

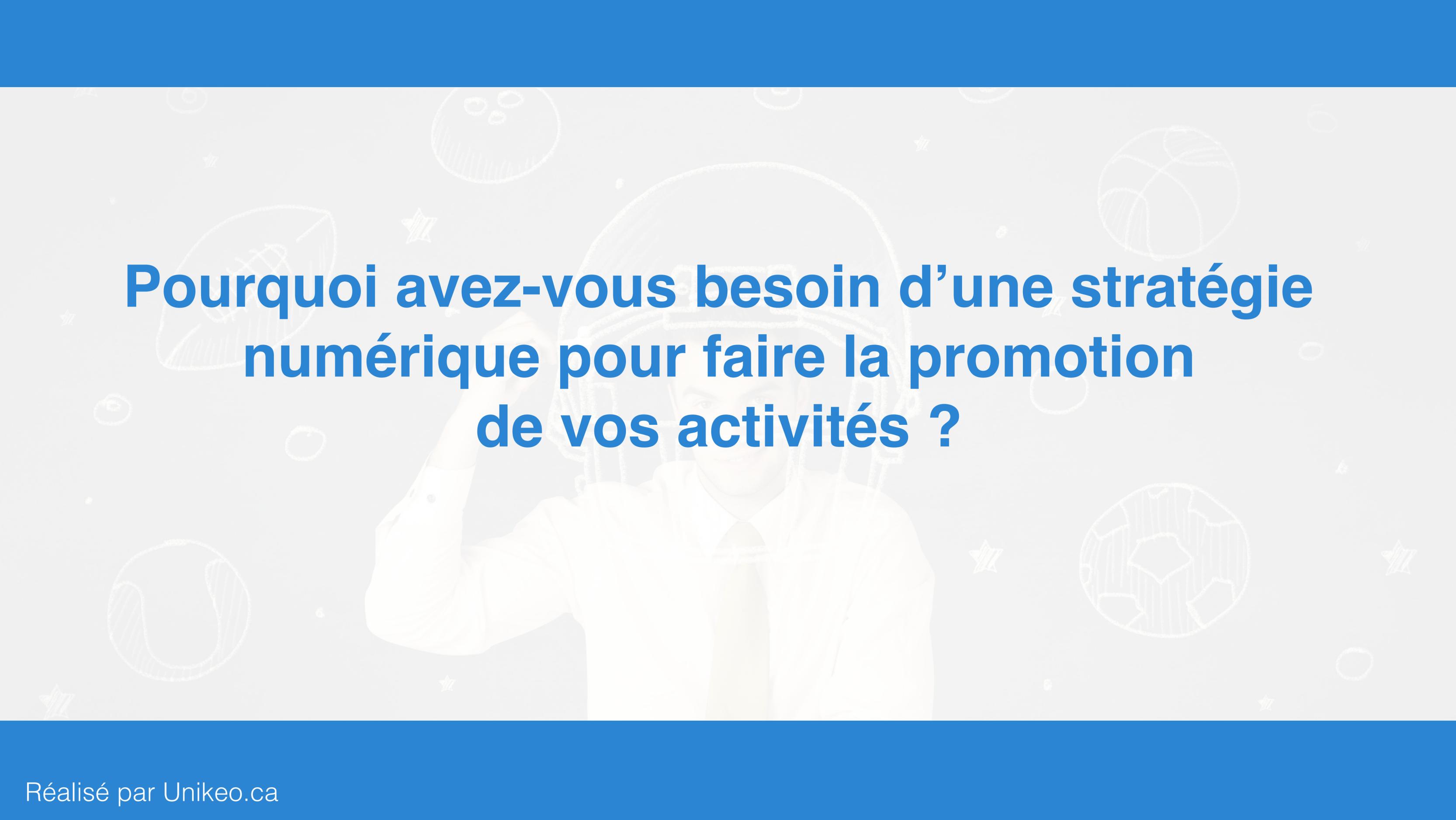
En collaboration avec



8 ÉLÉMENTS CLÉS À INTÉGRER DANS VOTRE STRATÉGIE DE PROMOTION EN LIGNE POUR VOS ACTIVITÉS.

Réalisé par

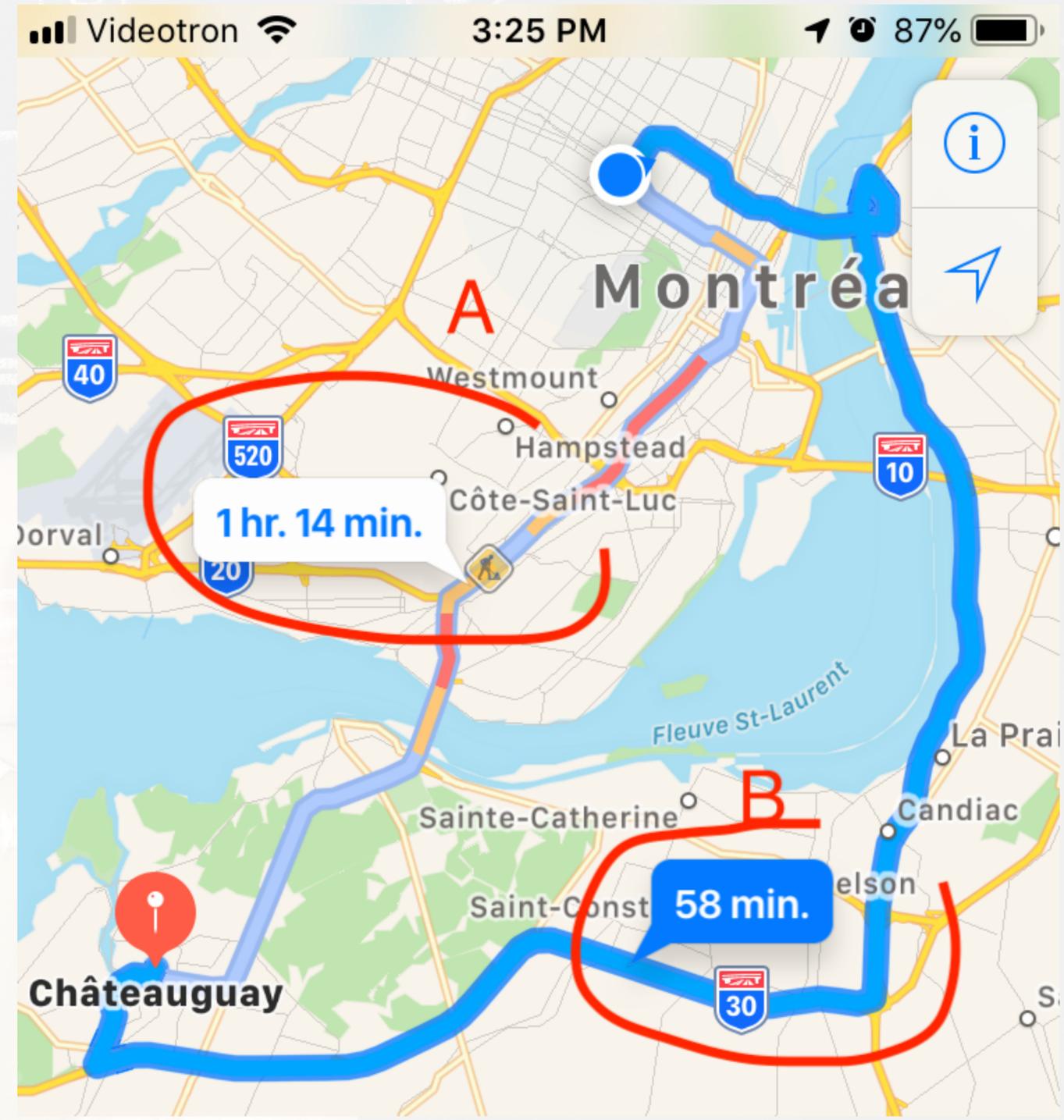
UNIKEO
SPORTS



Pourquoi avez-vous besoin d'une stratégie numérique pour faire la promotion de vos activités ?

VOTRE STRATÉGIE = VOTRE GPS

Peut-on arriver à bon port sans connaître l'adresse de destination ou sans itinéraire ?



CE QUE NOUS ALLONS VOIR AUJOURD'HUI

8 éléments clés à intégrer à votre stratégie de promotion en ligne

Acquisition, bienvenue, segmentation, personnalisation, algorithmes, analyse, optimisation de résultats,...



QUI SUIS-JE ?

Cédrick AUDEL [in](#)

Stratège web

Fondateur de l'agence Unikeo

Ancien athlète de haut niveau

Titulaire d'une maîtrise en marketing



SAVIEZ-VOUS QUE ?

