

FOREVER  
LIVING



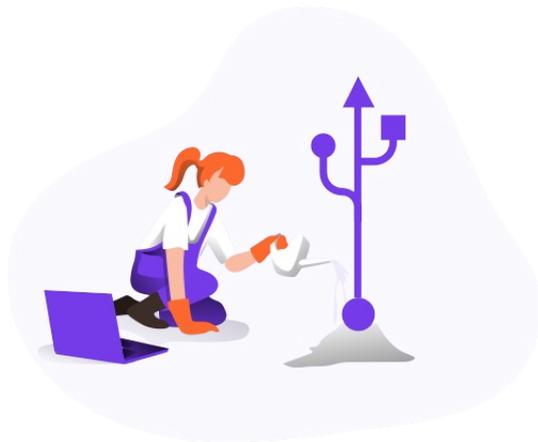
PRODUCTS™

**Accompagnez les FBO  
dans le développement de leur activité**

**e-Strategic**  
stratégie marketing & digital

**UN PARCOURS FORMATIONS SUR MESURE**  
**DES NIVEAUX DE PROGRESSION**  
**DES ATELIERS PRATIQUES**  
**DES THÉMATIQUES COMPLÉMENTAIRES**

# Trois programmes de formation marketing digital pour développer votre business



## GAGNEZ EN VISIBILITÉ

Sortez du lot, soyez visibles sur les canaux digitaux



## DÉVELOPPEZ VOTRE ACTIVITÉ

Générer de nouveaux clients, prospects, FBO...



## FIDÉLISEZ VOS CLIENTS & FBO

Entretenez la relation avec votre réseau

# Programme : Développez votre activité

## Répondez précisément aux attentes de votre audience



### NIVEAU #01

Réponses au questionnaire  
Découverte des concepts clés



### NIVEAU #02

Focus sur les principaux leviers  
Réseaux sociaux, Webinars...



### NIVEAU #03

Atelier : Créer une landing page  
avec MailChimp

**DÉVELOPPEZ VOTRE ACTIVITÉ**

**NIVEAU #01**

**À LA DÉCOUVERTE DES CONCEPTS CLÉS**

# 1. L'inbound marketing est une démarche marketing qui vise à :

- a. Automatiser ses actions de communication auprès de sa cible
- b. Attirer des prospects par des contenus ciblés
- c. Pousser de l'information auprès d'une audience de masse

# 1. L'inbound marketing est une démarche marketing qui vise à :

- a. Automatiser ses actions de communication auprès de sa cible
- b. Attirer des prospects par des contenus ciblés
- c. Pousser de l'information auprès d'une audience de masse

# Focus : L'inbound marketing, une démarche orientée client en quatre étapes



2. En SEA, on peut acheter les noms de ses concurrents comme mots clés pour rediriger les internautes vers son propre site web :

a. Oui

b. Non

c. Dans certains pays uniquement

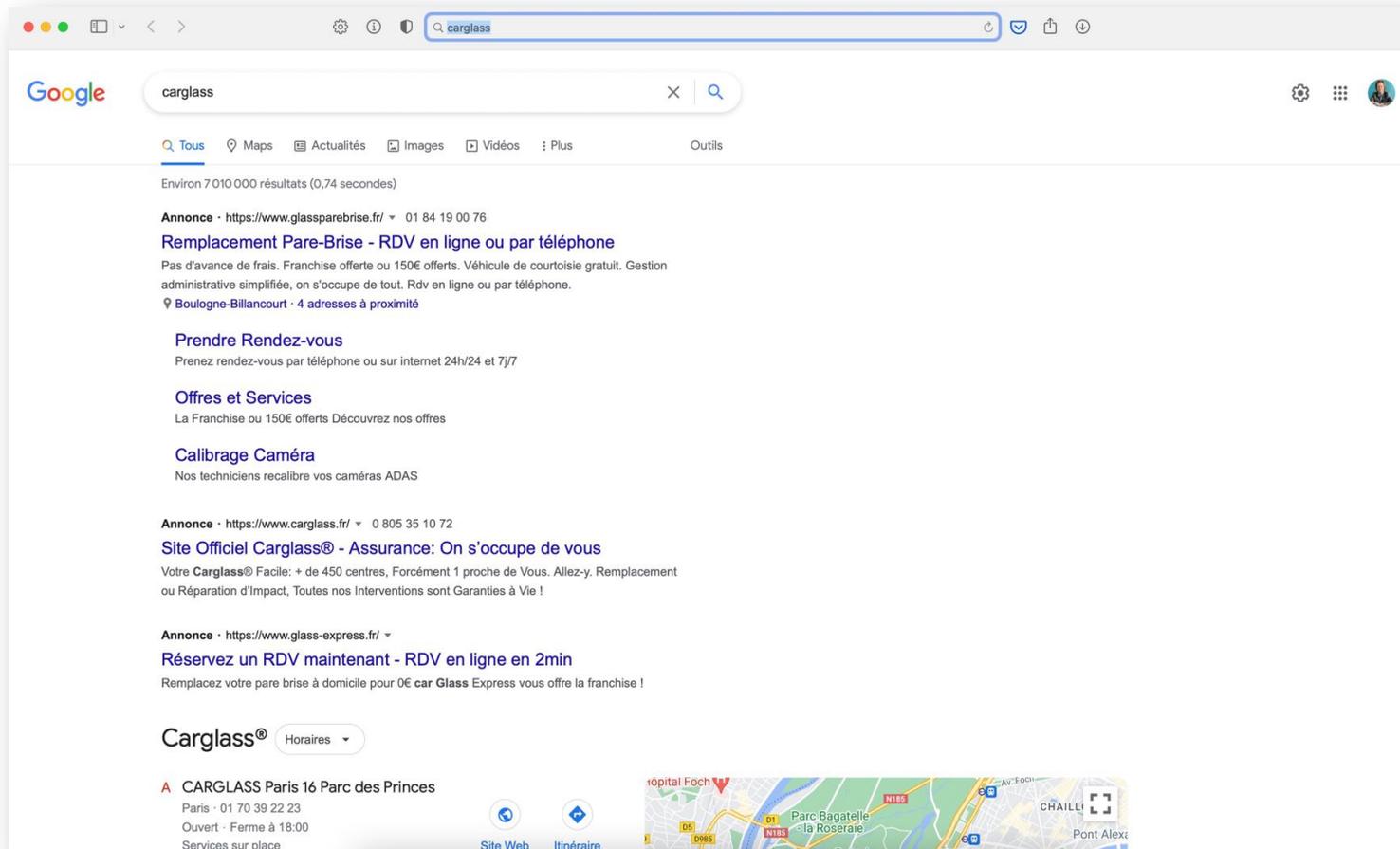
2. En SEA, on peut acheter les noms de ses concurrents comme mots clés pour rediriger les internautes vers son propre site web :

a. Oui

b. Non

c. Dans certains pays uniquement

# Focus : Le SEA repose sur un *gentleman agreement*



### 3. Les landing pages ne poursuivent qu'un seul objectif, lequel ?

- a. Gagner des places dans les moteurs de recherche
- b. Promouvoir une offre au travers d'une publicité statique
- c. Inciter l'internaute à effectuer une seule action

### 3. Les landing pages ne poursuivent qu'un seul objectif, lequel ?

- a. Gagner des places dans les moteurs de recherche
- b. Promouvoir une offre au travers d'une publicité statique
- c. Inciter l'internaute à effectuer une seule action

