

**Quelle stratégie de contenu
pour communiquer
dans une industrie
peu ou pas sexy ?**



Introduction

Quelle stratégie de contenus dans une industrie pas sexy ?



Romain Tanneau
Brand Manager
romain@youlovewords.com



Jean-Jacques
Directeur Général
jean-jacques@youlovewords.com

Les spécificités des industries “pas sexy”



Un secteur qui doit se réinventer



Des produits et services complexes



Des processus d'achat parfois long







Des parties prenantes multiples



Un business peu drivé par la communication

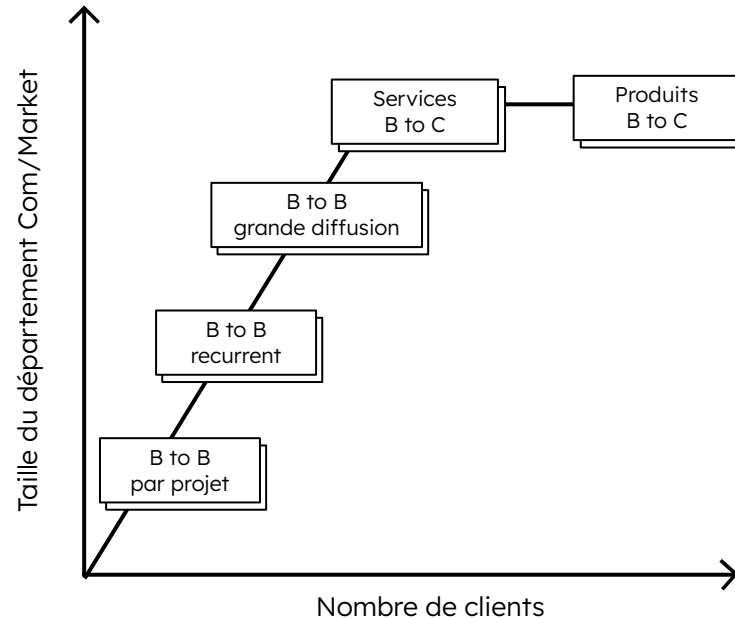
Les trois catégories de B2B

	B to B Grande Diffusion	B to B Récurent	B to B Projet
Nombre de clients			
Rôle joué par le digital			
Délai de négociation			
Nombre de contributeurs			

Pourquoi le
marketing & la communication B2B
sont-ils en retard ?

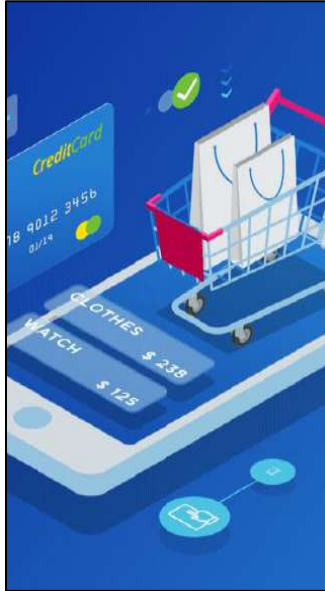
Versus le B2C !

La contribution communication/marketing par grands secteurs d'application



Et pourtant...

..le secteur évolue



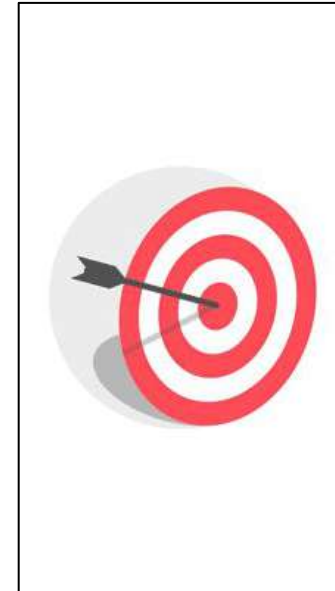
**Digitalisation
des parcours
utilisateurs**



**Arrivée de
concurrents
100% digitaux**



**Diversification
des canaux
marketing**



**La data permet
l'amélioration du
ciblage**

Sommaire

9h-9h10

Introduction

Présentations

10h30-10h40

Pause (en option)

Coffee time

1

9h10-9h50

Quelle stratégie éditoriale dans une industrie pas sexy ?

Ligne éditoriale, territoires d'expressions et déclinaisons.

3

10h40-11h10

Comment organiser sa production de contenus ?

Quelle méthodologie et gouvernance mettre en place ?

2

9h50-10h30

Quels contenus prioriser dans sa stratégie 2024 ?

Exemples de formats qui fonctionnent.

4

11h10-11h30

Outiller vos équipes pour performer

Les outils de la production de contenu.

Sessions

20 minutes d'inspiration
20 minutes de partage d'expérience

Vous recevrez le deck avec les exemples et la méthodologie par mail



01

Quelle stratégie éditoriale dans une industrie pas sexy ?

Ligne éditoriale, territoires d'expressions et déclinaison.

Les objectifs d'une "industrie pas sexy"

01

Notoriété

Se faire connaître du grand public pour asseoir sa notoriété de marque.

02

Lead génération

Identifier et attirer des prospects qualifiés dans des secteurs spécialisés, où les cycles de vente sont longs...

03

Expérience client

Créer une relation durable et de confiance dans un contexte où les interactions sont moins fréquentes mais plus significatives.

04

Marque employeur

Attirer des talents capables de comprendre et de naviguer les défis uniques d'une industrie spécifique.

05

ABM

Cibler et personnaliser la communication vers des comptes stratégiques, maximisant ainsi les chances de conversion et de fidélisation.

06

Positionnement

Se démarquer en mettant en avant des valeurs et des solutions uniques.

Rappelle de la méthodologie pour définir une stratégie de contenus

01

Définition de vos
cibles & personas

02

Analyse de la
concurrence

03

Analyse de
l'existant

04

Définition de
vos objectifs

05

Définition de votre
positionnement

06

Définition de votre
stratégie éditoriale

07

Structuration de la
Content Factory

08

Production de
vos contenus

09

Diffusion de
vos contenus

10

Mesure &
optimisation

La base d'une stratégie éditoriale

PROBLÈME

CIBLES

RAISON D'ÊTRE

LIGNE EDITORIALE

TERRITOIRE 1

TERRITOIRE 2

TERRITOIRE 3

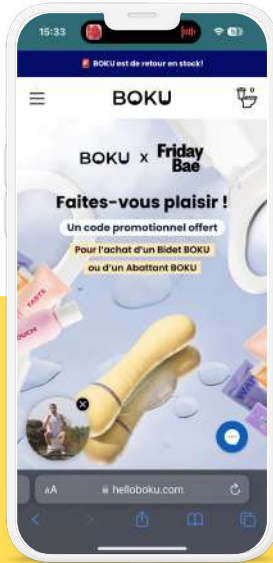
TERRITOIRE 4

Comment moderniser sa ligne éditoriale ?

