

FOREVER
LIVING



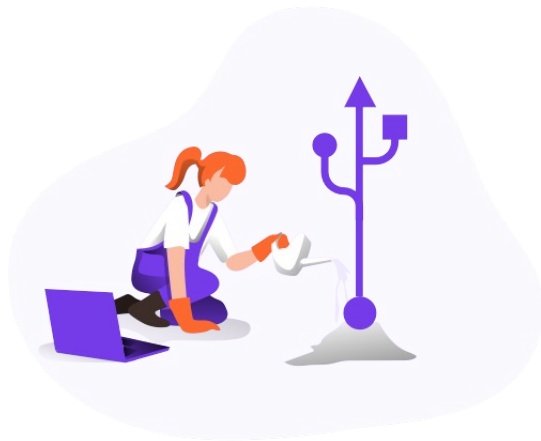
PRODUCTS™

**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...

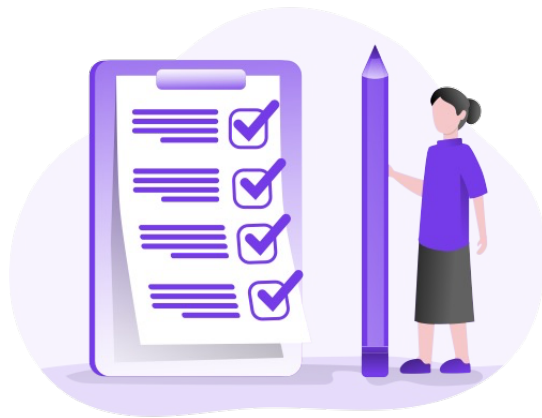


FIDÉLISEZ VOS CLIENTS & FBO

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

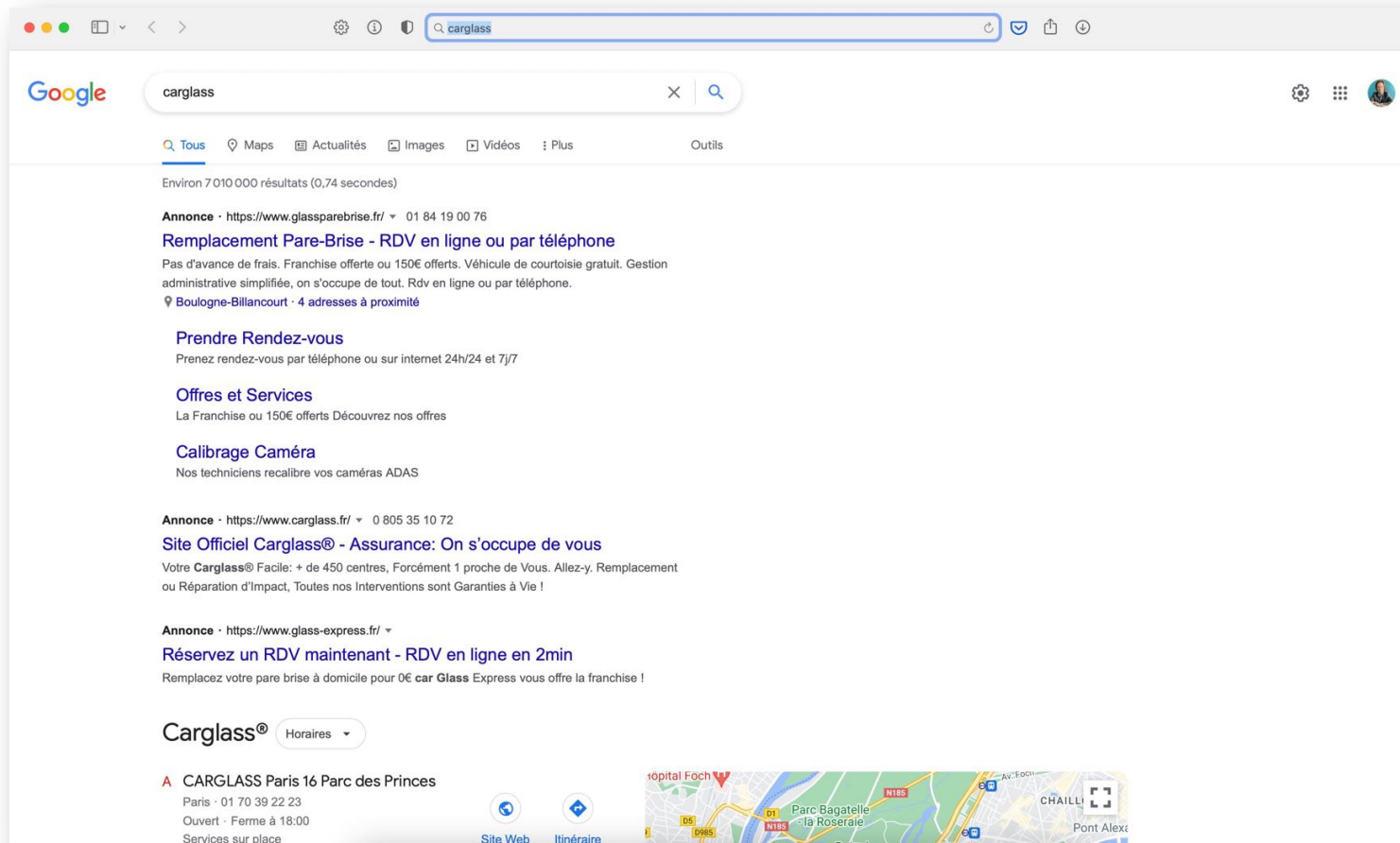
2. En SEA, on peut acheter les noms de ses concurrents comme mots clés pour rediriger les internautes vers son propre site web :

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 !