# Focus : Les CTA (Ne) cliquez (surtout pas) ici !

**LIRE LA SUITE**

**DÉCOUVRIR LE TEST**

**DÉCOUVRIR**

**CLIQUEZ-ICI**

**Lisez notre blog**

**Cliquez ici pour en profiter**

**Nous contacter**

**Découvrir notre nouveau site ! 🚀**

**DECOUVRIR L'OFFRE**

**Inscrivez-vous**

**Apprenez à TROUVER DES CLIENTS avec le Web**

**Je m'abonne à la newsletter**

**JE M'INSCRIS**

**Je m'inscris au Café Freelance du 23 Janvier**

**Revivez notre Webinar ABM**

**Pour ne rien manquer de ces présentations: c'est ici!**

**Je réserve (illico) ma place !**

**C'est parti !**

**Ça m'intéresse !**

**Je profite de l'offre !**

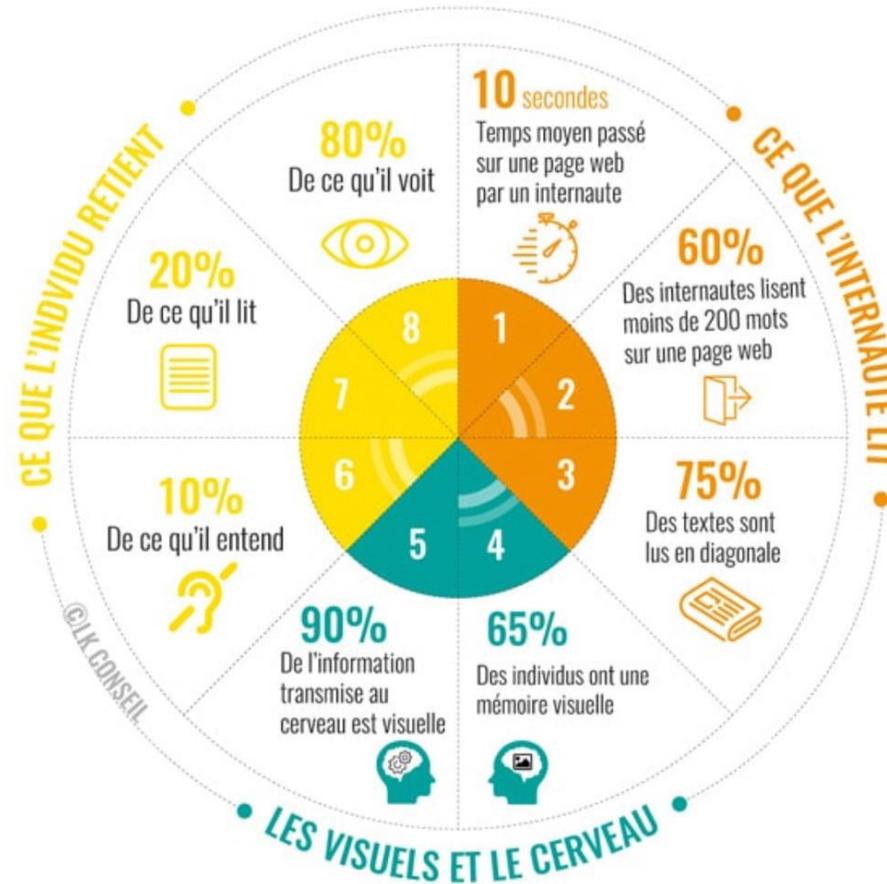
## 4. Quel est le bon format d'un webinar de présentation produits ?

- a. 40 minutes : 20 minutes de présentation, 20 minutes de questions-réponses
- b. 1 heure : 45 minutes de présentation, 15 minutes de questions-réponses
- c. 1h 15 : 1h de présentation, 15 minutes de questions-réponses

## 4. Quel est le bon format d'un webinar de présentation produits ?

- a. 40 minutes : 20 minutes de présentation, 20 minutes de questions-réponses
- b. 1 heure : 45 minutes de présentation, 15 minutes de questions-réponses
- c. 1h 15 : 1h de présentation, 15 minutes de questions-réponses

# Focus : Captez le (peu) de temps d'attention de votre audience



<https://www.internetlivestats.com>

## 5. Quel est le média le plus apprécié et le plus partagé sur les réseaux sociaux ?

a. Les jeux concours sous forme de quiz

b. Les vidéos

c. Les textes de présentation produits

## 5. Quel est le média le plus apprécié et le plus partagé sur les réseaux sociaux ?

a. Les jeux concours sous forme de quiz

b. Les vidéos

c. Les textes de présentation produits

# Focus : Réalisez simplement vos vidéos en 4 étapes



## PRÉPAREZ

Script  
Plan  
Astuces



## FILMEZ

Smartphone  
Micro cravate  
Lumière, trépied...



## MONTEZ

iMovie  
Movavi Video Editor  
PlayPlay, Loom...



## DIFFUSEZ

YouTube  
Réseaux Sociaux  
Site Web

## 6. Les Live sur vos profils des réseaux sociaux sont visibles :

- a. Uniquement à votre réseau de 1er niveau
- b. À votre réseau et aux communautés des membres de votre réseau qui *likent* et partagent votre Live (votre réseau de niveau 2 voire 3)
- c. À tous les membres qui se connectent au réseau social au moment de votre live

## 6. Les Live sur vos profils des réseaux sociaux sont visibles :

a. Uniquement à votre réseau de 1er niveau

b. À votre réseau et aux communautés des membres de votre réseau qui *likent* et partagent votre Live (votre réseau de niveau 2 voire 3)

c. À tous les membres qui se connectent au réseau social au moment de votre live

## Focus : les différents niveaux de connexion



## 7. 85% des vidéos Facebook sont :

- a. Visionnées en accéléré
- b. Arrêtées après 20 secondes de visionnage
- c. Regardées sans le son

7. 85% des vidéos Facebook sont :

a. Visionnées en accéléré

b. Arrêtées après 20 secondes de visionnage

c. Regardées sans le son

# Focus : En 2022, 82% du trafic Internet est lié à la vidéo



**56 %**

des internautes français regardent au moins une vidéo par mois.

(Statista, 2019)



Les internautes passent

**16 HEURES**

par semaine en moyenne à regarder des vidéos en ligne.

(Wyzowl, 2020)

La vidéo est le contenu de marque préféré par les consommateurs sur les réseaux sociaux et a

**2X**

plus de chance d'être partagée qu'un autre type de contenu

(Wyzowl, Animoto 2020)



**8 PERSONNES SUR 10**

ont acheté un logiciel ou une application après avoir vu une vidéo de marque.

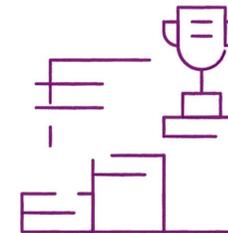
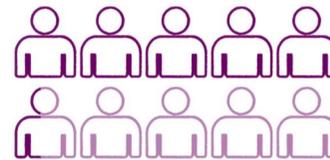
(Wyzowl, 2020)



**86 %**

des consommateurs veulent plus de vidéos des marques et entreprises qu'ils soutiennent.

(Wyzowl, 2020)



YouTube est la plateforme la plus populaire pour partager des vidéos

**88 %**

des responsables marketing prévoient de l'utiliser en 2020. Facebook est la seconde, utilisée par 76 %.

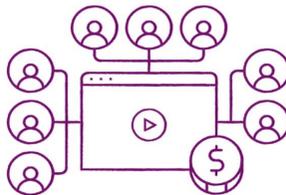
(Wyzowl, 2020)

Le marketing vidéo génère

**66 %**

de leads qualifiés supplémentaires par an.

(Optinmonster, 2019)



**85 %**

des responsables marketing utilisent la vidéo.

