



FOREVER LIVING

Communiquez sur les réseaux sociaux pour recruter des clients et des FBO

Un parcours de 5 webinars pour animer sa communauté

e-Strategic
stratégie marketing & digital

WEBINAR #01

**DÉPLOYER UNE STRATÉGIE PERFORMANTE
SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX**

QUIZ

LES RÉSEAUX SOCIAUX

#01 ■ Quelle est la part du mobile dans le nombre de connexion aux réseaux sociaux ?

- a) 80% mobile et 20% desktop
- b) 65% mobile et 35% desktop
- c) 55% mobile et 45% desktop

#01 ■ Quelle est la part du mobile dans le nombre de connexion aux réseaux sociaux ?

a) 80% mobile et 20% desktop

b) 65% mobile et 35% desktop

c) 55% mobile et 45% desktop

#02 ■ Quels sont les trois principaux canaux privilégiés par les Français pour obtenir des informations sur une marque, un produit ?

- a) Moteurs de recherche, Réseaux Sociaux, recherche vocale
- b) Réseaux sociaux, Moteurs de recherche, Sites web
- c) Moteurs de recherche, Sites Web, Réseaux Sociaux

#02 ■ Quels sont les trois principaux canaux privilégiés par les Français pour obtenir des informations sur une marque, un produit ?

- a) **Moteurs de recherche, Réseaux Sociaux, recherche vocale**
- b) Réseaux sociaux, Moteurs de recherche, Sites web
- c) Moteurs de recherche, Sites Web, Réseaux Sociaux

#03 ■ Quel contenu génère le plus d'engagement ?

a) L'audio

b) La vidéo

c) Le gif

#03 ■ Quel contenu génère le plus d'engagement ?

a) L'audio

b) La vidéo

c) Le gif

#04 ■ Qu'est-ce que le reach ?

- a) Le gain obtenu par une campagne de publicité payante
- b) Le nombre de commentaires générés par une publication
- c) Le volume d'impressions d'un post

#04 ■ Qu'est-ce que le reach ?

- a) Le gain obtenu par une campagne de publicité payante
- b) Le nombre de commentaires générés par une publication
- c) Le volume d'impressions d'un post**

#05 ■ Parmi ces techniques, quelles sont celles qui font parties du Content Marketing

- a) Growth Hacking, Scrapping, Marketing Automation
- b) Cold Mailing, Social Selling, Community Management
- c) Ghostwriting, Copywriting, Storytelling

#05 ■ Parmi ces techniques, quelles sont celles qui font parties du Content Marketing

- a) Growth Hacking, Scrapping, Marketing Automation
- b) Cold Mailing, Social Selling, Community Management
- c) Ghostwriting, Copywriting, Storytelling**

#06 ■ Qu'est-ce que le dwell time ?

- a) Le temps passé à rédiger une publication et à commenter des posts sur les réseaux sociaux
- b) Le temps passé par un socionaute à lire une publication
- c) Le temps séparant une interaction envers une publication et la prise de contact avec la personne l'ayant rédigé

#06 ■ Qu'est-ce que le dwell time ?

a) Le temps passé à rédiger une publication et à commenter des posts sur les réseaux sociaux

b) Le temps passé par un socionaute à lire une publication

c) Le temps séparant une interaction envers une publication et la prise de contact avec la personne l'ayant rédigé

#07 ■ Selon vous, quel est le pourcentage estimé pour chacune de ces informations ?

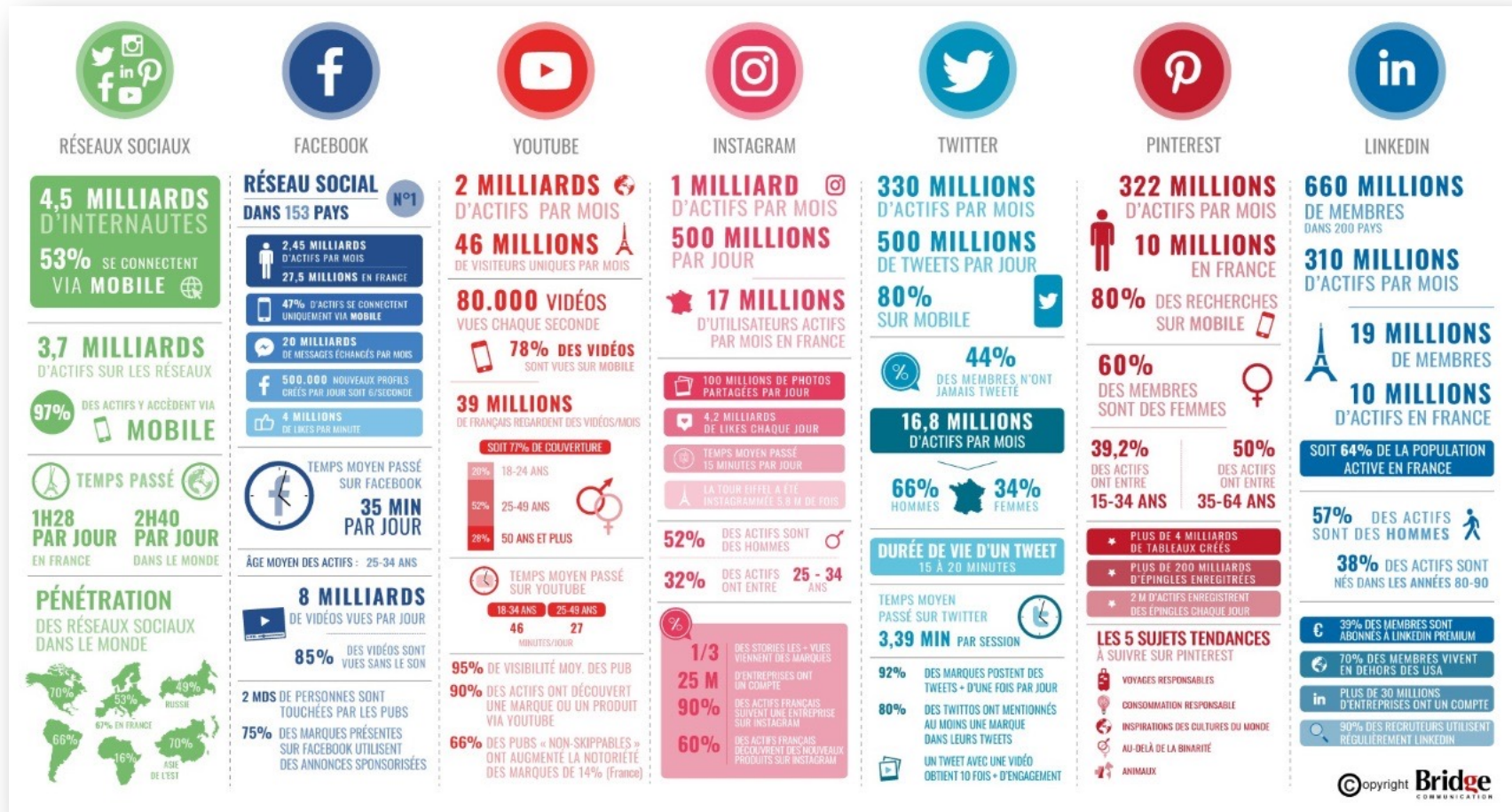
- a) XX% des clients qui suivent une marque sur les réseaux sociaux visitent le site/application de la marque
- b) XX% des consommateurs utilisent les réseaux sociaux pour chercher des produits
- c) XX% des internautes indiquent avoir découvert une nouvelle marque grâce à une publicité sur les réseaux sociaux

#07 ■ Selon vous, quel est le pourcentage estimé pour chacune de ces informations ?

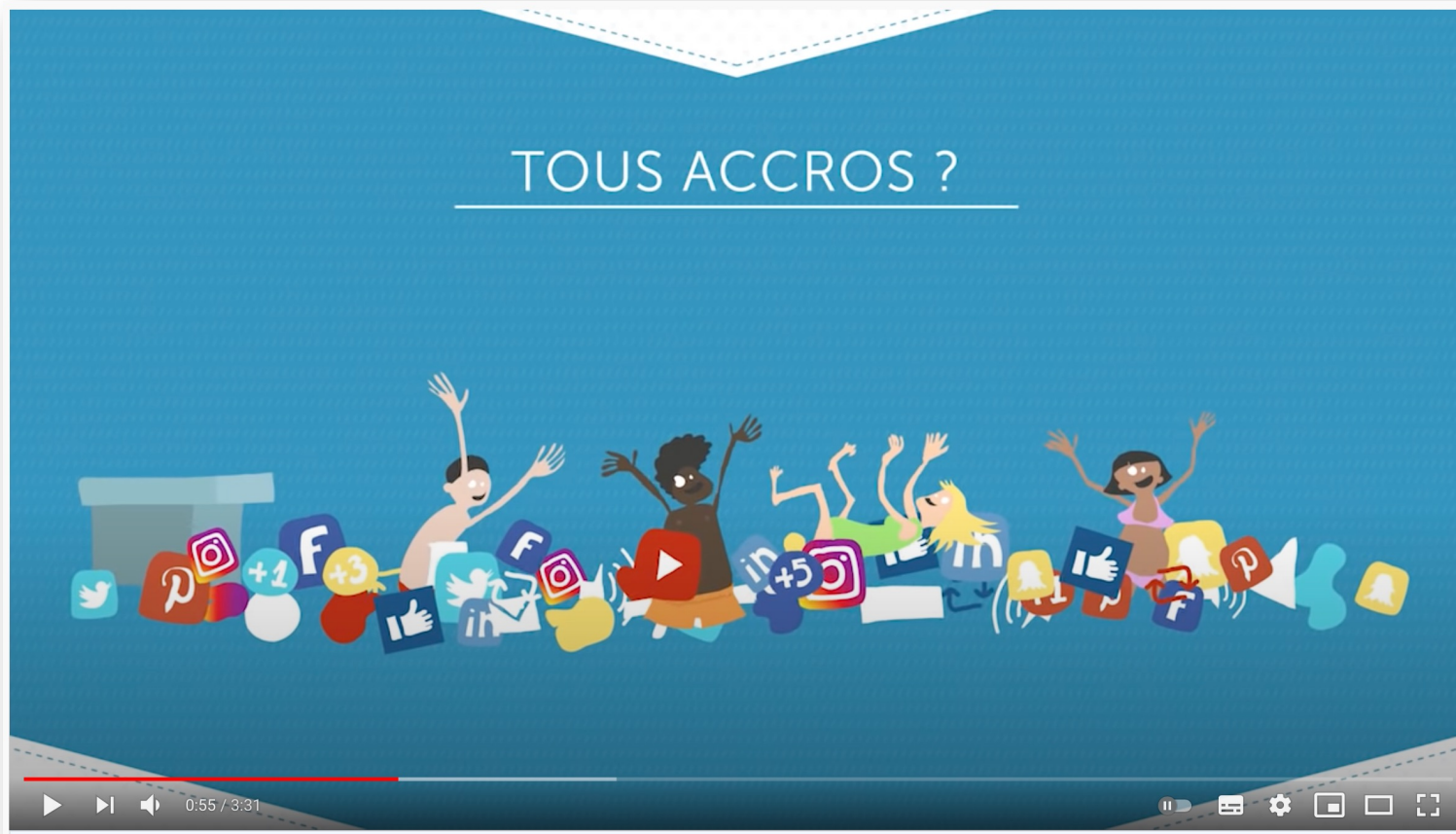
- a) **91%** des clients qui suivent une marque sur les réseaux sociaux visitent le site/application de la marque
- b) **54%** des consommateurs utilisent les réseaux sociaux pour chercher des produits
- c) **28 %** des internautes indiquent avoir découvert une nouvelle marque grâce à une publicité sur les réseaux sociaux

VOTRE AUDIENCE EST CERTAINEMENT
SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX

En France, nous passons chaque jour près de 5h30 sur Internet et près de 2h sur les réseaux sociaux



Alors ? Tous **accros** aux réseaux sociaux ?



https://www.youtube.com/watch?v=ltTHAE_C-XI

Et si on prospectait **vraiment** sur les réseaux sociaux pour générer des leads ?



Benjamin BLONDY · 12:29

Bonjour Philippe,

Je vous souhaite la bienvenue dans mon réseau et vous remercie d'avoir accepté mon invitation.

Comme je vous disais, nous partageons ensemble la passion pour les métiers de l'accompagnement et de la transmission.

Nous savons aussi que la situation sanitaire aujourd'hui nous a tous contraints à revoir nos pratiques et à « dématérialiser » nos formations, nos interventions.

De notre côté, MHD Formation (l'école que je représente) propose des formations pour les professionnels de l'accompagnement. Je pense tout particulièrement à notre cycle Formateur qui débouche sur un Titre Professionnel reconnu par l'Etat (formation éligible au CPF).

Quand puis-je vous contacter pour échanger sur ce thème?

Dans l'attente de vous lire,

Bien cordialement,

Benjamin - coach et conseiller formation



Nicolas DELAHAYE · 08:41

Merci Philippe d'avoir accepté mon invitation.

Classe Virtuelle, eLearning, cela te parle ? Ou pour toi l'usage des outils comme Zoom, Padlet, Miro, MS Teams restent un enfer ? Tu ne vois pas comment transformer tes formations en présentiel en FOAD ?

Si je peux être une ressource pour toi, et t'aider sur l'usage du numérique pour tes activités de formateur, n'hésite pas à me solliciter.

Bien à toi,
Nicolas
09 70 82 12 80



Nicolas DELAHAYE · 07:14

Bonjour Philippe, animateur de visio !

Vous vous sentez seul devant votre écran, les webcams éteintes.

Vous n'avez pas de retour (ou très peu) à vos questions.

Pour autant, vous ne minimisez pas votre dépense d'énergie pour impliquer vos stagiaires.

Pour vous, la Visioconférence reste synonyme de...



Damien Tamazout · 17:27

Bonjour Philippe,

Je me présente, je suis le cofondateur de Moneybounce, un service de financement pour les étudiants. Je me permets de vous contacter car j'aimerais avoir des conseils pour notre campagne de presse, ce serait un plaisir d'avoir votre avis sur la question.

