



Votre Écosystème Marketing : De la Stratégie à l'Action

Comprendre mes services et méthodes

Mon rôle : Directeur marketing à temps partagé (Fractional CMO)

Je deviens votre directeur marketing quelques heures ou quelques jours par mois, selon vos besoins et votre budget.

- Stratégie : à qui on s'adresse, quelles offres, à quel prix, avec quel message.
- Mise en œuvre : création des pages web, emails, publicités, suivi des résultats.
- Pilotage : mesure et ajustements – on teste, on garde ce qui marche, on corrige le reste.

Bénéfice : un pilote unique qui pense et exécute, sans recruter une équipe complète.

Tunnels sur Systeme.io (le parcours pour vendre en ligne)

Un tunnel est un petit site conçu pour guider une personne depuis la découverte jusqu'à l'achat. Systeme.io permet de créer ces pages et d'automatiser une partie du travail (emails, paiement, etc.).

- Page de capture : un cadeau utile (ex. mini-guide) contre l'adresse email.
- Page de vente : l'offre est présentée clairement (cible, bénéfices, livrables, prix).
- Page de paiement : règlement en ligne, sécurisé.
- Page de remerciement : confirmation et prochaines étapes (accès, email de suivi).

Upsell / Downsell

- Upsell : option supplémentaire pertinente (ex. module complémentaire).
- Downsell : version plus simple ou moins chère si la personne hésite.

But : augmenter la valeur du panier sans pression : toujours utile, jamais forcé.

Emailing & automation (emails automatiques utiles)

Objectif : rester en contact avec les personnes intéressées et les aider à acheter au bon moment.

- Séquence : suite d'emails automatiques (accueil, conseils, offre, rappel).
- Tags : étiquettes par intérêt.
- Délivrabilité : capacité d'un email à arriver en boîte de réception.

Ce que je mets en place :

- Séquences : accueil (1–3 emails), conseils (2–4), offre (2–3), relances panier abandonné (1–2).
- Délivrabilité : réglages SPF, DKIM, DMARC pour prouver la légitimité des envois.

- Hygiène de liste : retrait des inactifs, limitation du spam, rythme d'envoi régulier.

CRO & tracking (améliorer les conversions et bien mesurer)

CRO (Conversion Rate Optimization) : rendre vos pages plus efficaces pour transformer les visiteurs en clients.

- Analytics (GA4) : mesure du trafic et des actions (d'où viennent les visiteurs, où cliquent-ils...).
- Pixel (Meta, Google Ads...) : petit code qui suit les actions importantes (ex. achat).
- A/B test : comparaison de deux versions (ex. titres) pour garder la meilleure.
- Consentement RGPD : bannière et préférences avant certains cookies de suivi.

Ce que je mets en place :

- Plan de mesure : événements suivis (vue page, clic CTA, ajout panier, achat).
- Implantation des pixels : configuration des événements clés (ex. « purchase » à l'achat).
- Tests réguliers : titres, preuves, structure de page, offre.
- Conformité : bannière cookies et opt-in clair pour la newsletter (RGPD).

SEO/SEA pragmatique (attirer des visiteurs qualifiés)

SEO (référencement naturel) : améliorer vos pages pour être trouvées gratuitement sur Google.

SEA (référencement payant) : publicités sur Google pour apparaître rapidement sur des recherches ciblées.

Approche : viser des visiteurs réellement intéressés, pas la quantité pour la quantité.

- SEO : contenus répondant à des questions précises, titres clairs (H1/H2), FAQ, liens internes.
- SEA : petites campagnes test, mots-clés précis, arrêt immédiat si le CAC devient trop élevé.
- Pilotage : suivi ROAS (retour sur dépense pub) et CAC (coût d'acquisition client).

IA opérationnelle (gagner du temps et tester plus vite)

L'IA aide à produire plus vite des brouillons de textes, variantes de titres, scripts vidéo, idées d'articles, listes de mots-clés. Règle : relecture et validation humaines systématiques.

Comment on travaille ensemble

- Choisir un objectif prioritaire.
- Mettre en ligne un tunnel simple et une première séquence email.
- Suivre les chiffres 2x/semaine (visites, conversions, ventes).
- Tester une amélioration à la fois (nouveau titre, nouvelle preuve...).
- Conserver les gains, passer au test suivant.