(Wyzowl, 2020)



**89 %**

des responsables marketing sont satisfaits du ROI de leurs vidéos marketing.

(Wyzowl, 2020)

Source : <https://www.oberlo.fr/blog/statistiques-video-marketing>

8. Pour 80% des PME le premier canal d'acquisition est :

a. Les réseaux sociaux

b. L'e-mailing

c. Le cold calling (prospection à froid)

8. Pour 80% des PME le premier canal d'acquisition est :

a. Les réseaux sociaux

b. L'e-mailing

c. Le cold calling (prospection à froid)

# Focus : Faites bonne impression avec vos e-mailings



<https://milled.com>

## 9. Le message de confirmation adressé à un acheteur s'appelle :

- a. E-Mail transactionnel
- b. E-Mail promotionnel
- c. E-Mail relationnel

## 9. Le message de confirmation adressé à un acheteur s'appelle :

a. E-Mail transactionnel

b. E-Mail promotionnel

c. E-Mail relationnel

# Focus : Les 3 typologies d'e-mailings

BEYOND KNOWLEDGE®

**L'actualité de la formation | 12.03.2020**

L'accélération des transformations est devenue primordiale pour les entreprises. Pour accompagner vos réflexions, nous avons réuni dans cette newsletter des regards inspirants sur le sujet.

**6 points de vue inspirants**

**Eric Courteille**  
La Redoute & Relais Colis

**Comment réinventer son modèle économique ?**

En quelques années La Redoute s'est complètement réinventée. Quelle a été la stratégie adoptée pour conduire cette transformation ?

[VOIR LA VIDÉO](#)

**Rahaf Harfoush**  
Red Thread Institute of Digital Culture

**Julian Birkinshaw**  
London Business School

**Heike Bruch**  
Institute for Leadership & HR Management, University of St. Gallen, Switzerland

☆ Newsletter

Collibra

France  
**Démonstration de produit Collibra**

**En ligne | Jeudi 18 juin | 13 h - 14 h CEST**

**Des données fiables, bien gérées et cataloguées**

Cher, chère Samantha,

Pour pouvoir libérer pleinement leur puissance, les données doivent être placées au centre de l'entreprise. Cela requiert une culture data forte, qui se concentre sur la connaissance des données à tous les niveaux de l'organisation.

**Venez découvrir**, à mes côtés et auprès d'autres membres de l'équipe Collibra France, quels sont les nouveaux modèles de gouvernance et de gestion des données auxquels recourent les organisations pour favoriser le changement et générer de la valeur. Nos experts produits vous présenteront comment Collibra aide les professionnels qui produisent ou consomment des données à trouver les bonnes données, à déterminer leur fiabilité et à les placer entre les mains des utilisateurs qui en ont besoin. En résultat des données qui, par leur fiabilité, deviennent un véritable actif d'entreprise.

Vous découvrirez comment :

- faire en sorte que votre entreprise comprenne les données et instaure une culture data;

☆ E-Mail Marketing

Leroy Merlin : Expédition n° 49984915 de votre commande n° 367165  
Pour être sûr(e) de recevoir tous nos emails, ajoutez nos-reply@leroymerlin.fr à votre carnet d'adresses.

**Expédition de votre commande**

Bonjour [Nom]

Votre santé, celle de nos collaborateurs et celle de nos partenaires est notre priorité.

Pour respecter très strictement les instructions des autorités sanitaires, voici une liste de précautions à prendre avec les transporteurs lors de vos livraisons :

Nos possibilités de livraison s'arrêtent obligatoirement au pas de porte de nos clients (au pas de votre porte). Nous respectons strictement les consignes sanitaires et il n'est désormais plus possible d'entrer dans aucune maison ni aucun immeuble.

Par mesure de protection réciproque, une distance de sécurité d'au moins 1 mètre entre le livreur et les clients devra être respectée.

Par mesure de sécurité, plus aucune reprise de marchandise (vieux matériel), ni enlèvement chez nos clients n'est possible actuellement.

Pour limiter au maximum le temps passé par les livreurs aux domiciles des clients, plus aucun montage ni aucune installation ne pourront être effectués.

Toutes signatures clients au doigt sur smartphone ou PDA est dès lors exclues. Les livreurs seront dès lors munis de bons de livraison papier que le client signera avec son propre stylo.

Votre commande n° [N°] du 18/05/2020 a été confiée au transporteur

Vous pouvez suivre votre colis en cliquant sur ce bouton :

[Suivre mon colis](#)

**Note : les informations de suivi sur le site du transporteur sont généralement disponibles sous 24h**

Vous trouverez ci-dessous le récapitulatif complet de cette expédition.

Si votre commande est composée de plusieurs expéditions, un e-mail vous avertira de l'envoi de chacune d'entre elles.

**Récapitulatif**

Réf de l'achat : [Réf]

Date d'achat : 18/05/2020 à 17:39

Mode de paiement : Carte bancaire

**Montant total : 77.70€**

Economie réalisée : 0.00€

N° de client : [N°]

Email : [Email]

☆ E-Mail transactionnel

## 10. Les podcasts sont des médias :

a. Vidéo

b. Audio

c. Vidéo et audio

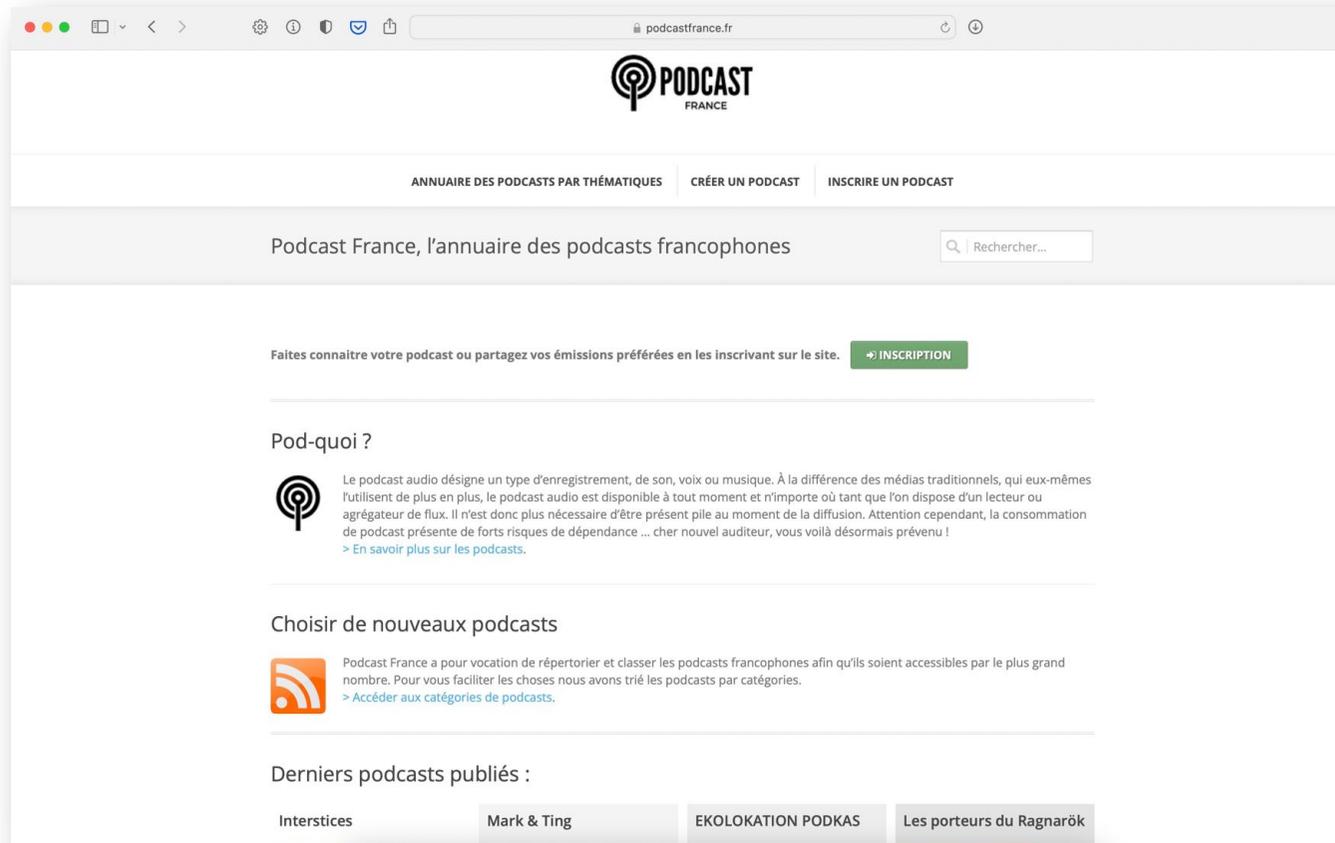
# 10. Les podcasts sont des médias :

