



Achat social, chatbot, recherche vocale, personnalisation... Quelles sont les tendances digitales qui vont marquer 2020 ?

Découvrez 10 éléments à intégrer dans votre marketing dès maintenant !

1. LE SOCIAL COMMERCE

60% des utilisateurs d'Instagram le reconnaissent : ils découvrent de nouveaux produits sur cette plateforme. Pinterest fait encore mieux avec 70% des utilisateurs qui trouvent de nouveaux articles grâce à ce réseau social.

Les consommateurs utilisent les réseaux sociaux pour s'informer, s'inspirer et déguster le produit de leur rêve ! En tant que spécialiste du marketing digital, utilisez toutes les fonctions que vous offrent ces plateformes.

Synchronisez votre catalogue produits avec vos pages Facebook, Instagram ou Pinterest, pour permettre aux utilisateurs d'acheter plus facilement dans votre boutique.

2. LES CHATBOTS ENCORE PLUS SOLLICITÉS

80% : c'est la proportion des entreprises qui auront recours aux chatbots pour la gestion de leurs services clients en 2020. Ces agents conversationnels répondent aux questions de vos visiteurs en temps réel, pendant que votre entreprise est fermée ou que vos collaborateurs sont occupés.

Ce gain de temps permet aux clients de se décider plus promptement. Résultat ? Des taux de conversions qui augmentent.

Par ailleurs, contrairement aux humains, ces robots sont toujours d'humeur égale. Peu de risque de recevoir des plaintes de clients mécontents de leurs services ! Vos prospects seront conquis par leurs réponses claires et objectives.

3. LA RECHERCHE VOCALE

En 2020, 50% des recherches digitales seront vocales ! C'est l'une des plus grandes tendances du marketing digital au cours de l'année qui s'annonce. La prise en compte de cette tendance dans les stratégies marketing s'avère indispensable.

Que faut-il changer ? L'optimisation de votre site pour la recherche vocale passe d'abord par l'utilisation de mots-clés de longue traîne. Par exemple, au lieu du mot-clé « gâteau chocolat », choisissez une expression plus développée comme « comment faire un gâteau chocolat ? ».

De manière générale, créez des contenus dont le titre pose une question. « Comment »,

« Quel est », « Pourquoi », « Où trouver »... seront les expressions phares de votre marketing vocal !

4. UNE PUBLICITÉ HYPER CIBLÉE

49% des consommateurs ignorent les publicités qui ne correspondent pas à leurs besoins. Ces annonces non pertinentes ont de fâcheuses conséquences sur l'image de votre marque... sans compter qu'elles n'ont aucune rentabilité.

A contrario, envoyer régulièrement des messages personnalisés à un prospect augmente de 36% vos chances de le convertir.

Une parfaite connaissance de votre cible est le premier pas pour élaborer des annonces sur mesure. Profession, situation géographique, besoins, centres d'intérêt... vos prospects ne doivent avoir aucun secret pour vous.

Vous avez suffisamment d'informations sur votre cible ? Il est temps de définir vos objectifs et de choisir les plateformes sociales appropriées pour lancer votre campagne... et convertir des internautes ciblés.

5. UN SERVICE TOUJOURS PLUS PERSONNALISÉ

70% des prospects préfèrent largement un service sur-mesure, qui répond à leurs besoins. La personnalisation est sans contexte le présent du marketing digital. En 2020, il sera vraiment temps de le comprendre !

Commencez par appeler vos prospects par leur nom, c'est la première étape ! Servez-vous des données dont vous disposez pour offrir à chaque visiteur un contenu adapté à son besoin. De quel site vient-il ? Avec quels contenus a-t-il interagi ? Dans quelle ville se trouve-t-il ? Avec toutes ces infos, vous avez de quoi assurer à vos prospects un parcours taillé sur mesure.

Autre chose : personnaliser vos emails ! Selon une étude, les messages contenant le prénom du destinataire connaissent des taux d'ouverture supérieurs de 29%. Leur taux de clics dépasse également ceux des messages électroniques conventionnels de 41 %.

6. TOUJOURS PLUS DE TRANSPARENCE

Vous avez 94% de chance de conserver vos clients en leur proposant du contenu transparent et facile à comprendre. Mais comment créer un climat de confiance entre vos prospects et votre entreprise ? Soyez un livre ouvert pour votre audience, communiquez clairement avec elle et ajoutez votre personnalité dans vos campagnes marketing.

