

Préparer l'après COVID-19 : Astuces et bonnes pratiques

10:01 RÉVEILLE
VOS RÉSEAUX

Groupe 1001  Salles



10H01, l'agence de communication du Groupe 1001 Salles, vous adresse quelques conseils pour préparer la reprise.

Ce document est dédié aux professionnels de la location de salle, aux entreprises du CHR, traiteurs mais aussi animateurs événementiels.

Nous en avons tous conscience aujourd'hui : c'est toute une économie qui est bouleversée depuis le début de l'épidémie de covid-19 et plus encore depuis la période de quarantaine.

L'événementiel et le secteur du CHR prennent cette crise de plein fouet. Sans donner des chiffres affolants, nous savons tous sans exception et quel que soit notre métier que notre activité est modifiée, parfois très mise à mal.

Personne ne peut annoncer avec certitude ce qu'il se passera lors de l'après-crise. La situation que nous vivons est exceptionnelle à plus d'un titre. Cette crise sanitaire mondiale et le confinement mettant à l'arrêt nos activités durant plusieurs semaines pousse des millions de français au chômage de manière temporaire, ou durable.

Cette période marque le départ vers une nouvelle manière d'exercer nos métiers. Le temps qui nous est alloué sans le vouloir va nous permettre de nous recentrer, de nous poser les bonnes questions, de nous entourer...

Découvrez nos conseils afin de revenir plus forts.

Bonne lecture !
- L'agence 10H01

1. GÉREZ VOTRE AGENDA

Cette partie concerne les prestataires de l'événementiel dont l'agenda des prestations s'est vu modifié face à la quarantaine. Repositionner vos prestations dans le temps s'avère être un vrai casse-tête.

Avant tout, vous devez vous rapprocher de vos clients afin de savoir s'ils souhaitent annuler leur événement ou bien les décaler dans le temps.

Ce n'est qu'à ce moment-là que vous pourrez mettre en place un pré-planning, que vous proposerez en retour à vos clients. Ensemble, vous conviendrez d'une date pour la prestation qui s'est vue décalée. Vous pouvez contacter vos clients par téléphone, ou bien par une campagne d'e-mailing groupée si vous avez beaucoup de clients. La date sera le point prioritaire avant de proposer inutilement un nouveau devis à vos clients.

Pour décaler vos prestations dans le temps, priorisez vos demandes par taille et budget afin d'allouer des jours comme les mardi ou jeudi à des événements professionnels d'envergure, et les plus petites prestations sur les reste de la semaine.



Enfin, faites connaître vos disponibilités auprès d'apporteurs d'affaires ou de partenaires pour combler les creux. Ils vous aideront à signer des prestations supplémentaires.

Restez concentrés sur les demandes intéressantes pour vous. Cela vous permettra de développer votre CA sur le dernier trimestre 2020, ainsi que l'année prochaine.



2. TRAVAIL DE FOND

Profitez de cette phase pour prendre du recul. Quelles sont vos forces ? Vos faiblesses ? Où voulez-vous vraiment aller ? Après cette quarantaine, de nouvelles valeurs vont voir le jour. Recentrez-vous et faites le point sur votre activité dans le but de revenir plus fort. C'est aussi le temps de faire ce que vous n'avez pas eu le temps de faire auparavant.

LA E-REPUTATION

Direction TripAdvisor, Yelp, Google Business, Facebook and co. Si vous n'avez pas revendiqué la propriété de vos pages, c'est le moment de le faire. Pour revendiquer la propriété de vos pages, vous devez, selon le site, remplir un formulaire puis faire vérifier le numéro de téléphone de votre entreprise par un code qui vous sera donné via une boîte vocale. Une fois vos comptes vérifiés, vous pourrez répondre à tous vos avis.

Reprenez vos avis du plus ancien au plus récent. Un avis positif ? Remerciez le client. Un avis est négatif ? Notez les écueils. Cela vous aidera à savoir ce que vous devez améliorer à la réouverture. Si l'avis est faux ou mensonger, respirez un bon coup et répondez de manière courtoise avec vos arguments.

