



LE FUNNEL DE VENTE

Où comment construire une stratégie marketing efficace

By Atelier Préface

Hors Norme

Octobre 2021



ATELIER PRÉFACE

Ce qui nous anime

C'est avec la volonté de créer des marques cohérentes, aux identités fortes et aux messages qui véhiculent des valeurs qui nous sont chères que nous avons créé l'Atelier Préface.

Notre agence créative accompagne les projets tout au long de leur processus d'identité de marque grâce à notre ensemble de services complet. Tout au même endroit pour gagner du temps, tout au même endroit pour plus de cohérence.

@delphineleriche
@elodiedeceuninck
@atelierpreface



A PROPOS

10 ans d'expérience dans le monde du marketing digital

Expérience sur le terrain dans de petites structures
Conseils pratiques et atteignables

5 ans d'expérience dans la photographie

Photographie de mariage, commerciale et lifestyle pour
les marques

Lancement en tant "qu'indépendante"

Rejoint 'Jobyourself' pour développer un projet qui réunirait mes
deux passions

Atelier Préface est né

Un projet qui allie mes deux passions: le marketing et la
photographie

Un duo complémentaire pour offrir un panel de services 360°
Nous mettons notre expertise au service de projets qui ont du
sens pour le monde de demain.



Delphine

Co-fondatrice de l'Agence Créative
Atelier Préface

@delphineleriche

ATELIER PRÉFACE



SERVICES

PORTFOLIO

A PROPOS

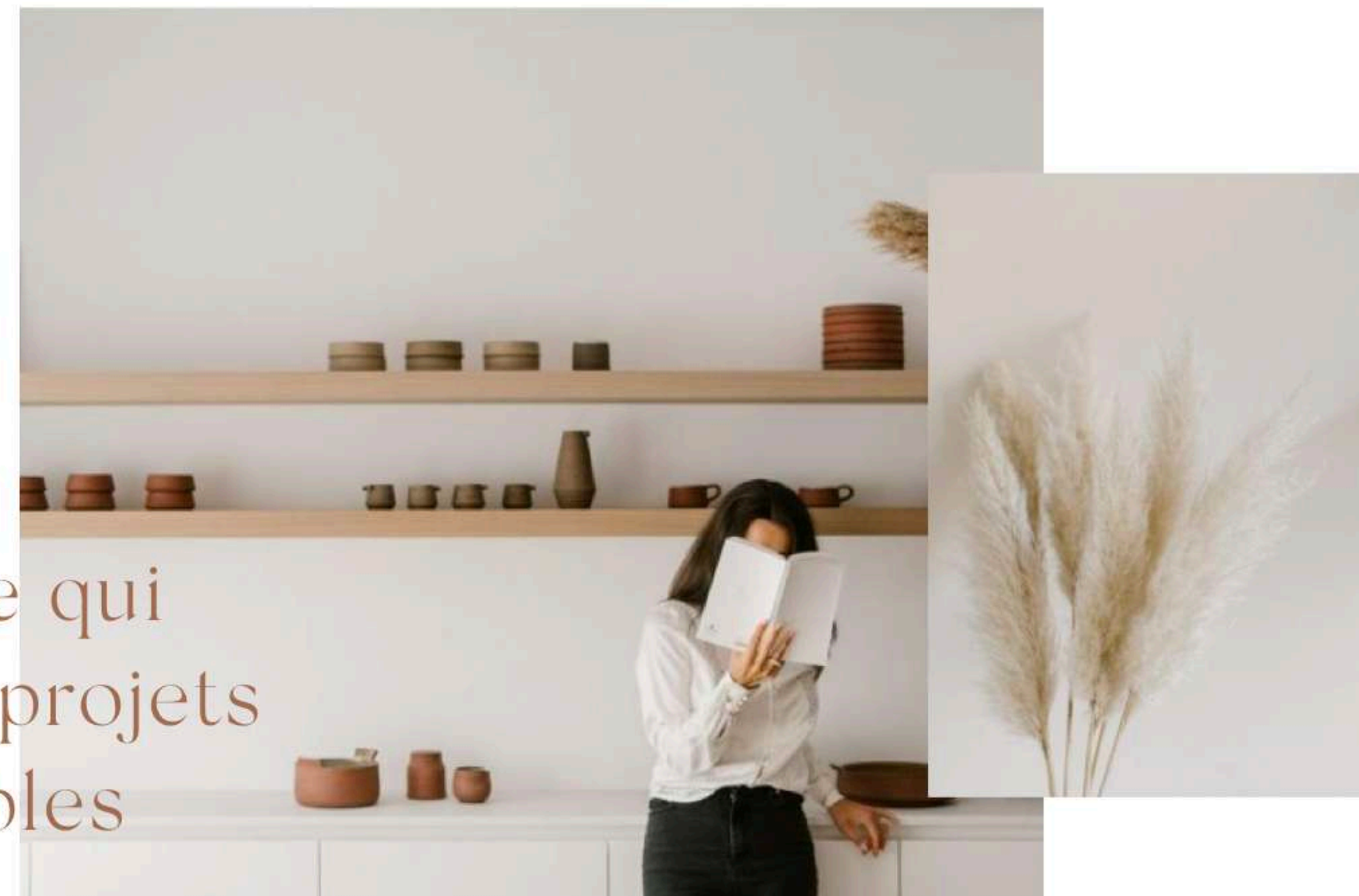
EBOOK

BLOG

CONTACT

COMMENCER UN PROJET

L'agence créative qui
révèle l'âme des projets
éthiques et durables



Identité de marque
Photographie
Site web
Création de contenu
Coaching &
formations

[LIRE LA SUITE](#)

IMAGE DE MARQUE

PHOTOGRAPHIE

SITE INTERNET

CREATION DE CONTENU

COACHING 1TO 1

FORMATIONS

Les Prérequis	05
Le modèle AARR	18
Les canaux Marketing	27
Construire son Funnel de vente	49
Exercices pratiques	54



PARTIE I - LES PRÉREQUIS





1.1 LES 6 ÉTAPES CLÉS AVANT DE COMMENCER

1. Connaître son marché

- Votre activité est-elle B to B (business to business) ou B to C (business to consumer) ?
- Quelle est la taille de votre marché ? Est-il local, national, mondial ?
- Combien de clients pouvez-vous espérer ?
- Sur ce marché, y a-t-il pénurie ou excès d'offre ?
- De nouveaux acteurs peuvent-ils apparaître à brève échéance ?
- Votre offre est-elle en phase avec les attentes du marché ? (—> sondage)
- Quels sont les critères d'achat de vos clients ?
- Pourquoi vendre tel produit ou proposer tel service et pas autre chose ?
- A qui vendre ?
- A quel besoin correspond le produit ou service ?
- Combien d'années d'expérience du secteur faut-il pour être crédible auprès de vos clients ?
- Quelles sont les attentes des futurs clients ? (Gain de temps, de place, d'argent, besoin de sécurité, de confort, de nouveauté, etc.)
- Quels avantages l'entreprise va-t-elle leur apporter ?
- Comment vendre ? Quels modes de fonctionnement et de vente sont-ils envisagés ?
- A quel prix ?
-

2. Connaître ses concurrents

Dresser la liste de vos concurrents directs & indirects

Comment:

* Veille concurrentielle

* Outils pour espionner vos concurrents:

- Réseaux Sociaux
- Google
- Youtube
- SEMRush
- AHrefs
- WayBack Machine
- Website Grader
- Google Alert
- Alexa
- MozBar

3. Identifier son/ ses persona(s)

Audrey, la stressée désemparée



J'aimerais comprendre comment équilibrer mes hormones

Age: 34 ans

Work: Indépendante ou employée

Family: Célibataire ou mariée

Location: Pays Francophones

Character: Stress, surmenage, perfectionnistes, overbookée,

Stressée

Overbookée

Désemparée

Perfectionniste

Objectifs CT et LT

- Comprendre le ou les problèmes hormonaux qu'elle a et les conséquences
- Trouver les solutions et les clés pour rééquilibrer ses hormones
- Retrouver son énergie et son bien-être féminin

Problèmes & Frustrations

- Ne pas trouver de réponses à ses problèmes/ne pas savoir où chercher
- Sentiment d'être seul
- Sentiment que la seule solution est le médicament
- Sentiment que y a pas d'alternatives, autre que les pilules et autre approche très médicales
- Grosse difficulté à trouver le bon diagnostic

Freins

- Vais-je vraiment avoir les réponses à mes questions?
- Est-ce que ça va être suffisamment spécifique pour mon trouble?
- Est-ce ok de faire une approche holistique?

Forces à mettre en avant

- Approche holistique complémentaire à l'approche médicale
- Conseiller des tests médicaux
- Clés et solutions pour chaque trouble hormonal
- Les 2 coachs ont expérimenté les solutions qu'elles proposent (le programme vient du vécu + formations) -> 6 ans, plusieurs milliers d'euros

Programme Hormonal

Motivation

Sortir du cercle vicieux

Cercle bienveillant/Communauté

Brands & Influencers



Canaux

Réseau Traditionnel Médecin Holistique

Médecine Fonctionnelle

Centre bien-être pour la femme

Instagram

Email Marketing / Affiliation

4. Identifier sa différence concurrentielle

Votre Personnalité

Innovation

Expérience

Prix

Service personnalisé

Créativité

Consistance

Réseau

Passion

Longévité

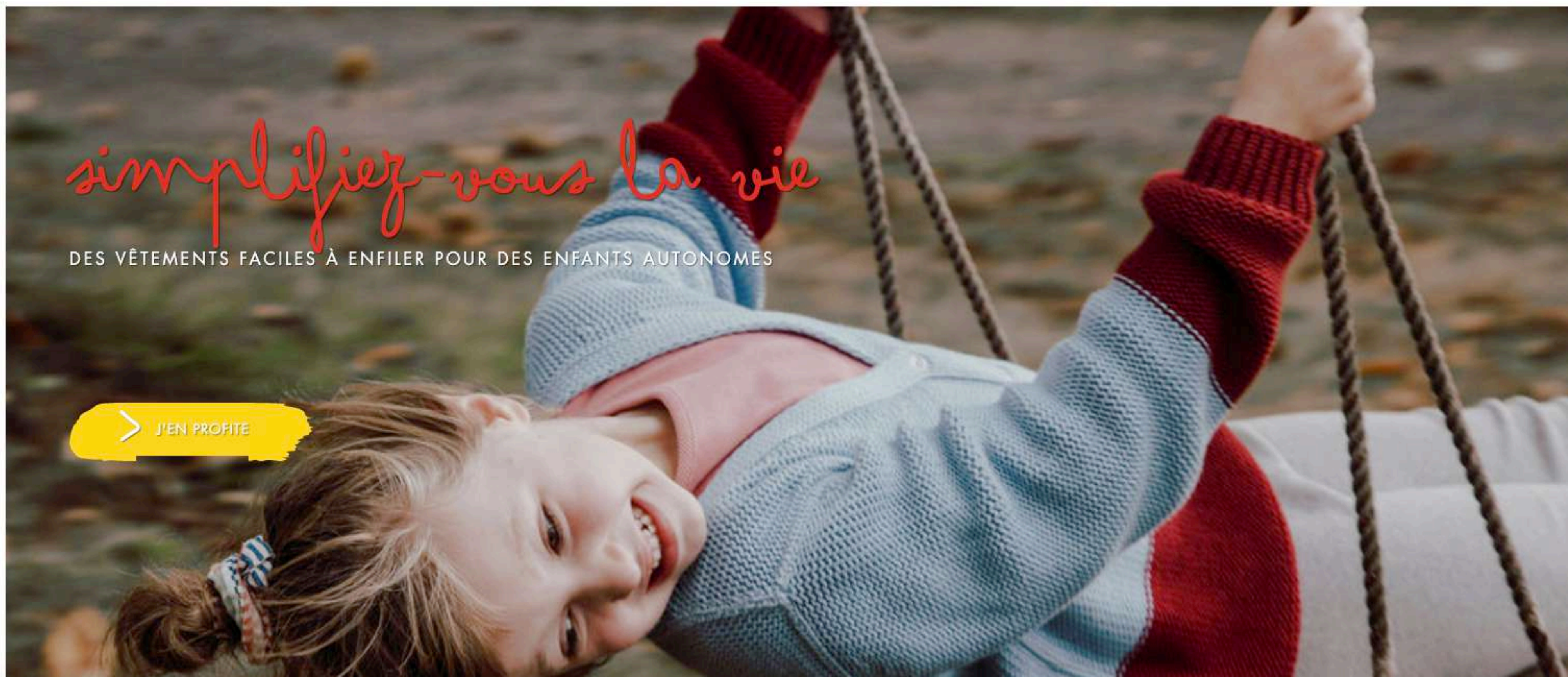
5. Connaître son USP

Citer les raisons pour lesquelles les gens achètent/reviennent chez vous (pour chacun de vos produits / par rapport à vos concurrents)

- **Unique**, car elle vous différencie des concurrents en présentant votre positionnement marketing.
- **Selling** (vendeuse): elle doit être séduisante et persuader votre prospect d'acheter votre produit, ou de le prescrire.
- **Proposition** : elle doit proposer une offre et appeler à l'action.

Doit contenir:

- * Une phrase d'accroche qui interroge de par son originalité
- * Une bonne description de l'offre (on comprend en deux lignes le service proposé)
- * Un concept unique et engageant (ce qui vous démarque de la concurrence)