■ GEBERIT



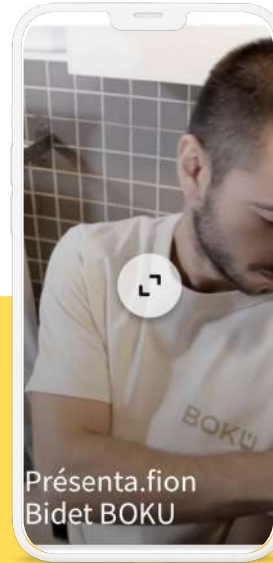
Boku : l'innovateur



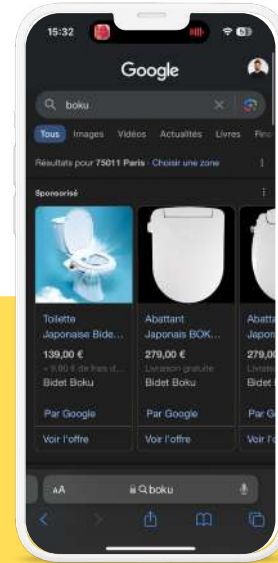
Un ton de voix
décalé et percutant



Un parcours
d'achat réinventé



Une stratégie
de contenu



Les codes
du digital

Geberit

PROBLÈME

Susciter la confiance par la fiabilité.

CIBLES

L'architecte et le professionnel.

RAISON D'ÊTRE

Nous pensons que la fonctionnalité, la durabilité et le design doivent s'inspirer les uns les autres.

LIGNE EDITORIALE

TERRITOIRE 1

TERRITOIRE 2

TERRITOIRE 3

TERRITOIRE 4

Geberit

PROBLÈME

Susciter la confiance par la fiabilité.

CIBLES

L'architecte et le professionnel.

RAISON D'ÊTRE

Nous pensons que la fonctionnalité, la durabilité et le design doivent s'inspirer les uns les autres.

LIGNE EDITORIALE

Le partenaire éclairer, au service des pros du sanitaire et de l'aménagement

TERRITOIRE 1

De l'excellence vient la confiance

TERRITOIRE 2

Penser service, au service de

TERRITOIRE 3

L'innovation, depuis et pour toujours

TERRITOIRE 4

Au cœur des besoins des professionnels

Tonalité générale

La tonalité éditoriale d'une marque correspond à sa façon de s'exprimer. Elle englobe le choix des mots, la ponctuation à privilégier, le rythme du discours. Ceci dans le but de refléter au mieux son identité, ses produits ou services.

#1. Complice

#2. Sereine

#3. Experte

#4. Vectrice d'action

#5. Réjouissante



AVANT

PUBLICATIONS

REELS

IDENTIFIÉ(E)

Quand tu apprends que les pièces détachées du bâti-support Geberit sont disponibles 50 ans après l'arrêt de leur production.



Avec le logo Geberit, vous avez la garantie d'un bâti-support

Inimitable

les bons tuyaux
« Choisir l'écosystème Geberit c'est révolutionner vos chantiers »



Par Philippe, installateur Geberit

le saviez-vous?



Avec l'écosystème WC Geberit, le temps d'installation est réduit d'environ 40 % !

Quand tu ouvres un bâti-pack et que trouves un super t-shirt et une carte cadeau de 20€



VISUALISEZ

Tous les tutoriels vidéos conseils en flashant les QR Codes vidéos :

Instagram Geberit pro

Innovation,
Excellence,
Service,
Besoin.

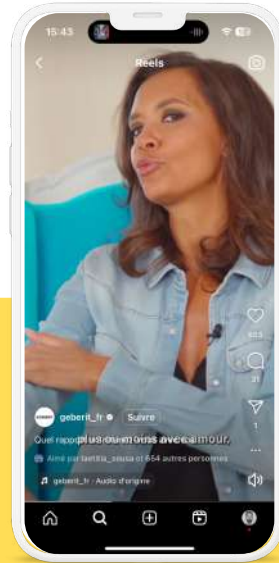
■ GEBERIT

APRÈS

Les formats RS en B2B & B2C



Des carrousels produits



Un partenariat avec Karine Le Marchand



Des tutoriels pros



Des contenus partageables

Reels : Top 3

01

926 K : Karine Le Marchand
épisode 4



02

122 K : Technologie
Rimfree



03

32,6 K : "Plus besoin"/Même
hygiène du WC lavant



2023 : Instagram en chiffres

8 304 422

C'est le nombre de fois où les posts, reels, stories et publicités ont été vus (couverture globale).

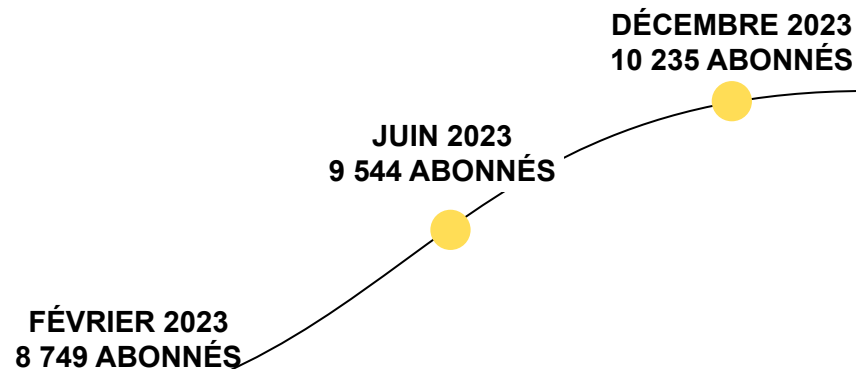
6 416

C'est le nombre de visites du profil.

20 254

C'est le nombre d'utilisateurs qui ont vu le profil Geberit.

→ Les posts éditorialisés qui n'abordent pas frontalement les produits Geberit suscitent plus de réactions.



Résultats campagnes Meta

57 340 333

Impressions

12 483 923

Personnes touchées

196 272

Interactions*

341 691

Clics vers le site

...les bonnes pratiques



La Terre est
notre unique
actionnaire.

