MES OUTILS TRAFIC, PROSPECTS, CLIENTS

Avant de démarrer ce guide : ce guide contient des liens affiliés vers des outils que j'utilise au quotidien. Si vous vous inscrivez ou achetez ces outils en passant par les liens du guide, je recevrai une commission (une manière de me remercier pour ce contenu et j'apprécie) mais vous recevrez également sur certains outils des coupons ou offres d'essais gratuites. Donc à vous de jouer, j'espère que vous apprécierez la somme de conseils que j'ai réunis ici.

Merci d'avoir téléchargé ce guide. Merci d'avoir franchi le pas.

J'aurais tellement aimé avoir eu ce guide entre les mains lorsque j'ai débuté.

Pourquoi ? Parce que pour trouver un outil qui effectue parfaitement les tâches auxquelles on le destine, il faut en tester des dizaines.

Ce qui signifie investir, perdre un temps fou, avoir la foi.

Sans garantie de succès.

J'ai longtemps hésité à mettre à disposition la liste des outils que j'utilise au quotidien. La peur que l'on me vole mes stratégies. La peur de cannibaliser mon offre de conseil.

Ce sont ces outils en effet qui m'ont aidé à atteindre 215 000 visiteurs par mois (275 000 visiteurs maintenant) pour 50 000 abonnés emails.

Ce sont ces outils également qui me permettent aujourd'hui de recevoir chaque mois des 100aines de demandes d'entretiens téléphoniques à travers mon site Webmarketing Conseil.

Pourtant, j'ai décidé de mettre à disposition ce guide à un prix symbolique si l'on considère l'investissement, le temps et l'effort que nécessite l'obtention d'une position dominante sur Internet pour un marché spécifique.

Je l'ai fait pour une unique raison : celle d'établir tout d'abord un contact avec vous et, je l'espère, créer une relation de confiance.

Si à la suite de ce guide, vous vous dites que ces stratégies ont du sens pour votre entreprise, j'aurais atteint mon objectif.

Les idées sont faites pour être volées. Je travaillerai avec les plus motivés tandis que les autres répandront la bonne parole autour de ce guide.

En espérant que ce document vous apporte un maximum de valeur. Bonne lecture.

Rudy Viard

WEBMARKETING
CONSEIL

Internet change votre entreprise

Que vous le vouliez ou non, Internet change votre entreprise.

Internet change votre entreprise car il change la manière dont les clients vous trouvent et vous choisissent.

Les commerciaux ont toujours un rôle crucial. Aucune discussion là-dessus.

Pourtant, les appels à froid fonctionnent moins bien qu'avant.

Pourquoi ?

Parce que les dirigeants n'ont plus envie de se bloquer 30 minutes de téléphone avec un commercial alors qu'ils ne sont même pas encore sûrs d'avoir un besoin.

Vous n'avez pas ce temps ? Vos clients non plus.

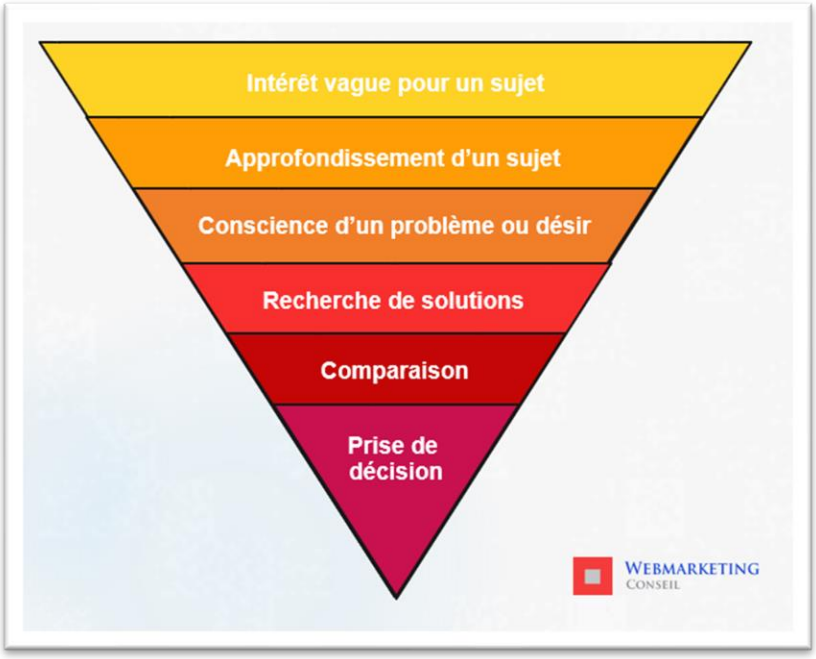
Vos clients préfèrent :

1. Taper une requête sur Google lorsqu'ils ont une question spécifique (exemple : "motiver vendeurs")
2. S'abonner aux sources d'informations et de conseils qui leur permettent de développer leurs compétences
3. Rechercher des solutions directement sur Internet lorsque le besoin devient urgent (exemple : "weekend motivation vendeurs")
4. S'adresser en priorité aux prestataires en qui ils ont déjà confiance ou à défaut aux entreprises dont ils ont déjà entendu parler.

Si votre entreprise n'apparaît pas au travers du chemin arpenté par le décideur dans son quotidien – donc bien en amont de sa décision – faire partie des solutions pour lesquelles il envisage de payer devient plus compliqué.

En inversant la réflexion, ne pouvez-vous pas redessiner le chemin de vos clients pour multiplier les points de contacts et vous trouver au maximum le long de sa route ?

La réponse est évidemment oui : En comprenant ce parcours, il est possible de (re)concevoir votre site comme un système dont l'objectif est d'abord d'attirer vos prospects puis de les évangéliser pour enfin les guider dans leur prise de décision.



En somme, créer un système marketing capable de générer des prospects sur une base régulière, prédictible et exponentielle.

0. Avant de commencer à générer des ventes

Avant d'entrer dans le vif du sujet, je voudrais avec vous vérifier que votre site est suffisamment armé pour que votre stratégie ait une chance de réussir.

Si vous vendez des produits haut de gamme dans un local de 10m2 dans un sous-sol mal éclairé, vous aurez du mal à obtenir des résultats malgré la qualité de votre travail. Les mêmes problématiques s'appliquent pour un site Internet.

Donc la première étape est de vérifier que vous avez bien un site professionnel entre les mains pour avancer.

Tant mieux si ces points sont des évidences pour vous, je préfère m'assurer que vous êtes équipés pour avancer plus loin.

Un rappel pour commencer : site professionnel ne rime pas avec exorbitant.

Un site créé avec Wordpress avec un design de base et créé par vos propres moyens ne vous coûtera pas plus de 200 euros.

Le même site créé par une agence avec des demandes raisonnables en termes de design, de pages et de fonctionnalités devrait vous coûter entre 2000 et 5000 euros.

Au-delà de 10 000 euros, aucune fonctionnalité ne justifie généralement ces tarifs pour un site performant et agréable (sauf si votre entreprise est une marque à très forte notoriété avec des attentes et des besoins spécifiques).

En revanche, pour construire sur des fondations solides, vous devez disposer :

1. De votre nom de domaine (un nom que vous possédez)
2. De votre hébergement (donc pas hébergé sur une plateforme gratuite)
3. D'un design propre et correspondant à l'audience que vous voulez toucher
4. Qui s'adapte à l'affichage sur mobiles et tablettes (généralement on parle de design responsive)

Passons maintenant au crible les différentes situations dans lesquelles vous vous trouvez très certainement.

Scénario 1 : vous disposez déjà d'un site professionnel

Si votre entreprise dispose déjà d'un site adapté (nom de domaine, hébergement, design correct et responsive), vous pouvez bien entendu continuer avec votre système actuel.

Si vous n'avez pas d'espace de publication de contenus sur votre site (nécessaire pour générer du trafic grâce à Google), vous allez cependant devoir installer Wordpress dans un répertoire de votre site (exemple : sur nomdevotresite.com/blog).

Vous verrez que je recommande fortement de passer sur Wordpress si vous en avez la possibilité afin d'éviter les sites d'agence développés avec des technologies « maison », souvent difficiles à faire évoluer rapidement et qui par conséquent vous freineront et vous laisseront prisonniers de votre prestataire.

Wordpress est d'une part une plateforme robuste et en constante évolution mais dispose par ailleurs d'un catalogue d'extensions unique pour mettre en place des stratégies marketing professionnelles à moindre coût.

Scénario 2 : vous avez un site sur lequel vous ne pouvez rien modifier

Si votre entreprise dispose d'un site avec son nom de domaine et son serveur mais que vous ne pouvez rien modifier dessus (site trop vieux, modifications coûteuses, vous n'avez pas les droits d'administration…), deux possibilités s'offrent à vous :

a. Une 1ère possibilité : Installer Wordpress dans un répertoire de votre site (exemple : sur nomdevotresite.com/blog). Vous pourrez ainsi collecter des emails, publier des contenus et des pages optimisées pour la vente. Lorsque vous vous sentirez prêt, vous pourrez alors abandonner votre ancien site en passant intégralement sous Wordpress.

b. Une 2ème possibilité : Abandonner votre site dès maintenant en le remplaçant sur le même nom de domaine par un site sous Wordpress. Si vous êtes absolument bloqué et si le site n'a pas beaucoup de trafic (moins de 1000 ou 2000 visiteurs par mois), il s'agit sans doute du meilleur choix.

Avant d'aller plus loin, j'aimerais porter votre attention sur le fait que, si vous avez déjà un site Internet, en changer maintenant comporte des risques.

- D'une part, cela retardera de plusieurs semaines ou mois la mise en place de votre stratégie Internet et les succès que pourrait vous permettre d'atteindre cette formation si vous passez à l'action
- D'autre part, si votre site actuel comporte déjà de nombreuses pages et contenus, bouleverser cet équilibre ne se fera pas sans perte de trafic

Par conséquent, si votre site tient la route, privilégiez l'option d'installer Wordpress dans un répertoire de votre site plutôt qu'une refonte complète.

Ainsi vous ne resterez pas bloqués, apprendrez au fur et à mesure de cette formation et si, le cas échéant, vous deviez passer intégralement sous Wordpress, vous serez évidemment mieux armés pour faire ce choix.

Scénario 3 : votre site est hébergé sur une plateforme gratuite

En revanche, si votre site est hébergé sur une plateforme gratuite (donc que n'avez pas votre propre serveur, des capacités d'optimisation limitées et peut-être même pas de nom de domaine en propre), je vous conseille très fortement de

redémarrer de zéro à moins que vous ayez déjà a minima 1000 à 2000 visiteurs par mois.

Vous perdrez quelques journées ou quelques semaines mais si vous êtes sérieux dans votre stratégie sur Internet, donnez-vous les moyens de réussir. Le temps et le budget que vous perdrez maintenant est incomparable aux mois de travail inutiles, aux 1000iers d'euros dépensés et à un échec quasiment inéluctable auquel vous ferez face à terme.

Scénario 4 : vous n'avez pas de site (ou vous souhaitez redémarrer de 0)

Si vous n'avez pas encore de site (ou si vous souhaitez donc redémarrer votre site de 0), suivez ces recommandations :

1. Choisissez et achetez un nom de domaine en .com ou en .fr .be .ch .lu .ca selon votre pays (1 heure) sur OVH ou 1&1 par exemple.

Un nom de domaine vous coûtera moins de 15 euros par an.

Choisissez un nom de domaine relativement court. Soit le nom de votre entreprise (exemple : oracle.com) soit la description de votre activité si mettre en avant votre marque n'a pas de sens (exemple : www.webmarketing-conseil.fr).

En évitant les noms à rallonge qui n'ont plus de pertinence en terme de référencement aujourd'hui (exemple : www.prestation-conseil-juridique-paris.fr) et qui vous plomberont à moyen terme si votre entreprise évolue sur de nouvelles zones géographiques ou développe de nouvelles offres.

2. Achetez un serveur pour compléter votre nom de domaine (45 minutes)

Un nom de domaine + serveur mutualisé sur OVH vous coûtera entre environ 50-60 euros par an pour commencer. C'est suffisant pour avancer sans crainte.

OVH a l'avantage d'offrir un service d'installation de Wordpress en quelques clics sur votre serveur. Je vous conseille alors d'acheter le nom de domaine en même temps que le serveur. Si votre entreprise n'a pas de ressources techniques, cela peut dépanner.

Regardez également du côté des services d'hébergement spécialisés Wordpress comme WP Serveur (français) ou WPEngine (anglais).

Il existe bien entendu d'autres services d'hébergement.

3. Installer WordPress sur votre serveur (45 minutes)

Ne faites pas l'erreur d'utiliser wordpress.com qui est une plateforme gratuite d'hébergement de blog mais bien wordpress.org, le système que j'utilise et qui permet de construire des sites professionnels sans trop de ressources techniques et quasiment sans investissement.

Beaucoup d'hébergeurs dont OVH permettent d'installer WordPress en 1 clic.

Pour ce faire, suivez les tutoriels officiels de Wordpress :
1. Télécharger Wordpress
2. Installer Wordpress sur votre serveur
3. Installer Wordpress dans un répertoire

4. Choisissez un design professionnel (1 heure)

WordPress propose des 100aines de templates gratuits que vous pourrez customiser par la suite.

J'utilise pour ma part le thème ultra-simple Astra ou encore le magnifique et multi-usage thème Divi (qui a l'avantage d'intégrer un constructeur de pages complet).

Si vous n'êtes pas satisfait, ThemeForest regorge de templates payants souvent d'excellente facture et sont « responsive » donc optimisés pour un affichage sur mobile, tablette et ordinateur, condition centrale pour bénéficier d'un meilleur référencement sur Google pour les résultats mobiles mais surtout pour ne pas se priver de plus de 50% de votre audience qui désormais utilise Internet en mobilité (dans le métro, dans la rue, devant la télévision…).

Le design est crucial pour augmenter les ventes et transmettre les valeurs de votre entreprise**.** Pour autant, à moins que votre marque soit (vraiment) exposée**,** il vaut mieux débuter avec un site agréable mais non sans imperfection, prendre le temps de comprendre ce qui fonctionne et ne fonctionne pas pour affiner vos besoins plutôt que d'attendre des mois la production d'un site sublime à 20 000 euros développé par une agence mais qui malheureusement devra être remanié.

Pour résumer : tant mieux si vous avez l'opportunité d'avoir un site magnifique et fouillé mais n'en faites pas une condition pour avancer.

Vous pourrez toujours changer de template ou procéder à une refonte graphique avec l'aide d'une agence sans perdre vos pages et contenus lorsque vous aurez plus de trafic et réalisé des ventes. C'est l'avantage d'utiliser un outil comme WordPress.

Par ailleurs, des outils comme Divi, Leadpages, Unbounce, Instapage, Clickfunnels ou Optimizepress permettent littéralement de créer les pages de votre site avec les éléments dont vous avez besoin sans nécessairement avoir recours à un designer.

5. Installez les extensions WordPress suivantes (2 heures)

Il existe des 10aines extensions WordPress fort utiles mais je vais simplement vous lister celles qui sont indispensables si vous voulez penser à long terme :

a. Les plugins liés à la sécurité : ne faites pas d'économies sur la sécurité si vous ne voulez pas perdre le fruit de votre travail (voire votre entreprise) du jour au lendemain.

1. Wordfence pour protéger votre site contre les attaques classiques (virus, malwares, vols de mot de passe…) (gratuit)
2. Block Bad Queries pour sécuriser votre site contre les tentatives d'injection de code malicieux sur votre site (gratuit)
3. Cleantalk pour éviter d'être submergé de commentaires en spam (7 euros par an)
4. Blogvault pour sauvegarder votre site et ne pas vous réveiller en jour en ayant tout perdu (80 euros par an) / Alternative : Updraft Plus pour Wordpress

b. Les plugins liés à la rapidité : la rapidité de votre site impacte votre référencement, vos campagnes de publicité, vos conversions, vos ventes.

1. WP Super Cache pour débloquer la mise en cache des pages de votre site et ainsi accélérer sa vitesse de chargement (gratuit)
2. Autoptimize pour accélérer vos fichiers CSS et Javascript (gratuit)
3. Smush pour réduire le poids de vos images et accélérer leur vitesse d'affichage (gratuit)
4. Fasterize en complément de ces outils pour obtenir les meilleures performances possibles avec votre site (39 euros par mois).

c. Les plugins d'optimisation du référencement :

1. SEO Yoast pour optimiser le référencement de votre site (gratuit)
2. Really Simple SSL pour passer votre site en https (impacte votre référencement)
3. Accelerated Mobile Pages pour plus de visibilité de vos pages et contenus sur la version mobiles et tablettes de Google

Voilà. En 1 journée de travail, vous devriez être prêt à vous lancer.

1. Construire votre tunnel de conversion

Un système marketing capable de générer un flux constant de prospects doit intégrer les 3 fonctions clé suivantes :

1. Disposer de sources pérennes de trafic
2. Transformer ce trafic en abonnés emails
3. Générer des rendez-vous clients à partir de ces abonnements

Pour maîtriser le parcours des clients durant chacune de ces étapes, nous allons devoir construire un « tunnel de conversion ».

Ce qui signifie en d'autres termes qu'avant de commencer à attirer des clients, votre site doit être pensé pour correctement les recevoir et les guider jusqu'à la vente en vous focalisant sur 2 tâches prioritaires :

1. Faciliter l'inscription à votre liste email
2. Inciter à prendre rendez-vous avec votre entreprise

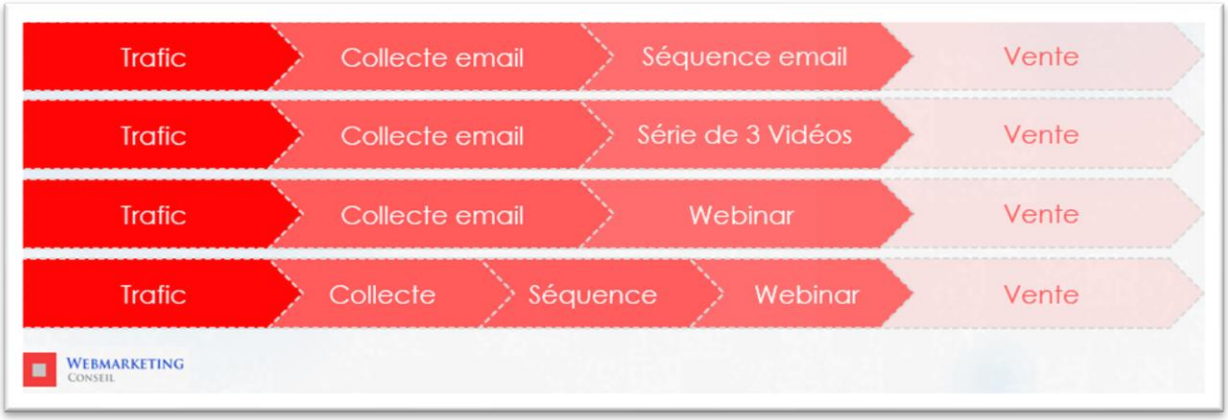
Votre base d'emails est l'outil principal qui va vous permettre de nouer une relation avec vos prospects lesquels, après leur inscription, ne vous connaissent qu'à peine en réalité et ne sont certainement pas prêts à payer pour vos services.

Lesquels sont, en revanche, malgré tout partants pour développer leurs compétences en recevant vos conseils. Jusqu'au jour où ils rencontreront un problème pressant et naturellement prendront contact avec vous (ou tout du moins vous mettrons dans leur « short list » de prestataires à interroger).

"Money is in the list" : Rappelez-vous que plus votre base d'emails grandit, plus vous serez en capacité de générer des prises de rendez-vous tous les mois donc de vendre vos prestations et solutions.

Sans parcours clair, vous perdrez votre temps, votre énergie et votre budget à attirer des visiteurs. Au prix du clic, optimiser l'utilisation de votre trafic est indispensable.

Voici 4 tunnels de conversions classiques :



Commençons par la 1ère partie de votre tunnel : la collecte d'emails.

2. Les outils pour transformer votre trafic en abonnés

Pour collecter des emails, les deux méthodes les plus efficaces sont :
1. D'envoyer du trafic grâce à des publicités vers une page conçue pour augmenter votre liste email (trafic payant)
2. D'attirer du trafic grâce au référencement et aux réseaux sociaux (trafic gratuit)

A. Collecter les emails des visiteurs provenant de la publicité

Le trafic payant (Facebook Ads, Google Adwords…) est une source de trafic et de clients quasiment inépuisable et instantané mais qui a le défaut de vous mettre en concurrence directe avec les acteurs de votre marché.

La publicité sur Internet fonctionnant sur un système d'enchères, elle favorise les entreprises les plus compétitives à savoir celles capables :

1. De transformer beaucoup de clics en clients
2. De générer une rentabilité importante sur chaque client (soit grâce à des prestations à forte valeur ajoutée soit avec des produits facilement reproductibles comme un logiciel ou une formation en ligne)
3. Grâce à un tunnel de vente optimisé pour perdre un minimum d'opportunités.

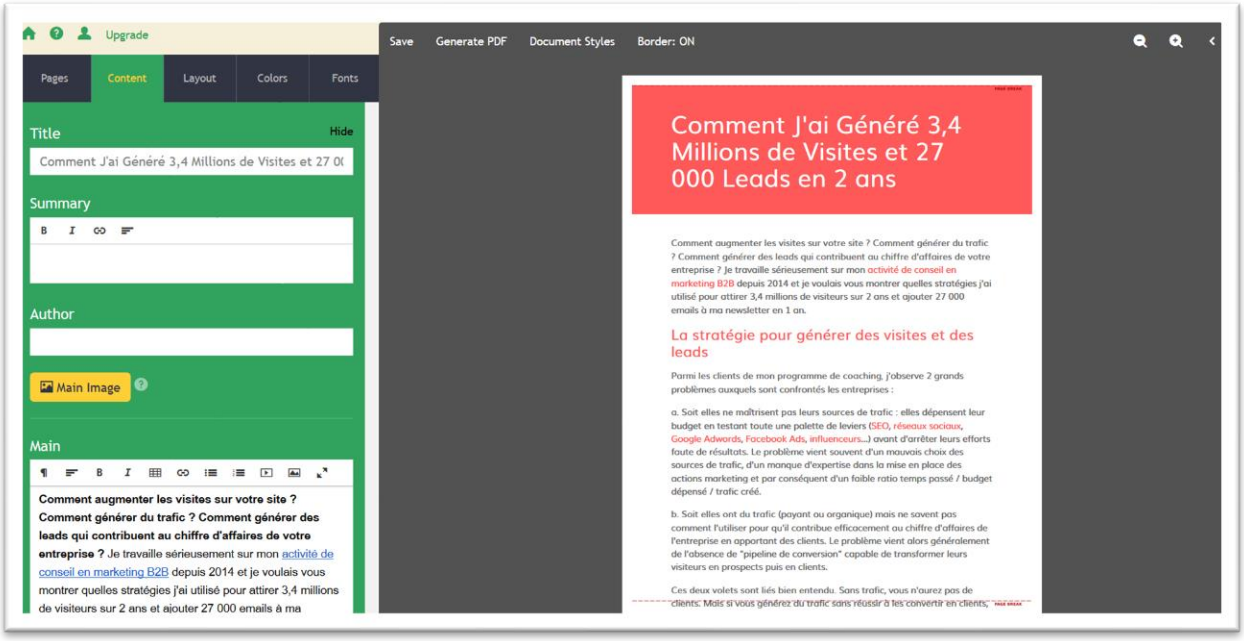
En d'autres termes, pour pouvoir utiliser pleinement le levier de la publicité payante, vous générer plus de chiffre d'affaires pour chaque clic acheté que vos concurrents.

Pour optimiser chaque clic acheté et augmenter rapidement votre liste email, on utilise généralement ce qu'on appelle une « page de collecte d'emails » ou « squeeze page ».