simplifiez-vous la vie

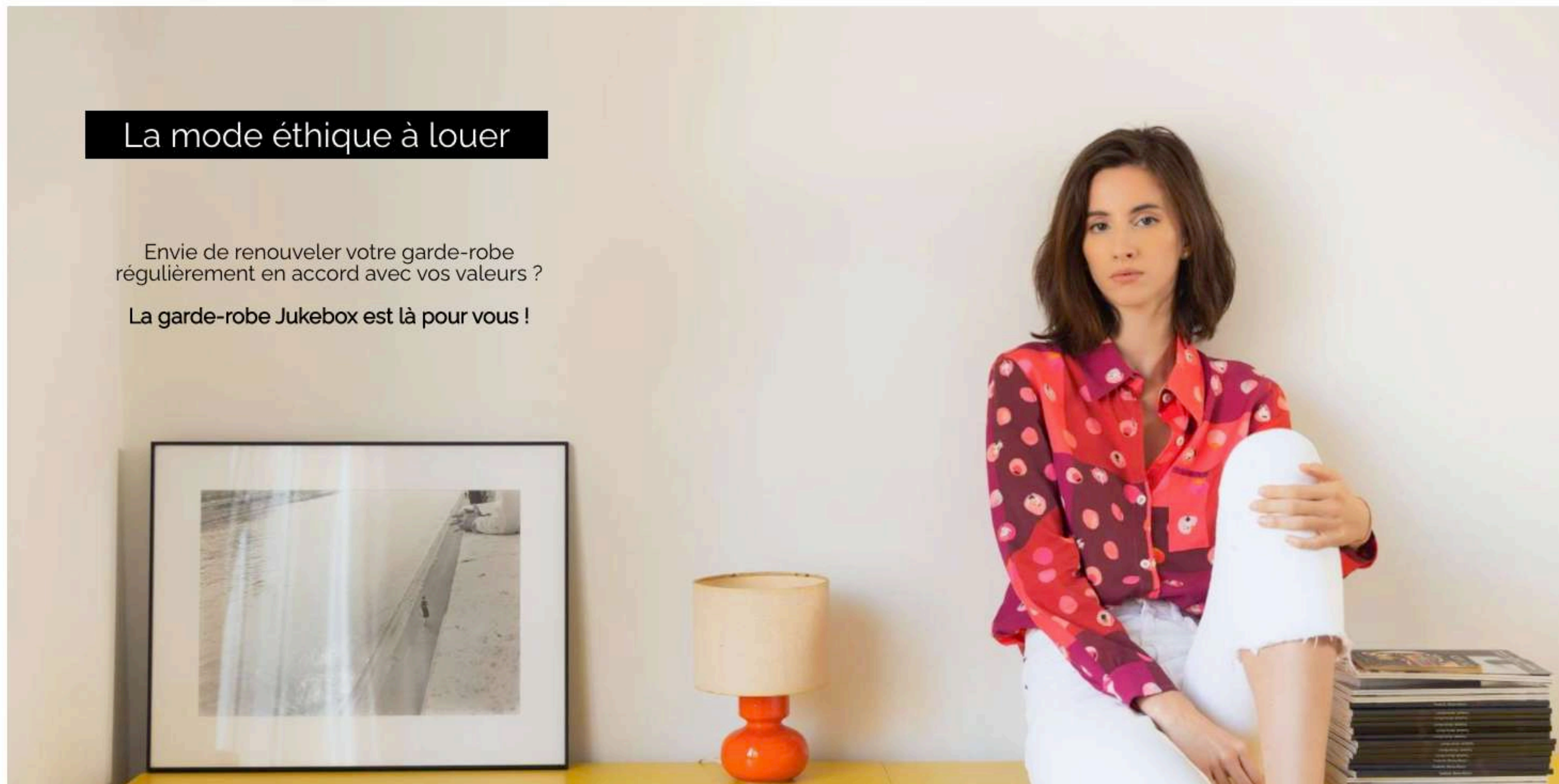
DES VÊTEMENTS FACILES À ENFILER POUR DES ENFANTS AUTONOMES

 J'EN PROFITE

La mode éthique à louer

Envie de renouveler votre garde-robe
régulièrement en accord avec vos valeurs ?

La garde-robe Jukebox est là pour vous !



6. Avoir un site web bien construit

- * Est-il UX Friendly? Le Flow est il clair? L'avez-vous fait tester par votre grand-mère?
- * Est-il Mobile Friendly ?
- * Est-il suffisamment rapide ?
- * Est-il Google Friendly ?
- * Répond-t-il aux questions de vos différents personas ?
-
- * Est-il complet ? Pas trop chargé ?
- * Est-il cohérent avec le reste de votre identité visuelle

1.2 CONSTRUIRE UNE OFFRE IRRÉSISTIBLE



Construire son offre irrésistible

Une offre irrésistible doit séduire le client, mais aussi :

- * Réduire les freins à l'achat (ex: satisfait ou remboursé, rassurer avec des témoignages de clients...)
- * Etre simple (ex: offrir un paiement par CB et Paypal en 1 clic, ne pas avoir X offres complexes...)
- * Mettre en avant les bénéfices concrets (vous ne vendez pas des fonctions mais bien une résolution à un problème)
- * Avoir une sensation d'urgence pour ne pas rater la vente (ex: une promo, une offre de lancement...)

PARTIE 2.
LE FUNNEL DE VENTE

2.1 COMPRENDRE CE QU'EST UN FUNNEL DE VENTE



SAVIEZ-VOUS QUE

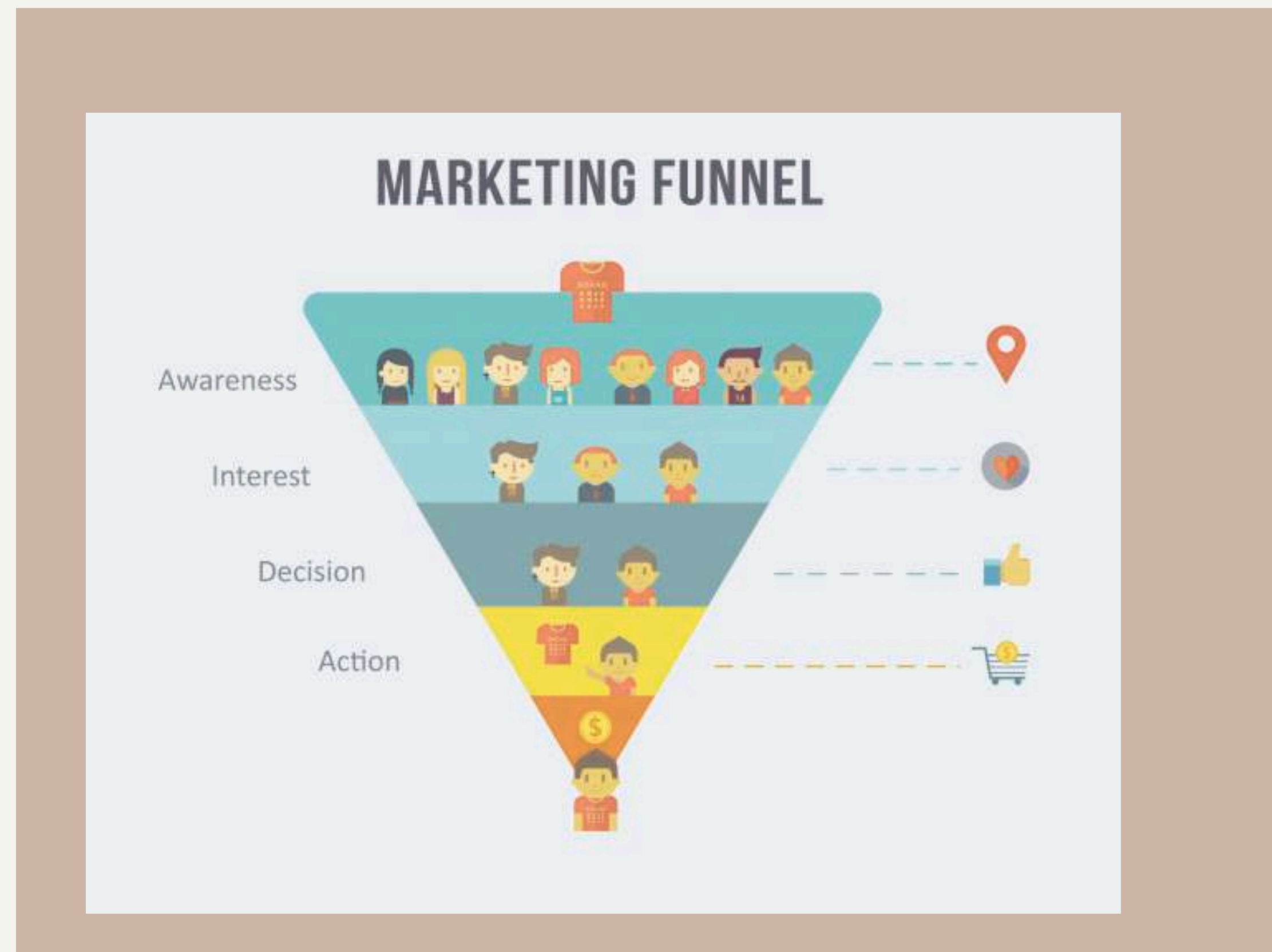
“96% des visiteurs de votre site web ne sont pas encore prêts à acheter quoi que ce soit lors de leur première visite !?”

