

faciles et efficaces

# 10 IDÉES

pour rentabiliser le  
digital dans votre  
entreprise



Découvrez 10 façons de rentabiliser le digital dans  
votre entreprise

/metabox.



# Le digital en 2023

## Pas le temps, pas les moyens, pas la compétence... et pas de résultats

"Si vous n'avez pas honte de votre produit au moment de le lancer, c'est que vous le lancez trop tard !"

Cette phrase de Reid Hoffman, le fondateur de LinkedIn pourrait très bien s'appliquer à la digitalisation des entreprises BtoB. Pas en retard non, mais pas en avance non plus...

Or 2023 est placée sous le signe de la rentabilité pour les entreprises, et justement, votre démarche digitale, vos actions sur le web, sont-elles rentables ?

De la satisfaction, des résultats tangibles pour la croissance de votre entreprise et de la fierté, voilà ce que doit vous apporter votre présence sur le digital.

Si ce n'est pas la cas alors cet ebook est fait pour vous.

## 10 idées simples pour (ré) activer le digital rentable dans votre entreprise

Ces 10 idées sont faciles à mettre en oeuvre et forcément porteuses de résultats. Elles sont structurées en 2 parties :

- pourquoi cette idée est bonne ?
- comment la mettre en oeuvre de manière pratique.

Avec cet ebook assurez-vous de relancer le digital dans votre entreprise, pérenniser son activité en 2023 et accélérer sa croissance grâce à une approche "rentabilité" numérique.

Au plaisir d'avancer ensemble et RDV en dernière page pour le bonus !

Natacha Zeh

# Idée n°1 : lancez une newsletter interne sur le digital

Un moyen facile et économique d'obtenir des données chiffrées sur la maturité et l'intérêt de vos collaborateurs.

## Pourquoi ?

Parce que la réussite du digital et de vos actions sur le web dépend pour beaucoup de l'engagement de vos collaborateurs. Ne dit-on pas que la transformation digitale est d'abord une question de culture et d'hommes ?

Pour que votre démarche numérique soit rentable, il faut que toutes les couches du management de l'entreprise comprennent de quoi il s'agit et pourquoi c'est incontournable.

La newsletter est donc un outil simple grâce auquel vous pouvez obtenir des données chiffrées intéressantes comme le taux d'ouverture, le taux de clics etc...

*C'est aussi un rdv mensuel pour vos équipes autour d'un projet qui rassemble.*

*Aller plus loin :* Le numérique n'est pas seulement un sujet business, c'est aussi un **sujet de société**. Plus vous apprendrez de choses à vos collaborateurs sur ce sujet, plus vous serez pertinent. Quelques idées : le lexique du digital, les avantages d'une digitalisation ou les craintes, freins que l'on peut avoir face aux réseaux sociaux etc... Restez positif quoi qu'il arrive !

## Comment ?

- Choisissez un outil français ou européen, comme Sendinblue par exemple, gratuit en dessous de 300 adresses.
- Préparez une structure de mail qui sera toujours la même (texte /image /lien /appel à l'action) - par exemple.
- Trouvez un nom fort pour cette news, un concept reconnaissable et différent d'autres supports que vous envoyez.
- Déterminez la fréquence - 2/mois ?

Puis préparez 3 mois de contenus et regardez vos stats, faites un sondage pour savoir quoi améliorer.



# IDÉE N°2 : ORGANISEZ UN CONCOURS AUTOUR D'UN MOOC.

“  
Le sujet du MOOC  
peut être le numérique !

Voilà une façon plutôt inattendue d'identifier des collaborateurs ambassadeurs du digital et impliqués.

## Pourquoi ?

D'abord parce que c'est gratuit, ludique et pédagogique mais aussi parce que cela fait écho à la politique RH de votre entreprise.

Un MOOC (Massive Open Online Course) est un cours ou module de formation en ligne, ouvert à tous.

Il en existe sur des tas de sujets qui intéresseront probablement vos collaborateurs en quête de nouveaux savoirs.