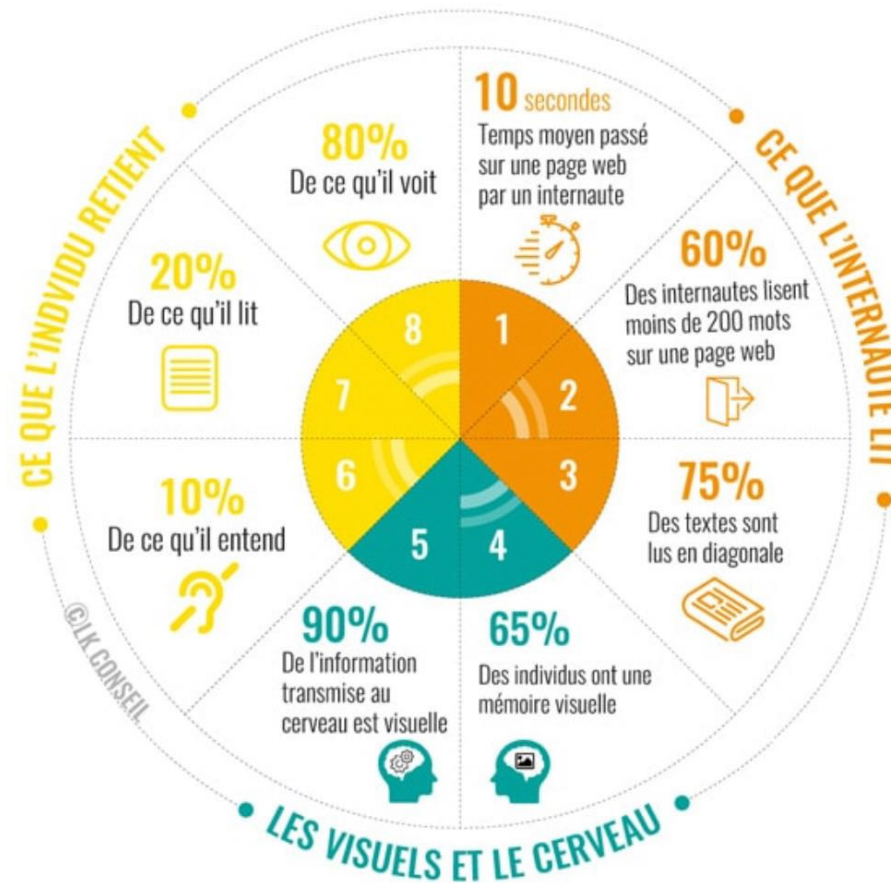
4. Quel est le bon format d'un webinar de présentation produits ?

- 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



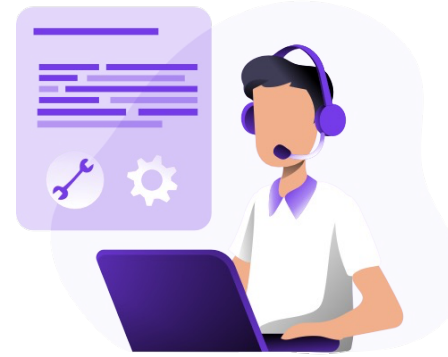
PRÉPAREZ

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

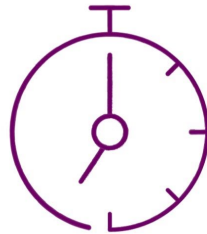
Focus : En 2022, 82% du trafic Internet est lié à la vidéo



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.

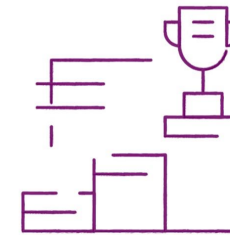
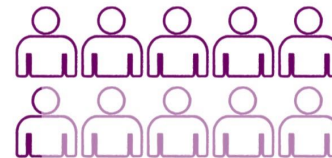
(Wyzowl, 2020)



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

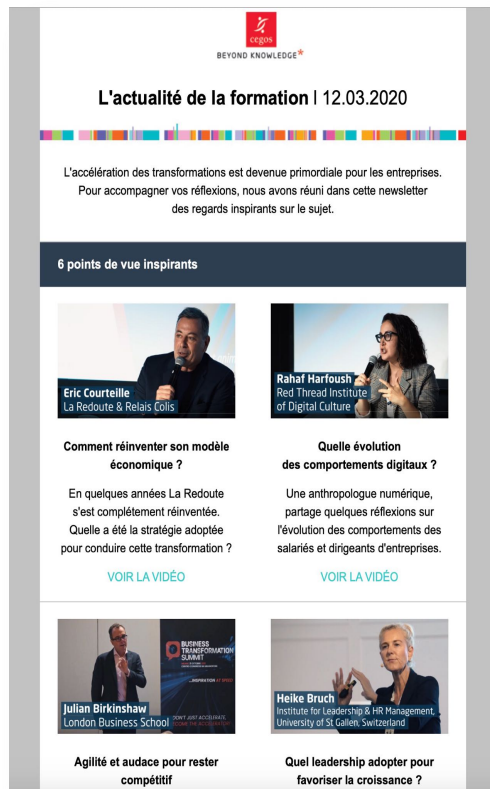
9. Le message de confirmation adressé à un acheteur s'appelle :

a. E-Mail transactionnel

b. E-Mail promotionnel

c. E-Mail relationnel

Focus : Les 3 typologies d'e-mailings



Beyond Knowledge
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

Quelle évolution des comportements digitaux ?