Si notre but est une planète où la vie prospère - et non plus gérer une entreprise - chacun d'entre nous devra prendre ses responsabilités. Nous^t avons pris les nôtres.

Par Yvon Chouinard

**Redéfinir son récit de
marque**



**Méthodologie
de Design Fiction**



**Organisation
de Creative Day**

Et vous ?

Où en êtes-vous actuellement dans votre stratégie éditoriale ?

A quels défis ou obstacles majeurs êtes-vous confrontés ?

Quels aspects nécessitent une attention particulière ou des améliorations ?



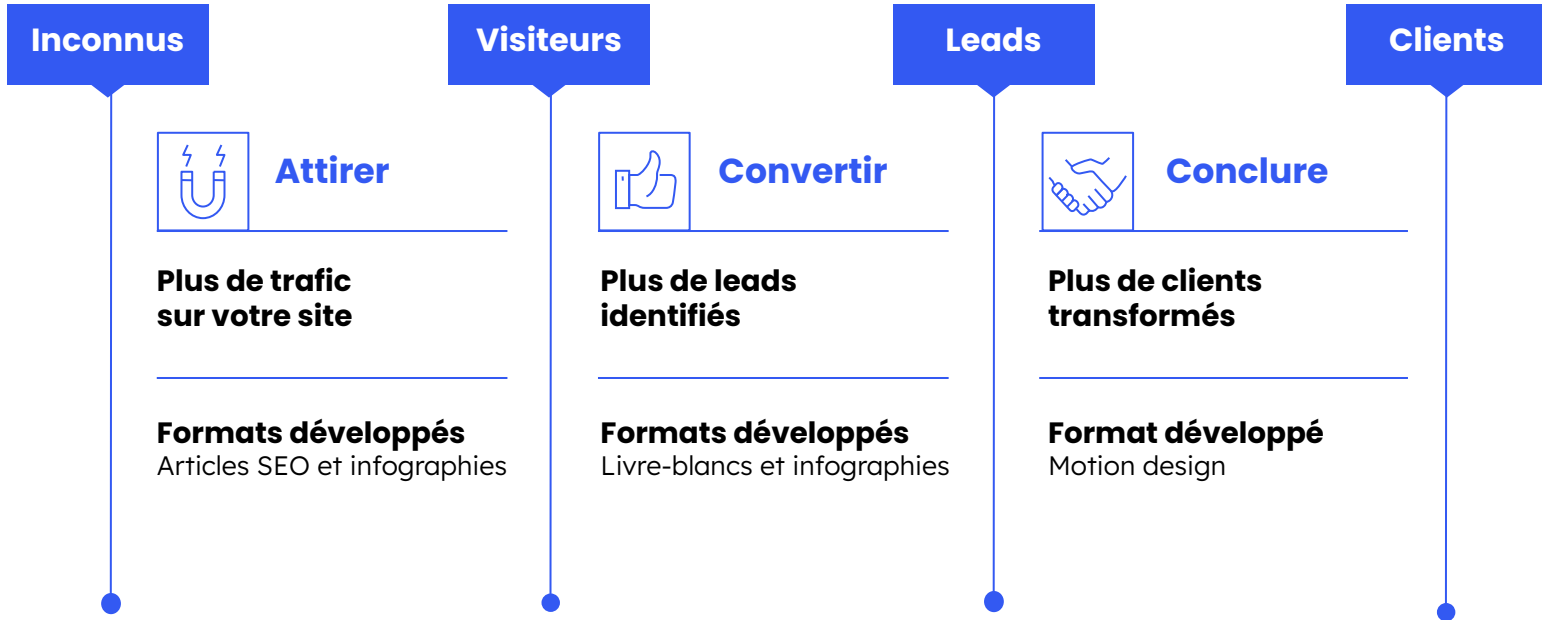
02

Quels contenus prioriser dans sa stratégie 2024 ?

**Les bonnes pratiques B2C à
appliquer en B2B.**

Photo : Carolin Unrath, Peter Scherb

Quels contenus choisir en 2024 ?



Inconnus



Attirer

Plus de trafic sur votre site

Formats développés
Articles SEO et infographies

Visiteurs



Convertir

Plus de leads identifiés

Formats développés
Livre-blancs et infographies

Leads



Conclure

Plus de clients transformés

Format développé
Motion design

Clients

Les canaux incontournables en 2024



01

Les réseaux sociaux

En B2C

Créer et une communication directe avec les consommateurs.

En B2B

LinkedIn pour partager des insights, Twitter pour des infos rapides, Instagram & TikTok pour humaniser la marque avec des coulisses...



02

Le SEO

En B2C

Un contenu de qualité attirent les consommateurs recherchant des produits ou des informations.

En B2B

Être présent sur l'ensemble du parcours online des professionnels.



03

L'emailing

En B2C

Personnaliser le marketing pour envoyer des offres ciblées.

En B2B

Personnaliser et nurturer les leads avec du contenu éducatif.



04

L'événementiel

En B2C

Faire vivre des expériences uniques, en physique et digital.

En B2B

Interagir directement avec un public professionnel, renforçant la crédibilité et générant des leads qualifiés.

