

MELANIE MARTI

PHOTOGRAPHIE

**Votre stratégie de communication
manque d'image**

Comment optimiser votre communication digitale
et augmenter vos ventes avec la photographie
corporate ?

SOMMAIRE

Qui suis-je ? 3

Introduction 4

Affirmer son identité 5

Renforcer son identité de marque 6

Mettre en place une stratégie de communication 7

S'approprier son site internet 9

Donner confiance à son audience 11

Convaincre avec ses produits 12

Fidéliser ses clients 13

Comment intégrer la photographie à sa stratégie marketing 14

QUI SUIS-JE ?

Photographe corporate et événementiel à Toulouse, Castres et Albi, experte en stratégie de communication digitale.

Je suis **Mélanie Marti**,

diplômée dans le milieu de la stratégie digitale et passionnée par la photographie depuis toujours, j'ai décidé d'allier ma passion et mes compétences pour la communication des entreprises, en proposant des reportages, de la photographie de produit et du portrait corporate. Originaire d'Occitanie, je suis disponible sur **Toulouse**, mais également sur **Castres** et **Albi**.

Grande habituée des boîtiers Canon, je travaille aujourd'hui avec un Canon R6 et déploie mon studio

mobile n'importe où, selon les différents besoins.

La photographie animalière et de voyage m'a peu à peu conduite à l'envisager d'élargir le champ des possibles grâce à cette passion.

De la recherche de mise en scène pour de la photo produit à la capture de moments clés lors d'événements, la photographie est pour moi une manière puissante de valoriser l'image d'une entreprise et de montrer une activité sous son meilleur angle, de manière authentique.



Dans ce livre blanc, je vous explique comment faire de la photographie une véritable force pour votre communication, mais aussi pourquoi elle est aujourd'hui indispensable.



L'importance des réseaux sociaux dans la communication d'une entreprise n'est plus à prouver, et par extension, **l'image est devenue indispensable.**

La photographie **dynamise** votre présence en ligne, elle **valorise** vos produits & services et **humanise** votre entreprise. Elle est devenue un véritable pilier des stratégies de communication.

C'est donc aujourd'hui un média à privilégier pour :

valoriser vos produits & services

créer un lien avec vos clients

affirmer votre identité

gagner en crédibilité

marquer les esprits

L'utilisation de la photographie dans sa stratégie porte un nom, on parle de

Picture Marketing

Le picture marketing exploite le pouvoir d'attraction et d'émotion des photos pour susciter l'intérêt,

créer de la désirabilité et favoriser l'adhésion à une marque ou un produit.

L'objectif est de **créer un impact visuel fort et mémorable** auprès des consommateurs ciblés. Les photographies sont utilisées pour

véhiculer des messages, des émotions et des valeurs liées à l'offre.

Dans le picture marketing appliqué à la photographie, **les images sont au cœur de la stratégie.**

AFFIRMER SON IDENTITÉ

La narration visuelle : raconter une histoire par l'image.

L'image parle d'elle-même et permet une bien meilleure transmission de message que le texte seul. Elle permet de mettre en place une communication efficace si les photographies sont de qualité, et intégrées à une stratégie.

L'image a le pouvoir de renforcer le message que vous souhaitez communiquer.

Une narration visuelle cohérente, mettant en images ces différents éléments, permettra à votre marque de se forger une véritable signature reconnaissable.

C'est ici qu'intervient le storytelling à travers la photographie, qui vise à faire passer un message à travers l'image. Pour cela, prenez le temps de réfléchir aux émotions que vous souhaitez faire passer, faites apparaître une personne sur vos images, identifiez les décors et interactions à montrer sur vos photos, organisez le tout en séquences logiques.

Ainsi, le reportage photographique sera en mesure de raconter votre histoire, en accord avec votre image et votre cible.