Cordialement

Damien

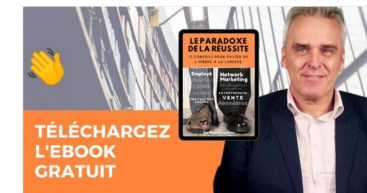


Ling-Chih Chen · 14:57

Bonjour Philippe,

J'aimerais rejoindre votre réseau, pour échanger sur nos activités respectives. En attendant, voici un extrait de mon livre basé sur 35 années de marketing direct de mon associé.
<https://ucli.cc/4ody>

Belle journée.
Ling-Chih



TÉLÉCHARGEZ
L'EBOOK
GRATUIT

Ravie de faire votre connaissance ! Voici mon ebook gratuit
ucli.cc



Lien ajouté à la pré-sélection. Voir le post



Creapills
416 791 abonnés
2 h ·

Magnifique trompe-l'œil sur clôture en bois #créativité

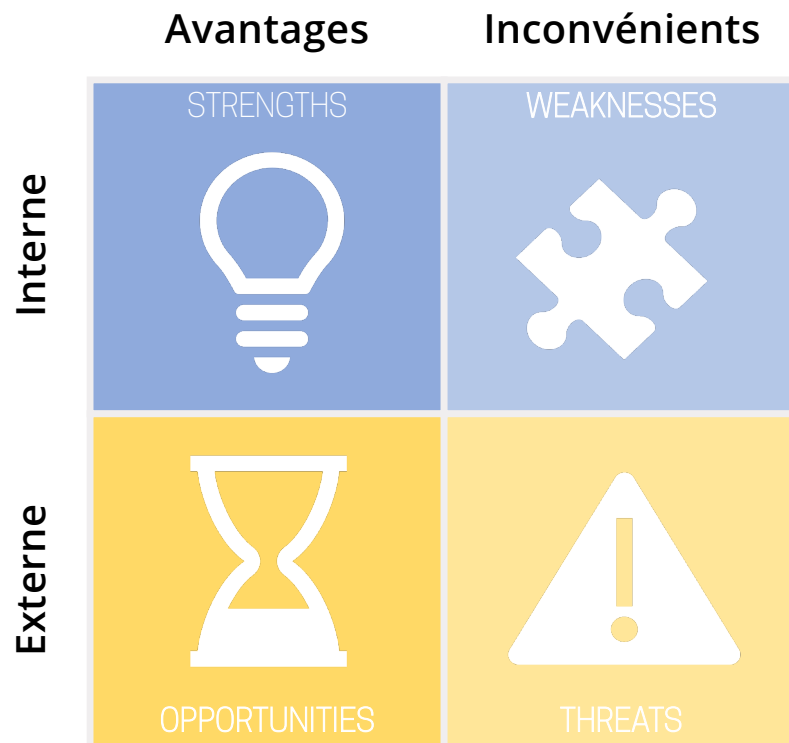
Par Hiiackart (<https://bit.ly/3ed3DzZ>)

Sept étapes pour une **stratégie performante** sur les réseaux sociaux



#01 Analysez la situation

Évaluez vos performances et votre marché avec le SWOT



FORCES

Les avantages en interne : une notoriété, des produits best-sellers...

FAIBLESSES

Les axes de progrès : pas de ressources internes, peu visible...

OPPORTUNITÉS

Des événements favorisant votre activité, un nouveau marché, de nouveaux besoins....

MENACES

Des concurrents, une législation défavorable, un climat économique / politique difficile...

#02 Fixez-vous des objectifs Soyez SMART



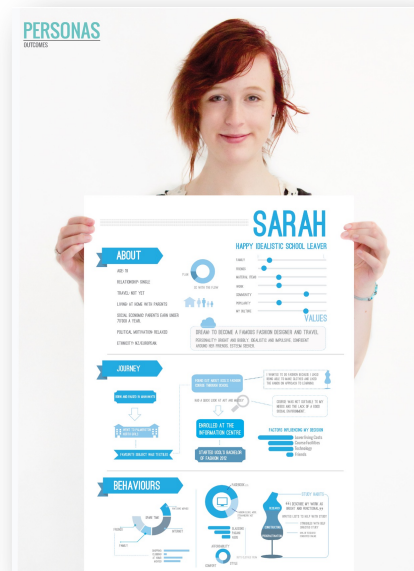
S P E C I F I Q U E
M E S U R A B L E
A T T E I G N A B L E
R É A L I S T E
T E M P O R E L

Exemples d'objectifs SMART

- ★ **Notoriété** : obtenir 1000 abonnés à la page pro LinkedIn en trois mois
- ★ **Conquête** : recruter 10 FBO via les réseaux sociaux en un semestre
- ★ **Fidélisation** : générer 10 interactions clients positives sur Facebook par semaine

#03 Identifiez vos personas

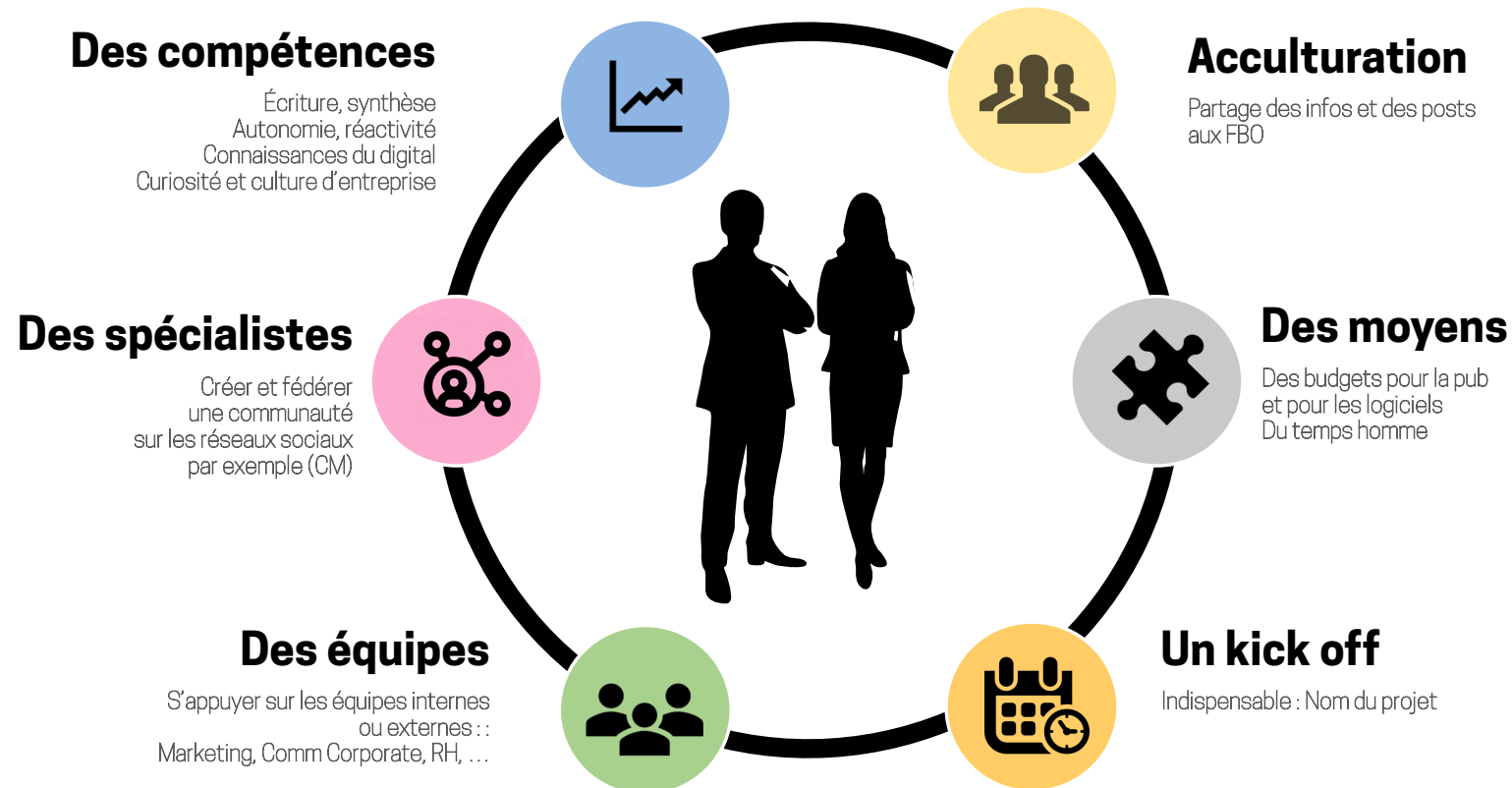
Des avatars fictifs de vos segments clients



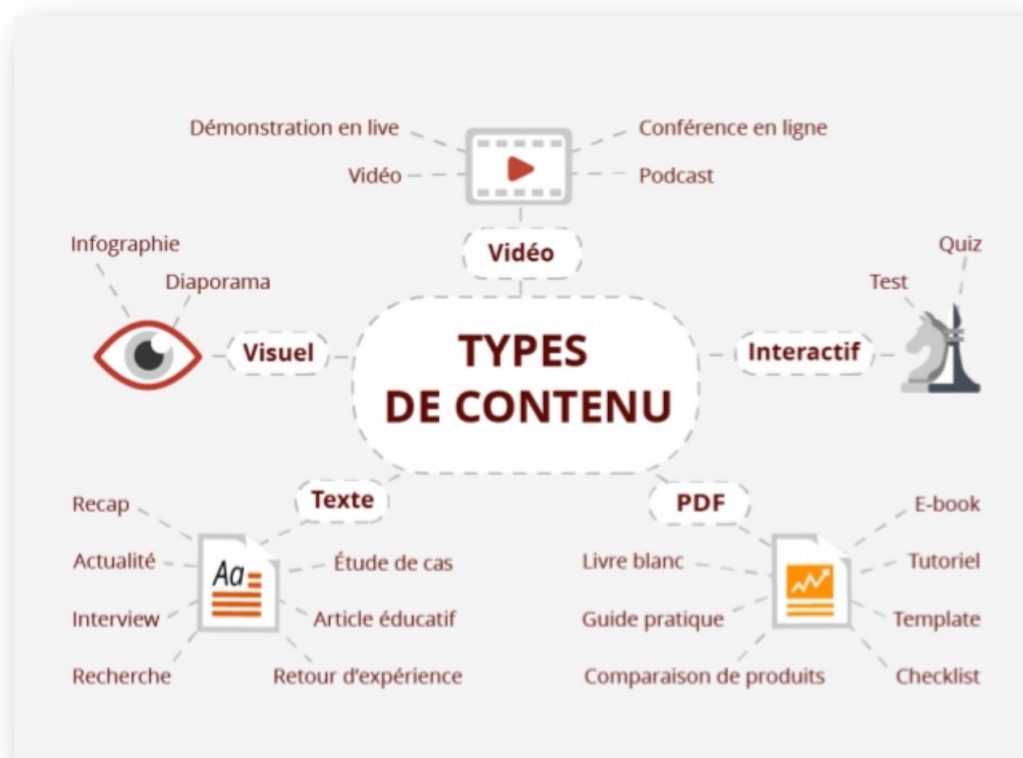
- ★ Quelle sont leurs caractéristiques sociodémographiques ?
 - ★ Quels sont leurs centres d'intérêts ?
 - ★ Quels sont leurs enjeux et objectifs ?
 - ★ Quels sont leurs **besoins**, leurs **pain points** ?

#04 Identifiez vos ressources internes (et externes)

Humaines, budgétaires et temporelles



#05 Concevez votre charte éditoriale Adressez le bon message, au bon moment, à la bonne personne, sur le bon canal



CONTENUS

Concevez votre charte éditoriale :
style, ton, cibles, fréquence, contributeurs...
Favorisez des informations multiples :
1/3 marque
1/3 marché
1/3 clients

SUPPORTS

Déclinez les infos sur différents formats :
textes (articles, interview, témoignages, eBook, guides, fiches pratiques...), vidéos, infographies, podcast...

CANAUX

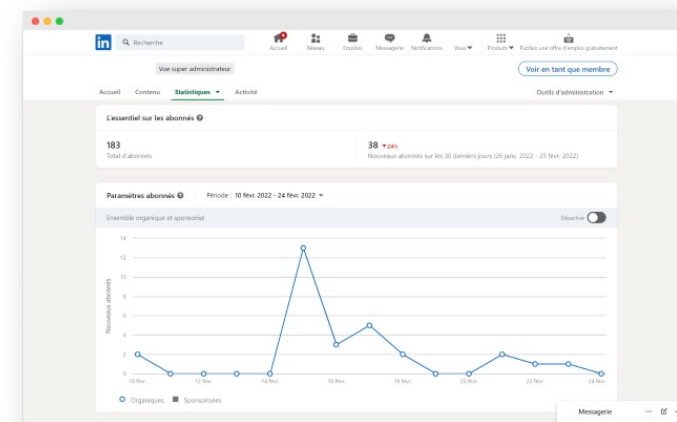
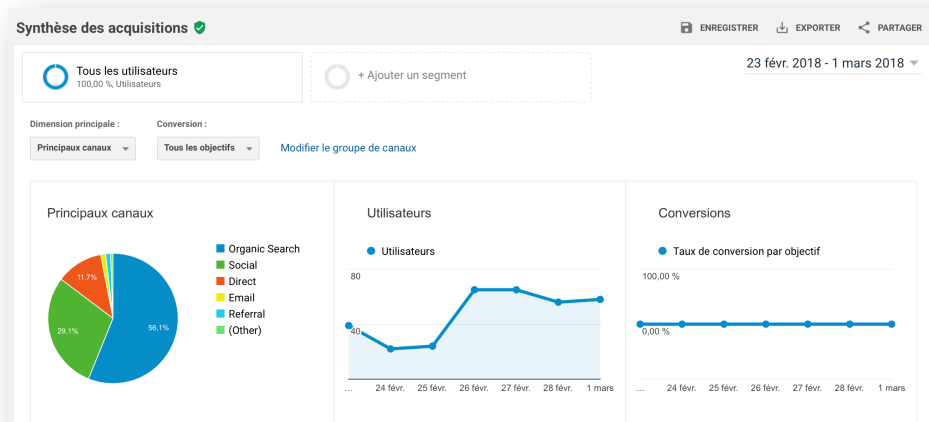
Relayez les infos en provenance de votre site web :
Blog, landing page, réseaux sociaux, forum, intranet, flyers, QR codes...

#06 Planning Appliquez votre propre business routine pour ne pas vous laisser déborder



#07 Mesurez vos performances

Analysez vos actions en fonction des objectifs et de leur ROI



Appuyez-vous sur les outils d'analyses natifs des réseaux sociaux et de Google Analytics :

- ★ Les pics d'audience lors des publications, les interactions, les demandes de contacts...
- ★ La part des visites sur votre site web en provenance des différents canaux

COMMUNITY



*Les Medias Sociaux peuvent être vus
comme une soirée à laquelle vous participez :
soignez votre apparence, soyez vous-même
et allez vers les autres*

MAINTENANT, C'EST À VOUS !



WEBINAR #02

À LA DÉCOUVERTE D'INSTAGRAM

INSTAGRAM

LE RÉSEAU VISUEL B2C ET B2B

Instagram, LE réseau social visuel

UTILISER LES RÉSEAUX SOCIAUX POUR VOTRE E-COMMERCE

2021

Lilian

Instagram

Le M-commerce des réseaux sociaux

Quand publier ?