La vidéo en 2024

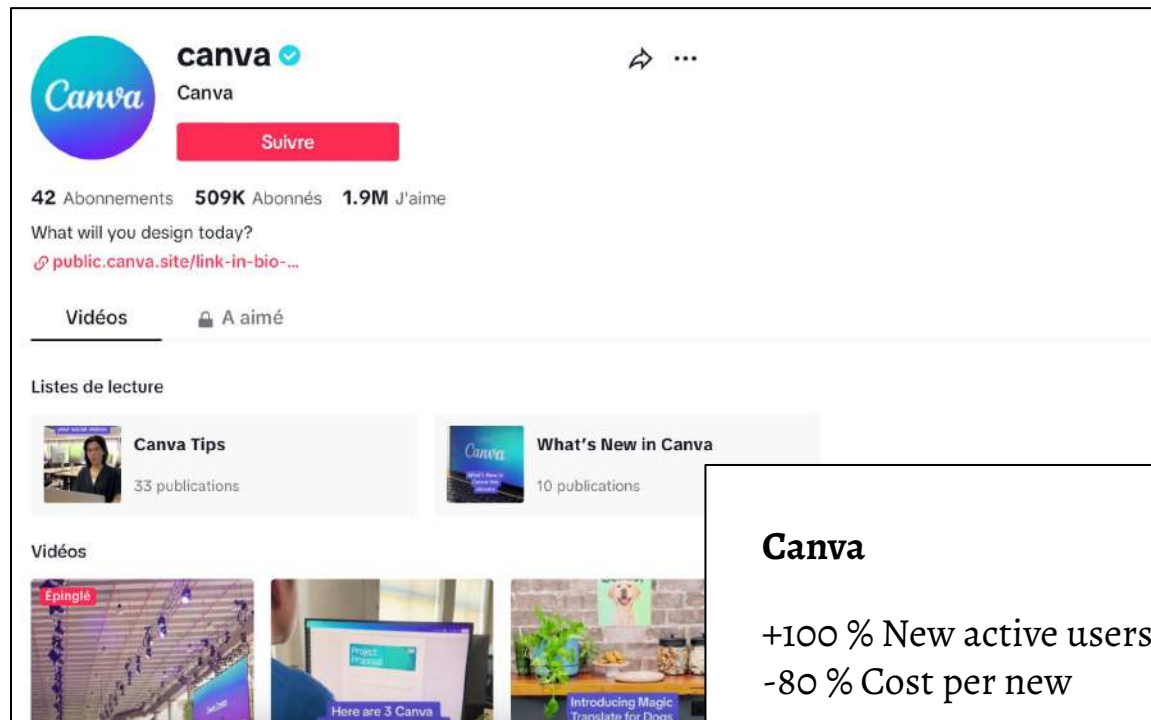
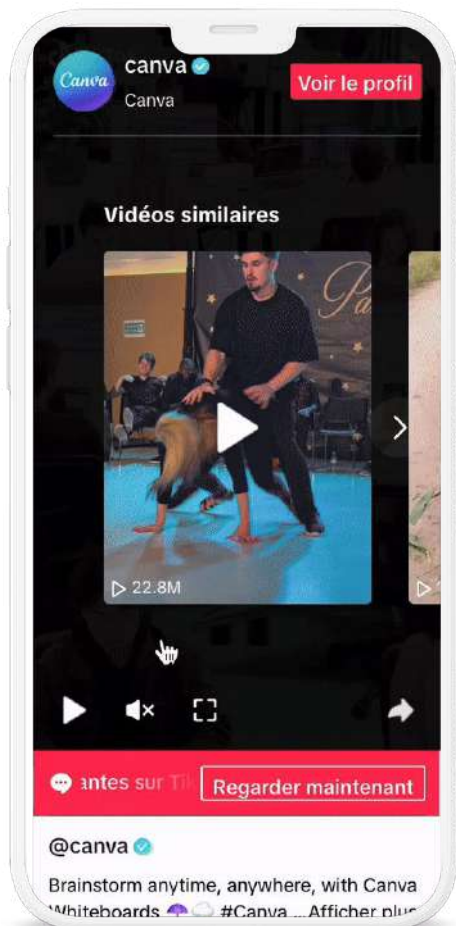
**Chaque publicité sur TikTok a le potentiel
de toucher 1,05 milliard de personnes.**

La vidéo est 5 fois plus engageante sur TikTok que sur YouTube.

79,8%

**des utilisateurs vont sur
TikTok pour "regarder du
contenu divertissant"**

**TikTok est le moteur de recherche
préféré de la Gen Z.**



Canva

- +100 % New active users
- 80 % Cost per new activation
- 28 % Increase in ROAS

53% **des entreprises B2B**
utilisent YouTube.
Deuxième moteur de recherche au monde.

Doctrine TV

Installez-vous bien confortablement... et découvrez les épisodes des mini-séries produites par Doctrine. Elles mettent en lumière, chacune à leur manière, les différentes facettes du métier d'avocat et de juriste.

LA PLUS EMBLÉMATIQUE

Je le jure !

La série aux +3 millions de vues qui rend hommage aux avocats. H
Leclerc, Dominique de la Courtoisie, Bernard Votier, Pierre Olivier

Mini-série

Je le jure ! La série aux +3 millions de vues qui rend hommage aux avocats.

 Doctrine

Les formats longs

The screenshot shows a Google search for "bluetooth speaker for a pool party". The search bar is at the top with the Google logo on the left and search, voice, and image icons on the right. Below the search bar are navigation tabs for "Converse", "Shopping", "Images", "Videos", "News", "Maps", "Books", "Flights", and "Finance".

The main content area features a "Generative AI is experimental" notice. Below it, a text block reads: "When choosing a Bluetooth speaker for a pool party, you can consider factors like:" followed by a bulleted list:

- **Battery:** How long the batteries last.
- **Water resistance:** Whether the speaker is waterproof. Reviewers suggest a water-resistance rating of at least IPX5.
- **Sound quality:** A large or expensive speaker does not necessarily produce better sound.

Below the list, it says "Here are some of the best bluetooth speakers for a pool party:" and lists four products:

Product	Rating	Price	Key Features
JBL Flip 5	4.6 ★ (14k)	\$90	Good for shower, wireless, lightweight, waterproof, available in multiple colors.
Ultimate Ears MEGABOOM 3	4.6 ★ (5.8k)	\$169	Good for outdoors, featuring 360° sound and a powerful bass.
Bose SoundLink Micro	4.7 ★ (8.4k)	\$119	Good for shower, small, powerful, wireless, waterproof, portable, comes with a silicone strap.
Bang & Olufsen Beosound Explore Wireless Speaker	4.5 ★ (182)		Good for outdoors, super portable, great 360-degree sound, nice strap.

On the right side of the search results, there are three suggested articles with thumbnails: "Choosing a Great Waterproof...", "Buying a Bluetooth Speaker: 5...", and "How To Buy The Best Bluetooth...". Below these are logos for "Doss Audio", "Dignited", and "Jabra".

Quelle enceinte bluetooth choisir pour une pool party ?

Une révolution des moteurs de recherche à anticiper.



Content Marketing le guide complet

Le Content Marketing (ou marketing de contenu) est une stratégie de long-terme qui consiste en la création, mais aussi la distribution régulière de contenus à forte valeur ajoutée pour attirer de nouveaux prospects, fidéliser ses clients et ainsi faire croître son entreprise.

Sommaire

Page Pilier

Exemple d'un Méga Content YouLoveWords pour mettre en avant son expertise sur le Content Marketing. 1M de CA générés en 2023 grâce à cette page.

