spot hit Magazine #8

On en parle

Le RCS
Du rêve à la réalité !

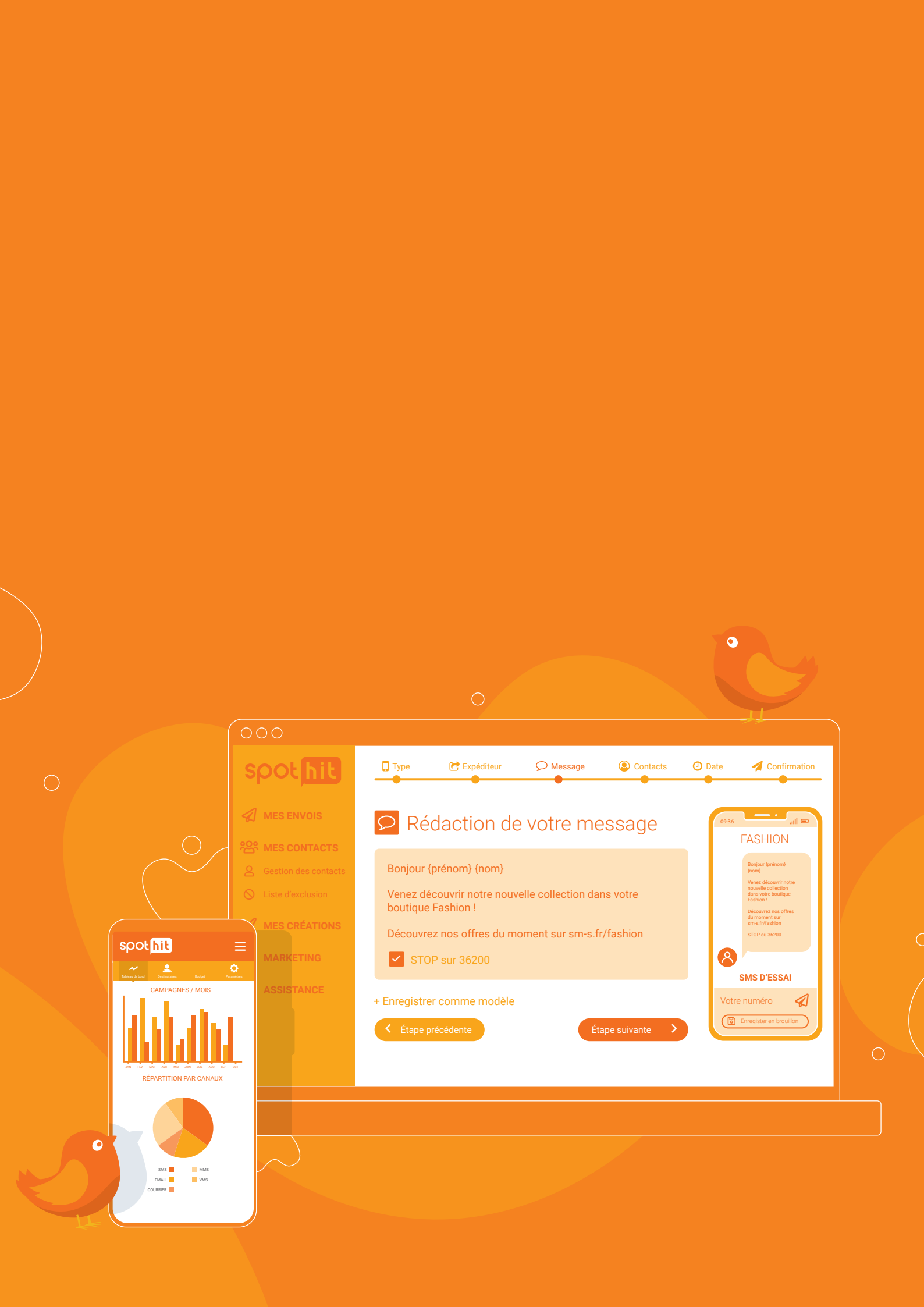
Zoom sur

Le calendrier marketing
L'outil indispensable

Dossier

La plateforme 2020
Déroulement du projet

Magazine trimestriel offert à nos clients et partenaires. Ne plus le recevoir : spot-hit.fr/stop-mag


spot hit
MES ENVOIS
MES CONTACTS
Gestion des contacts
Liste d'exclusion
MES CRÉATIONS
MARKETING
ASSISTANCE
Type
Expéditeur
Message
Contacts
Date
Confirmation
Rédaction de votre message
Bonjour {prénom} {nom}
Venez découvrir notre nouvelle collection dans votre boutique Fashion !
Découvrez nos offres du moment sur sm-s.fr/fashion
STOP sur 36200
+ Enregistrer comme modèle
Étape précédente
Étape suivante
09:36
FASHION
SMS D'ESSAI
Votre numéro
Enregistrer en brouillon
CAMPAGNES / MOIS
RÉPARTITION PAR CANAUX
SMS
MMS
EMAIL
VMS
COURRIER

Édito

Bienvenue

Bonjour !

Dans ce numéro de printemps, nous vous présenterons :

- Le RCS, du rêve à la réalité
- Le calendrier marketing
- Les nouvelles fonctionnalités de la plateforme
- Le témoignage du Groupe COFAQ

Vous découvrirez également, au coeur de cette édition, un dossier exclusif sur la plateforme Spot Hit 2020 disponible depuis quelques jours. Nous vous raconterons en détail les étapes du projet : des premières discussions de travail jusqu'à la livraison de l'outil.

Le mot de la direction

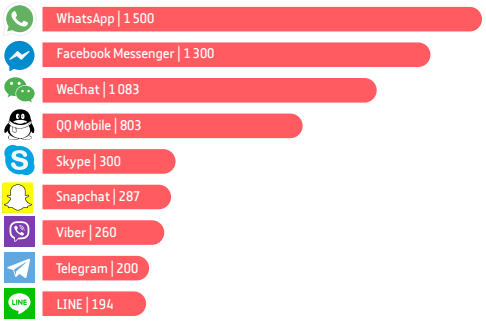
Le marketing digital continue son évolution en 2020. La personnalisation, le conversationnel et l'expérience client sont assurément les axes de développement qui vont retenir l'attention des prochains mois.
L'équipe Spot-Hit est à vos côtés, pour vous accompagner sur ces thématiques, en mettant à votre disposition une nouvelle version de la plateforme au design acidulé et aux fonctionnalités enrichies.

Tout seul on va plus vite, ensemble on va plus loin !

On en parle

Le RCS : du rêve à la réalité !

Nous en parlions déjà dans un magazine précédent mais c'est incontestablement LE sujet d'actualité dans le marché du messaging ces derniers mois.



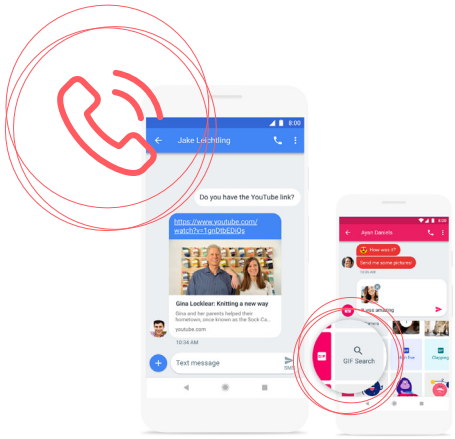
Nombre d'utilisateurs actifs mensuels en millions. *Source : statista.com*

Face à des modes de communication en constante évolution et des utilisateurs toujours plus connectés, les applications de messageries instantanées (WhatsApp, Facebook Messenger, WeChat, Viber, iMessage…) gagnent du terrain et sont utilisées quotidiennement par les possesseurs de smartphones.

Disposant de fonctionnalités identiques et enrichies, le RCS débarque dans nos téléphones afin d'offrir toutes les solutions adaptées aux entreprises pour communiquer avec leurs clients et construire une relation privilégiée avec eux.

Nous vous détaillons, dans l'article ci-dessous, les avancées et les enjeux de ce nouveau canal de communication qui va révolutionner vos campagnes marketing !

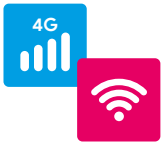
Définition et caractéristiques



Le RCS "Rich Communication Services" est un protocole de communication sur mobile développé par le consortium GSMA (association d'opérateurs mobiles) et dont le déploiement a été largement poussé par Google sur les téléphones Android. Il vise donc à compléter le SMS par un système de messagerie texte plus riche, capable de se connecter avec le répertoire téléphonique et de gérer les appels.