Exemple de page de collecte d'emails :

L'objectif de cette page est d'offrir un cadeau utile et actionnable rapidement par votre cible. Ce genre de cadeau prend généralement la forme d'ebook, guides, templates, livres blancs offerts en échange de l'email du visiteur…

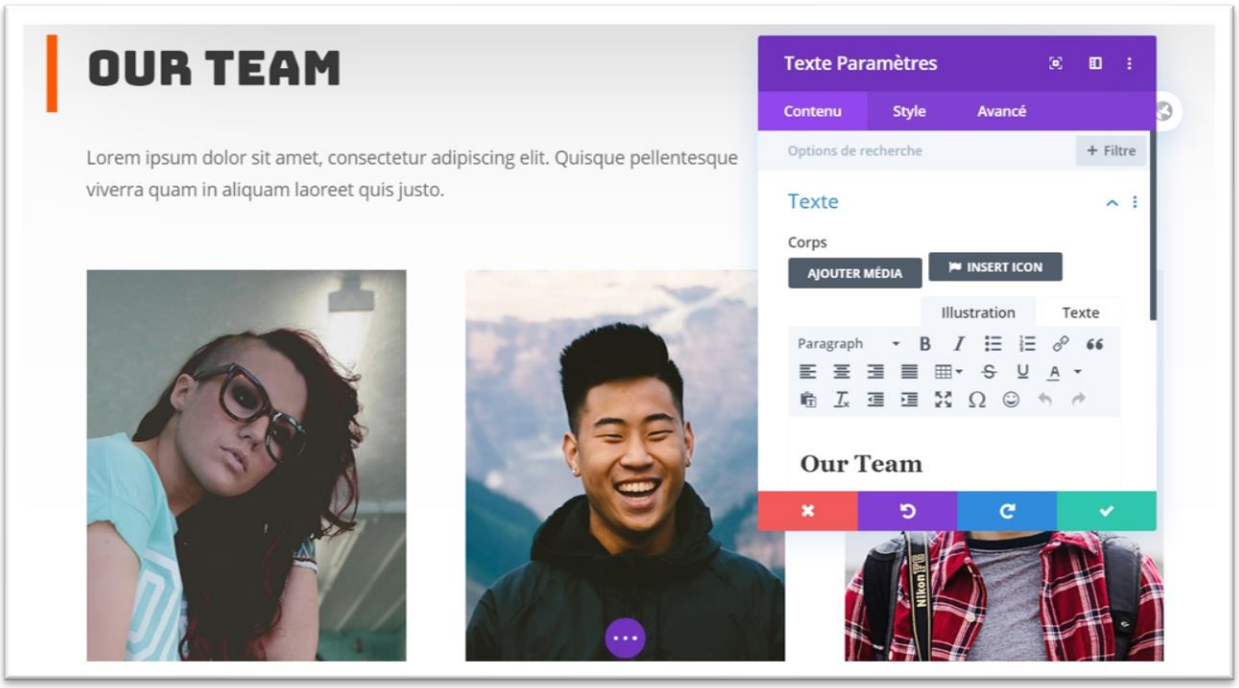
Vous pouvez facilement créer ces bonus grâce à un outil qui s'appelle Beacon parfait pour réaliser vos ebooks et documents rapidement et avec un design professionnel. L'outil propose un plugin permettant même de transformer vos contenus Wordpress en pdf.



Pour construire mes squeeze pages, voici les outils que j'utilise :

1. Divi : Divi est un outil complet et intuitif de création de pages directement intégré dans Wordpress.

Après installation, la prise en main est rapide et permet de créer et modifier vos pages de manière intuitive.



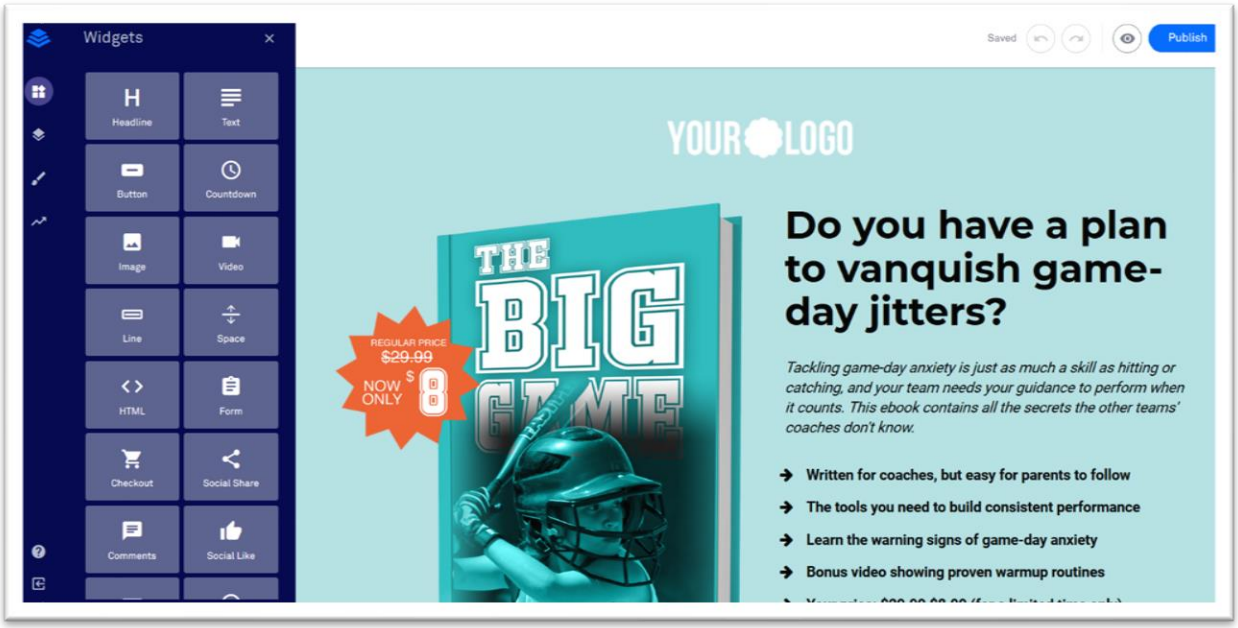
Avantages : l'interface est vraiment propre et les 100aines de modèles de pages sont vraiment professionnels et jolis pour un tarif abordable.

Désavantages : Divi n'est compatible qu'avec Wordpress.

Si vous utilisez Wordpress et souhaitez opter pour une solution à la fois propre et peu coûteuse, Divi sera parfait.

Pour obtenir Divi (environ 75 euros par an)

2. Leadpages : Leadpages est un outil de qualité qui reste accessible financièrement. C'est d'ailleurs l'outil que j'utilise sur Webmarketing Conseil.



Avantages : Leadpages est un outil professionnel avec des 100aines de templates de base permettant de rapidement réaliser des pages au design propre pour vos tunnels de vente sans faire appel à une agence ou un designer.

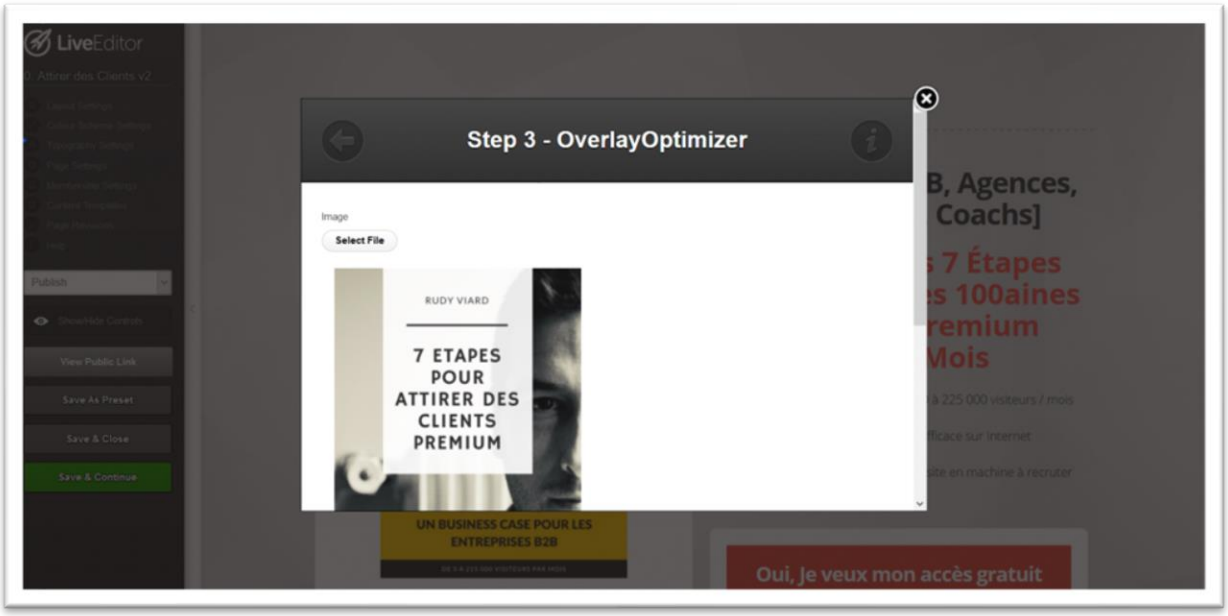
Une fonctionnalité que j'adore (absente des autres solutions) : la possibilité de faire apparaître une pop-up lorsqu'un utilisateur clique un lien, un bouton ou une image (efficace pour vos pages de collecte)

Leadpages [comme globalement tous les outils de création de pages] s'intègre avec toutes les plateformes de contenus : Wordpress, Drupal, Joomla… L'option test AB vous permettra de valider quelles pages et variantes de pages convertissent mieux.

Pour obtenir Leadpages (environ 20 euros / mois pour l'outil de base et 40 euros pour accéder à la fonctionnalité de test AB)

3. Optimizepress : J'utilisais historiquement Optimizepress pour mes pages créées sur Webmarketing Conseil car il a l'avantage d'être peu coûteux et de faire le job.

L'outil permet sans connaissances techniques de placer boutons, images, textes, argumentaires grâce à un éditeur visuel et de construire des pages de collecte d'email correctes (ou toute page de vente) en quelques heures et pour une poignée d'euros.



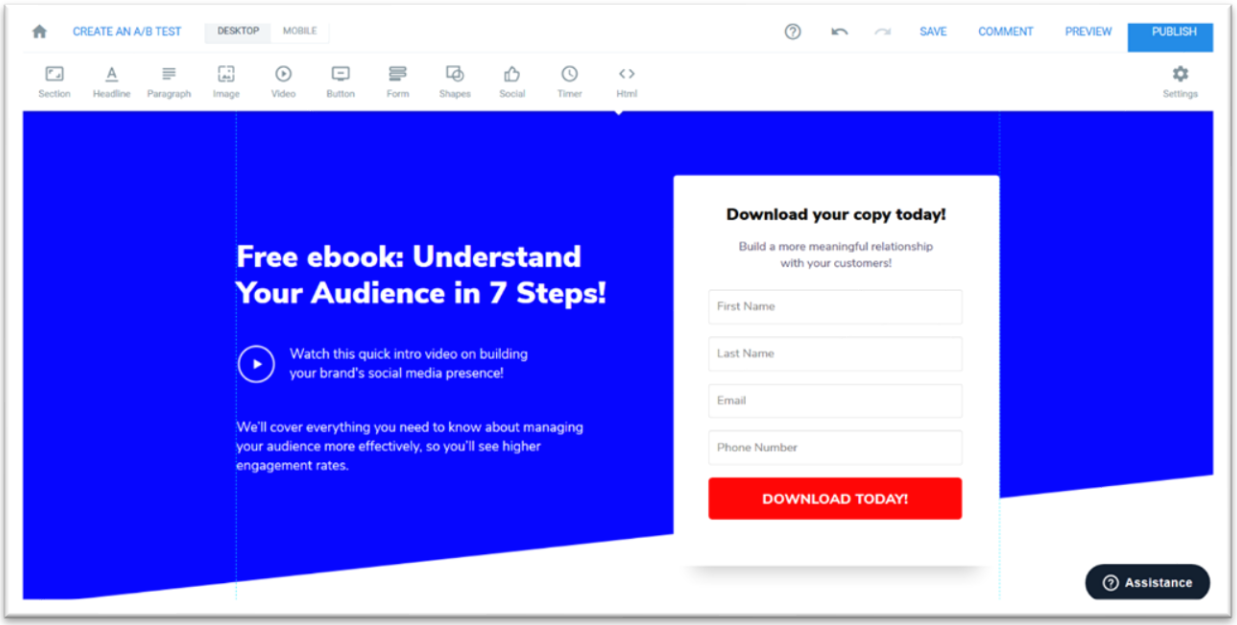
Avantages : vous ne payez qu'une fois (la majorité des solutions fonctionnent par abonnement mensuel).

Désavantages : faire une page vraiment propre nécessite une bonne journée de prise en main même si Optimizepress propose des modèles de pages.

Je ne conseille Optimizepress que si vous débutez (notamment pour les indépendants) et si chaque euro compte pour vous. Dès que vous avez les moyens, je vous recommande des options alternatives certes plus chères mais qui vous feront gagner du temps lors de la création de vos pages.

Pour obtenir Optimizepress (environ 70 euros pour 3 sites)

4. Instapage : Instapage est un outil de création de pages disposant d'une interface facile à utiliser pour des rendus de pages très professionnels.

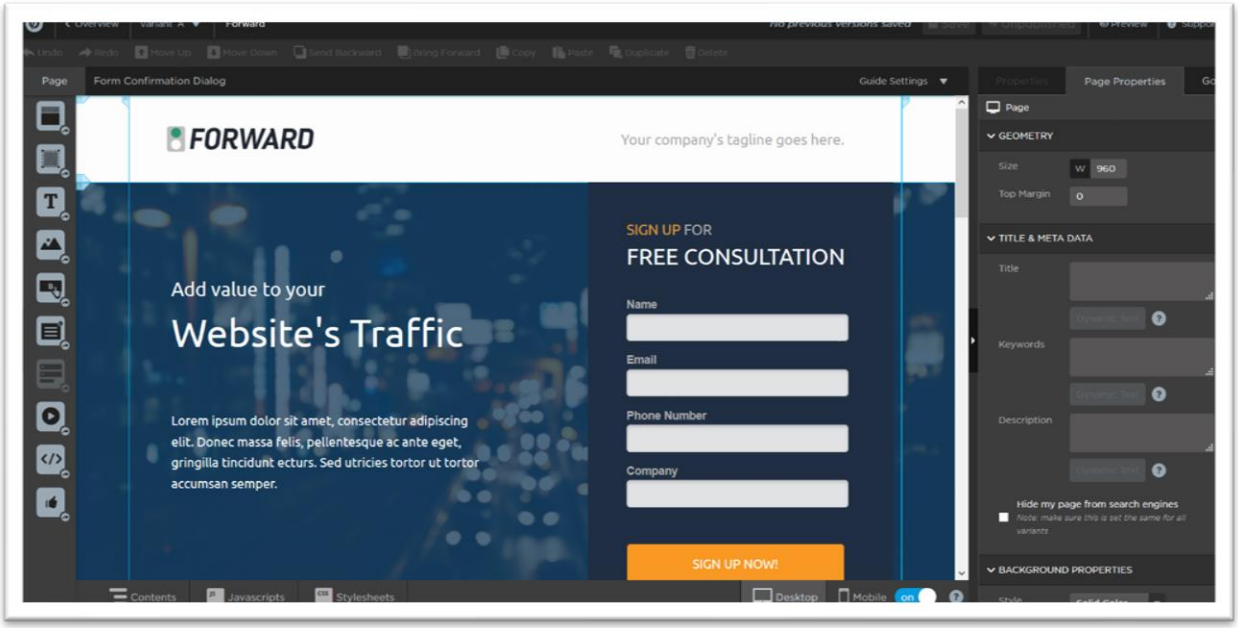


Avantage : Fonctionnalités plus avancées que Leadpages (heatmaps, remplacement dynamique de texte…), des possibilités supérieures de customisation des pages et de nombreux templates de qualité…

Désavantage : Légèrement plus cher que Leadpages notamment en intégrant les tests AB.

Pour obtenir Instapage (environ 50 euros par mois pour l'outil de base et 95 euros par mois pour accéder à la fonctionnalité de test AB)

5. Unbounce : Unbounce est une alternative à Instapage destinée aux entreprises et marketeurs avec des besoins plus spécifiques.



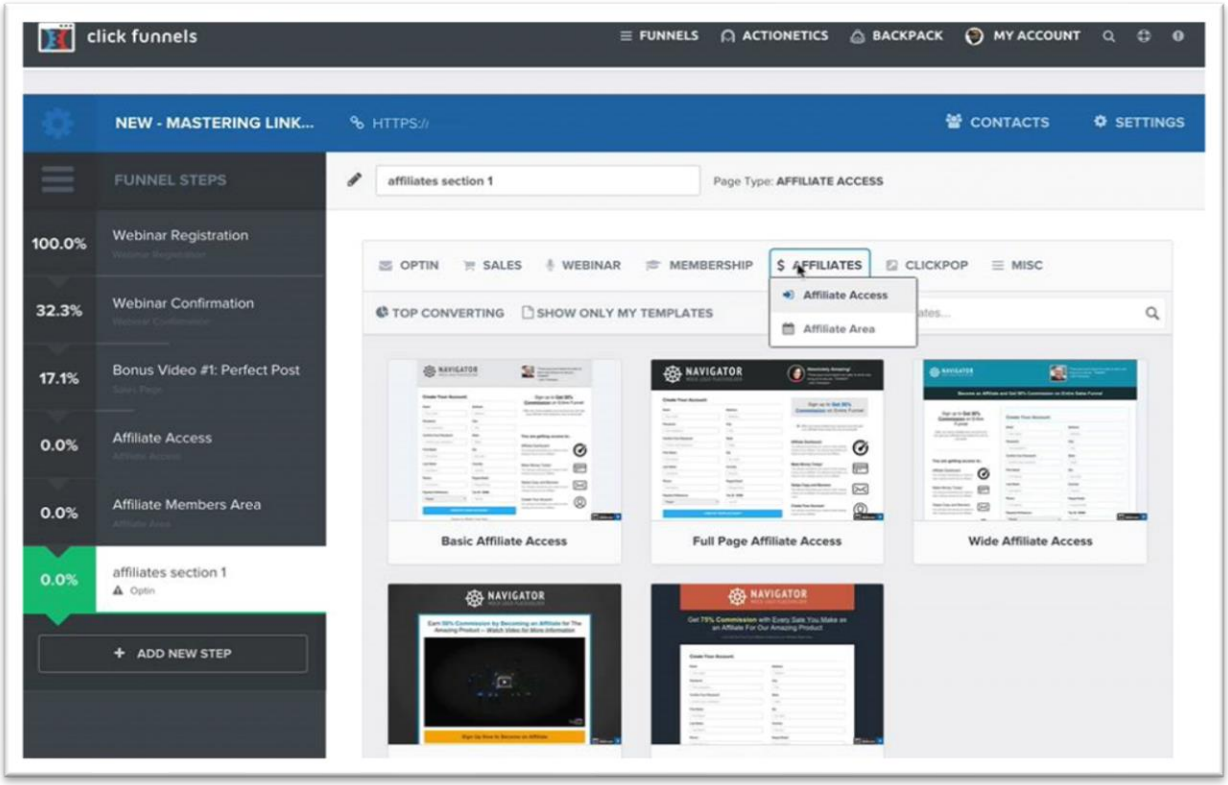
Avantage : Unbounce dispose d'un outil puissant de construction de pages, de nombreux templates qui peuvent servir de bases pour des pages simples ou complexes, des possibilités avancées de customisation de chaque élément de votre page, l'accès à des fonctionnalités de création de pop-ups (il existe des outils spécialisés pour cela mais si vous cherchez une solution intégrée, Unbounce peut faire le job)

Désavantage : Unbounce permet d'aller loin dans le degré de customisation mais est également plus complexe à appréhender.

Pour obtenir Unbounce (environ 66 euros par mois pour l'outil comprenant le test AB)

6. Clickfunnels : Clickfunnels enfin est outil adapté aux utilisateurs souhaitant mettre en place des tunnels de conversion plus complexes avec webinars, paiements, upsells / downsells, pages d'inscriptions…

Exemple de ce qu'est un tunnel : page de collecte d'email ⇢ inscription à une liste email ⇢ redirection vers page de validation vidéo ⇢ proposition d'inscription à un webinar ⇢ validation de l'inscription à un webinar ⇢ renvoi vers une page de vente ⇢ paiement en ligne ⇢ upsell



Avantage : Clickfunnels dispose d'un excellent créateur de page (de la page de collecte à la page d'inscription à un webinar) mais est surtout l'outil le plus puissant sur le marché pour créer des tunnels complets.

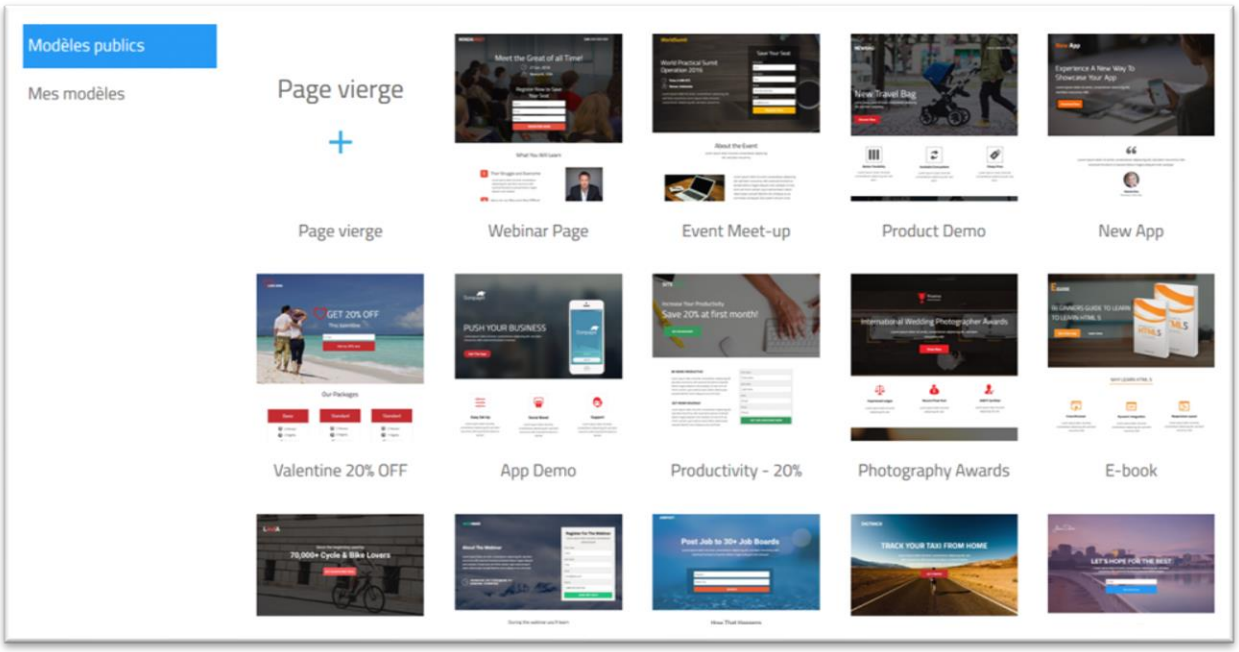
Désavantage : Il ne s'agit pas à proprement parler d'un éditeur de page uniquement mais plus d'une solution globale, de la collecte de l'email jusqu'au paiement. Donc inadapté si vous cherchez simplement à construire les pages de votre site.

