à distance et en continu.

02 — IDENTITÉ

Aligner son identité numérique et son identité offline

Une veille sur son e-réputation et une charte de conduite renforcent la cohérence perçue par les partenaires étrangers.

03 — CONTENU

Définir une ligne éditoriale adaptée à chaque plateforme

Contenus experts sur LinkedIn, émotion sur Facebook, visuels sur Instagram : chaque réseau appelle un ton différent.

04 — MOTS-CLÉS

Lister les mots-clés et hashtags du secteur en plusieurs langues

Une cinquantaine de termes traduits facilite la visibilité de l'entreprise auprès des audiences étrangères ciblées.

05 — ÉCOSYSTÈME

Cartographier son écosystème avant de s'y positionner

Identifier qui innove, produit, vend ou utilise permet de choisir la posture la plus stratégique sur la plateforme.

06 — LEADERSHIP

Se positionner en pivot de son écosystème digital

Collaboration, co-innovation et co-construction permettent d'activer l'effet de réseau indirect et de multiplier les opportunités.

07 — FORMATION

Former les équipes export aux codes des réseaux sociaux

Maîtriser la communication marketing digitale devient une compétence aussi stratégique que la négociation commerciale classique.

08 — MESURE

Suivre les indicateurs de performance des publications

Vues, partages et commentaires orientent la ligne éditoriale et renforcent la motivation à poursuivre la démarche.

09 — GOUVERNANCE

Encadrer l'usage des réseaux par une charte commune

Salariés, agents et distributeurs à l'étranger doivent suivre les mêmes règles pour préserver une identité numérique cohérente.