7 leçons Marketing à retenir de Game of Thrones

Et voilà, Game of Thrones touche à son terme avec cette huitième et dernière saison. Vous avez aimé, adoré (et parfois même détesté selon les péripéties...) la série ? Gardez une part de Game of Thrones en vous avec ces 7 leçons Marketing à tirer de cette série mythique. Histoire de rentabiliser votre temps passé devant l’écran !

Game of Thrones, c’est un scénario passionnant et des décors époustouflants.

C’est aussi des dizaines d’heures passées dans votre canapé et, comme pour toute série mythique, un sentiment de vide indescriptible et inévitable après le dernier épisode.

Mais Game of Thrones, c’est aussi des leçons fortes à retenir pour améliorer votre stratégie Marketing et Marketing Digital.

1 Travaillez vos Personas

Un Persona, c’est le profil type de votre client idéal.

Pour mener à bien votre stratégie Marketing, vous devez impérativement savoir qui est votre cible. C’est la règle Marketing de base.

C’est aussi une règle cruciale dans Game of Thrones.

Faites comme Sansa Stark qui a toujours su s’adapter aux personnes et aux situations tout au long de son périple, notamment avec les Lannister.

Son père aurait sans doute dû en faire autant !

2 La personnalisation et la contextualisation est la clé

Vos clients et prospects sont submergés de contenus.

Vous devez exploiter toutes les données à votre disposition pour personnaliser et contextualiser les votre si vous souhaitez retenir leur attention.

**La clé d’une stratégie marketing réussie est d’apporter de la valeur à votre cible selon son contexte : son niveau de maturité, ses problématiques, besoins et attentes.**

Tout comme Dany - tantôt Princesse Khaleesi, Reine des Mereen ou encore Mère des Dragons - qui a toujours su adapter son discours selon les hordes d’opposants, les raliant toujours à sa cause.

3 Faites de votre communauté vos ambassadeurs

Votre communauté est composée de vos clients, naturellement, et de vos partenaires.

Elle comprend également les visiteurs de votre site internet, vos abonnés sur les réseaux sociaux et les abonnés à votre newsletter.

Vous devez faire de tout ce beau monde vos meilleures ambassadeurs.

**L’acheteur est bien plus sensible aux contenus créés par un tiers plutôt que par vous directement.**

Faites comme Dany Targaryen.

Dany peut s’appuyer sur une armée de partisans, toujours plus nombreux, qui se batteront pour elle sans condition.

Ils aiment simplement ce qu’elle est et ce qu’elle transmet.

Elle a par exemple su en quelques minutes séduire 3 « ambassadeurs » prêt à se battre contre un cavalier disposant d’une épée deux fois plus grosse qu’eux.

C’est de ce type de personne dont vous avez besoin pour générer du retour sur investissement avec votre stratégie Marketing. (METTRE LIEN)

4 Fidéliser vos clients

C’est une règle marketing bien connue : fidéliser un client coûte bien moins cher que d’en prospecter un nouveau.

**Malheureusement, bien souvent, la seule communication que reçoit un client de la part d’une entreprise est une facture.**

Vous devez remédier à ça et améliorer votre expérience client.

L’enjeu dans votre stratégie marketing est de pouvoir mesurer le niveau de satisfaction de vos clients et de leur transmettre le bon message au bon moment et au bon endroit pour l’optimiser.

Quand vous signez un nouveau client, vous savez que c’est pour une durée limitée.

Vous devez alors tout mettre en œuvre pour le fidéliser « à vie ».

Tout comme Catelyn Stark qui a fait promettre à Brienne de toujours protéger ses filles. Après la mort de Catelyn, Brienne fera tout pour mener à bien sa mission.

5 Définissez clairement vos objectifs

Ce qui fonctionne aujourd’hui dans une situation, ne fonctionnera pas forcément demain dans une autre.

Que va faire Le Limier avec Arya Stark après la mort de la folle tante Lysa ? Dans quelles circonstances Dany restera-t-elle Reine de Mereen ?

Quel aurait été le meilleur scénario ?

Les situations changent, les actions à mener aussi. Mais vous devez impérativement avoir une idée précise de la destination que vous visez pour arriver à bon port.

Définissez vos objectifs (via la méthode SMART – METTRE LIEN) et déduisez-en des indicateurs de performance (METTRE LIEN) à suivre régulièrement pour vérifier que les actions que vous menez vous permettront de générer du retour sur investissement avec votre stratégie marketing.

6 Connaissez vos ennemis

Cristiano Ronaldo a un jour dit qu’il n’aurait pas été si bon si Lionel Messi n’avait pas existé.

Bon OK, ça c’est du foot et ça n’a rien à voir avec Game of Thrones.

Mais pensez-vous que Tyrion Lannister serait Tyrion Lannister sans Cersei et Tywin ?

Bien sûr que non !

Pour mener une stratégie marketing efficace, vous devez définir très précisément qui sont vos concurrents et identifier leurs bonnes et mauvaises pratiques.

Vous adapterez ainsi votre stratégie marketing pour mieux répondre aux comportements et attentes de l’acheteur.

7 Winter is Coming, préparez-vous !

Il y a des périodes pendant lesquelles les clients signent à la pelle.

Il y en a d’autres où ils sont rares.

Même si tout va bien aujourd’hui, comme dans Game of Thrones, l’hiver ne sera jamais loin.

Quand les clients tombent, on a généralement plus le temps de prospecter. On gère la production.

Problème, quand l’hiver est là, on n’a plus de provisions.

Et si vous innoviez en passant à l’Inbound Marketing ?

L’Inbound, c’est une stratégie marketing consistant à attirer des visiteurs sur votre site web et à les convertir en leads. Vous pouvez ensuite alimenter automatiquement leur réflexion d’achat pour amener ces leads à maturité.

Ils seront alors prêts à être signés par les commerciaux l’hiver venu !

Winter is coming, que vous le vouliez ou non. Préparez-vous avec l’Inbound et, le moment venu, vous aurez votre épée en acier Valyrien pour combattre le Roi de la Nuit !

METTRE CTA IM