Une anthropologue numérique, partage quelques réflexions sur l'évolution des comportements des salariés et dirigeants d'entreprises.

[VOIR LA VIDÉO](#)

Julian Birkinshaw
London Business School

Agilité et audace pour rester compétitif

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

Quel leadership adopter pour favoriser la croissance ?

☆ 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,

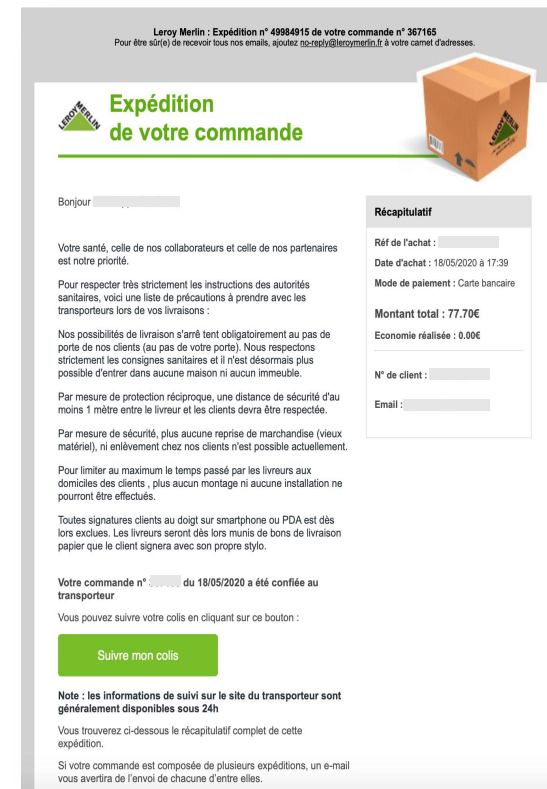
Pour pouvoir libérer pleinement leur puissance, les données doivent être placées au centre de l'entreprise. Cela requiert une culture data forte, qui se concentre sur la connaissance des données à tous les niveaux de l'organisation.

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-epsy@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

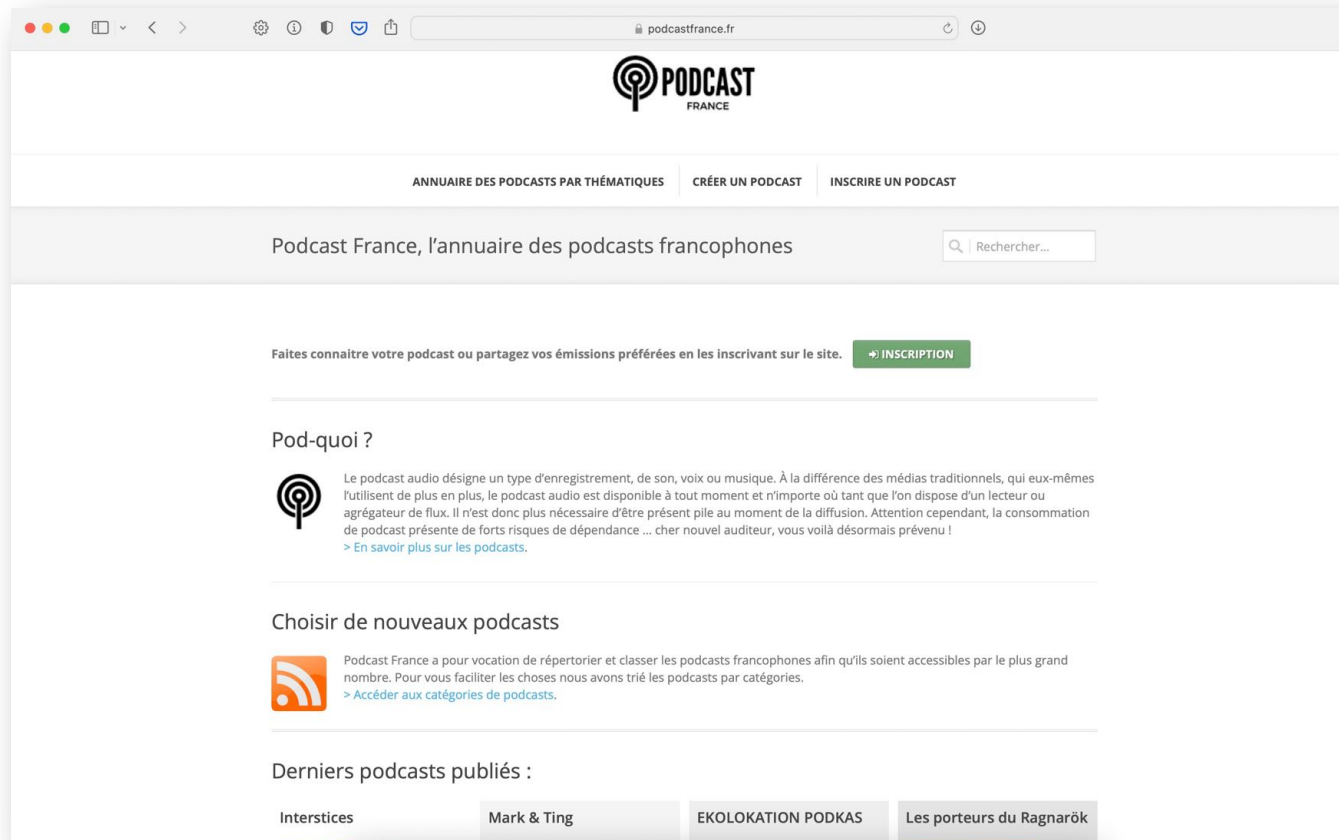
10. Les podcasts sont des médias :