85% des internautes québécois utilisent les médias sociaux (72,8% de la population québécoise).

3,8 millions de recherches sur Google par minute (dans le monde)

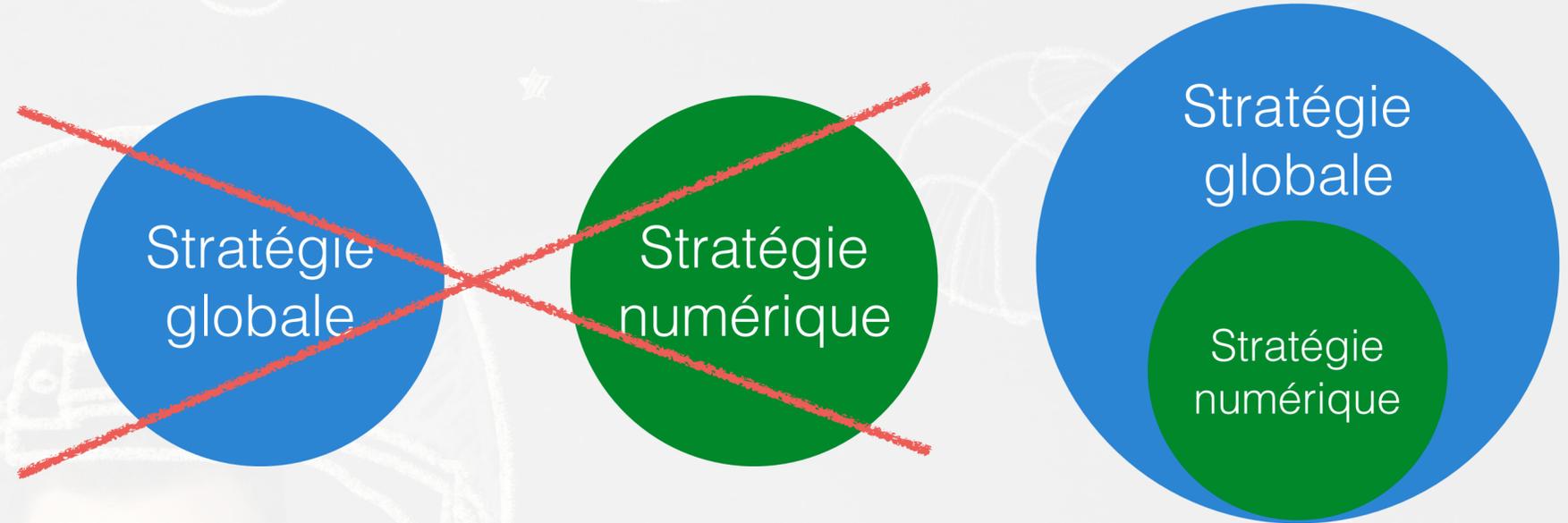
40,4% des adultes considèrent les avis et recommandations en ligne avant un achat.

*Sources : Études CEFRIO | Facebook

AVANT DE COMMENCER...



Crédit photo : Facebook @BougeBouge



“The digital strategy is part of the business strategy and experts maintain that it cannot be effective or successful if built independently”

Wikipédia, 2019

QU'EST CE QU'UNE STRATÉGIE ?

Stratégie

*Définition : “Art de **coordonner des actions** et de **manœuvrer** habilement pour **atteindre un but.**”*

Dictionnaire Larousse, 2019

QUELS ÉLÉMENTS DEVEZ-VOUS Y INTÉGRER ?

Stratégie

Atteindre un but : Le définir

Coordonner des actions : Déterminer des actions en adéquation avec le but

Manoeuvrer habilement : Maîtriser les outils et ressources dont on dispose

QUE DEVRAIT COMPORTER VOTRE STRATÉGIE NUMÉRIQUE ?

Exemples de questions clés :

Qu'est ce que je souhaite retirer de ma présence en ligne ?

Qui sont mes concurrents, mes partenaires potentiels en ligne ?

Combien de temps ai-je à investir en ligne ?

Combien de nouveaux prospects, clients, ventes je vise en ligne ?

Quelles sont mes ressources disponibles (temps, budget,...) ?

Est-ce que je possède déjà des actifs numériques ?

Comment pourrai-je les bonifier pour atteindre mon objectif ?

Ai-je les compétences nécessaires pour ce que je souhaite réaliser ?

Dois-je faire appel à de l'aide externe ?

Etc.

QUE DEVRAIT COMPORTER VOTRE STRATÉGIE NUMÉRIQUE ?

OBJECTIFS

Obtenir 50 participants de plus

MISE EN OEUVRE

Obtenir 1000 visiteurs de plus sur le site

Obtenir de 100 abonnés à mon infolettre

LEVIERS

Contenu

Publicité

Concours

“Lead magnet”

