BERTRAND JOUVENOT

LE DIGITAL

à toutes les sauces

CET EXTRAIT VOUS EST OFFERT PAR
BERTRAND JOUVENOT

INTRODUCTION

Mise en bouche

Cette recette digitale est extraite du livre *Le digital à toutes les sauces* de Bertrand Jouvenot.

Un livre comprenant près d'une centaine de recettes digitales, destinées à vous aider à tout savoir préparer, de l'entrée au dessert, depuis la digitalisation de l'entreprise, la stratégie, le management, jusqu'à l'innovation et le produit, en passant par le marketing et la mesure…

Découvrez ici l'une des recettes revisitée par nous, rien que pour vous.
#AToutesLesSauces

Bonne dégustation !

Bertrand Jouvenot

RECETTE N° 53

La loi 90 - 9 - 1

TEMPS · Plusieurs mois
NOMBRE DE PERSONNES · 2 à 10
DIFFICULTÉ · ★

Mise en bouche

Si tout le monde utilise Internet aujourd'hui,
le rôle que les uns ou les autres y jouent est sensiblement différent.

Le principe 90 / 9 / 1 stipule que dans le digital :

- 90 % sont des consommateurs passifs qui ne contribuent jamais.
- 9 % participent occasionnellement.
- 1 % de la population contribue de façon active.

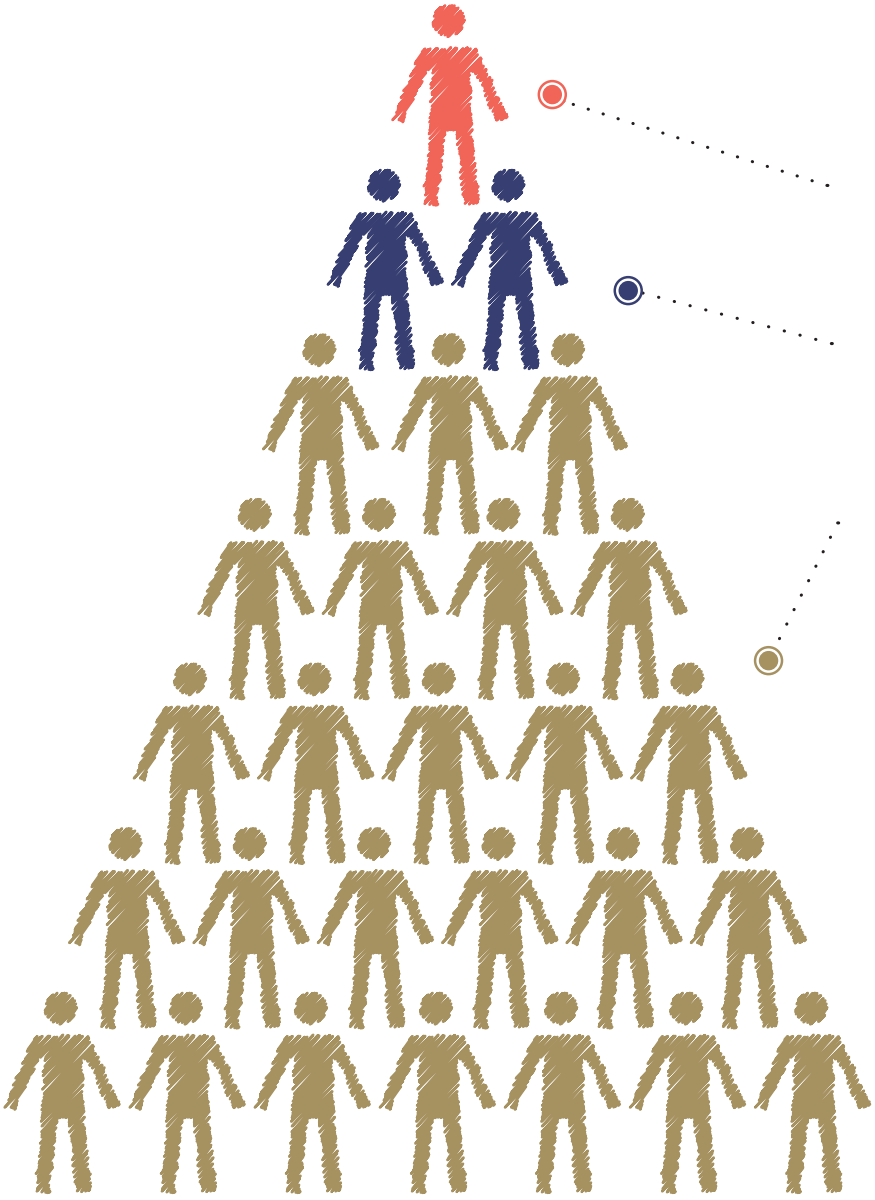
Ce découpage est loin d'être une hypothèse et a fait l'objet de suffisamment de vérifications empiriques pour être établi comme une loi.