Lundi	<input checked="" type="checkbox"/>
Mardi	<input type="checkbox"/>
Mercredi	<input type="checkbox"/>
Jeudi	<input checked="" type="checkbox"/>
Vendredi	<input type="checkbox"/>
Samedi	<input type="checkbox"/>
Dimanche	<input type="checkbox"/>

7h à 9h | 17h à 18h

Objectifs

- Mettre en valeur votre activité, votre feed représente votre identité
- Faire connaître vos produits
- Se rapprocher de sa communauté en montrant les coulisses avec des stories

Audience

VISITEURS ACTIFS 32 millions par mois, en France	TRANCHE D'ÂGE 71% ont moins de 35 ans	RÉPARTITION PAR GENRE 54% de femmes 46% d'hommes	CHIFFRES CLÉS 90% des utilisateurs suivent des marques
--	---	---	--

Conseils

- Mettre ses produits en situation
- Avoir une identité visuelle assez forte¹
- Authenticité et spontanéité, en utilisant les stories
- Communiquer au travers d'influenceurs
- Utilisez les hashtags pertinents²

1. avec des photos de qualité / 2. misez sur la qualité et pas sur la quantité, la moyenne conseillée est de 10

Outils Instagram

- ACHAT Shopping
- PRO. Business
- sn pt FICHE PRODUIT Snappt
- 000 STORIES ANIMÉES Mojo
- Montage Vidéo InShot

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

Sources : Médiamétrie, Digimind, CoSchedule, GlobalWebIndex, We are social et Hostbyte, Kantar media - Amplifir - Statista.com - Étude sur les chiffres de 2019

- ★ Parmi toutes les applications de partage de photos et vidéos, Instagram a été la première à s'être très vite imposée.
- ★ Connu pour ses filtres, l'application a été lancée en 2010, et était désignée par Apple comme « Application de l'année » en 2011.
- ★ L'app ne cesse de se perfectionner : stories, multiplicité des photos, carrousels, shopping, reels...

Instagram, le réseau social le plus influent



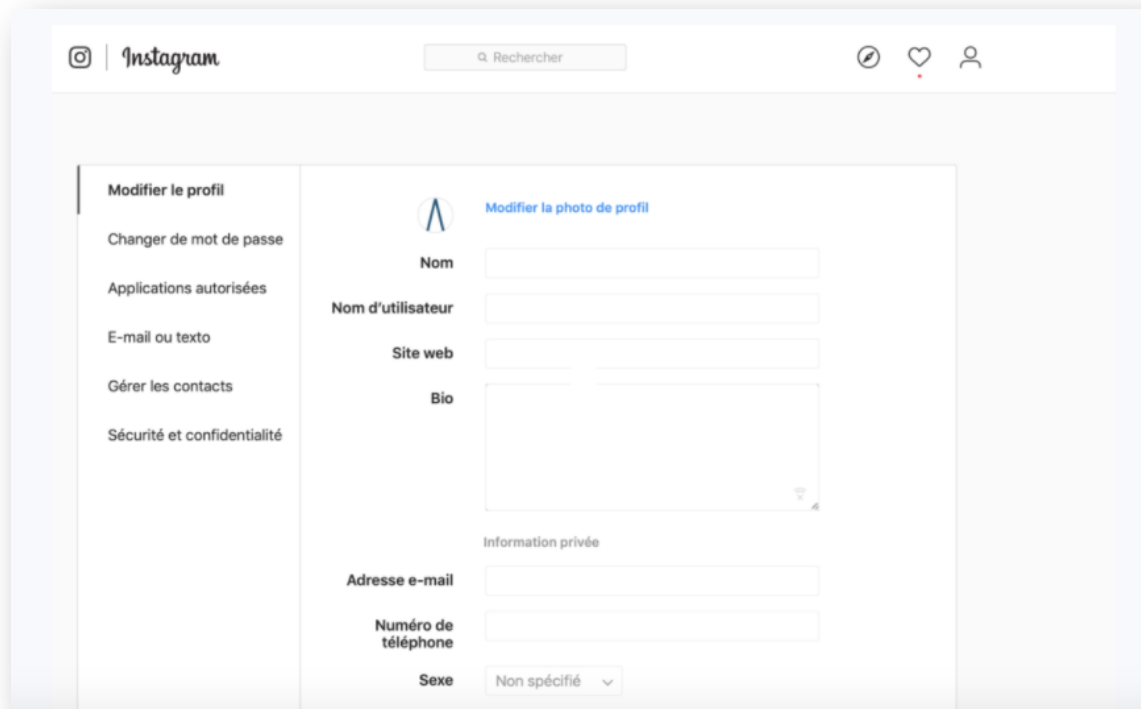
<https://www.youtube.com/watch?v=QIm0JxHYBzU>

Trois étapes pour **animer sa communauté** sur Instagram



- 1. Créez-vous un profil attractif**
- 2. Rédigez des publications impactantes**
- 3. Interagissez avec votre communauté**

#01 ■ Créez-vous un profil attractif

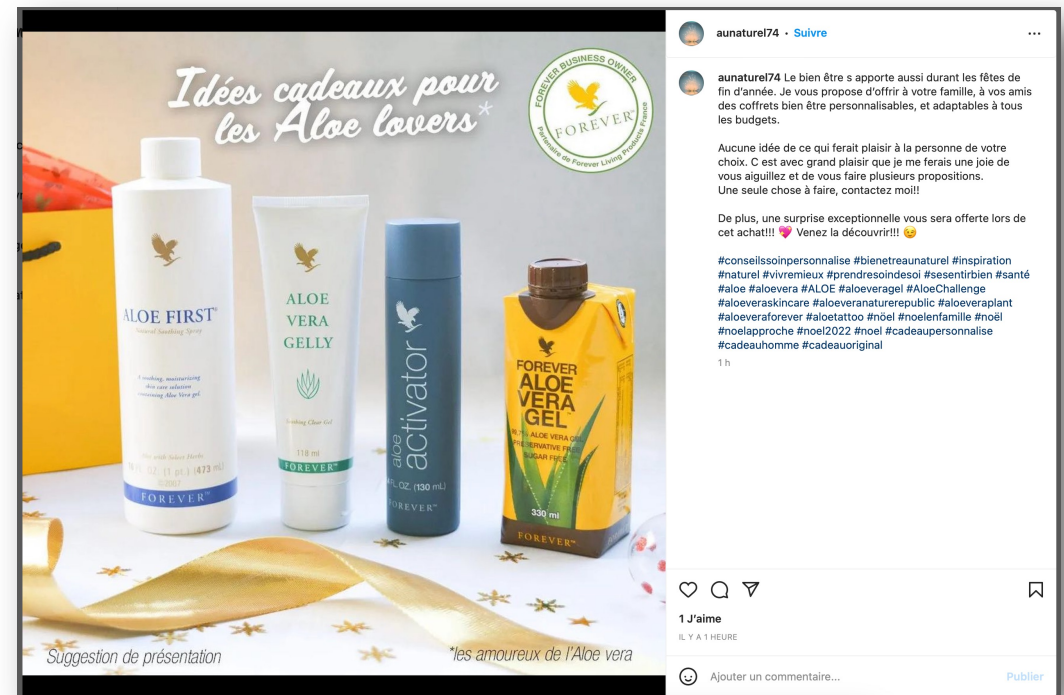


The image shows the Instagram profile editing interface. At the top, there is the Instagram logo and a search bar labeled 'Rechercher'. Below the search bar are icons for home, activity, and profile. The main content area is divided into two columns. The left column contains a list of settings: 'Modifier le profil', 'Changer de mot de passe', 'Applications autorisées', 'E-mail ou texto', 'Gérer les contacts', and 'Sécurité et confidentialité'. The right column is the profile editing form, which includes a profile picture placeholder with the text 'Modifier la photo de profil', and input fields for 'Nom', 'Nom d'utilisateur', 'Site web', and 'Bio'. Below these are fields for 'Adresse e-mail', 'Numéro de téléphone', and a 'Sexe' dropdown menu currently set to 'Non spécifié'.

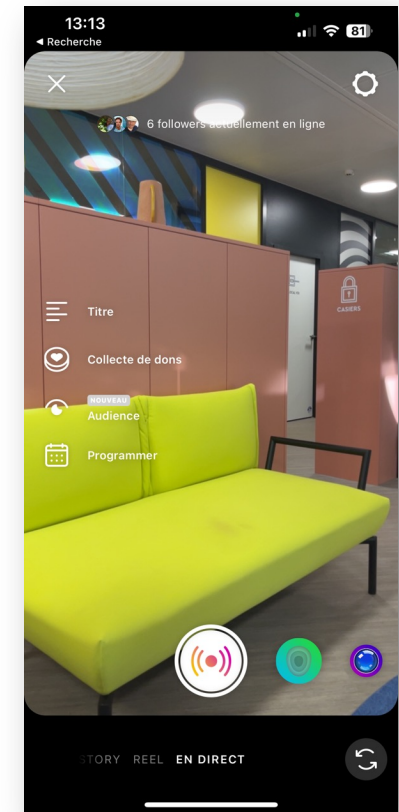
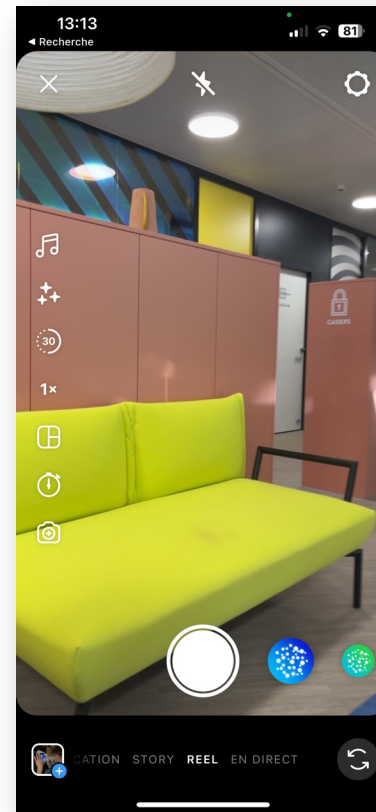
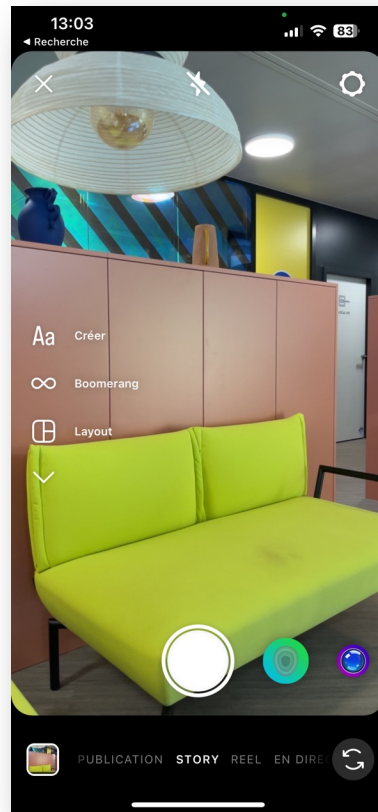
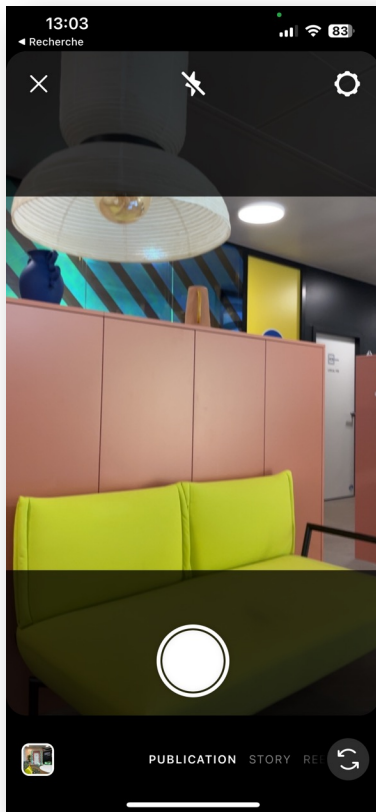
- ★ L'alias ou votre nom de profil de votre compte doit être en rapport avec le contenu de vos publications.
- ★ Ajoutez des mots-clés qui reflètent votre identité et votre profil dans votre biographie.
- ★ Ajoutez un CTA Instagram sur toutes vos plateformes.

#02 ■ Publiez **régulièrement** des contenus originaux

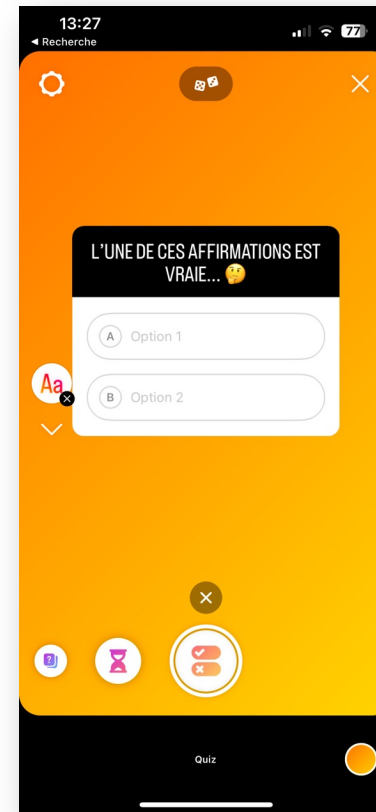
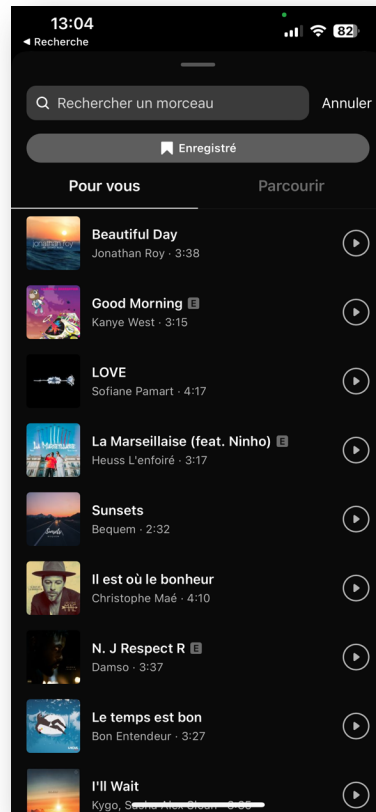
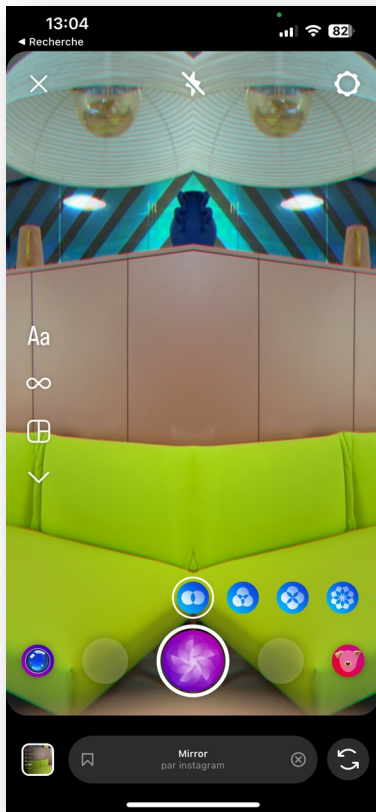
- Créez du contenu original (pas recyclé)
- Adoptez une charte éditoriale
- Uniformisez votre feed : fond & forme
- Proposez différents types de contenus
- Publiez de belles photos
- Utilisez des filtres
- Ajoutez des légendes explicatives
- Mettez du texte dans vos photos
- Optimisez les mots clés et #
- Diffusez des vidéos avec sous-titres
- Communiquez sur vos promos
- Posez des questions
- Organisez des jeux concours
- Géolocalisez vos photos
- Surfez sur les actus, les tendances...



