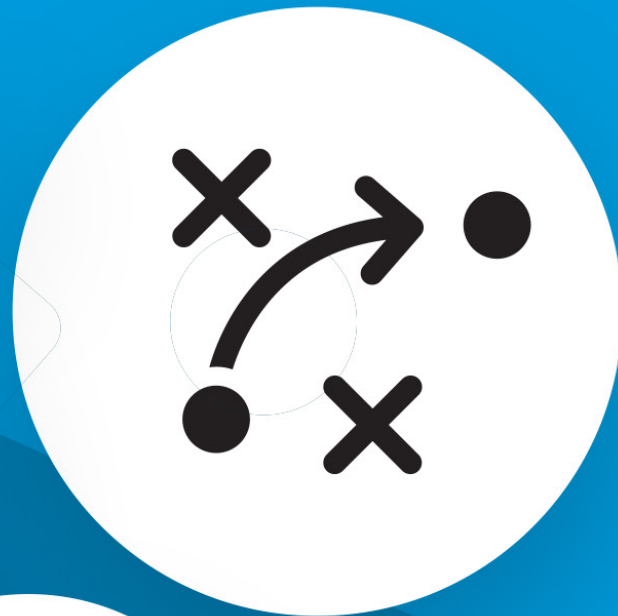




Le guide des

25 meilleures stratégies

éprouvées pour rentabiliser
simplement votre site Web

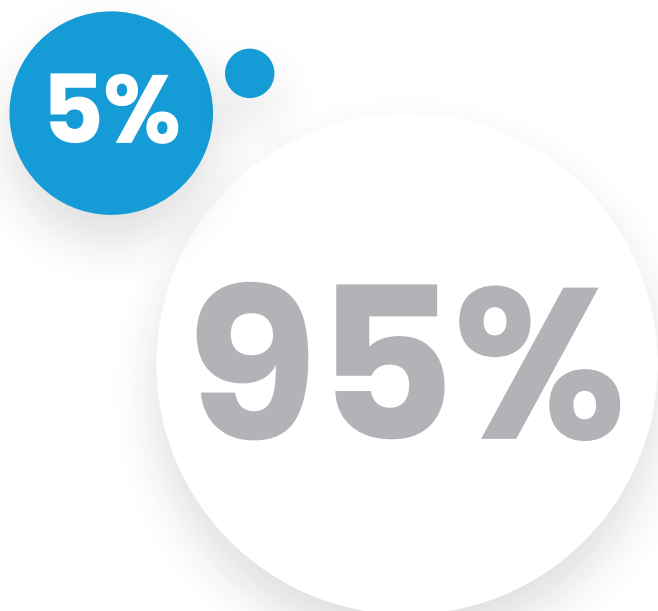


Saviez-vous qu'en moyenne c'est plus de 95% de vos visiteurs qui quittent votre site web sans avoir interagi avec vous?

C'est donc dire que plus de 95% de vos efforts et budgets publicitaires sont jetés aux poubelles !

C'est vraiment frustrant!

Voici le secret pour obtenir davantage de résultats avec le même trafic.



1. **Choisissez une offre** à proposer à vos visiteurs en retour de leurs informations de contact.
2. **Capturez les informations de contact de vos visiteurs le plus rapidement possible** sur votre site web en utilisant des outils spécialisés dans la conversion tels le pop-up et la page d'atterrissage.
3. **Relancez automatiquement** (et gratuitement) **vos visiteurs avec des emails** personnalisés et des infolettres de vente alléchante. (comportant des offres alléchantes)

Heureusement pour vous, l'équipe de LeadFox a fait le recensement des 25 meilleurs exemples éprouvés et testés pour convertir vos visiteurs en contacts et en revenus.



**PROPOSEZ UNE OFFRE À VOS
VISITEURS EN ÉCHANGE DE LEURS
INFORMATIONS DE CONTACT**

7 EXEMPLES D'OFFRE

L'offre (Lead Magnet) : Le coeur de la génération de prospects

Lorsque vos visiteurs arriveront sur votre site, vous voudrez obtenir leurs informations de contact (minimalement leur courriel) afin de pouvoir les relancer avec des courriels automatisés ou encore via votre infolettre. Ces Lead Magnets servent aussi à faire avancer vos prospects dans leur processus d'achats.

LA RÈGLE D'OR

La règle d'or est que plus votre offre est alléchante et plus votre pourcentage de conversion sera élevé (vous aurez plus de prospects) .

Consultez vos personas et créez donc des offres (du contenu ou encore des offres promotionnelles) qui seront réellement utiles et aidantes pour vos clients idéaux.

Il existe plusieurs types d'offres que vous pouvez proposer à vos visiteurs pour capturer leurs informations et les transformer en prospects et en clients.

Voici quelque 7 exemples détaillés :

1

UDEMY : Le rabais

Les rabais sont extrêmement puissants pour motiver les visiteurs à s'inscrire pour avoir le rabais. Le pourcentage dépend de votre industrie.

Objectif : permettre d'acquérir des leads et de l'information sur eux pour pouvoir les éduquer par la suite.

Exemple :

The screenshot shows a Udemy course page. The title is 'Acumen Presents: Seth Godin's Leadership Workshop'. Below the title, it says 'Learn the concrete steps to lead change and create an alternative future for yourself and others.' There are 4.4 stars from 1,141 ratings and 6,365 students enrolled. It was created by 'Acumen Courses, Seth Godin' and last updated on 5/2017. The language is English. On the right, there is a video preview of Seth Godin. The price is C\$26, which is 75% off from the original price of €\$105. A green 'Buy Now' button is prominent, with an 'Add to Cart' button below it. A small note says '1 day left at this price!'.

Dans l'[exemple de UDEMY](#), l'offre de 75 % de rabais est très alléchante.

2

SociallyMap : La démo

Les démonstrations des fonctionnalités pour vanter les bénéfices de votre outil sont des arguments de vente solides. Les démos sont populaires comme outils de contact primaire pour prendre le pouls du client. Vous pouvez ensuite répondre à ses réfutations directement au téléphone.

Objectif : permettre d'acquérir des leads intéressés à voir votre produit en action.

Exemple : [SociallyMap](#)

The screenshot shows a contact form for SociallyMap. The title is 'Contact'. Below the title, it says 'Comment déployer une stratégie d'Employee Advocacy ou de Social Selling ? Comment amplifier sa présence sur les réseaux sociaux ? Nos experts vous répondent avec plaisir !'. There is a large icon of a document with a pencil. At the bottom, there is a section with a phone icon and the text 'A VOTRE ÉCOUTE AU 04 42 91 09 49'. To the right of this is a text input field labeled 'Votre n° de téléphone'. To the right of the input field is a red button labeled 'Être rappelé'.

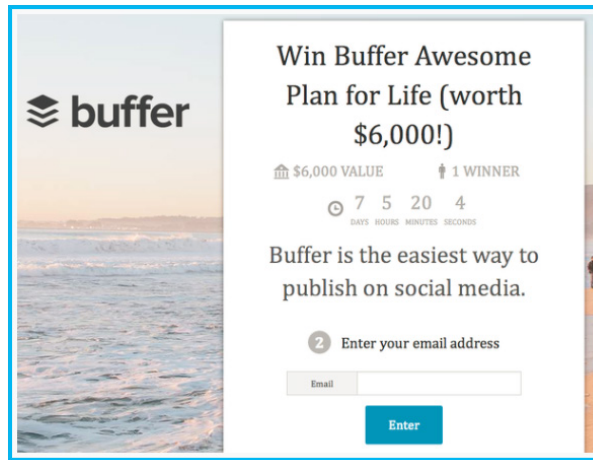
3

Buffer : Le concours

Les concours font partie des tactiques ayant le plus de chances de devenir virales. Le plus important : il faut qu'ils soient pertinents pour vos clients, et surtout que le suivi après la récolte des emails soit exécuté avec brio.

Objectif : collecter un très grand volume d'emails, et par la suite prendre le temps de les nurturer.

Exemple :



Nous conseillons fortement d'utiliser King Sumo ou RaffleCopter.

4

Rudy Viard : La consultation gratuite

La consultation gratuite est un service que vous rendez dans l'espoir que le client accepte de continuer le processus pour devenir un client payant. C'est l'équivalent de l'échantillon gratuit pour une entreprise de service.

