Cercle des Spécialistes
en **Gestion de PME**

C.S.G. PME
K.F.U. KMU
C.S.G. PMI

Comment capter des prospects gratuitement et de façon automatique?

Intervenants

Daniel Borges

Président-Fondateur C.S.G. PME
Membre des cadres, Banque WIR GE

Christophe Rieder

Fondateur & Directeur @ BetterStudy
Partenaire C.S.G. PME

Bruno Studer

Co-Fondateur & CTO @ JKB Research SA
Membre-Fondateur C.S.G. PME

Sommaire

1. CSG-PME
    1.1. Qui sommes-nous?
    1.2. Partenaires
    1.3. Devenir membre
2. SEM (SEO, SEA, SMO)
    2.1. SEM = SEO + SEA + SMO = Search Engine Marketing
    2.2. SEO = Search Engine Optimisation
    2.3. SEA = Search Engine Advertising
    2.4 SMO = Social Media Optimisation
3. Growth-hacking – Faire beaucoup avec peu
    3.1 Acquisition
    3.2 Rétention
    3.3 Conversion
4. Questions / Remerciements

Cercle des Spécialistes
en **Gestion de PME**

C.S.G. PME
K.F.U. KMU
C.S.G. PMI

Qui sommes-nous?

Nos valeurs : Créer, Valoriser, Partager

Partenaires CSG-PME

ALPHA7 CONSULTING

SPARTA GROUP

MAGIC TOMATO

Telexoo

ALLIANCE GENEVE

Chez Mamie Bio - Vrac

1 0 5 VOISINS

betterstudy

JKB RESEARCH SA

LinkedIn Local Nyon

Membre individuel

200 CHF
AN

Partenaire (société)

Dès 400 CHF
AN

Devenir membre de CSG-PME c'est...

Créer un réseau qui favorise les rencontres et les échanges d'expériences entre ses membres.

Valoriser et faire reconnaître le travail des cadres PME en démontrant la richesse de leur apport pour l'économie du pays.

Partager afin que les dirigeants ou indépendants ne sont pas seuls à devoir gérer le professionnel, parfois l'émotionnel, et que l'échange d'expériences peut faciliter leur quotidien et être source de plus-value dans l'entreprise.

JKB Research SA : Quelques chiffres

Acquisition / Visiteurs :

- Avril 2017 : 500 / mois
- Janvier 2019 : 75’000 / mois (+15’000%)

Conversion / Commandes :

- Avril 2017 : 20 / mois
- Janvier 2019 : 3’500 / mois (+17’500%)

Panier moyen :

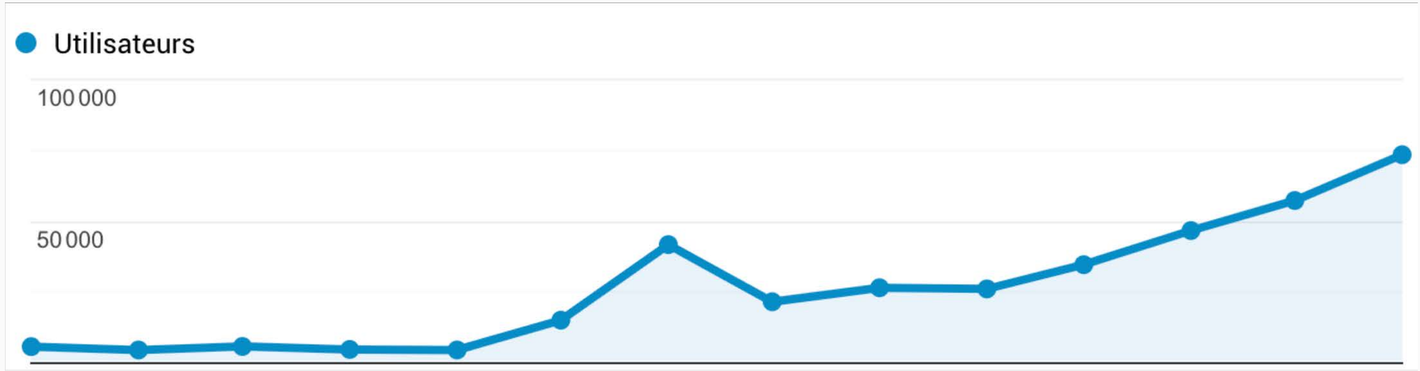
- Avril 2017 : 54.70 CHF
- Janvier 2019 : 93.70 CHF (+71%)

