



proposé par : Réussir en  par *afric*  neocamino

# Gardez le lien avec vos clients grâce à une démarche simple et efficace sur le web

Avec Maxence Jandard  
d'Osmino



# les FOLIWEB

proposé par : Réussir en  par *afric*  neocamino

## DES ÉVÉNEMENTS GRATUITS POUR AIDER LES TPE À RÉUSSIR SUR INTERNET



Des ateliers **en présentiel**  
partout en France



Des sessions **en ligne**

# Votre intervenant



Je m'appelle [Maxence Jandard](#). J'aide les entrepreneurs et les dirigeants de TPE-PME à **développer leur activité sur internet**.

- Réalisation de **sites web** : vitrine + e-commerce
- Optimisation du **référencement naturel**
- Création de **contenus** : réseaux sociaux, emailing, newsletter, articles de blog
- Animation de **formations**

Mail : [hellosmi@osmino.fr](mailto:hellosmi@osmino.fr)

Portable : **06 31 13 61 30**



[osmino.fr](https://osmino.fr)



[osmino](https://www.linkedin.com/company/osmino)



[@osmino](https://www.instagram.com/osmino)

**1.**

**Garder le lien avec ses clients  
et les fidéliser : quel intérêt ?**

# Fidéliser un client coûte jusqu'à 5x moins cher qu'en acquérir un nouveau !

« Un **marketing défensif** coûte moins cher qu'un **marketing offensif**, qui oblige souvent à une **confrontation directe avec la concurrence**. »

source : [init-marketing.fr](http://init-marketing.fr)

# L'impact de la fidélisation

Un **client satisfait** des produits ou services d'une marque sera **plus facile à conserver**.

S'il achète régulièrement, il sera **moins sensible aux messages et offres des concurrents**.

La fidélisation client impacte l'entreprise à plusieurs niveaux :



**Réachat**



**Pas de coût  
d'acquisition**



**Prêt à payer plus cher  
pour la qualité**



**Bouche-à-oreille et  
recommandation**

# Quels canaux utiliser pour garder le contact ?

Les deux principaux leviers numériques sont :



**Emailing**



**Réseaux sociaux**

**2.**

**Le point de départ :  
se constituer une base de données...**

# De quelle(s) donnée(s) avez-vous besoin ?

Le **minimum vital** :

- 👉 Nom, Prénom
- 👉 Adresse email

Les **informations complémentaires** :

- 👉 Numéro de téléphone portable
- 👉 Fonction dans l'entreprise (BtoB)
- 👉 Nom de la société
- 👉 Adresse postale
- 👉 Date d'anniversaire
- 👉 Produit(s) ou service(s) acheté(s) par le client
- 👉 Produit(s) ou service(s) qui intéressent le prospect/client
- 👉 Produit/Service préféré
- 👉 Date dernier achat / dernière visite en boutique
- 👉 etc



**RGPD**

« Les informations enregistrées doivent être **pertinentes et strictement nécessaires** au regard de la finalité du fichier »

[En voir plus sur le site de la CNIL](#)

# Centralisez ces données dans un CRM

CRM = logiciel de **gestion de la relation client**



etc

Tous les contacts ▾		Filtrer		Rechercher...						Q
<input type="checkbox"/>	Email	Prénom	Téléphone	Votre voyage	Date de départ souhaitée	Date de retour envisagée	Date d'ajout	Nom complet	Source	
<input type="checkbox"/>	? superexemple@lesfoliweb.fr	Anne-Emilie	0602030405	Cancun	31/03/2023	19/05/2023	27/03/2023 17:45	Anne-Emilie Foliweb	IMPORT	
<input type="checkbox"/>	? contact@lesfoliweb.fr	Sebastien	0601020304	Bali	28/02/2023	24/03/2023	27/03/2022 17:00	Sebastien Perron	IMPORT	

Vous aurez une vue précise sur les infos de vos prospects et clients.

L'enjeu ? **Personnaliser au maximum les messages** que vous leur envoyez !

# Votre mission : segmenter vos contacts

Une **base de données complète et bien segmentée** vous permet d'envoyer les **bons messages** et donc les **bonnes offres** aux **bonnes personnes**.

Par exemple :

## Groupe 1 - Clients

### Segment 1 - Clients

Pompe à chaleur Air-Air

### Segment 2 - Clients

Pompe à chaleur Air-Eau

### Segment 3 - Clients

Chaudière gaz

## Groupe 2 - Prospects

### Segment 1 - Prospects

Devis pompe à chaleur

### Segment 2 - Prospects

Devis contrôle chaudière

### Segment 3 - Prospects

Téléchargement brochure

## Groupe 3 - Clients Pro

### Segment 1 - Pro

Refroidissement indus

### Segment 2 - Pro

Pompe à chaleur Air-Air

# Vous devez pouvoir justifier le consentement

Votre logiciel CRM ou votre base de données doivent vous permettre de **justifier du consentement exprès de la personne** pour recevoir des communications commerciales.