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



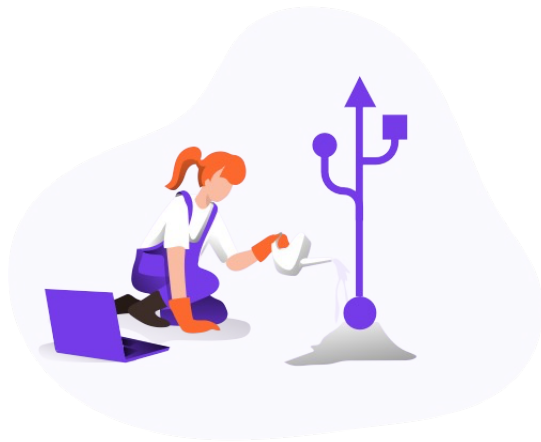
PRODUCTS™

**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...

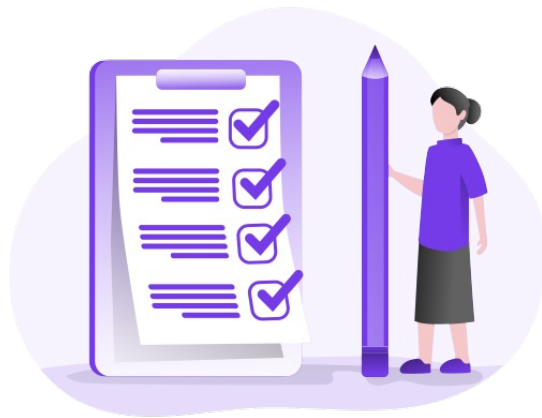


FIDÉLISEZ VOS CLIENTS & FBO

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