Pour obtenir Clickfunnels (environ 80 euros par mois pour l'offre de départ)

7. Leadfox : Leadfox est une solution permettant de gérer et de créer à travers le même outil :

– Vos pages de collecte d'emails et vos pages de vente
– Vos outils de collecte d'email (pop-ups notamment) [nous allons voir cet aspect dans la suite du guide]
– Vos séquences d'email automation [à savoir les séquence email que vous devez envoyer pour éduquer vos clients avant la vente, volet que nous allons traiter également par la suite]

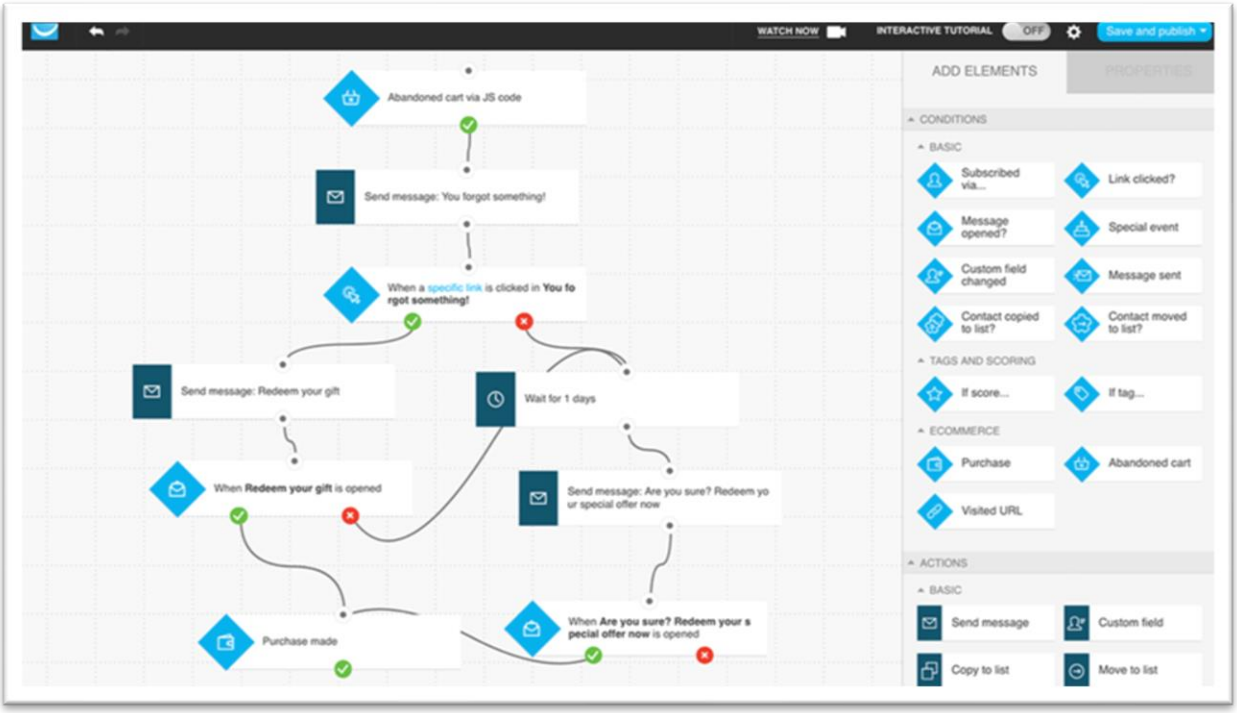
Leadfox permet donc de réunir un ensemble de fonctionnalités dans un même outil, ce qui signifie moins de dépense et surtout un meilleur contrôle.



Pour obtenir Leadfox (environ 30 euros par mois avec 15% de réduction les 2 premiers mois grâce au code WEB15)

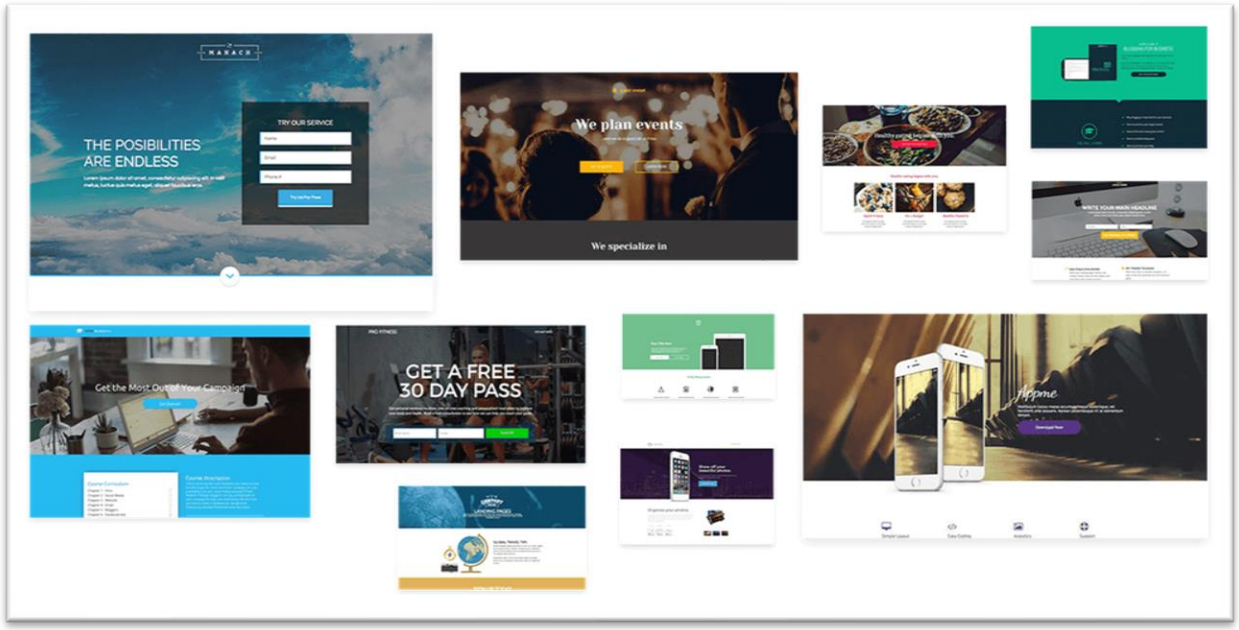
Alternative : GetResponse est une solution intégrée combinant dans le même outil :

- Outil de marketing automation / Auto-répondeur
- Création de landing pages
- Création de pop-ups
- Organisation de webinaires…



Pour obtenir GetResponse (environ 45 euros par mois)

Alternative : Wishpond est une alternative prometteuse que je n'ai pas encore pu tester mais qui permet également de créer des pages (avec des templates qui ont l'air très propres), de collecter des emails et de paramétrer votre email automation.



Pour obtenir Wishpond (environ 41 euros par mois pour l'outil de base et 83 euros par mois pour accéder à la fonctionnalité de test AB)

Pour synthétiser :
Si vous n'avez (vraiment) pas de budget : Optimizepress
Si vous avez un peu de budget : Divi ou Leadpages
Si vous voulez le meilleur : Instapage (éventuellement Unbounce)
Si vous voulez un tunnel de vente complet : Clickfunnels
Si vous voulez une solution intégrant construction de pages, pop-ups et email automation dans un même outil : Leadfox (ou GetResponse ou Wishpond)

Voilà pour les pages de collecte. Il existe de nombreuses autres solutions mais ce sont celles à mes yeux qui répondent le mieux aux besoins des différents profils d'utilisateurs.

Pour les grands comptes, il est parfois malaisé de vouloir utiliser par des outils tiers (qui pourtant font gagner un temps fou). Si vous voulez vraiment développer en interne des solutions propres à votre entreprise, je vous conseille fortement de ne pas réinventer la roue : inscrivez-vous sur ces outils et inspirez-vous de leurs meilleures pratiques.

Nous avons vu comment construire les pages de collecte d'emails vers lesquelles réorienter le trafic acheté sur Facebook Ads par exemple.

Nous allons maintenant voir comment collecter des emails lorsqu'ils proviennent d'un réseau social et/ou de Google.

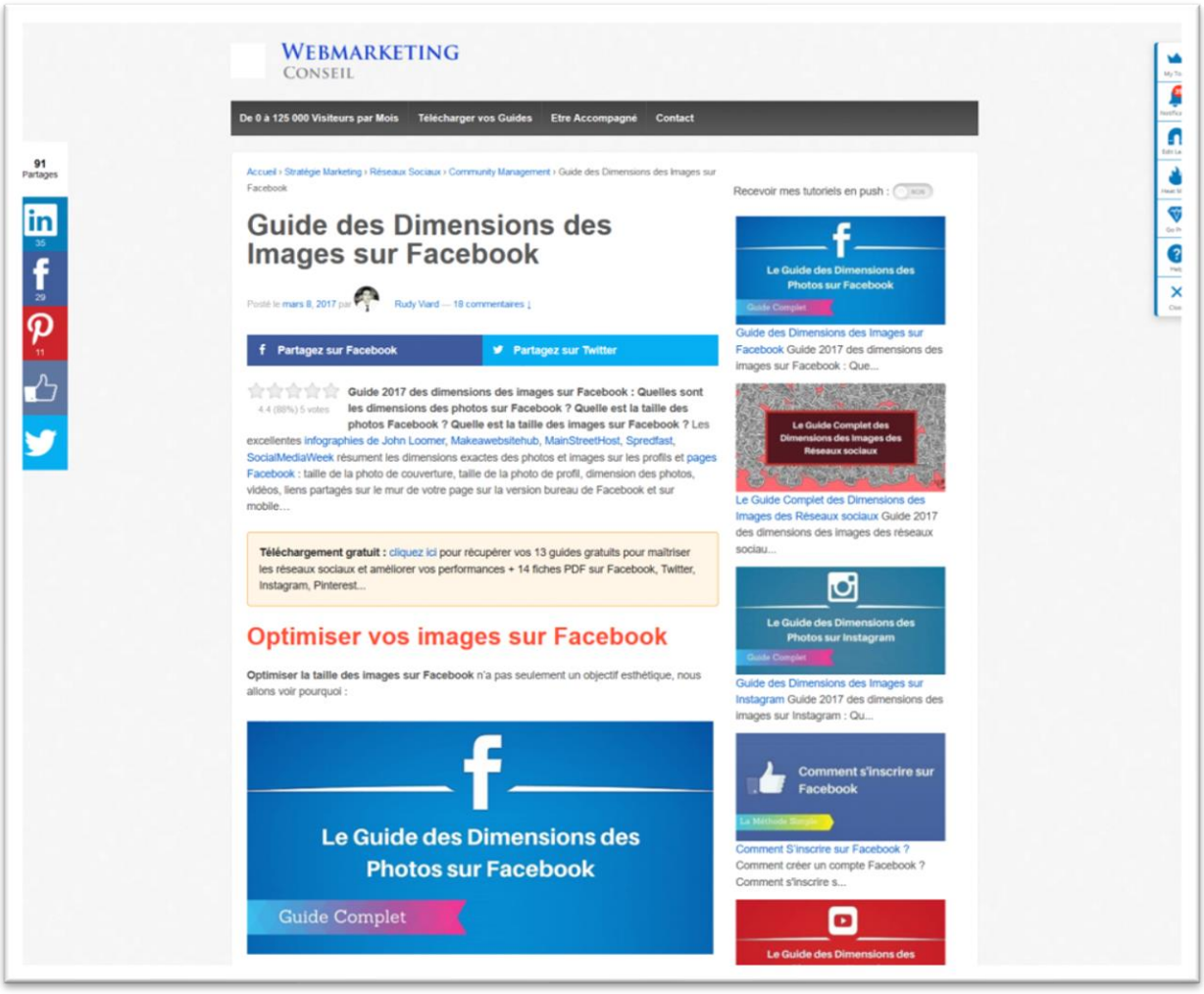
Il est quasiment impossible de ressortir dans les résultats de Google ou d'obtenir beaucoup de partages sur les réseaux sociaux avec une page de collecte d'emails. Si c'est le cas, tant mieux pour vous puisque ces pages sont adaptées pour collecter des emails.

Mais dans 99% des cas, ce sont vos contenus (généralement hébergés dans votre blog d'entreprise) qui génèrent du trafic.

Il peut s'agir :
– D'articles de conseils ("Les 3 clés des projets mobiles qui réussissent")
– D'études ("Les 10 problématiques de recrutement dans les SSII")
– De prises de position forte ("Ne parlons plus de transformation digitale en 2017")
– D'un diaporama partagé sur Slideshare ou d'une vidéo Youtube
– D'un contenu visuel : infographies, schémas, workflows, citations, photos…

Ces contenus génèrent du trafic soit parce qu'ils :
1. Sont plus pertinents du point de vue de Google pour répondre à la question que se pose l'utilisateur.
2. Créent des réactions (positive ou négatives) sur les réseaux sociaux de manière inspirante, étonnante, drôle, choquante…
3. Sont partagés par des influents : votre contenu est repris, relayé ou promu par une personne qui dispose d'une forte audience ou d'une base d'abonnés importante.

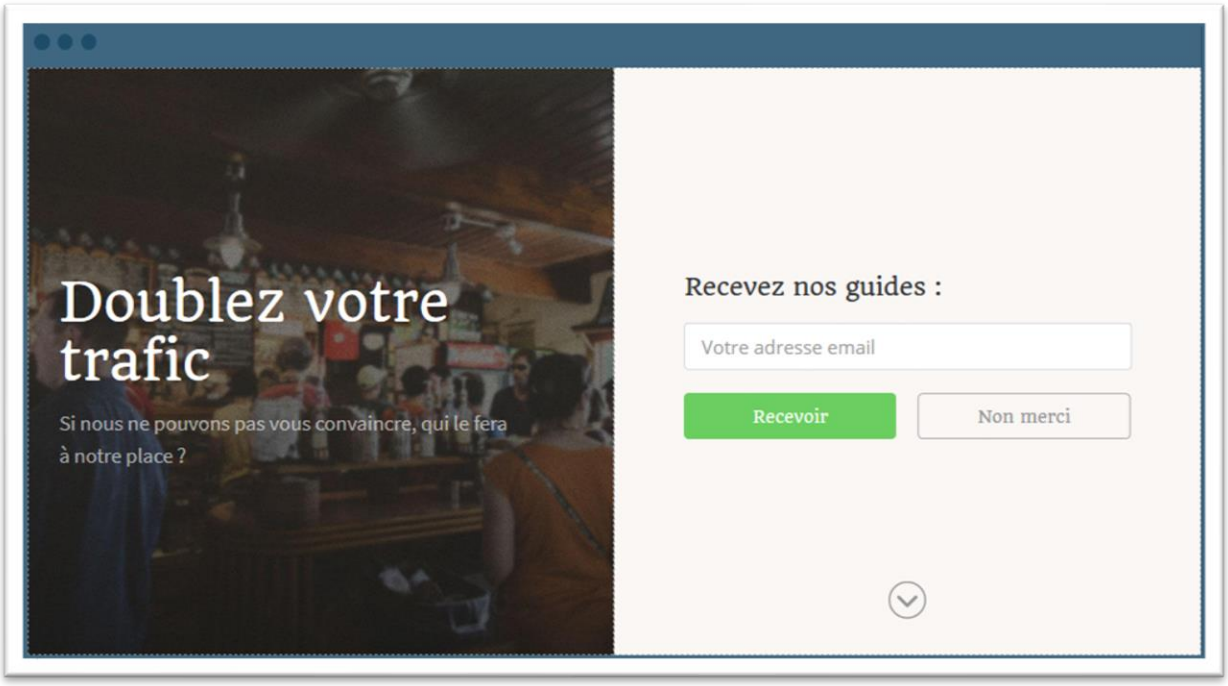
Malheureusement : les pages qui hébergent ces contenus sur votre site (donc votre blog d'entreprise) ne sont pas adaptées pour collecter des emails (contrairement aux pages de collecte d'emails justement) dans la mesure où elles ressemblent à cela :



C'est la raison pour laquelle vous allez devoir utiliser des moyens différents pour encourager les visiteurs de ces pages à s'inscrire à votre liste.

Voici les 3 moyens les plus efficaces :

Le Welcome Mat : Le Mat est un écran qui apparaît lorsque l'utilisateur arrive sur la page de contenus donc avant qu'il accède à ce pour quoi il est venu. Un outil très puissant pour collecter des emails qui peut être réglé pour être moins intrusif (en apparaissant au bout de 2 ou 3 pages consultées par exemple).



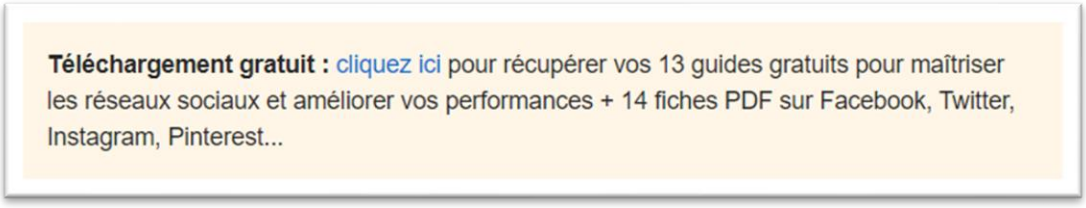
Les pop-ups : Les pop-ups – que vous le vouliez ou non – restent le moyen le plus rapide de collecter l'email de vos visiteurs dont la très grande majorité ne reviendra jamais.

Sans pop-ups installées aux endroits stratégiques et notamment sur votre blog, vous mettrez des années avant de dépasser le nombre critique d'abonnés email vous permettant de croître de manière exponentielle.

Un type de pop-up particulièrement efficace s'affiche lorsque l'utilisateur s'apprête à quitter le site (« pop-ups en exit intent »).

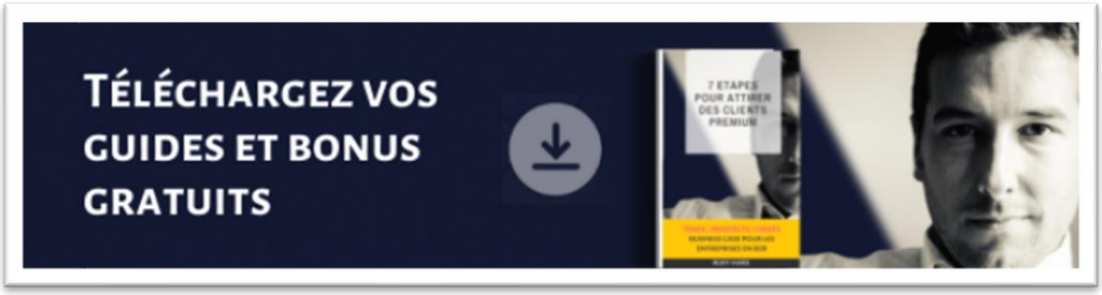
Les content upgrades : Les "content upgrades" sont des guides PDF ou bonus complémentaires d'un contenu et accessibles en échange de l'email du visiteur.

Exemple de content upgrade :

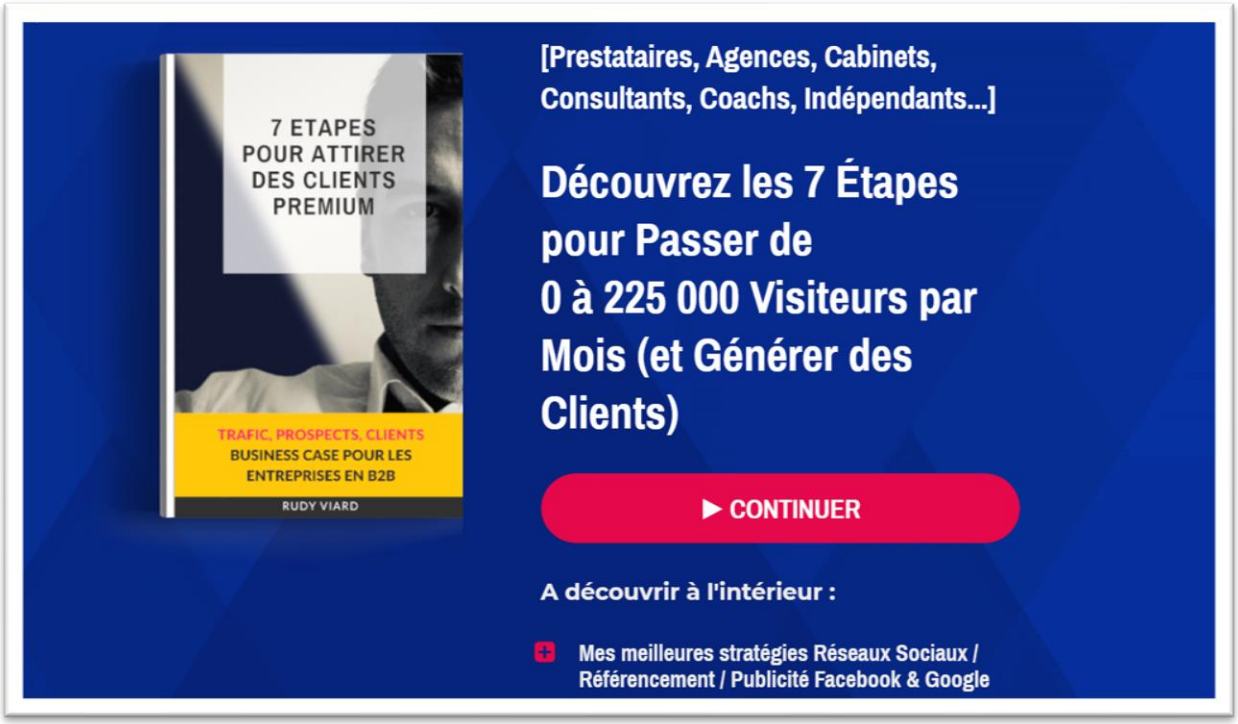


Le clic faisant apparaître une pop-up demandant l'email :

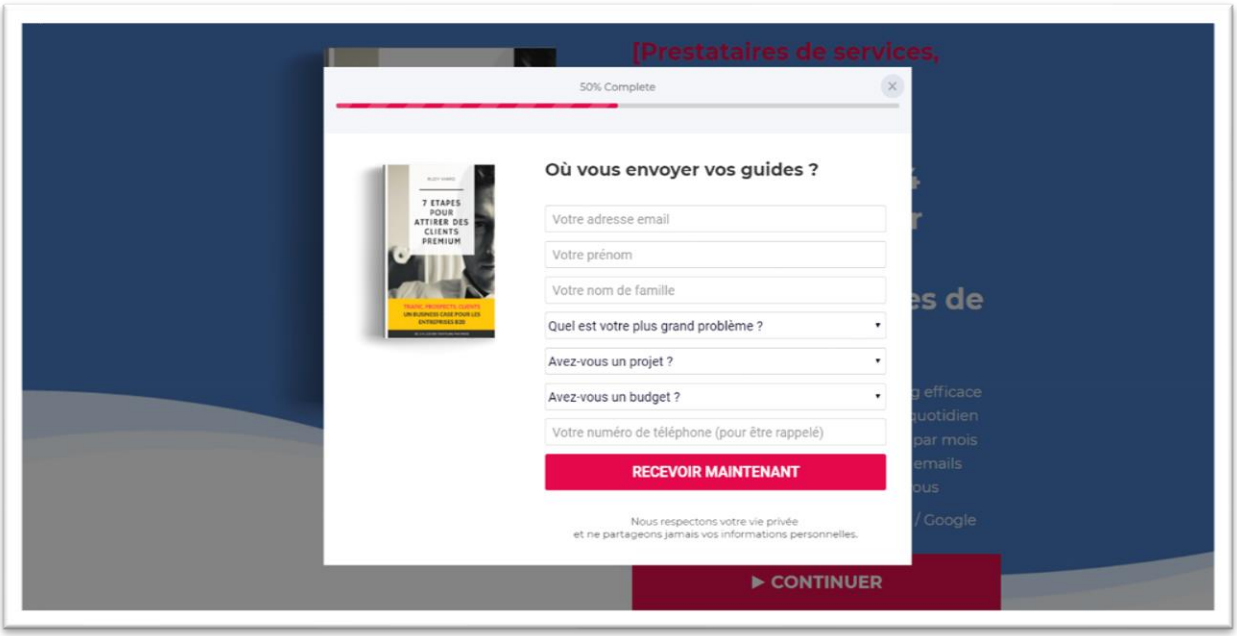
2nd exemple de content upgrade :



Cette fois-ci redirigeant vers une page de collecte de prospect :



Page de collecte où nous pourrons demander l'email voire le numéro de téléphone et des informations sur le prospects ainsi que ses projets.



Voyons quels outils sont à votre disposition pour réaliser cette tâche cruciale de collecter les emails sur vos pages de contenus.

1. ThriveLeads : ThriveLeads est une solution complète et peu onéreuse pour commencer à collecter des emails.

Avantage : ThriveLeads permet de créer les principales briques dont vous avez besoin (Welcome Mat, pop-ups en exit intent, liens cliquables ouvrant une pop-up, content upgrades…), des fonctionnalités de ciblage au niveau où on les attends (en fonction du nombre de pages visitées…) et la possibilité de faire des tests AB.

Désavantage : L'outil de création de pop-ups demande un peu de travail pour obtenir un résultat visuellement propre mais vu le coût de l'outil, le rapport qualité/prix reste excellent.