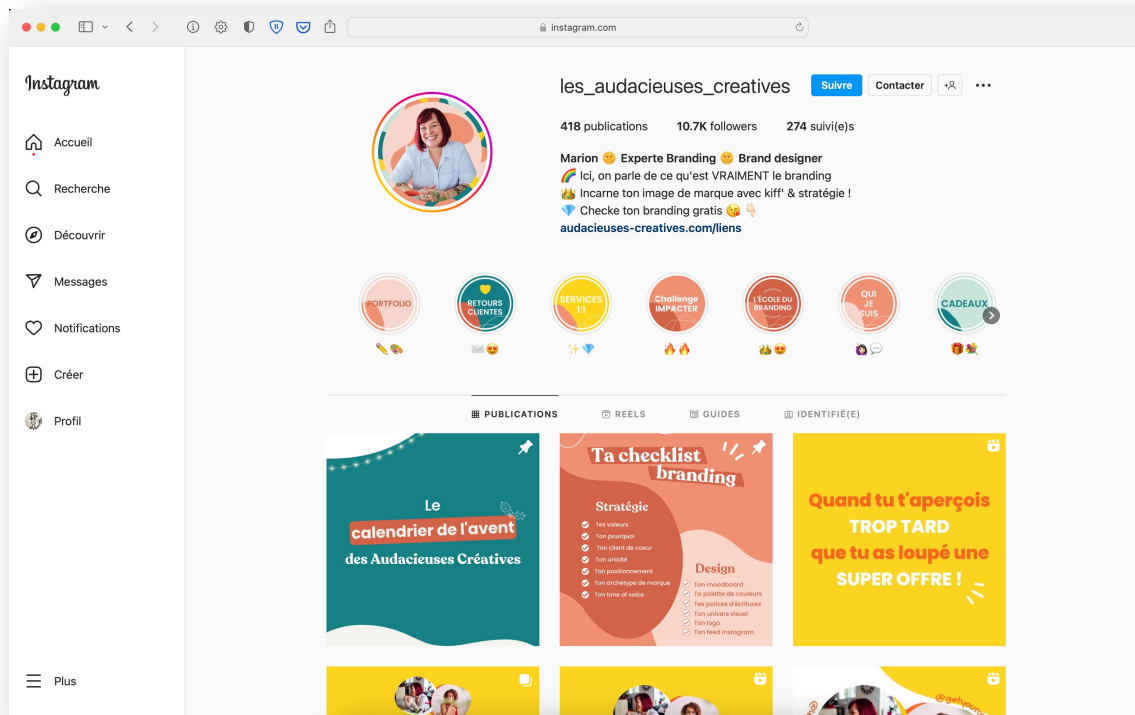
#02 ■ Les différents types de publications d'Instagram



#02 ■ Appliquez des effets et options dans vos publications

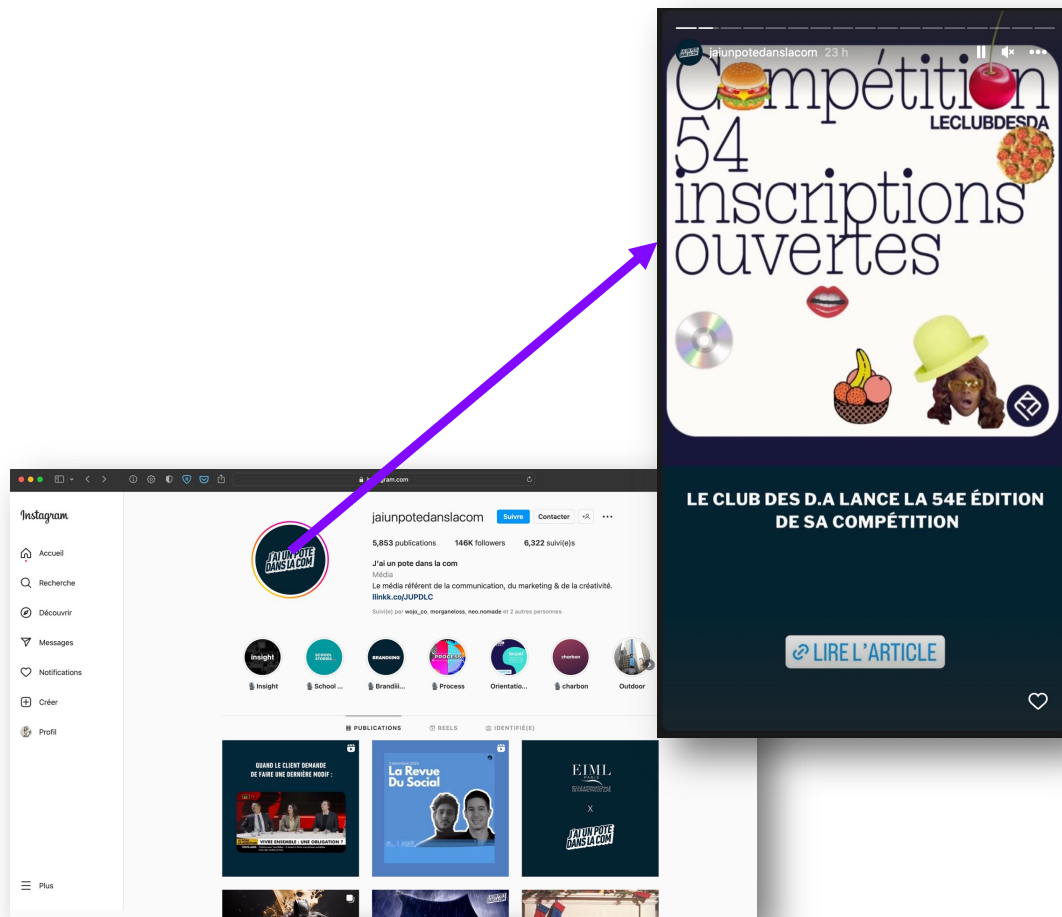


#02 ■ Les visuels classiques au format « carré »



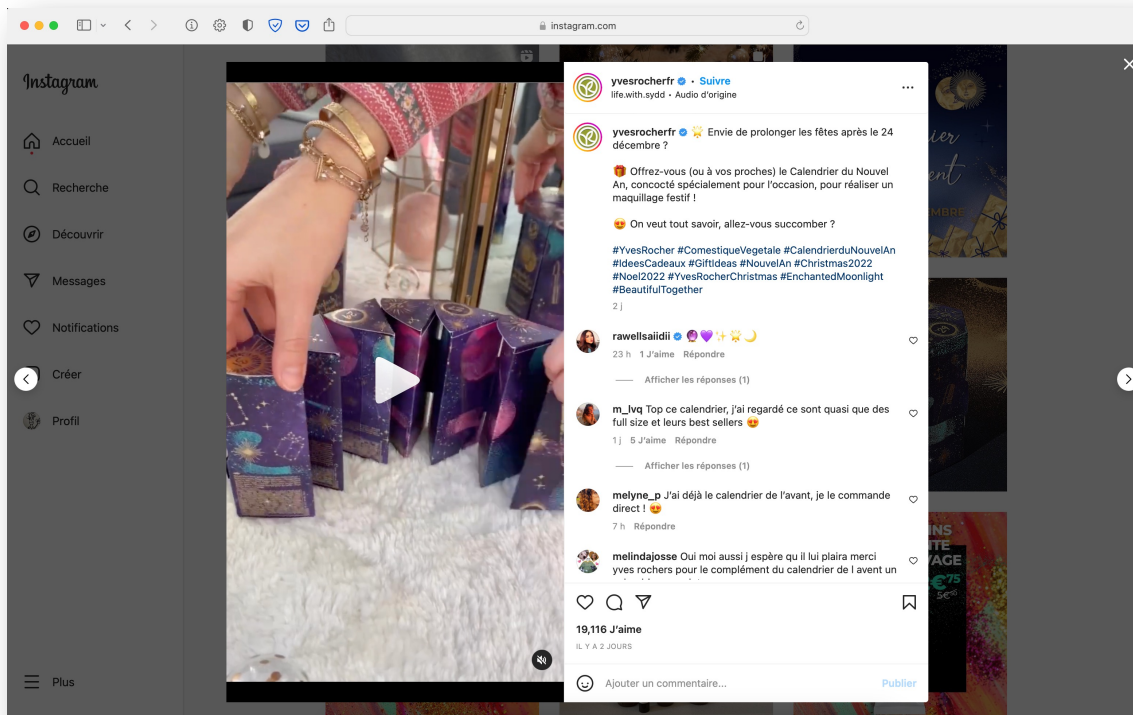
- ★ Le format carré et les filtres ont été la signature de l'app à son lancement.
- ★ Optimisez les mots-clés et les hashtags dans la légende de vos publications.

#02 ■ La **story** pour raconter une histoire



- ★ Les Stories ont un aspect authentique grâce à leur format direct et brut dans le but de créer la complicité avec vos followers.
- ★ Ajoutez des stickers en surimpression pour engager votre communauté :
 - ★ localisation de votre position.
 - ★ poser une question.
 - ★ jouer un morceau de musique.
 - ★ proposer un sondage, un quiz
 - ★
- ★ La story peut être sauvegardée sur votre profil, sinon elle disparaît au bout de 24h.

#02 ■ Les vidéos et reels pour partager de courts moments



- ★ Les reels permettent de faire de courtes vidéos.
- ★ Destinées à concurrencer Tik Tok, elles sont populaires et permettent beaucoup de spontanéité et de dynamisme.
- ★ Les jeunes générations sont plus friandes de ce format.

#02 ■ Les « live » en direct pour interagir dans l'instant



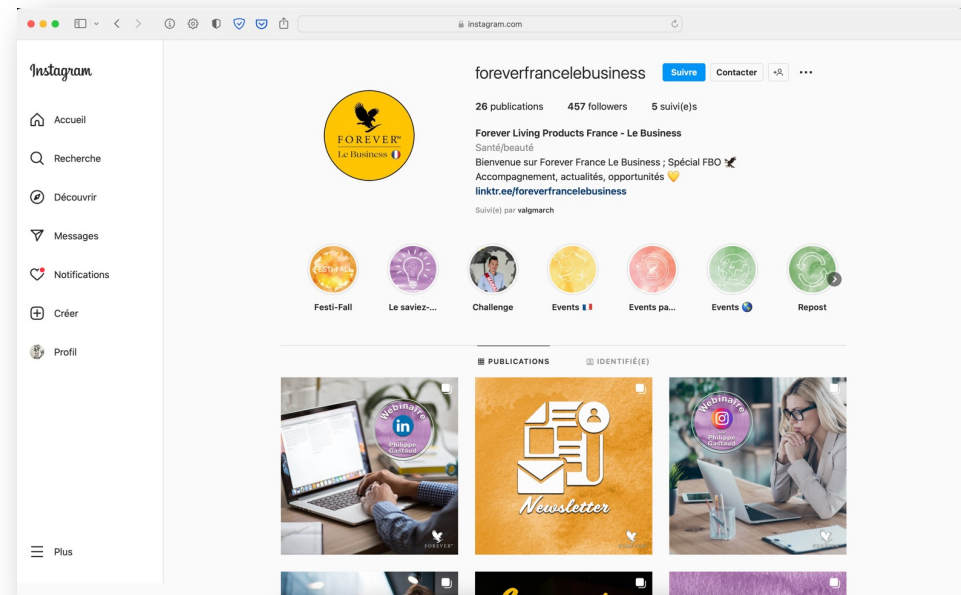
- ★ Les Lives Instagram permettent de créer des événements pour échanger en direct avec vos followers.
- ★ En s'adressant directement à votre communauté, vous obtenez leurs réactions à chaud et pouvez répondre à leurs questions immédiatement.
- ★ Ce sont des moments marquants qui permettent de nouer des liens forts avec les membres de votre communauté.

#03 ■ Interagissez avec votre audience pour engager la discussion



- **S'abonner aux pages entreprises, comptes de ses clients, partenaires, concurrents...**
- **Suivre les médias, influenceurs et #**
- **Commentez les posts de vos abonnés**

- **Mener une veille d'infos :
Feedly, Google Alert, Pocket...**



#03 ■ Suivez des # et des influenceurs

Recherche

#aloe

- #aloe 1,818,572 publications
- #aloevera 4,757,339 publications
- #aloeveragel 774,983 publications
- #aloeveraskincare 210,312 publications
- #aloeveranaturerepublic 204,802 publications
- #aloeveraplant 149,353 publications
- #aloeveraforever 94,407 publications
- #aloevel 74,513 publications
- #aloeplant 73,849 publications
- #aloeveradrink 49,371 publications
- #aloe_vera 46,643 publications
- #aloevia 44,913 publications
- #aloeveramask

Recherche

#cosmétique

- #cosmétique 124,034 publications
- #cosmetique 535,073 publications
- #cosmétiquenaturelle 21,074 publications
- #cosmétiquebio 22,380 publications
- #cosmétiquenaturelle 388,326 publications
- #cosmetiquebio 333,725 publications
- #cosmetiqueras 187,688 publications
- #cosmétiques 96,066 publications
- #cosmetiquemaison 65,176 publications
- #cosmetiquevegetale 46,729 publications
- #slowcosmétique 7,393 publications
- #cosmétiquevégétale 7,036 publications
- #cosmétiquenaturel

Recherche

aloe vera

- aloe.vera.by.estelle
Aloe Vera by Estelle
- aloevera.forever.cecile33
Alôe Vera Forever Cécile 33
- al0e_veraa
Aloe vera
- angel_forever_aloe
Angel Forever Aloé Vera
- aloe_vera_pour_tous
Aloe Vera Pour Tous | Forever
- aloe_vera
- aloe_vera_by_forever_
Forever By Emily
- aloe_vera_licaninsvetlana_
aloe_vera_licaninsvetlana_
- l_aloe_vera_de_a_a_zen
Christine
- foreveraloevera_molly
Forever Aloe Vera by Molly
- forever_aloe_jane
Jennifer 🌱 Conseillère bien-être 🌿 Aloe V...
- g_aloe_vera_
charlene & abou ❤️
- health.and.cosmetics_aloe.vera

PROFILS
D'influenceurs

MEGA - INFLUENCEURS

AUDIENCE : +1 million
ACCESSIBILITÉ : Coût très élevé et profils très sollicités par les marques
VISIBILITÉ ★★★★★
ENGAGEMENT ★★★★★
CONVERSION ★★★★★

MACRO - INFLUENCEURS

AUDIENCE : 100 000 à 1 million
ACCESSIBILITÉ : Coût élevé et rares disponibilités
VISIBILITÉ ★★★★★
ENGAGEMENT ★★★★★
CONVERSION ★★★★★

MICRO - INFLUENCEURS

AUDIENCE : 10 000 à 100 000
ACCESSIBILITÉ : Coût réduit (mais en hausse) et disponibilité élevée (mais en baisse)
VISIBILITÉ ★★★★★
ENGAGEMENT ★★★★★
CONVERSION ★★★★★