Pour faire simple, le RCS est considéré comme le SMS 2.0.
Il dispose donc de fonctionnalités supplémentaires telles que :

- L'envoi de messages plus longs, sans limitation de caractères
- L'échange de fichiers multimédias : photos, audios, vidéos, PDF…etc
- L'envoi de liens et de réponses pré-écrites
- La conversation multiple ou de groupes
- La possibilité d'être informé lorsqu'un message est lu par le destinataire
- La possibilité d'être informé lorsque le destinataire tape une réponse
- Le partage de géolocalisation



La technologie elle aussi est différente. Alors que le SMS utilise les réseaux GSM pour transiter, le RCS lui passe par la 4G ou le Wi-Fi (technologie OTT "Over-The-Top"). Il a donc besoin d'Internet pour envoyer des données et l'utilisateur doit être connecté pour en bénéficier.

Usages multiples et pour tous

Le RCS pourrait devenir d'ici quelques temps l'outil préféré des entreprises pour leur communication BtoC (d'une entreprise vers les consommateurs finaux). En effet, les exemples d'utilisation sont nombreux et couvrent une large panoplie de secteurs d'activités et d'objectifs de communication.

DE MANIÈRE NON EXHAUSTIVE, NOUS VOUS DONNONS QUELQUES EXEMPLES D'UTILISATION

Marketing :

promouvoir, développer, entretenir

- Lancement de vos nouvelles formules (collections de vêtements, menus de restaurants, destinations de voyages, ouvertures de magasins…)
- Diffusion d'offres spéciales et de bons d'achats
- Invitation à vos événements privés
- Evaluation de la qualité de votre service, de la fidélité de vos clients
- Partage des coordonnées de votre point de vente

Notifications :

informer, rappeler, programmer

- Information d'accessibilité, climatique, sécuritaire…
- Rappel de RDV, relances…
- Gestion des commandes et réservations
- Programmation et/ou modification des informations de livraison

Pour vous aider à vous projeter, nous vous dévoilons un exemple de RCS pour un point de vente dans le prêt à porter qui souhaite communiquer à ses clients sur le lancement de sa nouvelle ligne de vêtements :

Vous l'aurez compris, les usages sont multiples et transforment le marketing direct en conversationnel. Le RCS vous offre la possibilité d'interagir à tout moment et réellement avec vos interlocuteurs. Le client est au centre de l'attention et devient acteur de l'échange en cliquant sur les choix proposés (questions, préférences…), répondant à vos sollicitations (collecte d'information, visite d'URL…) et récupérant les informations que vous lui partagez (coordonnées GPS, fichiers PDF, QR code…).

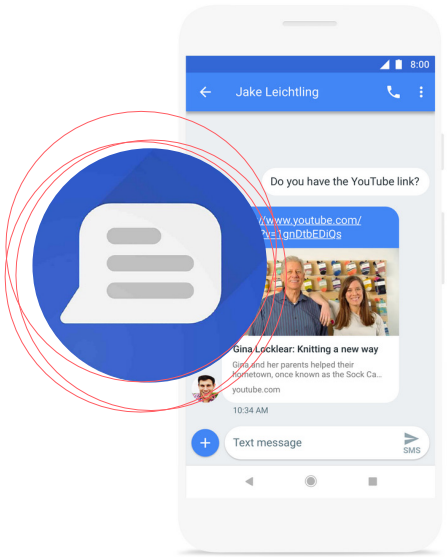
Installation et fonctionnement

COMMENT EN BÉNÉFICIER ?

Le RCS repose sur une application native à tous les smartphones Android et ne nécessitera à terme aucune installation. Le déploiement sur tous les téléphones dans votre application de messages se fera donc progressivement dans les prochains mois.

Google a décidé d'accélérer le processus, et a annoncé en Juillet 2019, avoir totalement terminé le déploiement, en France, du RCS au sein de l'application Android Messages. En revanche côté opérateurs, le sujet est plus complexe et n'est pas encore harmonisé.

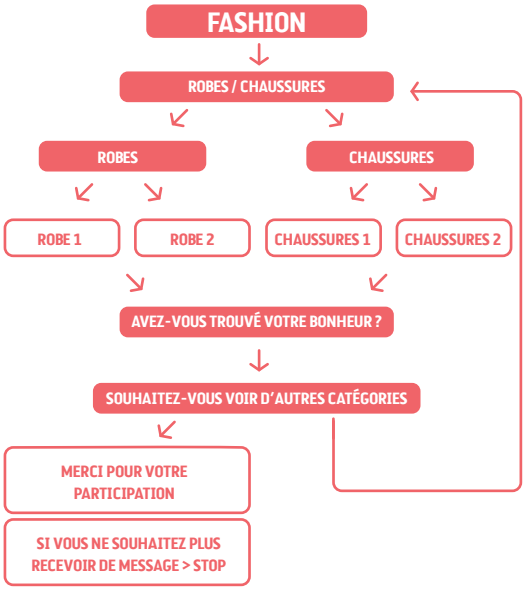
Si vous souhaitez profiter des avantages du RCS dès maintenant, il vous faudra donc utiliser par défaut l'application messagerie de Google, dénommée "Messages". Une fois que vous l'aurez installé, vous n'aurez qu'à activer l'option "Fonctionnalités et chat" et accepter les conditions d'utilisation.



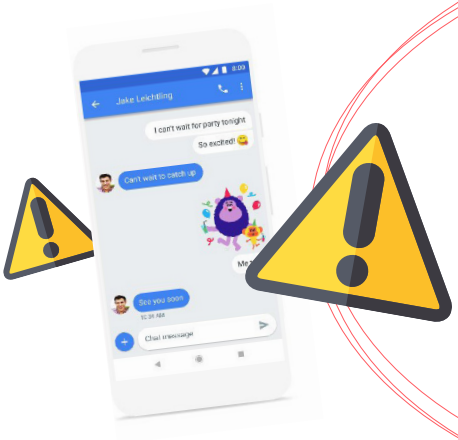
CRÉATION ET SCÉNARIO RCS

Comme lors de la création de vos campagnes SMS, vous serez amené à créer le contenu de vos RCS. Nous vous inviterons à créer des scénarios à partir de nos outils intuitifs intégrés à la plateforme Spot-Hit.

Vous pourrez personnaliser votre identité (nom d'expéditeur, logo, couleurs…) enchaîner les différents types de messages (textes, fichiers, cartes, carrousels…). Tous ces éléments viendront constituer un scénario dessinant un arbre de décision.



Nous vous mettrons à disposition, des scénarios adaptés à vos secteurs d'activité et nous vous accompagnerons dans l'atteinte de vos objectifs (promotion, fidélisation, conquête…) pour que votre expérience RCS soit une réussite.



Le RCS étant un nouveau canal de communication, il est important de vous rappeler qu'il est soumis aux mêmes règles de communication en vigueur que celles du SMS. En accord avec les opérateurs mobiles, l'opt-in RCS est le même que l'opt-in SMS (contrairement aux autres applications de messageries). C'est-à-dire que votre base de données, sur laquelle vous avez le consentement de vos destinataires pour leur envoyer des messages à caractères publicitaires, est donc déjà prête à recevoir vos campagnes RCS.

Alors en attendant l'apparition du canal RCS sur la plateforme Spot-Hit, n'hésitez pas à vous rapprocher de nos équipes si vous êtes prêts à essayer, où si vous souhaitez plus d'informations

Zoom sur

Le calendrier marketing : l'outil indispensable

Pas de doute, la fin et le début d'année sont historiquement des périodes intenses et riches en événements marketing :

Black Friday | Cyber Monday | Fêtes de fin d'année | Nouvel an | Soldes d'hiver | JPO de l'automobile

Et pourtant, il est possible et même stratégique de maintenir une communication tout au long de l'année avec vos clients. Comment ? En vous organisant et en vous appuyant sur un outil indispensable

LE CALENDRIER MARKETING

DÉFINITION

Un calendrier marketing, ou calendrier éditorial, est un document répertoriant toutes les dates qui peuvent s'avérer propices à des actions marketing dans votre domaine d'activité.
Il va vous aider à structurer et planifier vos communications à destination de tous vos publics.

Coup d'œil sur les événements passés qui ont rencontré de nombreux succès

NOVEMBRE	DÉCEMBRE	JANVIER
Black Friday	Cyber Monday (ou en novembre) Fêtes de fin d'année	Nouvel an Soldes d'hiver JPO ...

Black Friday 2019

- +243% VS un jour moyen
- +19% VS Black Friday 2018
- +31% VS Black Week 2018

Source : SEISO

Vous pouvez l'établir sur la période que vous souhaitez : semaines mois année ...