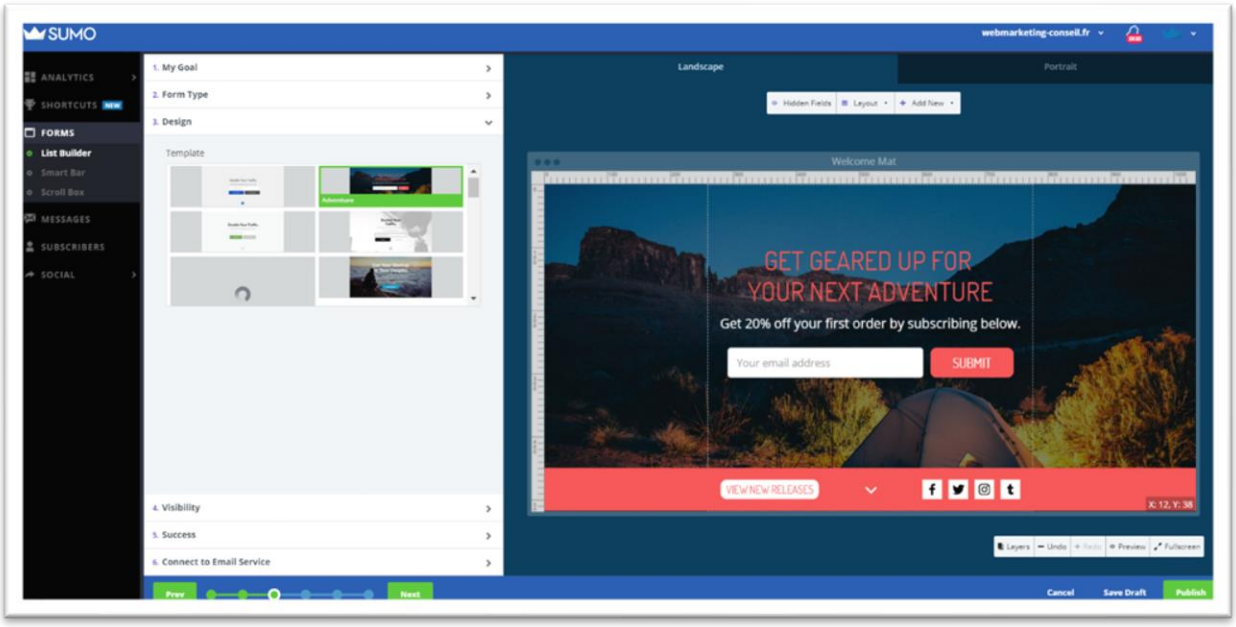
Pour obtenir ThriveLeads (environ 56 euros)

2. Sumo : Sumo est une solution intégrée spécialement conçue pour les sites fonctionnant sous Wordpress et permettant de mettre en place l'ensemble de ces moyens de collecter les emails décrits ci-dessus (et plus d'ailleurs).

Avantages : Il s'agit de l'outil le plus complet sur le marché
– Regroupant des 10aines de fonctionnalités dans un seul outil
– En constante évolution et amélioration
– Offrant une grande facilité d'utilisation
– Ainsi que des ciblages précis pour contrôler qui voit quoi et quand

Désavantage : Il s'agit d'un abonnement mensuel mais la collecte d'emails est stratégique si vous voulez générer des prospects. Il s'agit donc d'un coût à assumer si vous voulez grossir.

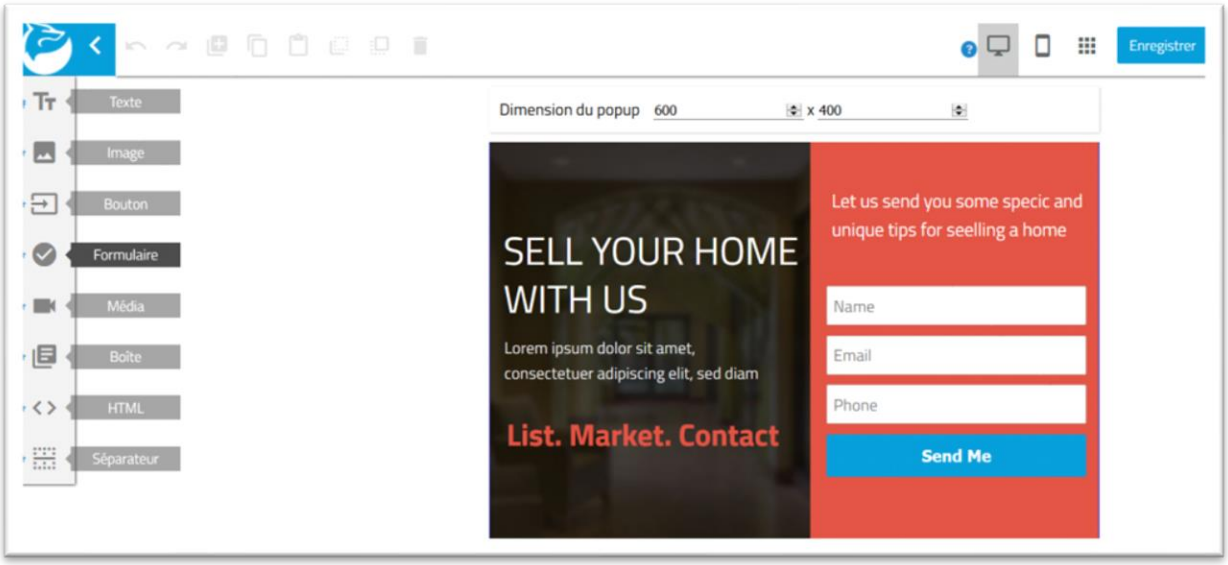
C'est grâce à Sumo que j'ai obtenu mes 20 000 premiers emails.
Aussi simple que cela.



Pour obtenir Sumo (gratuit pour les petits sites puis environ 22 euros par mois)

3. Leadfox : Bien que Sumo reste mon outil préféré en matière de création de pop-ups, Leadfox est une alternative pertinente si vous voulez disposer de tous vos outils au même endroit : création de pages, capture d'emails et marketing automation.

Leadfox permet ainsi de créer toutes vos pop-ups soit en partant de zéro ou en utilisant des modèles puis d'intégrer les emails ainsi collectés directement dans vos séquences automatisées d'emails.

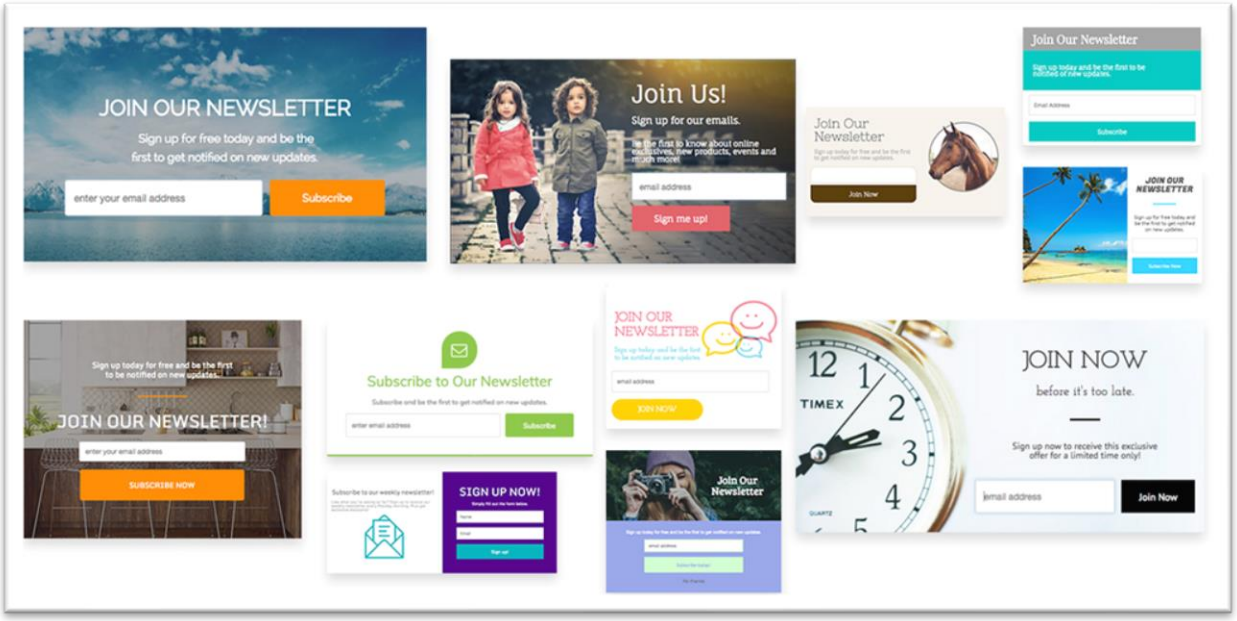


Avantage : Leadfox est une solution intégrée. Si votre entreprise n'a aucune compétence technique, cela vous permettra d'éviter un blocage lié aux paramétrages d'outils. D'autre part, la solution est en français.

Désavantage : Leadfox évolue rapidement et est une solution viable mais le côté « tout-en-un » est à la fois une qualité et un défaut. Leadfox ne peut en effet pas rivaliser avec un combo Sumo / Instapage / Activecampaign par exemple. Ce n'est pas le même prix non plus.

Pour obtenir Leadfox (environ 30 euros par mois avec 15% de réduction les 2 premiers mois grâce au code WEB15)

Alternative : Wishpond permet de créer des pages, de collecter des emails et de paramétrer votre email automation. Il intègre la fonctionnalité pop-up.



Pour obtenir Wishpond (environ 41 euros par mois pour l'outil de base et 83 euros par mois pour accéder à la fonctionnalité de test AB)

Pour synthétiser :
Si vous n'avez pas de budget : ThriveLeads
Si vous voulez le meilleur : Sumo
Si vous voulez une solution intégrée : Leadfox (ou Wishpond)

3. Les outils pour transformer vos abonnés en rendez-vous clients

Nous savons désormais quels outils utiliser pour collecter les emails de nos prospects grâce au trafic provenant de vos campagnes de publicité d'une part et de vos contenus d'autre part (donc grâce au référencement et aux partages sur les réseaux sociaux essentiellement).

La seconde partie consiste maintenant à créer une relation avec vos prospects.

A. Automatiser la relation avec vos prospects

A ce stade, vos abonnés emails ne sont pas encore prêts à passer à l'action. Ils ne savent peut-être même pas encore quel est exactement leur besoin. Ils sont essentiellement abonnés à votre liste pour apprendre et « puiser de l'information ».

Les outils de marketing automation ont pour objectif, à travers l'envoi d'emails, de guider les prospects de la découverte de votre expertise jusqu'à la création d'un lien de confiance avec votre entreprise et finalement (pour une partie de ces abonnés) créer la prise de contact qui mènera jusqu'à la vente.

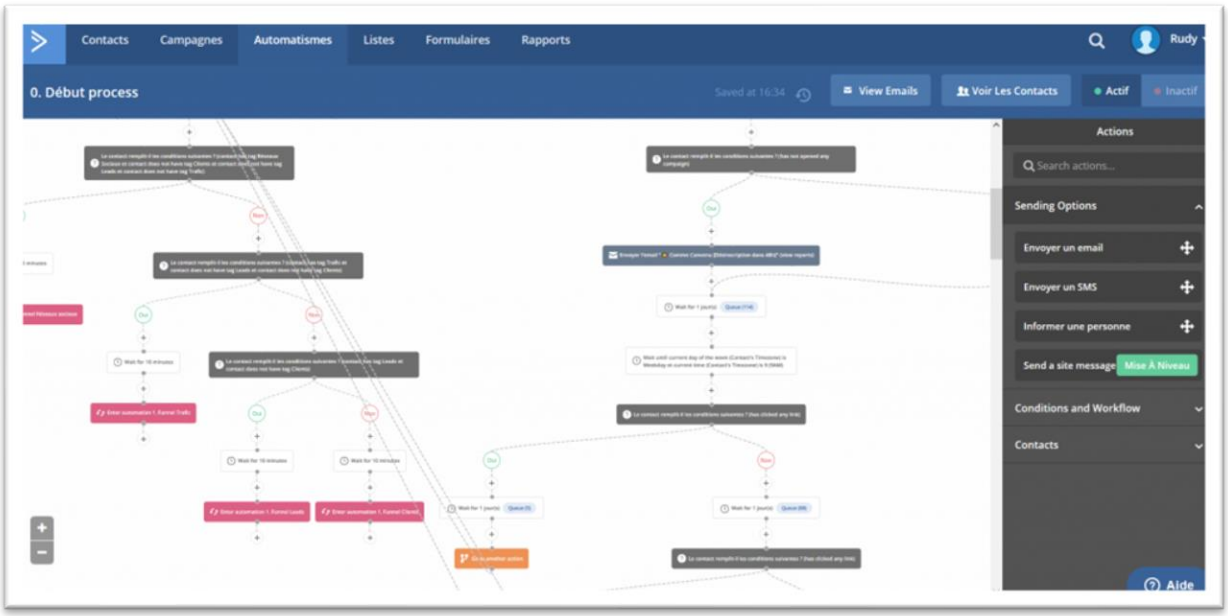
Pour cela, voici mes recommandations d'outils :

Je n'ai pas spécialement de recommandation pour l'entrée de gamme en termes d'outils d'envois d'emails.

Pour autant, Sendinblue - que je n'ai pas testé - a l'air de proposer des fonctionnalités intéressantes de marketing automation à un prix abordable si vous débutez.

1. Activecampaign : Activecampaign est tout simplement le meilleur outil d'emailing que j'ai pu tester. Et j'en ai testé beaucoup..

Activecampaign permet de prendre le relai dès qu'un email est ajouté à votre liste grâce à Sumo ou Optimizepress par exemple (Activecampaign est compatible avec quasiment tous les systèmes en passant).



Avantage : L'outil permet ainsi de créer des scénarios complexes et de déterminer qui doit recevoir quel email en fonction de son comportement : s'il clique ou non l'email, s'il a ouvert tel autre campagne, s'il ne répond plus depuis des mois.

Toutes les segmentations sont possibles de manière simple. Un vrai bonheur. L'outil permet de consulter l'historique de comportement de chaque utilisateur et intègre un mini-CRM pour suivre vos deals.

Désavantage : Au-delà de certains paliers, le coût de l'outil augmente. La fonctionnalité de « lead scoring » permettant de détecter des leads potentiels (au vu de leur interaction avec vos emails) nécessite de prendre l'offre plus chère.

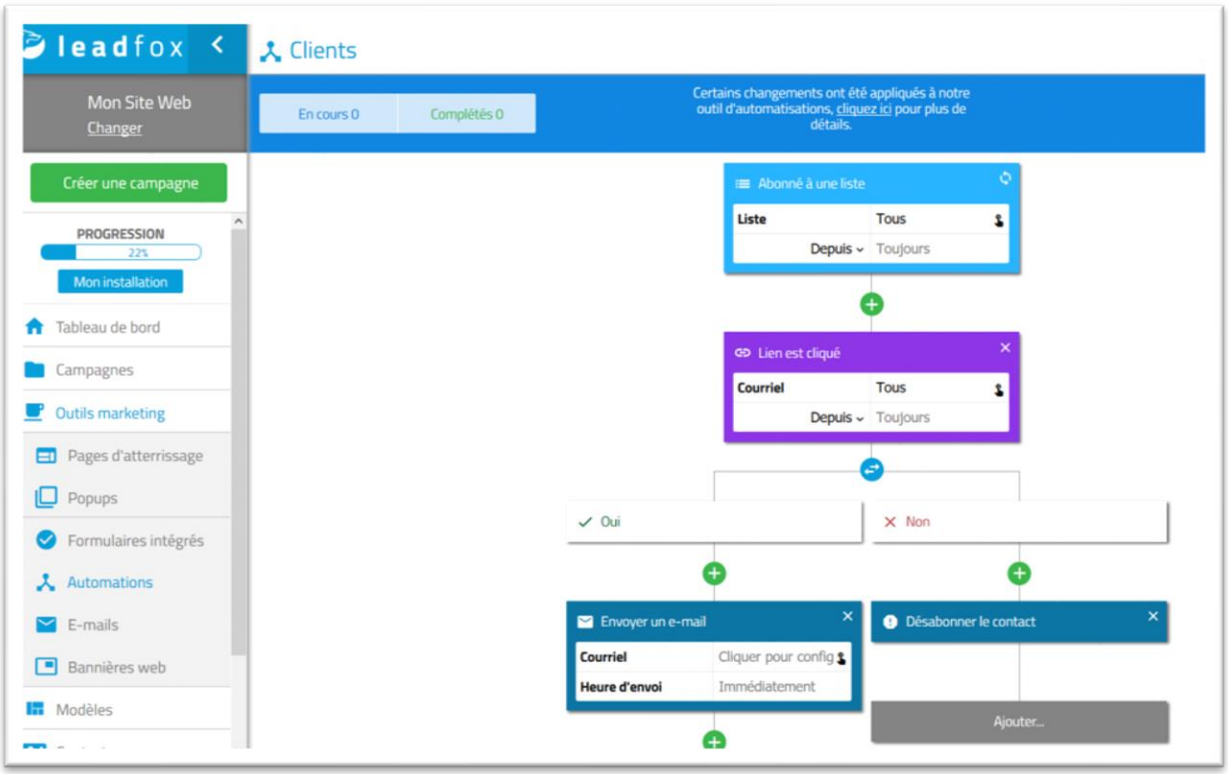
Pour obtenir Activecampaign (12 euros par mois pour l'offre de départ)

2. Drip : Drip est une solide alternative à Activecampaign complètement intégrée à Leadpages (Drip a en effet été racheté par Leadpages)

Avantage : Je n'ai pas pu la tester en profondeur mais il semble qu'il s'agisse d'une solution comparable à Activecampaign en termes de fonctionnalités et de qualité.

Pour obtenir Drip (34 euros par mois pour l'offre de départ)

3. Leadfox : A nouveau, Leadfox est une alternative à prendre en considération étant donné qu'il regroupe tous les outils indispensables (collecte d'emails + création de pages + marketing automation) et que son système de scénarios d'emails comportemental est de qualité.



Pour obtenir Leadfox (environ 30 euros par mois avec 15% de réduction les 2 premiers mois grâce au code WEB15)

Alternative : Wishpond dispose comme nous l'avons vu précédemment de son système de marketing automation avec des fonctionnalités équivalentes à Leadfox.

Pour synthétiser :
Si vous n'avez pas de budget : envisager Sendinblue
Si vous voulez le meilleur : Activecampaign (ou éventuellement Drip)
Si vous voulez une solution intégrée : Leadfox (ou Wishpond)

B. Générer la prise de contact qualifiée

Vous avez désormais les outils pour communiquer avec vos prospects : il va vous falloir maintenant créer la prise de contact capable de mener à la vente.

Ce teasing par email peut se faire en 5 étapes simples :

1. Profitez du 1er email qui délivre votre guide ou bonus pour expliquer qui vous êtes, votre parcours (ou celui de votre entreprise), vos valeurs et ce qui fait que votre expertise est unique.
2. Paramétrez ensuite votre marketing automation pour envoyer 2 à 3 emails afin de souligner les problèmes que rencontrent vos clients et leur faire prendre conscience des pistes qui existent pour résoudre ces problèmes.
3. Profitez des emails suivants pour démontrer votre valeur grâce à des contenus qui démontrent votre expertise et votre capacité à être une « solution ».
4. Faites ensuite la transition pour parler du "pourquoi" il faut passer à l'action, des sont les avantages à agir, des risques à ne pas bouger en projetant le client vers les résultats.
5. Enfin la dernière phase va présenter directement vos offres en expliquant comment vos solutions et vos méthodes peuvent et vont résoudre les problèmes de vos clients et leur permettre d'affronter leurs challenges.

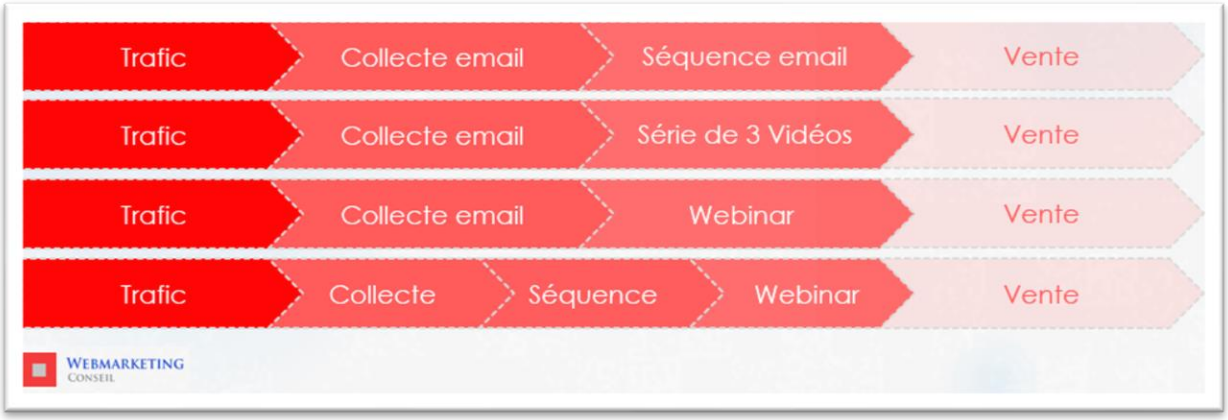
Dans un tunnel de vente classique, les emails de la phase 4 et 5 vont inciter à faire passer vos prospects à l'action avec l'objectif qu'ils prennent rendez-vous avec l'un de vos conseillers / commerciaux (ou qu'ils achètent directement sur votre site).

Pour réaliser cet objectif, vous avez besoin de faire pointer vos emails vers votre page d'offre (ou si vous vendez vos offres directement en ligne vers une page de vente permettant de réaliser la transaction).

Pour construire votre page d'offre, les outils présentés plus tôt dans le document pour créer vos pages de collecte d'emails s'appliquent également. A savoir :

Si vous n'avez (vraiment) pas de budget : Optimizepress
Si vous avez un peu de budget : Divi ou Leadpages
Si vous voulez le meilleur : Instapage (éventuellement Unbounce)
Si vous voulez un tunnel de vente complet : Clickfunnels
Si vous voulez une solution intégrant construction de pages, pop-ups et email automation dans un même outil : Leadfox (ou GetResponse ou Wishpond)

Enfin, si vos offres sont complexes à vendre et nécessitent plus d'explications voire une démo en live)**,** une option consiste à paramétrer votre séquence d'emails pour les premiers envois se focalisent non pas sur vos offres mais sur la promotion d'un webinar, qui jouera le rôle de marchepied avant d'inciter à prendre rendez-vous avec l'un de vos commerciaux ou la vente directe de votre offre.



Les webinars permettent d'attirer une audience toute à l'écoute de votre expertise puis d'exposer vos offres à un nombre important de prospects en même temps.

Parmi les options possibles :
1. Webinarjam
2. Gotowebinar
3. Zoom pour créer des conférences de groupe sans inscription préalable.
4. Everwebinar pour créer des webinars « evergreen » (simulant un direct mais pouvant en réalité être diffusé à n'importe quel moment).

C. Automatiser la prise de rendez-vous

Une fois le visiteur dirigé vers votre page de vente, vous devez faire en sorte :
1. De qualifier le prospect
2. De faciliter au maximum la prise de rendez-vous avec les prospects intéressants

J'utilise pour ce faire 2 outils :

1. Cognitoforms : Cognitoforms permet de poser des questions à vos prospects pour déterminer s'ils sont des candidats idéaux pour devenir de futurs clients et éventuellement les rediriger automatiquement vers une prise de rendez-vous.