Livrables concrets

1. Le Socle Opérationnel (La machine de vente)

- **Tunnel Systeme.io clé en main** : L'intégralité de votre écosystème technique installé et testé (pages de capture, vente, paiement, remerciement).
- **Séquences Emailing automatisées** : Tous les scripts rédigés et implémentés (Bienvenue, Nurturing/Conseils, Vente, Relance panier).
- **Infrastructure Data** : Plan de taggage complet, Google Analytics 4 paramétré et pixels publicitaires connectés.
- **Tableau de Bord de Pilotage** : Vos KPI essentiels (Coût par lead, taux de conversion, ROI) lisibles en un coup d'œil.

2. Les Actifs Stratégiques (Votre autonomie & croissance)

- **Playbook Technique & Vidéothèque** : Une bibliothèque de tutoriels vidéo personnalisés. Je vous montre exactement comment modifier vos textes ou envoyer une newsletter. Vous êtes 100% propriétaire et autonome : plus jamais de blocage technique.
- **Audit "Offre Irrésistible"** : Analyse critique et ajustement de votre promesse, de vos bonus et de votre pricing pour maximiser la conversion avant même d'envoyer du trafic.
- **Guide de Posture & Wording** : Vos éléments de langage et arguments d'autorité (EEAT) pour vous démarquer et crédibiliser votre communication sur tous les canaux.
- **Roadmap Commerciale à 90 jours** : Votre feuille de route post-mission. Un plan d'action semaine par semaine (contenus, offres, relances) pour maintenir la dynamique des ventes après la livraison.

Glossaire simplifié

A/B Test : Comparer deux versions d'une page (ex: un bouton rouge vs un vert) pour garder celle qui vend le mieux.

Analytics (GA4) : Le tableau de bord qui nous dit d'où viennent les visiteurs et ce qu'ils font sur le site.

CAC (Coût d'Acquisition Client) : Combien d'euros vous dépensez en publicité pour obtenir 1 nouveau client payant.

CRO (Optimisation de la Conversion) : L'art d'améliorer vos pages pour qu'un plus grand nombre de visiteurs achètent.

CTA (Call to Action / Appel à l'action) : Le bouton ou la phrase impérative qui dit au visiteur quoi faire (ex : "Télécharger mon guide"). Sans CTA clair, on perd le client.

Délivrabilité : La capacité de vos emails à atterrir dans la boîte principale (et pas dans les SPAMS).

EEAT (Expertise, Autorité, Fiabilité) : Les critères utilisés par Google pour juger si votre site est sérieux. C'est votre "réputation médicale/pro" aux yeux du moteur de recherche.

KPI (Indicateurs Clés) : Les seuls chiffres qui comptent vraiment pour votre business (Ventes, Marge, Coût par lead), par opposition aux "chiffres de vanité" (Likes, Vues).

Lead Magnet (Aimant à prospects) : Le cadeau gratuit (PDF, Vidéo, Audit) que vous offrez en échange de l'adresse email d'un visiteur.

Pixel : Un petit mouchard éthique installé sur le site qui permet à Facebook ou Google de savoir qui a acheté, pour optimiser les pubs.

Playbook : Votre manuel de pilotage. Un document ou des vidéos qui vous expliquent "comment faire" pour que vous soyez autonome sur votre outil.

RGPD : Les règles européennes qui nous obligent à demander l'accord du visiteur avant de le tracer ou de lui écrire.

ROAS : Le retour sur investissement publicitaire. Si je mets 1€ en pub, combien d'euros reviennent dans ma poche ?

SEO (Référencement Naturel) : L'art de plaire à Google pour apparaître gratuitement dans les recherches.

SEA (Référencement Payant) : Payer Google pour apparaître tout de suite en haut de page.

Séquence Email : Une série d'emails pré-écrits qui s'envoient automatiquement jour après jour (J+1, J+2...) pour convaincre un prospect.

Systeme.io : Le logiciel "tout-en-un" français qui héberge vos pages, vos formations et envoie vos emails.

Tags (Étiquettes) : Le système pour trier vos contacts. Exemple : on colle l'étiquette "Acheté Formation" sur un client pour ne plus lui envoyer de promo.

Tunnel de vente : Contrairement à un site classique où l'on se promène, le tunnel est un parcours guidé en ligne droite : *Page de capture -> Page de vente -> Paiement*.

Upsell / Downsell :

- *Upsell* : Proposer un produit en plus juste avant le paiement)
- *Downsell* : Proposer une offre moins chère si le client refuse l'offre principale, pour ne pas le perdre.

Wording : Le choix stratégique des mots. On ne dit pas "Achetez", on dit "Rejoignez la communauté". Ça change tout.