Objectif : L'offre d'aider les gens à montrant votre expertise pour les rendre curieux et confiants à vos services peut fortifier votre positionnement en tant qu'expert. Le meilleur outil serait Skype ou Google Hangout. Je conseille aussi Join Me ou GoToMeeting. [\[Liste complète des outils pour créer les autres lead magnets\]](#)

Exemple :



Dans cet exemple, [Rudy Viard](#) vous propose de programmer un entretien de découverte avec lui où il pourra vous montrer son expertise et voir s'il peut vous aider.

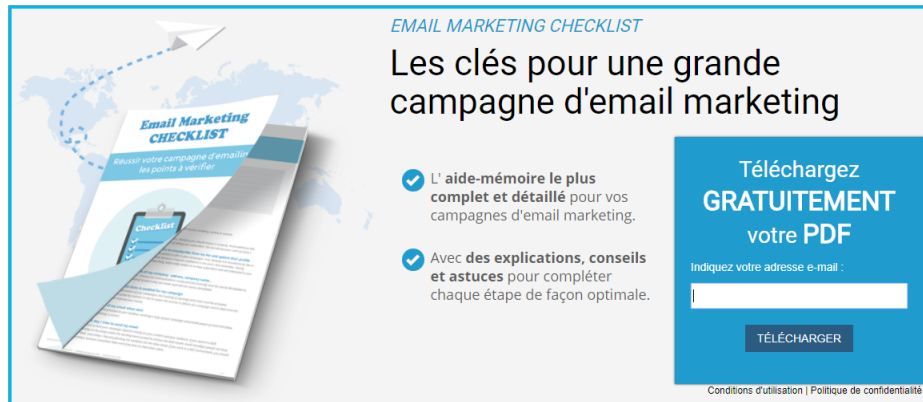
5

Acrelia News : La check-list

Les check-lists sont une manière de résumer un article ou une stratégie avec des actions faciles à suivre.

Objectif : servir d'aide-mémoire lors de l'application d'une stratégie et s'assurer de ne rien oublier.

Exemple : [Acrelia News](#)



6

ADExpress : L'ebook

Un ebook est un document qui présente une stratégie ou un concept en détail. On s'attaque à des sujets plus ardues et plus complexes.

Objectif : L'offre d'aider les gens à montrant votre expertise pour les rendre curieux et confiants fournir une analyse complète d'un sujet; analyse qui peut être accompagnée d'une stratégie à adopter.

Exemple :

Ici, [AdExpresso](#) explique comment bâtir une campagne Facebook avec des lead magnets puissants. Ils passent à travers toutes les étapes, de la conception à la création, et ce, jusqu'à la conversion finale.

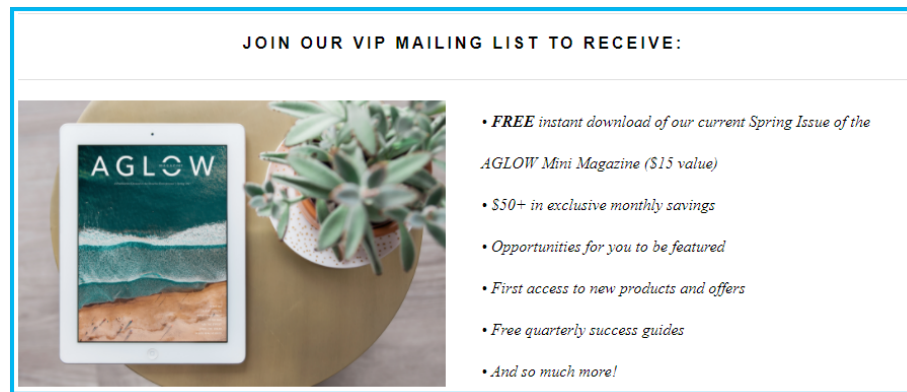
7

DesignAGlow : La newsletter VIP

La newsletter VIP ressemble à la newsletter standard sauf qu'elle englobe souvent un peu plus de valeur ajoutée. Des rabais exclusifs, des bonus gratuits ou des accès VIP.

Objectif : inciter les gens à s'inscrire à une liste afin de recevoir les nouvelles avant tout le monde. Ceci leur donnera un sentiment de VIP.

Exemple : [DesignAGlow](#)



Bonus d'inspiration : 49 idées d'offre

En bonus, voici une liste de 49 idées d'offre alléchante à proposer à vos visiteurs. Obtenez tous les détails des 49 offres et plus de **500\$ d'outils marketing gratuits** en cadeaux en téléchargeant [la trousse du gestionnaire marketing ici](#)

- | | |
|--|---|
| 01 - le rabais | 26 - le concours |
| 02 - l'essai gratuit | 27 - la routine personnelle |
| 03 - la démo | 28 - l'étude de cas |
| 04 - la livraison gratuite | 29 - le guide |
| 05 - l'échantillon gratuit | 30 - l'ebook |
| 06 - la consultation gratuite | 31 - le white paper |
| 07 - la liste d'attente | 32 - l'audit |
| 08 - la newsletter | 33 - l'analyse de performance spécifique |
| 09 - la newsletter vip | 34 - le cours par email |
| 10 - le résumé d'articles de blogue | 35 - la série de contenus |
| 11 - la synthèse des leçons d'un article de blogue | 36 - la boîte à outils |
| 12 - le premier chapitre gratuit | 37 - la liste d'outils gratuits |
| 13 - la check-list | 38 - la table ronde d'experts |
| 14 - le template (le modèle) | 39 - le slideshare/présentation |
| 15 - la cheatsheet | 40 - l'infographie |
| 16 - le swipe file | 41 - le chiffrier excel |
| 17 - la liste des ressources | 42 - le transcript |
| 18 - la liste des contacts utiles | 43 - le podcast |
| 19 - la liste de xyz | 44 - l'audible (article ou livre lu à voix haute) |
| 20 - la compilation de liens ultra pertinents | 45 - la vidéo (comment faire x) |
| 21 - le script exact à utiliser | 46 - la vidéo q&a |
| 22 - le quiz | 47 - les webinaires |
| 23 - le rapport en chiffres | 48 - le mini-cours en vidéo |
| 24 - la recette à succès | 49 - la calculatrice ou l'outil d'analyse statistique |
| 25 - le calendrier | |

Découvrez notre guide complet avec tous les outils pour créer les offres



**CAPTUREZ LE PLUS RAPIDEMENT
LES INFORMATIONS DE VOS VISITEURS**

4 EXEMPLES DE POP-UP

DITES OUI AUX POP-UP !

La deuxième étape du marketing automatisé est de capturer pour la première fois l'information des visiteurs sur votre site web.

Une fois que vous aurez les informations de votre nouveau prospect (minimalement le prénom et courriel) vous serez en mesure de le rejoindre instantanément avec des courriels automatisés et des infolettres. Les outils généralement utilisés à cette étape sont le pop-up et la page d'atterrissage (landing page).

Le pop-up est l'un des outils les plus controversés des marketeurs, mais il est aussi l'un des plus efficaces. Avec LeadFox il est possible d'activer un pop-up en moins d'une minute sur votre site web. En fait, vous n'avez qu'à sélectionner votre URL pour le faire apparaître.