Les formats éditoriaux

34%

**des abonnés ouvrent la
newsletter dans la première
heure avant l'envoi.**

L'utilisation d'émoticônes dans une ligne d'objet
augmente l'efficacité de 70 %

SOMMAIRE

😊 Les good news du mois

👉 #1 Le Costa Rica ouvre le bal

👉 #2 Un peu de répit pour la biodiversité : 26 espèces australiennes vont être retirées de la liste des animaux menacés d'extinction

👉 #3 Le Parlement européen vote la directive sur la performance énergétique des bâtiments



😊 Les good news du mois

👉 #1 Le Costa Rica ouvre le bal

Vous avez besoin d'une bonne nouvelle sur la planète ? Celle-ci va vous faire plaisir ! Le Costa Rica, petit pays d'Amérique centrale de 5 millions d'habitants et habitantes, a réussi quelque chose d'incroyable : **inverser le processus de déforestation** 🤗.

Entre 1950 et 1985, la surface forestière du Costa Rica est passée de 75% à 26% du territoire à cause d'une agriculture intensive.

Grâce à une politique de restauration des forêts lancée en 1996, avec notamment un programme de rétribution des propriétaires qui préservent leurs parcelles, la création de parcs nationaux et de réserves, **les forêts tropicales ont pu se re-développer et stocker plus de carbone et des réservoirs de biodiversité, ont pu se re-développer aujourd'hui + de 50% du territoire.**

Et ce n'est pas tout !

Ce pays a également réussi l'exploit de **produire près de 100% de son électricité à partir d'énergies renouvelables.**

Alors, bien sûr, comme tout le monde, le Costa Rica n'est pas parvenu à atteindre ses marges de progression, mais ça montre que les choses bou

GreenGot

Quelles sont les dernières #bonnes nouvelles de la planète ? Chaque mois, 24 076 personnes, membres ou pas de Green-Got ont toutes les réponses en lisant notre #newsletter !

70% **D'auditeurs de podcast en plus entre 2021 & 2024.**

Source : eMarketer, 2024

WORK IN PROGRESS

slack



Work In Progress

Débuté en 2017, avec la publication d'un nouvel épisode de 30 minutes toutes les deux semaines. Ce podcast fait partie des 2 % de podcasts les plus populaires au monde.

slack

Les formats illustrés

30

**fois plus de chances d'être
lues qu'un article écrit.**

**et elles peuvent augmenter le trafic d'un site web
jusqu'à 12 %.**

∞drive

SecNumCloud :
tout comprendre en 3 points

Le plus haut niveau de sécurité à ce jour,
en France, pour les solutions cloud

ANSSI

Explication du
fonctionnement de
SecNumCloud par l'Agence
nationale de la sécurité des
systèmes d'information.

Et vous ?

Quels sont les principaux leviers et types de contenus que vous privilégiez dans votre approche B2B ?

Existe-t-il des types de contenus que vous évitez délibérément ?

Vous inspirez-vous du B2C pour enrichir votre stratégie en B2B ?



03

Comment organiser sa production de contenus ?

Quelle méthodologie et gouvernance mettre
en place ?

Image : Jo000.ann, IA

Methodologie & Gouvernance

La rythmique & les outils de production

Nous vous proposons une méthodologie agile pour assurer un déploiement des actions en accord avec les priorités fixées et les optimisations identifiées..

Mois 1

Kick Off
accompagnement



Call hebdo

Mail Recap

Mois 2

Atelier de priorisation



Comité éditorial

Mois 3

Comité
stratégique





Rétroplanning

Pour un suivi optimal du planning, anticiper les échéances et être alignés sur les mêmes objectifs communs.



Dossier Sharepoint

Permet de centraliser les contenus, les différentes versions et s'assurer que tout le monde dispose des mêmes éléments.



Tableau suivi de production

Avoir une vue d'ensemble sur l'avancée de la production contenu par contenu, ainsi qu'au global.

[> Exemple](#)



Matrice RACI

Pour valider les rôles et les responsabilités de chaque intervenant au projet, au sein de chaque processus et action.

[> Exemple](#)



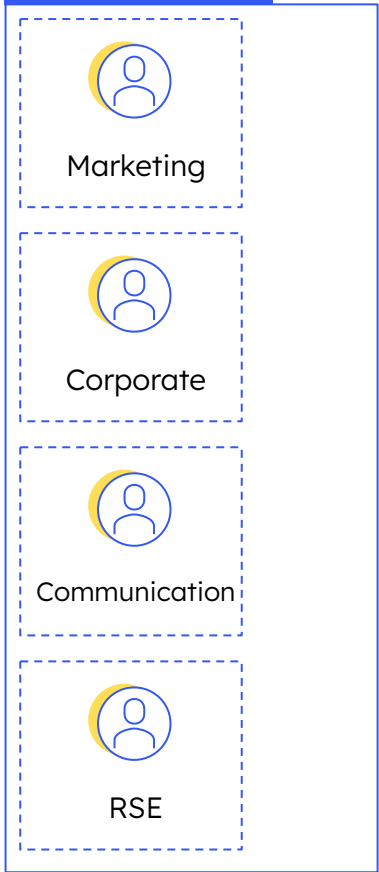
Suivi du consommé

Afin de suivre l'état d'avancement de notre accompagnement : contenus finalisés, en cours, restant à faire.

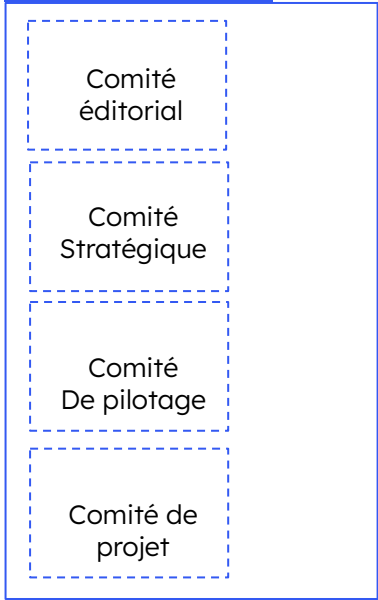
[> Exemple](#)