Le plus souvent annuel, vous pouvez le construire comme il vous sera le plus utile

INTÉRÊTS & AVANTAGES

Le calendrier marketing doit être perçu comme un outil central dans votre organisation.
Ses avantages sont nombreux :

- Anticiper vos actions et campagnes marketing
- Planifier et équilibrer vos temps de paroles avec vos clients : temps forts / temps faibles
- Mesurer la cohérence et la diversité de vos communications
- Evaluer la pression marketing
- Organiser votre travail et celui de vos équipes
- Limiter le travail en urgence et séréniser votre emploi du temps
- Prendre de la hauteur sur vos actions quotidiennes

Un objectif final : le bon message, au bon moment, à la bonne personne

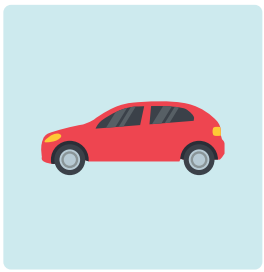
Fini les campagnes de dernières minutes et désorganisées...
Avec cet outil, vous structurez votre démarche et gagner en efficacité. Vous construisez une vision globale de vos communications pour les prochains mois.
L'entraînement et la préparation sont souvent les bases solides du succès !

FONCTIONNEMENT

Identifier les dates clés pour votre activité

Avant toute chose, nous vous invitons à faire le bilan de vos précédentes actions et de répertorier les habitudes que vous avez. Listez simplement les succès dont vous pouvez vous inspirer, comme les erreurs à ne plus reproduire.

Vous pourrez ensuite compléter votre calendrier et classer ces dates par thèmes.



Opérations commerciales

Promotion ou lancement de vos produits et services
Black Friday, fêtes de fin d'années

Opérations occasionnelles

Journées portes ouvertes, déstockage

Evénements incontournables

Salons, soldes d'hiver ou d'été pour les entreprises de prêt à porter

Informations générales

Ouverture ou fermeture exceptionnelle, changement de coordonnées…

Pour vous aider

Il existe de nombreux exemples de calendriers marketing disponibles gratuitement sur internet. Le collectif et la créativité prennent tout leur sens dans cet exercice : sollicitez vos collaborateurs pour les impliquer dans la démarche et répertorier le maximum d'idées !

Vous pouvez bien entendu nous solliciter et nous vous partagerons les bonnes pratiques et les incontournables dans votre secteur activité.

Choisir ses dates avec rigueur

L'objectif de cette étape est de faire des choix. Vous devez vous positionner sur des dates et les inscrire dans votre calendrier. Pour vous aider dans cette prise de décision, il est important d'associer les objectifs et les cibles aux dates retenues.

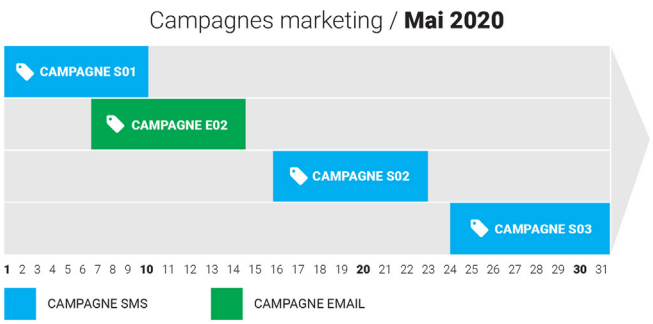
Les exemples ci-dessous peuvent vous aider

OBJECTIF	ACTION	OUTIL
Développer votre CA	Offre commerciale	Code promo, code à gratter
Générer du trafic en point de vente	Soldes	Invitation
Susciter de l'intérêt	Lancement de produit	Landing page, jeu et cadeau
Mesurer la fidélité et mettre à jour vos données clients	Enquête service client	Formulaire, enquête NPS

Une fois ce travail fait, il ne vous restera plus qu'à sélectionner les canaux appropriés pour communiquer et à travailler votre contenu.

Votre calendrier marketing est prêt et pourra vous accompagner tout au long de l'année dans la gestion de vos actions de communication. Affichez-le et partagez-le avec vos collaborateurs et vos points de vente !

Exemple de calendrier



PS

Pensez à analyser les retours et la performance de vos campagnes dans un objectif d'amélioration continue. Tous les outils sont disponibles sur la plateforme Spot-Hit (rapports, statistiques…).

LA PLATEFORME 2020

Découvrez le déroulement du projet “Plateforme 2020”. Depuis les 1ères réflexions jusqu’à la mise en ligne de la plateforme, nous vous expliquons les étapes et les enjeux d’un projet d’entreprise ayant pour objectif de vous faire profiter d’une plateforme au goût du jour et toujours plus performante.

2018 — 2019

01 Naissance du projet

02 Validation du concept

03 Cahier des charges et road map

04 Maquettes

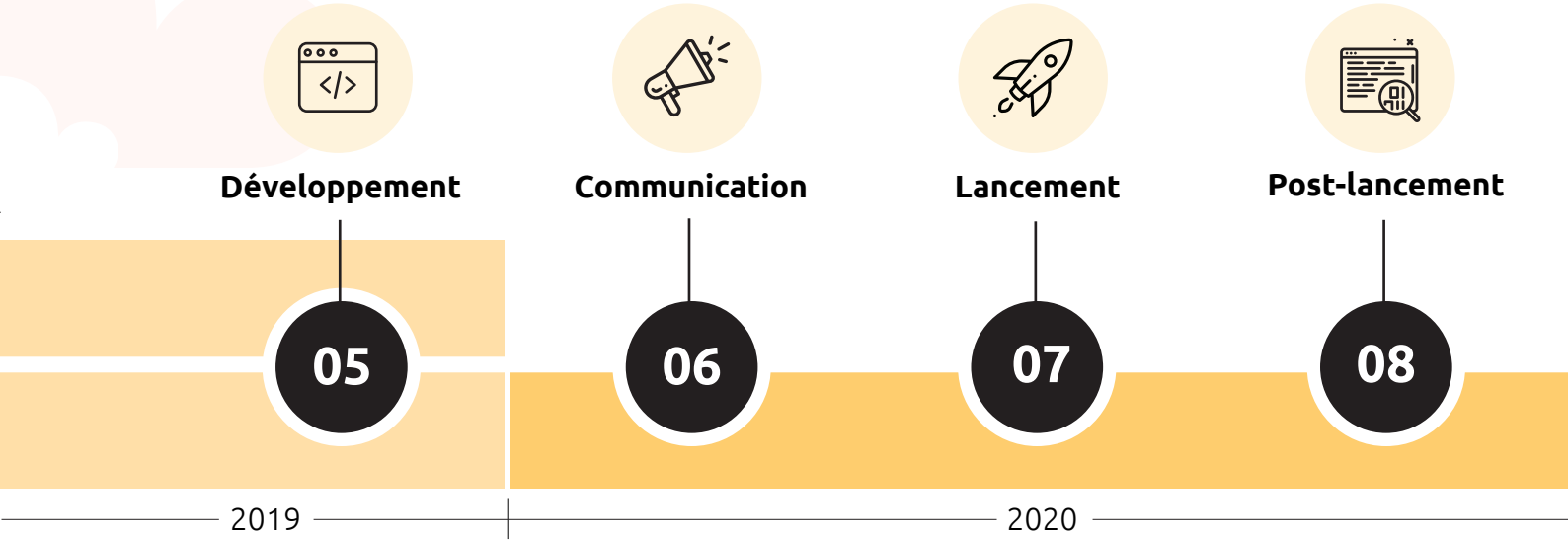
01 Naissance du projet Août 2018

Spot-Hit a toujours placé l’innovation et l’amélioration continue de ses outils comme priorités stratégiques et valeurs de l’entreprise. Les évolutions technologiques et les outils digitaux étant en pleine transformation, il nous paraît indispensable d’être toujours proactifs sur le design et les fonctionnalités de nos outils.

La plateforme Spot-Hit est l’élément central de notre activité, utilisée par des centaines ou milliers de clients chaque jour. Nous travaillons au quotidien pour l’enrichir, imaginer les fonctionnalités de demain tout en pérennisant son accessibilité et son développement.
Nous avons commencé les discussions de refonte graphique et technique de la plateforme en 2018. Sans arrêter de dates à ce stade, nous avons convenu qu’il devenait nécessaire de redesigner la plateforme pour correspondre aux codes et tendances actuelles.

Le sujet a d’abord été évoqué lors de discussions informelles, avant de devenir récurrent et partagé par les équipes avec un objectif prioritaire :

vous faire vivre la meilleure expérience utilisateur !



02 Validation du concept Novembre 2018

Il s'agit d'un projet XXL pour l'entreprise. Ce chantier intègre toutes les composantes de la société : de la technique à la gestion clients en passant par le marketing, l'administration et la direction.

Nous avons, longuement discuté des enjeux et objectifs, sollicité votre avis pour savoir si vous étiez favorables et en attente de certaines évolutions.
La validation du projet a été actée à la fin de l'année 2018 avec pour ambition de vous livrer une plateforme opérationnelle à partir de 2020.