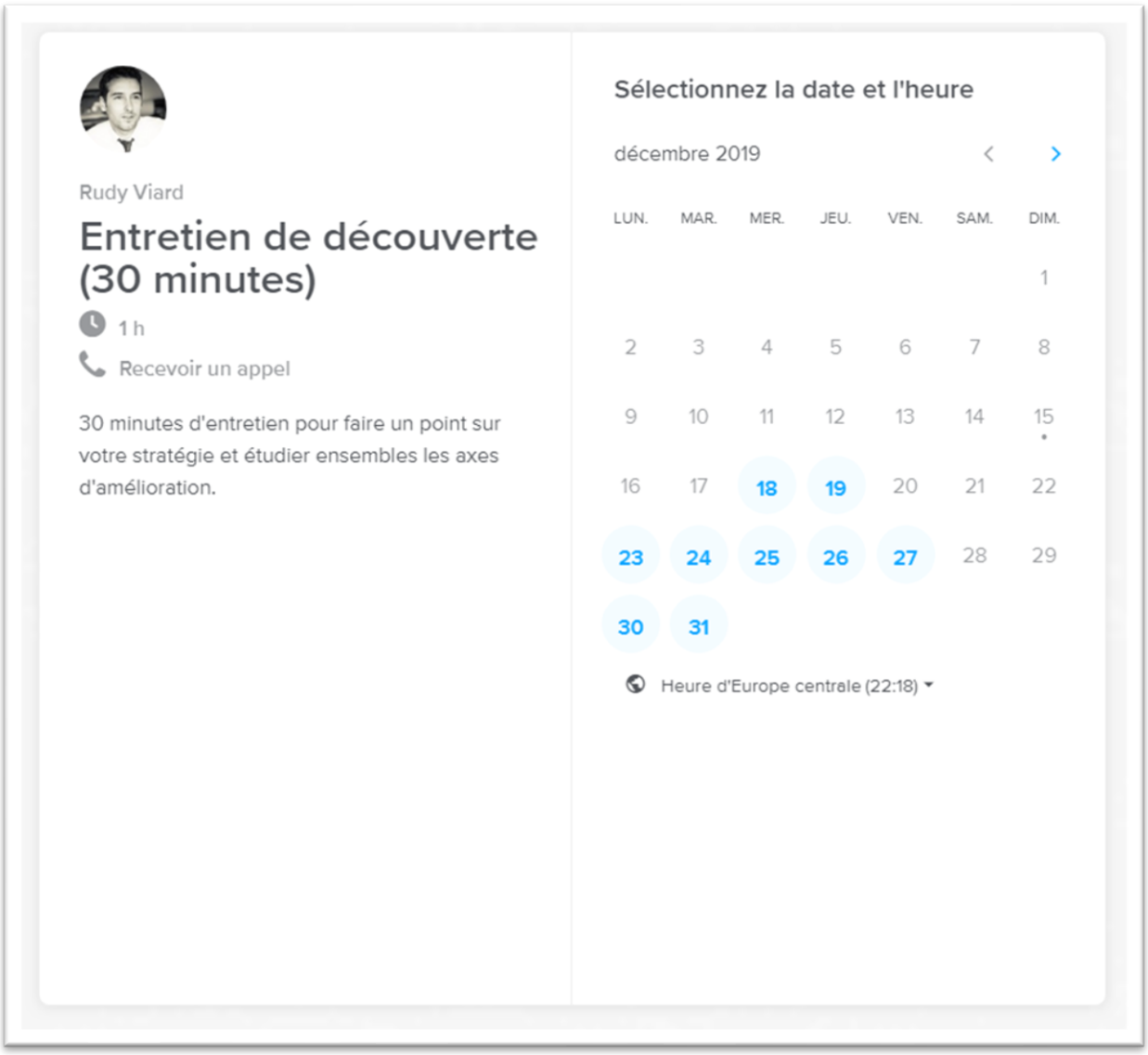
Avantage : Cognitoforms est gratuit.

Désavantage : Vérifiez qu'il peut s'intégrer à votre CRM si besoin.

Pour obtenir Cognitoforms (gratuit)

Alternative : Typeform

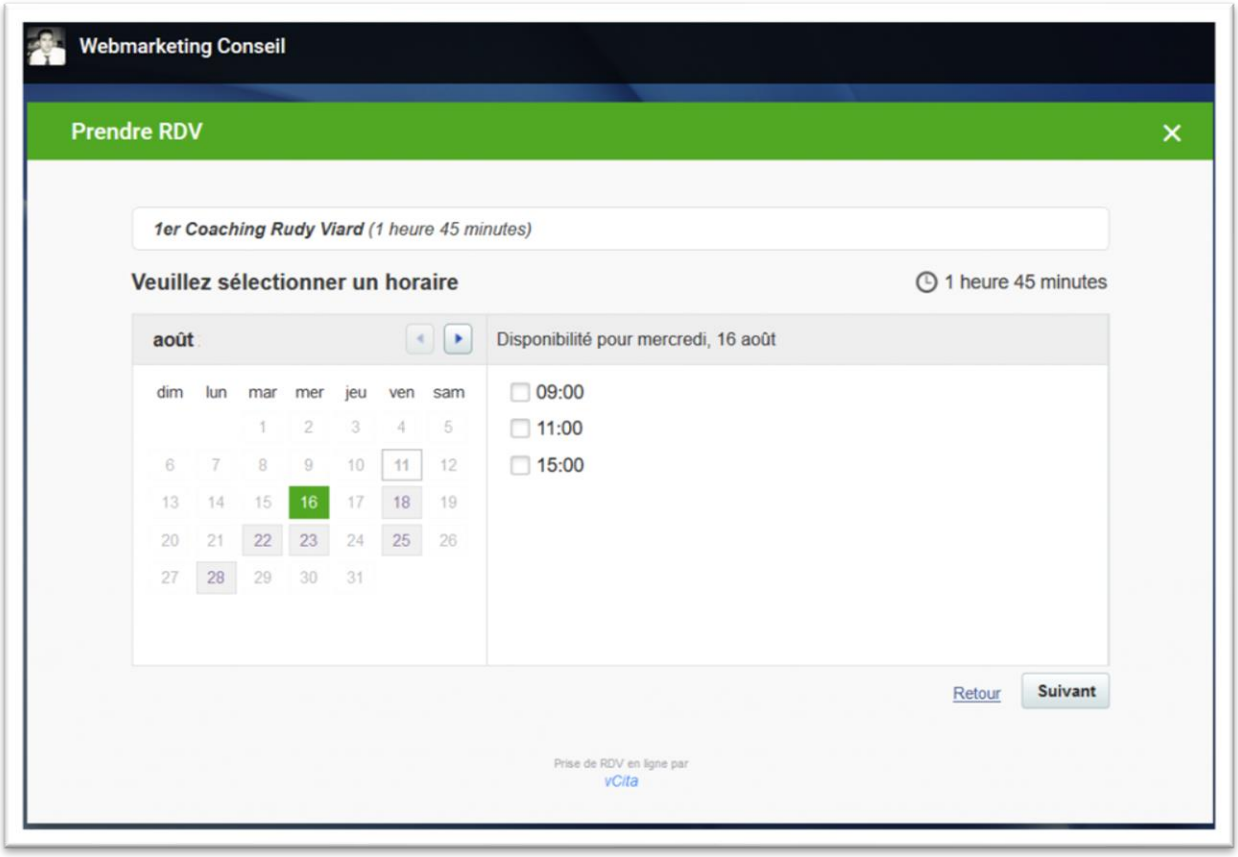
2. Calendly : Calendly est un outil de prise de rendez-vous. Il s'intègre à votre Google Agenda, Outlook, iCal ou Hotmail et permet de proposer à vos clients vos créneaux disponibles (par téléphone, sur Skype ou en réel selon votre processus de vente).



Avantage : Calendly permet également de poser vos questions de qualification directement durant le processus de prise de rendez-vous.

Pour obtenir Calendly (gratuit)

Alternatives : Vcita et Scheduleonce / Oncehub sont des applications similaires à Calendly. Elles proposent des fonctionnalités supplémentaires mais pour l'abonnement est payant.



Pour obtenir Vcita (autour de 120 euros par an pour la prise de rendez-vous en ligne)

Vous avez désormais un système de génération de rendez-vous. Il vous faut maintenant faire rentrer des visiteurs dans votre tunnel de prospection.

D. Automatiser la signature de vos contrats

Maintenant que vous êtes capable de générer des rendez-vous, vous devez également pouvoir automatiser la signature de vos contrats.

Adobe Sign est une solution permettant de signer électroniquement vos contrats tout en garantissant la validité de la transaction entre les deux parties à travers un coffre-fort sécurisé.

Avantage : Permet de gagner du temps dans vos transactions et conserver une trace de vos contrats.

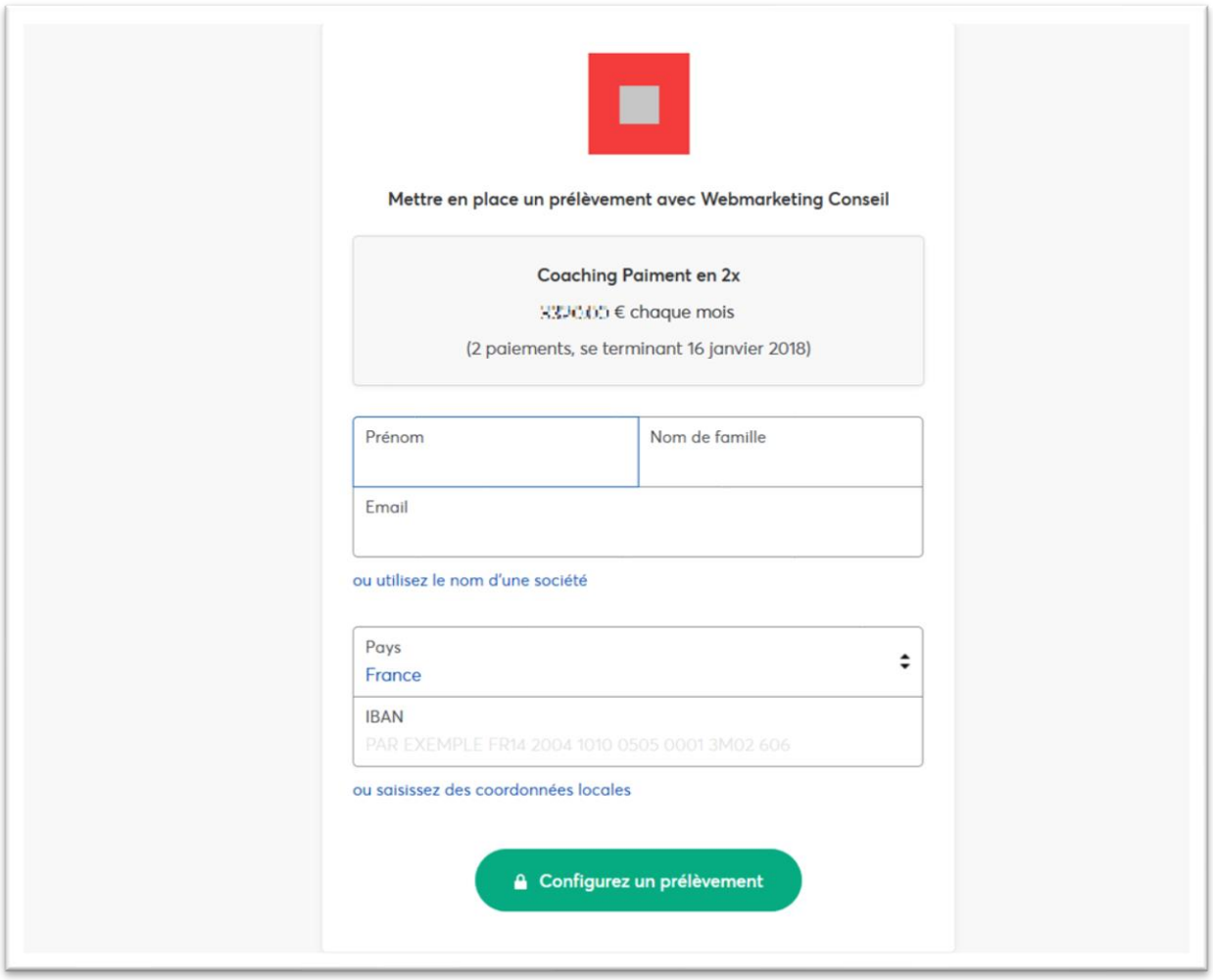
Désavantage : Ne s'adapte pas à tous les types de clients (notamment très grands comptes).

Pour obtenir Adobe Sign (autour de 25 euros par an)

E. Automatiser vos paiements

Terminons avec le paiement de vos transactions. Payer en ligne ne s'adapte pas forcément à tous les types de prestations ou de produits. En revanche, il s'avère parfaitement adapté pour des ventes de produits physiques (livre…) ou virtuels (formations…).

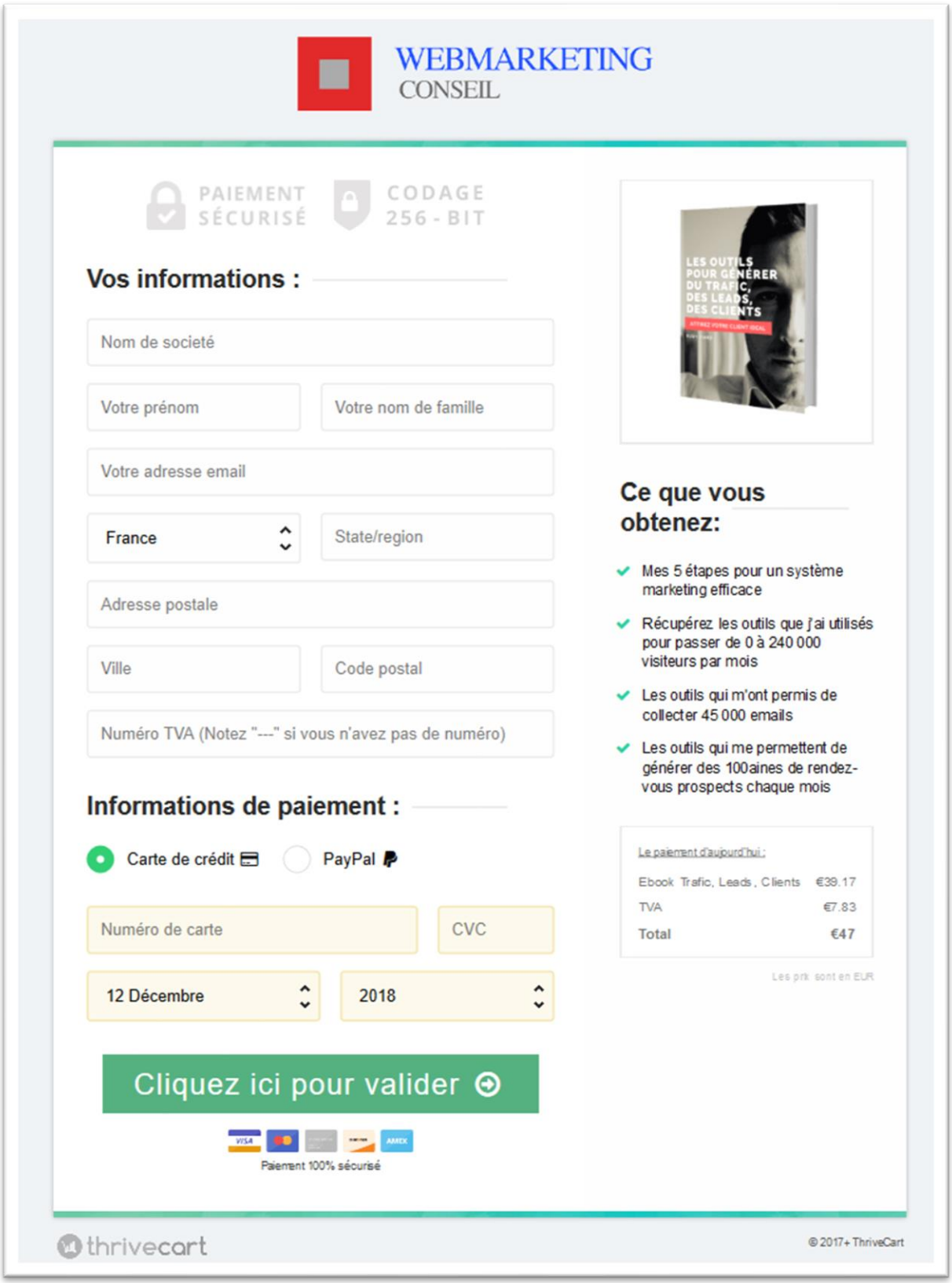
1. Gocardless : Gocardless permet de générer des pages de paiement et notamment de paiement récurrent avec mandat SEPA (le client s'engage donc au niveau bancaire à assurer le paiement des échéances chaque mois sauf si son compte arrive à 0).



Avantage : Il s'agit d'un outil que j'utilise souvent pour finaliser les paiements dans pour mes programmes de coaching à la place du transfert bancaire, plus compliqué. Idéal lorsqu'un client veut passer à l'action rapidement ou étaler des paiements.

Pour obtenir Gocardless (gratuit avec commission de 0,2% sur les transactions)

2. Thrivecart : Thrivecart est un outil permettant de créer de pages de paiement sécurisées. C'est l'outil que j'ai utilisé pour réaliser la vente de ce guide.



Avantage : Thrivecart permet de publier vos pages à partir de plusieurs modèles. Vous pouvez facturer comme vous le souhaitez (paiement récurrent, paiement en 2 à 6 fois, période d'essai…). L'outil donne la possibilité d'ajouter des upsells / downsells

et d'AB tester vos pages pour améliorer vos conversions. Le coût de Thrivecart est relativement élevé mais l'outil est solide et surtout est un paiement en une fois contrairement à ses concurrents fonctionnant sur un modèle d'abonnement mensuel.

Thrivecart s'intègre à votre compte Stripe et/ou Paypal.

Pour obtenir Thrivecart (autour de 500 euros en un paiement unique mais attention Thrivecart annonce bientôt sortir de Beta et passera alors en modèle par abonnement).

Alternative : SamCart propose des fonctionnalités équivalentes à Thrivecart mais fonctionne sur un modèle par abonnement.

Pour obtenir SamCart (autour de 16 euros par mois avec 1% de commission et les fonctionnalités de base et 83 euros par mois avec les fonctionnalités avancées et l'AB testing)

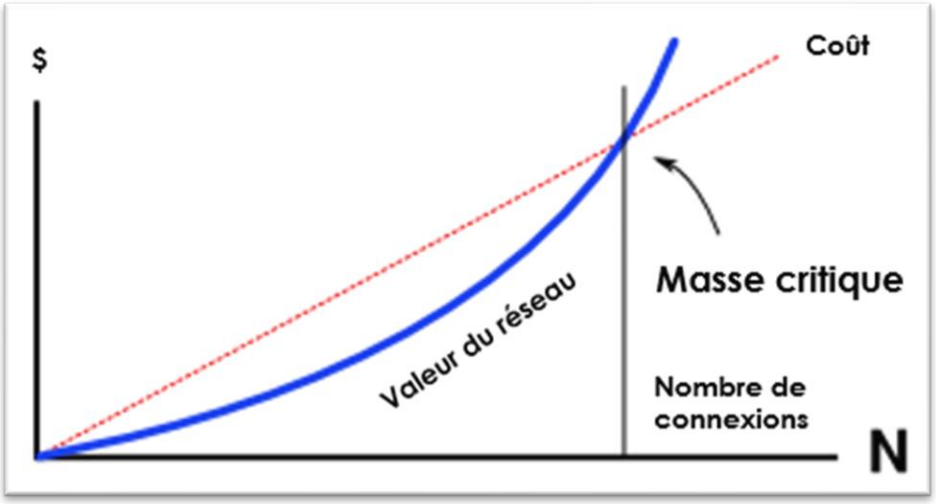
4. Créer du trafic grâce aux leviers gratuits

Par leviers gratuits, j'entends tous les leviers qui ne nécessitent pas de payer pour générer de l'audience : référencement, réseaux sociaux, partages par les influents, liens pointant vers votre site et notoriété de votre site.

Si ce trafic n'est certes pas payant, il nécessite cependant du temps, des efforts et de la créativité.

Le temps que vos contenus, en nombre suffisants, gagnent leurs lettres de noblesse sur Google, que vos visiteurs vous reconnaissent comme une autorité et vous gratifient de partages sur les réseaux sociaux voire de liens sur les blogs et forums.

Ce trafic est généralement coûteux, chronophage et long à augmenter durant les 6 à 12 premiers mois puis extrêmement rentable et pérenne une fois la masse critique atteinte.



Le trafic gratuit représente 70 à 80% des 275 000 visiteurs mensuels de Webmarketing Conseil.

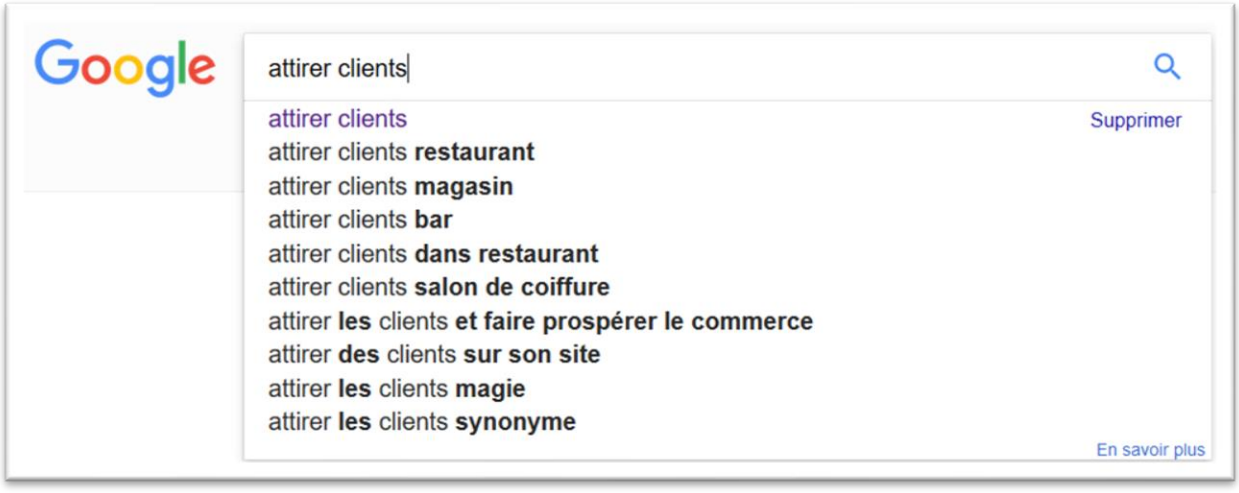
Pour apprendre à créer du trafic grâce aux leviers gratuits : vous pouvez consulter mes guides gratuits dans votre espace membre sur la création de trafic ou bien entendu suivre mon programme de formation et de coaching pour, étape après étape, répliquer mes meilleures stratégies.

Donc concernant les outils pour utiliser tout le potentiel du trafic gratuit :

A. Mon outil pour dominer sur Google

1. Les suggestions de Google : Si vous n'avez pas de budget, les suggestions de Google autour des expressions qui vous intéressent sont une mine d'or.