EN BREF,
VOUS DEVEZ PLAIRE ET
CONVAINCRE

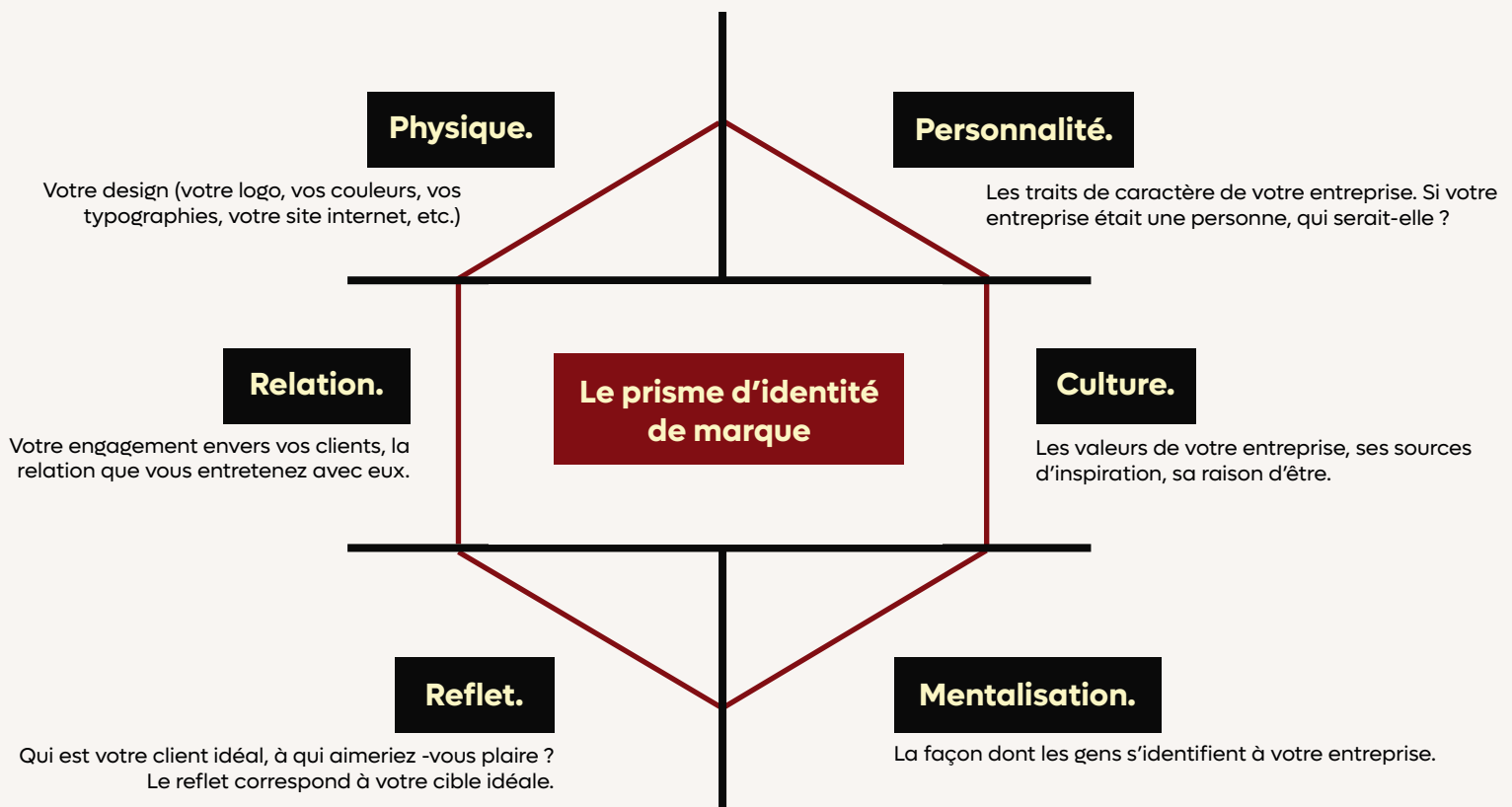
MAIS COMMENT ?

RENFORCER SON IDENTITÉ DE MARQUE

Un client a besoin de se faire une représentation de votre entreprise, à vous d'influencer l'image qu'il a de vous.

Cela passe par une identité de marque précisément définie et forte, essentielle pour se démarquer dans un environnement concurrentiel.

En marketing, l'identité de marque se compose de 6 éléments :



L'ensemble de ces éléments reflètent ce que vous êtes, la manière dont vous aimeriez être perçu et l'image que vous souhaitez renvoyer à vos clients, ce sont des leviers que nous pouvons et devons exploiter en photographie, afin de toucher efficacement votre cible.