NANO - INFLUENCEURS

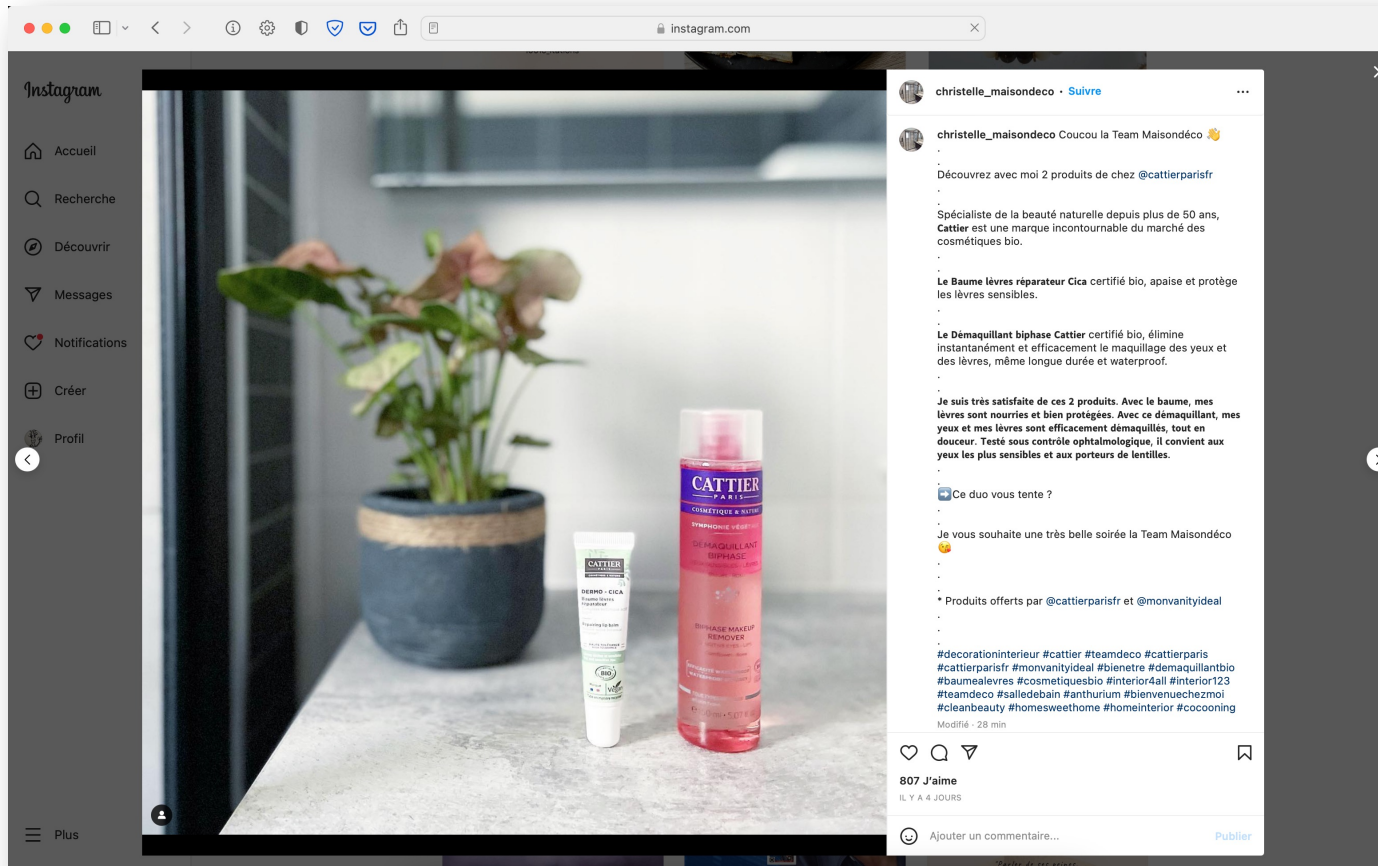
AUDIENCE : - de 10 000
ACCESSIBILITÉ : Coût bas à gratuits et disponibilité élevée, souvent volontaire
VISIBILITÉ ★★★★★
ENGAGEMENT ★★★★★
CONVERSION ★★★★★

Teaser

#03 ■ Trouvez des # populaires

The screenshot shows the TagsFinder website interface. At the top, there's a navigation bar with the site logo, a language selector set to 'Français', and a menu icon. Below the navigation bar, there are several tabs: 'Recherche hashtags', 'Statistiques', 'Hashtags associés', 'Hashtags similaires', 'Places dans France', 'Autres pays', 'Hashtags interdits', and 'À propos des hashtags'. A green notification banner at the top states: 'Les textes sont traduits à l'aide de Google Translator passer à la version anglaise.' Below this, the 'Hashtags recommandés' section displays a grid of 30 hashtag suggestions, each with a small 'X' icon to its right. The suggested hashtags include: #aloe, #vera, #cactus, #crookedcolours, #aloevera, #couple, #nature, #a7iii, #succulents, #landrú, #labaule, #29avril2023, #tropicariumbonsai, #pizzeria, #foreverliving, #piennolo, #flowers, #parisblog, #garden, #italianfood, #nutrition, #instafood, #loireatlantique, #france, #green, #world, #succulent, #tour, #home, and #verafarmigaedit. Below the recommendations, there's a section titled '30 Hashtags pour la copie:' with instructions to 'Mettez des hashtags dans le message ou comme premier commentaire sous votre message.' It includes two buttons: 'Copier dans le presse-papier' (green) and 'Effacer' (red). Below these buttons, the 30 hashtags are listed in a single line. The next section is 'Entrer les hashtags', which prompts the user to enter up to 10 hashtags. It features a search input field containing '# aloe vera', a country selector dropdown set to 'France', and a green 'Chercher!' button. At the bottom, there's a section for 'Spécifier les paramètres pour la recherche de hashtags' with two options: 'Ignorer les hashtags contenant' and 'Ignorer les hashtags contenant des mots'.

#03 ■ #bienetre une thématique toujours en vogue



The image shows a screenshot of an Instagram post. The main content is a photograph of two CATTIER beauty products on a light-colored surface. On the left is a small white tube of 'Baume lèvres réparateur Cica', and on the right is a pink bottle of 'Démaquillant biphasé'. In the background, there is a potted plant with pink flowers. The Instagram interface is visible, including the navigation menu on the left and the post details on the right.

christelle_maisondéco · Suivre

coucou la Team Maisondéco 🍷

Découvrez avec moi 2 produits de chez @cattierparisfr

Spécialiste de la beauté naturelle depuis plus de 50 ans, **Cattier** est une marque incontournable du marché des cosmétiques bio.

Le Baume lèvres réparateur Cica certifié bio, apaise et protège les lèvres sensibles.

Le Démaquillant biphasé Cattier certifié bio, élimine instantanément et efficacement le maquillage des yeux et des lèvres, même longue durée et waterproof.

Je suis très satisfaite de ces 2 produits. Avec le baume, mes lèvres sont nourries et bien protégées. Avec ce démaquillant, mes yeux et mes lèvres sont efficacement démaquillés, tout en douceur. Testé sous contrôle ophtalmologique, il convient aux yeux les plus sensibles et aux porteurs de lentilles.

🗨 Ce duo vous tente ?

Je vous souhaite une très belle soirée la Team Maisondéco 🍷

• Produits offerts par @cattierparisfr et @monvanityideal

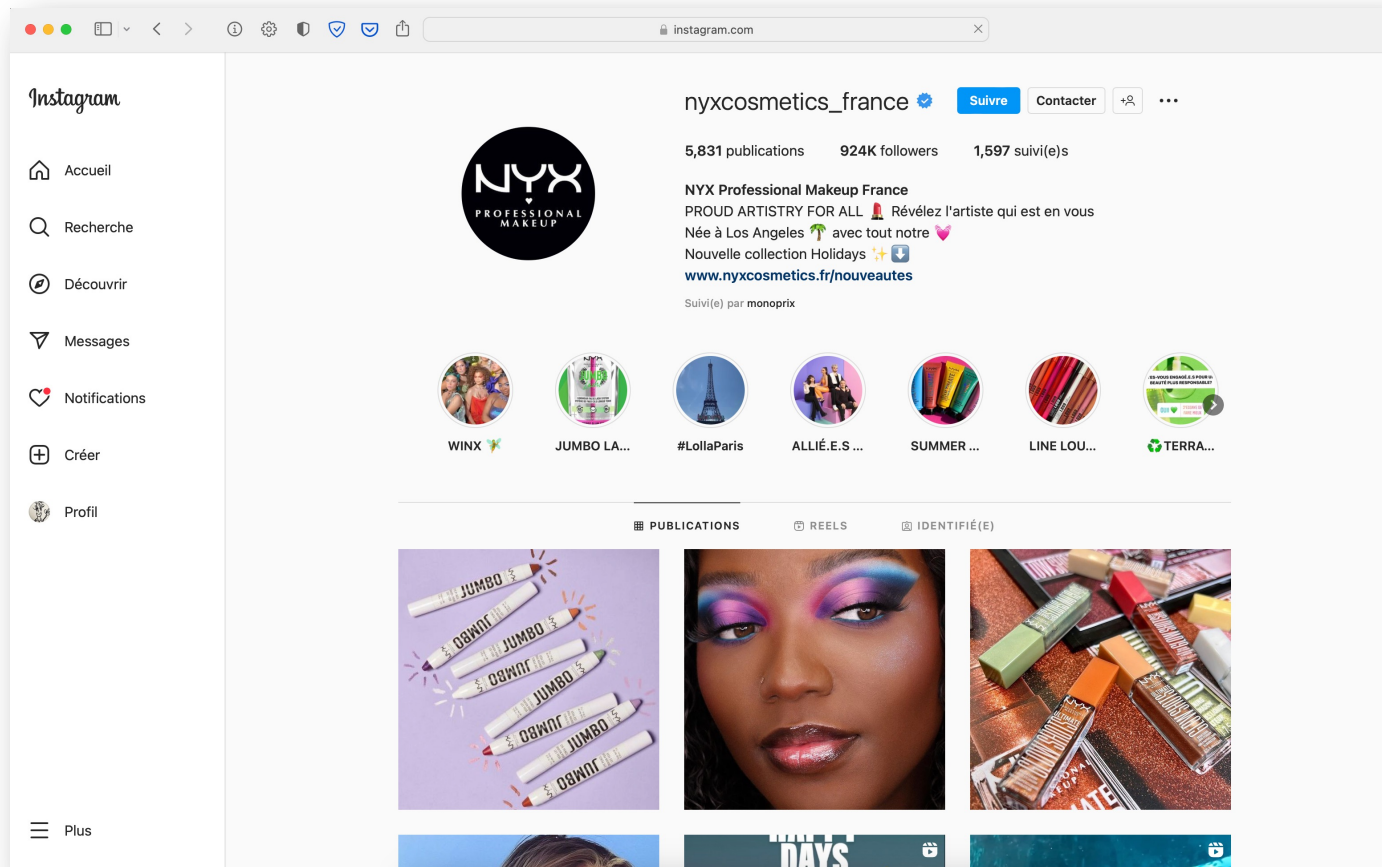
#decorationinterieur #cattier #teamdeco #cattierparis #cattierparisfr #monvanityideal #bienetre #demaquillantbio #baumealevres #cosmetiquesbio #interior4all #interior123 #teamdeco #salledebain #anthurium #bienvenuechezmoi #cleanbeauty #homesweethome #homeinterior #cocooning

Modifié · 28 min

807 J'aime
IL Y A 4 JOURS

Ajouter un commentaire... Publier

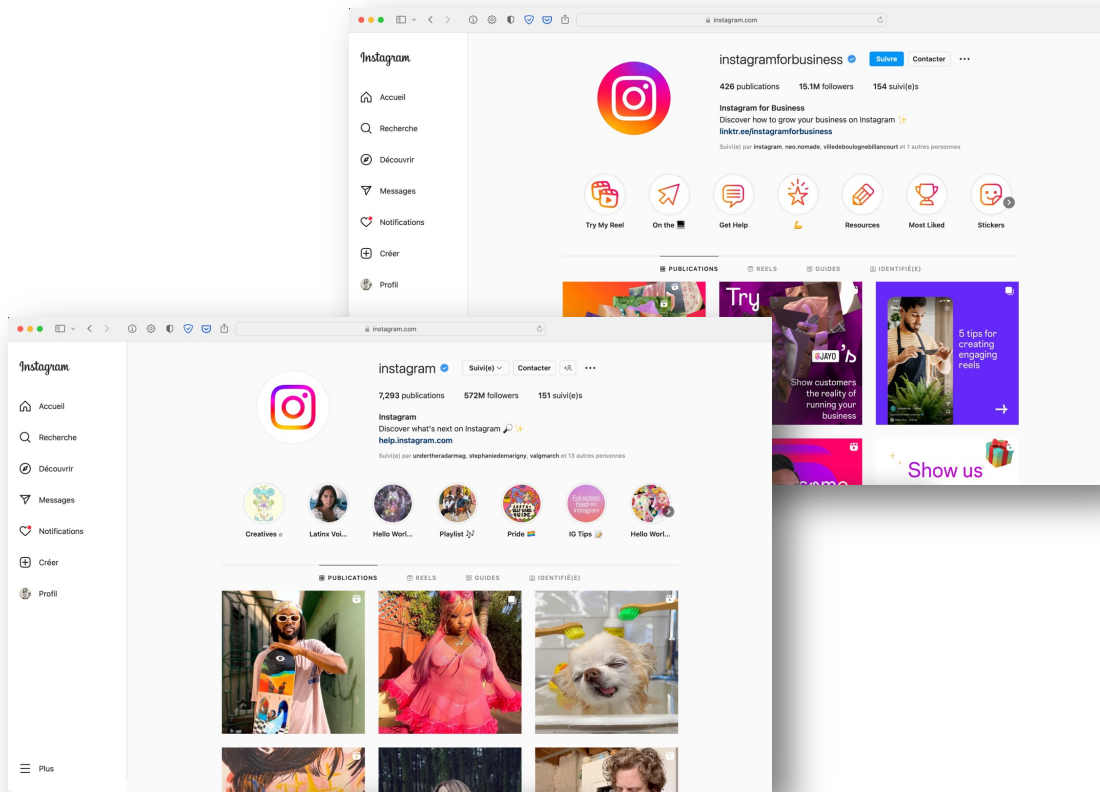
#03 ■ @nyxcosmetics un pure player très populaire auprès des jeunes



🎁 Bonus ■ Comment fonctionne l'agorithme d'Instagram ?