Tapez une expression dans Google :
1. Consultez les suggestions du moteur :



2. Regardez la liste des « Autres questions posées »

3. Consultez enfin en bas de page les « recherches associées »

A partir de ces éléments, vous devriez analyser le champ sémantique qui entoure l'expression que vous ciblez. Il vous faudra cependant un temps d'apprentissage pour déterminer si l'expression que vous convoitez :

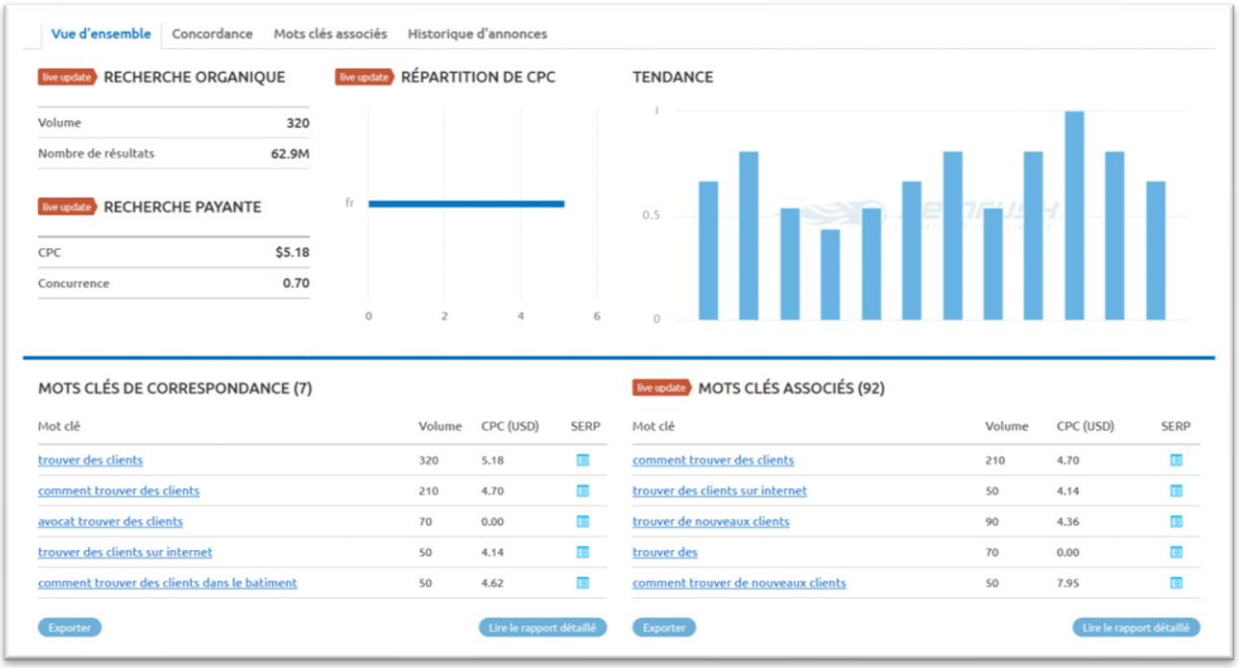
1. A un potentiel de trafic
2. Si elle est véritablement prenable
3. Si oui, quels efforts (qualité et type de contenus, liens entrants, promotion) vous allez devoir engager pour prendre la position

1. SEMRush : SEMRush est à ce jour mon outil favori pour :

1. Trouver des mots-clés à fort potentiel sur Google
2. Donner des informations stratégiques (coût par clic du mot-clé sur Adwords,

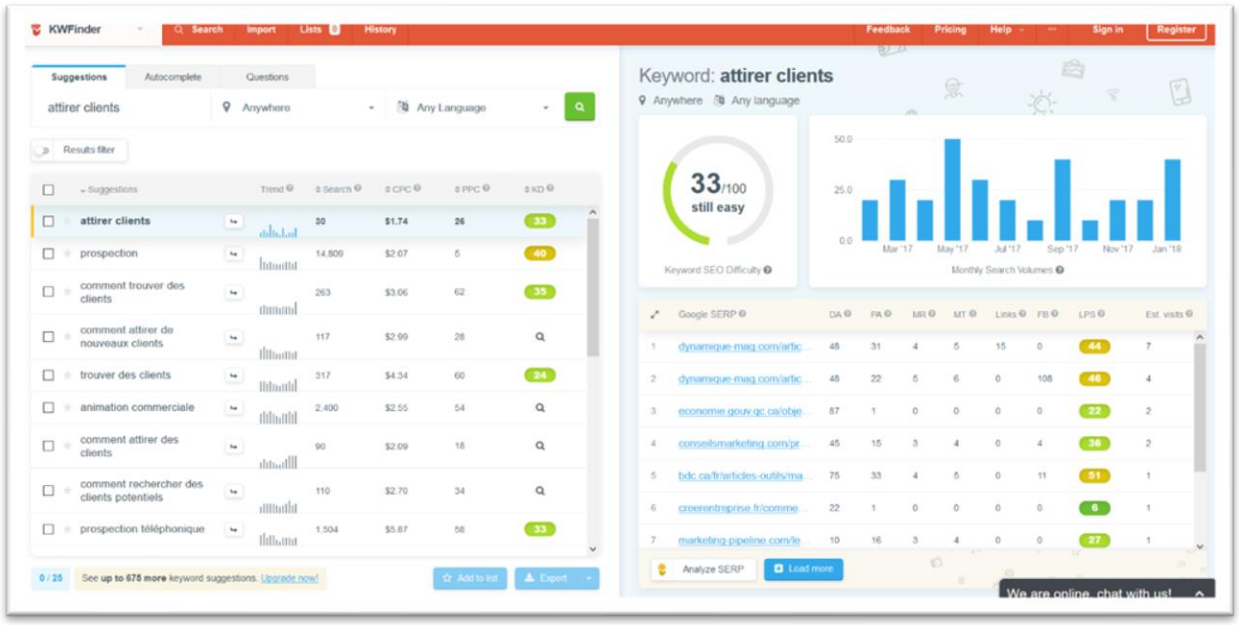
volume de recherche…)
3. Évaluer la concurrence
4. Décider de l'opportunité d'écrire un contenu pour essayer de me classer
5. Enrichir vos contenus avec les expressions attendues par Google…

L'outil est ultra-complet et permet de découvrir des gemmes (& more…)



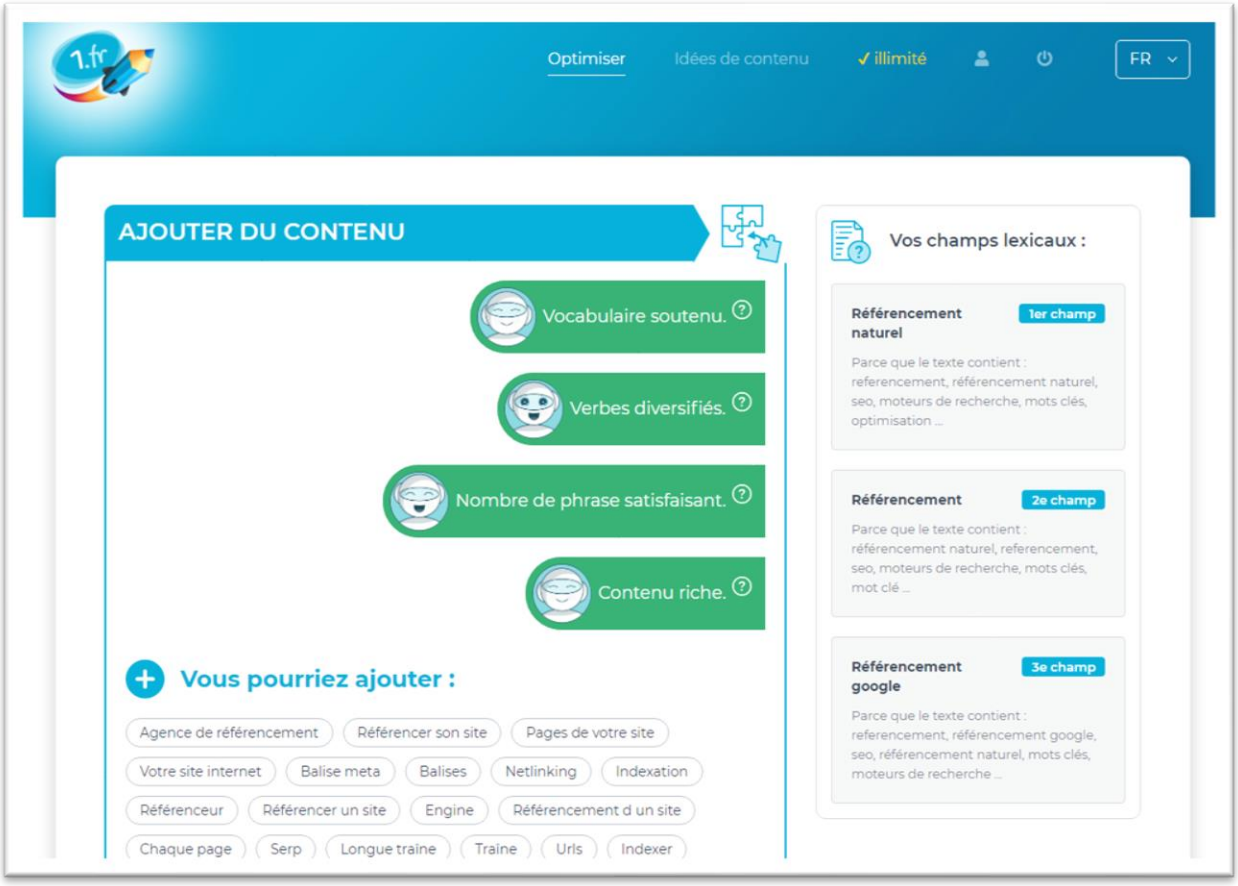
Pour obtenir SEMRush (gratuit en version d'essai)

Alternative : KWFinder permet d'obtenir des estimations de volume et de concurrence sur les mots-clés que vous ciblez.

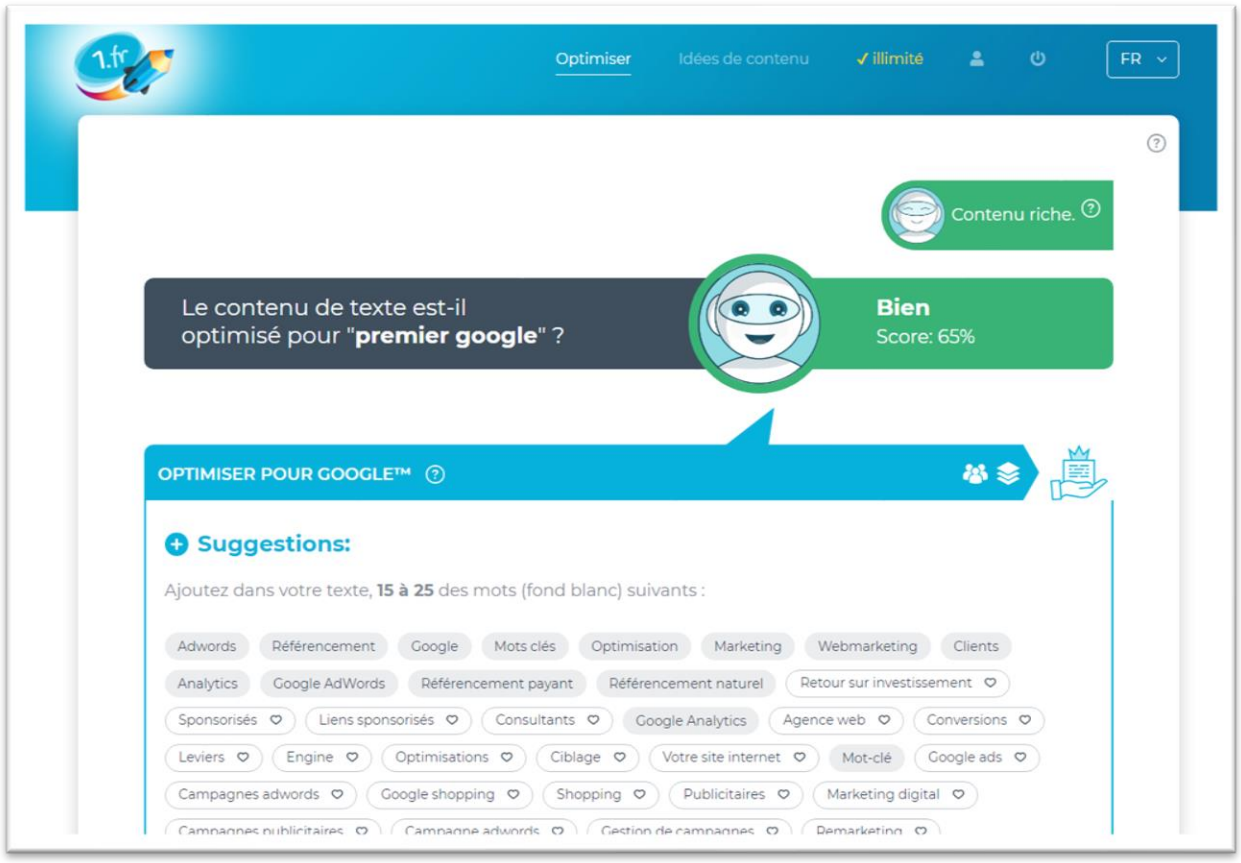


2. 1.fr : 1.fr est un outil exceptionnel qui passe à la moulinette de ses algorithmes vos pages pour vérifier s'ils contiennent le contenu et les mots-clés logiquement attendus par Google pour vous positionner dans les premiers résultats de recherche.

Dans sa version gratuite, l'outil va venir analyser votre page, déterminer si cette dernière est suffisamment riche et vous suggérer quelques mots-clés à ajouter.



Mais beaucoup plus intéressant, dans sa version payante, 1.fr va déterminer ce qui manque concrètement à votre contenu pour vous positionner en fonction du mot-clé précis que vous ciblez. Il ne vous restera alors plus qu'à enrichir votre texte puis à être patient pour voir vos positions monter.

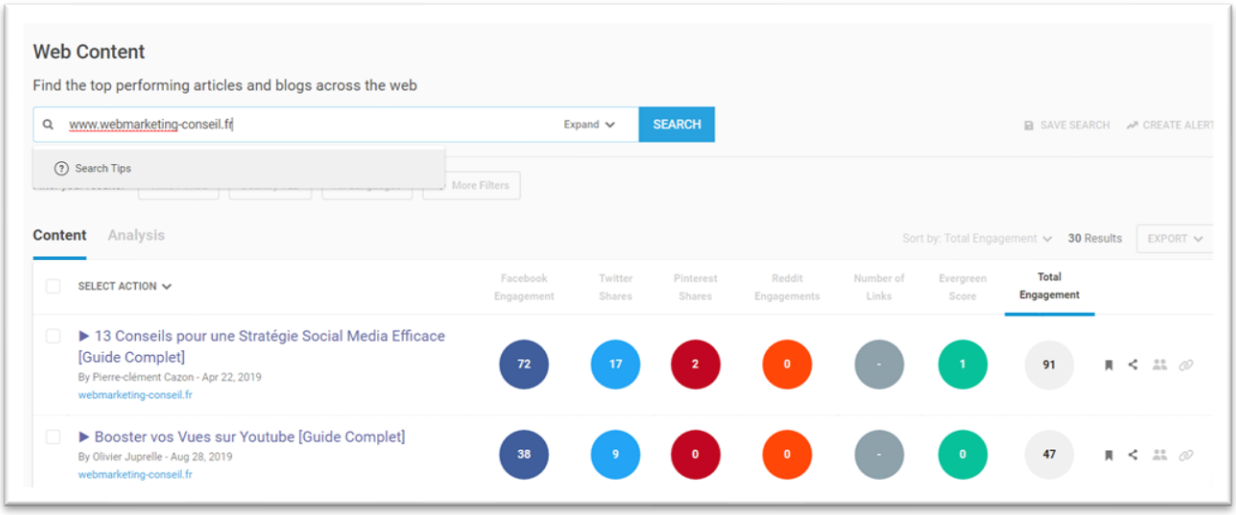


Pour obtenir 1.fr (-50% de réduction à vie pour les 100 premiers avec le coupon RUDY à insérer en bas de l'interface de paiement)

B. Mes outils pour dominer sur les réseaux sociaux

La tendance à intégrer des algorithmes sur l'ensemble des plateformes sociales favorisant les publications générant beaucoup d'interactions (clics, commentaires, partages, j'aime…) force à faire preuve d'intelligence pour sortir du lot.

1. Buzzsumo : Buzzsumo permet de requêter non pas les posts les plus viraux sur les réseaux sociaux mais les articles de blogs ou de médias qui ont obtenu un grand nombre de partages.



Avantage : Buzzsumo permet d'espionner les contenus qui ont été les plus partagés sur mon site et chez mes concurrents directs (source d'inspiration) et de scruter les contenus les plus partagés autour de mots-clés qui m'intéressent. Intéressant pour identifier des sujets qui génèrent des partages.

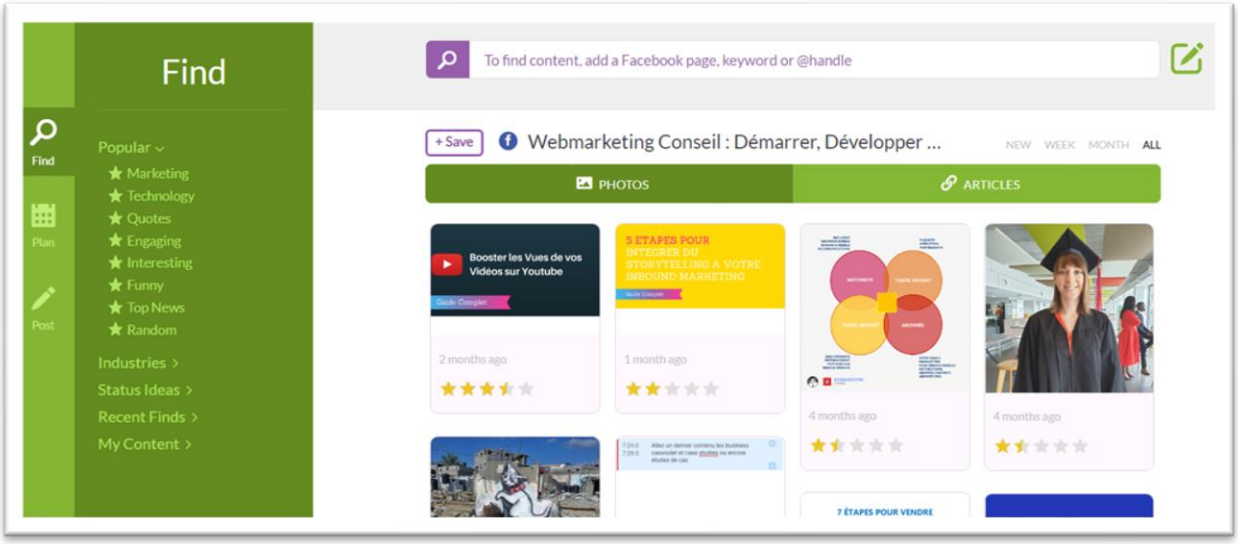
Dans sa formule payante, Buzzsumo permet également de regarder qui a fait un lien sur des contenus spécifiques et quels posts Facebook cartonnent le plus sur les expressions qui vous intéressent.

Un outil indispensable pour faire de la "rétro-ingénierie" et comprendre ce qui est de base viral (plutôt que de chercher par soi ce qui pourrait un jour, peut-être, obtenir des partages).

Pour obtenir Buzzsumo (gratuit avec des fonctionnalités payantes)

Alternative : Social Animal est une copie de Buzzsumo mais elle est quasiment plus complète.

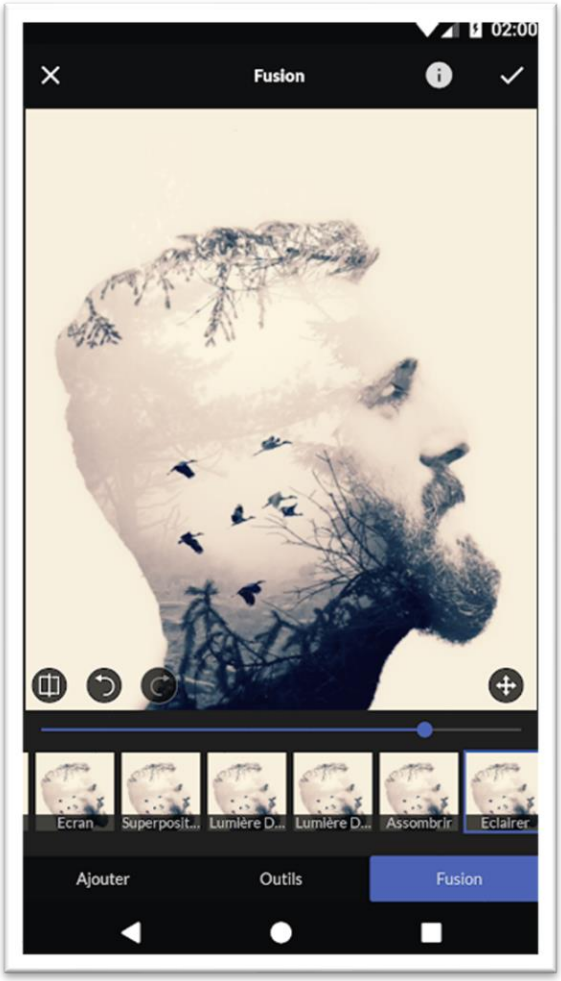
2. Post Planner : J'utilise Post Planner pour rechercher par mot-clé, par hashtag, par page ou profil des publications visuelles (images, photos, schémas) avec un véritable potentiel viral. L'outil permet notamment d'entrer l'URL de votre page Facebook ou de celles de vos concurrents et de voir ce qui a fonctionné.



Avantage : En comprenant ce qui fonctionne déjà dans votre secteur ou sur un thème particulier, vous pourrez ne pas compter uniquement sur la chance pour trouver des idées de publications qui peuvent résonner auprès de votre audience et générer de l'engagement.

Pour consulter Post Planner (gratuit avec des fonctionnalités payantes)

3. Adobe Lightx : Adobe Lightx est une application mobile sur Android et iOS qui va plus loin qu'Instagram au niveau des fonctionnalités de retouches et de filtres. Idéal pour obtenir des photos qui ressortent dans vos fils d'actualités ou vos campagnes.

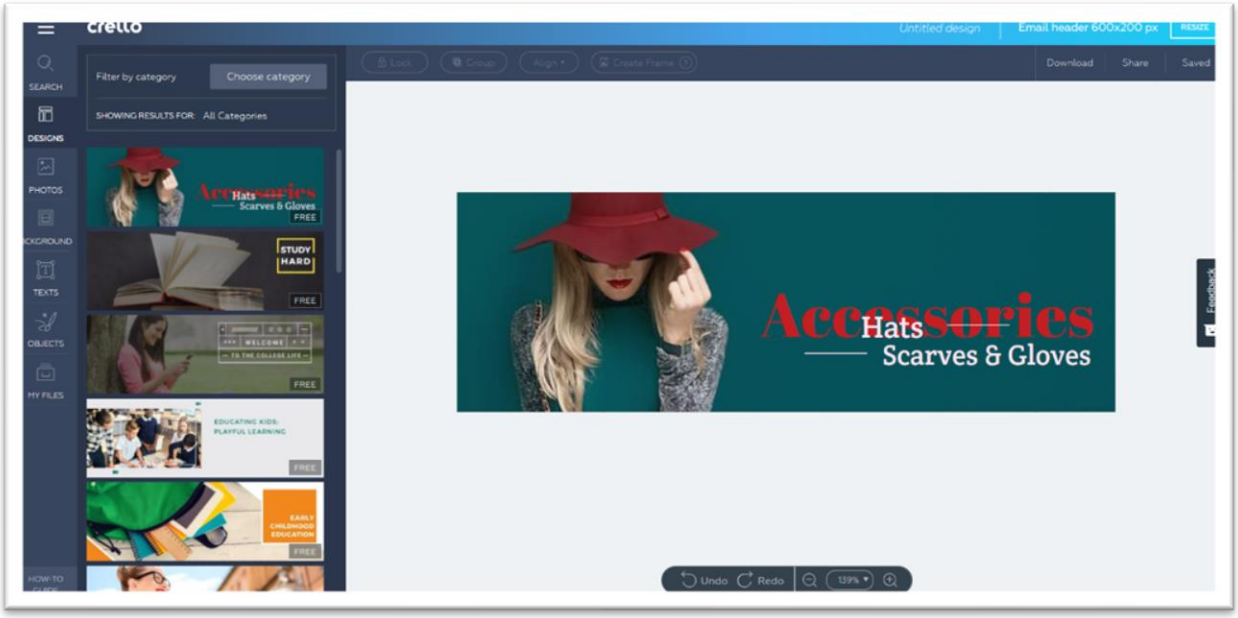


4. Photoshop Camera : Photoshop Camera d'Adobe propose aussi des filtres photo et vidéo déments.

5. Canva : Canva permet de créer vos contenus visuels (aussi bien vos annonces et bannières Facebook & Google Ads que vos couvertures d'articles ou vos visuels réseaux sociaux) sans passer des heures.