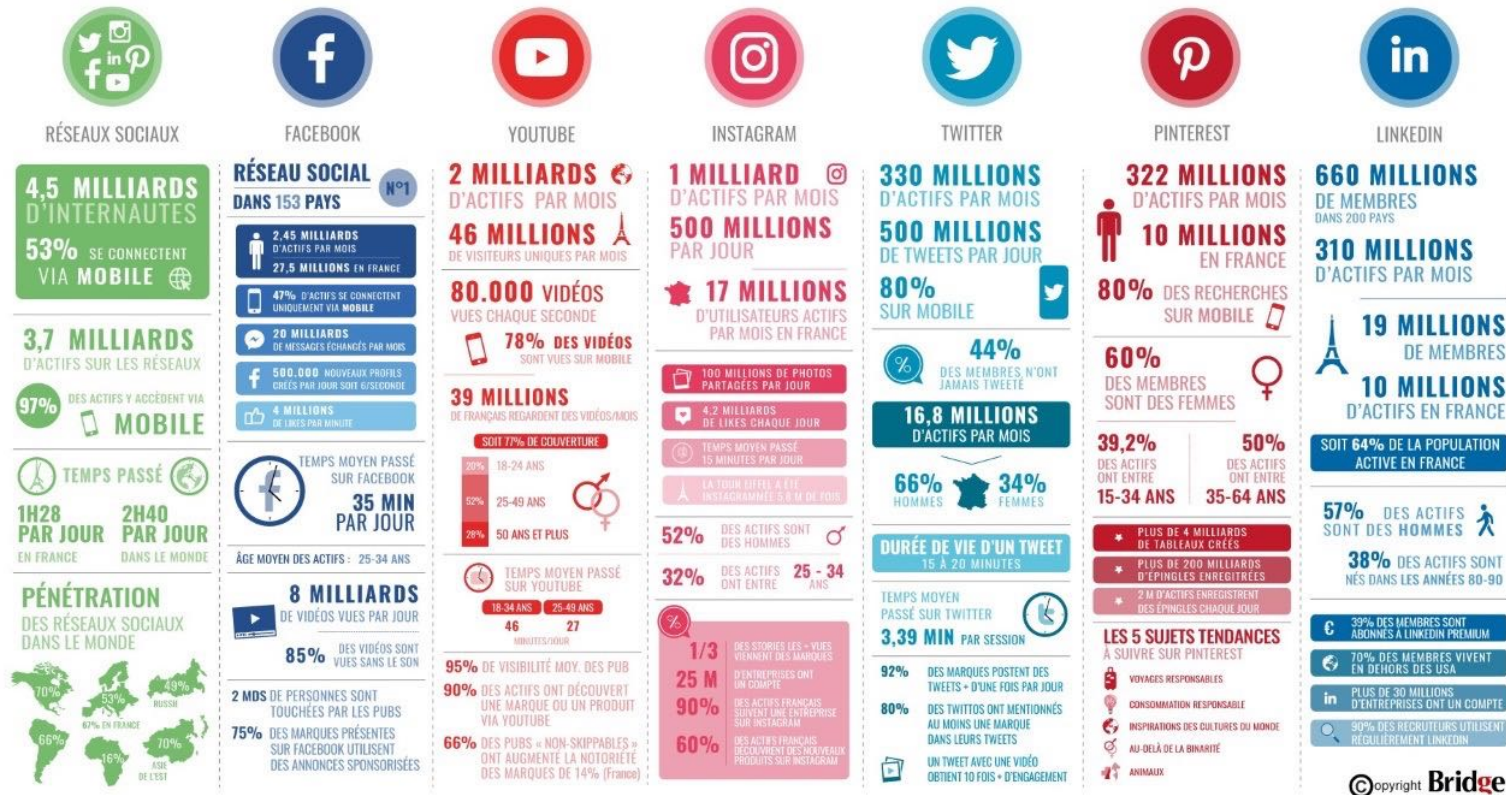
DÉVELOPPEZ VOTRE ACTIVITÉ

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



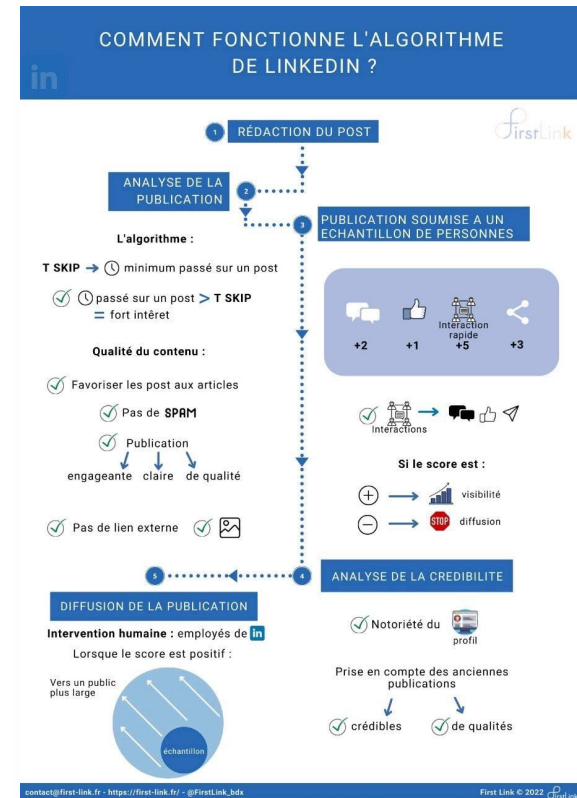
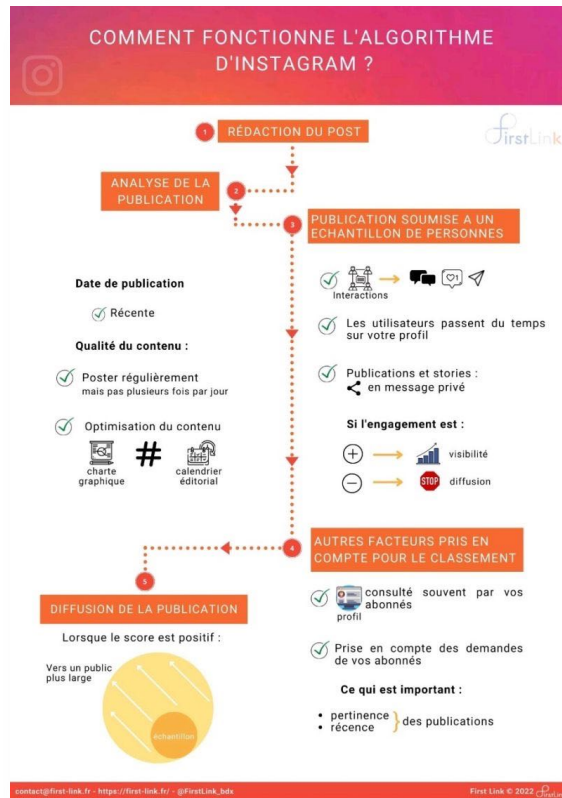
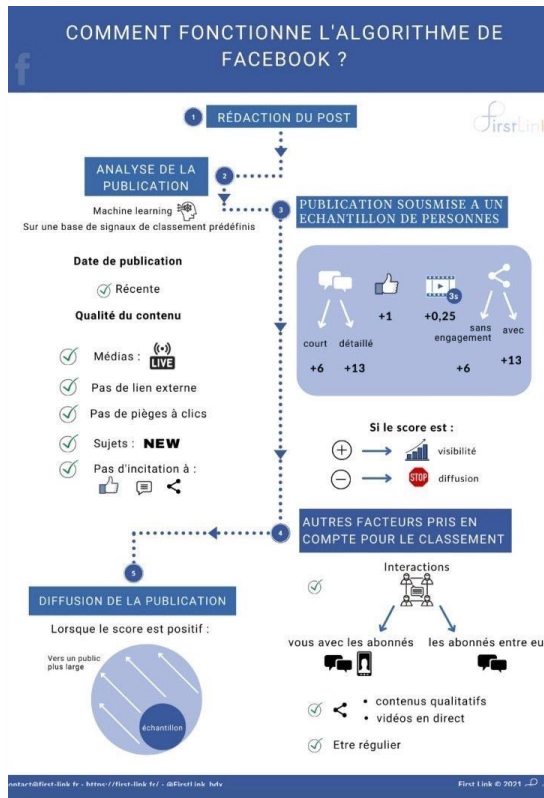
© copyright Bridge COMMUNICATION

