



BERTRAND JOUVENOT

.....

DOPEZ VOTRE STRATÉGIE DIGITALE

.....

72 fiches pratiques

INTRODUCTION

Mise en bouche

Cette recette digitale est extraite du livre *Dopez votre stratégie digitale* 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 à la mesure....

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

Bonne dégustation !

Bertrand Jouvenot

La loi 90/9/1



TEMPS • plusieurs mois

NOMBRE DE PERSONNES • 2 à 10

DIFFICULTÉ • ★

Présentation

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 numérique :

- 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.

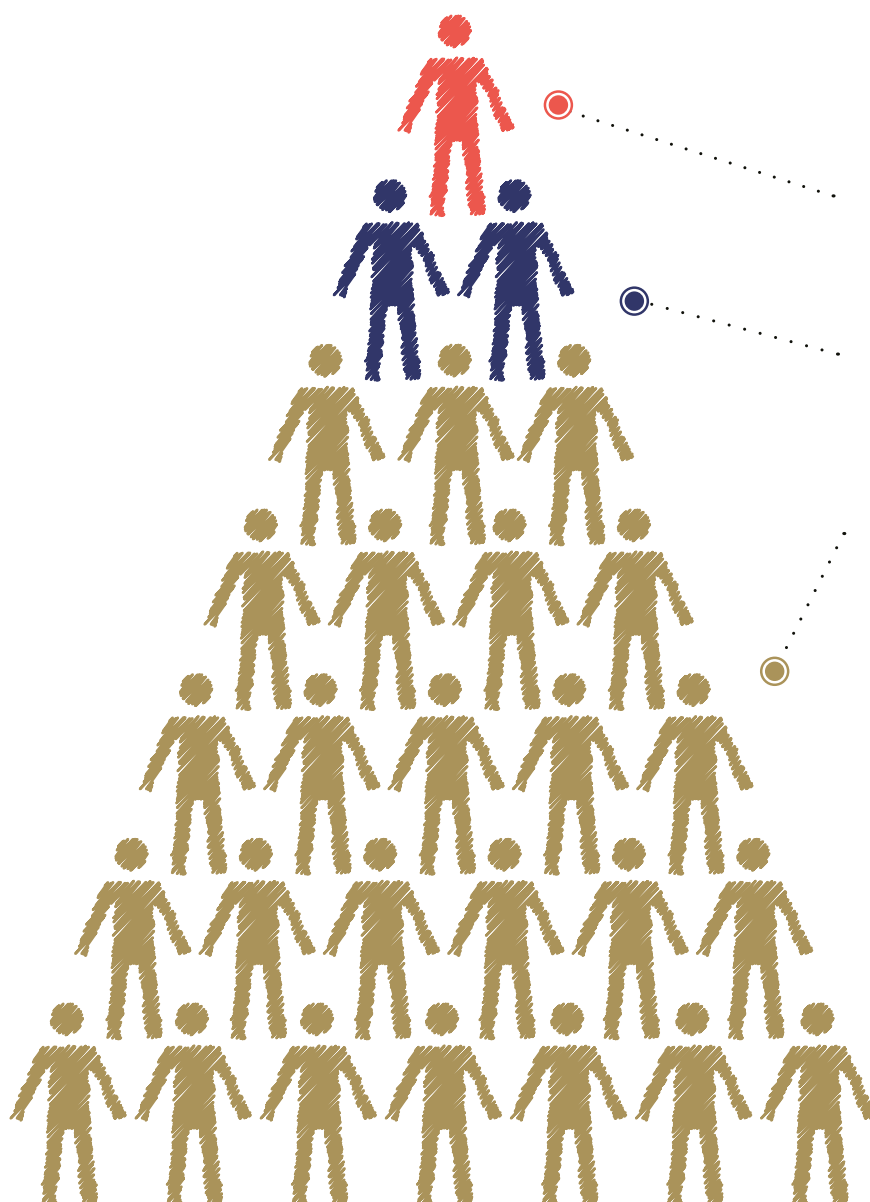


POUR ACCOMPAGNER

Cette fiche pourra être combinée 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 occasionnellement

90% Passifs

Utilisateurs qui observent mais ne participent pas

ESTIMEZ LA PARTICIPATION EN LIGNE

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

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

Attention

- ◆ 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.

Au sommaire

◇ 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.

◇ 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 créée ou rejointe.

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

Préparation et mise en œuvre

◇ 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 visant spécifiquement ces deux cibles.

◇ Méthodologie et conseils

- Prenez le temps d'étudier minutieusement la liste des actifs (1 %) afin de repérer les journalistes, vos concurrents, les influenceurs, vos collaborateurs.
- Identifiez leurs canaux de prédilection : blogs, Twitter, Facebook, etc.
- Croisez le travail effectué avec celui entamé au sujet de votre e-réputation (► FICHE 50).
- Utilisez-le également pour affiner les items 3 et 4 de votre fiche pour évaluer la viralité potentielle d'une campagne ou d'un message (► FICHE 47).

OBSERVATIONS

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

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

Ça vous à plus ?

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

Commander ici

www.jouvenot.com

CONCEPTION GRAPHIQUE, ICONOGRAPHIE & MISE EN PAGES

nun { design & arts graphiques }

WWW.NUNDESIGN.FR

 [NUN.ARTPHOTOGRAPHIQUES](#)

 [NUN.DESIGNGRAPHIQUE](#)