Position moyenne Google (10 mots-clés) :

- Avril 2017: 74ème
- Janvier 2019: 9ème (-88%)

Divers :

- Janvier 2019 : Relance de panier : 20K CHF / mois
- Janvier 2019: Taux de conversion : 4.66%



1 seul et unique affilié génère 10% des ventes !

SEM = SEO + SMO + SEA = Search Engine Marketing

SEM

Stratégie de marketing digital axée sur les moteurs de recherches et les réseaux sociaux.

Stratégie d'ensemble regroupant, en autres :

- Le SEO – Search Engine Optimisation
- Le SMO – Social Media Optimisation
- Le SEA – Search Engine Advertisement

Magasin physique = Emplacement, emplacement, emplacement
Magasin en ligne = Visibilité, visibilité, visibilité

SEO = Search Engine Optimisation

On-Page – Contenus :

- De qualité (articles, vidéos, etc.)
- Régulièrement
- Sans plagiat
- Avec la bonne densité de mots-clés
- En citant les sources

On-Page – Technique / Performance :

- Balises: Meta, title, alt, description, etc.
- Légèreté = Vitesse
- Ergonomie / Rétention / Conversion
- Sécurité / Confidentialité -> ex. RGPD
- Responsive / Adapté mobiles

Off-page :

- Presse / Médias / Backlinks / Affiliés / SMO / etc.

SMO = Social Media Optimisation

Le SMO consiste à augmenter votre visibilité et maîtriser votre réputation sur les réseaux sociaux.

Grâce aux :

- Buzz
- Notes / Reviews
- Commentaires
- Partages / Likes
- Etc.

En multipliant les :

- Contenus intéressants et qualitatifs
- Influenceurs / Affiliés / Références
- Jeux concours / Promotions / Avantages

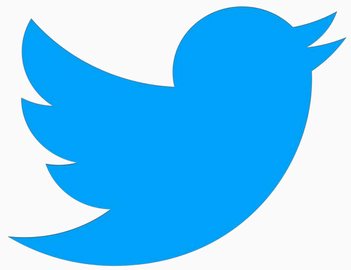
Sur: LinkedIn, Facebook, Instagram, Google My Business, Snapchat, Twitter, etc.

Faites qu'on vous vois : Buzz

Faites qu'on vous aimes : Communauté

Faites qu'on le montre : Réputation

Au bon endroit : Public cible / Segments cibles



SEA = Search Engine Advertisement

Le SEA consiste à payer pour être vu par le public qui nous intéresse le plus.

Payez uniquement pour les meilleurs prospects !

Segmentation :