“Les entreprises qui prennent le soin de cultiver leurs leads voient augmenter le nombre de prospects qualifiés de 450%”

La vraie question

Comment anticiper ce que le client potentiel veut et le lui livrer avant qu'il n'en fasse la demande ?

= CRÉER UN FUNNEL DE VENTE



Définition du funnel de vente

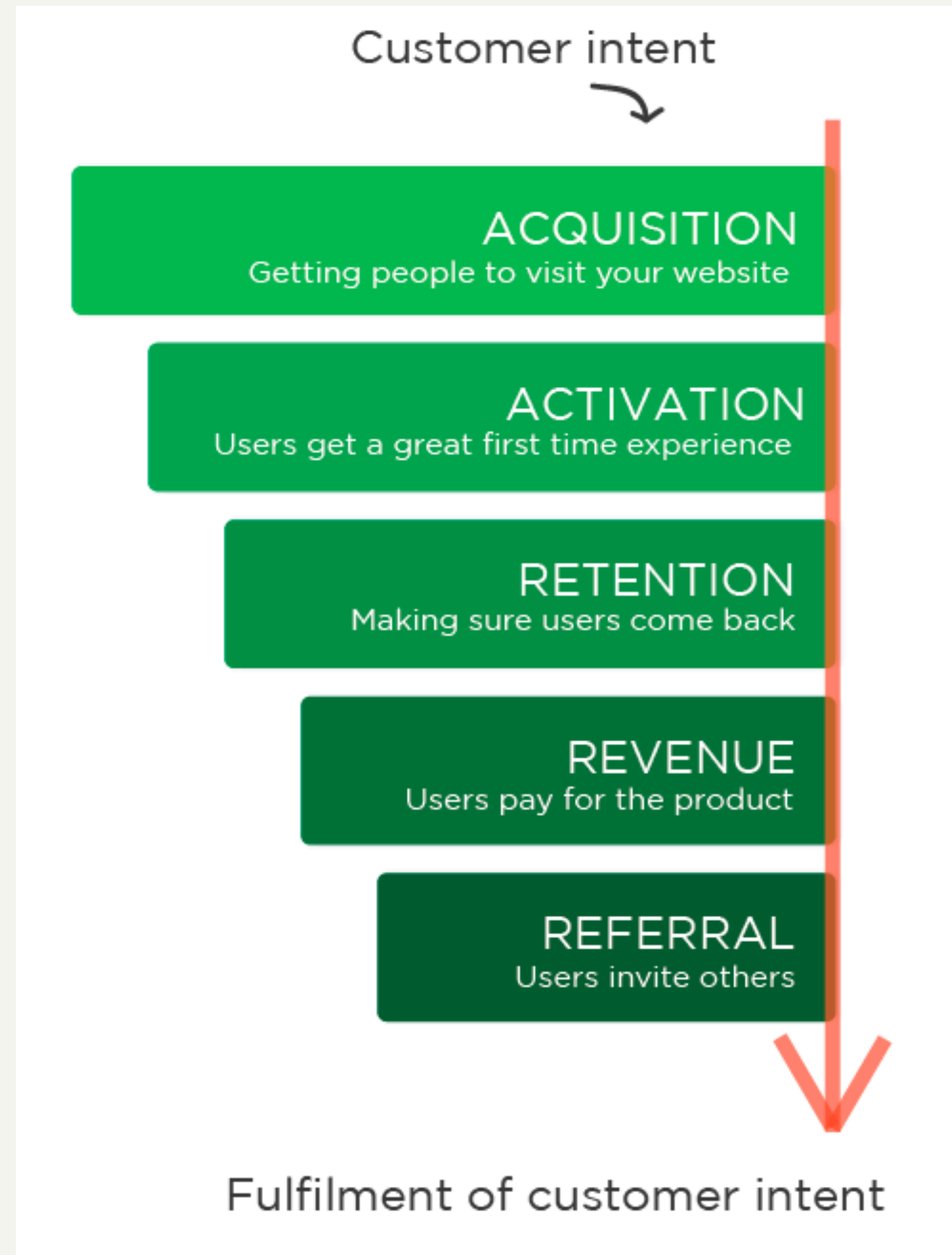
= Le chemin qu'un lead emprunte jusqu'à votre site web et qui finit par une conversion ou un achat.

—> Décomposer le parcours client, du premier contact avec votre enseigne à l'achat et à sa fidélisation.

2.2 LE MODÈLE AARRR



Modèle AARRR



Business en ligne

Awareness:

Le prospect voit passer un post sur instagram

Referral:

Le prospect est ravi et parle de AP autour de lui

Acquisition:

Le prospect va voir sur notre site



Retention:

Le client reçoit notre newsletter et voit qu'on donne aussi des cours privés en photo

Activation:

Le prospect s'inscrit pour recevoir son 'cadeau' sur notre site
10 photos HD de type business
(inscrit à la newsletter en même temps)

Retention:

Le prospect revient sur notre site parce qu'il a besoin d'un coaching en marketing et d'une séance photo