OUTILS

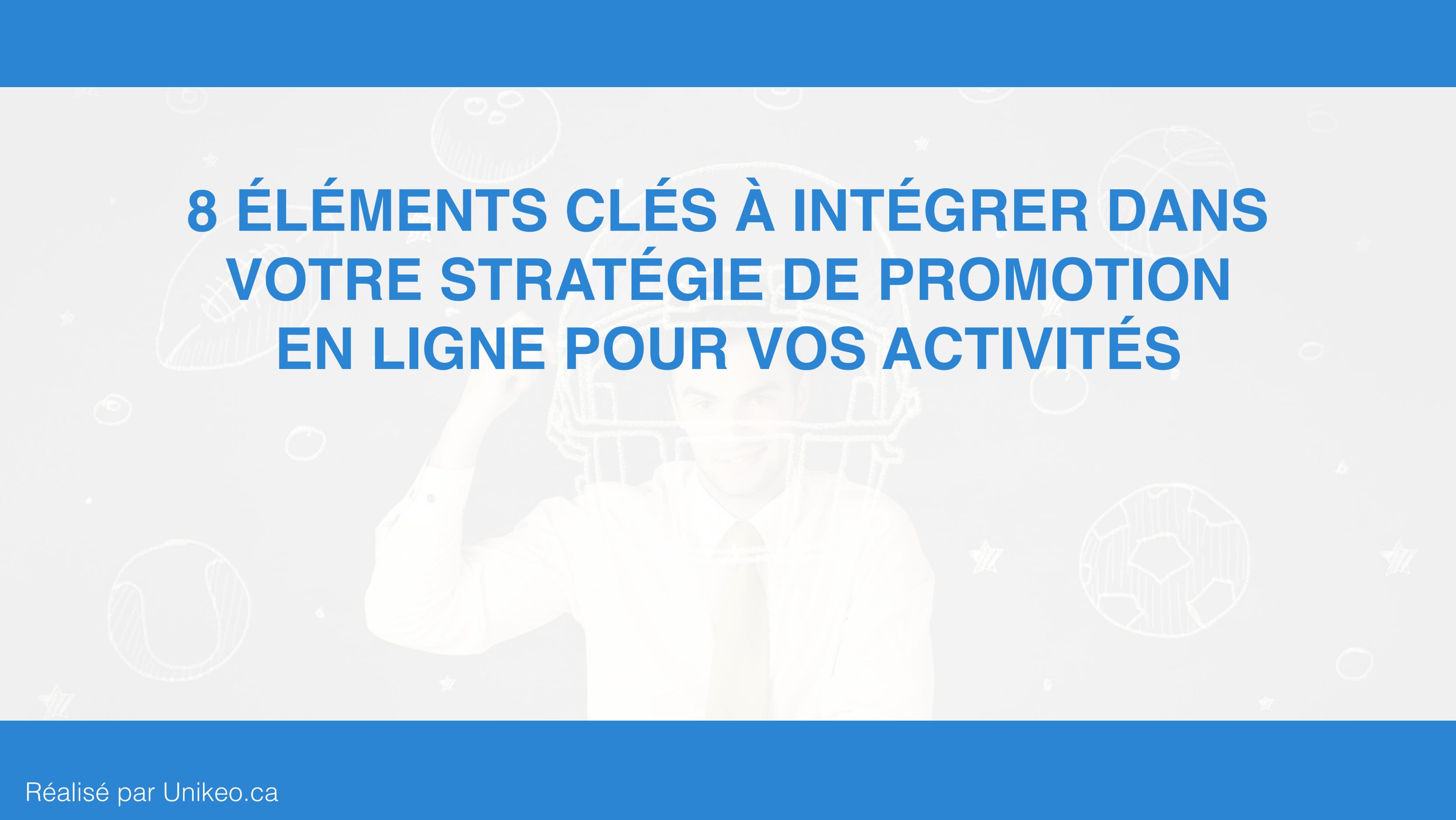
Blogue

Pub FB

Google Ad

Médias sociaux

Coupon

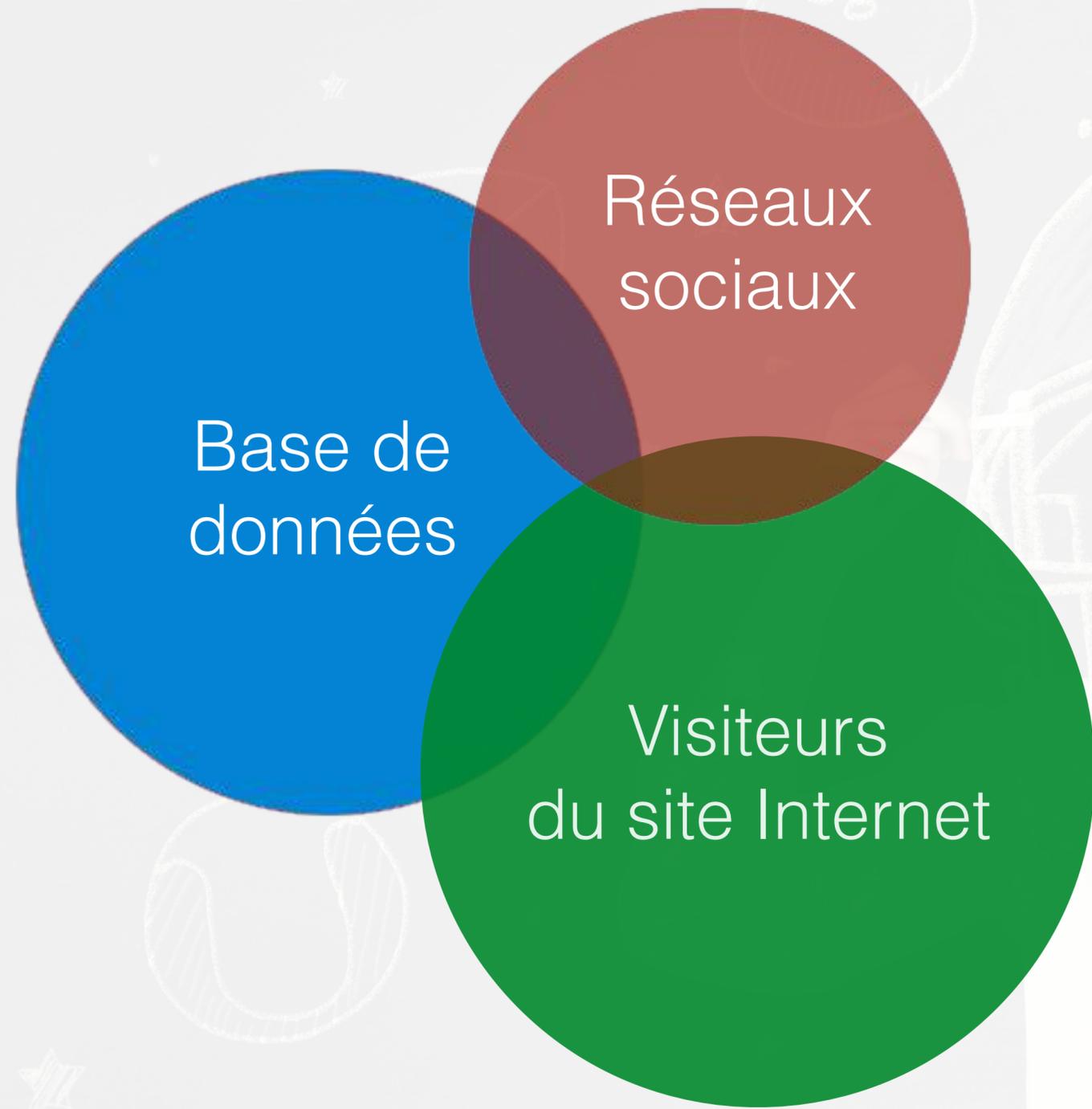


8 ÉLÉMENTS CLÉS À INTÉGRER DANS VOTRE STRATÉGIE DE PROMOTION EN LIGNE POUR VOS ACTIVITÉS

Qu'est ce qui détermine le plus la valeur numérique de votre organisation?



1. L'ACQUISITION



Bénéfices

- ✓ Réduit la dépendance aux plates-formes externes
- ✓ Réduit les coûts promotionnels
- ✓ Limite vos risques
- ✓ Augmente votre valeur numérique

1. L'ACQUISITION

CONCOURS! FAITES GAGNER UNE SÉANCE À LA CLASSE DE VOTRE ENFANT! 🎉

On souhaite faire un cadeau à une classe de la région en offrant une activité dirigée pour un groupe complet !

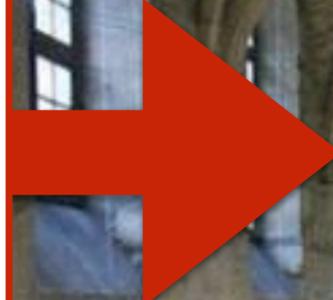
Pour PARTICIPER vous devez :

- AIMEZ notre page facebook
- PARTAGEZ cette publication
- IDENTIFIEZ l'école de votre enfant et le prénom de son enseignant(e).

Faites vite! Le concours prend fin le mercredi le 2 octobre! 🕒



✓ Les concours



Association des camps du Québec

avec Vifa Magazine.

Partenariat rémunéré ·

Aimer la Page

#Concours | Envie d'offrir une semaine en camps de vacances à votre enfant cet été ? Courez la chance de gagner un séjour en camp de vacances certifié! D'une valeur de 500\$! 🎉

En collaboration avec WIXXMAG.ca



WIXXMAG.CA

Concours | WIXXMAG

Concours

2

20

3 commentaires 18 partages

1. L'ACQUISITION

The image shows a website article titled "La gestion des commentaires négatifs sur les réseaux sociaux de votre organisation sportive !" by Natalia Gomez, dated February 27, 2019. The article discusses strategies for handling negative comments on social media. A chat window is overlaid on the right side of the page, showing a conversation with a user named Cédrick. The chat messages are:

- Message from Cédrick: "Comment puis-je masquer les commentaires ?"
- Response: "Vous pouvez soit masquer manuellement ou automatiquement, que souhaitez-vous faire ?"
- Response button: "Manuellement"

The website navigation bar includes: ACCUEIL, MARKETING SPORTIF, MÉDIAS SOCIAUX, FINANCEMENT, FORMATIONS, S'ABONNER, CONTACT. The article content includes a red arrow pointing to the text: "Un exemple, de commentaire haineux, serait une personne qui écrit sur votre page Facebook : « Ce centre sportif est nul en c****»."

✓ Utilisez votre contenu

✓ Utilisez le contact avec votre audience

1. L'ACQUISITION

Base de données

Pensez "Acquisition"

- ✓ Offre de contenu (Article, Vlog,...)
- ✓ Leadmagnets
- ✓ Concours
- ✓ Live chat
- ✓ Etc.

- ✓ N'oubliez pas le monde réel !

2. LA BIENVENUE



Quel est le premier courriel que reçoivent vos nouveaux abonnés ?

2. LA BIENVENUE



Exemple :

- ✉ Courriel 1 : Bonjour, voici qui nous sommes !
- ✉ Courriel 2 : Voici 3 personnes comme vous qui ont adoré notre activité
- ✉ Courriel 3 : Découvrez les 3 nouveautés de nos activités

Bénéfices

- ✓ Augmente le capital sympathie
- ✓ Permet de créer une relation
- ✓ Rend le prospect plus enclin à acheter

3. LA SEGMENTATION



GUYLAINE

61 ans

Retraité

Anglophone

Passion : La lecture, les musées

Pratique : La natation



MARIE-ÈVE

22 ans

Étudiante en archéologie

Francophone

Passion : Les musées d'archéologie

Pratique : Le tennis

3. LA SEGMENTATION

1. Les informations de base

- ✓ Prénom, nom, courriel
- ✓ Informations indispensables à l'activité (ex : âge pour catégorie)

2. Les informations techniques

- ✓ Date de naissance, téléphone, adresse, etc.