Il met à mal la croyance souvent rencontrée selon laquelle les clients d'une entreprise sont plus enclins qu'on ne l'imagine à interagir avec la marque où même à s'exprimer à son sujet.

Cette loi se vérifie également en interne, lorsque des collaborateurs sont associés à une stratégie de déploiement de l'entreprise sur les réseaux sociaux.

ACCOMPAGNEMENT
Cette recette se mariera avec le *Minimum Viable Product*, le *Product Market Fit*, le *buzz*, l'arbre de décision du *social media*, le *Brand Content*

La règle 90-9-1
De la participation en ligne



1% Contributeurs
Utilisateurs qui contribuent souvent

9% Occasionnels
Utilisateurs qui observent et participent occasionnellemen

90% Passifs
Utilisateurs qui observent mais ne participent pas.

ESTIMEZ LA PARTICIPATION
EN LIGNE

Source :
Emmanuel Fraysse, Business is digital, Editions Kawa, 2013.

Vos clients les plus actifs dans le monde digital sont comme l'arbre qui cache la forêt. Et votre chiffre d'affaires se cache dans la forêt.

Au menu

◇ Objectif

ANTICIPER le taux de participation des clients d'une entreprise au sein d'une communauté, sur les réseaux sociaux, etc.

IDENTIFIER les ambassadeurs d'un produit ou d'une marque.

ADAPTER l'effort marketing en fonction de la contribution de différents profils de clients.

L'ASTUCE DU CHEF

Les clients les plus actifs sur Internet ne sont pas nécessairement les plus gros clients.

Intégrez le fait que certains des Actifs et des Participants occasionnels ne sont pas dans votre base de données, voire pas des clients.

◇ Contexte

Ce principe est utile lorsqu'une entreprise s'interroge sur la plus ou moins grande participation des membres d'une communauté qu'elle a créé ou rejointe.

Il permet à une initiative digitale à la recherche de son *MVP* *(cf. Recette 36)* ou de son *PMF* *(cf. Recette 37)* d'orienter ses recherches vers des communautés où les 1% d'actifs correspondent à sa cible.

Préparation & Cuisson

◇ Étapes

1. Repérez et isolez les clients réagissant sur les réseaux sociaux.
2. Confrontez la liste avec les clients en base de données.
3. Isolez les Actifs (1%) et les Participants occasionnels (9%).
4. Définissez les actions permettant de travailler spécifiquement ces deux cibles.

◇ Méthodologie et conseils

- Prendre le temps d'étudier minutieusement la liste des Actifs (1%) afin de repérer les journalistes, vos concurrents, les influenceurs, vos collaborateurs…
- Identifier leurs canaux de prédilection : blogs, Twitter, Facebook, etc. Croiser le travail effectué avec celui entamé au sujet de votre e-réputation *(cf. Recette 50)*.
- L'utiliser également pour affiner les items 3 et 4 de votre recette permettant d'évaluer la viralité potentielle d'une campagne ou d'un message *(cf. Recette 47)*.

DÉGUSTATION

Cette loi permet de focaliser l'attention de l'entreprise là où il faut.

Elle souligne la dichotomie entre ce que le digital peut apporter en terme d'image et en terme de volume d'affaires.

Ça vous a plu ?

Pour vous régaler encore, avec près d'une centaine d'autres recettes digitales, passez la commande.

Commander ici

www.ledigitalatouteslessauces.com

---

www.jouvenot.com

conception graphique, iconographie & mise en pages

nun { design & arts graphiques }

---

www.nundesign.fr

nun.artsgraphiques

nun.designgraphique