Business hors ligne

Awareness:
Ads Brochures

Acquisition:
Prospect enter the shop

Activation:
Prospect tries the bike

Referral:
Customer shows
his bike to his friends



Retention:
Customer comes back
for maintenance

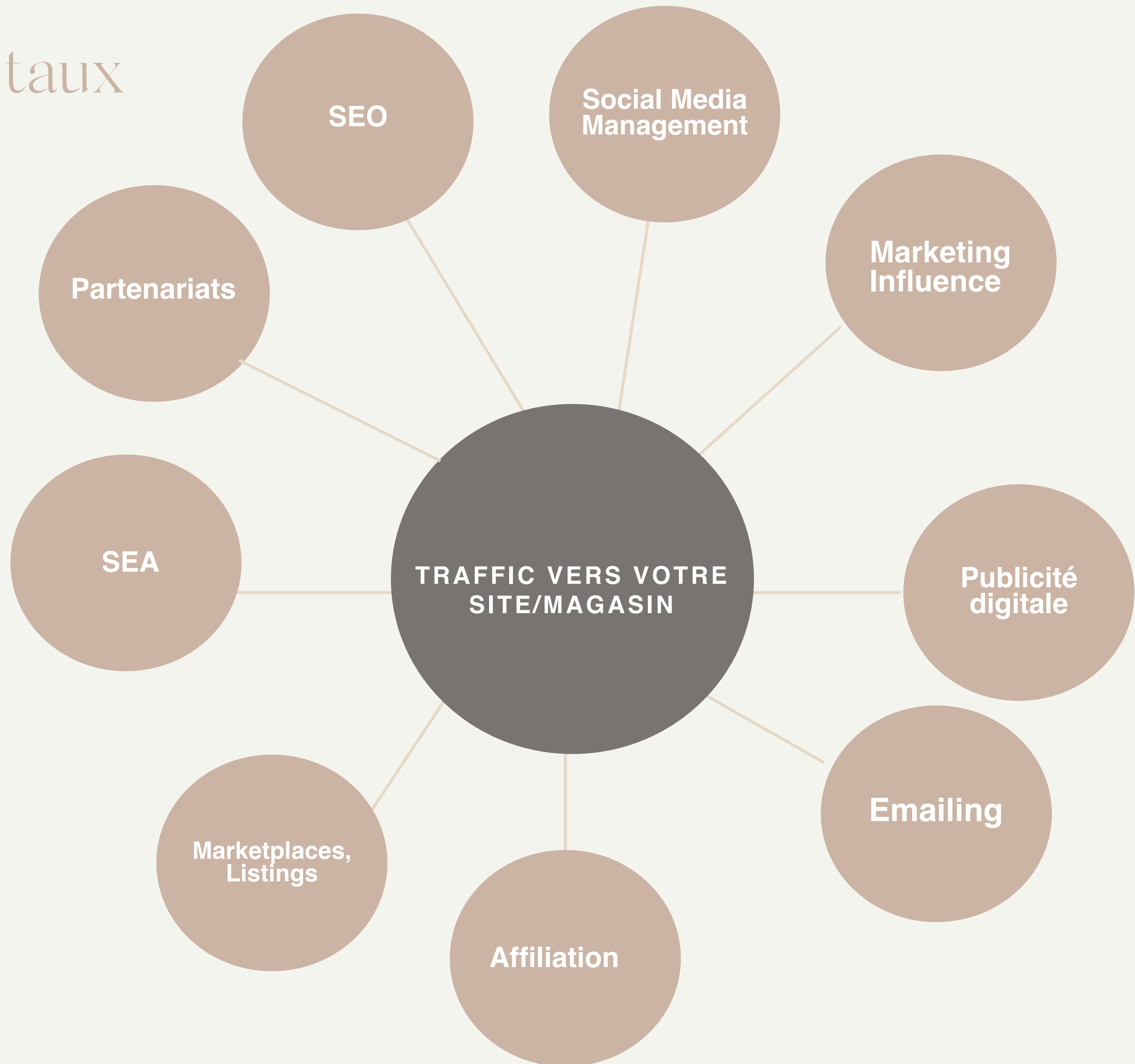
Revenue:
Customer purchases
bike and accessories

PARTIE 3.
LES CANAUX MARKETING

3.1 LES CANAUX 'DIGITAUX'



Canaux Digitaux



SMO: Social Media Management



tiroirdelou Contacter 👤 ▼ ⋮

1 302 publications 15k abonnés 1 646 abonnements

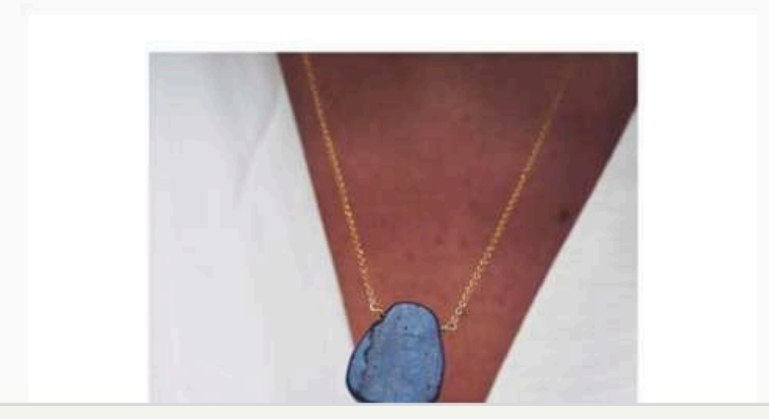
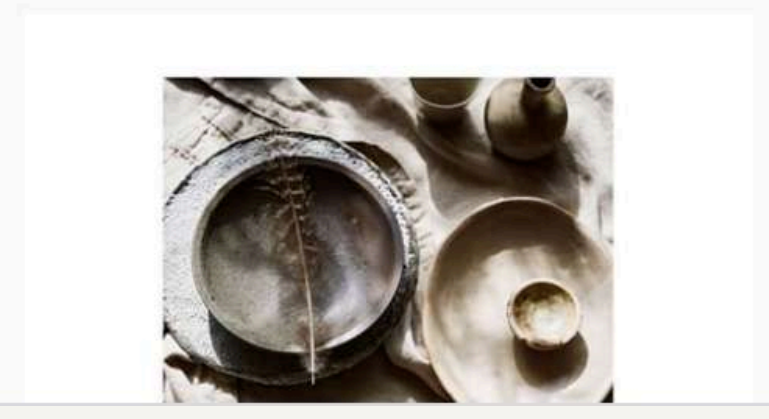
Tiroir De Lou

- 🌿 Handcrafted jewelry
- 🌿 Made with care
- 🌿 By Lou & her team
- 🌿 In their atelier
- 🌿 In Brussels

www.tiroirdelou.com



*Et quand soudain,
l'inspiration monte, on
sait que quelque chose
s'est reconnecté au
creux de nous.*



*Les imperfections
donnent toujours plus*

Marketing d'Influence



lisagachet • S'abonner

lisagachet Grace à Lancôme j'ai eu la chance de rencontrer 4 femmes formidables, nous avons tourné ensemble une vidéo pour lancement du parfum #ldole. Je suis (très bien) entourée de femmes inspirantes que je vous invite à découvrir, Sharone @flammedepigalle artiste, Sakina @sakinakarchaoui Footballeuse en équipe de France, @poupie.tv chanteuse à la voix puissante, Karidia @karidjatoure ac Dream big. Stand @lancomeofficial #WeAreTheFuture #ad

25 sem

26 533 vues
10 SEPTEMBRE 2019

Ajouter un commentaire...



anneclaireruel_mm • S'abonner
Lyon, France

anneclaireruel_mm Bravo @ssika.fr 🌲 Crazy C O N C O U R S INTERNATIONAL 🌲 @josefinabags vous gâte avant Noël ! L'opportunité pour vous de gagner le sac Josefina de votre choix , personnalisation offerte également ! Merci à France pour ce super concours. Pour jouer : * Liker le post * être abonnée à nos 2 comptes * Commenter le post en invitant 2 amies (nombre de com illimité) Tirage au sort lundi 16/12 à 21h, Bonne chance à tous 🌲

To win the Josefina bag of your choice
* Like this post
* Follow @josefinabags and

À gagner : le Josefina de votre choix !

