

Communiqué de presse
Du 27 mars 2009



L'idée fraîche et printanière : une (nouvelle) vitrine Internet pour affronter la crise...

La communication, pour une entreprise, est l'essence de la vie économique. Communiquer pour exister, pour informer, pour vendre, au plus grand nombre et au moindre coût. Internet est à l'heure actuelle le média rassemblant le plus incroyable potentiel de clients n'ayant jamais existé jusqu'à maintenant. Et en temps de crise, il ne faut pas négliger ce nouveau support qui tend à être présent dans la majorité des foyers du monde. C'est le moment de s'offrir un petit "lifting virtuel" pour aborder cette année qui s'annonce tumultueuse. Un petit vent de fraîcheur idéal au printemps pour chasser les frimas de l'hiver et la morosité de ce début d'année !

Exister pendant la crise : c'est la problématique actuelle du monde des entreprises ! Des enjeux majeurs pour tous : trouver de nouveaux débouchés, créer de nouveaux marchés, conserver ses clients. Pour appuyer une stratégie commerciale conquérante, il est bon de réaliser une campagne de communication médias et hors médias et affirmer ainsi sa présence sur le marché. Donner un petit coup de jeune aux supports visuels, réactualiser (ou créer) le site Internet de l'entreprise, faire connaître son savoir-faire en créant l'événement aussi petit soit-il, plusieurs options sont possibles. Le dirigeant d'entreprise fait son choix selon ses priorités, mais il est utile de rappeler que les actions de communication n'engagent pas systématiquement des budgets gargantuesques. Avec un bon ciblage média et une campagne de relations presse localisée ou spécialisée, associée à une promotion sur la toile d'Internet, on peut réussir un joli "coup de com" sans dépenser trop...

Un site Internet simple et fonctionnel, mettant en scène les informations principales est un réel support de communication sur lequel l'entrepreneur pourra s'appuyer pour présenter ses compétences et ses valeurs. Mais attention, ce n'est pas une fin en soi et le site Internet ne se suffit pas à lui-même, il n'est qu'un outil dans la boîte de l'entreprise, il nécessite qu'une démarche commerciale plus globale lui soit associée.

Montrer son dynamisme et créer l'événement auprès de son réseau, c'était l'objectif de Jacques Assael, traducteur technique indépendant depuis 1992. Il a opté pour un rafraîchissement de son site Internet. Le www.assael.org a fait peau neuve pour affronter la crise !

Créé il y a une dizaine d'années, ce site avait le mérite d'exister. Cependant, il n'était plus adapté à la réalité économique actuelle. Un petit "lifting virtuel" s'imposait donc pour repartir à la conquête du

monde. Un visuel plus jeune et plus "technologique", un travail de reformulation des contenus rédactionnels, un site bilingue anglais - français donnent une impression d'ensemble plus sobre et professionnelle. La refonte quasi-totale de ce site était indispensable car il devenait difficile à exploiter commercialement et n'aboutissait plus à la valorisation de l'image de ce professionnel. En complément de ce nouveau support universel qu'est Internet, un logo a été créé pour permettre une identification visuelle plus rapide qu'auparavant.

Une fois le travail réalisé et le site prêt à être publié, il s'agit d'en faire la promotion au sein du réseau de l'entreprise (clients, fournisseurs, partenaires, prospects, réseaux sociaux... etc.) mais aussi plus largement, afin d'aiguiser la curiosité de ceux qui ne connaissent pas encore l'existence de l'entreprise. Une campagne de relations presse sur Internet et/ou auprès des médias traditionnels peut aider en cela.

Frédérique Assael, rédactrice - conseil en communication écrite et en événementiel réalise pour les plus petites structures du monde économique (artisans, commerçants, travailleurs indépendants, PME, associations... etc.) tout support écrit de communication ainsi que la promotion médias et hors médias des événements qui rythment la vie économique. Création d'entreprise, nouveau produit, nouvelle boutique... chaque événement, aussi petit soit-il, est exploitable commercialement et peut faire l'objet d'une campagne de communication pour un coût modéré. Choisir Frédérique Assael comme conseil en communication, c'est choisir une professionnelle curieuse, réactive, polyvalente et à l'écoute de vos besoins spécifiques.

Pour en savoir plus :

- <http://frederiqueassael.com>
- <http://www.assael.org>

Contact Presse :

Frédérique Assael

Mobile : 06 10 26 43 16

Tel : 09 61 36 64 53

Website : <http://frederiqueassael.com>

Email : conseil@frederiqueassael.com



Donnez de l'air à vos écrits !