a. Vidéo

b. Audio

c. Vidéo et audio

# Focus : Écoutez, créez et diffusez vos propres podcasts



<https://podcastfrance.fr>

**MAINTENANT, C'EST À VOUS !**



FOREVER  
LIVING



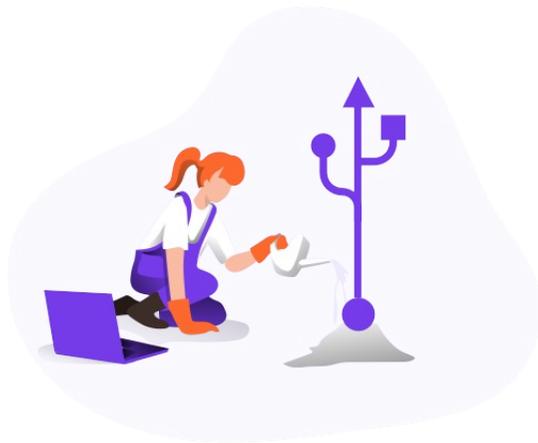
PRODUCTS™

**Accompagnez les FBO  
dans le développement de leur activité**

**e-Strategic**  
stratégie marketing & digital

**UN PARCOURS FORMATIONS SUR MESURE**  
**DES NIVEAUX DE PROGRESSION**  
**DES ATELIERS PRATIQUES**  
**DES THÉMATIQUES COMPLÉMENTAIRES**

# Trois programmes de formation marketing digital pour développer votre business



## GAGNEZ EN VISIBILITÉ

Sortez du lot, soyez visibles sur les canaux digitaux



## DÉVELOPPEZ VOTRE ACTIVITÉ

Générer de nouveaux clients, prospects, FBO...



## FIDÉLISEZ VOS CLIENTS & FBO

Entretenez la relation avec votre réseau

# Programme : Développez votre activité

## Répondez précisément aux attentes de votre audience



### NIVEAU #01

Réponses au questionnaire  
Découverte des concepts clés



### NIVEAU #02

Focus sur les principaux leviers  
Réseaux sociaux, Webinars...