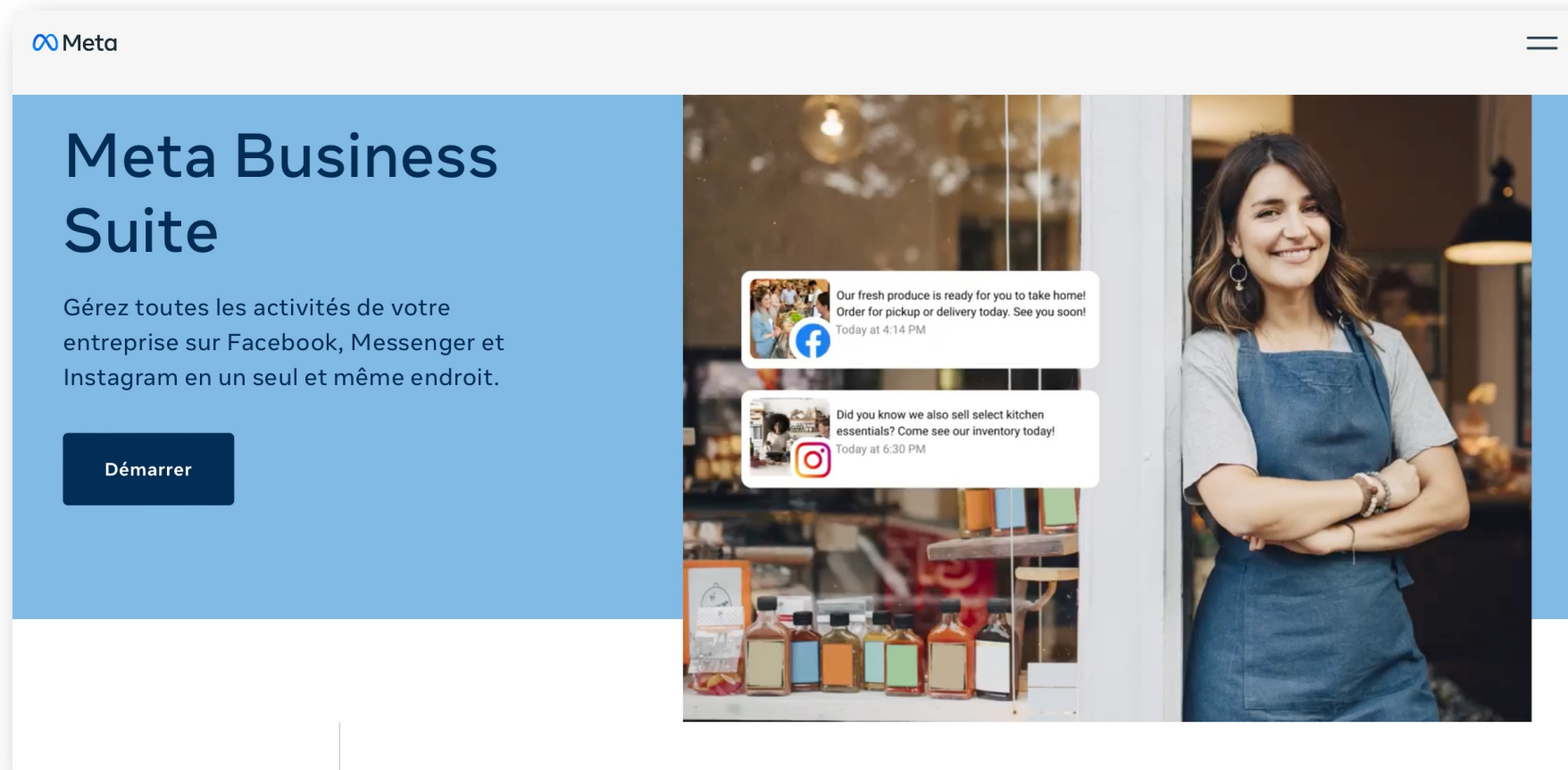


📦 Bonus ■ Compte perso ou pro ou creator ?



- ★ Au choix :
 - ★ Transformer votre compte perso en pro ou créateur
 - ★ Créer un nouveau compte pro ou créateur en le rattachant à Facebook
- ★ Le compte pro :
 - ★ Investir dans la pub
 - ★ CTA : email, tel, itinéraire...
 - ★ Mise en avant de ses produits
 - ★ Statistiques détaillées
- ★ Le compte créateur :
 - ★ Pour les créateurs de contenus
 - ★ Influenceurs, artistes...

Bonus ■ Mutualisez vos comptes **Meta**



The screenshot displays the Meta Business Suite dashboard. On the left, a blue sidebar contains the text "Meta Business Suite" and "Gérez toutes les activités de votre entreprise sur Facebook, Messenger et Instagram en un seul et même endroit." Below this is a dark blue button labeled "Démarrer". The main content area features a large background image of a smiling woman in a blue apron standing in a shop. Overlaid on this image are two notification cards: a Facebook notification about fresh produce and an Instagram notification about kitchen essentials.

Meta

Meta Business Suite

Gérez toutes les activités de votre entreprise sur Facebook, Messenger et Instagram en un seul et même endroit.

Démarrer

Our fresh produce is ready for you to take home! Order for pickup or delivery today. See you soon!
Today at 4:14 PM

Did you know we also sell select kitchen essentials? Come see our inventory today!
Today at 6:30 PM

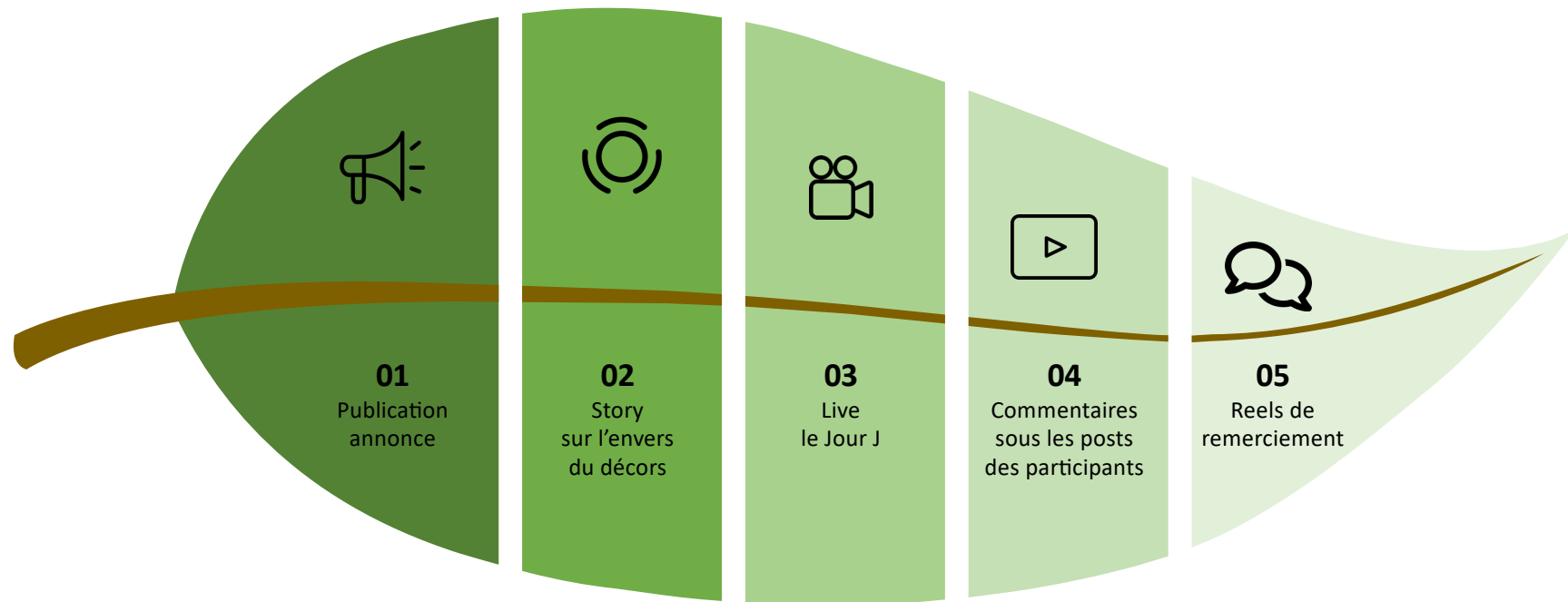
MAINTENANT, C'EST À VOUS !



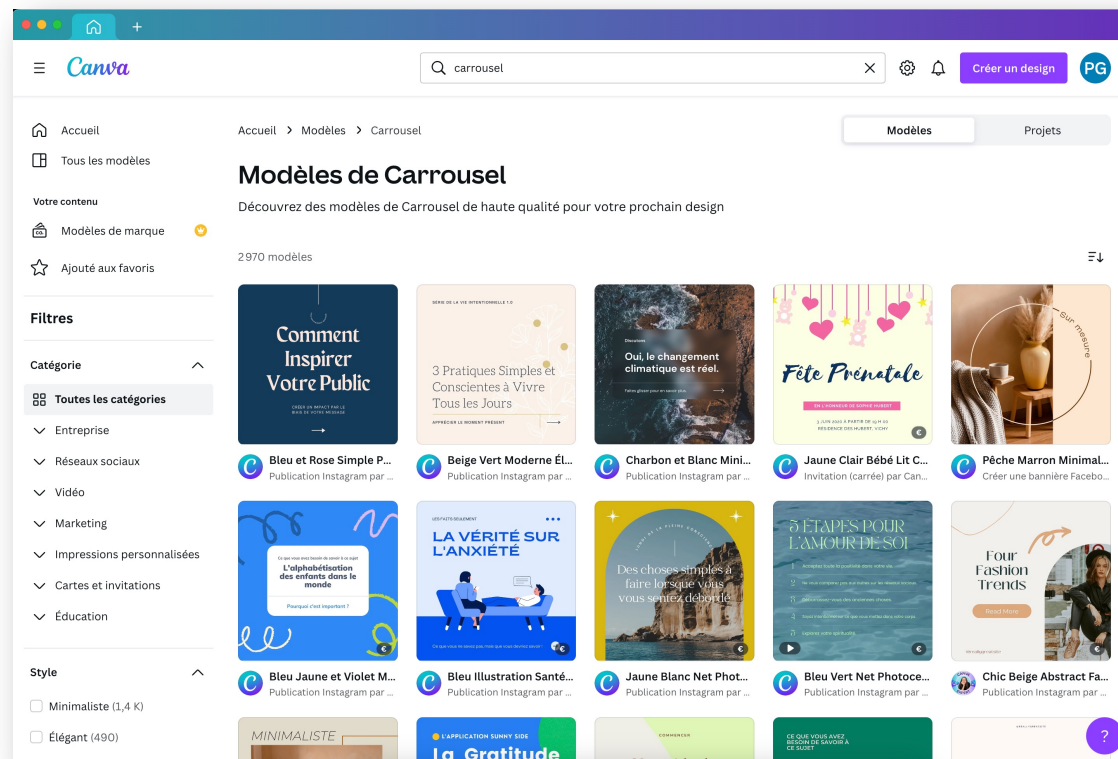
WEBINAR #03

ATELIER INSTAGRAM

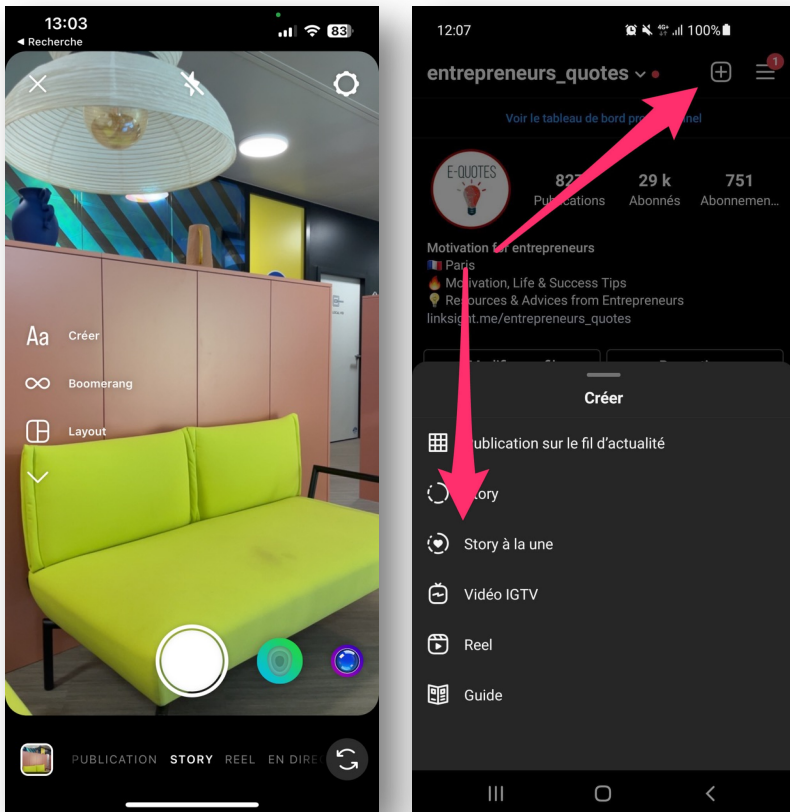
Créons ensemble **une mécanique promotionnelle** pour inviter ses followers à participer à une vente directe



01. Annoncez l'évènement avec un carrousel à J-15

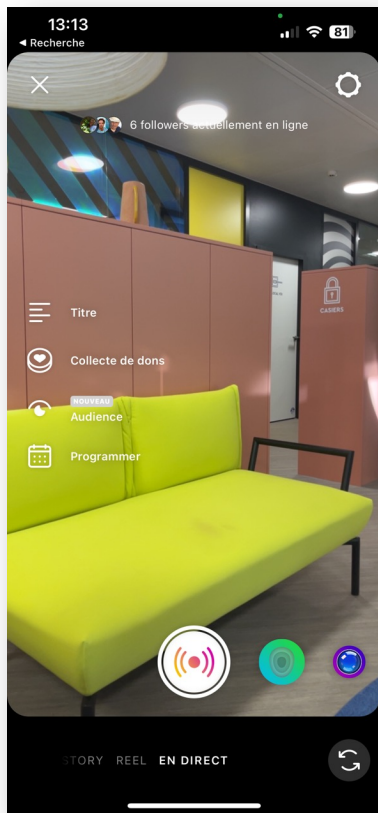


02. Publiez des stories à J-7



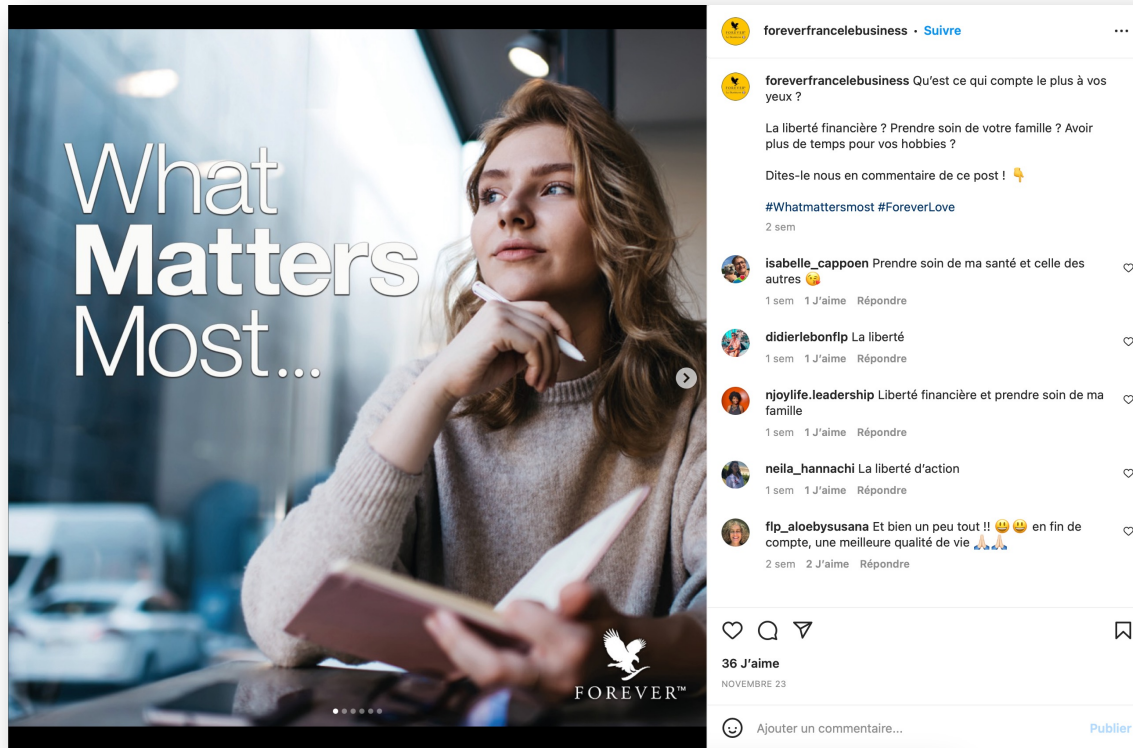
- ★ Créez et ajoutez vos stories, choisissez-en une « à la une »
- ★ Présentez l'envers du décor, la réception des produits, l'environnement où se tiendra la vente, les brochures etc.