Gouvernance

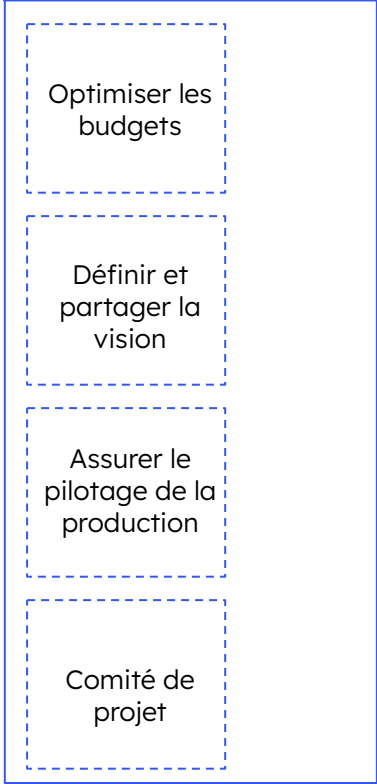
Contributeurs



Instances



Bénéfices



Gouvernance Vinci Immobilier

Gouvernance **BNP**

Gouvernance La Poste Solution Business

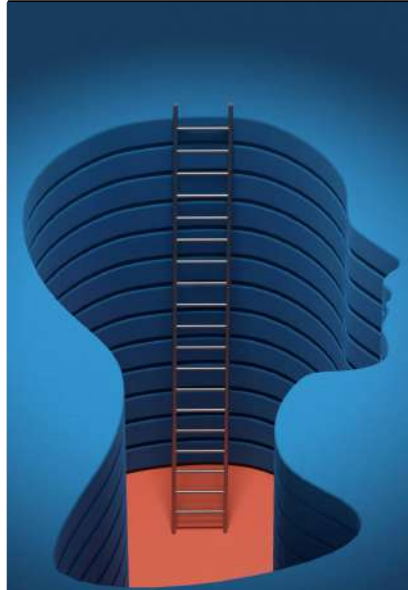
La mesure et le partage de la performance

KPIS	Objectif projeté 2024	variation vs 2023
1# Nombre de Leads générés (nouveaux contacts)	1 000	+125%
2# Nombre de MQL	3 000	+157%
3# Nombre de SQL	2 500	+166%
4# Taux de conversion SQL to oppy	25%	+20%
5# Nombre d'opportunités	625	+223%

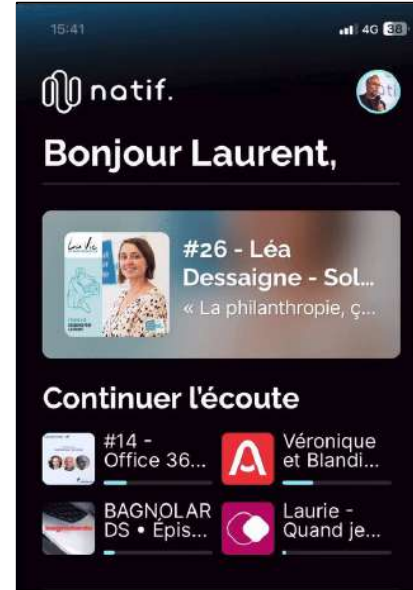
...les bonnes pratiques



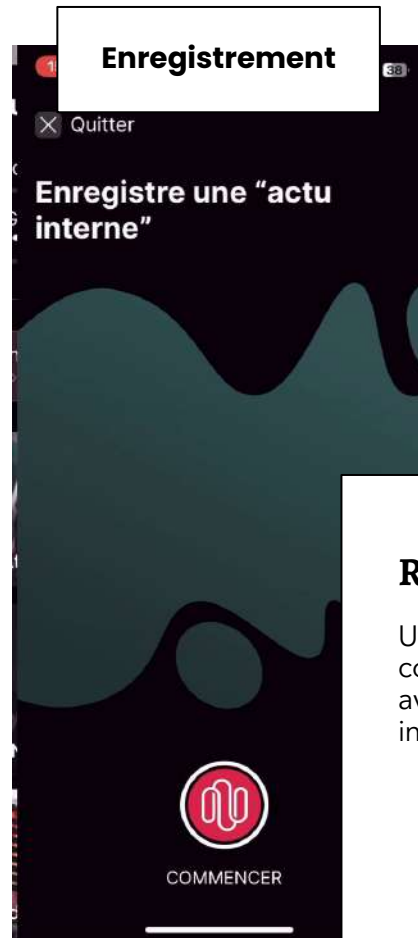
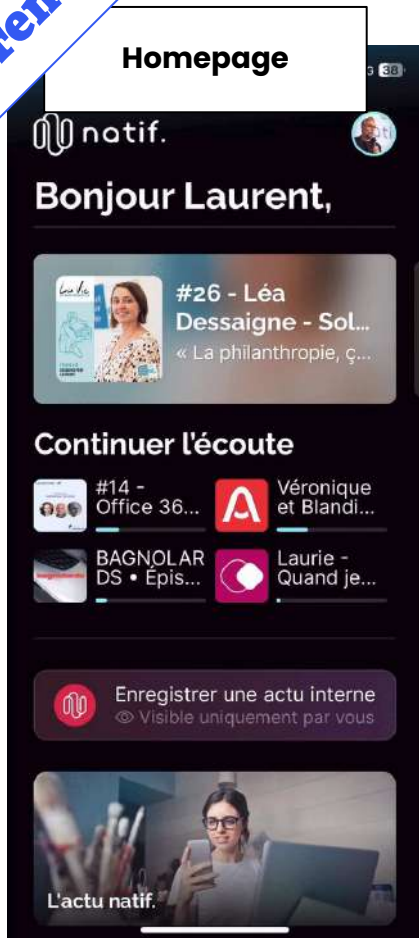
Co-conception de la stratégie



La formation en Interne & externe



Des canaux de communication dédiés



Radio Interne - Norauto

Utilise l'appli pour animer sa communauté de collaborateur avec la diffusion de leur radio interne.



Et vous ?

Quels sont les principaux obstacles auxquels vous faites face dans la production de contenu ?

Comment votre organisation est-elle structurée pour gérer la production de contenus et disposez-vous de processus établis pour optimiser cette production ?



