

**Qu'est-ce que le buzz marketing ? Pourquoi mettre en place une campagne de marketing viral ? Quels sont les moyens à disposition des entreprises pour créer le buzz ? WikiCréa vous donne ses conseils et astuces.**

**Marketing viral, définition :** Le marketing viral ou "buzz" est une technique promotionnelle qui consiste en une diffusion massive d'un message marketé destiné à se répandre par le **bouche-à-oreilles**.

Dans le cadre du marketing viral, tout le monde peut participer à la diffusion du contenu : le prospect, le client, l'utilisateur, l'employé de l'entreprise, etc. Toutes ces personnes interviennent dans le processus de recommandation, **via le partage d'un contenu qui devient viral**.

Pour l'entreprise, la clé consiste à créer un contenu publicitaire sans en avoir l'air...

Le succès d'une campagne de marketing viral s'apparente à la quête du Graal : **le taux d'échec est très élevé**, et tout se joue sur d'infimes détails. Pourtant, il existe des astuces et bonnes pratiques pour multiplier ses chances de réussite.

***Voici tout ce qu'il faut savoir pour créer le buzz ou lancer une campagne de marketing viral.***

Voir aussi notre article : [Guérilla marketing : qu'est-ce que c'est ?](#)

## **Créer le buzz de façon ciblée.**

Même s'il peut arriver de déclencher un buzz involontaire (ce qui est généralement le cas des "bad buzz"), les campagnes de marketing viral sont par définition "marketées" et ciblées.

**Une campagne de marketing viral comporte plusieurs étapes :**

1. la **segmentation** et le choix de la cible,
2. la définition des **objectifs** (gagner en visibilité ? générer des ventes ?),
3. le **cadre budgétaire**,
4. la définition du **format du message**,
5. le choix des **supports de communication** (les réseaux sociaux sont tout indiqués, mais ne sont pas les seuls vecteurs du marketing viral),
6. le **lancement de la campagne**,
7. l'analyse et le **suivi des résultats**.

***Voici nos conseils pour créer une campagne de buzz marketing.***

## **Créer le buzz : 10 conseils pour un marketing viral efficace.**

Les campagnes de marketing viral sont nombreuses et les annonceurs peinent à surprendre un public saturé d'images et de vidéos. En moyenne, **seulement une campagne sur dix** atteindrait la viralité.

Face à ce très faible taux de réussite, les annonceurs doivent miser sur des **campagnes de qualité**, parfaitement intégrées dans le paysage des tendances.

***Voici quelques critères qui vous permettront de vous démarquer.***

## 1) Travaillez l'originalité.

Inutile de réitérer un concept éculé. Pour être engageante, une campagne marketing doit innover sur la base d'un **contenu original**, tout en restant cohérente avec les habitudes et l'état d'esprit de la cible. Plus facile à dire qu'à faire !

## 2) Sachez créer de l'émotion.

**Pour que votre campagne marketing devienne virale** elle doit toucher votre audience, y compris sur le plan émotionnel. Car c'est avant tout l'émotion ressentie que les gens souhaiteront partager : l'espoir, la joie, la peine, la compassion, l'affection, l'amour, la colère...

## 3) Répondez à une attente précise.

Votre campagne ne doit pas simplement attirer l'attention. Elle doit surtout **répondre aux attentes de votre cible** : le message véhiculé doit être orienté en ce sens, aussi bien sur le fond que sur la forme. Le pire serait de déclencher le buzz sur un segment de clientèle que vous ne visez pas : cela se changerait alors en bad buzz...

## 4) Intégrez la notion d'identification.

Pour atteindre l'audience-cible, votre campagne marketing devra s'approcher au plus près de **l'identité de la cible**.

Faites référence à des personnages de télé, à la culture geek, aux répliques de films cultes, c'est-à-dire aux éléments culturels qui sont ceux de votre cible. Évoluez sur le même référentiel que votre audience !

## 5) Sachez surprendre dans le bon sens.

Qu'il s'agisse du contenu ou du format, créer le buzz consiste à sortir des sentiers battus et à miser sur l'effet de surprise. Mais attention, surprendre ne veut pas dire choquer. Préférez surprendre par ce qui est beau, attrayant et positif. **Soyez bienveillant !**

## 6) Ajoutez une dose d'authenticité.

Créer le buzz, c'est aussi diffuser un contenu cohérent **avec votre identité de marque**.

Vous devez être authentique et sincère, faute de quoi votre campagne ne sera pas prise au sérieux et tombera à plat.

## 7) Détachez-vous de la publicité traditionnelle.

Essayer de créer le buzz par des messages publicitaires redondants est une mauvaise idée : ce n'est plus du marketing viral ! Si votre campagne est attrayante, elle sera naturellement relayée. **Évitez le forcing.**

## 8) Créez des interactions.

Les séquences publicitaires devant lesquelles le téléspectateur reste passif tendent à devenir obsolètes. Les nouvelles générations demandent la possibilité d'interagir.

Misez sur du contenu partageable et "commentable", par exemple sur les réseaux sociaux tels Facebook ou Instagram. Faites appel à un community manager pour **nourrir le buzz** et le contrôler en temps réel.

## 9) Proposez un contenu décalé et anti-conformiste.

Dans certains cas bien précis, le politiquement correct peut être laissé au placard. Vous pourrez alors jouer sur le détournement, le sarcasme ou l'ironie. Attention toutefois à ne pas tomber dans le mauvais goût... et à ne pas provoquer de mauvaise polémique.

## 10) Soyez récréatif.

Créez du contenu attractif permettant à votre audience de passer un moment agréable, drôle, émouvant : **le but est d'aider les gens à s'évader de leur quotidien !**

Voir aussi notre article : [Comment communiquer sur Facebook ?](#)

## Déclarez votre activité directement en ligne.

WikiCrea a choisi **Legalstart** pour vos formalités de création d'entreprise en ligne. **Pourquoi Legalstart ?** Tout simplement parce qu'il s'agit de l'offre la plus complète et la moins chère du marché. [Cliquez ici pour en savoir plus et débiter vos démarches en ligne.](#)

## Des outils Excel pour gérer votre petite entreprise (gratuit).

WikiCrea met à votre disposition des outils Excel gratuits :

- un modèle de **plan financier**, facile à compléter : [cliquez ici pour y accéder.](#)
- un **facturier** permettant d'établir devis et factures : [cliquez ici pour y accéder.](#)
- un modèle de **suivi des recettes et des dépenses**, **obligatoire pour les micro-entrepreneurs** : [cliquez ici pour y accéder.](#)
- un **suivi de trésorerie** : [cliquez ici pour y accéder.](#)