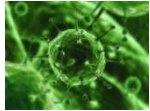




Alliance Française

## ATELIER « LA PRATIQUE DU MARKETING VIRAL »



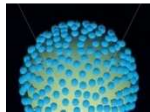
### Objectifs de l'atelier

- Que du concret.
- Que du vécu.



### Définitions

- Une action menée par une entreprise pour se faire connaître par un maximum d'internautes.
- Un bouche à oreille électronique. Les consommateurs deviennent des vecteurs d'action de la marque.



### Objectifs du marketing viral

- Faire connaître la marque « Alliance Française »
- Présenter les activités et les offres de l'Alliance Française au plus large public possible : cours, culture, formation des professeurs.
- Obtenir un impact intéressant et immédiatement mesurable dans certains cas en utilisant des supports peu coûteux ou gratuits.



### Stratégie

- Concevoir le produit, le service à promouvoir.
- Cibler le créneau.
- Déterminer les facteurs de motivation et d'amplification.
- Sélectionner les supports.
- Déterminer le lieu et le « timing ».
- Contrôler la facilité d'usage et la compatibilité.
- Analyser et mesurer le retour sur investissement (sur internet, nombre de visiteurs uniques, trafic...).



Alliance Française



#### Exemples de cette stratégie

- Pour les cours.
- Pour les activités culturelles.
- Pour la formation des professeurs.

#### Avec ...

Site « Alliance Française de Fortaleza » <http://www.aliancafrancesa-fortaleza.com.br/>

- Carte de visite importante et vitrine de l'Association avec un excellent rapport qualité/prix/retombées.
- 5.000 visiteurs par mois (quatre fois plus qu'en 2007)

Courrier électronique [aliancafrancesafortaleza@gmail.com](mailto:aliancafrancesafortaleza@gmail.com)

- Listes d'envoi pour entretenir des liens réguliers avec les médias, les étudiants, les partenaires, les relations et tous les autres contacts.
- Avec des fichiers électroniques de formats variés (PDF, JPEG...) pour renforcer la diffusion des supports papier et toucher immédiatement les destinataires.
- En portugais ou en français, en portugais et en français, suivant les groupes.
- Avec un « timing » adapté.
- Avec une fréquence liée aux contenus et aux contraintes du calendrier.
- Avec des liens pour accéder à l'information d'un seul clic.

You Tube [http://www.youtube.com/results?search\\_query=affortaleza&aq=f](http://www.youtube.com/results?search_query=affortaleza&aq=f)

- Documents pédagogiques en ligne : Diaporama « Les 10 commandements pour le TBI » sur You Tube AF Fortaleza.
- Documents culturels en ligne : Bande-annonce du « Festival Varilux de cinéma français » sur You Tube AF Fortaleza.

Twitter « Alliance Française de Fortaleza » [http://twitter.com/af\\_fortaleza](http://twitter.com/af_fortaleza)

- Créé il y a quelques semaines, il est en phase de développement.
- Remarque : d'autres réseaux sociaux pourraient être aussi activés (orkut, facebook...).

Blogs <http://alainmultimedia.blogspot.com/>

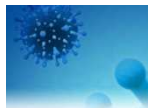
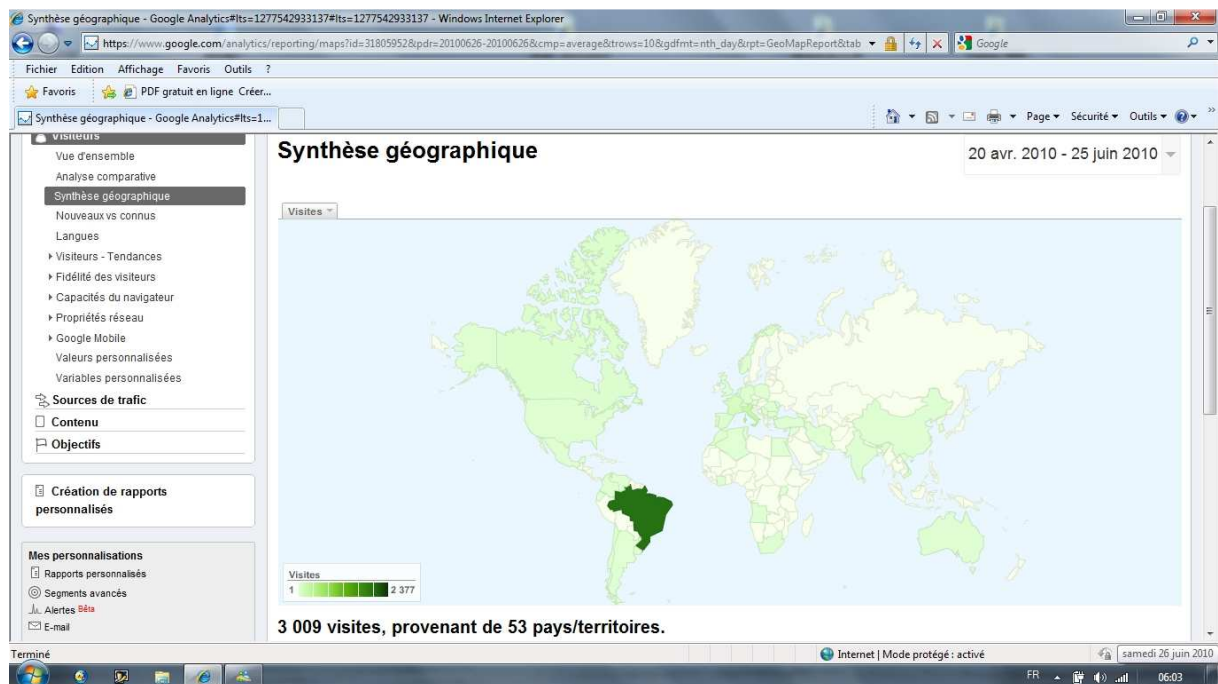
- Remarque : Créer des liens avec des blogs « amis » pour démultiplier les informations.



Alliance Française

Site « Alain de Fortal » <http://alaindefortal.jimdo.com/>

- Gratuit et très facile à gérer sans webmaster.
- Très réactif : quelques minutes pour ajouter, modifier, annuler un texte, une image, un diaporama, un document à télécharger, une vidéo, un lien...
- Impact important de ce site créé au départ pour les directeurs, les coordinateurs pédagogiques et les professeurs des Alliances Françaises du Brésil.
- 3.009 visites du 20 avril au 25 juin 2010, provenant de 53 pays, dont 2.377 visites provenant du Brésil (cf. saisie d'écran de Google Analytics).



## Conclusion

- Le marketing viral mis en place à l'Alliance Française de Fortaleza est une nouvelle forme de communication séduisante et efficace au plan institutionnel.
- Il ne demande pas de gros moyens financiers.
- Il requiert essentiellement du temps et du travail.
- Grâce à cette stratégie, on obtient des retombées intéressantes : renforcement de l'image de l'Alliance Française et conquête de nouveaux publics.