Nous sommes devenus accros aux réseaux sociaux



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

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

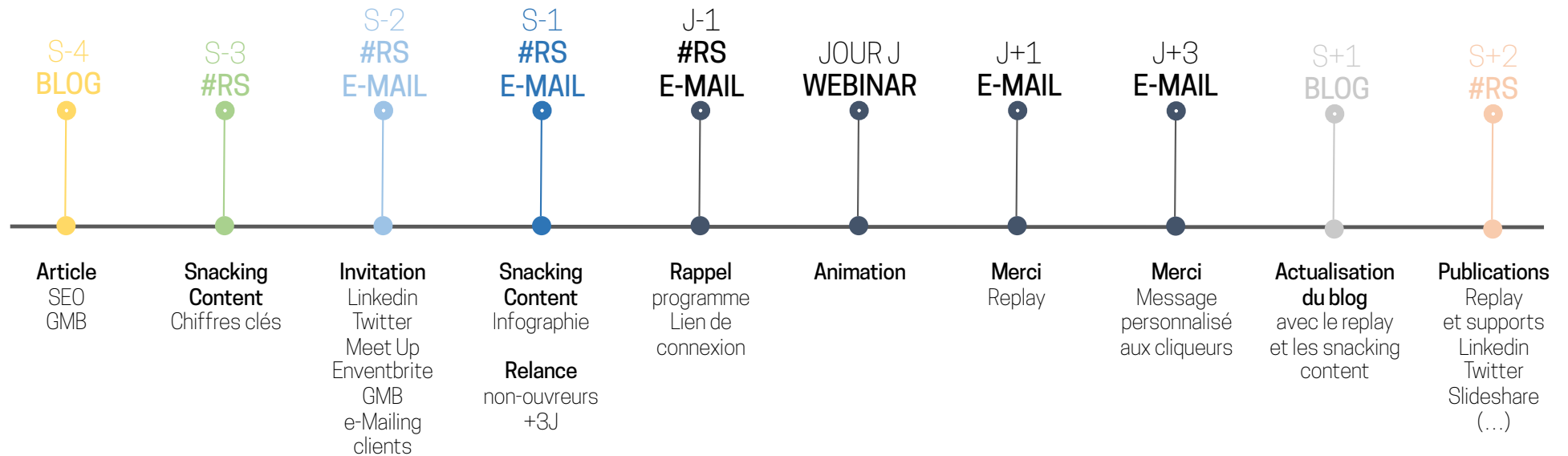
Landing Page
Champs du formulaire
Eventbrite, MeetUp, LinkedIn...



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

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	TRANCHE D'ÂGE	RÉPARTITION PAR GENRE	CHIFFRES CLÉS
46,6 millions par mois, en France	Les 18-34 ans passent, en moyenne	70% de femmes 30% d'hommes	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 trouvable

