



Bonjour à tous, bienvenue dans cette troisième formation de la Scale Up Academy. Cette Scale Up Academy qui, je le rappelle, est là pour vous former à gérer mieux votre association. Aujourd'hui, on va parler de

Conseils Marketing!

Le marketing qui est un sujet si vaste, si important. Bref, on va parler de marketing. Premier sujet du marketing, le premier conseil, le plus important que j'ai envie de vous donner, lancez-vous maintenant.

N'attendez pas de changer le logo, la typologie du flyer, l'activité, le nom de l'acte, on s'en fiche. Vous n'avez pas encore ce qu'on appelle, on le verra dans une autre formation, un product market fit, un produit qui colle avec son marché. Vous allez lancer quelque chose de nouveau.

Et bien quand on lance quelque chose de nouveau, on le lance le plus vite possible. Alors pas n'importe quoi, on va évidemment penser un peu les choses, mais on se lance vite. Pourquoi ? Parce que si on passe 200 heures à se lancer, on ne se lance jamais.

Ou on se lance mal. Alors que si on se lance vite, on va faire vite des erreurs et on va apprendre beaucoup de choses. Je vais lancer une activité à 18h, et bien je me rends compte qu'à 18h, il n'y a pas un chat.

Je lance la même activité la semaine d'après à 20h, l'activité est pleine à craquer. Moralité de l'histoire, l'activité dans notre institution, elle doit avoir lieu à 20h. On a appris.

Pourquoi on a appris ? Parce qu'on s'est lancé maintenant. Ça, c'est la première technique que je vois dans cette formation. Lancez-vous maintenant.

Le deuxième sujet qu'on va avoir dans cette formation, c'est test and learn. Tester et apprendre. Prenez des filets de pêche, jetez-les, jetez-les, jetez-les, et analysez ce qui se passe.

Vous lancez une activité pour les 13-15 ans. L'activité, c'est un bowling. Flop total.

Qu'est-ce qui se passe ? Pourquoi ? On réfléchit, on fait un laser game, ça cartonne. Je veux lancer une activité en lien avec la Torah. Je lance un chihour de Torah, pas un chat.

Je fais un match de foot avec un chihour de Torah. Tout le monde est là, et tout le monde commence à prendre plaisir à étudier la Torah. La moralité de l'histoire, pour le chihour de Torah dans mon institution, il faut l'accompagner de quelque chose de sympathique.

Et après, c'est le chihour de Torah qui deviendra sympathique, parce que l'intervenant est bon. Moralité, j'ai testé, j'ai appris. J'ai testé d'adresser mon marché.

Le marché, c'est les clients, les enfants, les animateurs, les parents. J'ai testé de les adresser par e-mail. Ça ne répond pas.

Et quand j'ai fait un groupe WhatsApp, ça cartonnait. Moralité de l'histoire, ils répondent sur WhatsApp, ils ne répondent pas par e-mail. Test and learn.

Ça, c'est hyper important. Troisième sujet qu'on va voir dans cette formation, c'est prendre de la data chez le marché, au marché, avec le marché. Les gens, allô animateur, comment t'as trouvé la colonne? Qu'est-ce qui t'a plu dans cette colonne? Qu'est-ce que tu aurais aimé faire dans cette colonne? On pose des questions.

Allô enfant de 9 ans, comment t'as kiffé la colonne? Qu'est-ce que tu aurais aimé faire de plus? Qu'est-ce qui t'a le plus marqué? Puis là, on se rend compte que sur 100 enfants, 90, que ce qui a le plus marqué, c'est les Maccabiades. Bon ben, on a appris que les Maccabiades, c'est obligatoire. Et ce qui les a le plus déplu, c'est telle activité.

Bon ben, cette activité, on la fait plus. Et puis, c'est fini. On a demandé au marché son avis.

Allô les parents, dans quelle disposition vous avez trouvé les enfants? Est-ce que vous trouvez que c'est trop cher? Est-ce que vous pensez que vous seriez prêts à payer ça si on faisait ça comme ça? On demande l'avis aux gens, comme le font toutes les plus grandes boîtes sur terre. Vous remplissez un questionnaire, on vous fait 5% de bons d'achat, vous répondez à plein de questions. Est-ce que l'iPhone, il est trop cher? Est-ce qu'il n'est pas cher? Est-ce que l'écart entre le Pro et le Max, il est gros? Il n'est pas gros? Bref, ils posent des questions aux gens.

Vous aussi, vous devez poser des questions aux gens. Et donc, en fait, si on résume, je me lance tout de suite. Je teste plein de choses et j'apprends.

Je demande l'avis aux gens. Quel progrès j'ai fait? Quelle data j'ai récupéré? J'ai appris énormément de choses parce que je me suis concentré à faire et non pas à recevoir. On dit souvent que l'information provient de l'action.

C'est l'action qui crée l'information et pas l'inverse. Faites des choses et vous allez apprendre des choses. Et le dernier sujet est très important, les amis.

Quand vous avez testé quelque chose et que ça marche, continuez. Vous avez testé que tous les mois où vous faites un Shabbat plein, il est plein à craquer. Vous faites un Shabbat plein tous les mois, toute la vie.

C'est important d'appuyer là où ça se passe bien. Quand ça cartonne, on reste ici. On ne fait pas quelque chose.

Là, ça cartonne. Je vais aller tester ça. Non, non, non, non, non, non.

On a ce filet de pêche qui a cartonné. On met tous les bateaux à côté du spot. On met tout ce qu'il faut.

On met tous les yeux dans le même panier à ce moment là. Après, on va se diversifier. Pas de problème.

Mais au début, ça marche. Ça marche. J'ai du résultat.

Je mets de l'énergie dessus et après, on se structurera, on élargira et on pourra faire d'autres choses. Bien sûr, on ne va pas répéter tout le temps la même chose. Mais là où ça marche, il faut que je mette de l'énergie.

Il faut que je mette de l'investissement. Mais ne mettez pas de l'énergie de l'investissement. Alors vous n'avez même pas testé si ça marche.

Un, lancez-vous maintenant. Deux, testez, testez, testez, testez. Trois, demandez, demandez, demandez.

Et quatre, quand ça marche, vous appuyez là où ça marche. C'est important. N'oubliez pas, je le répète, cette phrase, elle est importante.

C'est l'action qui crée l'information. Merci à tous d'avoir suivi cet épisode de la Scale Up Academy.

A très bientôt pour un prochain épisode.