

### ➤ **Présentation et objectifs**

Avec plus de 890 millions d'utilisateurs actifs par mois, WeChat ne cesse d'évoluer et est aujourd'hui l'application à tout faire des Chinois. Qu'il s'agisse de communiquer avec ses proches, de réserver un taxi ou un billet d'avion, ou encore de payer ses courses et ses factures, les Chinois n'ont plus besoin que de leur téléphone portable lorsqu'ils sortent de chez eux !

Il est ainsi devenu indispensable pour une entreprise étrangère ciblant le marché chinois d'être présente sur WeChat. L'application peut faire peur à un public occidental, de par les nombreuses fonctionnalités mais aussi les différences d'utilisation comparées aux plateformes occidentales.

Vous souhaitez acquérir les compétences opérationnelles suivantes :

- Etre capable de naviguer sur WeChat
- Comprendre les particularités de chaque type de compte
- Mettre en place un plan de communication digitale efficace

### ➤ **Votre formatrice**

**Anne L'Yvonnet** est diplômée d'un master en commerce international et poursuit actuellement sa formation en intelligence économique. Son expérience de sept ans en Chine lui prodigue une connaissance approfondie de la culture chinoise et lui permet d'adapter au mieux la stratégie des entreprises aux enjeux des réseaux sociaux chinois.

### ➤ **Programme**

**9h-12h30 : présentation de l'environnement WeChat et des outils de marketing**

#### **Présentation de WeChat**

Nous vous aidons ici dans la prise en main de l'application, que ce soit via un compte personnel ou bien officiel. De la liste d'amis, aux « moments », en passant par les *QR codes*, WeChat n'aura plus de secrets pour vous !

#### **Typologies des comptes**

Il existe trois types de compte pour les professionnels. Le compte de service, d'abonnement puis d'entreprise. En fonction de votre secteur d'activité, de votre capacité à produire du contenu, vous devez choisir celui qui conviendra le mieux pour la création de votre communauté d'abonnés, et donc de potentiels consommateurs.

#### **Stratégies marketing**

WeChat ravit aussi bien les développeurs que les marketeurs. Que vous souhaitiez vendre des biscuits bretons ou bien des cosmétiques, les outils et fonctionnalités à disposition au sein de l'application vous permettent de créer votre campagne de publicité, unique et véhiculant vos valeurs auprès des consommateurs chinois.