3. Les informations à valeur ajoutée

- ✓ Informations de segmentation du profil (préférences, activités préférées, fréquences, montant moyen dépensé)

3. LA SEGMENTATION



Bénéfices

- ✓ Permet de mieux connaître sa clientèle et ses prospects
- ✓ Adresser le bon message aux bonnes personnes
- ✓ Permet davantage de personnaliser les messages dans le but de favoriser la communication

4. LA PERSONNALISATION



Bénéfices

- ✓ Favorise le lien avec sa clientèle
- ✓ Permet de donner de la considération à la personne contactée
- ✓ Améliore l'expérience client

4. LA PERSONNALISATION

Exemple de courriel personnalisé (Contextualisé)

Bonjour **Marie-Ève**

On vous remercie d'avoir participé a notre activité **ABC** !

Si vous avez aimé cette expérience, nous pensons que vous allez probablement adorer la prochaine activité **XYZ**.

Nous aimerions donc vous offrir 25% durant la période des fêtes du X au X...
etc.



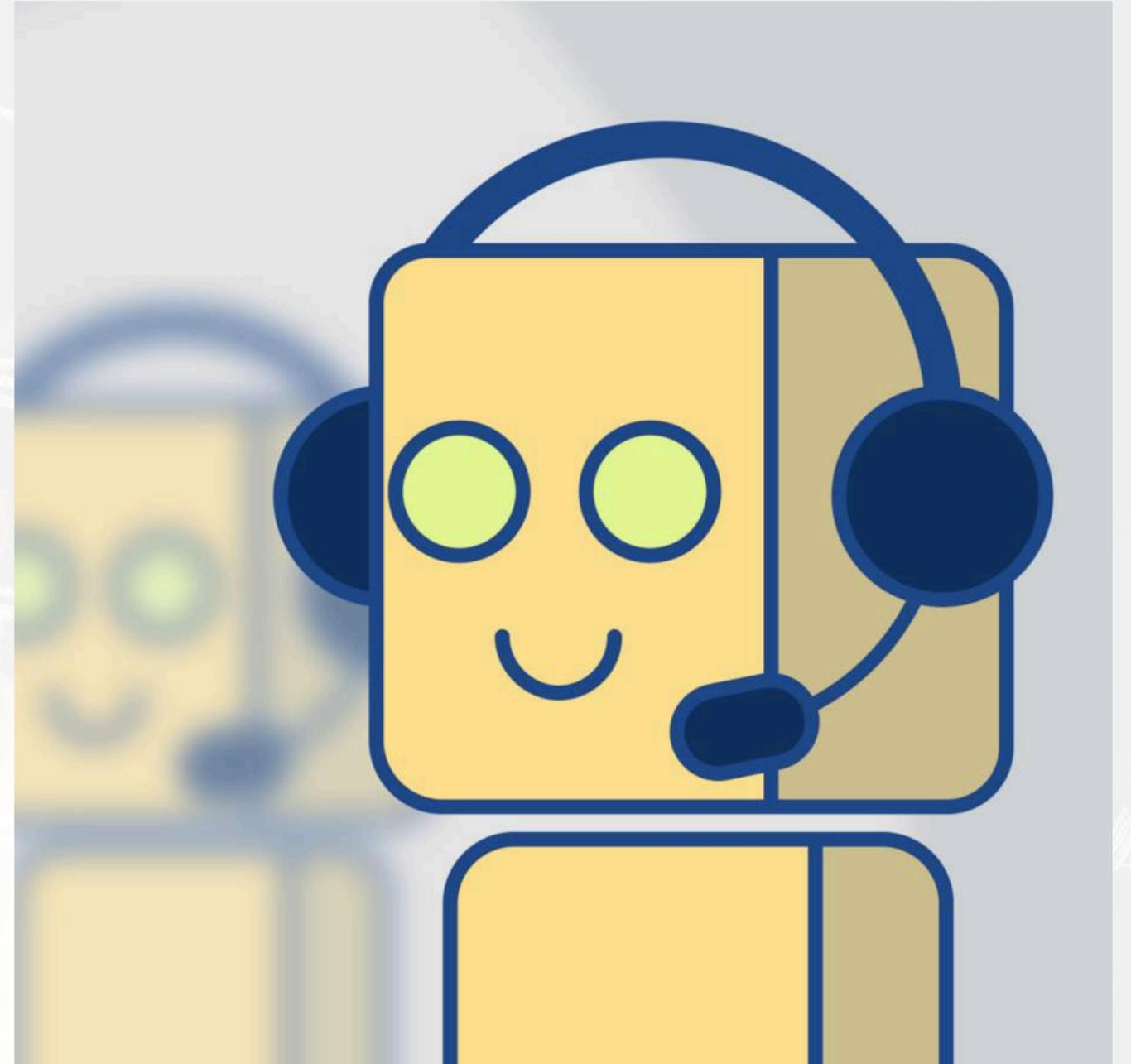


**Vous arrive t-il de faire ou de répéter
les mêmes choses à vos clients / prospects ?**

5. L'AUTOMATISATION

Les 3 règles d'or de l'automatisation

- 1** Automatisez ou semi-automatisez des tâches récurrentes (ex : Informations, etc.)
- 2** Restez humain !
- 3** Automatisez des processus qui fonctionnent déjà (Upsell)



5. L'AUTOMATISATION

Chatbot

Exemple : **“AutoChat”**

Bénéfices

- ✓ Présence continue
- ✓ Optimisation du temps
- ✓ Amélioration de l'expérience client





**QUI A DÉJÀ FAIT DE LA PUBLICITÉ
SUR LES MÉDIAS SOCIAUX ?**

QUESTION ?

Votre publicité à 500\$ est-elle un échec si...

Elle génère 1 000 visiteurs sur le site, parmi eux 500 ajoutent votre produit / service au panier, mais il y a seulement 1 vente.



RÉPONSE !

Oui... Mais...

Elle génère 1 000 visiteurs sur le site, parmi eux 500 ajoutent votre produit / service au panier, mais il y a seulement 1 vente.

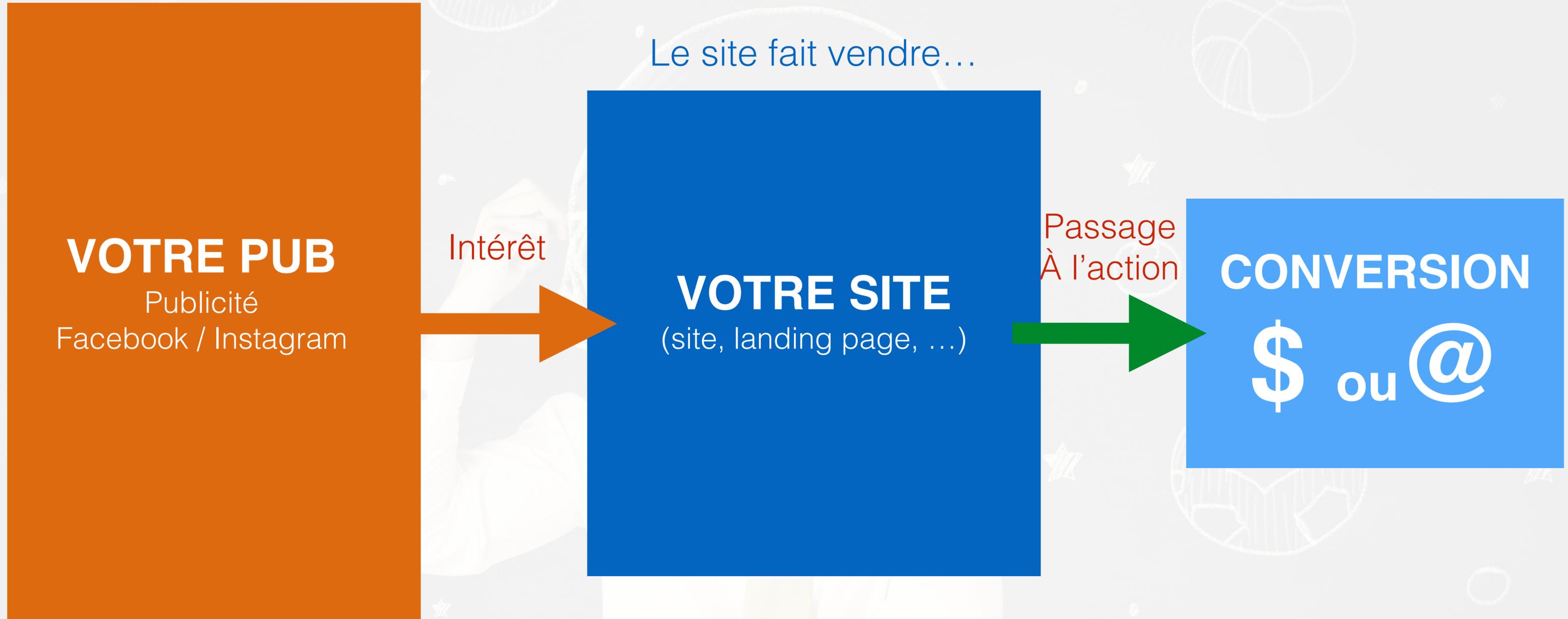
*0,50\$ par visiteur | 50% d'intérêt | 0,1% de conversion |
Valeur du produit / service ?*



LE RÔLE DE LA PUBLICITÉ

La pub séduit...