### NIVEAU #03

Atelier : Créer une landing page  
avec MailChimp

**DÉVELOPPEZ VOTRE ACTIVITÉ**

**NIVEAU #02**

**FOCUS SUR LES PRINCIPAUX LEVIERS**

**DÉVELOPPEZ VOTRE ACTIVITÉ**  
**NIVEAU #02**  
**FOCUS SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX**

# En France, nous passons près de 5h sur Internet et 2h sur les réseaux sociaux



RÉSEAUX SOCIAUX

**4,5 MILLIARDS** D'INTERNAUTES

**53%** SE CONNECTENT VIA MOBILE

**3,7 MILLIARDS** D'ACTIFS SUR LES RÉSEAUX

**97%** DES ACTIFS Y ACCÈDENT VIA MOBILE

TEMPS PASSÉ

**1H28** PAR JOUR EN FRANCE

**2H40** PAR JOUR DANS LE MONDE

PÉNÉTRATION DES RÉSEAUX SOCIAUX DANS LE MONDE





FACEBOOK

**RÉSEAU SOCIAL N°1** DANS 153 PAYS

**2,45 MILLIARDS** D'ACTIFS PAR MOIS

**27,5 MILLIONS** EN FRANCE

**47%** D'ACTIFS SE CONNECTENT UNIQUEMENT VIA MOBILE

**20 MILLIARDS** DE MESSAGES ÉCHANGÉS PAR MOIS

**500.000** NOUVEAUX PROFILS CRÉÉS PAR JOUR SOIT 0,5/SECONDE

**4 MILLIONS** DE LIKES PAR MINUTE

TEMPS MOYEN PASSÉ SUR FACEBOOK

**35 MIN** PAR JOUR

ÂGE MOYEN DES ACTIFS : 25-34 ANS

**8 MILLIARDS** DE VIDÉOS VUES PAR JOUR

**85%** DES VIDÉOS SONT VUES SANS LE SON

**2 MDS** DE PERSONNES SONT TOUCHÉES PAR LES PUBS

**75%** DES MARQUES PRÉSENTES SUR FACEBOOK UTILISENT DES ANNONCES SPONSORISÉES



YOUTUBE

**2 MILLIARDS** D'ACTIFS PAR MOIS

**46 MILLIONS** DE VISITEURS UNIQUES PAR MOIS

**80.000** VIDÉOS VUES CHAQUE SECONDE

**78%** DES VIDÉOS SONT VUES SUR MOBILE

**39 MILLIONS** DE FRANÇAIS REGARDENT DES VIDÉOS/MOIS

SOIT 77% DE COUVERTURE

20% 18-24 ANS

52% 25-49 ANS

28% 50 ANS ET PLUS

TEMPS MOYEN PASSÉ SUR YOUTUBE

18-34 ANS : 46 MINUTES/JOUR

25-49 ANS : 27 MINUTES/JOUR

**95%** DE VISIBILITÉ MOY. DES PUBS

**90%** DES ACTIFS ONT DÉCOUVERT UNE MARQUE OU UN PRODUIT VIA YOUTUBE

**66%** DES PUBS « NON-SKIPPABLES » ONT AUGMENTÉ LA NOTORIÉTÉ DES MARQUES DE 14% (FRANCE)



INSTAGRAM

**1 MILLIARD** D'ACTIFS PAR MOIS

**500 MILLIONS** PAR JOUR

**17 MILLIONS** D'UTILISATEURS ACTIFS PAR MOIS EN FRANCE

**100 MILLIONS** DE PHOTOS PARTAGÉES PAR JOUR

**4,2 MILLIARDS** DE LIKES CHAQUE JOUR

TEMPS MOYEN PASSÉ 15 MINUTES PAR JOUR

LA TOUR EIFFEL A ÉTÉ INSTAGRAMMÉE 5,8 M DE FOIS

**52%** DES ACTIFS SONT DES HOMMES

**32%** DES ACTIFS ONT ENTRE 25 - 34 ANS

**1/3** DES SCORIES LES « VUES » VIENNENT DES MARQUES

**25 M** D'ENTREPRISES ONT UN COMPTE

**90%** DES ACTIFS FRANÇAIS SONT EN ENTREPRISE SUR INSTAGRAM

**60%** DES ACTIFS FRANÇAIS DÉCOUVRENT DES NOUVEAUX PRODUITS SUR INSTAGRAM



TWITTER

**330 MILLIONS** D'ACTIFS PAR MOIS

**500 MILLIONS** DE TWEETS PAR JOUR

**80%** SUR MOBILE

**44%** DES MEMBRES N'ONT JAMAIS TWEETÉ

**16,8 MILLIONS** D'ACTIFS PAR MOIS

**66%** HOMMES

**34%** FEMMES

DURÉE DE VIE D'UN TWEET 15 À 20 MINUTES

TEMPS MOYEN PASSÉ SUR TWITTER

**3,39 MIN** PAR SESSION

**92%** DES MARQUES POSTENT DES TWEETS « D'UNE FOIS PAR JOUR

**80%** DES TWITTERS ONT MENTIONNÉS AU MOINS UNE MARQUE DANS LEURS TWEETS

UN TWEET AVEC UNE VIDÉO OBTIENT 10 FOIS « D'ENGAGEMENT



PINTEREST

**322 MILLIONS** D'ACTIFS PAR MOIS

**10 MILLIONS** EN FRANCE

**80%** DES RECHERCHES SUR MOBILE

**60%** DES MEMBRES SONT DES FEMMES

**39,2%** DES ACTIFS ONT ENTRE 15-34 ANS

**50%** DES ACTIFS ONT ENTRE 35-64 ANS

**PLUS DE 4 MILLIARDS** DE TABLEAUX CRÉÉS

**PLUS DE 200 MILLIARDS** D'ÉPINGLETS ENREGISTRÉS

**2 M** D'ACTIFS ENREGISTRENT DES ÉPINGLETS CHAQUE JOUR

LES 5 SUJETS TENDANCES À SUIVRE SUR PINTEREST

- VOYAGES RESPONSABLES
- CONSOMMATION RESPONSABLE
- INSPIRATIONS DES CULTURES DU MONDE AU-DELÀ DE LA BINARITÉ
- ANIMAUX



LINKEDIN

**660 MILLIONS** DE MEMBRES DANS 200 PAYS

**310 MILLIONS** D'ACTIFS PAR MOIS

**19 MILLIONS** DE MEMBRES

**10 MILLIONS** D'ACTIFS EN FRANCE

SOIT 64% DE LA POPULATION ACTIVE EN FRANCE

**57%** DES ACTIFS SONT DES HOMMES

**38%** DES ACTIFS SONT NÉS DANS LES ANNÉES 80-90

**39%** DES MEMBRES SONT ABONNÉS À LINKEDIN PREMIUM

**70%** DES MEMBRES VIVENT EN DEHORS DES USA

**PLUS DE 30 MILLIONS** D'ENTREPRISES ONT UN COMPTE

**90%** DES RECRUTEURS UTILISENT RÉGULIÈREMENT LINKEDIN

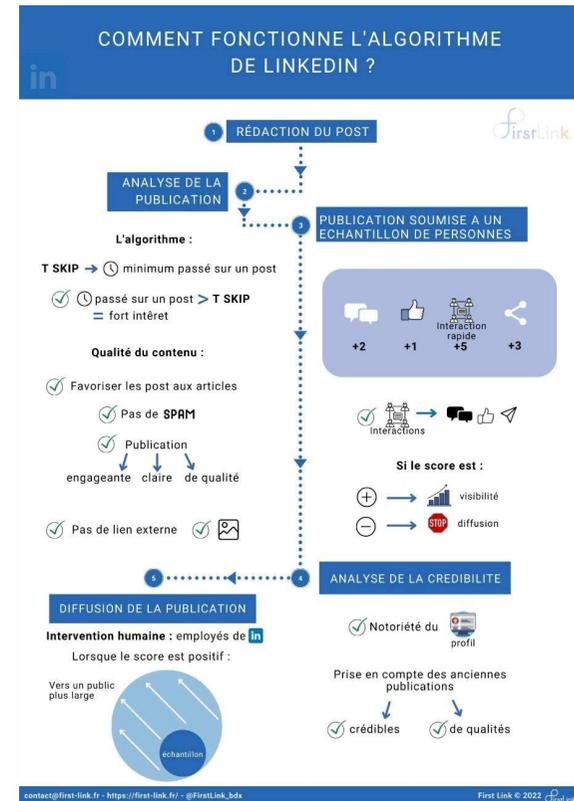
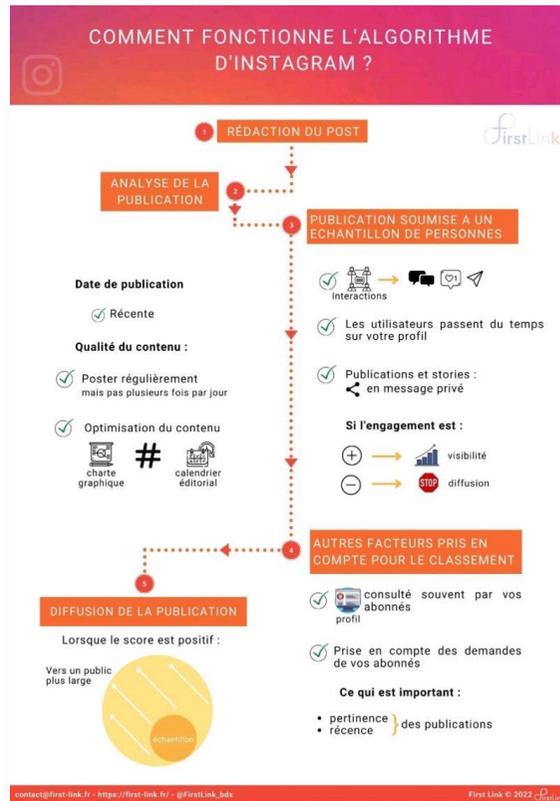
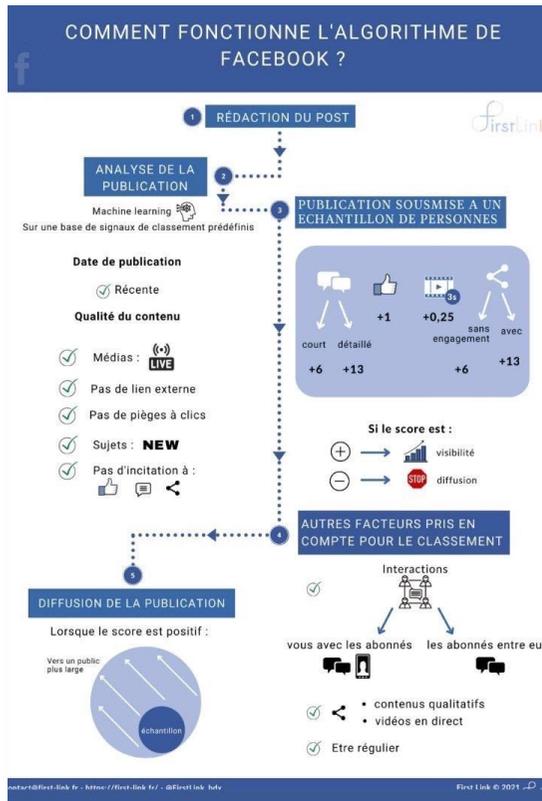
© copyright Bridge COMMUNICATION