Management, langues, programmation, savoir-être... Voilà un bon moyen de faire évoluer leurs compétences de manière digitale et originale.

## Comment ?

- Rapprochez-vous du service RH pour rompre l'isolement et voir quel intérêt cela peut croiser chez eux
- Sélectionnez un catalogue de quelques MOOCs pertinents et certifiants. Même s'ils sont payants, vous verrez que ce n'est pas très cher
- Lancez un concours (via votre newsletter par exemple ([voir idée n°1](#))) et faites gagner quelques prix aux collaborateurs qui obtiendront leur certification dans une durée déterminée.

Aller plus loin :

Offrir aux collaborateurs de partager la connaissance qu'ils ont acquise soit en vidéo, soit sous forme d'atelier présentiel ludique. Un bon moyen de renforcer leur sentiment d'appartenance !

# Idée n°3 : enrichir l'expérience client grâce aux signaux faibles

Les outils digitaux comme les réseaux sociaux ou le scrapping sont un moyen efficace de renforcer la connaissance de vos clients. Vous pouvez fournir des rapports détaillés offrant des occasions de conversation aux commerciaux.

## Pourquoi ?

C'est votre service commercial qui va être content ! L'idée est de l'aider à enrichir, augmenter et engager la connaissance qu'il a de ses clients, avec l'aide de la dimension sociale digitale.

Cela donne **une expérience client personnalisée** et un meilleur accompagnement de la phase prospect jusqu'à la fidélisation.

Dans une logique cross canal, cela permet aussi aux clients de constater que l'entreprise ne se limite pas au seul contact qu'ils possèdent.

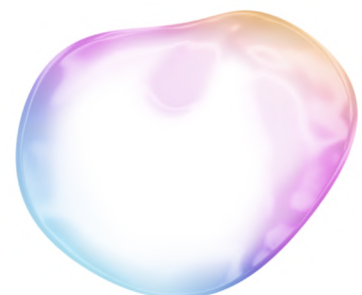
Vous créez de la proximité en dehors de la relation commerciale pure.

*Vous pouvez automatiser certains de ces process grâce à des extensions sur Chrome.*

*Aller plus loin :* Proposez d'intégrer un module "social" au CRM de votre entreprise.

## Comment ?

- Rapprochez-vous du service commercial et identifiez les 5 meilleurs clients et 5 clients à fort potentiel.
- Demandez les organigrammes ou retracez-les via LinkedIn en analysant la présence des personnes et leurs interactions, leurs sujets de prédilection via le mode créateur.
- Connectez-vous à titre personnel ou suivez ces personnes sur le réseau social.
- Commentez les publications avec le compte de l'entreprise sur les réseaux sociaux les plus pertinents
- Créez une alerte sur Google alerts.
- Proposez à vos commerciaux un reporting mensuel.



# Idée n°4 : organisez un workshop agile et ludique

Un workshop réussi s'organise de la manière suivante : définition des objectifs, planning des exercices d'intelligence collective, déroulé et compte-rendu. Une foule d'indicateurs garantie en retour.

## Pourquoi ?

Il n'y a pas meilleure solution que le workshop pour les équipes qui souhaitent développer leurs projets ou résoudre les problèmes de manière collective.

Le workshop est un disrupteur de réunions traditionnelles qui permet de travailler en souplesse et de façon ludique pour faire émerger des idées innovantes.

Ice breakers, facilitation, brainstorming, management visuel... Il existe tout un tas de techniques pour entrer avec un problème et ressortir avec des solutions.

## Comment ?

- Définissez ou recherchez un sujet/problème/question.
- Identifiez un groupe d'individus prêt à participer.
- Définissez 1 à 3 objectifs.
- Construisez un planning à la minute près avec divers exercices d'intelligence collective - prévoyez 1 à 2h maximum.
- Animez et compte-rendez.