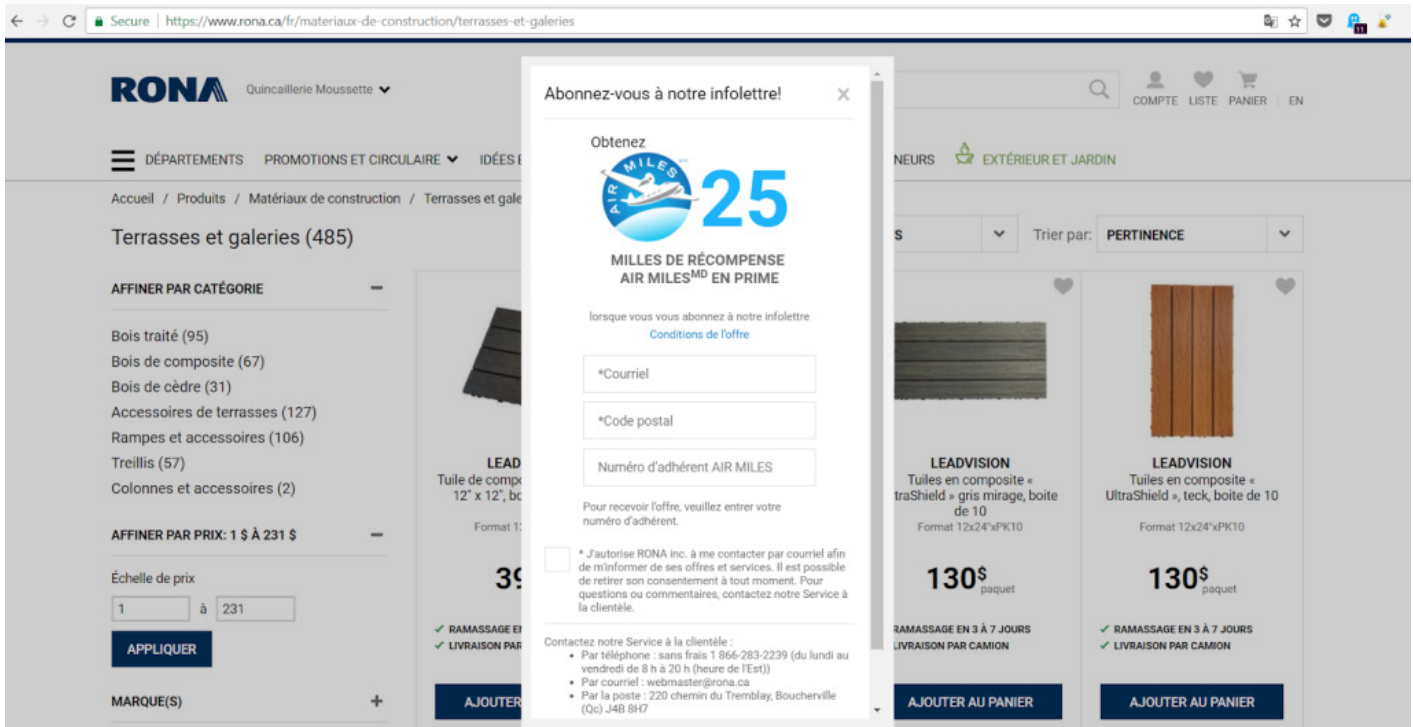
[Cliquez ici pour débiter et placer 1 ou 2 pop-up](#) à travers votre site en proposant des offres variées.

Découvrez 4 exemples de pop-up ridiculement efficaces

Statistique

Saviez-vous qu'en moyenne seulement 2,35 % des visiteurs donnent leurs informations de contact sur un site Web?

Par contre, **les utilisateurs de LeadFox obtiennent 5,8 x plus de contacts** grâce aux outils de pop-up et de page d'atterrissage!



Domaine d'activités : Construction/Rénovation

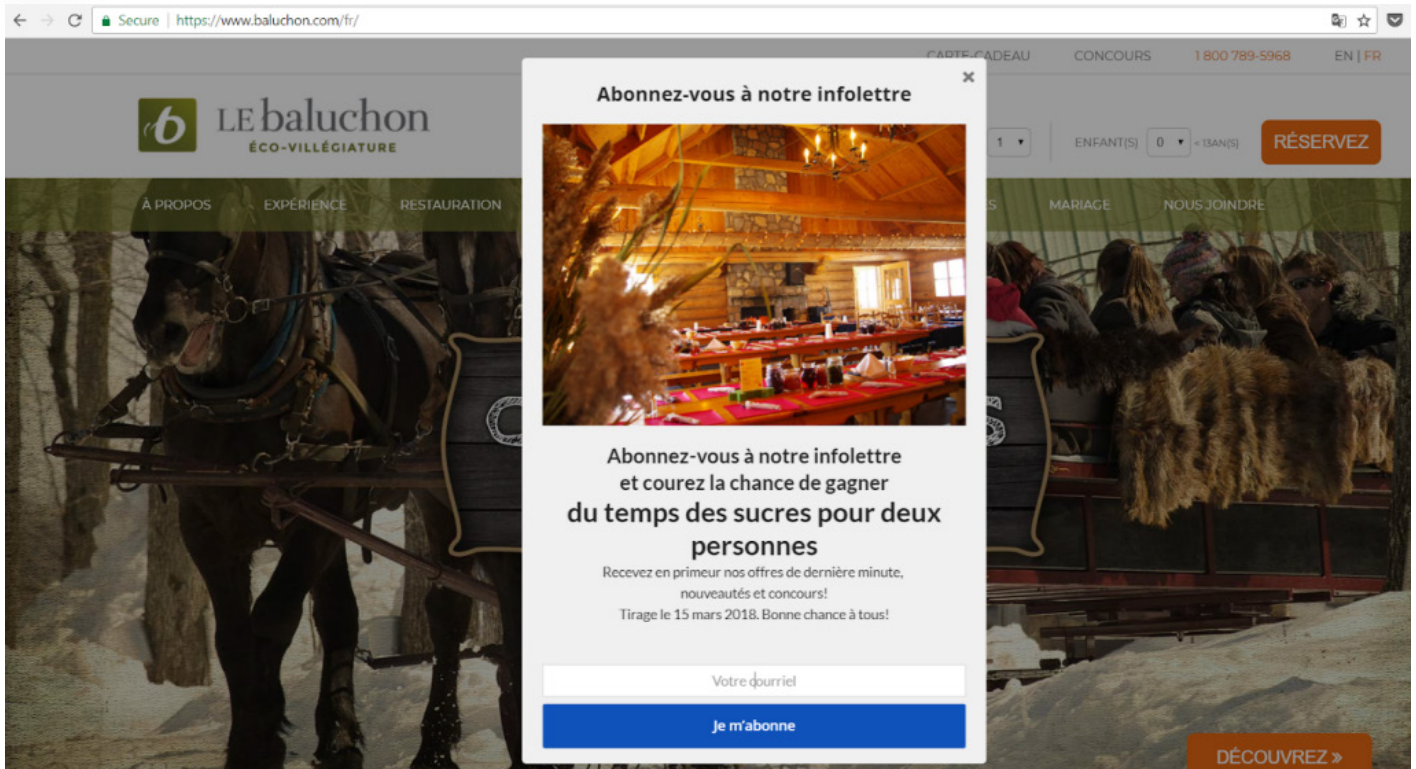
Le pop-up est apparu : quelques secondes, sur la deuxième page consultée.

Offre : Obtenez 25 MILLES DE RÉCOMPENSE AIR MILES EN PRIME lorsque vous vous abonnez à notre infolettre.

Appel à l'action : Je m'abonne

Point fort :

- L'offre est une récompense immédiate.



Domaine d'activité : Hôtellerie

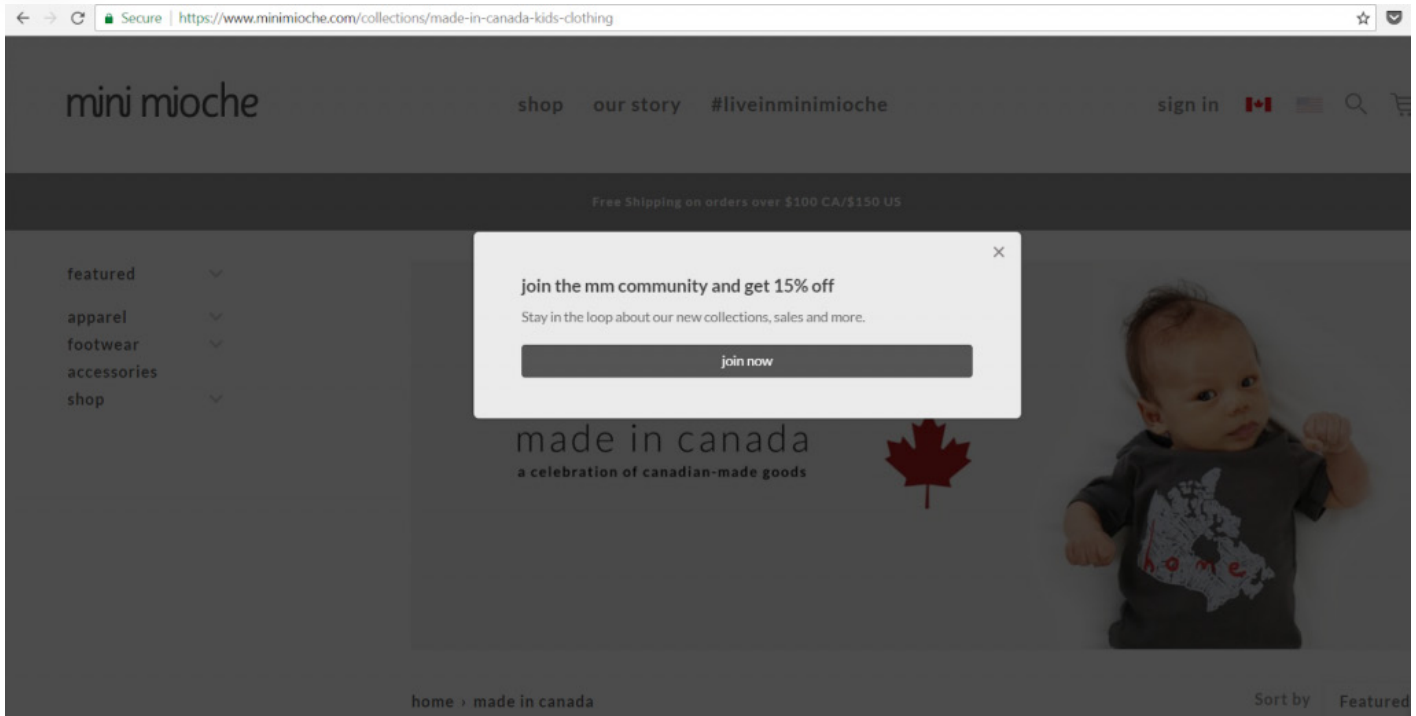
Le pop-up est apparu : sur la page principale, quelques secondes après l'arrivée sur le site Internet.