Nous sommes devenus accros aux réseaux sociaux



<https://www.youtube.com/watch?v=lahJWpRgWE>

# Comment fonctionnent les algorithmes des réseaux ?



# Développez votre activité avec les réseaux sociaux



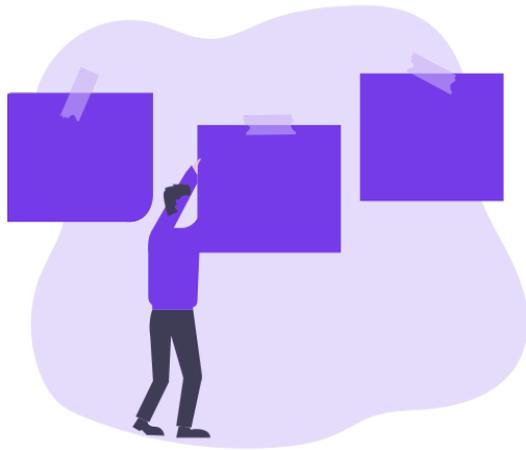
# Les données personnelles et les réseaux sociaux



<https://www.youtube.com/watch?v=MXwKr5wGFwU>

**DÉVELOPPEZ VOTRE ACTIVITÉ**  
**NIVEAU #02**  
**FOCUS SUR LES WEBINARS**

# Trois étapes pour **préparer** votre webinar



## PRÉPAREZ VOTRE INTERVENTION

Thématique  
Audience  
Objectifs



## CONCEVEZ VOTRE FORMULAIRE D'INSCRIPTION

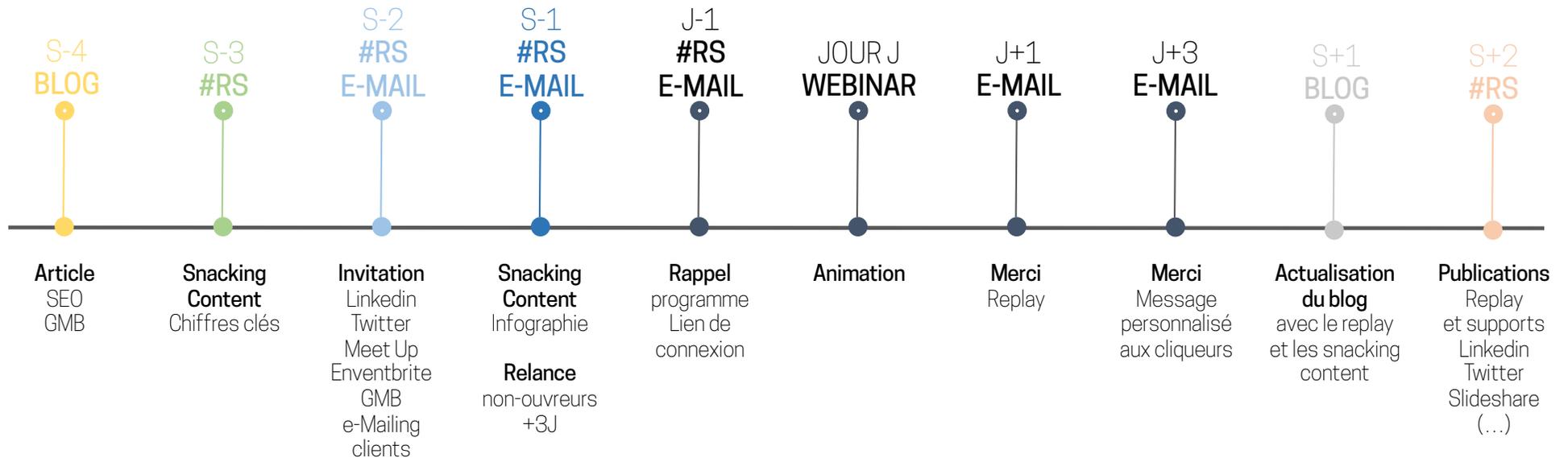
Landing Page  
Champs du formulaire  
Eventbrite, MeetUp, LinkedIn...



## TESTEZ LES SOLUTIONS D'ANIMATION ET DE ROUTAGE

Webikeo, Livestorm  
Zoom, Teams  
MailChimp, SendInBlue...

# Planifiez vos webinars sur 6 semaines



**DÉVELOPPEZ VOTRE ACTIVITÉ**  
**NIVEAU #02**  
**FOCUS SUR YOUTUBE**

# YouTube en quelques chiffres

**ECN** Q UTILISER LES RÉSEAUX SOCIAUX POUR VOTRE E-COMMERCE 2021 Lilian

**YouTube**  
La plateforme vidéo des réseaux sociaux

**Quand publier ?**

- Lundi
- Mardi
- Mercredi
- Jeudi
- Vendredi
- Samedi
- Dimanche

19h à 23h

**Objectifs**

- Fonder et fédérer**  
une communauté, gagner en notoriété et en viralité
- Valoriser votre référencement**  
et amener du trafic, humaniser votre entreprise
- Montrer vos produits en vidéo,**  
se rapprocher du consommateur

**Audience**

**VISITEURS ACTIFS**  
46,6 millions par mois, en France

**TRANCHE D'ÂGE**  
Les 18-34 ans passent, en moyenne  
46 MINUTES à visionner des vidéos, à chaque visite

**RÉPARTITION PAR GENRE**  
70% de femmes  
30% d'hommes

**CHIFFRES CLÉS**  
93% des Français vont sur YouTube, au moins une fois par mois

**Conseils**

- Faire de la vidéo de manière récurrente
- Avoir une identité visuelle
- Être authentique
- Avoir du bon matériel
- Travaillez bien vos mots-clés, vos titres et vos descriptions pour que votre chaîne et vos vidéos soient facilement trouvables