Le site fait vendre...

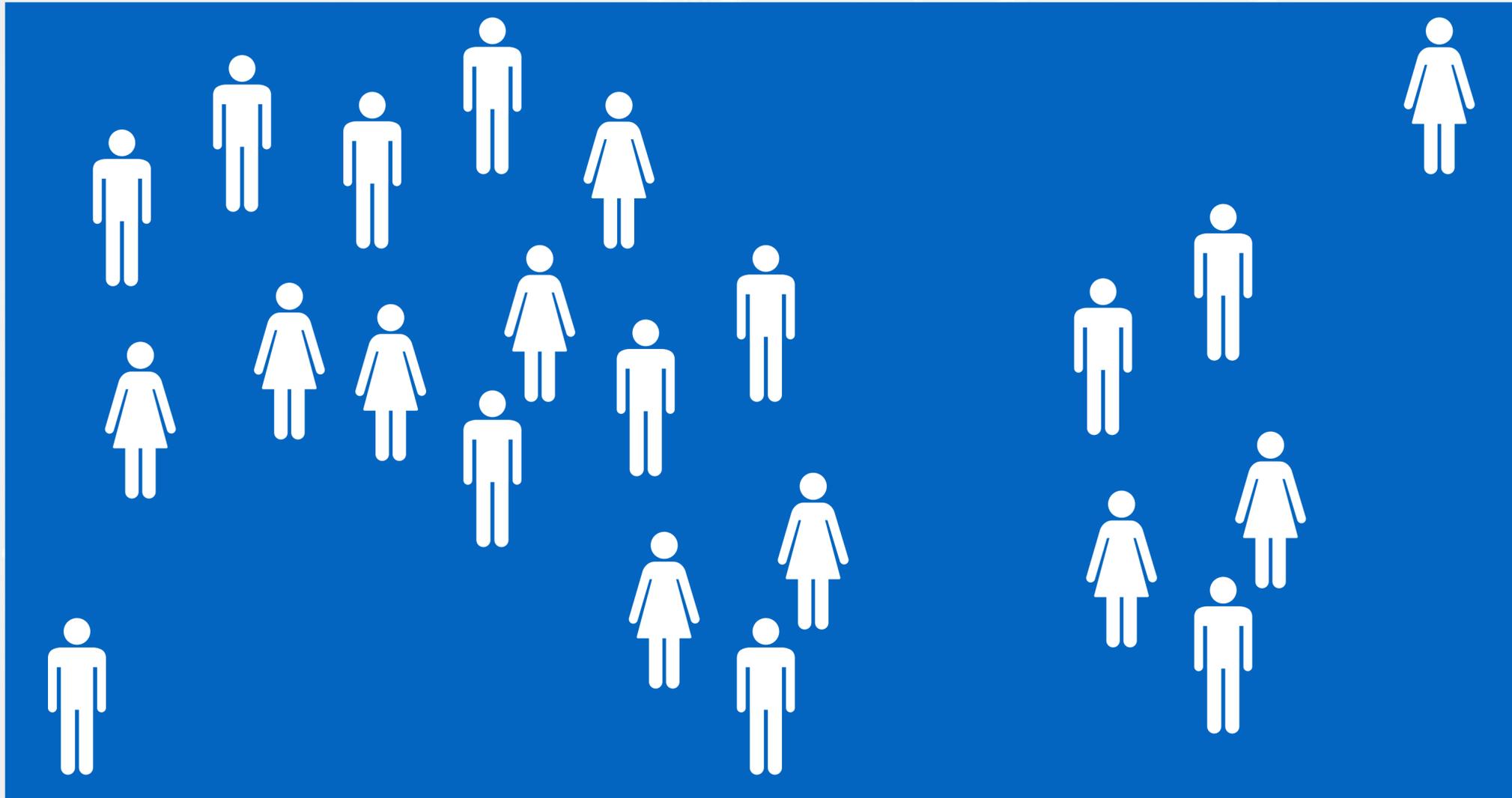


LES ERREURS À ÉVITER EN PUBLICITÉ...

- Faire un “boost de publication” / “Mise en avant” etc.
- Faire une campagne en se basant simplement sur les critères tels que l’âge, le sexe, l’intérêt, etc.
- Lancer une publicité sans faire de suivi.
- Avoir 1 version de sa publicité
- Etc.

POURQUOI ÇA NE MARCHE PAS ?

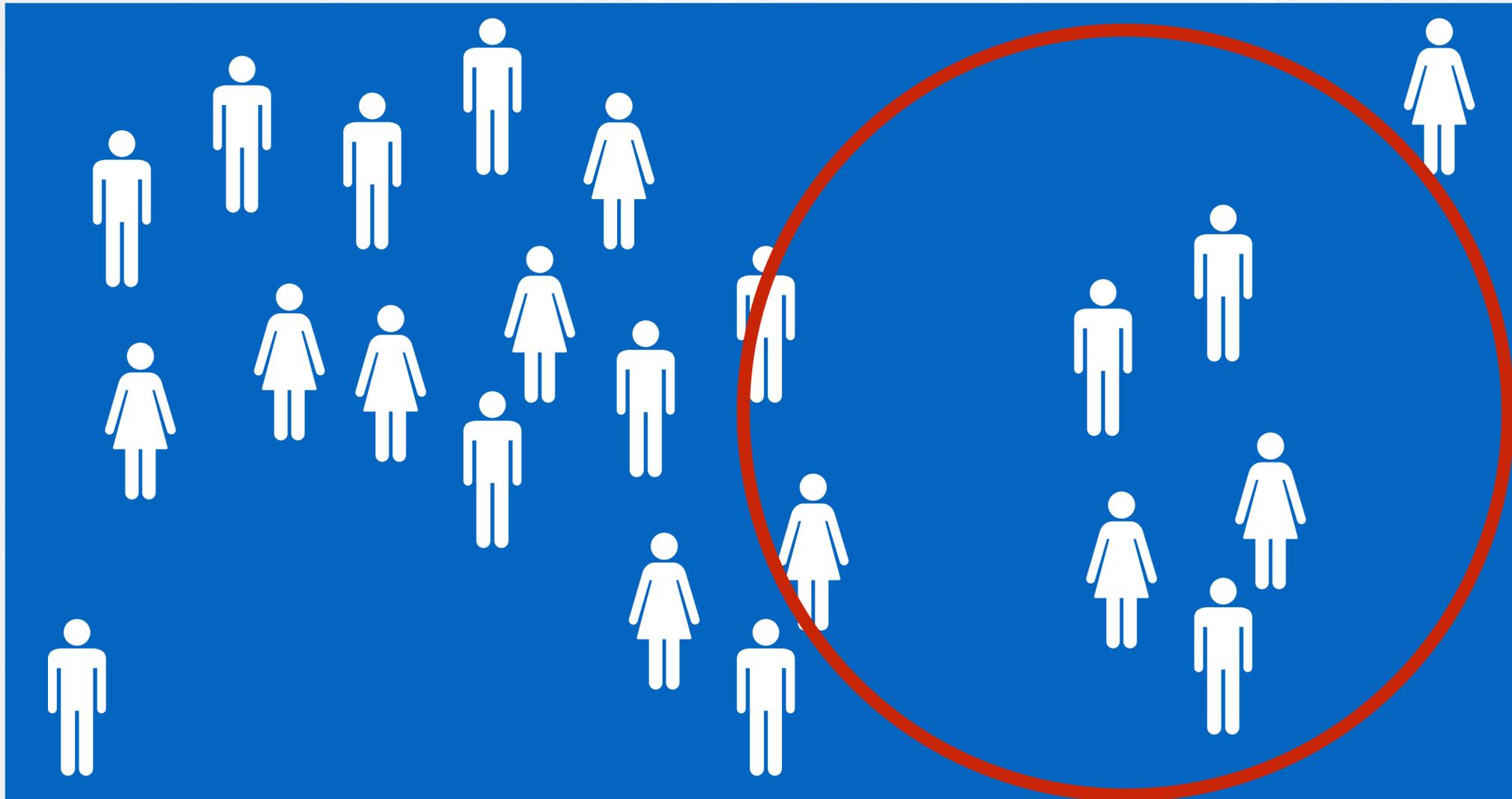
VOTRE MARCHÉ :



Votre publicité doit rester une hypothèse le moins longtemps possible !