04

Outillez vos équipes pour performer

Les outils de la production de contenus en
2024

72%

des experts en B2B
déclarent utiliser des outils d'IA générative

Les outils du Content Marketing

Interne
Spécialisé
Global

Customer Relationship Management



HubSpot

Content Management Plateforme



semji



Production et génération de contenu

Canva



Carrefour

Digital Asset Management



bimbo



Mesure et analyse de la performance

Google

ahrefs



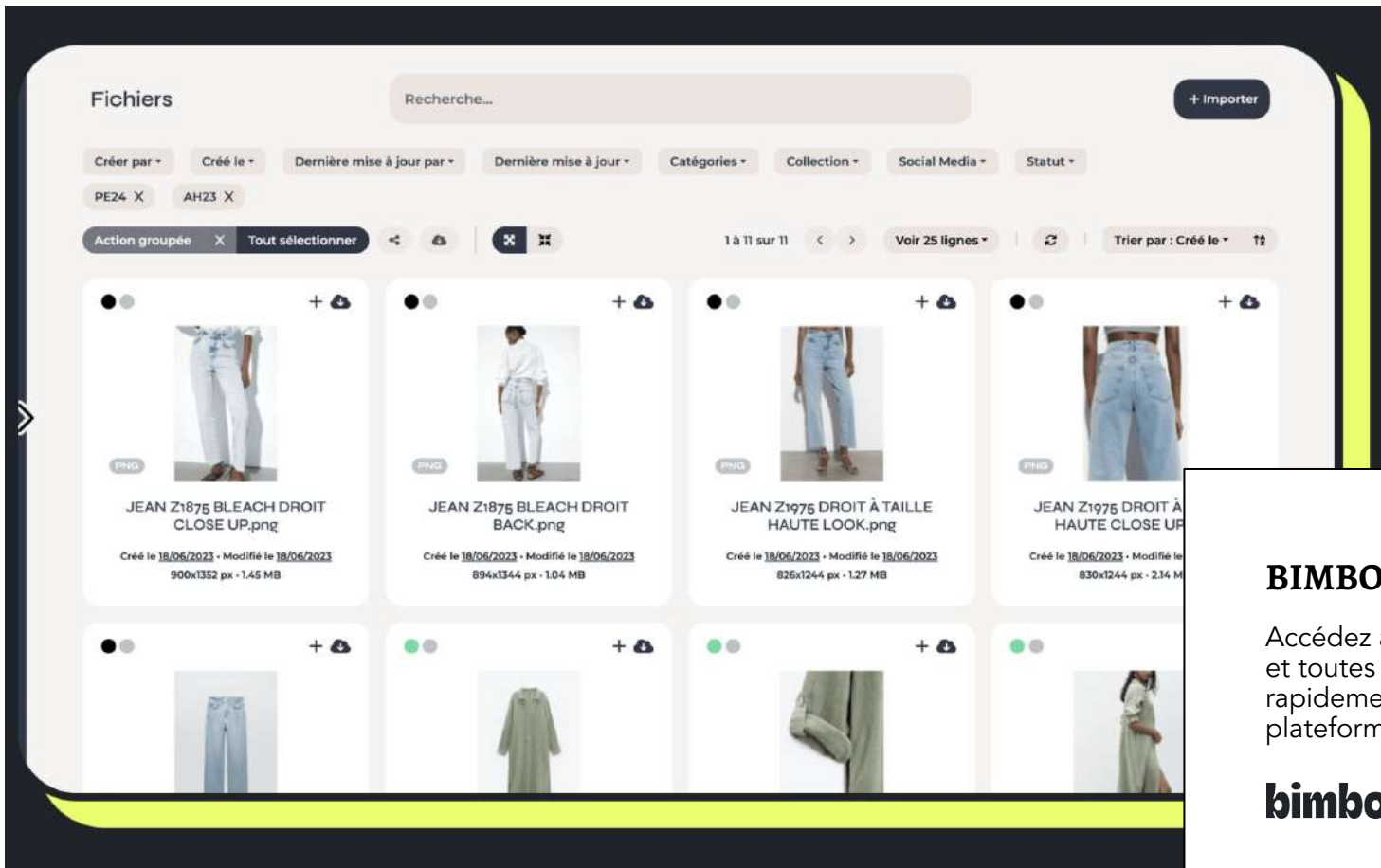
The screenshot displays the FABRICATE DAM interface. At the top, there is a search bar with the placeholder text "Want to search for something?". Below the search bar, the FABRICATE logo is visible, followed by navigation tabs for "Files", "Collections", "Workflow", and "Guidelines". A blue "Upload media" button is located on the right side. Below the navigation, there are several filter options: "Asset type", "Objective", "Campaigns", "Channel", "Produced by", "Usage Rights", "Advanced", and "Tags". The main content area shows 122 search results, ordered by "Date added". The results are displayed as a grid of asset cards, each with a thumbnail image, a title, and a confidentiality level. The assets include:

- Symbol (EPS, Confidentiality Public)
- Logo on background (PNG, Confidentiality Public)
- Logo horizontal (EPS, Confidentiality Internal)
- Facility tour (JPG, Confidentiality Internal)
- Press photo retouched (JPG, Confidentiality Public)
- Services photo (Confidentiality Public)
- Banner (TIFF, Confidentiality Public)
- Brand graphic (PSD, Confidentiality Public)
- HQ Roof (Confidentiality Public)
- Logo negative (Confidentiality Internal)

BYNDER

DAM qui s'adresse aux entreprises ayant une identité de marque forte et qui souhaitent s'équiper d'une solution DAM facile d'utilisation.





BIMBO

Accédez à tous vos contenus et toutes vos créations rapidement sur la plateforme.

bimbo

2020 Course Descriptions ▾ Overview Content Structure Workflow Calendar Integrations Settings

All items

My assignments

Files & media 23

Hierarchy

FOLDERS

2020 Course Descriptions

Subject Introductions

Physics (BSc)

College of Medicine and Ve...

Veterinary Studies

Vet Medicine

Agricultural Science

Medical School

Oral Health Scien...

Medicine

Integrative Biome...

Trash 0

Import items Create new item

	Template	Due date	Updated	Assignees	Folder	
and Mechanical Engi	Programme Tem...	No due date	Yesterday		Engineering	1
al Engineering	Programme Tem...	Due date	3 days ago		Engineering	2
ematics & Physics (BSc)	Programme Tem...	No due date	3 days ago		Mathematics	0
Mechanical Engineering (MEng)	Programme Tem...	No due date	3 days ago		Engineering	0
Medicine	Subject Template	No due date	3 days ago		Subject Introd...	0
Physics (MSc)	Programme Tem...	Next week	5 days ago		Physics & Anat...	
Veterinary Medicine (Graduate)	Programme Tem...	Due date	5 days ago		Vet Medicine	
Mathematics	Subject Template	In a month	5 days ago		Subject Introd...	
Agricultural Science (Animal S	Programme Tem...	In a month	5 days ago		Agricultural Sci...	
Oral Health Sciences	Subject Template	Next week	5 days ago		Subject Introd...	
Medicine (6 year programme)	Programme Tem...	In a month	5 days ago		Medicine	
Veterinary Medicine (5 year)	Programme Tem...	Next week	1 month ago		Vet Medicine	
Physics (BSc)	Programme Tem...	In a month	1 month ago		Physics & Ast...	
Agricultural Economics	Programme Tem...	In a month	1 month ago		Agricultural Sci...	
Mathematics (BSc)	Programme Tem...	In a month	2 months ago		Mathematics	

GATHER CONTENT

Exemple d'une plateforme de production de contenu.