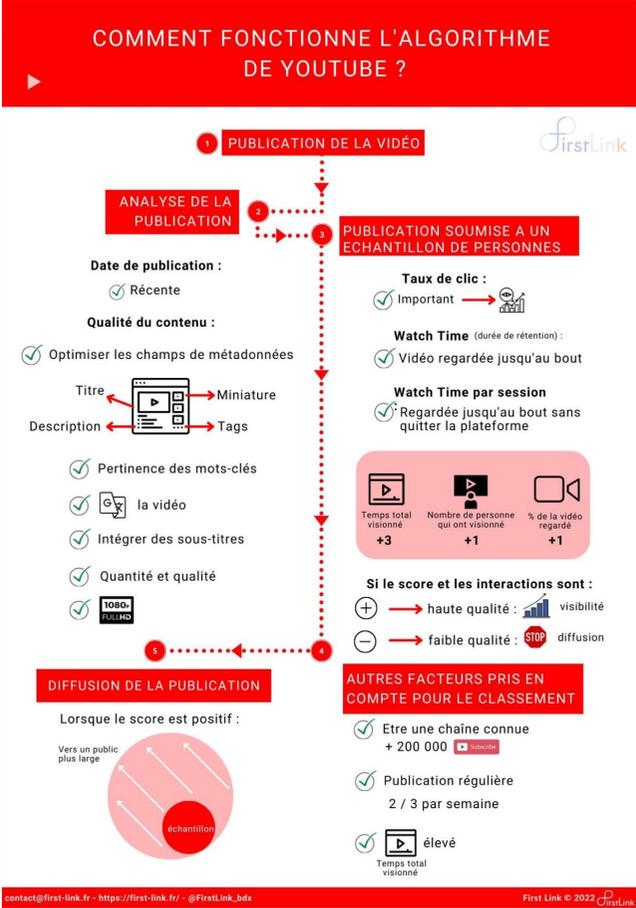
**Outils Youtube**

- ANALYSE Analytics
- BOOSTER TubeBuddy
- ÉDITEUR KineMaster

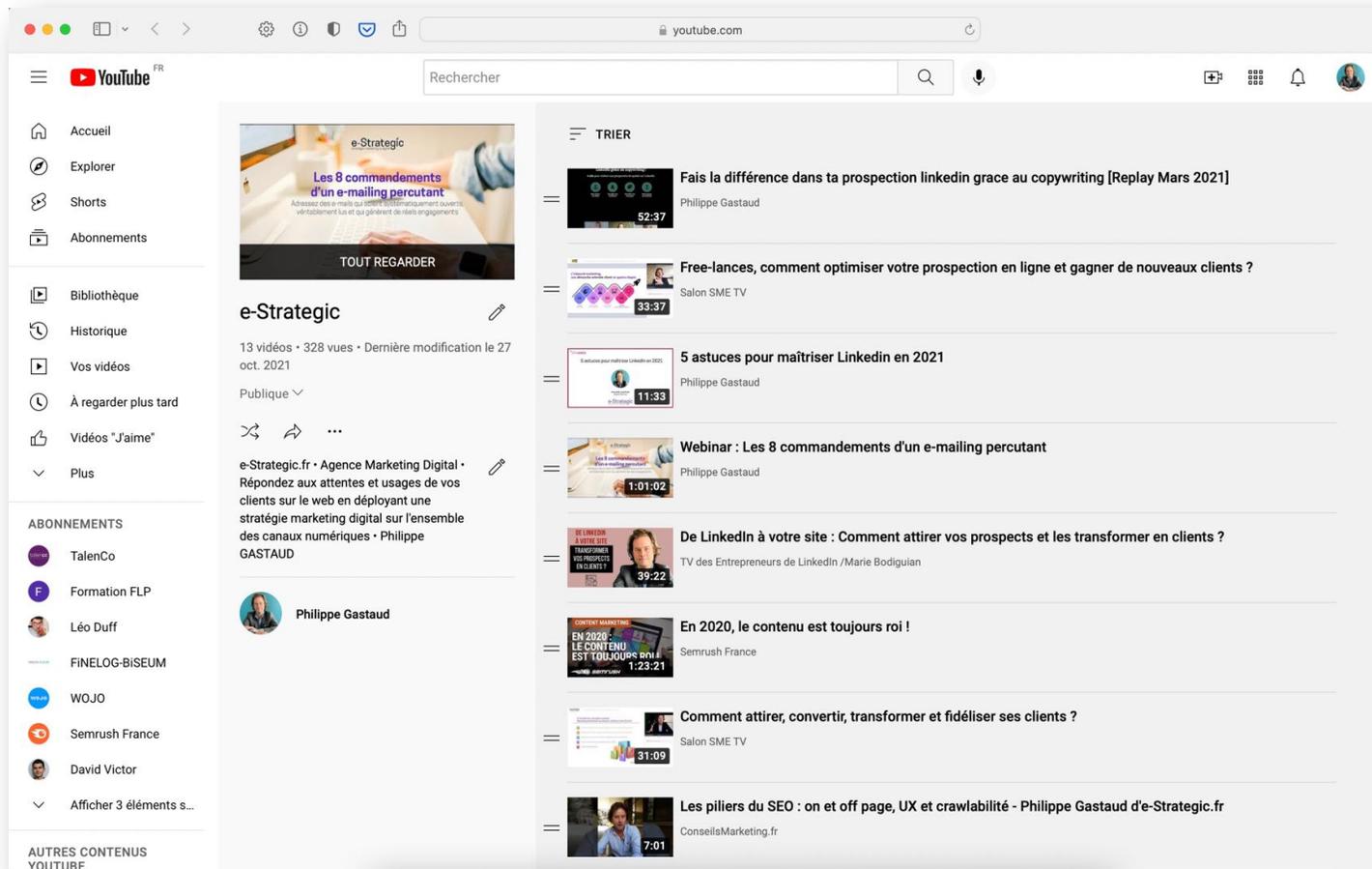
Venez explorer le e-commerce sur [www.ecommerce-nation.fr](http://www.ecommerce-nation.fr)

Sources : MediAmétrie, Digimind, CoSchedule, GlobalWebIndex, We are social et Hootsuite, Kantar média - Amplif - Statista.com - Etude sur les chiffres de 2019

# Comment fonctionnent l'algorithme de YouTube ?



# Créons ensemble une compte YouTube



**MAINTENANT, C'EST À VOUS !**



FOREVER  
LIVING



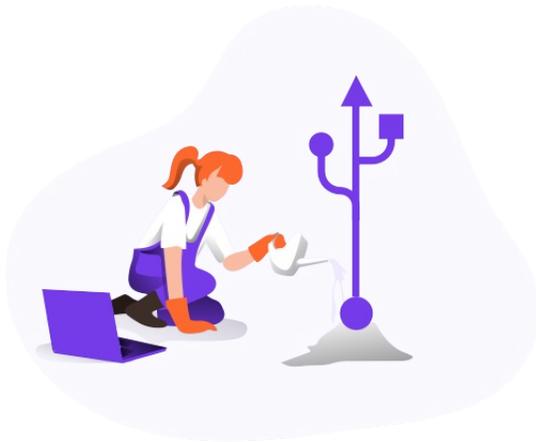
PRODUCTS™

**Accompagnez les FBO  
dans le développement de leur activité**

**e-Strategic**  
stratégie marketing & digital

**UN PARCOURS FORMATIONS SUR MESURE**  
**DES NIVEAUX DE PROGRESSION**  
**DES ATELIERS PRATIQUES**  
**DES THÉMATIQUES COMPLÉMENTAIRES**

# Trois programmes de formation marketing digital pour développer votre business



## GAGNEZ EN VISIBILITÉ

Sortez du lot, soyez visibles sur les canaux digitaux



## DÉVELOPPEZ VOTRE ACTIVITÉ

Générer de nouveaux clients, prospects, FBO...



## FIDÉLISEZ VOS CLIENTS & FBO

Entretenez la relation avec votre réseau

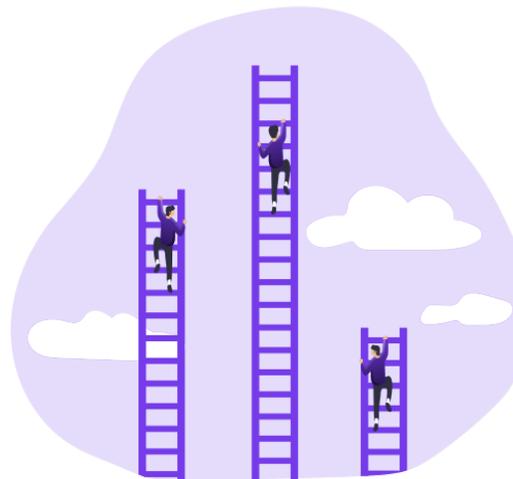
# Programme : Développez votre activité

## Répondez précisément aux attentes de votre audience



### NIVEAU #01

Réponses au questionnaire  
Découverte des concepts clés



### NIVEAU #02

Focus sur les principaux leviers  
Réseaux sociaux, Webinars...