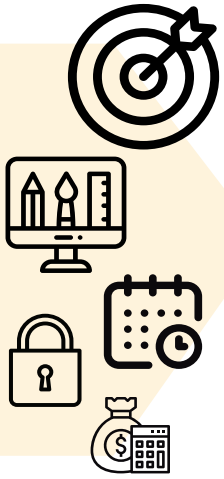
L'équipe projet s'est rapidement constituée avec pour premières missions la création du cahier des charges et de la road map du projet.

03 Cahier des charges et road map Février 2019

Place à la méthodologie !

L'établissement d'un cahier des charges est une étape décisive pour orienter le projet mais aussi pour en assurer sa réussite. Il fait état de toutes les informations nécessaires au succès et à la livraison de la nouvelle plateforme.

- Objectifs
- Esprit et design
- Calendrier & délais
- Participants, intervenants, responsabilités...
- Phases du projet : maquettes, mockup, version bêta-test, lancement…
- Contraintes techniques
- Obligations : sécurisation des données, solutions de repli...
- Coûts et temps passé
- Communication



Nous avons construit une road map précise afin d'organiser la gestion du temps, des ressources et des risques. Ce document de travail, réalisé par l'équipe projet et partagé à l'ensemble des collaborateurs, a été complété par la philosophie et l'état d'esprit du projet :

conserver un comportement agile

04 Maquettes Avril 2019

Le travail de maquettes constituait une étape visible dans la construction de ce projet. Il a permis d'offrir aux équipes les premières images et versions de ce que nous imaginions et avions en tête.

Maquettes visuelles | T1 2019

Les premières maquettes ont été dessinées par le webdesigner à partir des idées des équipes, des tendances marketing et des contraintes techniques.

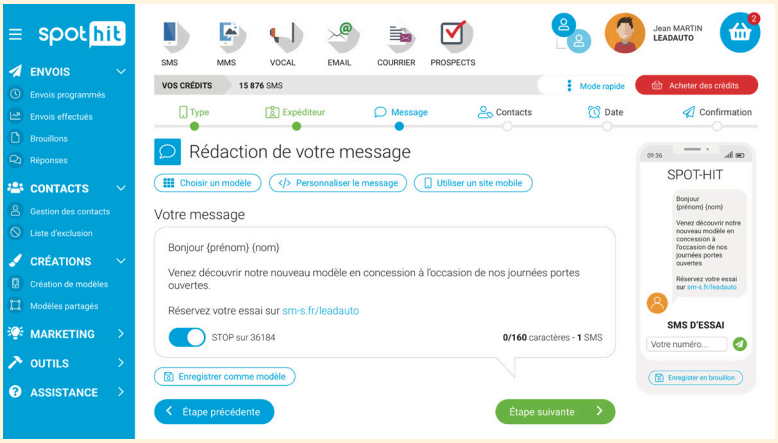
L'objectif conserver l'esprit de l'interface actuelle en renforçant la dimension innovante, acidulée et fun !

Mock-up | T2 2019

Étape incontournable aujourd'hui dans le domaine de l'informatique, le mock-up désigne un prototype d'interface utilisateur (une maquette ou un squelette). Nous avons donc sorti au printemps 2019 une version interactive de la plateforme Spot-Hit mais non fonctionnelle, permettant de visualiser les caractéristiques principales de l'interface : page d'accueil, canaux et menu latéral dans une version simpliste.

À ce stade du projet, nous avons pu plus facilement nous projeter et favoriser les échanges. Le mock-up présente ainsi le résultat final du travail de webdesign avant sa validation définitive. Nous avons donc pu effectuer quelques ajustements : organisation du menu, bandeau, tableau de bord...

Enfin, ce mock-up nous a permis d'évaluer plus précisément le temps de développement et d'intégration graphique.



05 Développement Mai 2019 à février 2020

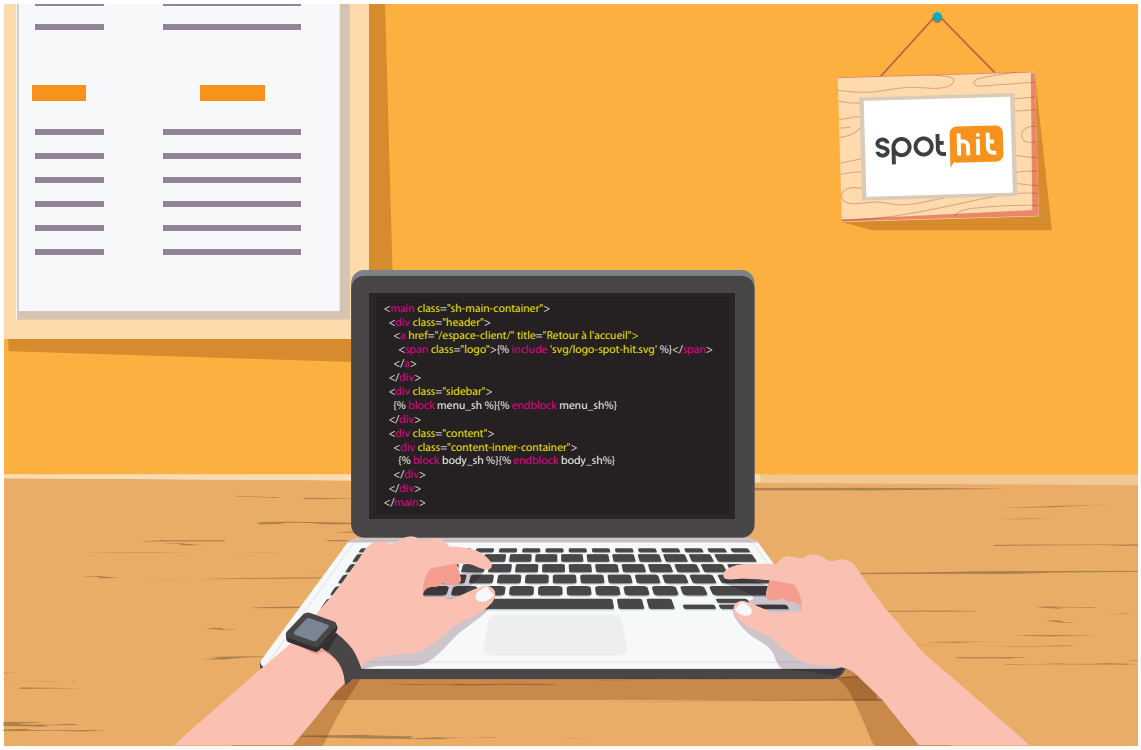
Une fois la dernière maquette validée vient le travail de développement et d'intégration graphique : un vrai travail de fourmis sur le code de la plateforme !
Plusieurs phases ont été définies pour décomposer le travail de l'équipe technique.

Le développement pur

Nous avons fait le choix dès le départ d'assumer entièrement le développement technique de ce projet. Nous avons figé la plateforme à un instant T pour pouvoir travailler sur une version arrêtée et entamer le développement.

Nous avons procédé ensuite à la réintégration périodique des éléments complémentaires afin de ne pas accumuler trop de retard lors de la mise en production et d'éviter des oublis.

Le développement s'est toujours fait dans dans une logique de sécurité des données utilisateurs, qui reste notre priorité. C'est à dire sans l'intégration des données hébergées sur la plateforme mais avec des données fictives afin d'être en totale conformité avec la RGPD et de garantir le maximum de sécurité au projet.



Le développement est une étape longue et complexe, par le caractère notamment responsive de la plateforme Spot-Hit, c'est à dire auto-adaptable en fonction des interfaces de consultation utilisées par le visiteur (ordinateur, tablette, smartphone…).

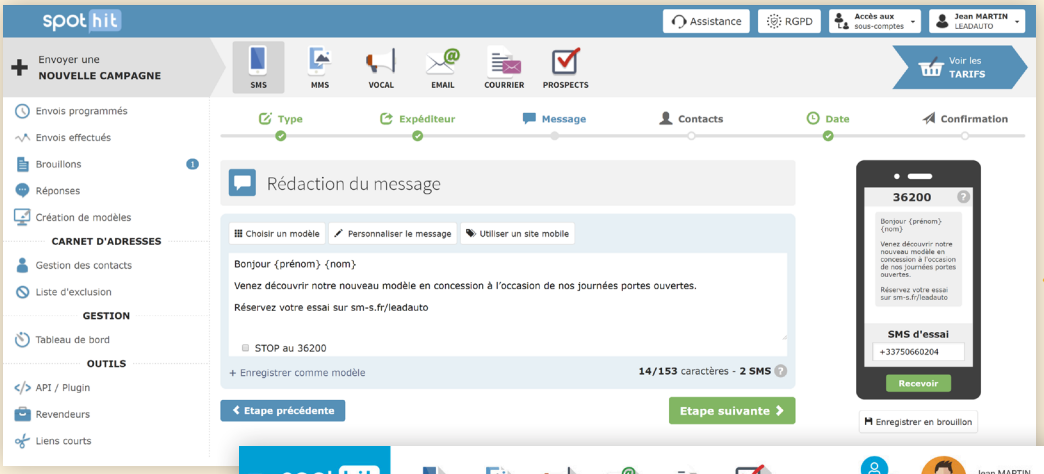
Dès la fin de l'étape de développement, nous avons mis en place un cahier de recettes pour organiser la phase de tests. Ce document, partagé aux utilisateurs, rassemblait l'ensemble des fonctionnalités à tester sur la plateforme Spot-Hit et les résultats de tests, bugs et correctifs.