Si vos photos sont en accord avec votre image de marque, celles-ci deviennent des outils de communication adaptés et efficaces, qui feront grandement accroître votre crédibilité en alliant qualité et pertinence.

METTRE EN PLACE UNE STRATÉGIE DE COMMUNICATION

Raconter une histoire par le biais de visuels percutants est devenu essentiel pour les marques souhaitant se démarquer, la mise en place d'une stratégie de communication est ainsi indispensable.

Celle-ci englobera les choix de couleurs, de styles photographiques, de mises en scène, etc. Une fois cette ligne directrice établie, il sera alors possible de planifier des publications régulières sur les différents canaux.

La **cohérence visuelle**

est très importante. Les images utilisées doivent refléter la personnalité, les valeurs et le positionnement de la marque.

Une **direction artistique**

(DA) bien définie, avec des lignes directrices claires sur les styles, les couleurs, les angles de prise de vue et les sujets, permettra d'assurer une cohérence visuelle à travers tous les canaux de communication.

La planification des publications est également cruciale. Un calendrier éditorial bien structuré, intégrant des images percutantes aux mo-



ments opportuns, permettra de maximiser l'impact de la communication visuelle et de maintenir une présence cohérente auprès du public cible. Cette planification permet également d'obtenir des feed de publication harmonieux et agréables à l'œil.





CES IMAGES PEUVENT ÊTRE UTILISÉES :

- sur les réseaux sociaux,
- afin d'habiller des newsletters,
- d'enrichir le design de son site internet,
- d'illustrer des articles de blog,
- d'illustrer des supports de communication
- etc.



S'APPROPRIER SON SITE INTERNET

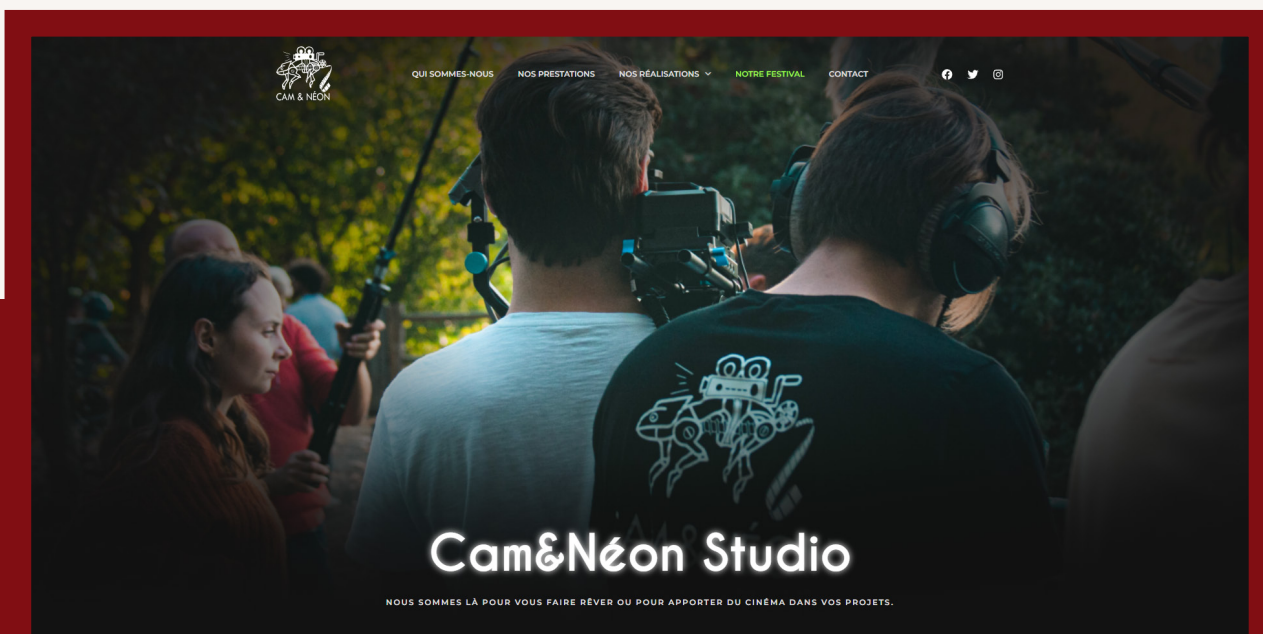
Sur un site e-commerce, les images jouent un rôle capital dans **l'expérience utilisateur**.