03. Enregistrez **un live** le jour J



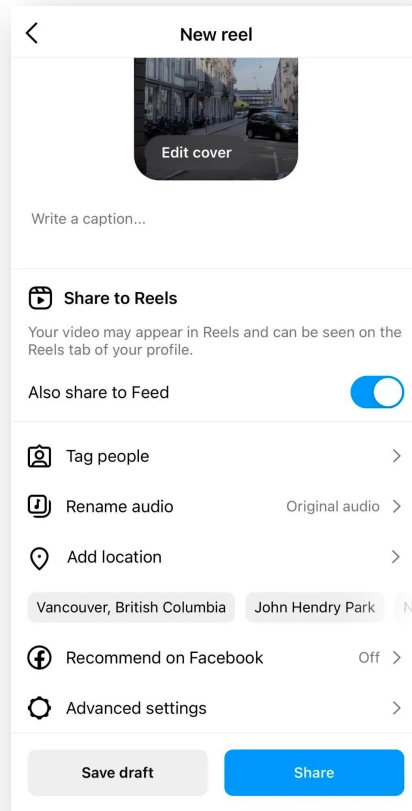
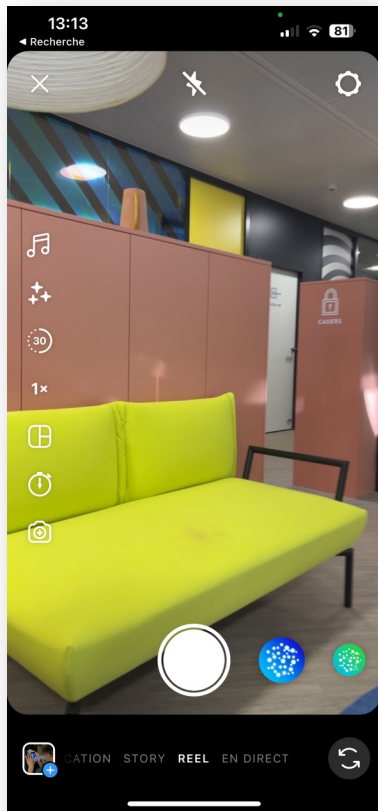
- ★ Annoncez par une story le live avec un compte à rebours (sticker)
- ★ Paramétrez votre enregistrement pour permettre à votre audience de commenter et partager
- ★ Rédigez et épinglez un commentaire explicatif de votre live
- ★ Animez votre live avec des stickers, des questions, des filtres...

04. Commentez **les posts** des participants à J+1



★ Interagissez avec votre communauté qui a publié et partagé vos contenus

05. Remerciez les participants **avec un reel** à J+2



- ★ Remerciez les participants d'être venus à votre vente et ceux ayant participé au live
- ★ Ajoutez des filtres, des tags, la localisation, de la musique, des stickers...

MAINTENANT, C'EST À VOUS !



WEBINAR #04

À LA DÉCOUVERTE DE LINKEDIN

LINKEDIN

LE RÉSEAU B2B

LinkedIn, LE réseau social professionnel B2B

The screenshot displays the LinkedIn website interface. At the top left, the ECN logo is visible. The main navigation bar includes a search bar with the text "UTILISER LES RÉSEAUX SOCIAUX POUR VOTRE E-COMMERCE", the year "2021", a notification bell, and a user profile for "Lilian".

Quand publier ? (When to post?) section includes toggle switches for days of the week: Lundi (checked), Mardi (checked), Mercredi (checked), Jeudi (checked), Vendredi (checked), Samedi (unchecked), and Dimanche (unchecked). Time slots are set to "8h à 10h" and "17h à 18h".

Conseils (Tips) section lists several suggestions:

- Utilisez les hashtags dans vos publications¹
- Utilisez les contenus visuels (image vidéo et pdf)
- Utilisez du storytelling de vos publications
- Soignez vos accroches pour attirer l'attention
- Identifiez les personnes impliquées dans votre publication²
- Misez sur l'engagement et sur la qualité.

Objectifs (Goals) section includes:

- Développer son réseau (faire de la prospection)
- Promouvoir son activité (montrer son expertise et augmenter la visibilité)
- Partager du contenu et de l'actualité (la vie de l'entreprise et mettre en avant son équipe)

Audience (Audience) section features three key statistics:

- VISITEURS ACTIFS**: 17 millions par mois, en France
- RÉPARTITION PAR GENRE**: 52% d'hommes, 48% de femmes
- TRANCHE D'ÂGE**: Moyenne estimée à 44 ans
- CHIFFRES CLÉS**: 85% des décideurs BtoB en France, utilisent LinkedIn

Outils LinkedIn (LinkedIn Tools) section includes:

- REPORTING Campaign Manager (+)
- Pn AUTOMATISER Prospectin (+)
- ANALYSE LeadFuze (+)

At the bottom, a banner reads: "Venez explorer le e-commerce sur www.ecommerce-nation.fr" with social media icons for LinkedIn, Instagram, Twitter, YouTube, and Facebook.

Sources : Médiamétrie, Digimind, Coschedule, GlobalWebIndex, We are social et Hostbyte, Kantar média - Amplifi - Statista.com - Étude sur les chiffres de 2019

- ★ Racheté par Microsoft en 2016, LinkedIn est le géant mondial des réseaux sociaux professionnels
- ★ Il rassemble les profils d'une multitude de professionnels de tous secteurs dans le monde entier
- ★ LinkedIn s'est très vite imposé comme la plateforme professionnelle de networking, mais aussi d'information.

Quand tu rentres dans **Linkendin**



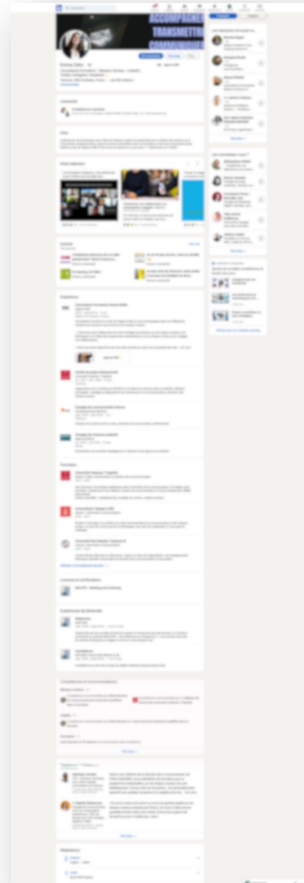
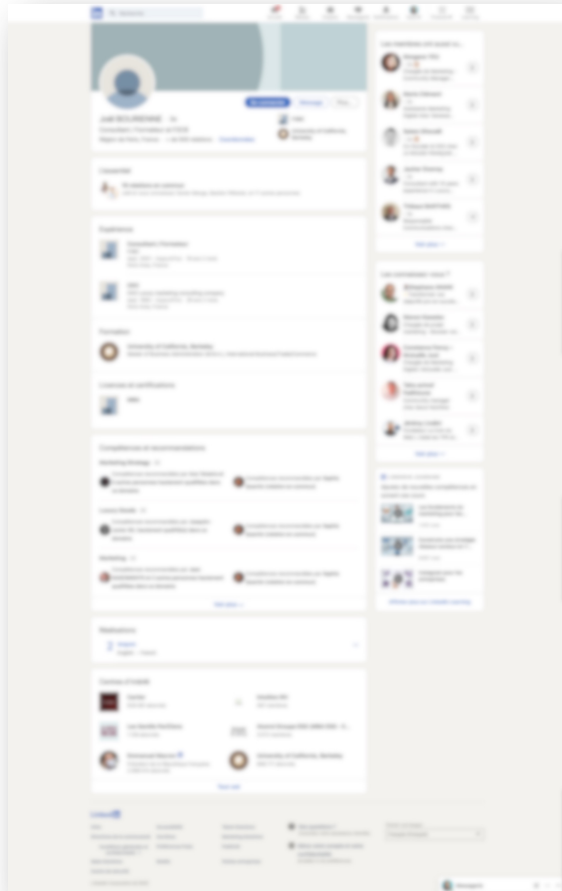
<https://www.youtube.com/watch?v=73P1EXPKUCU>

Quatre étapes pour **générer et convertir des leads** sur LinkedIn



- 1. Se créer un profil attractif**
- 2. Se constituer une communauté ciblée**
- 3. Rédiger des publications impactantes**
- 4. Interagir avec sa communauté**

#01 ■ Créez-vous un profil attractif



Une structure efficace pour convertir via votre profil

Promesse de votre offre pour résoudre la douleur forte du prospect.



Bannière

Visage : 60% de la photo



J'aide [qui] [à faire quoi] [et comment]



Lien externe



Infos

Accroche + chiffres



Douleur du prospect



Décrire les problèmes



Exposer la solution



Appel à l'action



Lien externe selon objectif : newsletter, produit, post qui a cartonné, agenda, etc



Ma sélection



Lier les expériences à votre business actuel (compétences et résultats pour preuve)



Expérience



#02 ■ Constituez-vous une communauté ciblée

Signature e-mail
Carte de visite

Amis
Famille

Synchronisation
des contacts

Associations
professionnelles
Syndicats

Découvrir
les recommandations

Collègues
Prospects et clients
Prestataires et fournisseurs


Événements
Séminaires
Cocktails

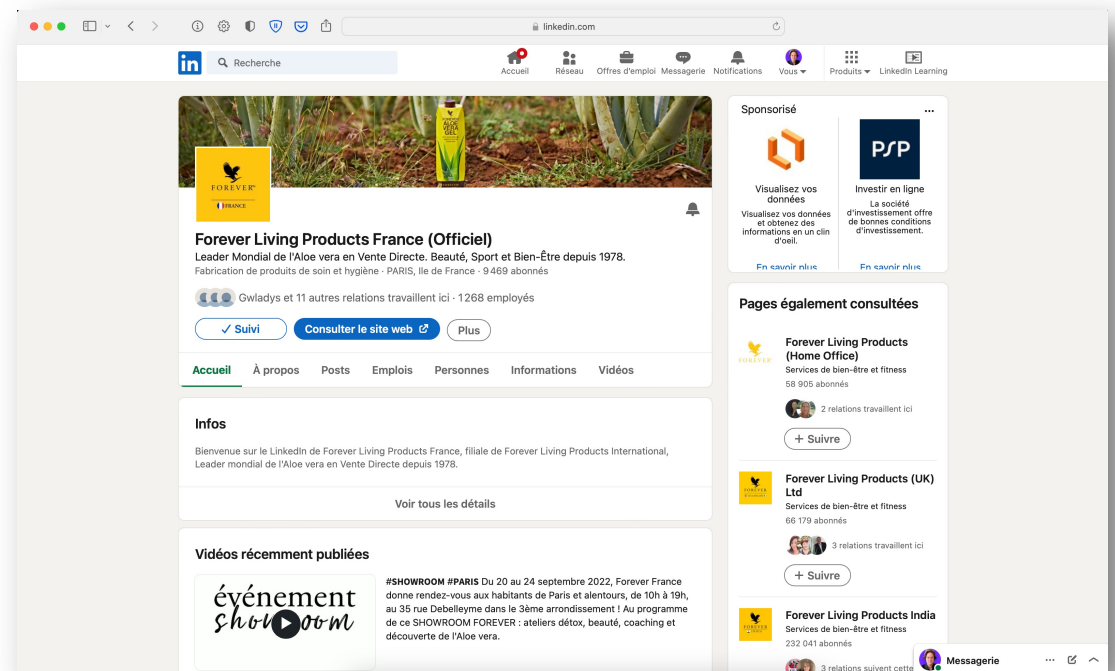
Élargir aux
autres
services

Accepter
ou non
les invitations

**Remerciez
vos nouveaux
contacts**

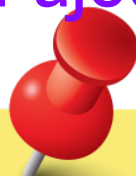
#02 ■ Constituez-vous une **communauté ciblée** en suivant des profils de membres, d'entreprises et de médias pertinents

- 
- **S'abonner aux pages entreprises et comptes de ses clients**
 - **S'abonner aux concurrents**
 - **S'abonner aux profils métiers**
 - **Suivre les influenceurs**
 - **Suivre des #**
 - **S'inscrire à des groupes**
 - **Mener une veille d'infos : Feedly, Google Alert, Pocket...**
 - **Nettoyer son fil d'actu'**

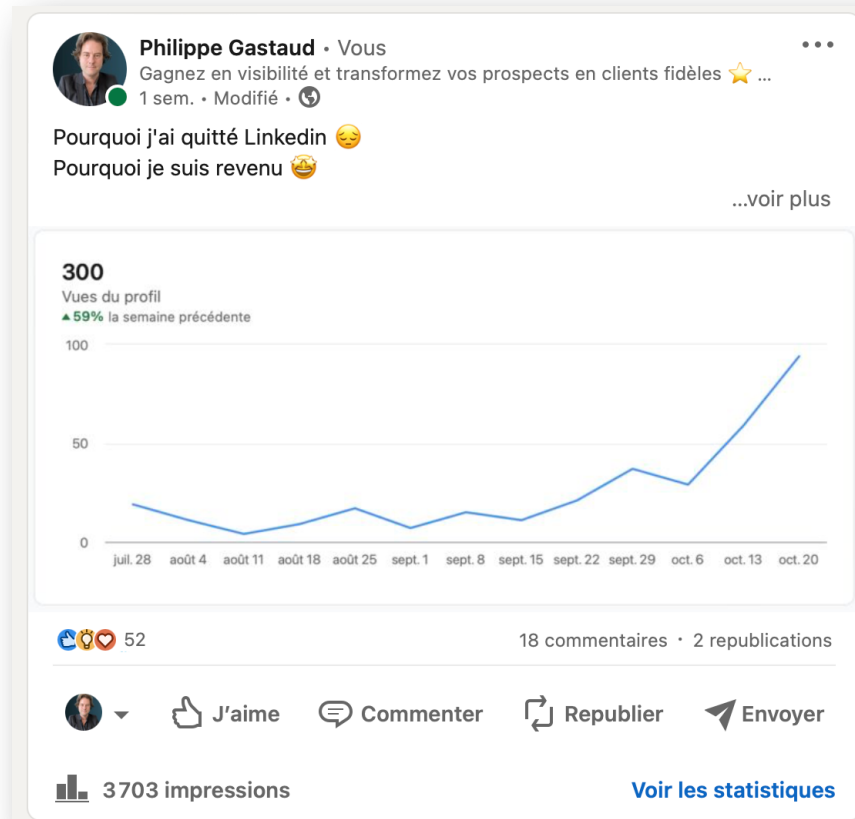


The screenshot shows the LinkedIn profile page for Forever Living Products France (Officiel). The page includes a header with navigation links (Accueil, Réseau, Offres d'emploi, Messagerie, Notifications, Vous, Produits, LinkedIn Learning), a search bar, and a main content area. The main content area features a cover image, a profile picture, and a bio: "Leader Mondial de l'Aloe vera en Vente Directe. Beauté, Sport et Bien-Être depuis 1978. Fabrication de produits de soin et hygiène - PARIS, Ile de France - 9 469 abonnés". Below the bio, there are buttons for "Suivi", "Consulter le site web", and "Plus". The page also displays "Pages également consultées" with links to Forever Living Products (Home Office), Forever Living Products (UK) Ltd, and Forever Living Products India. A video post titled "#SHOWROOM #PARIS Du 20 au 24 septembre 2022, Forever France donne rendez-vous aux habitants de Paris et alentours..." is also visible.