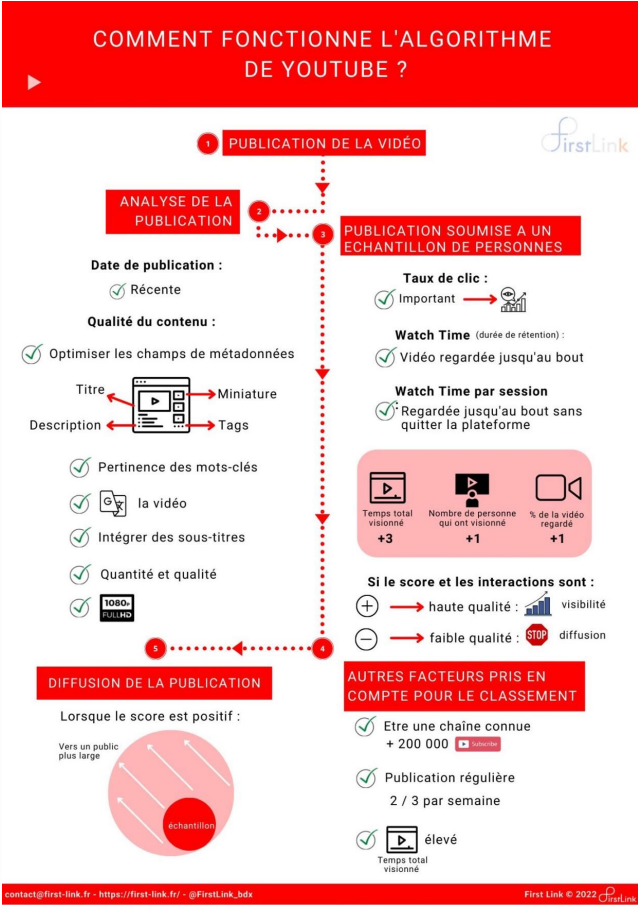
Outils Youtube

- ANALYSE Analytics
- BOOSTER TubeBuddy
- ÉDITEUR KineMaster

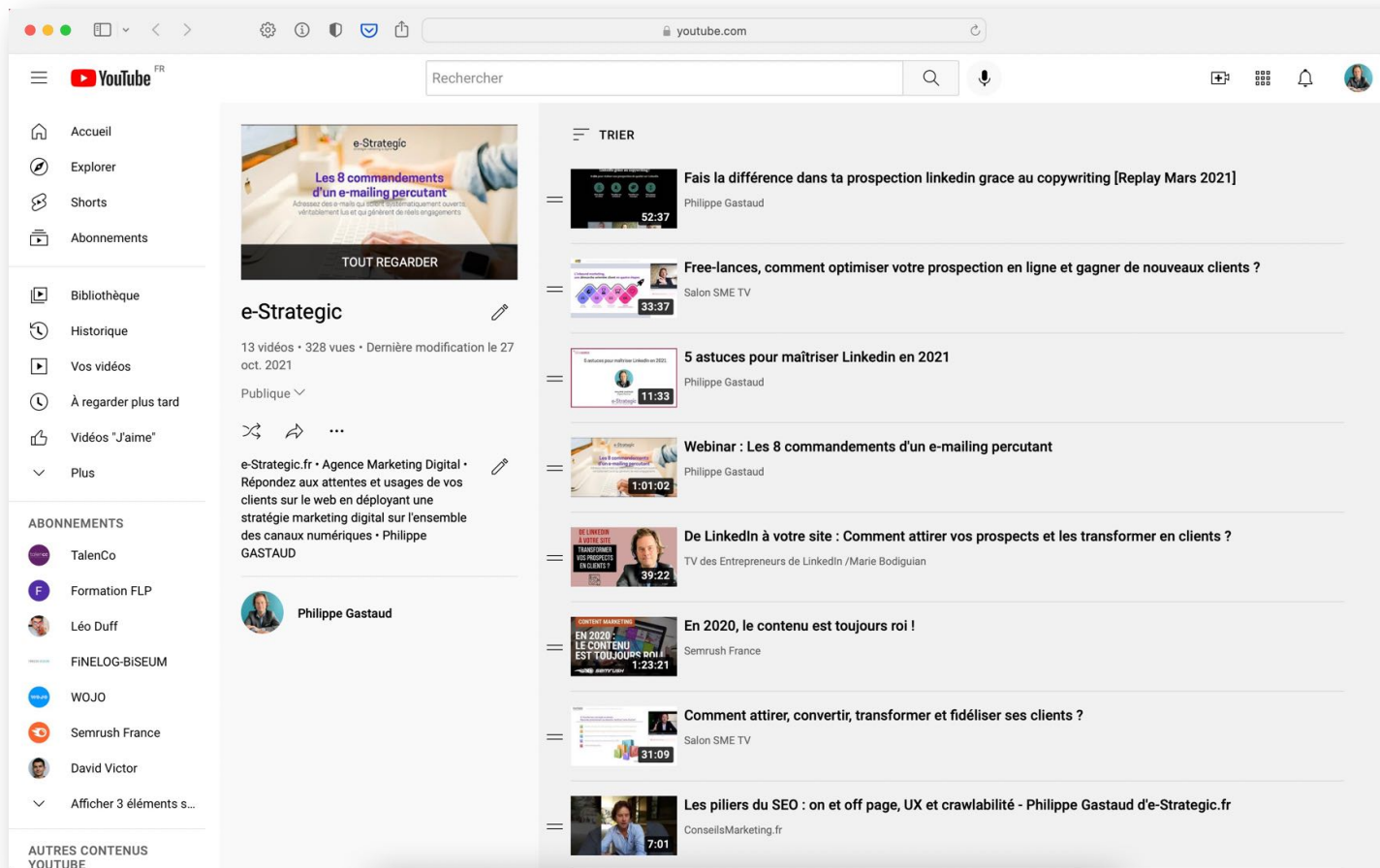
Venez explorer le e-commerce sur www.ecommerce-nation.fr

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



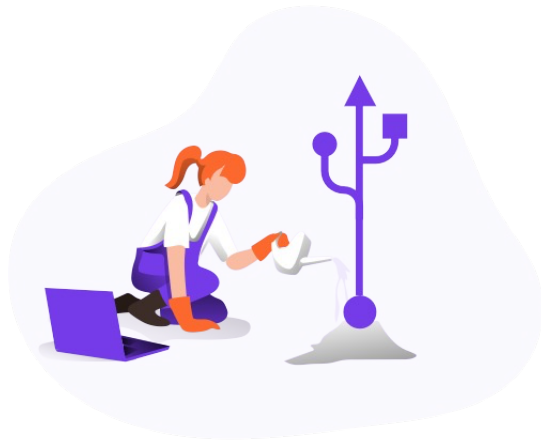
PRODUCTS™

**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...

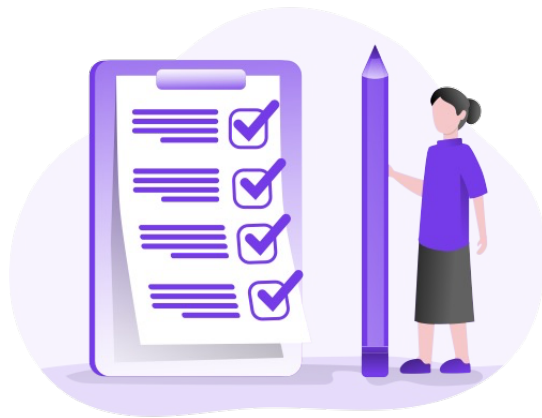


FIDÉLISEZ VOS CLIENTS & FBO

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

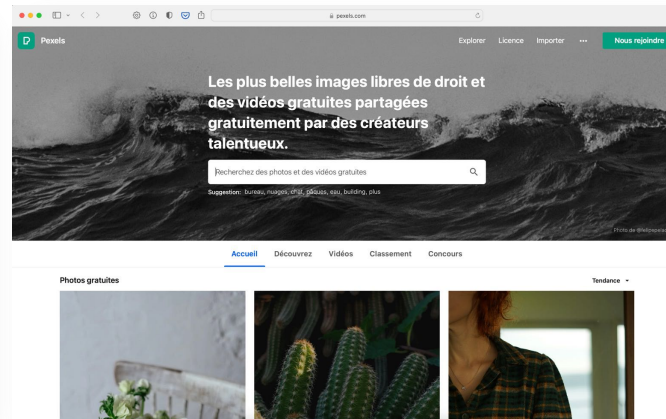
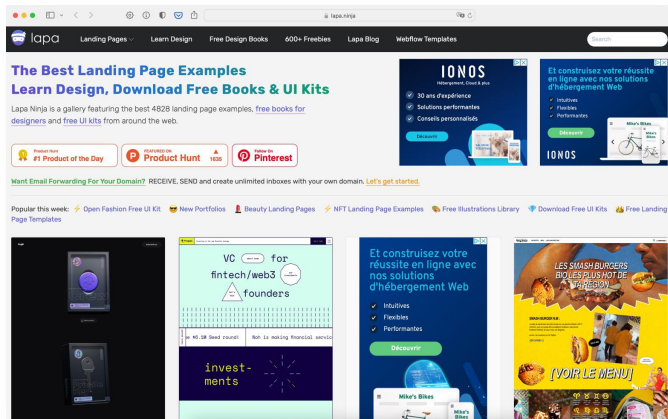
DÉVELOPPEZ VOTRE ACTIVITÉ
NIVEAU #03
ATELIER PRATIQUE