POURQUOI ÇA NE MARCHE PAS ?

VOTRE MARCHÉ :

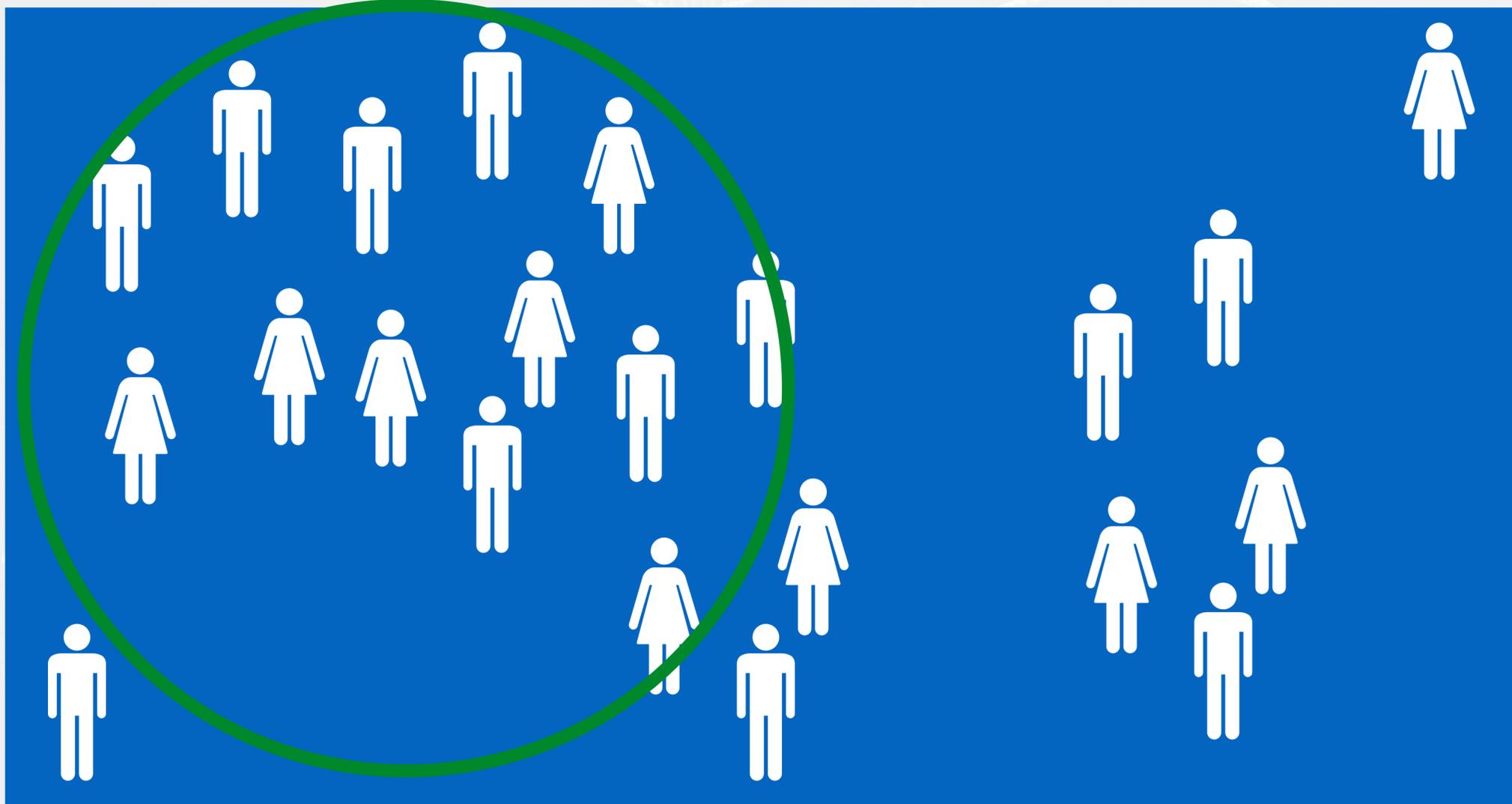


Peut-être que vous êtes en train de viser le mauvais segment de votre marché ?

Votre publicité doit rester une hypothèse le moins longtemps possible !

POURQUOI ÇA NE MARCHE PAS ?

VOTRE MARCHÉ :



Comment connaître le ou les bons segments ?

Votre publicité doit rester une hypothèse le moins longtemps possible !

QUE FAIRE POUR OPTIMISER SES PUBLICITÉS ?

Confirmer ou infirmer votre hypothèse

Faire la bonne analyse (CPA, TDC, RSDP, Score, fréquence,...)

Déterminer le ou les bons KPIs

Utiliser des techniques avancées : Remarketing, profils similaires

EXEMPLE D'UN TABLEAU DE BORD PERTINENT

Facebook Gestionnaire de publicités

Rechercher une entreprise

Unikeo

54

Ensembles de publicités

Durée de vie : 17 avr 2019 – 30 juil 2019

Mis à jour il y a un instant

Search or add filters

Créer

Exportation

Colonnes:

Répartition

Nom	RSDP des achats sur site web	Achats uniques	Paniers pers.	Valeur de conversion des achats	Vues uniques de page de destination	TDC (taux de clic) unique	Montant dépensé	Fréquence
[Unikeo Sports] HOT Retargeting FR - C...	12,72	23	66	\$1 342,42	49	3,74%	\$105,50 sur \$105,50	6,19
[Unikeo Sports] x2 WARM Québec FR - ...	11,63	17	57	\$1 156,33	76	3,27%	\$99,43 sur \$99,43	3,28
[Unikeo Sports] HOT Retargeting EN - 1...	11,27	17	54	\$1 671,47	43	2,84%	\$148,26 sur \$148,26	6,21
[Unikeo Sports] x2 HOT Retargeting EN ...	10,61	20	69	\$1 471,36	32	2,26%	\$138,62 sur \$138,62	6,05
[Unikeo Sports] HOT Retargeting FR	6,71	21	81	\$1 536,78	155	9,92%	\$229,06 sur \$229,06	14,02
[Unikeo Sports] HOT Retargeting EN	6,24	10	54	\$888,65	80	6,53%	\$142,37 sur \$142,37	11,17
[Unikeo Sports] WARM Québec EN - V.3	3,38	1	1	\$74,15	6	0,63%	\$13,77 sur \$13,77	1,32
Résultats provenant de 30 ensembles de pul	4,14 Moyenne	225 Total	801 Total	\$15 020,17 Total	1 207 Total	3,73% Par person...	\$3 630,02 Total dépensé	8,35 Par person...

EXEMPLE D'UN TABLEAU DE BORD PERTINENT

Facebook Ads Manager interface showing a dashboard for advertising campaigns.

Navigation: Gestionnaire de publicités, Rechercher une entreprise, Unikeo, 67 notifications, 2019, Mis à jour il y a un instant.

Section: Campagnes

Search: Search or add filters

Buttons: Créer, Exportation, Colonne: Répartition

Nom	Fréquence	Achats sur le site web	Coût par résultat	Site web - Valeur de conversion	Montant dépensé	RSDP des achats sur site web	Budget	d'engager (classen)
> [blurred]	4,95	149	\$6,42 Par achat	\$5 268,15	\$957,31	5,50	Utilisation ...	
> [blurred]	4,13	105	\$6,34 Par achat	\$3 069,05	\$665,57	4,61	Utilisation ...	
> [blurred]	4,38	73	\$7,55 Par achat	\$2 412,70	\$550,89	4,38	Utilisation ...	
> [blurred]	7,81	232	\$10,32 Par achat	\$8 324,35	\$2 394,51	3,48	Utilisation ...	
> [blurred]	1,45	13	\$1,45 Par vue de pag...	\$491,40	\$170,51	2,88	Utilisation ...	
> [blurred]	2,39	12	— Par [100 tech] ...	\$325,45	\$142,10 sur \$142,10	2,29	Utilisation ...	
▶ Résultats provenant de 18 campagnes ⓘ		6,48 Par person...	3 423 Total	—	\$113 609,05 Total	\$55 756,30 Total dépensé	2,04 Moyenne	

6. RE-CIBLAGE

Médias sociaux

Bénéfices

- ✓ Relancer des prospects “chauds”
- ✓ Éviter de payer pour des prospects “froids”
- ✓ Augmenter son ROAS