1 041 J'aime
12 DÉCEMBRE 2019

Ajouter un commentaire... Publier

Publicité Digitale

Flothemes
Sponsorisé · 🌐

You don't wanna miss this!
3 new, gorgeous website themes LAUNCHING NEXT WEEK 🚀

Want Early Bird access? 🙌
flothemes.com/spring-collection-earlybird/

FARO

For Destination Photographers & Active... [En savoir plus](#)

8

blooming.rocks
Sponsorisé

ADIEU
LES TAMPONS,
BONJOUR
LES CULOTTES !

Bye bye les fuites et le stress
des règles avec la culotte
menstruelle Blooming !
Le confort et l'assurance
de préserver sa santé intime.

BLOOMING
TECH-WEAR-WELL

Acheter

yoga_connect
Sponsorisé · ▶ Continuer de regarder

Découvrez tous nos cours pour mieux dormir

Profiter de l'offre

brava
bravafabrics
Sponsorisé

Acheter

Emailing

Mona By My Little Paris <contact@newsletter.mona.mylittleparis.com> [Se désabonner](#)

À moi ▾

ven. 21 févr. 1

La boussole des... ,
Si vous n'arrivez pas à voir les images, [lire l'article ici](#)

Mona

La boussole des free-lance

Deux ans de **Mona**, ça donne des centaines de projets et pour la majorité d'entre eux, ça se passe en free lance (bisou le site Autoentrepreneur). En interrogeant des entrepreneuses et des expertes, on a établi une liste de 4 points cardinaux à garder en tête quand on est en free, à plein temps ou en complément de son job salarié :

#1 Cadrer. Les tarifs et les contrats.

Pour les tarifs, grosse prise de tête mais deux techniques : s'inspirer de ceux que les autres pratiquent sur [Malt.fr](#) ou se fixer un objectif de revenus ainsi que le nombre d'heures disponibles pour l'atteindre...et puis diviser. Quoi qu'il en soit, il faut essayer de garder ses tarifs fixes pendant au moins 6 mois. C'est rassurant pour les clients et on ne s'impose pas ces tergiversations plus de deux fois par an.

Pour les contrats, inutile de rédiger la Constitution américaine à chaque mission, il existe des [modèles très simples en une page](#). Un contrat évite les incompréhensions et les 2 456 changements d'avis. Si vous sentez que c'est trop délicat, veillez à ce que la mission soit alors clairement détaillée dans un mail. Classé, rangé, sauvegardé.

#2 Dire non

Les missions c'est comme les *dates*, ça fait flipper de dire non et de passer à côté d'une bonne rencontre mais si vous dites oui à tout le monde, vous n'aurez plus envie de voir personne. Alors on choisit un critère de sélection (ex : que des nouveaux clients, que des sujets inédits, de quoi approfondir une expertise) et on tient bon.

#3 « Get social »

Faites savoir ce que vous faites, quels sont vos clients, vos projets, vos lectures, vos envies. Demandez des recommandations et publiez-les. Ignorez votre nombre de followers ou de likes, les réseaux sociaux doivent surtout permettre à vos potentiels clients de faire connaissance avec vous (le « vrai » vous qu'ils vont voir en rendez-vous). Pour être facilement visible et lisible, vous pouvez mettre la même bio et la même photo sur les différents réseaux que vous utilisez (et faire un compte perso à côté pour les brocantes et les apéros). Et, ô *Lord*, tenez à jour les infos de vos profils, même le dernier mini-truc sur lequel vous bossez.



TheBBoost
Coach Business & Bonne humeur

Hello Delphine Leriche !

En cette fin d'hiver (et plus particulièrement des semaines comme en ce moment où il n'arrête pas de pleuvoir), on a tendance à se faire beaucoup plus facilement rattraper par la procrastination (ou alors c'est que moi ?).

Sauf qu'on a beau être à la fin de l'hiver, on en reste pas moins encore au début de l'année 2020 et je suis prête à parier Delphine Leriche, que t'as pleeeeeein de choses à faire et pas vraiment le luxe de t'accorder du temps pour procrastiner !

Du coup, dans l'article-podcast d'aujourd'hui je partage avec toi mes 7 astuces et conseils du moment pour arrêter de procrastiner et continuer à avancer, quelle que soit ton humeur du jour.

Ce sont celles que j'utilise actuellement pour mon propre business (je dis bien actuellement, parce que comme je n'arrête pas de tester plein de trucs, j'ai tendance à changer d'astuces tous les mois presque 😊).

J'espère qu'elles t'aideront à avoir une semaine super productive avec plein de beaux résultats !

[7 astuces pour arrêter de procrastiner](#)

Affiliation

Et voici toutes les formations incluses

Retrouves ci-bas tous les détails sur chacune des merveilleuses des formations incluses dans Ka-Ching!



Alexandra Martel

Protocole 10

Protocole 10, c'est une formation où Alexandra te guide pas à pas, pendant 10 jours, pour que tu explodes ton prochain lancement avec des textes persuasifs à ton image. Garanti sans vente à pression et sans méthodes de manipulation douteuse.

Prix régulier: 450\$

Kaylynne Johnson

WooCommerce: Vendre en ligne tout simplement

Que ce soit pour vendre des produits physiques, des produits virtuels, des ebook ou des produits affiliés, cette formation te permettra d'avoir une boutique en ligne 100% fonctionnelle rapidement, sans te casser la tête.

Prix régulier: 297\$



Marketplaces, Site de Listing

BRUSSELS' KITCHEN

The guide to food with style

RESTOS NÉO-CANTINES PAUSE CAFÉ BARS BRUNCH EVENTS BK ABOUT US ESHOP EN FR

SEARCH

Recher

NOUS SUIVRE



OFFREZ UN BRUNCH CLUB!



supermimo

Ta localisation (Bruxelles) X Inscris-toi Connecte-toi

DÉCOUVRE **CHERCHE**

Quand **Ce Week-end** Où **à 25km** Quoi **0 filtre actif**

Cool, on t'a trouvé **652 évènements** et **705 bonnes adresses**
du **6 mars au 8 mars** 2020, à Bruxelles - **25km**, avec **0** filtre actif

Aujourd'hui

VEN. 6 Mars ALL DAY LE PETIT CHAPEAU R... La Chose à 8KM	VEN. 6 Mars ALL DAY LA STATION DES RÉV... Yaya Bossa le Grand Retour! à 6KM	VEN. 6 Mars ALL DAY 15 € ATELIER MARCEL HA... Avguste Antonov, piano à 5KM
---	--	---

[SPOTAHOME]