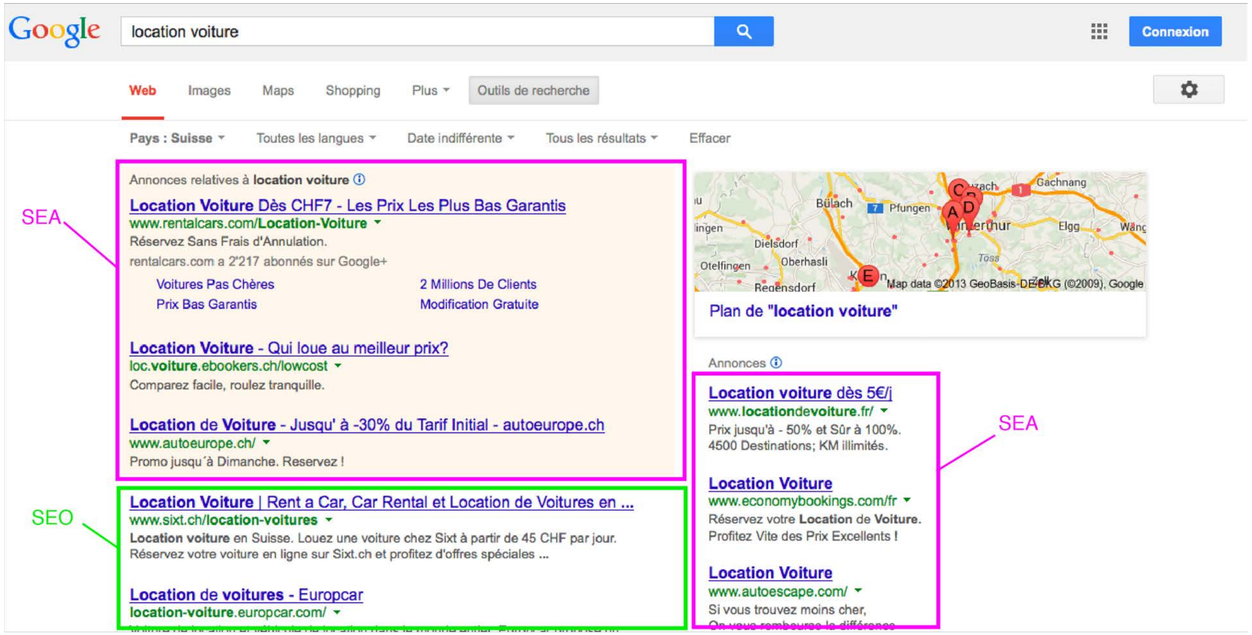
- Identifiez vos prospects / clients / partenaires
- Grâce aux croisements de données et aux outils tels que Google Analytics

Ciblage :

- Ciblez les meilleurs vos prospects / clients / partenaires
- Grâce aux outils de ciblages offerts par les annonceurs (ci-contre)

Critères :

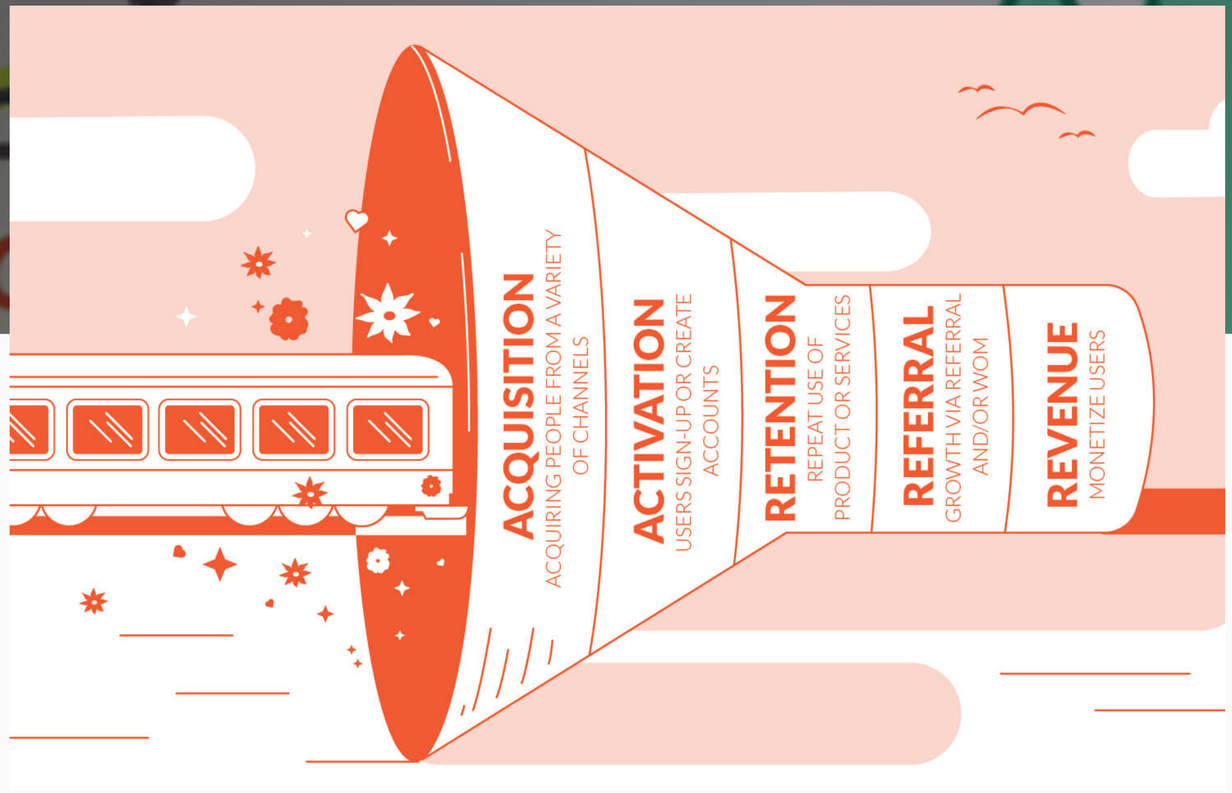
- Age, sexe
- Localisation
- Intérêts / Hobbies / Sites internet visités
- Capacité financière