#03 ■ Publiez régulièrement **des contenus à forte valeur ajoutée** pour vous démarquer



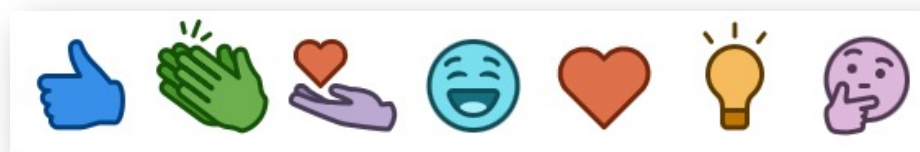
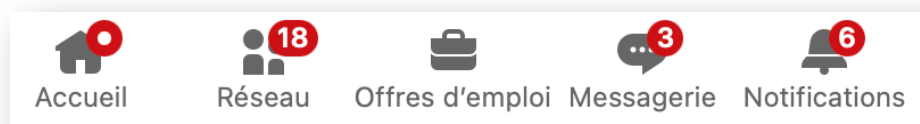
- Veille d'info et optimisation, point de vue
- 1200-1600 caractères
- Suscitez l'intérêt pour afficher « voir plus »
 - Questions
 - Chiffres
 - Conseils
 - Storytelling : émotion, histoire...
- Incitez à commenter
- Visuel avec une vraie valeur :
 - Canva, vidéo, carrousel...
- Trois # et trois @ max
- Structure aérée : emojis, sauts de lignes...
- Réponses immédiates aux commentaires
- 1/3 de la marque, du marché, des clients



#04 ■ Interagissez avec votre audience pour engager la discussion

1. Les commentaires
2. Les likes
3. Les partages

- Envoyer une notification depuis la page entreprise auprès de l'équipe
- Inciter les collaborateurs à reprendre les contenus de la page entreprise en y ajoutant leur point de vue



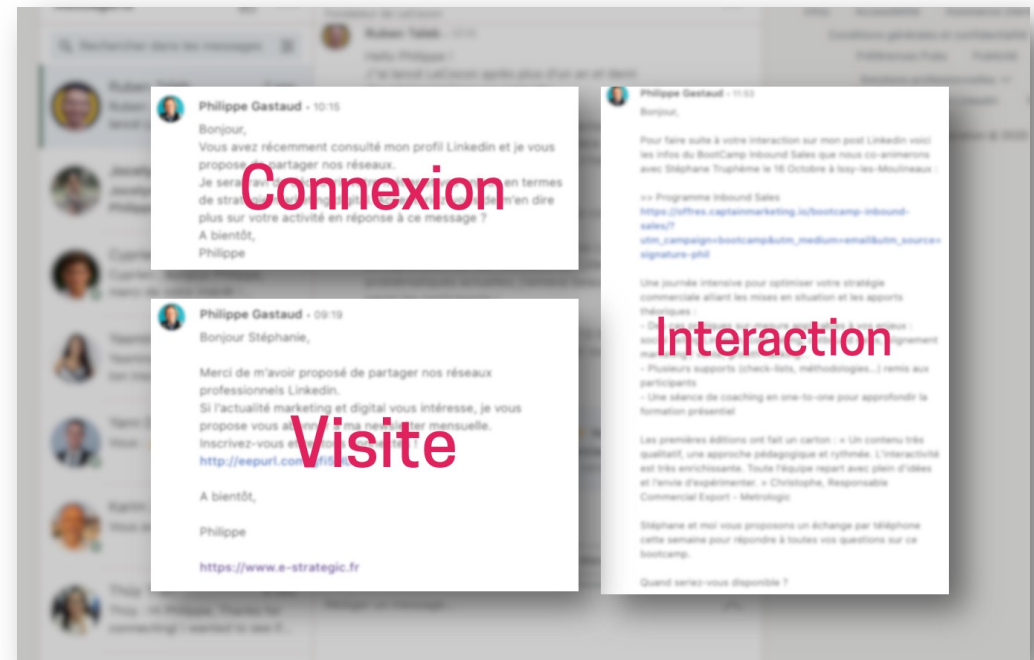
Obtenez plus d'impressions en envoyant une notification à des collègues.

[Envoyer une notification aux employés](#)

#04 ■ Engagez et transformez les leads par MP



- Envoyez un MP à chaque :
 - interaction
 - demande de connexion
 - visite de profil
- Adressez des contenus complémentaires à la suite d'une réponse en commentaire





Bonus ■ Automatisez vos actions de prospection

The screenshot shows the NeoDeal website with the headline "Le meilleur logiciel de prospection est développé 😎". Below it, a text block says "Nous n'attendons plus que l'accord de LinkedIn pour le mettre sur le marché" with a "PLANIFIER UNE DÉMO" button. An inset shows a software interface with a list of contacts and a "Prospecter" button. A small pop-up window from "Lukas de NeoDeal" says "Bienvenue sur NeoDeal" and offers a personalized demo.

Déterminez de nouvelles opportunités. Chaque semaine

Philippe Gastaud · 11:53
Bonjour,

Pour faire suite à votre interaction sur mon post LinkedIn voici les infos du BootCamp Inbound Sales que nous co-animerons avec Stéphane Truphème le 16 Octobre à Issy-les-Moulineaux :

>> Programme Inbound Sales
<https://offres.captainmarketing.io/bootcamp-inbound-sales/>
utm_campaign=bootcamp&utm_medium=email&utm_source=signature-phil

Une journée intensive pour optimiser votre stratégie commerciale alliant les mises en situation et les apports théoriques :

- Des cas pratiques sur-mesure applicables à vos enjeux : social selling LinkedIn, cold calling, outbound sales, alignement marketing / vente, growth hacking...
- Plusieurs supports (check-lists, méthodologies...) remis aux participants
- Une séance de coaching en one-to-one pour approfondir la formation présentiel

Les premières éditions ont fait un carton : « Un contenu très qualitatif, une approche pédagogique et rythmée. L'interactivité est très enrichissante. Toute l'équipe repart avec plein d'idées et l'envie d'expérimenter. » Christophe, Responsable Commercial Export - Metrologic

Stéphane et moi vous proposons un échange par téléphone cette semaine pour répondre à toutes vos questions sur ce bootcamp.

Quand seriez-vous disponible ?

Philippe Gastaud · 09:19
Bonjour Stéphanie,

Merci de m'avoir proposé de partager nos réseaux professionnels LinkedIn.
Si l'actualité marketing et digital vous intéresse, je vous propose vous abonner à ma newsletter mensuelle. Inscrivez-vous et restons connectés !
<http://eepurl.com/gfi5HL>

A bientôt,

Philippe

<https://www.e-strategic.fr>

Philippe Gastaud · 10:15
Bonjour,

Vous avez récemment consulté mon profil LinkedIn et je vous propose de partager nos réseaux.
Je serai ravi de découvrir votre métier et vos enjeux en termes de stratégie marketing digital. Accepteriez-vous de m'en dire plus sur votre activité en réponse à ce message ?

A bientôt,

Philippe



Bonus ■ Compte gratuit ou business?

Business Abonnement actuel	LinkedIn gratuit Après annulation
Trouvez et contactez qui vous le souhaitez	Trouvez et contactez qui vous le souhaitez
✓ 15 InMails par mois	✗ 0 InMails par mois
✓ Découvrez qui a vu votre profil au cours des 90 derniers jours	✓ Seulement 3 vues de profil récentes
✓ Navigation illimitée sur les profils	✓ Navigation limitée sur les profils
✓ Open Profile	✗ Open Profile
Informations exclusives pour aller plus loin	Informations exclusives pour aller plus loin
✓ Infos sur les offres d'emploi et les candidats	✗ Infos sur les offres d'emploi et les candidats
✓ Recommandations d'Emplois Top Candidat	✗ Recommandations d'Emplois Top Candidat
✓ Infos Entreprise	✗ Infos Entreprise
✓ Infos Salaires	✓ Accès limité aux infos Salaire
Développez de nouvelles compétences	Développez de nouvelles compétences
✓ Plus de 16 000 cours LinkedIn Learning	✗ Plus de 16 000 cours LinkedIn Learning
✓ Accès complet aux outils de préparation aux entretiens	✓ Accès limité aux outils de préparation aux entretiens

- ★ Se connecter :
 - ★ Partage des coordonnées, suivis réciproques des posts
- ★ Suivre :
 - ★ Affichage des posts unilatéral sans pouvoir envoyer de MP
- ★ Compte créateur :
 - ★ Pour les rédacteurs de contenus réguliers qui recherchent de la visibilité

🎁 Bonus ■ Comment fonctionne l'algorithm de LinkedIn ?



MAINTENANT, C'EST À VOUS !

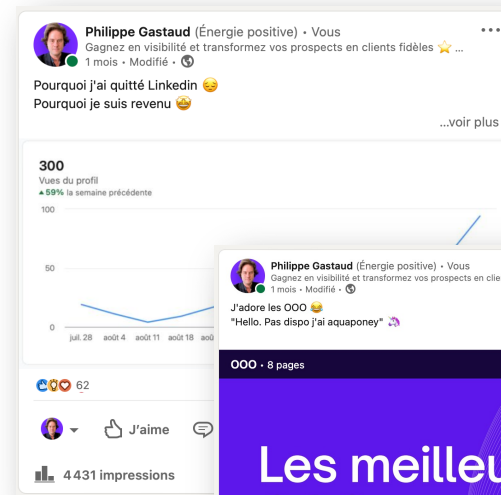


WEBINAR #05

ATELIERS LINKEDIN

Rédigeons ensemble **une publication** qui réponde aux exigences de **LinkedIn** pour générer un maximum d'interactions

- Veille d'info et optimisation, point de vue
- 1200-1600 caractères
- Suscitez l'intérêt pour afficher « voir plus »
 - Questions
 - Chiffres
 - Conseils
 - Storytelling : émotion, histoire...
- Incitez à commenter
- Visuel avec une vraie valeur :
 - Canva, vidéo, carrousel...
- Trois # et trois @ max
- Structure aérée : emojis, sauts de lignes...
- Réponses immédiates aux commentaires
- 1/3 de la marque, du marché, des clients



Philippe Gastaud (Énergie positive) · Vous
Gagnez en visibilité et transformez vos prospects en clients fidèles 🌟 ...
1 mois · Modifié · 🌐

J'adore les OOO 😊
"Hello. Pas dispo j'ai aquaponey" 🐸

...voir plus

OOO · 8 pages

Les meilleurs
OOO

🤔

bruno SCHER et 16 autres personnes · 42 commentaires

J'aime Commenter Republier Envoyer

3 604 impressions Voir les statistiques

Philippe Gastaud (Énergie positive) · Vous
Gagnez en visibilité et transformez vos prospects en clients fidèles ...
3 sem. · 🌐

Nos enfants ont 15 et 12 ans.
Et nous avons eu la chance de pouvoir choisir de les voir grandir ❤️


...voir plus

bruno SCHER et 81 autres personnes · 32 commentaires · 2 republications

J'aime Commenter Republier Envoyer

3 885 impressions Voir les statistiques

Rédigeons ensemble un scénarios de MP pour détecter un besoin et convertir le prospect en client

 **Philippe Gastaud** · 11:53

Bonjour,

Pour faire suite à votre interaction sur mon post LinkedIn voici les infos du BootCamp Inbound Sales que nous co-animerons avec Stéphane Truphème le 16 Octobre à Issy-les-Moulineaux :

>> Programme Inbound Sales
https://offres.captainmarketing.io/bootcamp-inbound-sales/?utm_campaign=bootcamp&utm_medium=email&utm_source=signature-phil

Une journée intensive pour optimiser votre stratégie commerciale alliant les mises en situation et les apports théoriques :

- Des cas pratiques sur-mesure applicables à vos enjeux : social selling LinkedIn, cold calling, outbound sales, alignement marketing / vente, growth hacking...
- Plusieurs supports (check-lists, méthodologies...) remis aux participants
- Une séance de coaching en one-to-one pour approfondir la formation présentiel

Les premières éditions ont fait carton : « Un contenu très qualitatif, une approche pédagogique et rythmée. L'interactivité est très enrichissante. Toute l'équipe repart avec plein d'idées et l'envie d'expérimenter. » Christophe, Responsable Commercial Export - Metrologic

Stéphane et moi vous proposons un échange par téléphone cette semaine pour répondre à toutes vos questions sur ce bootcamp.

Quand seriez-vous disponible ?

 **Philippe Gastaud** · 09:19

Bonjour Stéphanie,


Merci de m'avoir proposé de partager nos réseaux professionnels LinkedIn.

Si l'actualité marketing et digital vous intéresse, je vous propose vous abonner à ma newsletter mensuelle. Inscrivez-vous et restons connectés !
<http://eepurl.com/gfi5HL>

A bientôt,

Philippe

<https://www.e-strategic.fr>

 **Philippe Gastaud** · 10:15

Bonjour,

Vous avez récemment consulté mon profil LinkedIn et je vous propose de partager nos réseaux.

Je serai ravi de découvrir votre métier et vos enjeux en termes de stratégie marketing digital. Accepteriez-vous de m'en dire plus sur votre activité en réponse à ce message ?

A bientôt,
Philippe

MAINTENANT, C'EST À VOUS !



Merci pour votre attention

RDV sur les réseaux ou #IRL



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 20 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.

