

Fiche Pratique # 4

Comment se vendre en tant qu'acteur de l'ESS ? *

* Issu des échanges lors du Réseau d'affaires de Février 2018

De quoi parle-t-on ?

Toute entreprise a besoin de se faire connaître et de trouver des clients pour survivre. Il est donc légitime que les entreprises sociales et solidaires adoptent une stratégie marketing. Or l'économie sociale et solidaire est un secteur d'appartenance difficile à appréhender par le grand public (et par les acteurs de l'ESS eux-même parfois). Principalement à cause de l'histoire du secteur (économie sociale et économie solidaire) et de la loi toute récente qui lui a donné une existence juridique.

Choisir ce que l'on met en avant

L'utilité sociale, réelle valeur ajoutée du secteur, est un élément qui doit permettre de se différencier des autres.

Chaque acteur, en fonction de sa clientèle doit cibler les informations transmises, pour qu'elles soient compréhensibles.

Pour faire simple et être percutant, afficher quelques mots qui ont du sens sur les documents de communication peut être plus efficace qu'un long discours !

A chacun son logo !

Les logos, pas toujours compréhensibles de tous et multiples, restent une manière de s'identifier. Chacun choisit celui qui fait le plus sens : SCOP, ESS Bretagne, ESUS ...

Savoir parler de ce qui nous identifie

Faire tourner le bouche-à-oreille

Ce qui marche le mieux ? Les « gens qui savent parler du projet », alors pourquoi ne pas former des « ambassadeurs » ? Où qu'ils soient, quand ils parleront de la structure, les interlocuteurs sauront de quoi il s'agit et qui recontacter !

Communiquer sur les manières différentes de faire les choses (les valeurs sont parfois difficile à appréhender)

Trouver des exemples qui fonctionnent ... et apprendre à en parler ! Comme des projets exemplaires ou des manières de faire qui se distinguent des autres

Faire témoigner des consommateurs ou des usagers qui peuvent parler mieux que quiconque des projets et activités des structures de l'ESS et les faire connaître.

S'insérer dans des dispositifs existants

A l'échelle locale et nationale, des dispositifs existent pour parler des projets de l'économie sociale et solidaire. Il serait dommage de ne pas y prendre part !

Rendez-vous par exemple sur :

- [Le mois de l'ESS](#)
- [Les outils de communication de la loi ESS](#)
- [Le site ESS-Bretagne](#) (contributif, pour vous rendre visible)
- Association BSB : agence de marketing bretonne qui tient un guide web facilitant les achats responsable ... un pour les particuliers ([monique-solidaire](#)), l'autre pour les entreprises ([la-boss](#)) !

Un sigle de l'ESS Bretonne

S'il ne fallait avoir qu'un logo commun ? Celui de l'ESS en Bretagne pourrait convenir à tous !

> [Rendez-vous sur le site ESS-Bretagne](#)