Offre : Abonnez-vous à notre infolettre et courez la chance de gagner du temps des sucres pour deux personnes.

Appel à l'action : Je m'abonne

Points forts :

- L'élément visuel est représentatif de l'offre.
- L'offre est d'actualité avec la saison des sucres qui approchent.



Domaine d'activité : E-commerce

Le pop-up est apparu : sur la seconde page de navigation, en quelques secondes.

Offre : Join the mm community and get 15% off.

Appel à l'action : Join now

Points forts :

- L'offre est alléchante pour le public cible.
- L'élément texte très concis permet au pop-up d'être consulté rapidement.



Domaine d'activité : Événementiel

Le pop-up est apparu : dès l'arrivée sur la page d'accueil du site Internet

Offre : Obtenez des rabais exclusifs et restez à l'affût en vous abonnant à notre infolettre.

Appel à l'action : Soumettre

Points forts :

- L'esthétique du pop-up est en symbiose avec l'image de marque.
- Le contenu texte court et clair permet d'identifier rapidement si cette offre nous convient ou non.

4 EXEMPLES DE PAGE D'ATERRISSAGE (LANDING PAGE)

La page d'atterrissage (Landing page) : La page qui multipliera vos conversions

Une landing page, ou une page d'atterrissage en bon français, c'est la page sur laquelle vous voulez que votre internaute atterrisse suite à une campagne marketing ou publicitaire.

Il s'agit donc d'une page qui est optimisée dans un seul but : faire accomplir une action très précise à l'internaute. La landing page n'a qu'une seule fonction : la conversion des visiteurs en prospect puis en client.

Lorsqu'elle est bien utilisée et qu'elle est optimisée, elle devient un outil de marketing fort efficace!

Découvrez vite les 4 exemples ici-bas.

Statistique

Utiliser une **landing page convertit en moyenne 7 x plus** des prospects qu'une page d'accueil.

Si vous étiez déjà rentable avec votre publicité, c'est le temps de passer à la vitesse supérieure. Si vous ne l'êtes pas, voici l'opportunité!



The image shows a landing page for LeadFox. At the top, there is a dark header with the LeadFox logo and tagline 'Logiciel marketing Tout-en-un'. Below the header, the main section features a large blue background with a white cloud-like shape. On the left, there is a small image of the ebook cover titled 'L'ESSENTIEL À SAVOIR SUR LES landing pages'. To the right of the image, the title 'L'ESSENTIEL À SAVOIR SUR LES LANDING PAGES' is displayed in large, bold, black letters, followed by the subtitle 'Vous voulez augmenter vos ventes et vos leads?'. Below this, the page is divided into two main columns. The left column has a blue background and contains the text 'Ce ebook vous permettra de concevoir des landing pages qui augmenteront à coup sûr votre taux de conversion.' followed by a list of four bullet points: 'Comprendre ce qu'est une landing page et pourquoi c'est un outil performant', 'Connaitre les meilleures pratiques de l'industrie', 'Concevoir une landing page efficace qui convertira vos visiteurs en client', and 'Optimiser votre landing page pour les meilleurs résultats'. The right column has a dark background and contains the text 'JE VEUX MA COPIE' followed by three input fields for 'MAYEVE', 'RACINE', and 'M.RACINE@LUDIS-MEDIA.CA'. Below these fields is an orange button labeled 'TÉLÉCHARGER GRATUITEMENT'. At the bottom of the page, there is a small copyright notice: '© LeadFox Technologie Inc. 2017'.

leadfox
Logiciel marketing Tout-en-un

L'ESSENTIEL À SAVOIR
SUR LES LANDING PAGES

Vous voulez augmenter vos ventes et vos leads?

Ce ebook vous permettra de concevoir des landing pages qui augmenteront à coup sûr votre taux de conversion.

À la fin de la lecture de ce ebook, vous serez en mesure de :

- Comprendre ce qu'est une landing page et pourquoi c'est un outil performant
- Connaitre les meilleures pratiques de l'industrie
- Concevoir une landing page efficace qui convertira vos visiteurs en client
- Optimiser votre landing page pour les meilleurs résultats