*Quel sujet identifier ? Un sujet digital bien sûr ! La mise en place d'une app ? Une plateforme ou encore une nouvelle offre, une question ?*

## *Aller plus loin :*

Vous n'avez pas d'idées en tête mais vous sentez le potentiel ? metabox vous accompagne dans l'organisation, l'animation et la présentation des résultats.

[RDV ici](#)



# Idée n°5 : organisez un hackathon

Une idée audacieuse mais dont les retombées en termes de communication sont immenses et mesurables.

## Pourquoi ?

Voilà une façon innovante d'entraîner votre entreprise et certains collaborateurs vers de territoires inattendus et pertinents.

Hackathon, contraction de hack + marathon est une réunion festive souvent sur 48h ou une nuit, destinée à valider ou prototyper une idée d'innovation technique ou business.

Nouvelles offres, business model, intrapreneuriat, activités stratégiques - vous allez faire travailler un groupe d'étudiants sur vos problématiques et repartir avec un prototype ou MVP (minimum viable product).

*Le hackathon vient de la tech, et c'est une excellente opportunité de communiquer, très appréciée des médias.*

*Aller plus loin :*

L'idéal est de vous entourer d'une structure spécialisée qui va vous mettre en relation avec des écoles de votre secteur et gérer toute l'organisation, l'animation et la logistique. Ces participants sont aussi un vivier de recrutement pour votre entreprise.

## Comment ?

- Il vous faut : une grande salle, une nuit ou 48h, un jury interne, un DJ, un animateur, des participants extérieurs (souvent des étudiants) et des collaborateurs internes porteurs d'idées.
- Les porteurs pitchent devant le jury qui sélectionne le nombre de projets potentiel. Les porteurs se constituent en équipe avec les participants et d'autres collaborateurs.
- C'est parti pour 2 jours de recherche et prototypage intense !

# Idée n°6 : investissez 100€/mois pour être plus visible de vos cibles

Méthode infaillible, le SEA est sans conteste la tactique la plus porteuse de résultats quantifiables et donc de rentabilité.

## Pourquoi ?

L'avantage du SEA (ou publicité digitale), est que le ticket d'entrée est très faible pour des résultats 100% garantis pour tous les business.

Vous en faites peut-être déjà et si c'est le cas, posez-vous la question de la rentabilité effective de ces actions.

Sinon, considérez qu'avec 100€ par mois sur la plateforme de votre choix vous pourrez : être plus visible, renforcer votre légitimité, attirer des talents, des clients ou du trafic sur votre site web...

*Le secret de la réussite c'est la lecture des indicateurs.*

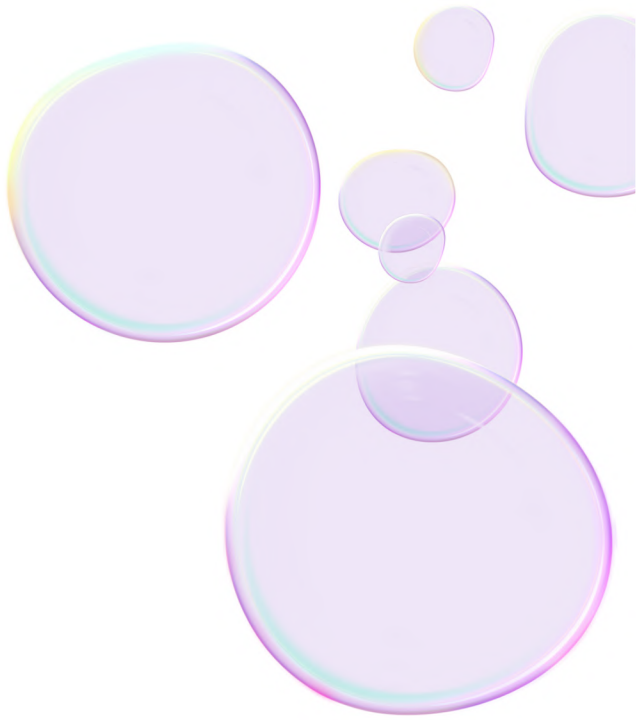
## Comment ?