Leur qualité, leur mise en scène, leur intégration au webdesign global influencent grandement le taux de conversion*.

L'utilisation judicieuse de la photographie dans le webdesign peut grandement améliorer l'expérience de l'utilisateur et sa perception de votre entreprise.

L'intégration d'images de haute qualité, représentatives des produits ou services proposés, peut ainsi non seulement rendre le site plus attrayant, mais aussi **renforcer la confiance des visiteurs** et les inciter à poursuivre leur parcours d'achat.

*Le taux de conversion représente le pourcentage de visiteurs d'un site web qui réalisent un objectif souhaité, souvent "faire un achat", c'est un indicateur crucial pour mesurer la performance d'un site internet.



Une étude a révélé que 75% des consommateurs jugent la crédibilité d'une entreprise en fonction de la qualité de son site web, y compris les images utilisées.

(Source : Université de Stanford, 2020)

Quelques tips pour optimiser ses images pour le web :

- **réduire leur dimension** une image sera rarement affichée en plein écran, inutile qu'elle soit trop grande, cela contribue à ralentir la vitesse de chargement du site, ce qui le pénalise.
- **réduire leur taille** , la compression des images peut aujourd'hui se faire sans perte de qualité, l'idéal étant que le poids de l'image n'excède pas 1Mo.
- **privilégier le jpeg plutôt que le png** pour le format du fichier. Le png permet d'obtenir une meilleure qualité mais est assez lourd, alors qu'un jpeg offre plus de flexibilité sur le ratio taille/qualité.
- **renseigner la balise alt** (attribut "texte alternatif" de l'image) qui d'une part constitue une aide pour les personnes malvoyantes, la balise étant lue par les lecteurs d'écran, permettant de comprendre le contenu et la fonction des images sur une page web, et d'autre part contribue à l'amélioration du référencement de votre site internet, puisque celle-ci aide les moteurs de recherche à indexer et à classer la page plus précisément.

Taille ≠ Dimension

La taille de l'image se mesure en kilooctets (KB), mégaoctets (MB), etc. Cela s'apparente à son poids. La dimension de l'image se mesure en pixels, avec un ratio longueur x largeur.



DONNER CONFIANCE À SON AUDIENCE

Des images bien choisies peuvent aider à rassurer les clients potentiels et à renforcer la crédibilité de l'entreprise, car au-delà de la simple notoriété, les visuels permettent aussi d'impliquer les prospects en leur offrant un accès privilégié aux coulisses de la marque : rencontres avec le personnel, étapes de fabrication, vie de l'entreprise, etc.

Ceci permettra d'instaurer un sentiment de proximité, favorisant ainsi la considération des prospects.

Plusieurs études ont démontré l'impact positif de la photographie sur la perception des clients. Selon une enquête menée par Animoto, **60% des consommateurs sont plus enclins à considérer ou à engager une entreprise qui a produit des images ou des vidéos explicatives.**

Les images floues, pixelisées ou mal cadrées peuvent nuire à la perception de professionnalisme et de fiabilité d'une marque.

En revanche, des photographies de haute qualité, soigneusement prises et retouchées, peuvent renforcer l'image de marque et inspirer la confiance des clients potentiels.



Quelques idées de photographies à faire :

- Vos produits en situation
- Votre équipe en action
- Votre environnement de travail
- Des scènes de vie spontanées dans votre entreprise
- Des portraits d'employés ou de collaborateurs



CONVAINCRE AVEC SES PRODUITS

La photographie joue un rôle essentiel dans **la présentation et la valorisation** des produits, surtout en matière de vente en ligne. Des images attrayantes et détaillées peuvent non seulement attirer davantage les clients potentiels, mais aussi les convaincre de franchir le pas et de passer à l'achat.

Pour donner envie aux clients, les images doivent mettre en valeur les caractéristiques des produits.