JE VEUX MA COPIE

MAYEVE

RACINE

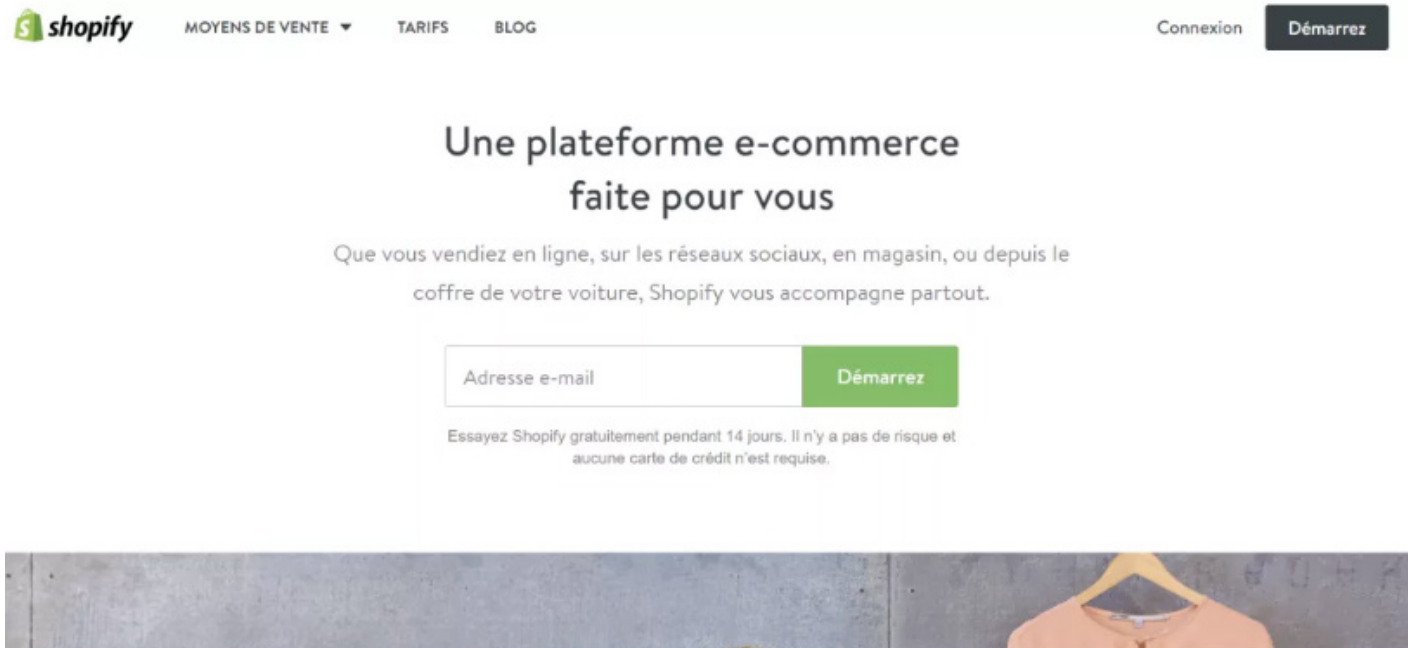
M.RACINE@LUDIS-MEDIA.CA

TÉLÉCHARGER GRATUITEMENT

© LeadFox Technologie Inc. 2017

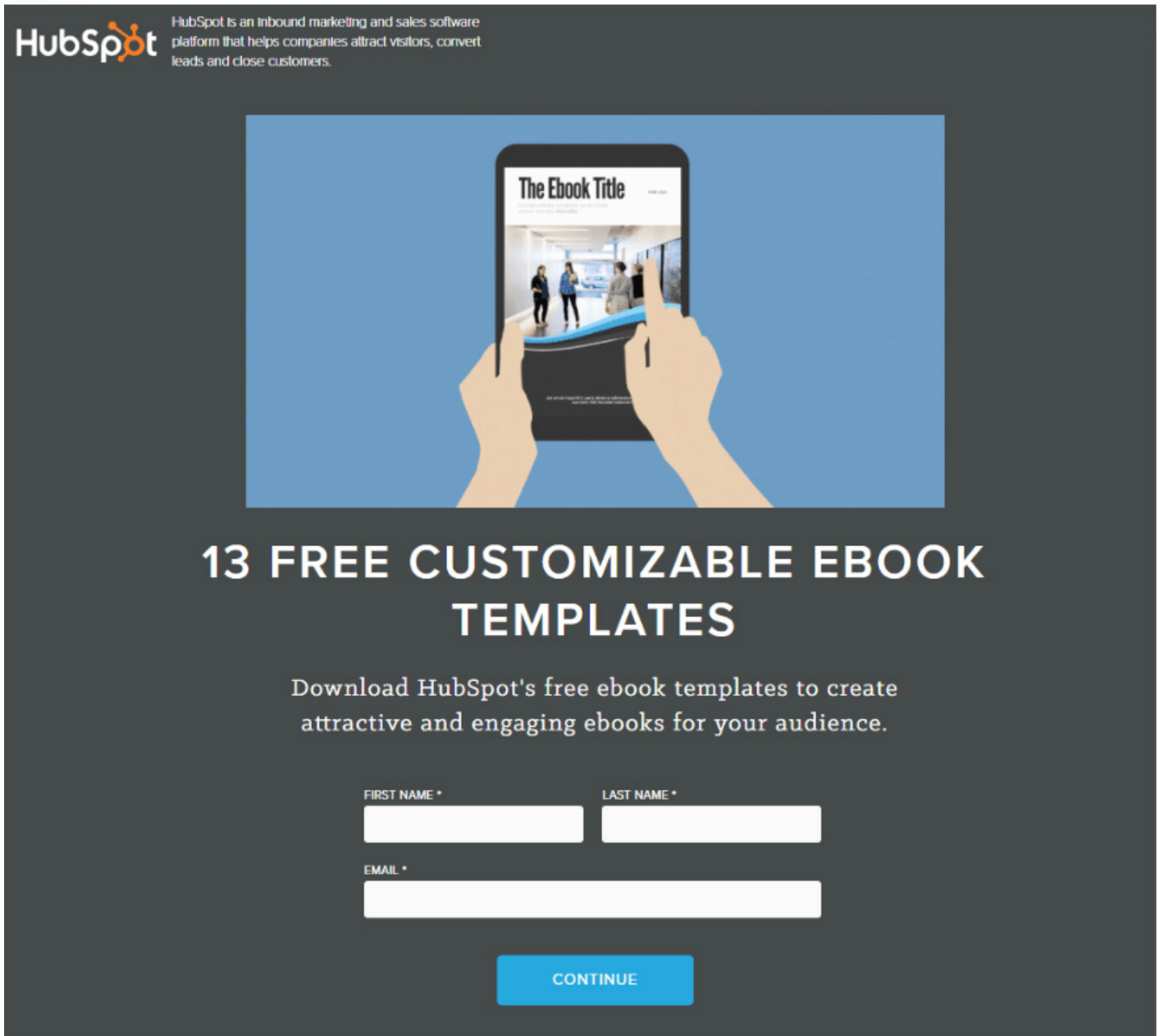
Voici la magnifique landing page de LeadFox. Elle est efficace parce qu'elle montre le produit et les bénéfices, le texte est court et concis pour améliorer la lisibilité. On accroche le visiteur en l'interpellant avec le sous-titre: Vous voulez augmenter vos ventes et vos leads? Le formulaire et l'appel à l'action sont mis en valeur à l'aide d'un beau design. Pour terminer, on met l'emphasis sur le fait que c'est gratuit.

Vous êtes curieux et vous voulez en apprendre davantage sur les landing pages. Téléchargez le guide L'essentiel à savoir sur les landing pages ainsi que [500\\$ d'outils marketing gratuits ici](#)



Voici une autre landing page de Shopify, qui présente quelques similitudes avec la précédente, le style est épuré aussi et le titre est accrocheur et mis en évidence. On ne demande que l'adresse courriel pour pouvoir tester l'application et l'appel à l'action est incitatif avec sa couleur verte.

Par contre, il aurait pu être préférable d'enlever les liens externes comme le blog pour que le visiteur reste concentré sur l'offre plutôt que d'être tenté de naviguer vers de nouvelles pages.



HubSpot is an inbound marketing and sales software platform that helps companies attract visitors, convert leads and close customers.



13 FREE CUSTOMIZABLE EBOOK TEMPLATES

Download HubSpot's free ebook templates to create attractive and engaging ebooks for your audience.

FIRST NAME *

LAST NAME *

EMAIL *

[CONTINUE](#)

Cette landing page d'HubSpot est très concise et très épurée. Elle ne montre que l'offre et les éléments essentiels soit le produit, le fait que ce soit gratuit et le formulaire pour bénéficier de l'offre.

C'est simple, mais tout de même efficace. On remarque qu'il n'y a aucune autre distraction sur la page pour le visiteur et que tout le contenu est centré vers l'offre, ce qui maximise les conversions.



Attend Dreamforce 2016 the Right Way!

Enter for a chance to win the ultimate Dreamforce package & create a memorable trip!

The package includes:

- \$200 Marriott gift card
- \$200 VISA gift card for spending
- \$150 OpenTable Gift Card for food
- \$50 Starbucks Gift Card
- Surprise Sponsor Gift
- A valet parking spot at a nearby garage
- Access to the Apttus Quote-to-Cash Zones which will host parties, free food, drinks, and more!

2 winners will be selected. Announcements will be on August 15 & September 12.

Sign Up To Win!

First Name: *

Last Name: *

Company: *

Email: *

Job Title: *

Enter Now

L'élément le plus efficace dans cette page est l'utilisation du formulaire. C'est l'élément qui ressort le plus sur la page où l'on vous propose de signer pour gagner, puis on détaille les prix, ce qui donne envie de remplir le formulaire afin de recevoir l'offre. Il s'agit d'une technique efficace.

Toutefois, il y a place à optimisation, car les éléments auraient pu être mieux disposés puis il y a trop de couleurs différentes présentes dans cette page, ce qui peut être agaçant pour l'œil.



CONVERTISSEZ VOS CONTACTS EN REVENUS

5 EXEMPLES D'INFOLETTRE

Les emails et infolettres promotionnels : Envoyez des offres spontanées

En plus de vos campagnes de marketing automatisé, il est payant de créer une infolettre régulière afin de :

- Proposer des offres spontanées à vos contacts
- Informer vos contacts sur l'actualité entourant votre entreprise
- Éduquer vos contacts grâce à vos articles de blogue