Montrez-vous attentif aux préoccupations de votre communauté en répondant promptement à ses questions et propositions.

Vous recevez une critique constructive ? Acceptez-la et répondez très amicalement à son auteur.

Vous avez fait une erreur ? Reconnaissez-le et trouvez une solution à apporter. Après tout, votre entreprise est composée d'humains, n'est-ce pas ?

7. LES APPLICATIONS DE MESSAGERIE POUR LES RÉSEAUX SOCIAUX

C'est incroyable ! Chaque mois les consommateurs et les marques échangent pas moins de 10 milliards de messages sur Facebook Messenger !

Pour les prospects, c'est un moyen pratique d'établir un contact direct avec les entreprises. Par ailleurs, les messageries sociales favorisent un marketing extrêmement personnalisé. Bien entendu, les clients adorent ça !

Vous souhaitez attirer les prospects vers vos produits ? Utilisez les messageries pour vous mettre à leur service. Par exemple, mettez à la disposition de vos clients un numéro WhatsApp pour recevoir des conseils personnalisés. Une telle initiative vous rapproche de votre audience plus que n'importe quelle campagne publicitaire.

8. L'INTELLIGENCE ARTIFICIELLE PLUS PRÉSENTE QUE JAMAIS

Grâce à une combinaison de différentes fonctions telles que les chatbots et l'assistance vocale, l'IA trouve rapidement des réponses aux besoins des clients.

Tout comme un humain, ces robots peuvent recevoir des ordres des utilisateurs et travailler en coulisses pour eux. Ils vont plus loin en collectant des données en vue d'améliorer les expériences futures de l'utilisateur.

Comment utiliser cette technologie dans votre stratégie marketing ?

Grâce au deep learning, l'IA vous permet d'obtenir une audience de plus en plus qualifiée. Des robots rassemblent et analysent des données online et offline sur vos prospects. Vous connaîtrez vos buyers persona sur le bout des doigts !

Prochaine étape : les Data Management Platform lancent automatiquement des enchères sur la publicité en ligne. Vos prospects reçoivent exactement les annonces qui leur correspondent.

Améliorez l'expérience client sur vos plateformes avec des bots qui offrent aux visiteurs un accompagnement instantané et personnalisé.

L'intelligence artificielle vient également prêter main-forte à vos commerciaux ! Cette technologie accompagne les prospects à chaque étape du tunnel de conversion. Le marketing automation se charge du suivi des leads arrivés à maturité. Peu importe le nombre de vos clients, vous pouvez désormais accorder à chacun l'attention nécessaire.

9. LES PODCASTS ONT LE VENT EN POUPE

Les prospects n'ont pas toujours le temps de découvrir les contenus au moment où ils sont envoyés. Avec les podcasts, votre contenu suit le prospect dans son quotidien. En voiture, à la salle gym, au supermarché...

39% des podcasts sont écoutés 48 heures après leur diffusion. Un internaute télécharge votre émission ? Dans 81% des cas, il l'écouterà.

Ce format mobile est une opportunité pour éduquer votre audience et confirmer votre expertise.

10. L'EXPÉRIENCE CLIENT TOUJOURS PRIORITAIRE

En 2020, les digital managers mettront particulièrement l'accent sur un aspect : offrir un moment agréable aux internautes sur leurs plateformes. Une expérience client positive est le gage d'une image de marque préservée et d'un prospect mis en confiance.

Les bonnes pratiques à adopter ? Offrir à vos visiteurs un service personnalisé (oui, on reparle « personnalisation ! ») sur vos plateformes. Mais ce n'est pas tout ! Vous devrez simplifier le processus d'achat, que ce soit sur votre site ou sur les réseaux sociaux : évitez les étapes inutiles et adoptez le remplissage automatique.

Une expérience client au top passe aussi par la disponibilité de vos conseillers sur divers canaux : email, Facebook Messenger, WhatsApp, téléphone, application mobile, Twitter... soyez présent pour accompagner de potentiels clients.

Le contenu et le client demeurent prioritaires pour les digital marketeurs en 2020. Les technologies comme l'intelligence artificielle seront davantage mises à profit pour assurer aux prospects un service sur mesure. Mais surtout, misez sur la personnalisation et la simplification ! Deux concepts qui dopperont vos conversions.

Sources : Content Marketing