Travaillez-vous vraiment votre marketing relationnel ?

Savez-vous que toutes les entreprises ne s'intéressent pas forcément au marketing relationnel ? Il y a trois raisons principales à savoir : manque de fonds pour lancer une campagne, absence de plan, et connaissances trop limitées dans le domaine.

Regardons chacun de ces points avec attention.

**Manque de moyens.**

Si vous manquez de moyens pour lancer une campagne de marketing relationnel, essayez de réduire vos objectifs. Essayez de voir ce que vous pouvez vous permettre de dépenser. Pouvez-vous améliorer votre marketing par email en envoyant plus souvent des messages ? Pouvez-vous lancer une campagne plus modeste ? Et si vous faisiez appel au financement participatif ?

Vous pourriez même envisager d'attendre et d'économiser pour votre prochaine campagne. Ce n'est pas parce que vous «pensez » être juste au niveau budget que c'est vraiment le cas. Commencez par mettre de l'argent régulièrement sur un compte dédié et voyez cela n'impacte pas trop vote comptabilité. Si tout va bien, continuez à économiser régulièrement et vous aurez bientôt le budget qu'il vous faut.

**Ne pas avoir de plan.**

Si vous n'avez pas de plan c'est que probablement vous ne comprenez pas bien le concept de marketing relationnel. Quand c'est fait, en revanche, vous pouvez vite formuler un plan et avancer sur des bases concrètes.

Un objectif simple pourrait consister à construire un nouveau logo ou à mettre à jour votre charte graphique. Ensuite, mettez à jour vos sites, vos modèles d'emails et vos réseaux sociaux. Cela vous donnera de la crédibilité et les gens vous reconnaitront en tant que marque. Cela peut attirer plus de clients et augmenter vos ventes de manière indirecte.

**Problèmes technologiques.**

Si vous avez vraiment peur des aspects techniques et si vous n'aimez pas cela, faites appel à la sous-traitance. Au lieu de vous prendre la tête, gagnez du temps et de l'énergie en sous-traitant tout ce qui vous ennuie.

Ces problèmes ne doivent pas être un poids pour vous. Vous pouvez ne pas aimer faire une campagne email. Ou bien vous pouvez avoir du mal à créer une page Facebook. Au lieu de laisser ces projets durer éternellement, déléguez-les. Faire appel à un freelance est l'idéal.

Pour réussir une bonne campagne de marketing relationnel, il faut s'affranchir de tous les problèmes techniques ! Maintenant vous n'avez plus aucune excuse : rien ne vous empêche de consacrer un peu de temps à ce type de marketing pour prendre soin de vos clients et en attirer de nouveaux.