La version bêta-test

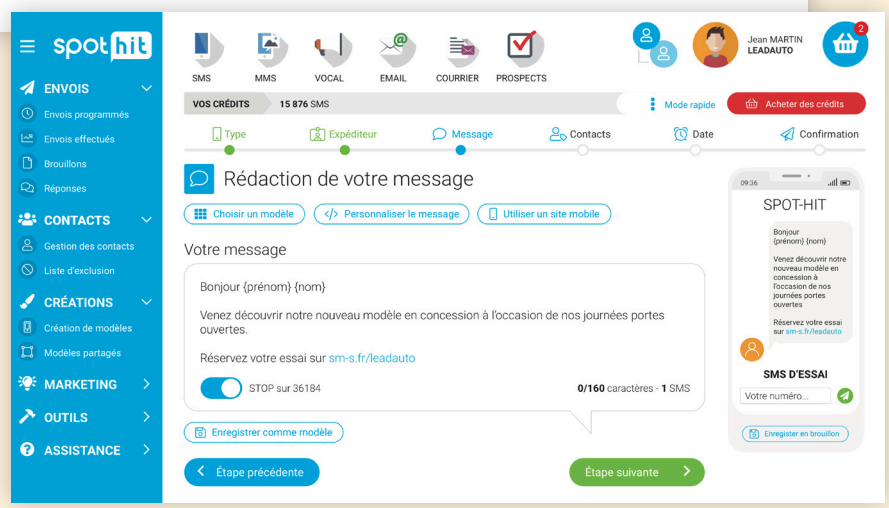
Nous avons ensuite mis en production la plateforme pour un nombre restreint d'utilisateurs. Concrètement, nous avons réintégré les premières données hébergées sur la plateforme Spot-Hit et lancé une version bêta-test.

L'équipe Spot-Hit a pu, dans un premier temps, tester intégralement la plateforme 2020 avant de solliciter certains utilisateurs qui eux aussi ont pu s'approprier l'outil et nous faire de précieux retours.

Cette étape nous a permis de corriger les derniers bugs résiduels et de procéder à des ajustements de l'interface utilisateur. Nous avons donc pu valider une version finale et stable à la fin de cette étape, nous permettant d'envisager sereinement le déploiement et le lancement à tous nos clients.



AVANT



APRÈS

06 Communication Mars 2020

Notre organisation étant orientée vers nos clients, l'étape de la communication est un temps important dans le projet afin de vous informer et de vous faire découvrir l'outil pour en faciliter l'appropriation.

Nous avons déployé l'information sur nos différents supports : message sur la plateforme, emailing, signature électronique...

Nous avons également fait en sorte de vous accompagner via l'assistance client lors de nos échanges. Toutes les équipes ont été mobilisées pour être à vos côtés.

07 Lancement Avril 2020

Le grand jour... 3, 2, 1 GO!

Moment symbolique et pointe de stress difficile à dissimuler, nous avons lancé la plateforme en avril 2020.

L'équipe s'était réunie pour l'occasion, éprouvant beaucoup de fierté, tout en surveillant les écrans de monitoring et les téléphones, on doit bien vous l'avouer !

08 Post lancement ...

Amélioration continue, on vous a dit

Corrections et analyse

Le projet ne se termine pas à la phase de lancement et de sortie de la plateforme 2020. Il y a obligatoirement une phase de corrections des difficultés rencontrées au moment du lancement (ce serait prétentieux de vous dire que tout fonctionne à la perfection le jour du lancement).

Un travail d'analyse du projet est aussi prévu pour les équipes, afin d'échanger et de récolter les succès et difficultés rencontrés. Il s'agit toujours d'informations précieuses qui permettent à notre organisation de maintenir un processus qualité et d'amélioration continue, notamment récompensé par la certification ISO 9001:2015.

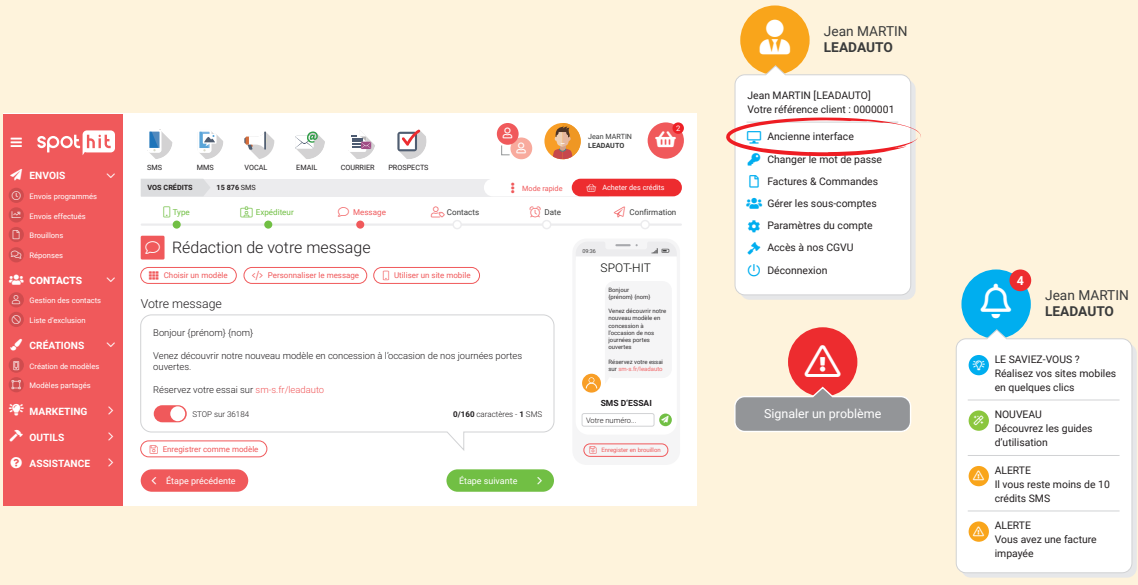
Et demain

Le projet comme il a été conçu, permet d'agrémenter la plateforme de nombreuses améliorations plus facilement et rapidement. Le déploiement de nouveautés et fonctionnalités suivront donc dans les prochaines semaines et prochains mois.

En exclusivité, nous vous les communiquons :

- Mise à jour de l'outil média et de la médiathèque
- Mise en service des notifications : alertes, nouveautés, informations importantes, erreurs...
- Amélioration de la segmentation de vos contacts
- Personnalisation avancée de la plateforme selon vos besoins et envies : tableau de bord, barre des produits...

Et bien plus encore : mais là ça reste top secret !



Nos réflexions intègrent toujours vos demandes pour que la plateforme Spot-Hit reste au quotidien un outil pratique, fonctionnel et surtout qu'il vous corresponde.
N'hésitez pas à nous faire remonter vos remarques, vos besoins, vos souhaits sur la plateforme.

Et qui sait, peut être que nous sommes déjà en train de discuter de la version suivante...

Nouveau !