LE RÉFÉRENCEMENT

Le référencement naturel est l'ensemble des techniques utilisées par les moteurs de recherche pour classer les résultats qu'ils renvoient aux internautes lorsque ces derniers tapent une requête avec un mot clé. Vous avez un beau site ? S'il est mal référencé, il ne sera pas très visible.

Travailler votre référencement ne portera pas ses fruits du jour au lendemain... C'est donc le bon moment pour s'en occuper. Plus de pages web parleront de votre entreprise, plus les internautes pourront la trouver sur internet. Cela passe tout d'abord par la technique de votre site internet. Faites un point avec votre webmaster afin qu'il vous indique l'état de référencement de votre site. Ensuite, rédigez des pages pertinentes, pourquoi pas des articles de blog si votre site en est doté. Listez les mots clés relatifs à votre activité et rédigez des articles intéressants sur ces sujets. Travailler vos pages sur les divers sites de référencement vous permettra également d'optimiser votre référencement. Mettez à jour vos informations, vos photos, vérifiez vos horaires d'ouverture, votre champs d'action... Et inscrivez-vous sur un maximum de sites qui vous permettront à développer votre activité.

LES PARTENARIATS

Ensemble, on est plus forts. Contactez vos partenaires actuels afin de brainstormer sur les possibilités de développement de votre collaboration... Et listez les activités complémentaires à votre activité pour mettre en place de nouveaux partenariats.



LE FICHER CLIENT

Vous possédez un fichier client ou un carnet d'adresse ? Rassemblez-les dans une base propre. Travaillez votre base de données en attribuant un statut à chaque contact afin de cibler au mieux vos prochaines communications. Mieux votre base sera travaillée, plus grand sera l'impact de vos communications. Relancez vos anciens clients, réchauffez vos prospects via de l'emailing ou la mise en place d'une newsletter.



3. COMMUNIQUEZ

C'est une situation inédite que nous sommes en train de vivre. On ne peut pas communiquer maintenant comme nous le faisons dans le passé. Maintenir le lien avec vos équipes, vos partenaires et vos clients est essentiel en cette période. Envoyer des messages permettra de renforcer le lien d'appartenance de vos collaborateurs avec votre entreprise, de soutenir vos partenaires et de ne pas vous faire oublier de vos clients.

LE TON

Avant de communiquer, il est important de faire un point sur le ton à utiliser. La situation a changé, votre ton doit également changer afin de ne pas renvoyer une nonchalante. Vous devez employer le bon ton et prendre la parole au bon moment. Le ton doit rester neutre. Pas de polémique, pas d'opportunisme. Restez neutre !

LES CANAUX

Les réseaux sociaux : continuer à être présent sur les réseaux sociaux est grandement conseillé afin de maintenir le lien avec votre clientèle et générer de l'engagement.

Les newsletters : elles vous permettront de continuer à communiquer vos messages à vos clients.

Votre blog / votre site internet : votre site internet est la vitrine web de votre entreprise. Il vous permettra de communiquer des messages institutionnels en cette période.

Appels : pour prendre des nouvelles de vos clients, de vos collaborateurs, de vos partenaires, mais aussi pour soigner votre relation et rester proche d'eux.

LES MESSAGES

Par téléphone : prenez des nouvelles de vos équipes et de vos partenaires et soyez transparents avec eux sur la situation de votre entreprise. Ne les laissez pas dans le flou sur la situation. Contactez-les pour avancer ensemble. De nouvelles idées de développement naîtront certainement de vos échanges.

Les réseaux sociaux : profitez de cette période pour alimenter vos clients en contenu pertinent. Attention, ne communiquez pas rien que pour communiquer. Donnez des recettes de cuisine si vous êtes un restaurant ou un traiteur, parlez de vos initiatives, si vous mettez en place un service de livraison parlez-en... Attention à ne pas être agressif commercialement ! Profitez-en aussi pour mettre en avant vos équipes en publiant du contenu sur leur quotidien en confinement par exemple, ou en faisant leur portrait, en racontant leur parcours...Cela renforcera leur sentiment d'appartenance mais aussi renforcera la proximité de votre entreprise avec sa clientèle. Afin de mettre en valeur votre professionnalisme, vous pouvez également communiquer des cas clients, en créant un document récapitulant la manière dont vous avez traité une de demande particulière.