Publier une propriété

Nous visitons les propriétés en location afin que vous n'ayez pas à le faire

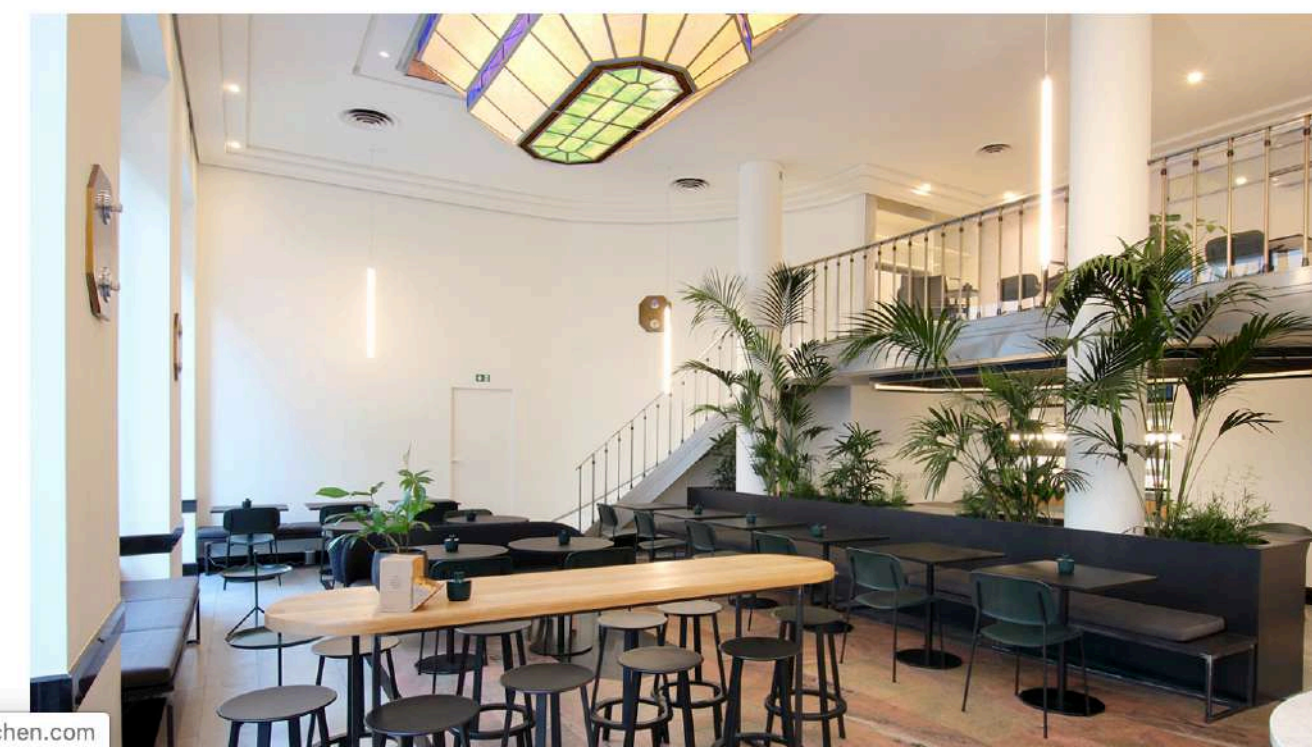
Gagnez du temps, de l'énergie et de l'argent - trouvez et réservez votre nouvelle maison 100% en ligne.

Sélectionnez une ville



Chercher un logement

★ Trustpilot Excellent 4,5/5



Google

CENTRE YOGA IXELLES

Tous Maps Images Actualités Vidéos Plus Paramètres Outils

Environ 208 000 résultats (0,49 secondes)

Annonce · www.brusselsyogaloft.com/ ▾
Yoga in Ixelles | Brussels Yoga Loft
At the Brussels **Yoga** Loft you will find **Yoga** Classes to suit all abilities and levels. We...

Workshops Learn, grow and develop Improve your mind and body.	Affordable Pricing New to the Yoga Loft? Discovery pass unlimited Yoga €65
--	---

Annonce · www.anahatayoga.be/ ▾ 0488 86 24 57
Anahata Yoga Bruxelles | Ecole de Yoga | Evere
1er cours de **Yoga** offert - Venez vous détendre, lâcher prise, danser, ouvrir votre coeur.

Annonce · www.yoga-room.be/ ▾
Découvrez nos studios | Cours de yoga à Bruxelles
Resseztez pleinement tous les bienfaits de cette pratique ancestrale. Téléchargez notre App.

Annonce · www.yogavallee.be/ ▾
La Vallée - Ixelles - Studio de yoga, Pilates, barre au sol, stretching
Un havre de paix entre Flagey et Louise pour toutes vos activités bien-être. **Yoga** Nidra...

Partenariats (Concours, Événements)

*Un moment de rencontre
entre la terre et les fleurs*

@petula.rose
@kimverbeke_ceramics



10-11 et 12 mai
À l'atelier

Terre et fleurs
Avec @petula.rose

Une folle envie en ces jours de printemps
d'associer notre travail le temps d'un WE pour
vous offrir une association Terre & Fleurs
autrement!

nabieditoui 5h

VERY COOL NEWS

SESSUN OUI
X
RUBAN COLLECTIF

Sessun OUI et Ruban Collectif s'associent le temps d'une journée autour du mariage, le 21 mars prochain.

Un workshop papeterie en compagnie de Lise Mailman, un atelier floral avec la présence de Lady Brindille et un goûter pour répondre à vos questions sur l'organisation et la décoration de votre mariage avec Nabie dit oui rythmeront cette après-midi à la boutique des Saints-Pères à Paris.

Attention places limitées, inscription par mail : communication@sessun.fr

Coworking Ixelles



architecte d'intérieur bruxelles



<http://coworkinglist.be> › coworking-ixelles ▼

Coworking Ixelles : trouvez facilement un coworking à Ixelles

Ou simplement à la recherche de l'endroit idéal pour travailler dans une ambiance cosy ? Nous vous proposons la liste des différents **coworking Ixelles**.

<https://fr.m.yelp.be> › ... › Immobilier › Espaces de bureaux/coworking ▼

Les meilleur(e)s Espaces de bureaux/coworking à Ixelles ...

Meilleurs Espaces de bureaux/**coworking** à **Ixelles**, Région de Bruxelles-Capitale - The Library, We Are Open **Coworking**, L42, La Récré Café, Transforma Loi, ...

<http://www.monday.brussels> ▼

Monday - Coworking space

Monday est un espace de **coworking** créatif situé dans la galerie Toison d'or à **Ixelles**. Bureau partagé et salle de réunion dans une ambiance de travail design ...

<https://silversquare.eu> › location › triomphe ▼

Silversquare Triomphe - Espace de coworking à Ixelles ...

Silversquare Triomphe est un espace de **coworking** spectaculaire imaginé par Lionel Jadot, le célèbre architecte d'intérieur belge. La matière, les textures, les ...

<https://thelibrarygroup.be> › location › ixelles ▼

THE LIBRARY GROUP Ixelles - THE LIBRARY GROUP

Vous trouverez The Library **Ixelles** entre l'Avenue Louise et les Étangs d'**Ixelles** ... Envie de coworker à **Ixelles**? ... Envie d'essayer gratuitement le **coworking**?

<http://www.architectes-interieur-bruxelles.com> ▼

Créateurs d'intérieur | Décorateur et architecte d'intérieur à ...

Collectif d'**architectes d'intérieur** et de décorateurs **d'intérieur** qui vous conseille dans la rénovation et la décoration de votre **intérieur à Bruxelles**.

<https://www.starofservice.be> › Bruxelles-Capitale › Bruxelles ▼

Les 10 meilleures Décorateurs D'intérieur à Bruxelles ...

Voici la liste des Décorateurs **d'intérieur** disponibles à **Bruxelles** et ses environs. ... **Architecte d'intérieur à Bruxelles**, je suis à votre service pour écouter vos ...

<https://www.houzz.fr> › Tous les professionnels › Architectes d'intérieur ▼

Les 15 meilleurs Architectes d'intérieur sur Bruxelles, Région ...