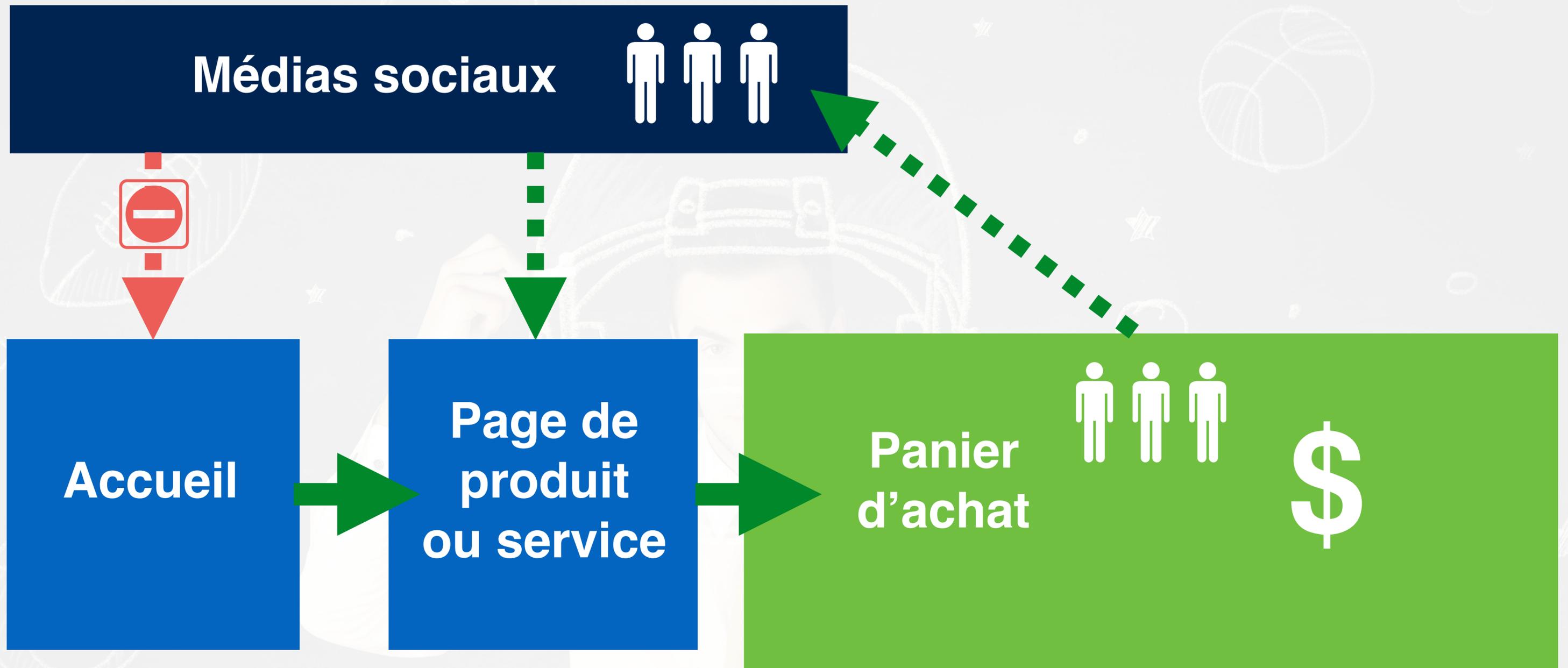
Accueil

Page de produit ou service

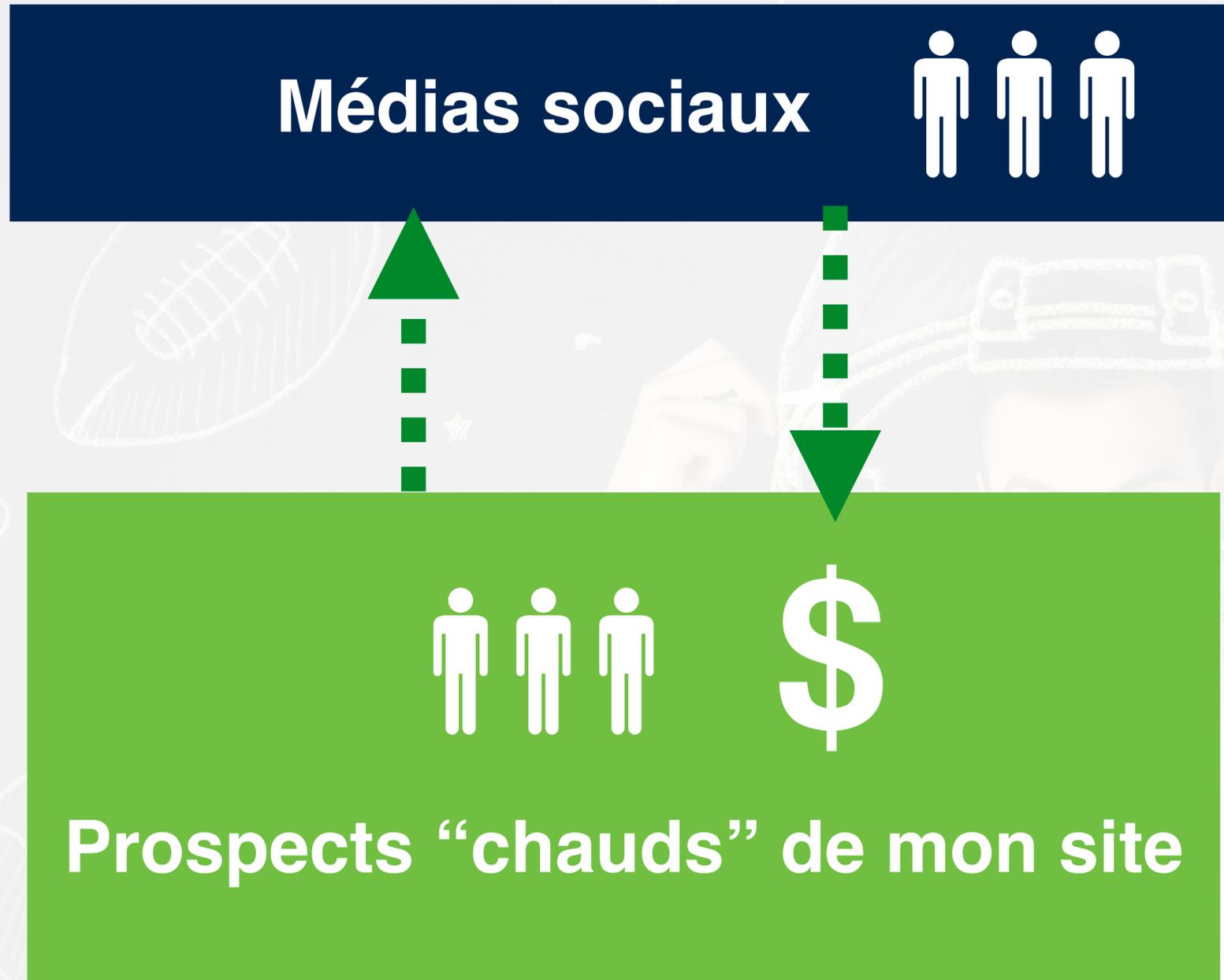
Panier d'achat

\$

7. PROFILS SIMILAIRES



7. PROFILS SIMILAIRES

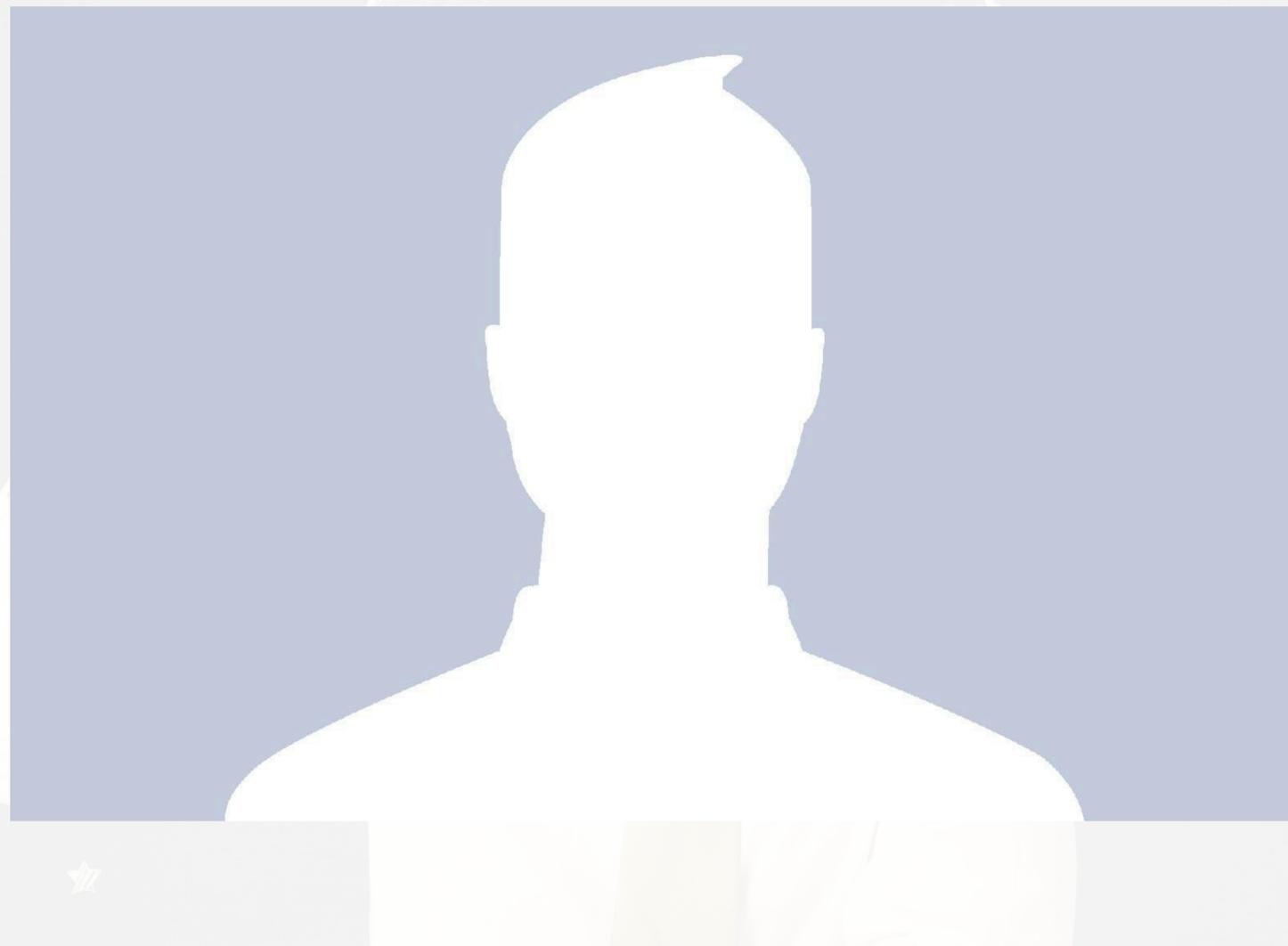


Bénéfices

- ✓ Optimiser ses publicités
- ✓ Trouver des prospects ciblés
- ✓ Élargir son marché avec de nouveaux prospects

8. L'ANALYSE DE VOTRE AUDIENCE

Que savez-vous de votre audience ?

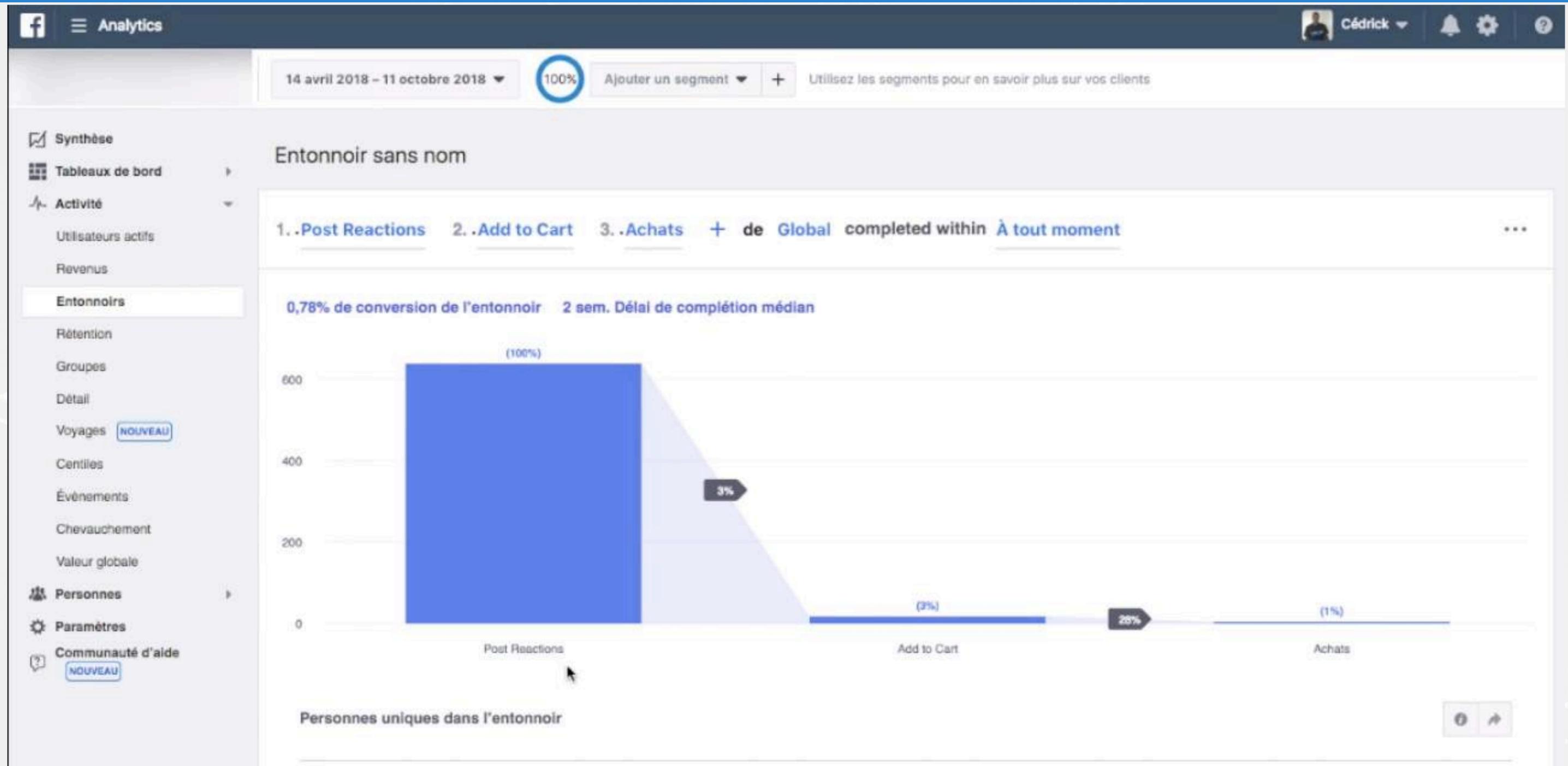


8. L'ANALYSE DE VOTRE AUDIENCE

Les questions qui tuent :

- ✓ Quels sont le meilleur jour et la meilleure heure pour publier ?
- ✓ Quel âge a votre audience ? Est-ce plutôt des femmes ou des hommes ?
- ✓ Quelle plateforme vous ramène le plus de membres ou de participants à vos événements ? Facebook , Twitter, Instagram... ?
- ✓ Qui sont les personnes qui ont le plus de chance de s'inscrire à vos activités parmi les gens qui aiment, qui commentent et qui partagent vos publications ?