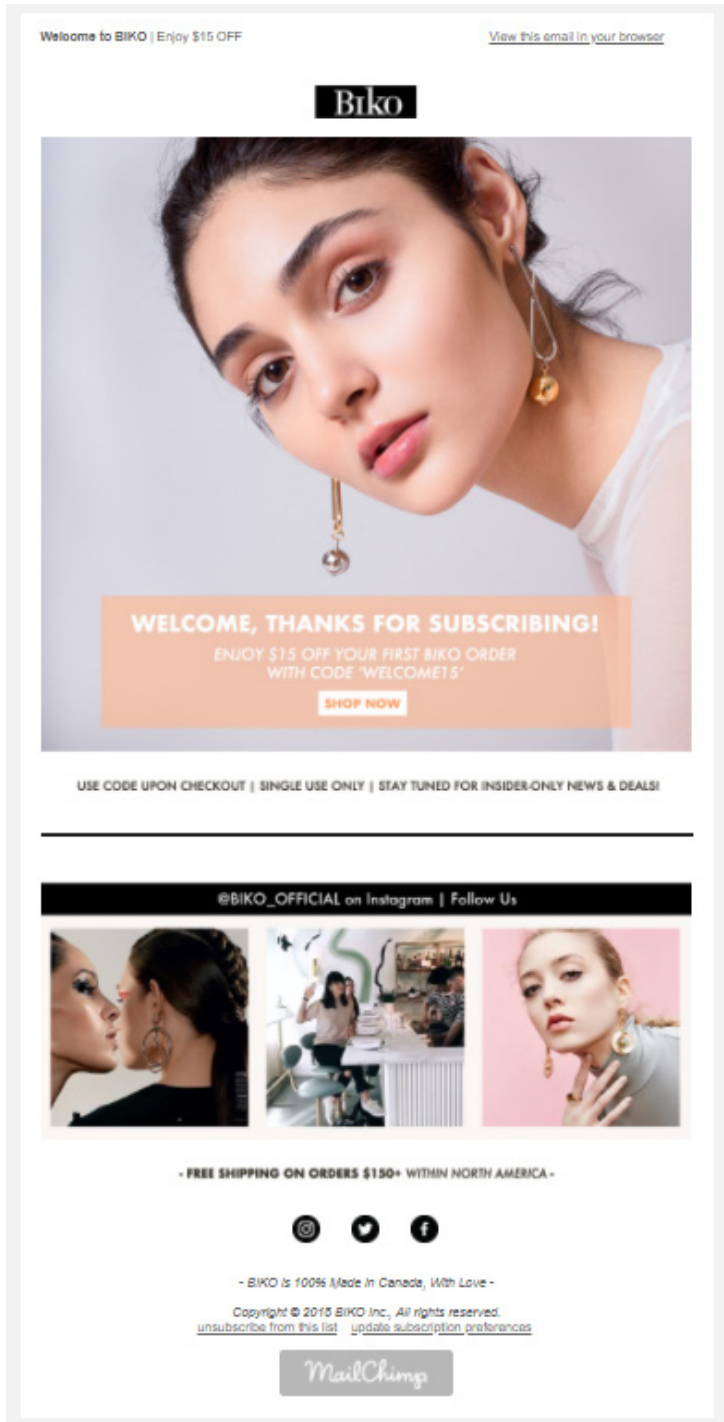
Il est très simple de bâtir une infolettre dans LeadFox. Vous n'avez qu'à sélectionner l'un des nombreux gabarits offerts gratuitement ou encore créer facilement le vôtre aux couleurs de votre entreprise.

**Voyez le webinaire complet sur la
création d'emails performants**

Statistique

«Le retour sur investissement direct des actions d'email marketing est 3 x plus élevés que celles sur les réseaux sociaux».

– McKinsey



Les campagnes d'emailing permettent à chaque détaillant d'entretenir un dialogue avec sa clientèle potentielle, à défaut d'avoir pignon sur rue. Il s'agit d'une tactique réfléchie alors que la valeur des transactions issues d'email marketing est 138 % plus élevée que le montant moyen dépensé par les acheteurs acquit via d'autres canaux.

Si vous évoluez dans ce milieu **et n'adoptez pas de telles initiatives, vous vous privez d'une source de revenu additionnel!**

Ce courriel de bienvenue est envoyé par BIKO dès l'inscription d'un destinataire à son info-lettre. Cette compagnie a su développer un visuel agréable, qui représente son image de marque tout en incitant un premier achat grâce à une offre promotionnelle exclusive aux nouveaux acheteurs. Une stratégie automatisée réfléchie permettra ensuite à BIKO de stimuler au maximum les opportunités de conversions.

Par exemple, les approches suivantes pourront segmenter les clients qui se sont prévalus de ce rabais afin de les tenir informés des nouveautés et ceux qui nécessitent des communications additionnelles avant de procéder à une première transaction.

Olivier Lambert : Les offres de formation ou cours en ligne

Salut! Inbox x

Olivier Lambert hello@latranchee.com via s1.asa1.acemsc5.com
to me

French > English [Translate message](#)

Salut Justine! J'espère que tu es en forme parce qu'on doit se parler franchement...

Tu m'as indiqué avoir un intérêt envers la publicité Facebook, c'est pourquoi il faut ABSOLUMENT que tu lises [cet ouvrage](#).

Il s'agit d'un court e-book de 34 pages qui explique les essentiels à connaître avant de te lancer en publicité Facebook. Si tu ne possèdes pas ces notions, alors tu te diriges tout droit dans le mur!

Dans ce guide, je dévoile entre autres la stratégie que j'ai mise en place chez Voyages à Rabais pour récolter plus de 100 000 adresses courriel. Je donne même un exemple de post Facebook qui a été partagé plus de 1 500 fois.

Bref, du très bon stock! Je suis certain que tu vas aimer.

Mais ce n'est pas tout! Dans les prochaines semaines, je vais également t'envoyer une foule de contenu gratuit pour parfaire les compétences en marketing.

Au menu:

- La conférence que j'ai donnée au Web à Québec. Je parle du futur de la publicité Facebook ainsi que des 4 facteurs déterminants lors de la création d'une publicité. (Le coût d'entrée était de ~500 \$.)
- La conférence que j'ai donnée pour combustible où j'explique comment implémenter et monétiser les chatbots Facebook. (Le coût d'entrée était de ~200 \$.)
- La conférence que j'ai donnée pour l'Académie Zéro Limite où j'explique une technique simple pour créer du contenu et augmenter ses ventes. (Le coût d'entrée de l'événement était de ~1 500 \$.)
- Des extraits de [ma formation sur la publicité Facebook](#)
- Et une foule d'autres petits vidéos sympas!

Bien sûr, les coûts indiqués sont pour les événements complets et pas uniquement pour mes présentations. J'ai mis le prix pour te montrer que je suis sérieux quand je te dis que je veux t'aider!

Peut-être que tu trouves ça louche que je te donne autant de contenu sans rien te demander, et tu fais bien! C'est pourquoi je vais te révéler la vraie raison derrière tous ces cadeaux!

J'ai une entreprise de formation et une communauté en ligne pour entrepreneurs & marketeurs. Ça se nomme: "[La Tranchée](#)".

Ma stratégie de méchant marketeur est donc de créer du très très très bon contenu et de te l'offrir gratuitement. Si tu aimes nos valeurs et que tu en veux plus, alors tu pourras t'inscrire et te joindre à nous!

Si jamais tu n'aimes pas, alors il y a un petit bouton au bas de mes courriels "se désabonner" que tu pourras cliquer n'importe quand et me faire disparaître à tout jamais.

Alors voilà!

Oh! Et en passant, dans le prochain courriel je vais te partager un truc gratuit et très efficace pour avoir plus de mentions j'aime sur ta page Facebook.

À bientôt!



Les professionnels offrant des formations et de conférences en ligne ont tout intérêt à optimiser leur envoi pour les ordinateurs fixes alors que les correspondances connaissent un [taux d'ouverture de 75 % sur le desktop](#). Une multitude de facteurs peuvent expliquer cette tendance. La participation à un cours en ligne demande souvent plus de réflexion, de recherches et d'investissements financiers qu'une transaction rapide sur Amazon.

Les consommateurs semblent s'installer confortablement avec leur ordinateur afin de consulter toute la documentation et l'information nécessaires avant de concrétiser une inscription.

[Olivier Lambert le souligne très clairement :](#)

«Ma stratégie de méchant marketeur est donc de créer du très très très bon contenu et de te l'offrir gratuitement. Si tu aimes nos valeurs et que tu en veux plus, alors tu pourras t'inscrire et te joindre à nous!».

L'entreprise utilise plusieurs appels à l'action, afin de segmenter les correspondances subséquentes en fonction de la réaction du destinataire. On remarque également le recours au format texte, au détriment d'un design graphique. Vous aimez? Bien que la plupart des gens soutiennent préférer les visuels flamboyants, les [envois en texte seulement connaissent de meilleurs taux d'ouverture et de conversion!](#)

Vous avez l'habitude de joindre les participants de votre événement avant la tenue de ce dernier. L'emailing est notamment utilisé pour stimuler les inscriptions, distribuer des promotions et communiquer les informations pertinentes au bon fonctionnement de l'activité. Le [Brewfest d'Ottawa](#) est l'un des rares événements à procéder à un suivi afin d'engager les participants après la tenue du festival. Dès l'en-tête de l'email, le destinataire s'attend à :

- Une offre promotionnelle intéressante
- L'opportunité d'offrir de la rétroaction sur son expérience lors de l'événement.