- Prévoir votre boîte à outil : 1 à 2 contenus avec chacun un seul message mais plusieurs wordings / mots-clés et visuels.
- Trouvez-vous une carte de crédit :)
- Identifiez votre cible : candidats, prospects ou encore clients.
- Recherchez ou créez une page avec formulaire simple sur votre site web.
- Définissez les résultats que vous souhaitez obtenir dans un tableau d'indicateurs (excel ou Notion).
- Sélectionnez un réseau social ou la plateforme Google Ads puis lancez une campagne de notoriété avec une facturation à l'impression.

### *Aller plus loin :*

Quels indicateurs suivre pour quel usage ? Pour répondre à cette question, faites-vous accompagner par un freelance avec un vrai suivi pas une agence au fort taux de turn-over. metabox vous propose une offre avantageuse, [RDV ici](#).





# Idée n°7 : Créez un nouveau parcours utilisateur sur votre site web

Un site web répond d'abord à un besoin de réassurance. Est-ce le cas du vôtre ?

## Pourquoi ?

Au fil du développement d'une entreprise, les cibles évoluent : prospects, clients, partenaires, candidats... Alors que l'évolution du site web, elle, n'est pas proportionnelle.

On en vient carrément à tout refondre, tous les 3 ans sur les conseils avisés d'une agence.

Alors que dans une logique actuelle d'éco-conception, quelques modifications suffisent pour déclencher du bouche à oreille, de la cooptation ou de l'engagement.

Il s'agit donc de revoir clic par clic et d'optimiser des fonctionnalités du point de vue de leur usage et de la manière dont la cible y accède.

C'est souvent 3 fois rien, mais effectuées de manière régulière dans l'année, ces modifications font faire de grosses économies à l'entreprise.

*Identifiez votre cible principale, celle à convaincre.*

## Comment ?

- Commencez par couper toutes vos notifications pour ne pas être dérangé pendant 1 à 2h.
- Revoyez ou retrouvez vos fiches personae (cibles).
- Consultez les KPI ou indicateurs de perf de votre site web - demandez-les à votre presta et si c'est compliqué... Changez de presta pour metabox!
- Mettez-vous à la place de la cible et visitez votre site en allant jusqu'au formulaire.
- Répondez à ces questions : est-ce que je trouve l'info en 3 clics max ? A quelle vitesse je remplis le formulaire ? Que puis-je améliorer pour convertir mon utilisateur ?

# Idée n°8 : montrez vos coulisses grâce aux supports digitaux

Ne sous-estimez pas la marque employeur comme vecteur important de visibilité. Et les résultats que vous pouvez attendre, sont ceux de votre stratégie de communication digitale habituelle.

## Pourquoi ?

Avec le télétravail, la visio et dans le contexte actuel, l'entreprise s'est éloignée de l'humain.

Or, les relations d'affaires ou encore les contrats d'embauche, sont l'affaire de relations humaines.

Il y a donc nécessité de **réenchanter l'expérience à travers la proximité** en montrant : le savoir-faire, l'outil de production, les process et même les employés.

Le tout, paradoxalement à l'aide des outils numériques.

*L'époque du secret est révolue, les coulisses d'une entreprise sont sa meilleure arme de séduction.*

## Comment ?

- L'intérêt, c'est de montrer ce qui a de l'intérêt, ce qui amène de la curiosité ou de l'émotion.
- Est-ce vos locaux ? Vos collaborateurs ? Vos clients ? Vos partenaires ou encore votre outil de production ?

- Fixez-vous un objectif et identifier quel moyen sera le plus pertinent pour montrer : série, vidéo, posts, articles, carrousels, dessins...
- Puis choisissez le meilleur support de communication : un réseau social, un blog, votre site ou un journal.

### *Aller plus loin :*

Vous pouvez proposer la mise en place d'une plateforme de marque employeur sur laquelle vos collaborateurs deviennent des ambassadeurs.