Cela peut impliquer des gros plans sur les détails, des prises de vue sous différents angles

et dans différents environnements, ainsi que des retouches subtiles pour rehausser les couleurs et les textures.

Il est également important de présenter les produits dans leur contexte d'utilisation, afin **que les clients puissent se projeter** et visualiser comment ils s'intégreraient dans leur vie quotidienne.

Des images montrant les produits en situation réelle peuvent aider les clients à mieux comprendre leur fonctionnalité et leur utilité, renforçant ainsi leur désir de les posséder.

LE PETIT +

Analysez votre concurrence directe et sa manière de valoriser ses produits et faites quelque chose de différent (ou de mieux). Le choix de la direction artistique des photographies de produits s'inscrit dans l'identité de marque précédemment abordée (p6). Selon votre volonté, vous pouvez souhaiter rester très traditionnel ou prendre le contre-pied de ce qu'il se fait afin de vous démarquer, cela peut passer par des choix de couleurs inhabituelles, des mises en scène différentes, etc.



FIDÉLISER SES CLIENTS



Une identité visuelle forte permet aux clients de reconnaître facilement l'entreprise, ce qui renforce le **sentiment d'appartenance** à la marque, et donc la fidélité.

Si le client a été satisfait par vos produits, et continue par la suite à vous voir sur les réseaux sociaux, avec des visuels de qualité, cela permet de rester dans la mémoire du client.

La **mémoire de marque** a un rôle très important dans le succès à long terme d'une entreprise, lorsqu'un besoin se présente, le consommateur pense naturellement à l'entreprise qu'il associe positivement à ce besoin.

Cette **connexion émotionnelle** favorise la loyauté et les achats répétés, essentiels à la croissance durable d'une entreprise.



Des images montrant les coulisses de la production, les employés ou les événements spéciaux peuvent donner aux clients l'impression de faire partie d'une communauté et de partager les valeurs de la marque. Cette proximité peut ainsi renforcer leur attachement à la marque.

En fournissant des images de haute qualité et descriptives, les entreprises peuvent non seulement augmenter les chances de conversion initiale, mais aussi encourager les achats répétés de leurs clients existants. **Des images mettant en évidence de nouveaux produits, des promotions spéciales ou des utilisations créatives peuvent inciter les clients à explorer davantage l'offre de la marque et à effectuer des achats supplémentaires.**

COMMENT INTÉGRER LA PHOTOGRAPHIE À SA STRATÉGIE MARKETING ?

La première étape de la mise en place d'une stratégie marketing et de communication est donc :

1 Identifier ses objectifs

Que voulez-vous accomplir avec votre entreprise ?

2 Identifier sa cible

A qui voulez-vous vendre ? Pour qui voulez-vous communiquer ?

3 Définir le positionnement et le ton

Choisissez le style visuel et le ton qui reflètent votre identité.

4 Planifier un plan éditorial et un calendrier

Définissez les canaux de diffusion (site, réseaux sociaux, etc.).
Préparez un planning de publication.

5 Produire le contenu adapté

Faites appel à un photographe !

Sublimez votre communication grâce à la photographie

Compte tenu de **l'importance de la photographie dans la stratégie marketing et de communication d'une entreprise**, il est essentiel d'investir dans des shootings photo réguliers pour produire du contenu visuel de qualité. Cependant, de nombreuses entreprises hésitent à allouer des ressources à ces shootings photo, craignant que les coûts ne dépassent les bénéfices.

Pourtant, cette approche permet non seulement de garantir un flux constant de nouveau contenu visuel, mais aussi de maintenir une cohérence visuelle à travers tous les canaux de communication.

Aujourd'hui, les algorithmes des réseaux

sociaux tels que Facebook, Instagram et LinkedIn favorisent les comptes qui publient régulièrement du contenu de qualité.

En organisant des shootings photo, les entreprises peuvent alimenter leurs canaux de communication avec du contenu visuel frais et attractif, augmentant ainsi leur visibilité et leur portée auprès de leur audience cible.

Pour une communication optimisée, impactante et efficace, contactez un photographe !

Mélanie Marti

contact@melanie-marti.com

06.14.92.81.50

melanie-marti.com



MELANIE MARTI
PHOTOGRAPHIE