Special offer and post-event survey



Ottawa Winter Brewfest <info@brewfest.ca> [Unsubscribe](#)
to me ☐

WINTER • HIVER BREWFEET Brew News



Exclusive offer for foodies

\$20 discount + 1 free Beau's beer!

Looking for something to do this weekend? You've found it! Treat yourself to the unique experience of the Sugar Lumberfest!

It is the perfect opportunity to combine a night out on the town with your friends and the chance to indulge in a gourmet 3-course menu.

To take advantage of the special offer, follow these steps:

1. Visit the Sugar Lumberfest website
2. Select the beer package ticket item
3. Enter promo code **BREWFE8T-BLF2018** in the space at the bottom of the page.

Hurry up, quantities are very limited!

[Buy tickets](#)



Help us get better

You are invited to take this survey and help us make Ottawa Winter Brewfest 2019 even better.

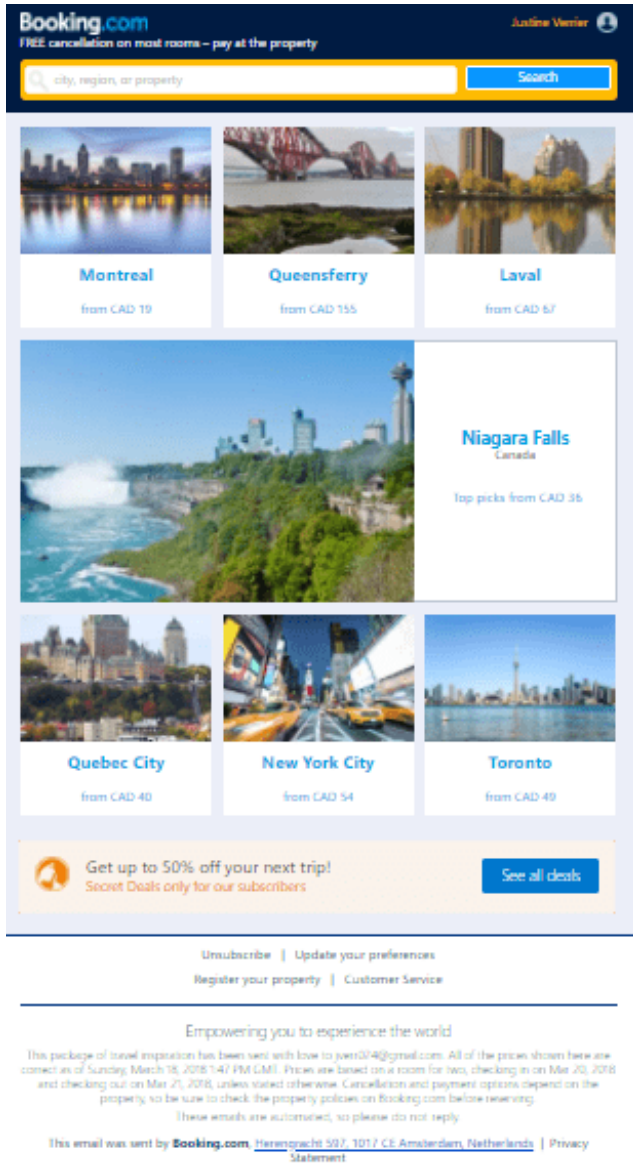
It will only take a couple of minutes and every person who fills out the survey will be entered in a draw to win two free thermal experience passes to [Nordik Spa-Nature](#) in Chelsoa, QC.

[Take the survey](#)



Les organisateurs d'événements ont intérêt à adapter cette stratégie, alors que les correspondances de suivi sont [consultées en moyenne huit fois plus](#) que les emails promotionnels traditionnels.

Toutefois, les rusés promoteurs profitent de cette correspondance pour présenter l'un de leurs événements à venir. Cet excellent exemple de cross-selling offre aux festivaliers un rabais exclusif s'ils décident de se joindre aux célébrations de la [Cabane à sucre urbaine](#), une activité qui s'adresse à la même audience démographique.



Le cycle d'achat du voyageur a bien changé. Alors que les consommateurs recherchent les meilleurs prix et peuvent naviguer d'innombrables heures sur les différents sites Internet afin d'obtenir des rabais intéressants, les entreprises œuvrant dans le secteur du tourisme et du voyage doivent redoubler d'ingéniosité pour capturer les clients potentiels.

[Booking.com](https://www.booking.com) excelle là où plusieurs sociétés échouent, en offrant une segmentation personnalisée en symbiose quasi-parfaite avec les comportements et les intérêts démontrés lors de la visite antérieure sur son site Internet. En ajoutant quelques indices promotionnels à des endroits clés, la compagnie suscite un sentiment d'urgence qui motive le consommateur à procéder à une réservation immédiate. Notre bémol? Le look routinier. N'hésitez pas à utiliser des images mettant en vedettes des paysages ou des points de vue grandioses. Diffusez votre propre contenu traitant de sujets pertinents pour le voyageur, par exemple, une liste des lieux secrets à visiter à Paris, un guide pour inciter le parent à explorer de nouveaux pays avec les enfants ou une check-list des items essentiels pour une prochaine escapade dans le Sud! L'expérience d'un voyage débute dès la préparation de ce dernier et vous avez tous les outils en main pour générer de puissantes émotions!



Sleeknote

Hi, there!

Thanks for signing up to get new content from Sleeknote; it's great to have you reading :)

I know you're busy so I'll cut to the chase:

My goal is to send you content that's interesting and relevant to your needs.

But in order for me to do that, *I need to know more about you.*

Which of the following best describes where you're currently at? Click on the **ONE** answer that best describes you:

[I own, work for, or represent an e-commerce business](#)

[I own, work for, or represent a SaaS start-up](#)

[I own, work for, or represent an agency](#)

[I'm new to online marketing](#)

[None of the above](#)

Click on one of the above, and you'll be taken to a landing page with more information about that particular segment and what you can look forward to.

From then on, I'll happily send you more emails that best suit you.

Thanks so much, and if you've read this far ... go back up and let me know which answer best fits you! :)



Best Regards
Emil Kristensen
CMO of Sleeknote

P.S. Do me a favor? Hit "Reply" and say, "Hi Emil!" Don't be shy; I want to hear from you :)

Sent to: jvmd24@gmail.com

[Unsubscribe](#)

Sleeknote, Jens Boggesens Vej 90a, 8200 Aarhus N, Denmark

Les agences marketing et les consultants sur le sujet doivent redoubler de créativité pour stimuler l'intérêt et l'engagement de leur audience alors que le [taux d'ouverture global avoisine seulement les 10 %](#).

Ce courriel de bienvenu par [Sleeknote](#) est unique à bien des égards. Tout comme l'exemple précédent, l'agence choisit d'adopter un corps texte au détriment d'un design graphique, ce qui permet un courriel esthétique, court et fluide. Au lieu de prédéterminer la segmentation par le profil démographique ou les comportements de navigation, cette société sollicite la participation du destinataire afin de sélectionner son profil professionnel. Une telle initiative permet de :

- Identifier rapidement les opportunités commerciales et les clients potentiels;
- Développer des segments d'audience ultra-précis afin d'orienter le contenu futur.

La pertinence d'une segmentation aussi recherchée a un impact indéniable. En moyenne, les envois distribués à un auditoire divisé en sous-catégories connaissent [un taux d'ouverture plus élevé de 14,32 % et un taux de clic supérieur de 100,95 %](#).

**ESSAYEZ LEADFOX GRATUITEMENT ET
BÂTISSEZ VOTRE PREMIER EMAIL AUJOURD'HUI**

5 EXEMPLES D'EMAILS AUTOMATISÉS

Les emails automatisés : votre robot personnel

Maintenant que vous avez automatiquement capturé les informations de vos visiteurs, il faut les faire avancer dans l'entonnoir de conversion de la phase de considération vers la phase de la décision d'achat.

Pour ce faire, l'utilisation de l'email est un incontournable dans une stratégie de marketing automatisé et c'est l'outil qui vous offrira le meilleur ROI. Effectivement le coût par prospect rejoint est très faible et ses performances sont généralement très élevées.