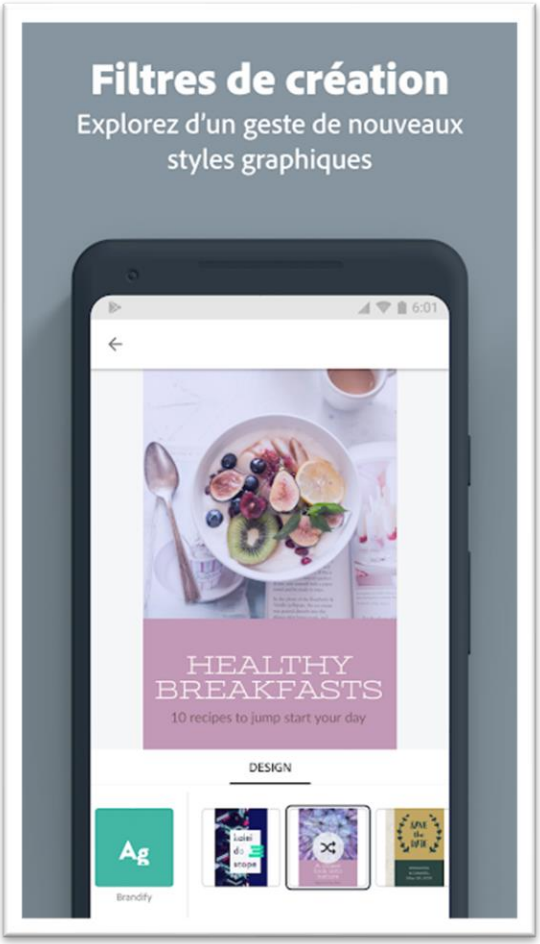
Pour consulter Canva (gratuit avec des fonctionnalités payantes)

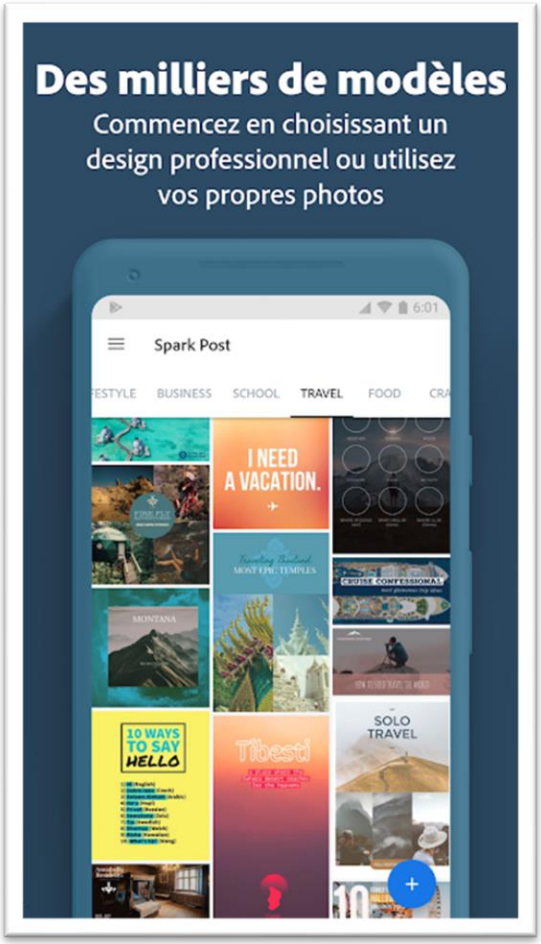
Alternative : je teste depuis quelques temps Crello lequel propose plus ou moins les mêmes fonctionnalités que Canva mais avec des visuels différents.



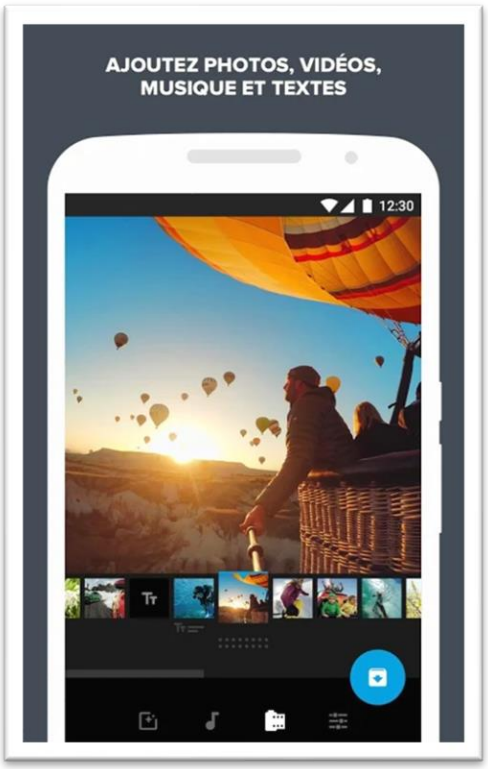
Alternative : Picmonkey

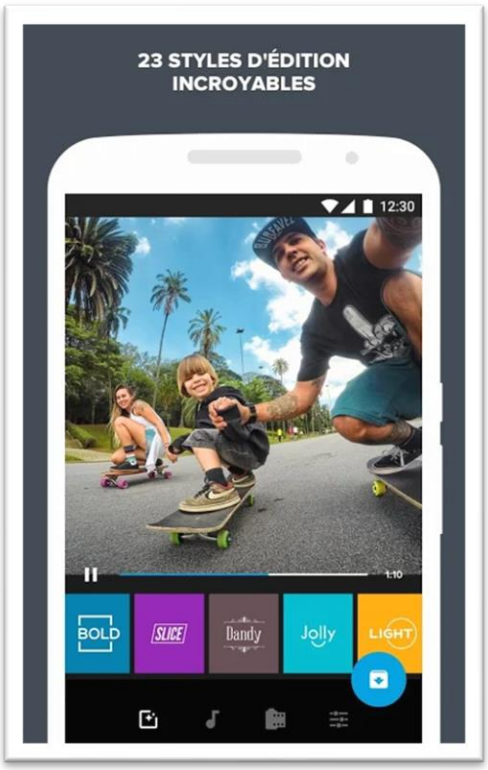
6. Adobe Spark : Adobe Spark est une application mobile Android et iOS permettant comme Canva de créer des posts et visuels adaptés pour les réseaux sociaux en partant de modèles.



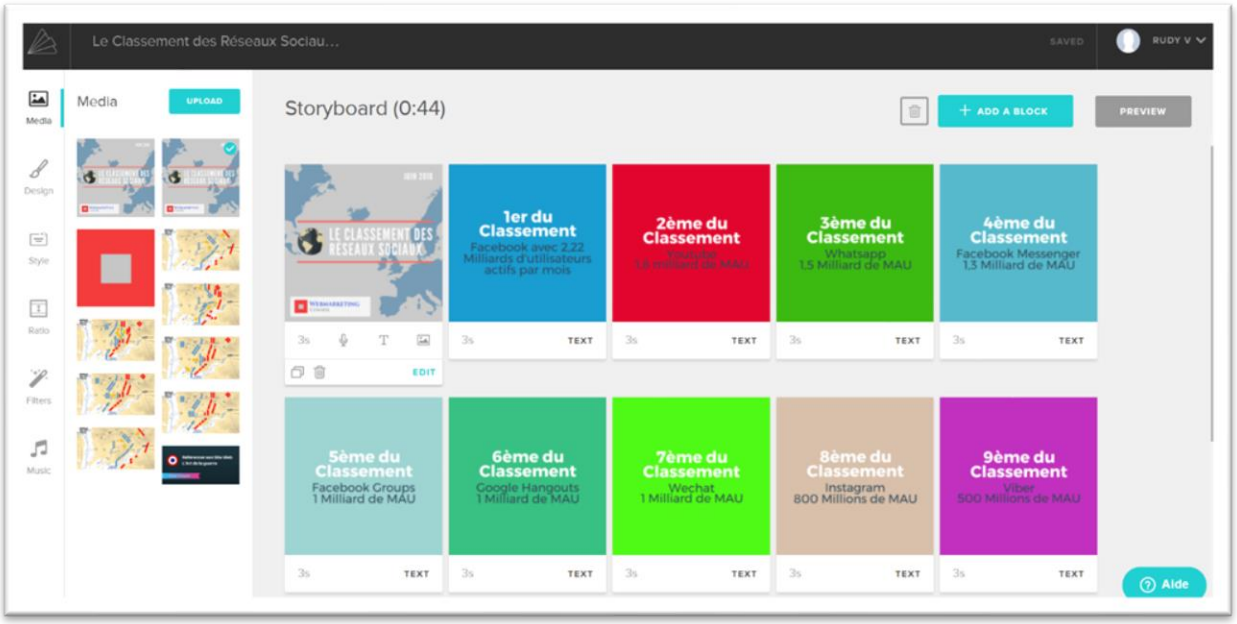


7. Quick : Quick est une application mobile sur Android et iOS pour créer des effets visuels sur vos photos ou pour monter dynamiquement vos vidéos. Nickel pour créer du contenu sympa pour vos réseaux sociaux ou vos campagnes.



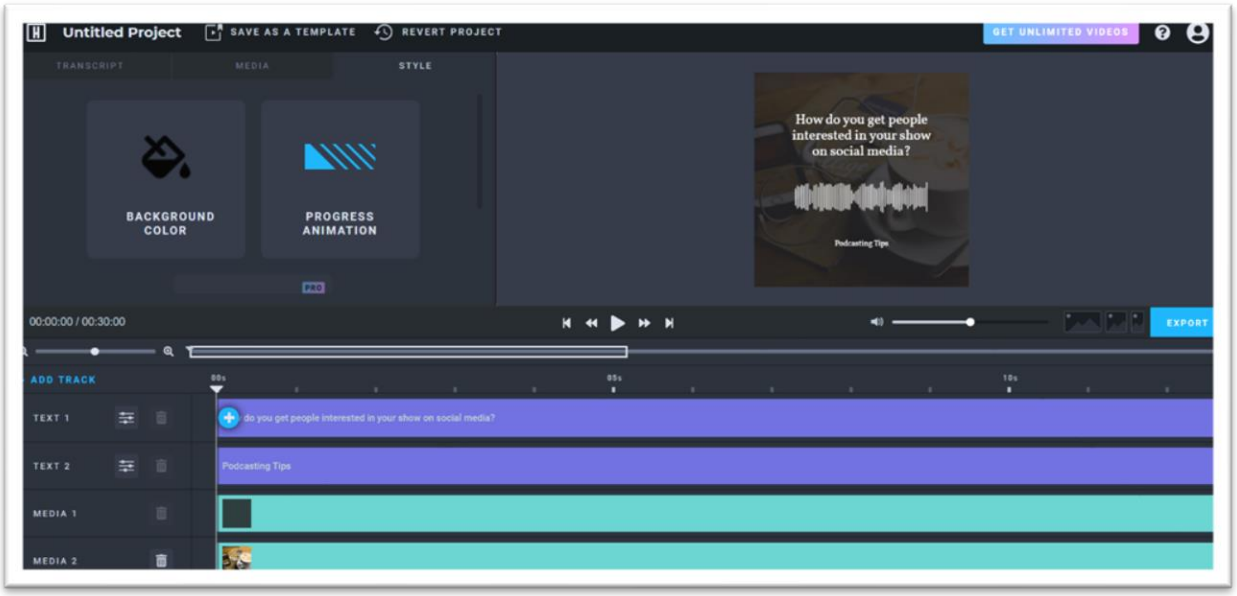


8. Animoto : Animoto permet de créer des vidéos dynamiques sans réelles compétences de design ou de montage. Ces vidés vous serviront autant pour attirer l'attention dans le fil d'actualité de Facebook, Linkedin ou Twitter que pour créer des publicités plus engageantes. Un must.



Pour obtenir Animoto (entre 5 et 29 euros par mois)

Alternative : Headliner permet de réaliser des vidéos « à la Brut » rapidement mais également de mettre en scène vos podcasts, interviews, fichiers audio, sous la forme d'une vidéo partageable sur les réseaux sociaux.

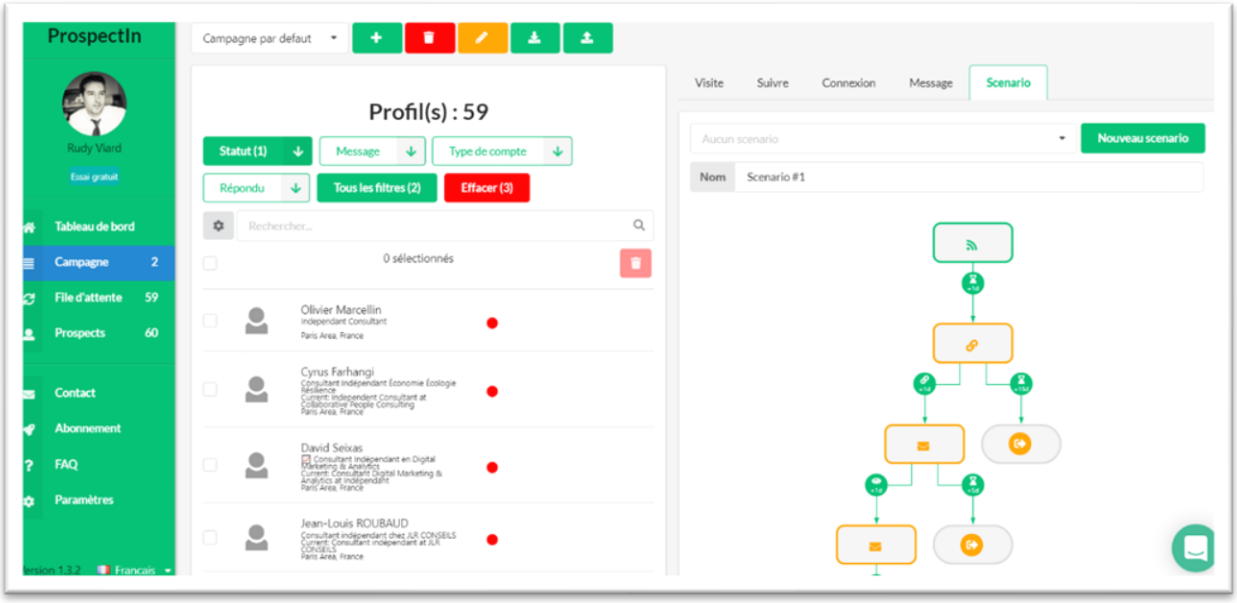


9. Tweetsuite : Tweetsuite ne se substituera pas à votre compte Hootsuite ou Buffer pour programmer vos publications sur les réseaux sociaux.

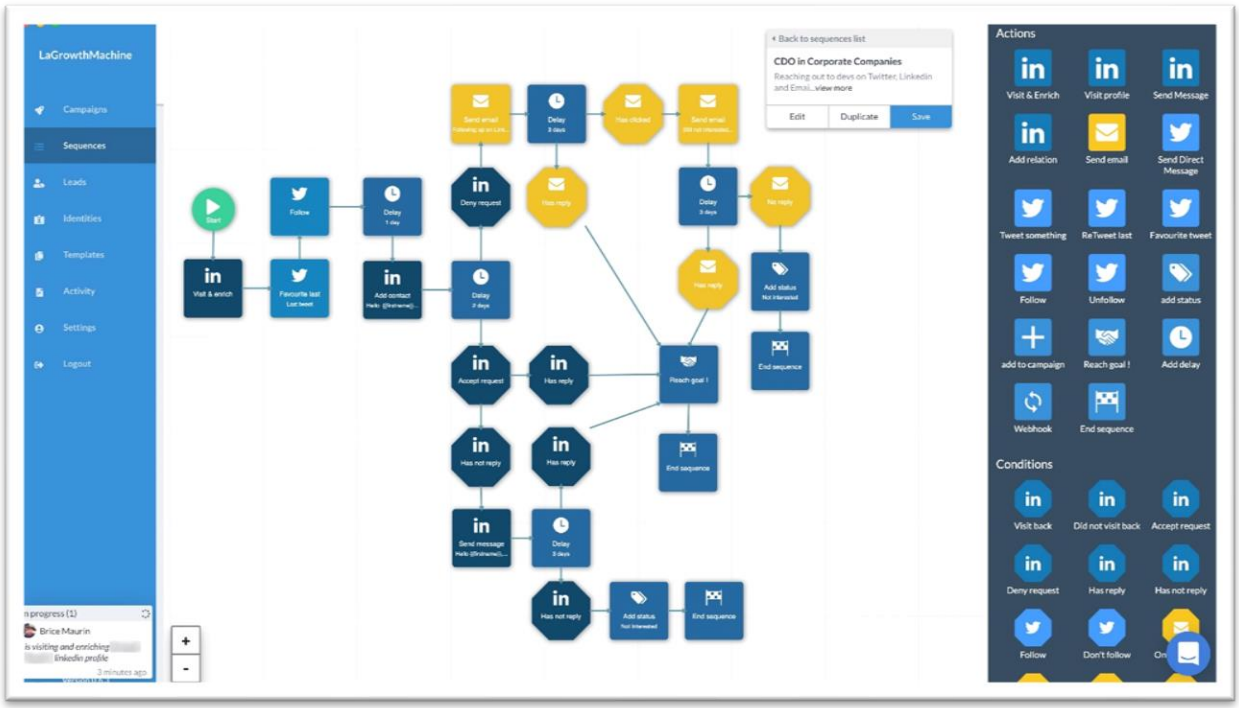
Mais il vous sera utile si vous n'avez pas de community manager et souhaitez publier en rotation continue vos tweets les plus populaires. Je l'utilise notamment pour republier chaque jour 5 à 10 tweets de mes anciens articles toujours d'actualité.

Pour obtenir Tweetsuite (autour de 7 euros par mois)

10. ProspectIn : ProspectIn est un outil d'automatisation de votre prospection sur Linkedin permettant de vous connecter à des profils pertinents pour votre business et de créer des scénarios de messages pour générer la prise de contact.



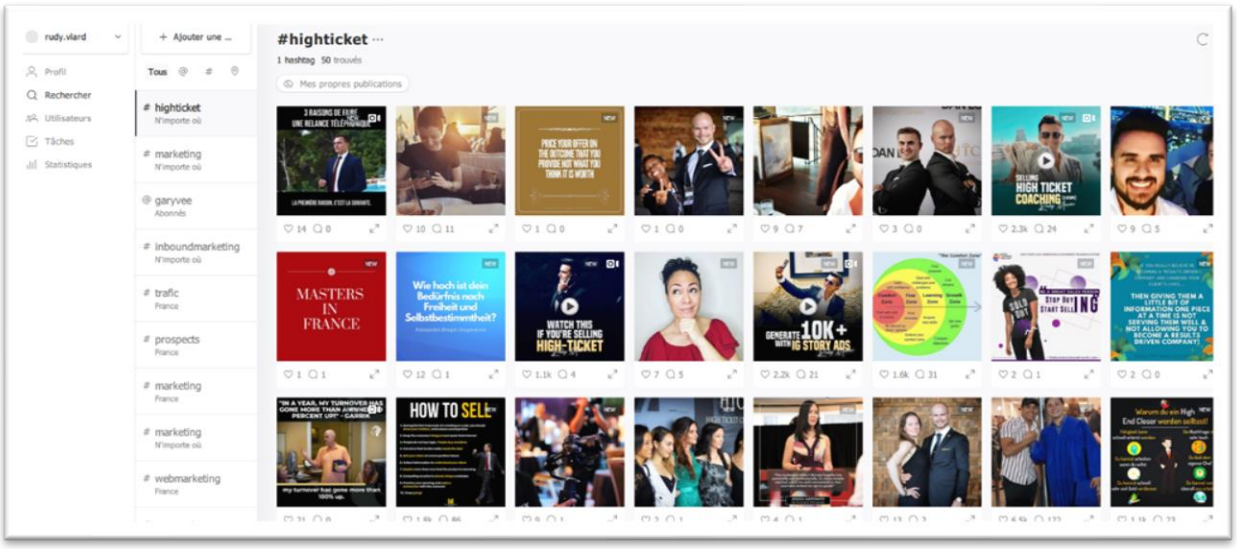
11. LaGrowthMachine : Je n'ai pas encore pu tester LaGrowthMachine mais cet outil a un potentiel énorme. L'outil permet de scénariser et d'automatiser votre prospection sur Linkedin, Twitter et par email.



12. Combin : Combin est un outil similaire aux outils de mass follow pour Twitter mais conçu pour Instagram. Combin permet de liker et commenter des posts de manière plus systématique et de trouver des comptes dont le profil de followers vous intéressent pour les suivre et ainsi espérer un abonnement en retour.

Un outil dont il ne faut pas abuser mais qui peut permettre d'émerger associé à du contenu de qualité.

Une fonctionnalité utlra-intéressante : Combin permet d'espionner par hashtag ou par compte les poss qui ont généré le plus d'engagement. Super source d'inspiration.



Pour obtenir Combin (gratuit avec des fonctionnalités payantes)

5. Créer du trafic grâce aux leviers payants

Par leviers payants, j'entends toute source de trafic pour laquelle vous devez payer pour générer du trafic en premier lieu :
1. Publicités Google Adwords
2. Publicités Facebook Ads

Pour apprendre à créer du trafic grâce aux leviers payants : consultez vos guides gratuits votre espace membre sur la création de trafic ou bien entendu suivez ma formation en ligne pour répliquer mes meilleures stratégies pas à pas.

A. Mes outils pour dominer sur Google Ads

Sur Google Ads, plus vos annonces ont des taux de clics élevés, plus le coût par clic baisse. Il est donc crucial d'être mieux ciblé que vos concurrents et de créer des annonces plus engageantes.

1. Le retargeting sur Google Ads : Créer des annonces et miser sur des mots-clés en ciblant des prospects froids (qui ne vous connaissent pas) pour les renvoyer vers une page de vente est quasiment voué à l'échec.

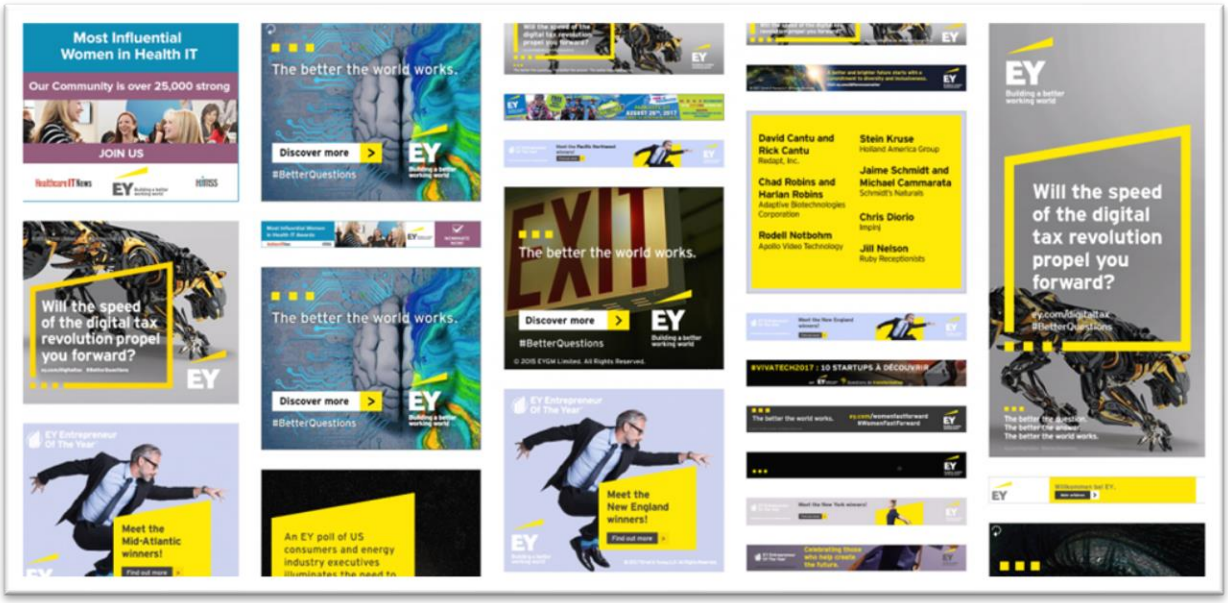
Surtout si vous vendez des prestations de services à forte valeur ajoutée. Personne n'est prêt à passer à l'action pour des milliers d'euros d'investissement sans avoir créé au préalable une relation de confiance.

La fonctionnalité de retargeting de Google Ads est particulièrement intéressante à cet égard puisqu'elle vous permet de cibler uniquement des utilisateurs déjà exposés à votre entreprise et ayant visité de pages précises de votre site.

Pour utiliser le retargeting de Google Ads regardez ces 2 types de campagnes :
a. Les campagnes de retargeting pour encourager les utilisateurs ayant déjà visité votre site à s'inscrire à votre liste email
b. Les campagnes de retargeting pour inciter les utilisateurs déjà inscrits à prendre contact pour un rendez-vous.