NOUVELLES FONCTIONNALITÉS

Dans cet article, nous vous détaillons plusieurs fonctionnalités à découvrir sur la plateforme :

1. Polices de caractères dans vos créations de sites mobiles
2. Boutons de partage sur vos sites mobiles (avec Add this)

Objectifs **satisfaire vos besoins et ajouter de la valeur à vos campagnes**

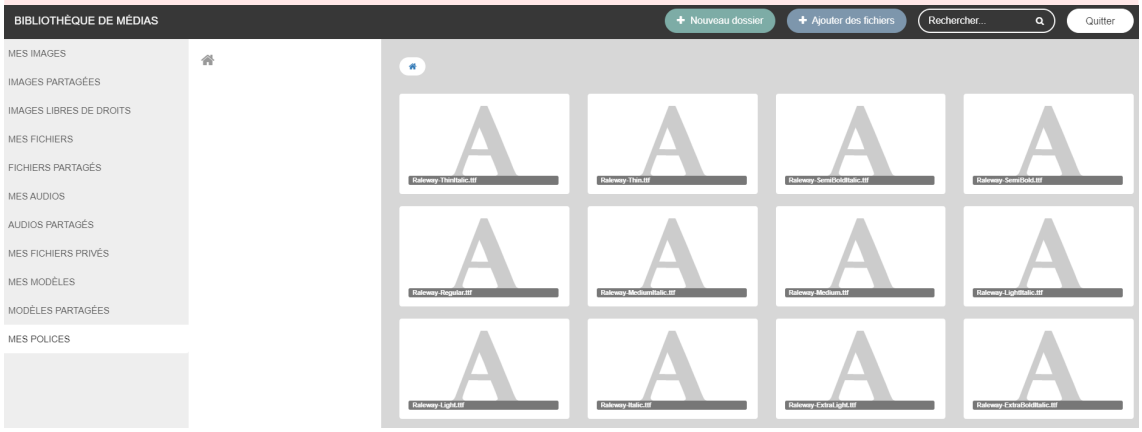
1 Ajouter de polices de caractères dans vos créations de sites mobiles

Comme toujours, nous continuons l'enrichissement de notre outil de création. Vous pouvez désormais ajouter des polices d'écriture sur vos sites mobiles pour conserver vos habitudes et pour que vos créations respectent votre charte graphique.
À noter que la fonctionnalité est disponible exclusivement sur les créations de sites mobiles et non activée sur les templates emailing pour des raisons d'incompatibilités techniques.

En pratique sur la plateforme

1 IMPORTER DES POLICES DE CARACTÈRES DANS LA MÉDIATHÈQUE

- Rendez-vous dans la médiathèque à partir de menu : Créations / Créations de Modèles / Médiathèque
- Dans la bibliothèque de médias, choisissez la dernière rubrique "Mes polices"
- Ajoutez un nouveau dossier (pour classer vos polices) et bien évidemment ajoutez des fichiers en sélectionnant les polices de caractères que vous souhaitez importer dans la médiathèque.



Les fichiers s'importent et restent téléchargés dans la médiathèque pour vos créations.

Formats de fichiers compatibles .ttf / .eot / .otf / .woff / .svg

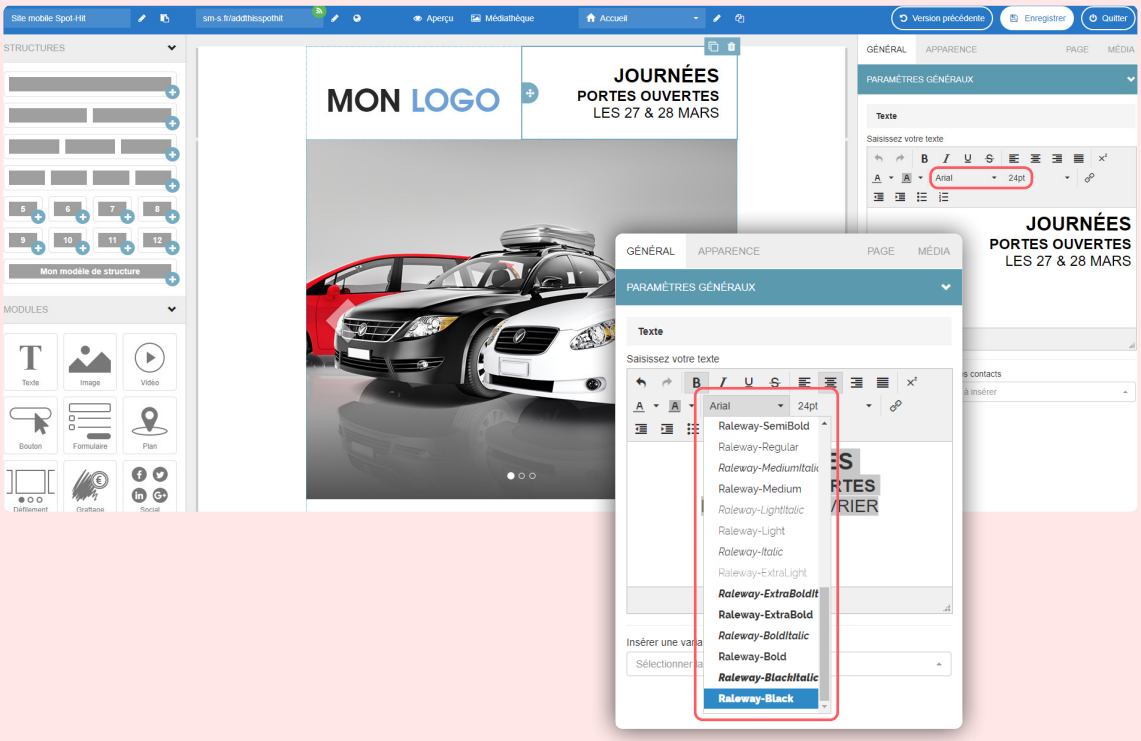
2 UTILISER LES POLICES DE CARACTÈRES

• Rendez-vous dans l'outil de création d'un site mobile

• Choisissez une structure (sur la partie gauche) et glissez-la au centre de votre écran. Pour rappel, une structure sert à déterminer le nombre de modules présents sur une ligne (un, deux, trois, quatre…)

• Choisissez le module texte et glissez-le dans la structure.

• Saisissez votre texte et choisissez le type de police dans la liste déroulante qui comprend automatiquement vos nouvelles polices importées



Le + pour ma campagne

Avec cette fonctionnalité, vous pourrez harmoniser et faire respecter votre charte graphique dans l'ensemble de vos supports. Vos clients reconnaîtront donc votre signature dans vos sites mobiles, formulaires… etc

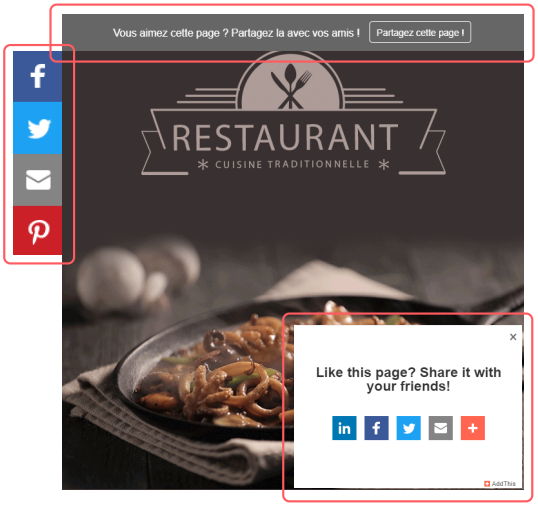
À vous la personnalisation dans les moindres détails !

2 Ajouter des boutons de partage pour vos sites mobiles

Fonction activable avec **ADDTHIS**

Vous êtes de plus en plus nombreux à utiliser le Rich SMS pour vos campagnes marketing. Nous vous permettons désormais de donner l'occasion à vos clients de partager vos médias facilement sur leurs propres réseaux sociaux ou au sein de leurs communautés.

En clair, vous insérez dans vos créations de sites mobiles un bouton de partage pour que vos clients diffusent l'information.



En pratique sur la plateforme

1 SUR LE SITE ADDTHIS *Le site est en anglais*

- Créez un compte (gratuit) sur AddThis https://addthis.com
- Éditez un profil "Add Profile"

Vous devez créer un profil différent pour chacun de vos médias (code unique à récupérer pour chaque média)

- Cliquez sur "Profile Settings"
- Copiez l'ID commençant par : "ra-...."

Il sera à reporter dans la plateforme Spot-Hit dans un second temps.
Vous pouvez aussi le coller dès à présent sur votre média Spot-Hit en suivant l'étape 2

Vous devez ensuite choisir et configurer le partage :