Merci à la segmentation des listes et la personnalisation, il est désormais possible d'adapter le message selon les particularités de chaque contact. Terminé les emails de masse qui étaient considérés comme du SPAM.

Statistique

« 417 % d'augmentation moyenne des revenus pour les entreprises ayant implémenté une solution de marketing automation ».

- The Annuitas Group

21

Demandez un second rendez-vous



À la suite de votre première discussion, un prospect tarde à communiquer avec vous? Pourquoi ne pas lui suggérer un deuxième rendez-vous? Vous pourrez ainsi répondre à ses inquiétudes et offrir de l'information complémentaire. À l'aide de votre outil de marketing automatisé, vous pourrez facilement établir un workflow, qui distribuera une sollicitation par email à ces indécis.

Ce processus deviendra rapidement le meilleur allié de vos vendeurs, commerciaux et autres employés dédiés au développement des affaires.

22

Proposez des produits complémentaires

En lieu de conquérir de nouvelles opportunités, pourquoi ne pas optimiser ceux qui adhèrent déjà à vos services? Identifiez certains moments stratégiques du moment et planifiez des envois qui stimuleront la vente de produits complémentaires. En prime, pourquoi ne pas ajouter une offre alléchante spécialement développée pour la saison estivale?

Envoyez des emails via LeadFox. [Créez-vous un compte gratuit](#) et testez notre logiciel!



23

Relancez les visiteurs à haut potentiel de conversion

Un visiteur prometteur quitte votre site web sans convertir ? Si vous avez déjà les coordonnées mail de ce dernier, peut-être est-ce le bon moment pour lui faire parvenir une offre alléchante et le persuader de procéder à un achat !

Le plus merveilleux dans ce scénario, c'est que votre logiciel de marketing automatisé se charge pour vous du tracking de visites et des envois subséquents. #WIN!

24

Remerciez vos acheteurs



BONJOUR JUSTINE VERRIER,
MERCI D'AVOIR EFFECTUÉ VOS ACHATS SUR MINUS ÉDITIONS!

Cette stratégie doit être intégrée en permanence à vos pratiques — toutefois, si ce n'est pas déjà fait, profitez de l'été afin de mettre en place un envoi email automatisé qui remercie chaleureusement vos nouveaux clients quelques jours après leur acquisition et les incite à vous faire part de leurs commentaires sur leur parcours d'achat.

Ces correspondances sont une excellente façon de maintenir une approche personnalisée vis-à-vis votre clientèle et d'améliorer vos processus. Les acheteurs comblés conserveront le sourire, tandis que les individus déçus pourront exprimer rapidement leur mécontentement. Vous vous évitez ainsi de mauvaises critiques sur les médias sociaux — un truc de moins à régler !

Augmentez votre nombre de reviews

Les gens interagissent avec votre site ? C'est le moment parfait pour contacter vos clients conquis et solliciter des commentaires positifs, que ce soit sur Google, les réseaux sociaux ou sous forme de témoignages pour votre site Internet.



Ce que j'adore le plus de cette activité marketing, c'est qu'elle ne coûte rien, répand le bonheur et ne crée pas un sentiment d'urgence. En plein dans le rythme de l'été pas vrai ?

**ESSAYEZ LEADFOX GRATUITEMENT ET CRÉEZ
VOS PREMIERS EMAILS AUTOMATISÉS**

ÉLÉMENTS À CONSIDÉRER AVANT DE CHOISIR SA PLATEFORME

Maintenant que vous connaissez d'excellentes stratégies pour rentabiliser simplement votre base d'emails, découvrez les éléments que vous devez absolument considérer avant de faire le choix d'une plateforme de marketing automatisé

1. Est-ce que le logiciel contient tous les outils dont j'ai besoin?

Bâtitisseurs et gestionnaires de : landing pages, pop-up, bannières, courriels automatisés, CRM et plus...

2. Quelles sont les modalités de paiement (mensuel/annuel)?

Quelques compagnies demandent des frais de plusieurs milliers de dollars simplement pour démarrer.

3. Aurez-vous besoin de ressources spécialisées (design, développeur, etc.)?

Est-ce une plateforme avec des outils drag and drop? Avez-vous besoin de ressources spécialisées?

4. Pouvez-vous démarrer rapidement?

Est-ce que la courbe d'apprentissage sera longue? Est-ce un outil intuitif?

5. Y a-t-il du soutien technique de qualité pour la clientèle, dans votre langue et gratuit?

Allez-vous obtenir un bon service pendant et après votre migration? Est-il payant

6. Est-ce une plateforme adaptée aux besoins des PME?

En tant que PME, vous avez besoin d'une solution flexible, facile d'utilisation et accessible, laquelle doit également inclure tous les outils vous permettant de transformer vos visiteurs en prospects et en clients.

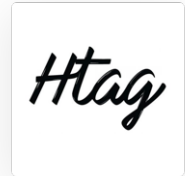
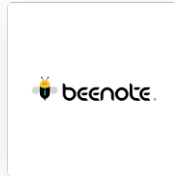
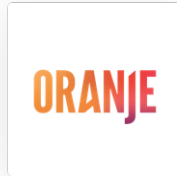
Pourquoi choisir LeadFox ?

Grâce à LeadFox, performez... de façon rusée! Utilisée par des milliers de PME dans plus de 80 pays, LeadFox est LA plateforme de marketing automation ultra facile d'utilisation et abordable, incluant tous les outils essentiels pour transformer vos visiteurs en clients payants!

L'équipe de LeadFox carbure aux défis, à la créativité et au réel désir de toujours satisfaire ses clients et ses utilisateurs. LeadFox met tout en œuvre pour que ses clients et ses partenaires communiquent et interagissent efficacement avec plusieurs millions de prospects à travers le monde. Laissez notre équipe vous guider dans cet univers!

**ESSAYEZ LEADFOX
GRATUITEMENT AUJOURD'HUI**

CLIENTS SATISFAITS



CE QUE NOS CLIENTS ET UTILISATEURS DISENT DE NOUS

«Et là, je me dis WAOUH, c'est formidable!!!

Une véritable aubaine pour moi, une aide réelle et concrète avec un accompagnement personnalisé. Que demander de plus?

Après quelques jours, ma première page d'atterrissage et mon pop-up étaient créés avec une qualité de travail professionnel remarquable. (Je n'aurais jamais eu un tel succès en le faisant moi-même!)

Renée Jean, nouvelle cliente

«J'ai obtenu 13 nouveaux clients et finalisé 7 contrats! [...] Je suis plus que satisfaite! J'ai enfin trouvé un moyen de faire la promotion de mon entreprise à prix modique et j'ai obtenu 13 nouveaux clients. C'est facile, brillant, performant et en plus, ce n'est pas cher! »

Renée Jean, nouvelle cliente

«Je trouve la plateforme vraiment bien et sincèrement le service à la clientèle est très disponible! Très contente d'avoir adhéré! »

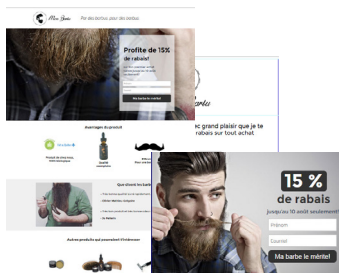
Client de LeadFox

«Leadfox est un super produit, mais son équipe d'assistance est hyper remarquable : compétence, gentillesse, écoute, et on est réellement accompagnés »

Client de LeadFox

L'ESSAI GRATUIT INCLUT LA TROUSSE DE DÉPART RAPIDE (VALEUR DE 500\$)

Obtenez instantanément toutes les ressources humaines et marketing pour avoir rapidement des résultats avec LeadFox. Un essentiel pour les PME et Marketeurs. Inclus pour un temps limité.



2 h de travail d'expert gratuit

Nos experts mettent en place votre première page d'atterrissage, pop-up et infolettre (Valeur de 250\$)



Nos 3 meilleurs guides et ebooks

Téléchargé plus
de 7500 fois



Nos meilleurs webinaires avec les experts de l'industrie

Inclus Olivier Lambert,
Mr Ecommerce et
Stéphanie Héty



Tous les outils pour réussir

Inclus : Page d'atterrissage,
pop-up, email, A/B test
(Valeur jusqu'à 200\$)



Guide de l'utilisateur et 4 étapes

Comment lancer sa première
campagne marketing

**DÉMARREZ UN ESSAI GRATUIT ET OBTENEZ
LA TROUSSE GRATUITEMENT**