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

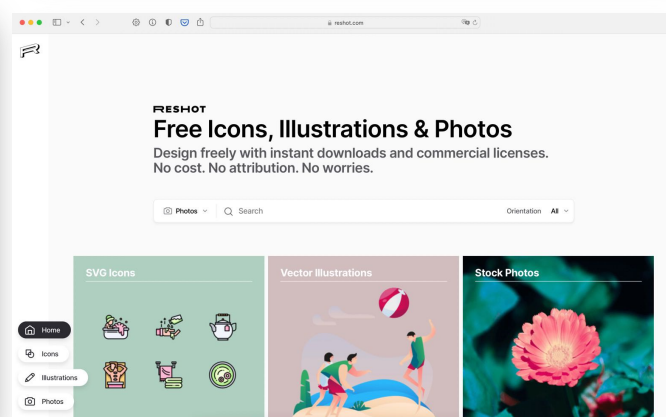
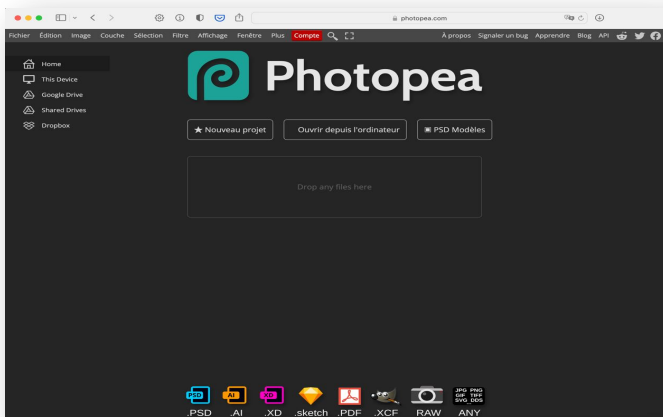


<https://www.lapa.ninja>

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

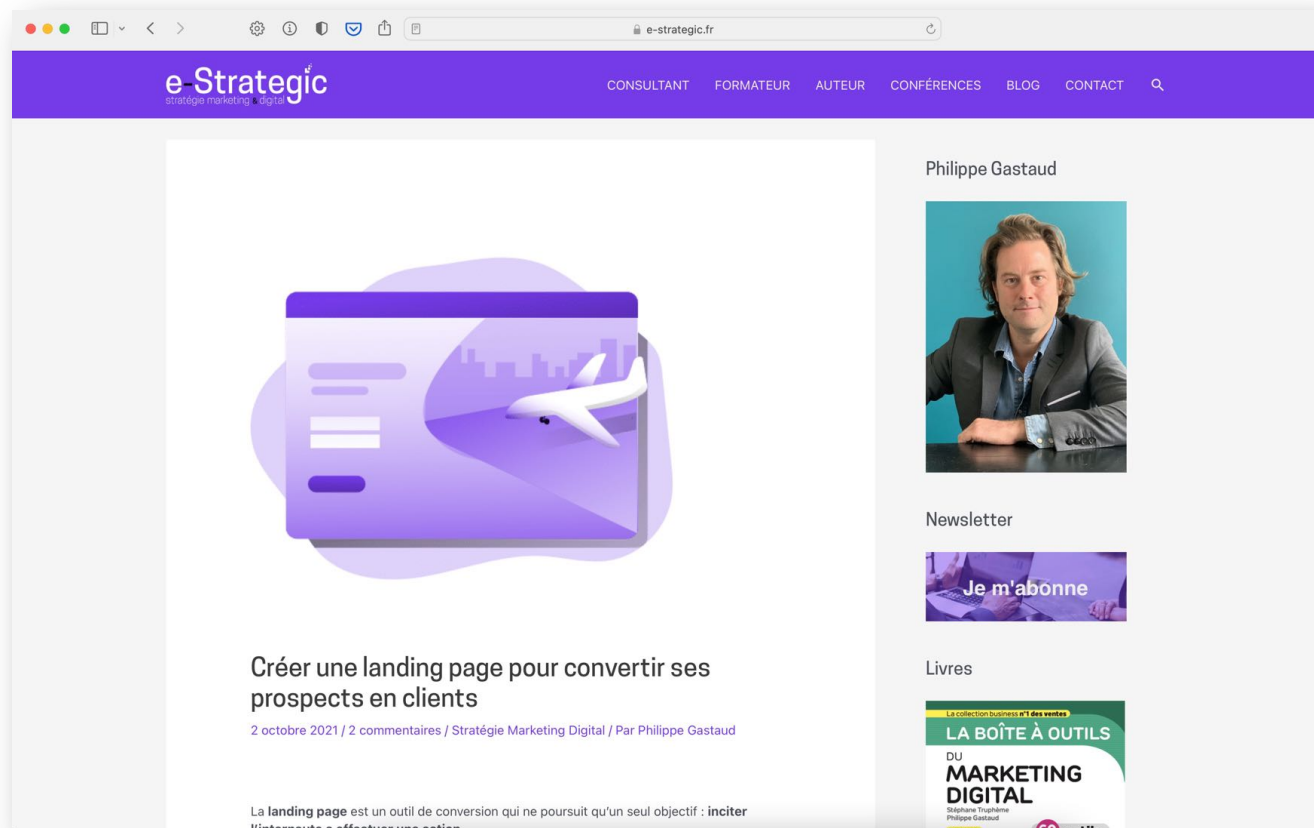
<https://www.photopea.com>

<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

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

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.