Sur : Facebook Ad, Instagram Ad, Google Ad, LinkedinAd, etc.

Growth-Hacking – Faire beaucoup avec peu

Le growth hacking (littéralement le « piratage de croissance ») est une activité consistant à « activer la croissance » d'une entreprise par un ensemble de techniques de marketing permettant d'accélérer rapidement et significativement la croissance de son chiffre d'affaires. Le terme fait partie du jargon marketing et business des startups.



Le growth hacker ou pirate de croissance tente d'optimiser le tunnel de conversion en optimisant chaque étape de ce cycle par des expériences permettant de faire grandir l'entreprise.

Le piratage de croissance est utilisé, notamment, par les entreprises de e-services comme Airbnb, Facebook, Dropbox, Groupon, Instagram, LinkedIn, Pinterest, Twitter, YouTube, Capgemini, Staycation, etc3.

Acquisition -> Activation -> Retention -> Referral -> Revenue

Acquisition = Faites que des visiteurs viennent sur votre site

L’acquisition est le fait de gagner des visiteurs ou des acheteurs grâce notamment à une stratégie d’acquisition mettant en scène plusieurs leviers webmarketing : la publicité, les bannières, les opérations de mailing, les offres promotionnelles, les partenariats, etc.

Acquisition = Visibilité + Attrait

Affiliés (recommandations) :

- Affiliés qualitatifs
- Relations stables et durables
- Rémunération à la commission / au clic

Exemples d’affiliés :

- Bloggeurs
- Concurrents
- Médias

Presse / Médias :

- Soyez présent dans les médias spécialisés et généraux

JKB Research SA : 1 seul et unique affilié génère 10% des ventes !

Rétention = Faites que les visiteurs restent ou reviennent sur votre site

Rétention: Mesure du nombre de clients et/ou de consommateurs conservés par l'entreprise sur une période donnée. Elle est parfois utilisée pour décrire la fidélité à une marque chez les consommateurs de cette marque.