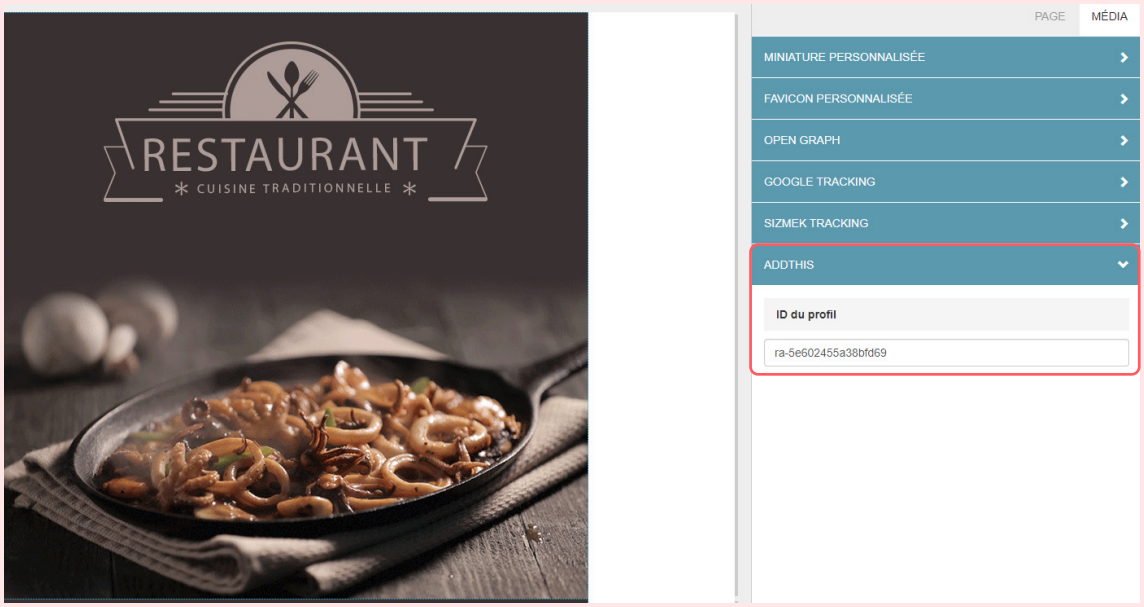
- Sélectionnez Tools puis "Share Buttons"
- Choisissez ensuite le type d'outil que vous souhaitez utiliser : Floating, Inline, Expanding, Image sharing, Popup, Banner, Slider...
- Personnalisez le bouton de partage en choisissant les réseaux sur lesquels vos clients pourront partager vos publications : Facebook, Twitter, Pinterest, LinkedIn...

Dans l'exemple, nous avons choisi la fonction Share Buttons (boutons de partage sur vos réseaux) mais il existe d'autres fonctions : "Follow Buttons" (faites grossir votre audience sociale), "List Building" (inscription aux mises à jour)...etc.

2 SUR LA PLATEFORME SPOT-HIT

- Rendez-vous dans l'outil de création et plus précisément sur votre modèle de site mobile ou vous souhaitez insérer la barre de partage.
- Naviguez sur le menu de droite "Média" puis cliquez sur le sous menu "AddThis"
- Collez le code (que vous avez récupéré sur le site AddThis) dans le champ "ID du profil"
- Enregistrez votre média et mettez le en ligne

Le tour est joué vos boutons de partage s'affichent sur votre média

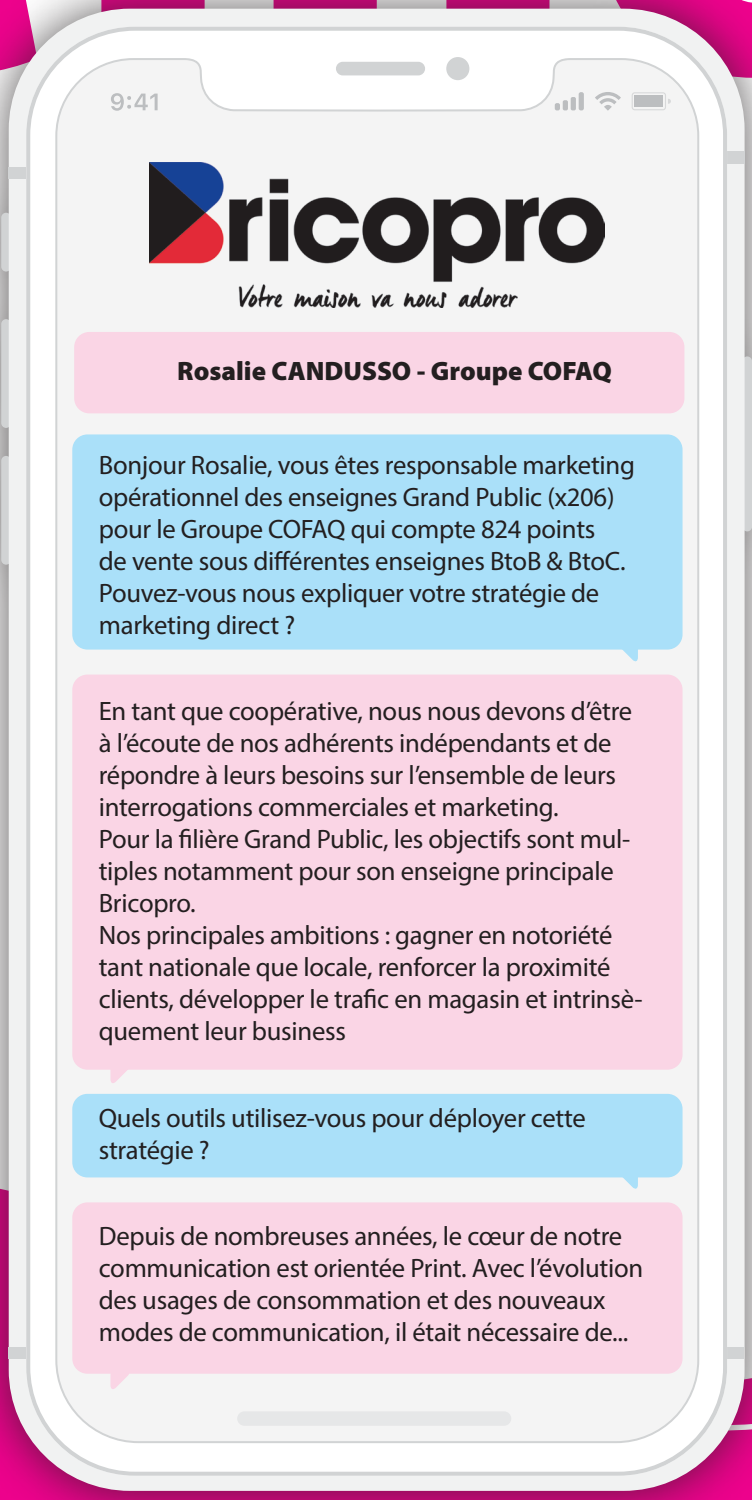


Le + pour ma campagne

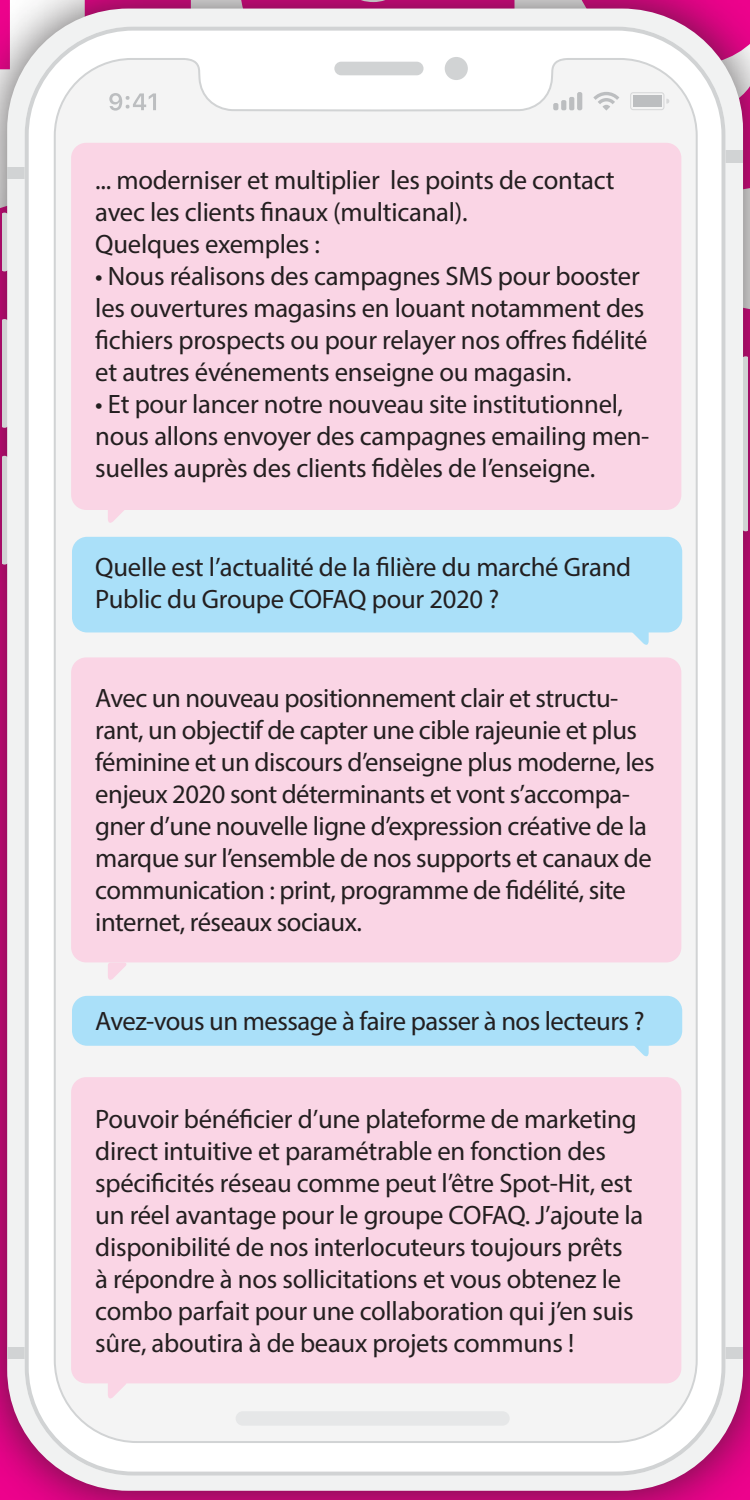
C'est l'opportunité pour que vos médias soient partagés plus largement et sans restriction. Vous augmentez donc la visibilité de vos campagnes, vous touchez potentiellement des destinataires (les contacts de vos clients) qui n'étaient pas dans votre base de données : à vous la viralité !