Les newsletters, le blog, votre site internet : Vous fermez ? Indiquez-le sur votre site mais que vous restez joignable à tout moment par e-mail ou téléphone. Vous livrez ? Parlez-en. Indiquez à vos clients sur votre site, votre newsletter, ou dans un article de blog ce qu'il en est de votre entreprise pendant cette période. Ces outils pourront aussi vous permettre de communiquer vos recettes, vos initiatives etc.

***Faites attention au ton utilisé dans vos communications.
Ne soyez pas insistants ni agressifs commercialement. Pas d'opportunisme mal placé !***



4. PRÉPAREZ LA REPRISE

Même si l'après paraît très flou, nous pouvons nous attendre à une modification de nos activités. Soyez attentifs à ce qui se trame grâce aux media, afin de préparer vos prises de parole et de repenser votre plan de communication avec les messages et les timings adéquats. Il faudra par exemple anticiper les communications sur les **mesures d'hygiène pour rassurer vos équipes, vos partenaires et vos clients.**

Mettez en place un plan de communication de reprise. Attention tout le monde va recommuniquer en même temps, il faudra se frayer sa place dans la multiplication des messages des concurrents.

Côté commercial, communiquer auprès de vos clients et anciens clients est votre mission prioritaire. La nouvelle clientèle sera sûrement plus difficile à capter puis à fidéliser. La mise à jour et l'amélioration de votre base de données est également très importante. Proposez des **offres spéciales de reprise** sur vos jours creux.

Prévoyez de relancer votre actualité en mettant en avant vos prochains événements, les modifications de votre carte, vos ajustements...

Ce qui est sûr, c'est à la reprise, nous aurons tous un grand besoin de nous retrouver. Ce sera l'occasion d'organiser de beaux événements. **Préparez des afterworks, journée portes ouvertes... avec vos partenaires** afin de faire revenir vos prospects. Vous pouvez également participer à des événements partenaires (des agences ou organisateurs).

5. L'ACCOMPAGNEMENT

AGENCE 10H01

Le Groupe 1001 Salles édite des services web de mise en relation entre prestataires de l'événementiels et organisateurs de tous horizons. Il développe également des outils de développement et de gestion de leads.

Le groupe s'est récemment doté d'une activité de communication pour accompagner les PME dans le conseil en communication.

10H01 est votre interlocuteur privilégié pour la présence de votre activité. Optimiser votre visibilité, accroître votre notoriété, améliorer votre image... Nous résolvons ces problématiques grâce à la communication en ligne.

Animation de vos pages sur les réseaux sociaux, gestion de votre réputation et marketing relationnel : voici nos terrains d'expertise. Nous élaborons ensemble des stratégies à même de répondre à vos objectifs.



**Une question ? Besoin d'accompagnement ou d'aide dans vos démarches ?
Contactez l'agence 10H01 au 01 78 12 01 62 ou par e-mail : contact@10h01.com.**

L'UNIMEV

L'Union Française des Métiers de l'Événement est l'unique organisation professionnelle représentative de l'ensemble des acteurs de la rencontre se bat au quotidien pour défendre notre secteur d'activité auprès des instances publiques.

www.unimev.fr



UNIMEV Covid-19

Retrouvez les articles et les ressources de l'UNIMEV dédiées à cette période sur le site :

www.unimev.fr/coronavirus-covid-19-2020/



LE SOUTIEN AUX BARS & RESTAURANTS

En vous inscrivant sur « J'aime mon Bistrot », vous permettez à vos clients de payer en avance leurs consommations dans votre établissement. Vous vous assurez des rentrées d'argent pendant la fermeture car vous percevez votre cagnotte immédiatement à la réception d'une précommande. La plateforme ne prend aucun frais de gestion et vous propose un accompagnement dédié au travers d'articles.

[Inscrivez votre établissement.](#)

Nous vivons une période inédite. Profitons-en pour faire le point et pour nous réinventer, afin de revenir plus forts.

 **RÉVEILLE
VOS RÉSEAUX**

&

Groupe 1001



Salles

Tel. : 01 78 12 01 62 | E-mail : marketing@1001salles.com
www.groupe1001salles.com