Exemple de leviers de rétention :

- Landing pages accrocheuses
- Informations importantes mises en avant
- Ergonomie / Responsiveness
- Remarketing / Ciblé uniquement les visiteurs passés de votre site
- Pop-up de sortie / Réduction nouveau client
- Inscription newsletter / Campagnes emailling
- Relance de panier

Exemples d'affiliés :

- Bloggeurs
- Concurrents
- Médias

Presse / Médias :

- Soyez présent dans les médias spécialisés et généraux

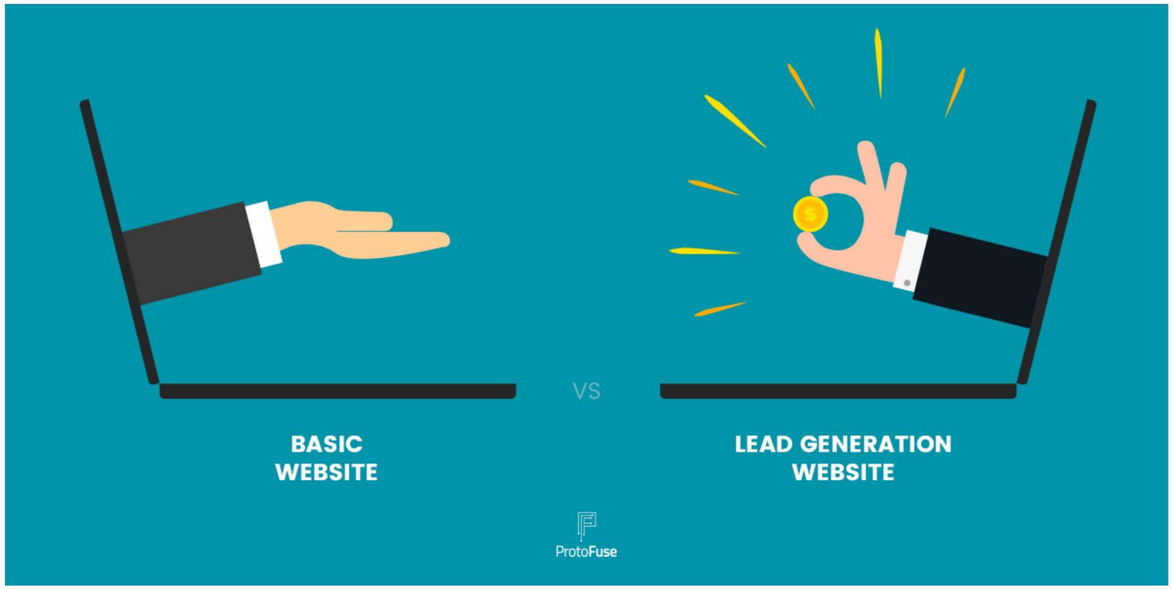
Conversion = Faites que les visiteurs deviennent des clients

La **conversion** représente l'objectif d'un site web : c'est-à-dire lorsque l'internaute va réaliser une action spécifique (achat, inscription, demande de devis, etc…). Il s'agit donc du résultat positif d'une action menée auprès d'une **cible**. Cette conversion a une influence directe sur la rentabilité des actions marketing d'un site web et sur leur efficacité. Tous les sites marchands cherchent à obtenir le meilleur **taux de conversion** possible. Mais ce ne sont pas les seuls puisque cette action ne se résume pas uniquement à l'achat d'un bien ou d'un service, mais peut prendre d'autres formes comme le remplissage d'un formulaire, le téléchargement d'un document, le visionnage d'une vidéo, etc…

Acquisition = Visibilité + Attrait

L'augmentation de la conversion passe par:

- Attrait / Ergonomie
- Performances / Vitesse de chargement
- Rassurez / Réassurance / Avis clients
- Relance de panier / Rappel de paiement
- Raccourcir le processus d'achat
- Essais gratuits / Freemium
- Sondages / Questionnaire de satisfaction
- RESPONSIVENESS / Adapté aux mobiles



Cercle des Spécialistes en **Gestion de PME**

C.S.G. PME
K.F.U. KMU
C.S.G. PMI

Remerciements & Questions

Questionnaire de satisfaction

Scannez le QR-Code pour accéder à la page vous permettant de donner votre avis sur la présentation.

Cercle des Spécialistes en Gestion de PME

C.S.G. PME
K.F.U. KMU
C.S.G. PMI