



Gabarit de rédaction pour une étude de cas publiée dans le Journal Action PME

Vous avez réussi à satisfaire un client malgré plusieurs embûches? Transformez votre démarche en contenu marketing sous forme d'une étude de cas.

Vous avez fait un excellent choix de miser sur la création d'une étude de cas pour la promotion de votre expertise. Rappelez-vous que les lecteurs sont des clients potentiels.

Quelques conseils pour la rédaction de votre étude de cas

- 1. Soyez clair net et précis dans vos explications**
- 2. Laissez tomber les éléments non pertinents**

La démarche proposée pour la rédaction est la suivante :

- 1. Expliquez le contexte**
Comment votre client vous a contacté? Réseaux sociaux, courriel ou une référence d'un partenaire. Dans quel secteur évolue le client? Ville, région, combien de décideurs dans l'entreprise?
- 2. Explication de la problématique**
Quel était le problème du client lors du contact initial et les défis que cela soulevait.

3. La solution préconisée

Quel plan avez-vous choisi de mettre en place pour résoudre le problème.

4. Les résultats positifs de votre solution

Quels ont été les retombées positives à la fois pour le client et pour vous en tant qu'entrepreneur.

Voici quelques suggestions pour guider votre rédaction et créer un impact positif chez les lecteurs.

1. **Commencer à détailler les étapes avec le client.** Le début, le travail de fond et la livraison des résultats. Il est important d'inclure chacune des étapes pour présenter votre expertise et que le lecteur puisse comprendre votre processus.
2. **Détailler les défis du mandat pour vous.** Avez-vous un défi particulier? Est-ce un mandat de routine? Avez-vous été obligé d'innover pour livrer votre mandat?
3. **Expliquer votre processus pour parvenir aux résultats.** Exemple : collecte de données existantes, interrogation d'employés clés, introduction d'un logiciel, intervention d'un collaborateur, vos outils uniques (sans donner les détails)
4. **Présenter vos collaborateurs.** Qui vous a aidé à livrer votre solution. À l'interne, une équipe externe...
5. **Expliquer la manière dont vous avez géré la relation client et le projet en entier.** Exemple : contact téléphonique ponctuel ou à la demande, réunion virtuelle avec l'équipe du client, courriel répondu rapidement...
- 6- Parler de votre délai. Étiez-vous sous pression ou votre processus de livraison ne peut se livrer rapidement. Expliquer pourquoi l'un ou l'autre et comment vous êtes parvenu à livrer en temps.
- 7- **Présenter vos outils employés.** Sans rentrer dans les détails, il est important de parler comment vous faites pour arriver à satisfaire un client.
- 8- **Faire un avant/après.** Détaillez quel était la situation avant, avec statistiques à l'appui si vous en avez, et les résultats suite à votre solution implantée.
- 9- **Présenter les bénéfices pour le client.** Parler de la valeur créée, quel est le retour sur l'investissement, la croissance de l'entreprise suite à votre intervention...
- 10- **Placer des images. Les images, infographies ou graphiques qui montrent les données avant-après, votre processus de travail...**
- 11- **Détaillez les résultats.** L'augmentation de la productivité, la diminution des coûts, la résolution du problème de l'entreprise...
- 12- Ce type de contenu intéresse les entreprises qui ont des problématiques similaires. En effectuant une étude de cas, vous faites une autopromotion extraordinaire.



Les aspects techniques :

- Visez au minimum 600 mots et 1 500 mots maximum
- Garder des phrases courtes de moins de 20 mots si possibles
- Insérer des intertitres
- Préparer quelques images pour agrémenter votre étude de cas
- Le journal accepte une étude de cas originale seulement
- Le journal n'accepte aucune étude de cas qui a déjà été publiée sur le Web en aucune circonstance
- Si l'administration du Journal découvre votre étude de cas publiée après la publication sur le Journal, il n'y aura aucun remboursement.
- L'étude de cas doit être transmise en format Word
- Toute la correction de contenu du Journal, français, grammaire, est faite par une réviseuse professionnelle

Bon succès!

Voir l'article [Pourquoi rédiger une étude de cas comme contenu marketing?](#)

Voir l'article [Plan de communication du Journal Action PME](#)

Commencez votre étude de cas ici...





Un plan de communication structuré pour promouvoir votre expertise.

L'équipe du Journal Action PME vous offre un plan de communication et l'intégration avec des publications permanentes sur 12 mois dans le Journal.

« Rapprochez-vous des gens en racontant votre histoire, en racontant vos réalisations »

Les publications permanentes sont conçues pour cela et prennent plusieurs formes.

Reportage d'entreprise 500\$	Entrevue 300\$	Vidéo 300\$	Podcast 300\$	Étude de cas 400\$
---------------------------------	-------------------	----------------	------------------	-----------------------

Achetez le parcours 12 mois avec les 5 publications et en bonus (gratuit pour le format podcast) pour seulement 1500\$

Dans chaque format de publication permanente, l'entreprise peut inclure



Contactez-nous dès maintenant !

Privilégiez l'achat local pour rejoindre vos futurs clients.



Notes :

