



Appel à candidature Émerger et vendre grâce au numérique Développer sa stratégie digitale dans les métiers d'art, le design ou la mode

La stratégie digitale sert à assurer la visibilité de votre entreprise et de ses produits en développant efficacement une activité sur internet et les médias sociaux. En tant que stratégie, elle sert à attirer de nouveaux clients et construire une relation plus marquée avec ces derniers pour les fidéliser. Le cursus « Emerger et vendre grâce au numérique » vous apportera les clés nécessaires dans l'évolution de votre projet en e-commerce et l'optimisation de votre présence digitale.

Objectifs :

- Développer et optimiser sa présence en ligne, en fonction de son offre et de sa vision
- Comprendre comment construire une marque puissante et la faire perdurer
- Élaborer sa propre stratégie de communication de marque sur son site web et les réseaux sociaux
- Définir les moyens financiers et/ou humains à mettre en place pour développer sa stratégie
- Choisir sa propre organisation pour produire des prises de parole pertinentes et récurrentes

Quoi ?

Le présent appel à candidature vise à sélectionner des entreprises qui pourront bénéficier d'un accompagnement (Tarif 350 €) pour les aider à **renforcer ou mettre en place une « stratégie digitale »** communication/e-commerce, à même de favoriser leur développement commercial (coût réel 2000 €/personne).

Contenu et calendrier ?

Une **session collective** qui se déroulera le **vendredi 6 octobre**, suivie de **quatre sessions d'accompagnement individuel** d'octobre 2023 à janvier 2024 (cf. contenu détaillé et calendrier ci-dessous).

Pour qui ?

L'appel à candidature est ouvert à toute entreprise :

- Créée avant mi-2022
- Dans les secteurs **Métiers d'art, Mode ou Design**
- Ayant déjà **développé une offre produit**
- Ayant déjà engagé une **expérience commerciale et en capacité d'identifier les freins à son développement**
- **Possédant** un site de vente en ligne ou présent sur une plateforme de vente en ligne
- **Entreprise francilienne**

Les bénéficiaires doivent avoir débuté une commercialisation de leur produit, quel que soit le canal de distribution, avec succès ou non, afin d'avoir déjà des retours concrets de clients ou prospects. La maturité de la stratégie commerciale sera particulièrement étudiée.

Déroulement de l'appel à candidature :

Date limite de dépôt des candidatures : 12 septembre 2023 à midi

Réponse vers le mercredi 20 septembre 2023

L'analyse des candidatures sera faite conjointement par le BDMMA et par Séphora Talmud, la consultante et formatrice qui animera l'accompagnement.

Pour candidater vous devrez joindre :

- Une fiche INSEE ou extrait de Kbis récent
- Une copie de votre pièce d'identité
- un document de présentation (format pdf) **intégrant des visuels de vos créations** et répondant aux questions suivantes :
 - Nom, prénom (pour chaque dirigeant)
 - Nom de marque
 - Présentation de l'entreprise : statut, date création, structuration RH le cas échéant
 - Décrivez votre offre produit, positionnement, stratégies commerciale et digitale actuelles?
 - De quels outils bénéficiez-vous pour communiquer sur votre projet et pour la commercialisation ? (Indiquer les url)
 - Précisez votre(s) typologie(s) de clients et vos chiffres d'affaire en 2022 et en 2023 ?
 - Quels moyens pensez-vous mettre en place ou de quels moyens disposez-vous (financiers, humains, RH...) à moyen terme pour développer votre stratégie digitale ?
 - Quels freins avez-vous identifiés dans votre stratégie digitale et comment cet accompagnement peut vous aider dans le développement de votre activité ?

Engagements des bénéficiaires

Les bénéficiaires s'engagent à être présents à l'ensemble des interventions (collectives ou individuelles) indiquées ci-dessous.

L'intervenante : Séphora Talmud

Séphora Talmud est consultante, coach et formatrice, spécialisée en stratégie de communication 360° et marketing digital dans la mode, le luxe et la tech.

Elle est diplômée du Global Fashion Management Executive MBA de l'Institut Français de la Mode. Elle a débuté sa carrière en 2011 à la communication des événements Who's Next & Première Classe. Depuis 2018, elle conseille de manière indépendante des grands groupes de luxe, des marques de mode et d'accessoires, ainsi que des startups. Elle enseigne également dans de grandes écoles de mode et de commerce.

Son but ? Aider ses clients à atteindre leurs objectifs, en engageant leur audience grâce à des prises de parole cohérentes sur tous les points de contact avec leurs cibles.

ACCOMPAGNEMENT COLLECTIF

**Vendredi 6
octobre 2023**

Sessions 1 et 2 :

Tronc commun aux 10 créateurs (format collectif)

Séance collective 1 (9h30-12h) : Storytelling et brand content, les mises en récit pour construire une marque puissante

- Déterminer les objectifs de la communication de la marque
- Déterminer les cibles de cette stratégie
- Définir les messages à transmettre aux cibles
- Comprendre les différentes méthodologies avec des exemples de bonnes pratiques (SONCAS, BAC, Pourquoi, Storytelling, Brand Content)
- Choisir les supports de communication adaptés

Séance collective 2 (13h30 - 16h) : Site web et Instagram, traduire sa marque et son offre sur ses canaux digitaux et engager sa communauté

- Comprendre les bases de l'engagement (organique et payant) sur Internet et sur Instagram
- Structurer son site Internet / e-shop pour optimiser les parcours clients et vendre
- Créer son storytelling grâce à différents formats sur son site web et sur Instagram
- Valoriser son storytelling grâce à l'apprentissage de techniques photo et vidéo.

ACCOMPAGNEMENT PERSONNALISÉ

Suivi individuel de chaque entreprise bénéficiaire

Idéalement, la première séance aura lieu en présentiel au BDMMA.

Puis, chaque séance aura lieu soit sur Microsoft Teams, soit au BDMMA si un minimum de 3 réunions d'entreprises bénéficiaires ont lieu dans la même journée et si Séphora Talmud est présente à Paris à ce moment-là.

Les numéros de semaines sont donnés à titre indicatif. Les séances seront à caler au fur et à mesure, en fonction des disponibilités et des avancées de chaque entreprise bénéficiaire. L'idéal étant de laisser 3 à 4 semaines entre chaque séance pour l'entreprise bénéficiaire afin d'avoir le temps de travailler sur les différents sujets abordés.

Semaine 42

Séance de travail 1 : "séance divan" (2h)

Faire le point sur les problématiques de développement de la marque
Commencer à identifier quelques éléments d'ADN différenciant

Semaine 45/46

Séance de travail 2 : "plate-forme de marque" (2h)

Créer une première plate-forme de marque à laquelle le créateur pourra se référer : mission / cible clients / promesse / personnalité

Semaine 49/50

Séance de travail 3 : "architecture site web / e-shop" (2h)

Traduire la plate-forme de marque dans le site web : quelles grandes sections, quelle expérience client, quelle offre sur l'e-shop et quelle façon de la présenter

Semaine 3/4 (2024)

Séance de travail 4 : "planning éditorial Instagram" (2h)

Traduire la plate-forme de marque dans le compte Instagram : définition des grands types éditoriaux et d'un planning-type de publication réaliste par rapport aux moyens de la marque
Définir l'organisation adaptée (moyens, outils, planning) pour une production régulière et réaliste