Trouvez le meilleur **architecte d'intérieur** sur **Bruxelles**, Région de **Bruxelles-Capitale**, Belgique pour votre aménagement de maison en consultant les profils, ...

<http://www.catherinearnould.be> ▼

Catherine Arnould | Architecte d'intérieur

Après des études d'Art à Londres et des études d'**Architecture d'Intérieur** à St Luc **Bruxelles**, Catherine Arnould fait un stage à Paris chez Jean Michel Wilmotte ...

<https://entreprises-construction-bruxelles.be> › architectes-interieur-bru... ▼

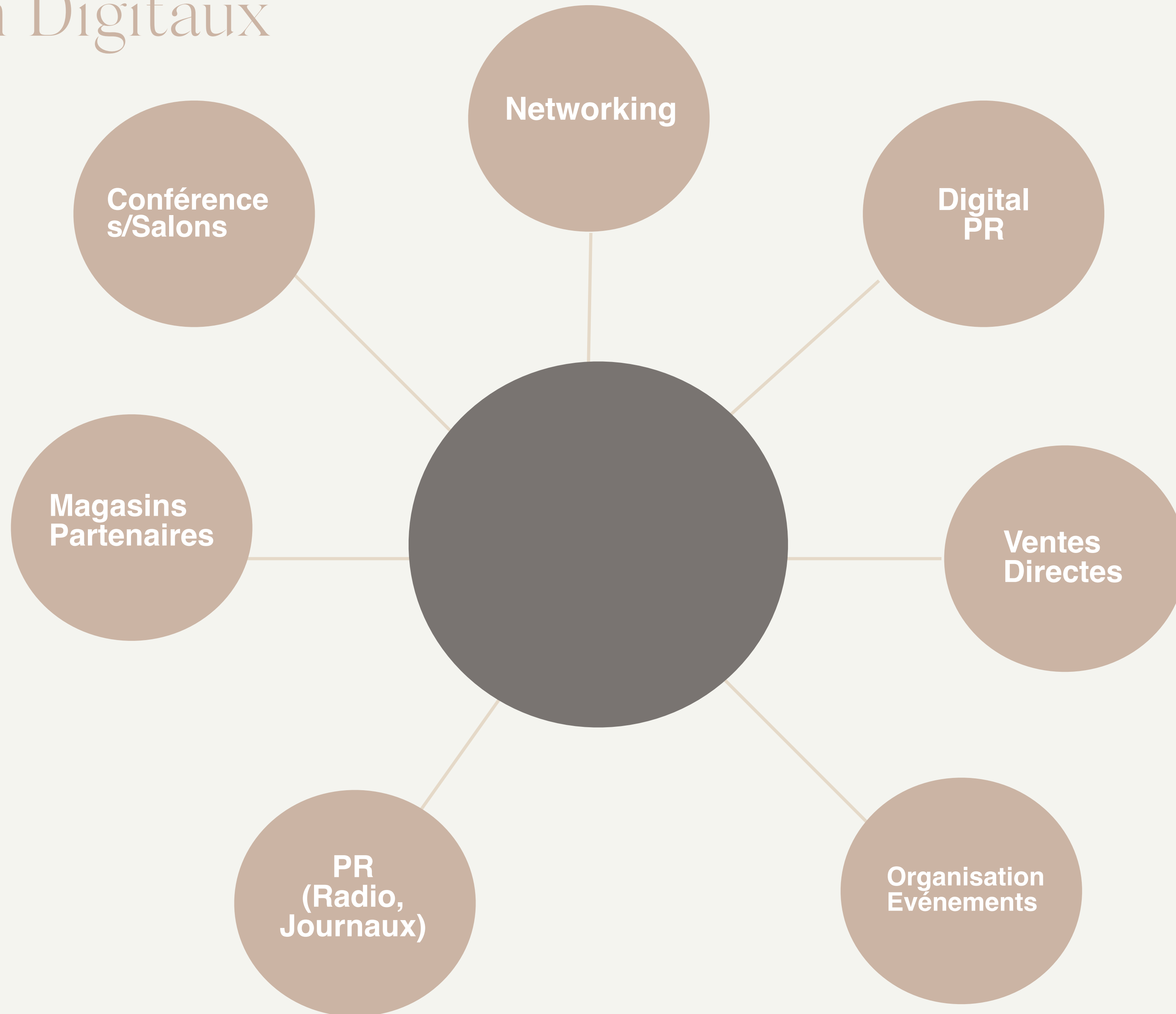
Les architectes d'intérieur - Bruxelles

Liste complète des architectes d'intérieur à Bruxelles et dans la région ... DIA DESIGN **ARCHITECTE D'INTERIEUR - BRUXELLES** - Rue Watteuu 12 - 0495 28 ...



3.2 LES CANAUX 'NON DIGITAUX'

Canaux Non Digitaux





3.3 LES CANAUX MARKETING DANS LE FUNNEL DE VENTE

Etape 1: 'Awareness'

A comme **Acquisition**.

Vous devez mettre votre marque en face de vos utilisateurs potentiels afin qu'ils vous connaissent

—> vous devez capter leur attention

Ici, en général on conseille en B2B/B2C de se concentrer sur les techniques dites de 'Inbound Marketing' (Gratuite)

Partenariats (concours, offre groupée...)	Marketing Contenu (blog, articles, podcast)	SEO	SEO
PR (Radio, Magazine)	Evénements	Flyering	Flyering
Networking	Réseaux Sociaux	Marketing Influence	Marketplace (quefaire, brusselskitchen, booking)
SEA	Affiliation		

Etape 2: 'Activation'

A comme **Activation**. Ici l'objectif est d'engager vos visiteurs à prendre action avec vous. Ce type d'engagement va vous amener à les persuader (convertir) et à les transformer en lead qualifié, c'est à dire en une personne qui, dans des circonstances spécifiques, deviendra votre client.

Landing Page

Outil Chat

Essai Gratuit

Freebie

Onboarding

1er RDV Gratuit

Webinars

Sales Meeting

Devis Gratuit

Etape 3: 'Retention'

R comme **Retention**.

Maintenant que vous piquez de mieux en mieux l'intérêt de vos nouveaux utilisateurs, il faut faire en sorte de les rendre fidèles, de les faire revenir chez vous pour in fine les transformer en acheteurs.

Email Automatique

Remarketing

Newsletter

Suivi Client

SMO

Built-in Retention

Etape 4: 'Revenue'

R comme **Revenue**.

Comment pouvez-vous mener à l'achat et faire en sorte que votre client achète d'autres produits/services

Up-selling

Ristourne si achat
en pack

Upgrade

Offre spéciale

Offre spéciale

Etape 5: 'Referral'

R comme **Referral**. Maintenant que vous avez des utilisateurs satisfaits, incitez vos utilisateurs les plus actifs à jouer les ambassadeurs. C'est la meilleure forme de marketing qui existe.

Viralité

Invitation

Ristourne

Google Reviews

Clients Reviews

Code Promo

**PARTIE 4.
CONSTRUISEZ VOTRE
FUNNEL DE VENTE**

Construire son funnel de vente

comment construire une stratégie de vente efficace



hello@atelierpreface.com

www.atelierpreface.com



L'agence créative qui
révèle l'âme des projets
éthiques et durables



Atelier Preface

Elodie & Delphine

Nous contacter

0497866183

hello@atelierpreface.com

Copyright © 2020