

## TD de remplacement : COMMENT CHOISIR SES CANAUX DE COMMUNICATION ?

### Qu'est-ce qu'un canal de communication ?

Un canal de communication sert à diffuser des informations. C'est un système par lequel une entreprise envoie un message vers son audience. Celle-ci est très importante.

Avant de réfléchir aux canaux de communication que vous allez utiliser, vous devez connaître l'audience que vous visez. Des audiences différentes ne seront pas présentes sur les mêmes canaux. Pour prendre un exemple, le segment des 12-18 ans sera plus sur TikTok, tandis que le segment des 35-49 ans sera plus sur Facebook.

Par conséquent, vous devez connaître votre audience pour savoir quels canaux de communication utiliser.

Quels sont les supports de communication auxquels votre public cible donne de l'attention ? C'est sur ces supports que vous devrez diffuser vos messages.

Comment choisir ses canaux de communication ?

Les canaux à utiliser viennent donc de l'audience que vous visez. C'est logique, mais comment faire pour choisir les meilleurs canaux de communication ?

Prenons 3 exemples.

### Cas 1 : Lunchr (devenu Swile)

Lunchr offre une Mastercard qui remplace les tickets-resto. C'est donc une offre B2B, que Lunchr fait aux entreprises soucieuses du bien-être de leurs employés. Mais pour que Lunchr puisse vendre sa solution, il faut que ces employés en aient connaissance.

Lunchr/Swile a donc deux cibles à atteindre : les employés et les responsables RH. Pour y parvenir, la startup s'est concentrée sur deux canaux de communication : l'affichage physique et LinkedIn.

Même si l'affichage physique peut sembler dépassé, Lunchr l'a utilisé efficacement en plaçant des affiches percutantes à des endroits stratégiques.

Voici deux exemples :



Lunchr utilise toujours l'humour avec une autre suite d'affiches :



Au delà du contenu, les canaux de communication utilisés pour diffuser les affiches ont aussi un rôle à jouer. Et Lunchr a très bien compris à quels supports de communication il fallait recourir : le métro et les bus parisiens. Tous les jours de la semaine, matin et soir, leur cible passe devant leurs affiches. Impossible de passer à côté.

C'est un canal de communication utilisé à la perfection, en s'implantant au bon endroit avec le bon contenu pour la bonne audience.

Au-delà des affiches, la startup mise beaucoup sur LinkedIn, où les employés partagent tous le contenu de Lunchr. C'est logique : il s'agit du réseau professionnel par excellence. Étant donné que Lunchr vise les employés et les responsables RH, utiliser ce réseau social est une évidence.

## Cas 2 : Trusk



Trusk offre un service de déménagement. En quelques clics, vous pouvez réserver un camion avec chauffeur, qui se rend à une adresse A pour récupérer ce que vous voulez déplacer à une adresse B.

Ce cas illustre comment votre produit peut faire son marketing tout seul. Peu importe où va ce camion, toutes les personnes qui le croisent voient "Trusk" et son slogan "Livres tout, tout de suite". C'est une très bonne manière de construire la notoriété de la marque.

Ils utilisent le produit comme un canal de communication.

## Cas 3 : Shanty Biscuits



Shanty Biscuits offre des biscuits personnalisés. Vous pouvez aller sur leur site, choisir votre biscuit, et y écrire un message personnalisé. Tout est possible du moment que le message respecte le nombre maximum de caractères imposés.

Pour se faire connaître, Shanty Biscuits a décidé de miser sur Instagram. Ce canal de communication permet de faire connaître le produit mais aussi de construire une communauté.

Concrètement, la marque peut inspirer ses clients avec des idées messages à écrire sur ses biscuits.

Et pour construire sa communauté, la marque utilise des concours : les ShantyGame. Les abonnés de la marque envoient les messages les plus amusants par rapport à une situation donnée, et le gagnant reçoit une boîte de biscuits gratuitement.

Par exemple :



De la même manière que Lunchr et Trusk, Shanty Biscuits utilise le bon canal de communication.

Source : Tancrède d'Aspremont Lynden, blog, *Canaux de communication*, publié le 30 mars 2020, <https://www.sortlist.fr/blog/canaux-communication/>

## QUESTIONS (pour le 27 décembre 2024 23h59 sur e-campus, par groupe de 2, format word) :

Sur la base du document supra, vous devez pour chacun des 3 cas :

- 1) Identifier les cibles, les objectifs et les canaux de communication (1 ligne par action)
- 2) Le canal choisi est-il media ou hors-media ? (justifier)
- 3) Justifiez en quoi le choix vous paraît pertinent (2 à 3 lignes)