Une question, un problème...?
L'équipe Spot-Hit est à votre disposition pour vous accompagner et répondre à vos questions sur l'utilisation des nouvelles fonctionnalités !

témoi


9:41
Bricopro
Votre maison va nous adorer
Rosalie CANDUSSO - Groupe COFAQ
Bonjour Rosalie, vous êtes responsable marketing opérationnel des enseignes Grand Public (x206) pour le Groupe COFAQ qui compte 824 points de vente sous différentes enseignes BtoB & BtoC. Pouvez-vous nous expliquer votre stratégie de marketing direct ?
En tant que coopérative, nous nous devons d'être à l'écoute de nos adhérents indépendants et de répondre à leurs besoins sur l'ensemble de leurs interrogations commerciales et marketing.
Pour la filière Grand Public, les objectifs sont multiples notamment pour son enseigne principale Bricopro.
Nos principales ambitions : gagner en notoriété tant nationale que locale, renforcer la proximité clients, développer le trafic en magasin et intrinsèquement leur business
Quels outils utilisez-vous pour déployer cette stratégie ?
Depuis de nombreuses années, le cœur de notre communication est orientée Print. Avec l'évolution des usages de consommation et des nouveaux modes de communication, il était nécessaire de...

gnage



Merci d'avoir pris le temps de répondre à nos questions. Nous vous souhaitons de belles campagnes pour vos futures actions marketing.

Le poste'Hit

Présentation d'un métier Spot Hit

AUJOURD'HUI

Xavier LECOQ
Responsable Technique

Xavier est présent chez Spot-Hit depuis 2014 et occupe aujourd'hui le poste de responsable technique. PHP, SQL, HTML5, Javascript... vous comprenez quelque chose ? Tous ces langages n'ont pas de secret pour lui.

A la tête de l'équipe technique, constituée de 6 personnes, son rôle est d'anticiper les difficultés et de les corriger lorsqu'elles surviennent. Il a en charge le fonctionnement de la plateforme (disponibilité, stabilité, délivrabilité...) mais aussi la recherche et le développement (améliorations, fonctionnalités...). Il est en contact permanent avec les clients et fournisseurs pour répondre à leurs questions et besoins.

UNE JOURNÉE TYPE ?

- Management de l'équipe technique (Daily, point individuel sur les développements en cours ou difficultés rencontrées)
- Echanges avec les prestataires techniques et fournisseurs
- Développement de projets sur la plateforme Spot-Hit
- Assistance technique auprès des clients

Comment le joindre
06 11 41 22 06 xavier@spot-hit.fr

Actu

La team Spot-Hit à la maison
Durant cette période exceptionnelle, tous les collaborateurs sont installés, comme vous, à leur domicile.

Nous sommes confinés mais nous restons en lien pour vous accompagner et répondre à vos besoins.

Une période adaptée à la lecture d'un magazine

Des questions ?

Vos commentaires, vos retours

Une idée de thème ou un sujet à développer : rendez-vous sur **www.spot-hit.fr/mag**
Vous pourrez également consulter les anciens numéros.

Se désabonner

Ce magazine est offert à nos clients.
Si vous ne souhaitez plus le recevoir, rendez-vous à tout moment sur **www.spot-hit.fr/stop-mag**

La société

Une assistance gratuite du **Lundi au Vendredi de 9h à 12h et de 14h à 18h**

Nos **conseillers** vous accompagnent

Par email
info@spot-hit.fr

Par téléphone au
01 78 76 77 78

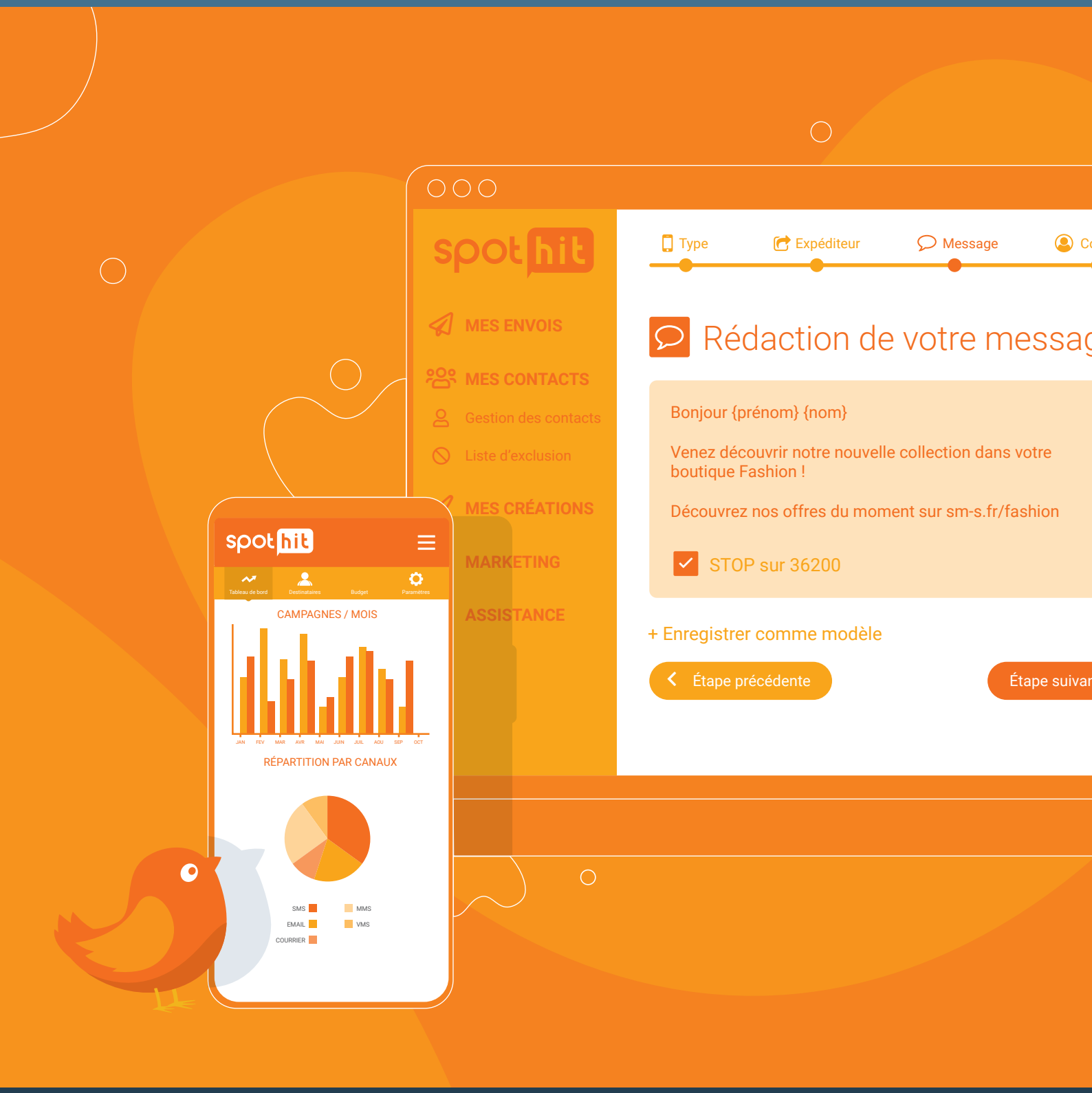
168 rue de la Rotonde
42 153 Riorges

Spot Hit c'est aussi...

Certification ISO 9001
Première plateforme multicanal certifiée
afaq ISO 9001 Qualité AFNOR CERTIFICATION 2018/79726.1

Nos infrastructures
Plateforme hébergée en France, sécurisée et conforme au RGPD

4.8/5
936 avis clients
Avis Vérifiés AVIS CLIENTS



spot hit

Spot Hit Magazine N°8 · Créationgraphique Eazink Studio