# IDÉE N°9 : METTEZ EN PLACE UN CHATBOT SANS EFFORT

“  
Plus-value indéniable  
face au concurrent

Et préparez-vous à entrer dans un monde nouveau d'indicateurs comme le nombre de conversations ou encore les questions de vos cibles.

## Pourquoi ?

Les chatbots ou agents conversationnels ont modifié la façon dont nous interagissons avec les sites web. Mais n'allez pas vous imaginer quelque chose de compliqué ! **Un chatbot n'est ni plus ni moins qu'une base de données de réponses** à des questions.

Que ce soit pour capturer des prospects qualifiés, recueillir de l'information, aider un client, reconnaître un produit, enregistrer une participation à un événement... La conversation est le meilleur moyen car elle engage et maintient un lien.

Le chatbot aura un impact de l'ordre de 20 à 30% de conversion en plus sur un site web.

## Comment ?

- Identifiez un process ou un contenu sur lesquels vos cibles se posent beaucoup de questions et dont les réponses sont éparpillées ou difficile à obtenir.
- Préparez une suite de questions les plus fréquentes posées par votre cible et leurs réponses.
- Si vous souhaitez positionner votre chatbot sur votre site web, il s'agit des questions les plus fréquentes posées par vos prospects. Un peu comme une FAQ invisible.
- Utilisez l'outil Typeform pour transformer vos données en conversation.

*Aller plus loin :*

Il n'y a de l'intelligence artificielle dans un chatbot que lorsque celui-ci apprend de ses réponses et des questions de ses utilisateurs. Vous pouvez commencer avec la base de données toute simple.



# Idée n°10 : externalisez le pilotage de votre rentabilité digitale

Faites-vous accompagner pour obtenir chaque mois les indicateurs, les résultats et la rentabilité souhaitée de vos actions sur le web.

## Pourquoi ?

D'abord parce que la rentabilité d'une stratégie digitale passe par l'analyse et l'usage d'indicateurs de performance.

Or, il sera toujours plus facile d'obtenir des indicateurs actionnables si l'on a défini des objectifs. Encore faut-il connaître les bons objectifs.

Ensuite parce que le digital est bien la seule discipline extrêmement quantifiable. Souvent, on s'y perd.

Que ce soit en communication digitale, en marketing digital ou encore sur votre site, vos actions sur le web doivent toujours être **RENTABLES** grâce à des chiffres.

Sinon, c'est qu'il y a un problème quelque part.

## Comment ?

- Voici ce que vous pourriez aimer savoir en fonction de vos actions par rapport à un budget de 400€/mois
- En comm : nombre d'impressions, temps de lecture, taux de clics, taux d'engagement sur un post, commentaires...
- En marketing : coût par clic, cibles qui ont interagi et profil associé, nombre et types de nouveaux abonnés, entreprises intéressées...
- Sur votre site web : trafic en nombre d'utilisateurs, typologie d'utilisateurs, temps de visite, pages les plus vues, complétion des formulaires, zone de perte...
- Autant d'indicateurs qui, suivis mensuellement vous permettent d'ajuster et d'obtenir une véritable rentabilité.

Vous n'avez pas les moyens de recruter mais vous avez le sentiment que vous pouvez faire plus... Un responsable digital externalisé peut vous aider. metabox vous propose un échange gratuit de 15 minutes.

Aller + loin



# Vous avez tout lu ?

*Voici votre bonus*

Avant de vous lancer dans toutes ces actions vous avez envie de mieux comprendre ce qu'est la rentabilité digitale de vos actions.

Nous vous proposons donc un autotest en 8 questions qui vous permettra de déterminer si vous êtes plutôt, mature, en progrès ou un peu éloigné de toutes ces notions de rentabilité. Gratuit, zéro spam à l'issue.

Vous voulez donner du concret, du résultat et du ROI sur vos actions digitales ?



Retrouvez metabox en ligne

[www.metabox.fr](http://www.metabox.fr)

Suivez-nous sur [Linkedin ici](#)

Echanger 15 min [avec un spécialiste](#)

Abonnez-vous à [Potin Digital](#) notre news mensuelle