### NIVEAU #03

Atelier : Créer une landing page  
avec MailChimp

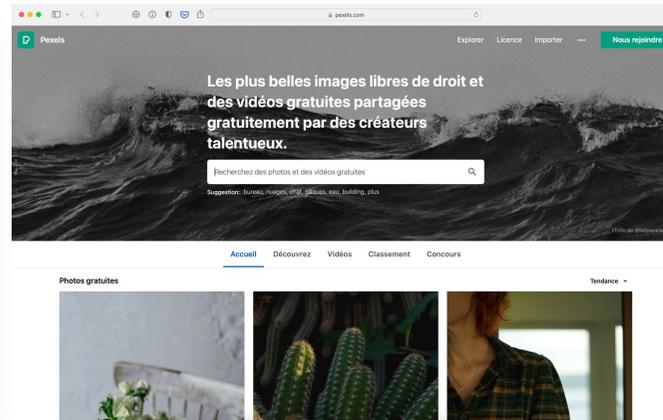
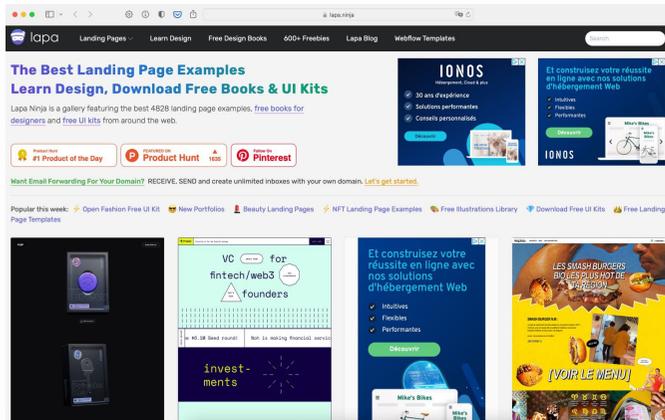
**DÉVELOPPEZ VOTRE ACTIVITÉ**  
**NIVEAU #03**  
**ATELIER PRATIQUE**

# Créez une landing page avec MailChimp pour inciter les internautes à passer à l'action



- ★ Créez un compte MailChimp
- ★ Concevez la structure de votre Landing Page
- ★ Ajoutez un formulaire et des CTA

# Inspirez-vous et créez votre univers graphique

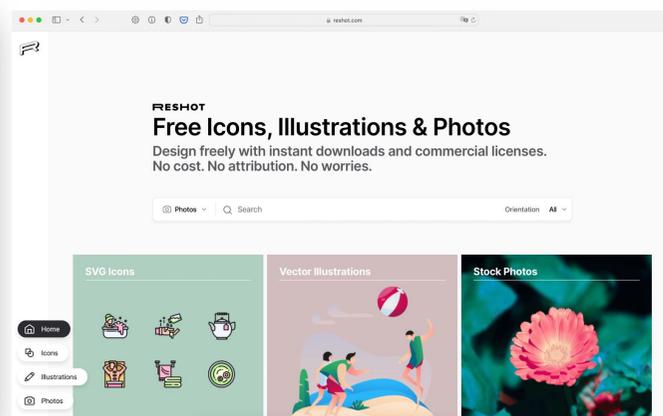


<https://www.lapa.ninja>

<https://www.pexels.com/fr-fr/>

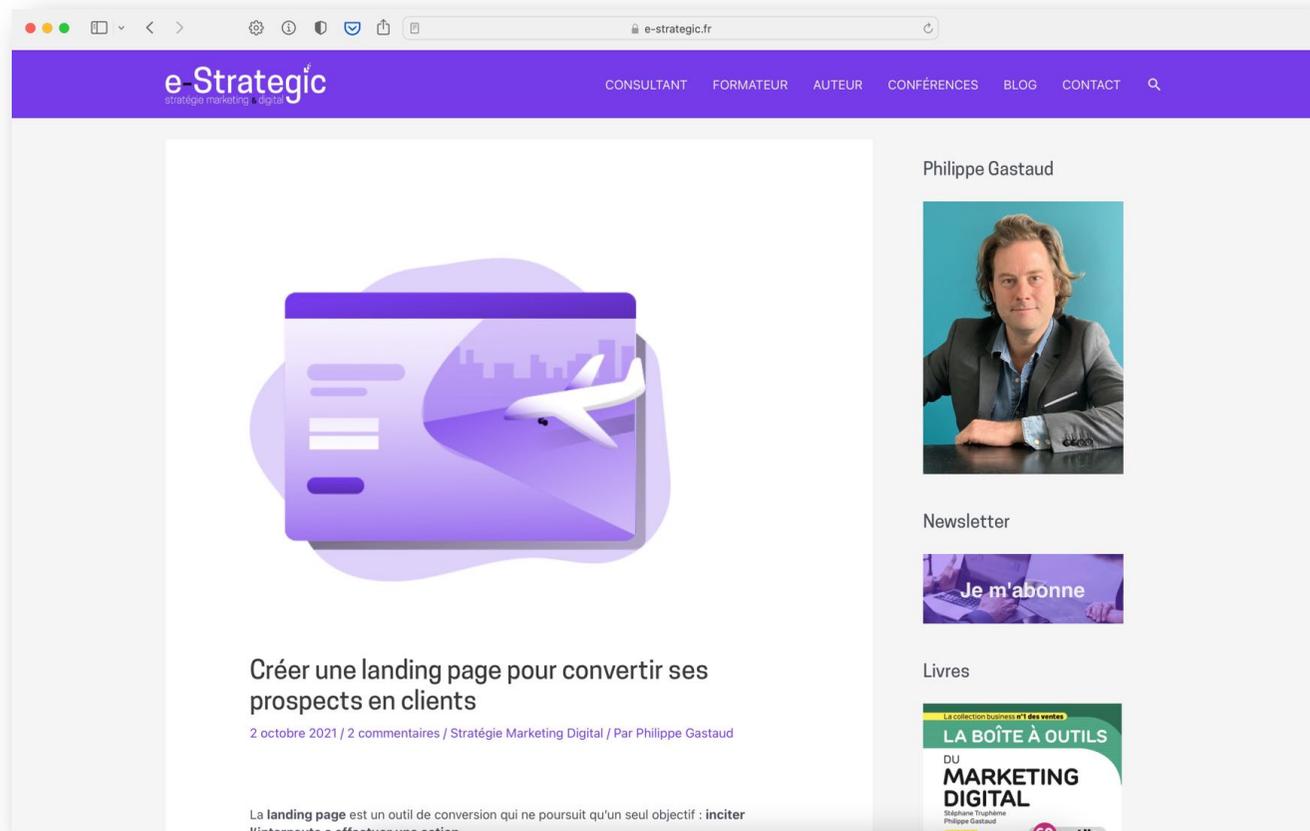
<https://www.photopea.com>

<https://www.reshot.com>



[https://www.stickermule.com/fr/trace?utm\\_source=google&utm\\_medium=cpc&src=GOOG&cid=13613997078&gclid=CjwKCAjw7--KBhAMEiwAxfpkWE-HFdrAiqcpAF7HtqkqLnNLBUpFmEuoo4lbeatLJmpfBjO0tbPiGhCpZcQAvD\\_BwE](https://www.stickermule.com/fr/trace?utm_source=google&utm_medium=cpc&src=GOOG&cid=13613997078&gclid=CjwKCAjw7--KBhAMEiwAxfpkWE-HFdrAiqcpAF7HtqkqLnNLBUpFmEuoo4lbeatLJmpfBjO0tbPiGhCpZcQAvD_BwE)

Poursuivez la lecture sur mon blog 😊



<https://www.e-strategic.fr/blog/creer-landing-page-exemples/>

**MAINTENANT, C'EST À VOUS !**



## Échangeons sur vos enjeux

---



**Philippe Gastaud**  
Digital Partner ■ Consultant marketing et web  
06.60.65.49.90  
philippe@e-strategic.fr  
[www.e-strategic.fr](http://www.e-strategic.fr)

Je vous accompagne, TPE – PME – Grands Comptes, dans la conception et le déploiement de votre stratégie marketing digital pour vous permettre de gagner en notoriété, d'accroître vos performances commerciales et fidéliser vos clients.

**Fondateur de e-Strategic**, plus de 15 ans d'expérience en stratégie marketing et webmarketing, marketing opérationnel, communication interne / externe et conception-rédaction pour des directions et médias off-line et on-line.