 GatherContent

Et vous ?

Quels outils utilisez-vous pour soutenir votre production et gestion de contenu ?

Comment gérez-vous vos ressources, notamment en termes de répartition des tâches et d'optimisation des efforts ?

Merci!



Romain Tanneau
Brand Manager
romain@youlovetwords.com



Jean-Jacques
Directeur Général
jean-jacques@youlovetwords.com

Stratégie éditoriale Conforama

PROBLÈME

Donner des clés de lecture claires au bénéfice « utile » de nos produits et à l'effort pour les rendre accessibles.

CIBLES

Les foyers Français avec enfants

RAISON D'ÊTRE

Permettre à la France entière de s'offrir une plus belle vie à la maison.

LIGNE EDITORIALE

La maison du bonheur.

TERRITOIRE 1

Le bien être,
"Chez soi en mieux."

TERRITOIRE 2

Le style
"Bien dans son époque"

TERRITOIRE 3

La famille
"Heureux ensemble"

TERRITOIRE 4

La planète
"En harmonie avec nos valeurs"

Top 6 des formats que les marketeurs en France souhaitent exploiter en 2024

Vidéos



Images



Articles de blog



Cas clients



E-books



Podcasts



Les formats qui performent en 2024



01

La vidéo

Le format roi des réseaux sociaux et incontournable en 2024.



02

Les formats longs

Idéal pour asseoir son expertise dans un domaine spécifique.



03

Les formats éditoriaux

Une nouvelle façon de se raconter et de créer un lien émotionnel.



04

Les formats illustrés

Vulgariser des informations complexes et parfois peu digestes.


Rechercher

Shopify
 @shopify · 426 k abonnés · 297 vidéos
 The entrepreneurship company. >
 shopify.com et 5 autres liens

S'abonner


Accueil Vidéos Shorts En direct Playlists Communauté

Les plus récentes Populaires Les plus anciennes




THE FINGER PAINTER
2:47

The Finger Painting Artist: How Iris Scott Made a Career Finger Painting | My Shopify...
3,3 M de vues · il y a 5 ans




SEIZE YOUR MOMENT
1:34

Taking the Leap to Entrepreneurship | Motivation for Your Business
2,9 M de vues · il y a 3 ans




Get paid by brands you love with
SHOPIFY COLLABS
shopify 0:37

Find Brands Looking For Creators | Shopify Collabs for Creators
1,7 M de vues · il y a 1 an




How to Start a Dropshipping Business
shopify

How to Start a Drop Shipping Business
1,4 M de vues · il y a 9 ans




JAKE KASSAN MVMT WATCHES
1:28

Shopify - Just Start Trying | The Story of MVMT Watches
1,4 M de vues · il y a 6 ans




REAL LIFE SHEROES
3:00

Comic Books Featuring Women, By Women | My Shopify Business Story
1 M de vues · il y a 5 ans



DEAD SEA SKINCARE
19:04

We Went to Jordan to Try Natural Skin Care
956 k vues · il y a 5 ans



How to Start an Online T-Shirt Business
ecommerce university

Small Business Ideas: How to Start an Online T-Shirt Business
916 k vues · il y a 9 ans

Shopify & Learn With Shopify

1 million d'abonnées avec 2 chaînes YouTube.



WHAT SHOULD I DO WITH MY MONEY?

a new podcast from
Morgan Stanley



Episode 7:
**Single Again, D
the Questions**

What Should I Do With My Money?

Lancée en 2023, ce podcast figure déjà dans le top 2 des podcasts les plus écoutés au monde.

Morgan Stanley

E-commerce : comment réduire l'impact écologique de la livraison de colis ?



À l'heure où le secteur du e-commerce est en plein boom, près de 80 % des e-acheteurs se font livrer au moins un article à domicile en 2021¹. Si les livraisons de colis répondent aux nouvelles attentes des consommateurs, le secteur doit s'adapter aux enjeux climatiques.

La Poste Solution Business

E-commerce : comment
réduire l'impact écologique
de la livraison de colis ?

Exemple de 2 stratégies de contenus pour rendre “sexy” des marques qui ne le sont pas ou plus

Geberit, leader du marché européen des produits sanitaires.



Conforama, détaillant de mobilier et objets de décoration en perte de croissance



Les territoires d'expression de **Conforama**

LE BIEN ÊTRE

1. **"VISITE GUIDÉE"**
*Vidéo + photo et
texte*
2. **"LA (PLAY)
BONHEUR**
Article +
3. **"L'EXPERT
MOIS"**
Article
4. **"MON PLA
ÊTRE"**
Article + photo

LE STYLE

1. **"LES OBSESSIONS
DE "**

LA FAMILLE

1. **"SAUVEZ LES
MEUBLES"**

LA PLANÈTE

1. **"LES TIPS POUR
UPCYCLER"**
Article
**"SUR LA ROUTE
en (nom de
région).."**
Vidéo ou article
**"RETOUR AUX
SOURCES
AVEC..."**
Article + photo
4. **"5 TIPS GREEN
POUR.."**
Article + photo

Mettre un référentiel de contenu en bas

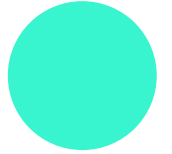
A Retenir :

-> Ligne édito

-> Déclinaison en territoire

-> Ensemble, construction production de contenus

Concrètement...



WAIT

Exemple

<https://blog.conforama.fr/guide/quid-e-achat-chambre/>

<https://blog.conforama.fr/cuisine-ma-te-ou-brillante/>



Dave Gerhardt · Abonné

CMO turned Founder | The marketing I did helped Drift to a \$1B val...

[Accéder à mon site web](#)

3 an(s) · Modifié ·



The real difference between B2C and B2B

B2C = selling to people

B2B = selling to people that work at a company.

Still selling to people.

[Voir la traduction](#)



3 463

291 commentaires · 106 republications

1200

Messages publicitaires

vus par personne chaque jour en France !

**Quel est le moteur de recherche
le plus utilisé de la GenZ ?**

**“Cette année la moitié de l’humanité va voter,
vos consommateurs, clients, collaborateurs aussi
on va tout faire pour que ce soit pour vous”**