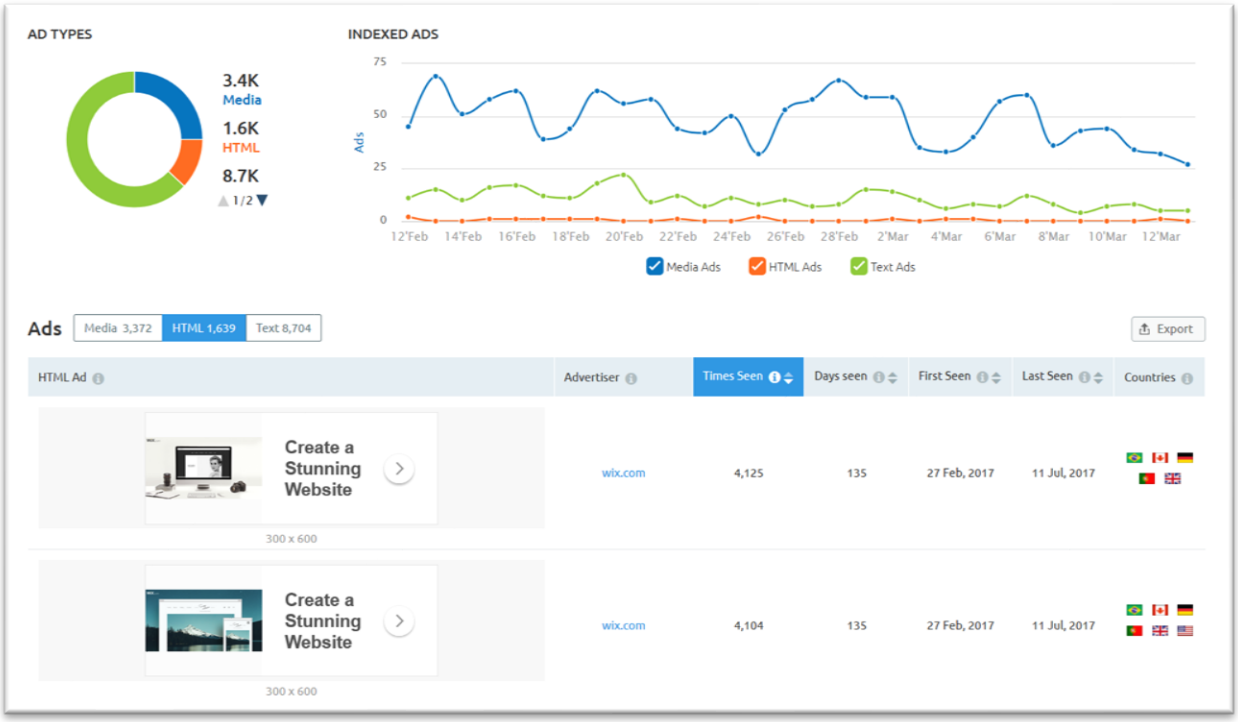
2. Outils d'espionnage des concurrents : Créer des bannières qui cliquent n'est pas simple surtout si on n'est pas designer. Cela devient plus facile dès lors que l'on utilise des outils d'espionnage de vos concurrents comme Moat ou SEMRush.

Exemple avec les bannières du cabinet Ernst & Young :



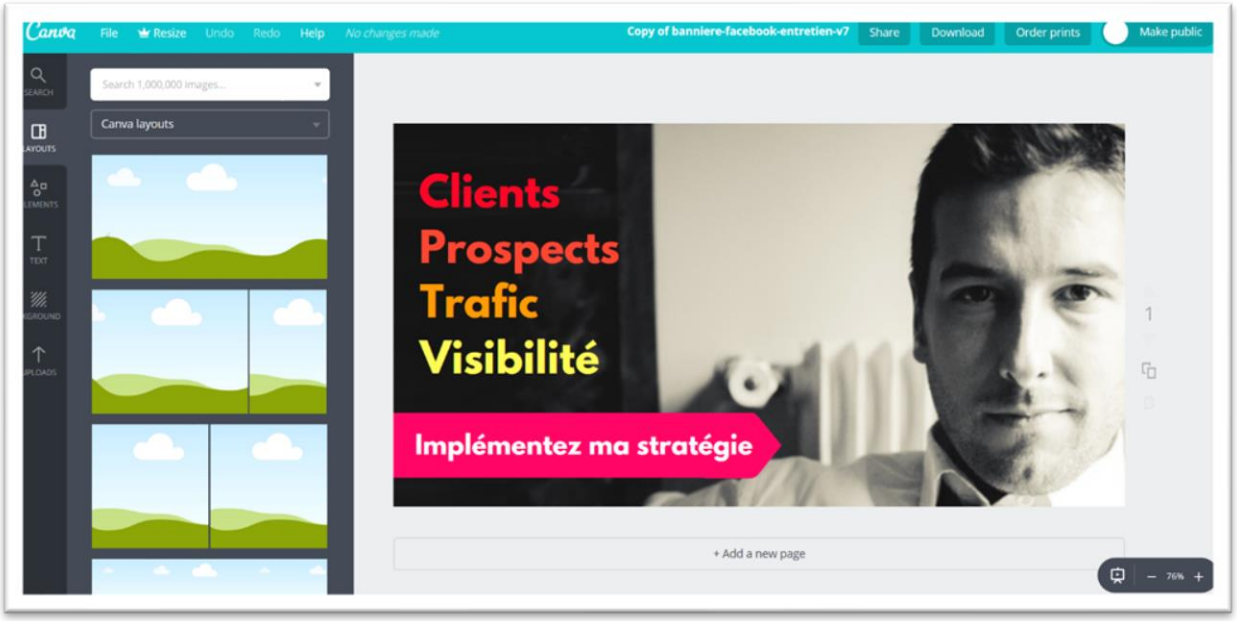
D'une part, espionner vos concurrents permet de trouver de l'inspiration mais c'est également un moyen de comparer la qualité de vos annonces par rapport aux leurs. Rappelez-vous que toutes les plateformes de publicité sont basées sur un modèle de concurrence. Les annonces les plus performantes sont plus visibles et payent moins cher leurs clics.

SEMRush dispose d'une fonctionnalité supplémentaire par rapport à Moat : il permet de surveiller les bannières des concurrents mais également les annonces texte sur Google Adwords avec des informations complémentaires comme les sites sur lesquels ces annonces sont diffusées.

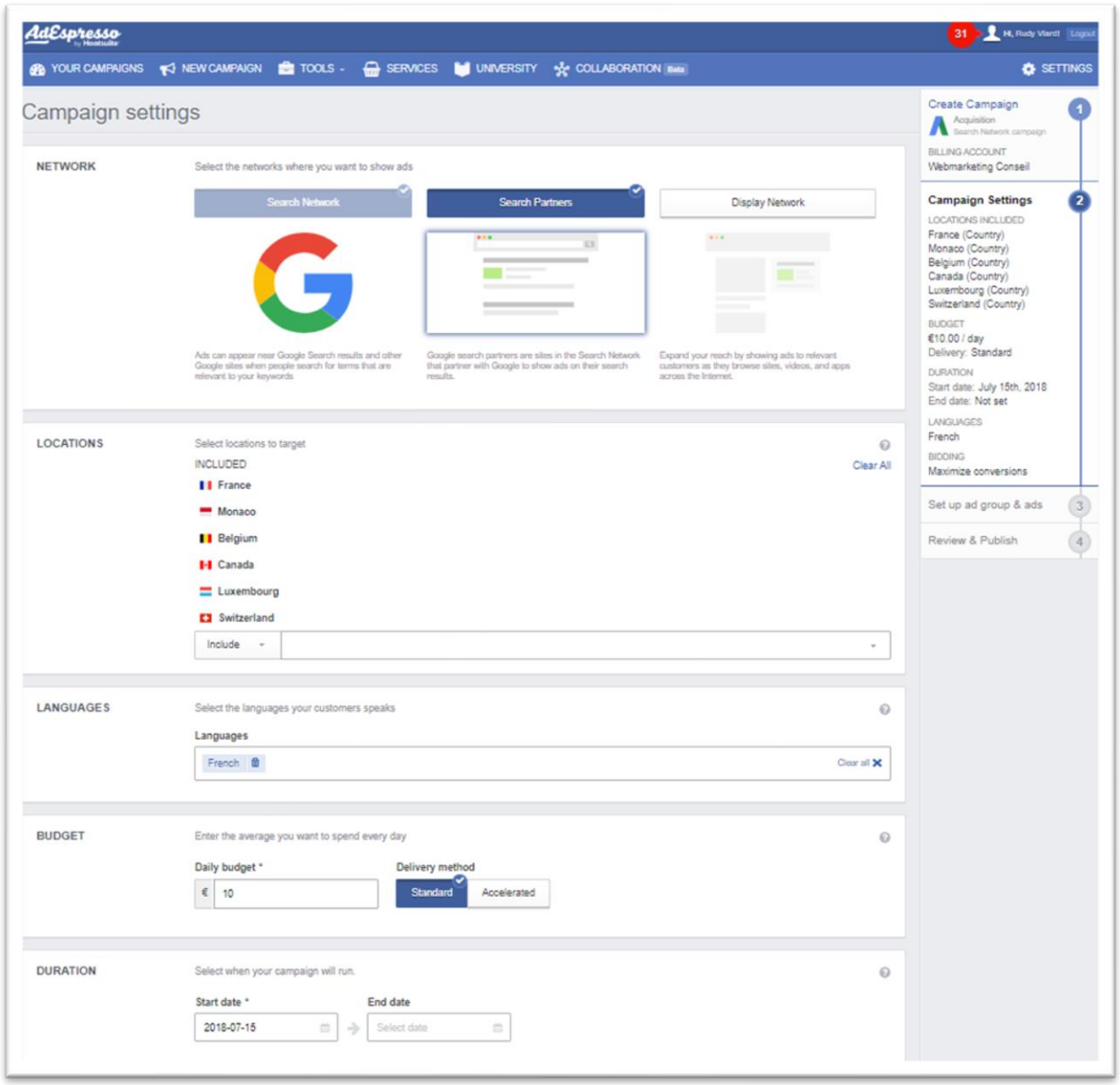


Pour obtenir SEMRush (gratuit en version d'essai)

3. Outils de création de bannières : personnellement j'utilise Canva ou Crello pour créer mes visuels. Ces outils nécessitent à peine quelques minutes pour être pris en main.



4. Adespresso : Adespresso est plus connu pour son outil de gestion de campagnes Facebook dont nous parlerons juste après mais dispose également d'un outil génial pour créer et tester vos mots-clés et annonces de manière automatisée afin de rapidement faire baisser vos coûts par clic et le coût d'acquisition par client.



Avantage : L'outil permet de mettre en place ces tests sans la difficulté que cela implique généralement. Avec un énorme avantage : en comprenant rapidement quels sont les combos annonces / mots-clés qui fonctionnent le mieux, vous pouvez réduire vos coûts drastiquement.

Pour obtenir Adespresso (gratuit pendant 14 jours)

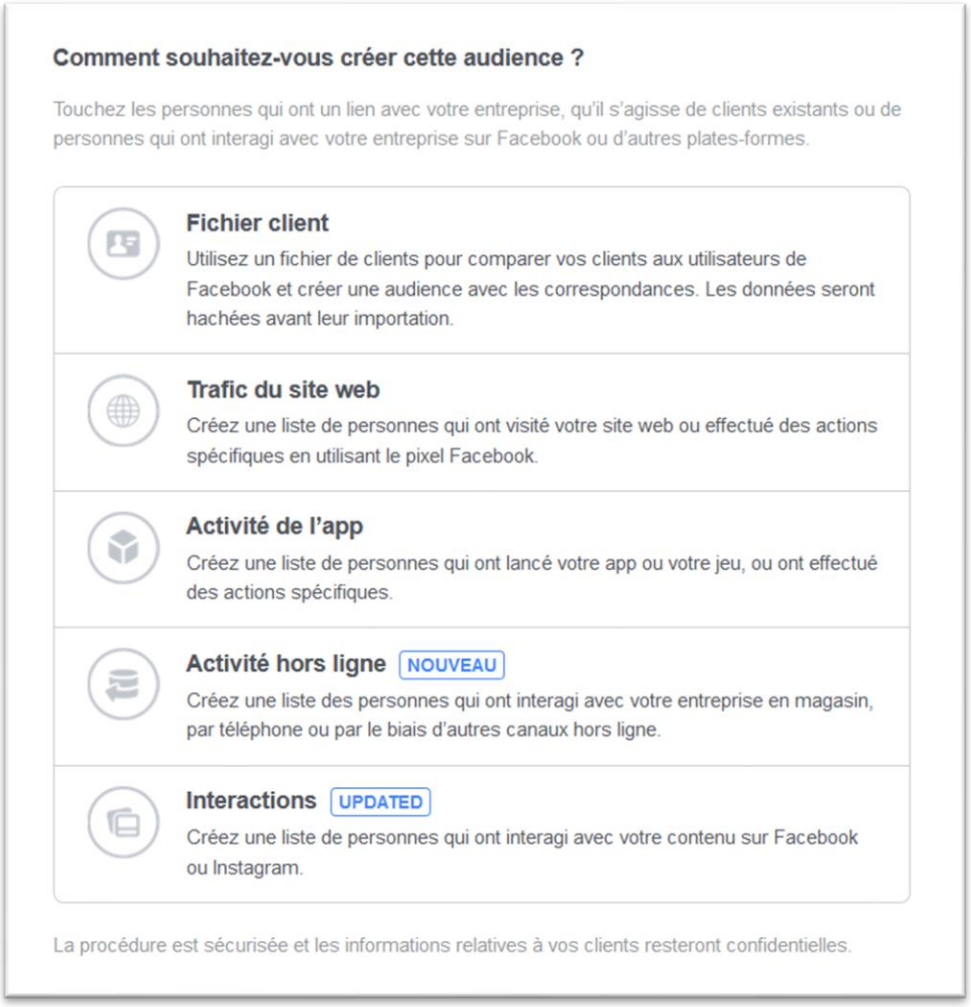
B. Mes outils pour dominer sur Facebook Ads

1. Facebook Audience Insights : Facebook Audience Insights est un outil développé par Facebook (et donc basé sur la connaissance qu'a Facebook de ses utilisateurs) pour affiner la connaissance de vos audiences (et de vos cibles).

Avantage : Grâce à cet outil, vous pourrez mieux comprendre les typologies et centres d'intérêts de votre client idéal pour mieux cibler vos campagnes au lieu de partir sur des préjugés.

Pour obtenir Facebook Audience Insights (gratuit)

2. Les audiences personnalisées sur Facebook : Les audiences personnalisées permettent de ne pas « chercher » les ciblages qui pourraient être intéressées par vos offres mais de directement demander à Facebook de cibler les personnes qui ont déjà interagi avec votre site Internet donc déjà été exposés à votre marque ou déjà inscrits à votre newsletter.



Avantage : Vous pouvez ainsi créer des campagnes s'adressant à une audience ayant déjà été exposée à votre marque.

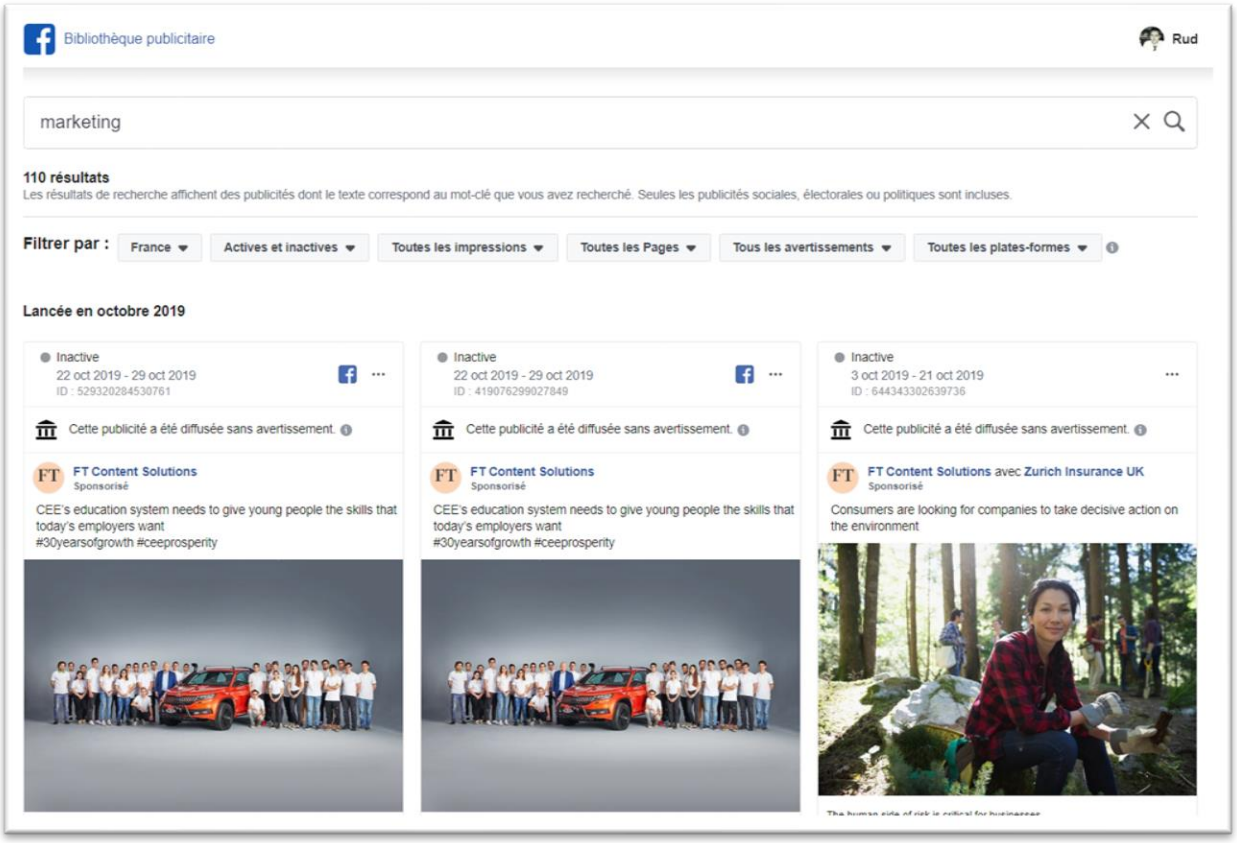
Pour utiliser les audiences personnalisées dans Power Editor de Facebook

3. Les audiences similaires sur Facebook : La fonctionnalité audiences similaires permet de laisser Facebook trouver des audiences avec les mêmes caractéristiques que les personnes identifiées dans une audience personnalisée.

Cela signifie que si vous avez une audience personnalisée d'acheteurs ou d'inscrits à une newsletter, vous allez pouvoir laisser Facebook trouver des personnes qui ne font pas déjà partie de cette liste mais qui auront une probabilité forte d'être intéressés pour eux-mêmes devenir clients ou s'abonner à votre liste email.

Pour obtenir les audiences similaires dans Power Editor de Facebook

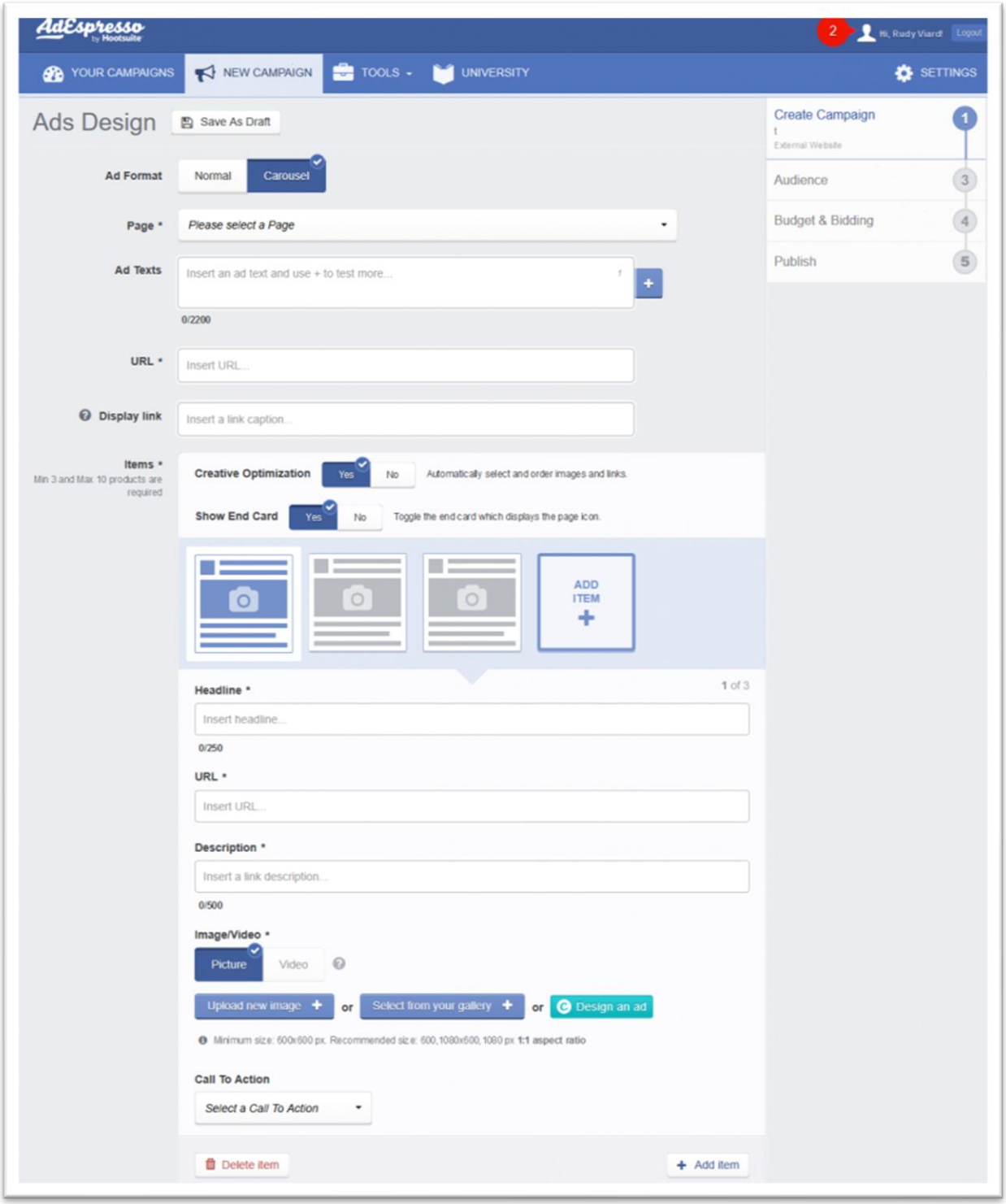
4. La bibliothèque de publicités de Facebook : Facebook donne accès gratuitement à une galerie de milliers d'exemples d'annonces Facebook accessibles dans un moteur de recherche filtrable par mots-clés, pages, pays…



Avantage : vous accéderez aux idées créatives d'entreprises qui vous ressemblent. Idéal pour comprendre ce qui fonctionne ou du moins faire mieux que vos concurrents.

Pour accéder à la bibliothèque de publicités Facebook (gratuit)

5. Adespresso : Adespresso permet de tester jusqu'à 250 ciblages Facebook (placements, centres d'intérêts…) et variations de vos campagnes (visuels, textes d'accroche…) en même temps afin de tester quels réglages sont les plus pertinents pour diffuser vos annonces auprès des bons clients.



Avantage : L'outil permet de mettre en place ces tests sans la difficulté que cela implique généralement. Avec un énorme avantage : en trouvant les meilleurs ciblages, vous ciblez votre budget là où vous obtenez les meilleures performances.

Adespresso vous donne dès les 1ères heures de votre campagne des conseils basés sur vos statistiques pour supprimer les variations qui performent moins que vos meilleures annonces et ciblages.

Pour obtenir Adespresso (gratuit pendant 14 jours)

6. Maintenant à vous :

Sans stratégie, vos outils ne vous serviront à rien.

Si vous ne passez pas à l'action, votre stratégie restera lettre morte.

Sans persistance, vous n'aurez pas de résultats.

Commencez. Maintenant. A bientôt.

Si vous souhaitez être accompagné pour mettre en place un système marketing pour générer du trafic, des leads et des clients adapté à votre entreprise et à vos offres, demandez votre entretien de découverte. Nous étudierons ensemble comment je peux vous aider à passer un cap.

Regardez également mon programme de formations et de coaching de groupe pour « Créer du trafic et attirer votre client idéal ».