- ✓ Etc.

8. L'ANALYSE D'AUDIENCE - EXEMPLE DE FACEBOOK ANALYTICS



8. L'ANALYSE D'AUDIENCE : QUELQUES OUTILS

Facebook

- ✓ Statistiques de votre page Facebook
- ✓ Statistiques d'audiences (Audience Insight)
- ✓ L'analytics (lié au site)
- ✓ Campagnes Facebook Business Manager

Twitter

- ✓ Statistiques de votre compte
- ✓ Publicités Twitter

Instagram

- ✓ Statistiques
- ✓ Campagnes Facebook Business Manager

Google Analytics

- ✓ Google Analytics

Linkedin

- ✓ Statistiques
- ✓ Linkedin Advertising

Snapchat

- ✓ Snapchat Insights
- ✓ Snapchat Ads

Etc.

RAPPEL DES 8 ÉLÉMENTS

1. L'aquisition
2. La bienvenue
3. La segmentation
4. La personnalisation
5. L'automatisation
6. La publicité avancée (Le re-ciblage)
7. La publicité avancée (Les personnes similaires)
8. L'analyse d'audience

AVEZ-VOUS DES QUESTIONS ?

RESTONS EN CONTACT !



 LinkedIn

 caudel@unikeo.ca

UNIKEO
SPORTS

Remerciement :



ARCHÉO-QUÉBEC