	Email	Prénom	Source	Date d'ajout	Groupes	Votre voyage	Téléphone
<input type="checkbox"/>	☆ <a href="mailto:superexemple@lesfoliweb.fr">superexemple@lesfoliweb.fr</a>	Anne-Emilie	Inscription Newsletter	27/03/2023 17:45	<input type="checkbox"/> Newsletter	Cancùn	0602030405
<input type="checkbox"/>	☆ <a href="mailto:contact@lesfoliweb.fr">contact@lesfoliweb.fr</a>	Sebastien	IMPORT	27/03/2022 17:00	<input type="checkbox"/> Refus Newsletter	Bali	0601020304

**Origine du contact** (Source, Date d'ajout)

**Consentement** (Groupes)

**Horodatage** (Date d'ajout)

👉 [En savoir plus sur le RGPD sur le site de la CNIL](#)

# Comment collecter ces informations ?

Les moyens de récolter des données sur vos prospects et clients sont nombreux. Ça commence dès leur première visite sur votre site web ou en boutique.

Quelques exemples :



**Programme  
fidélité**



**Demander en  
caisse**



**Formulaire sur le  
site internet**



**Compte client sur  
un site e-commerce**

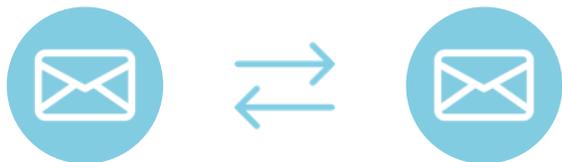
**Commencez par les informations essentielles** puis, enrichissez votre CRM au fur et à mesure (à la main ou avec des automatisations).

# 3.

**L'emailing : incontournable dans  
la stratégie de fidélisation client**

# Une petite nuance à connaître...

Dans les deux cas, il s'agit d'un **email** !



## Emailing

- Une démarche commerciale
- Ponctuel
- Un seul sujet
- Une incitation à l'action

## Newsletter

- Un levier de fidélisation client
- Envoi régulier
- Un canevas récurrent
- Plusieurs incitations à l'action

Aujourd'hui, on utilisera le terme d'**emailing** pour parler de l'ensemble des techniques d'**email marketing**

# Pourquoi utiliser l'email marketing ?

- Inciter au **réachat**
- **Faire revenir le client** en boutique
- Faire bénéficier les clients d'**offres spécifiques** et créer un **sentiment de privilège**
- Lutter contre les **abandons de panier** en ligne
- Tenir les clients informés
- Etc.

**52 %**

des Français classent l'email comme leur **canal de communication préféré.**

source : Mail partner

**69 %**

de **transactions en plus** après un **abandon de panier** suite à l'envoi de 3 emails au lieu d'un.

source : Omnisend

# Quelle solution d'emailing / newsletter choisir ?

Des solutions marketing tout en un, des rapports de campagnes précis, des outils d'automatisation qui vous font gagner du temps...

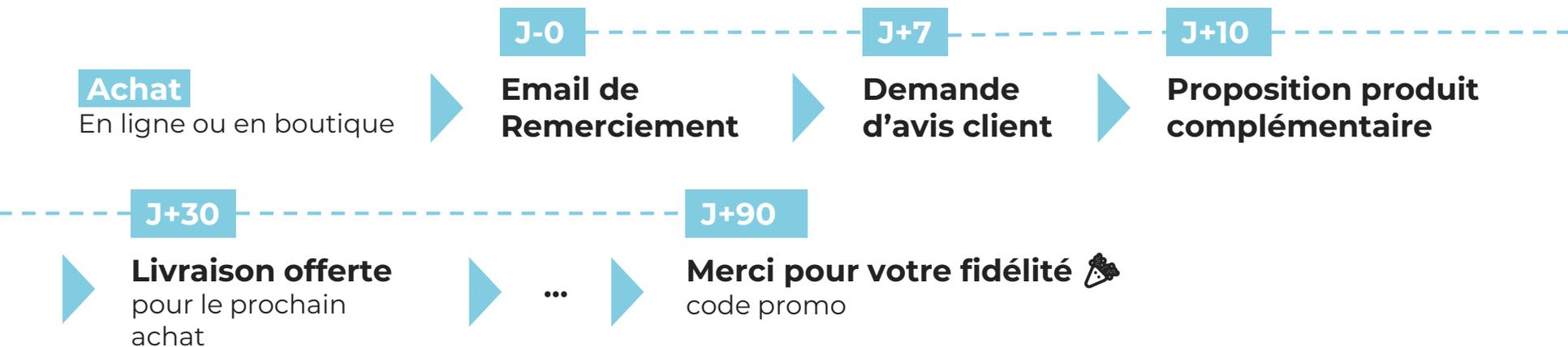


... et bien d'autres

# Créez des parcours d'emails automatiques

Les **séquences d'emails automatisées** permettent de maintenir le lien avec vos prospects (en phase de *nurturing pour les amener à acheter*) et vos clients pour inciter au réachat.

Par exemple :



# Continuez à qualifier vos contacts grâce aux emails

Grâce aux outils de suivi, les **emailings et newsletters** envoyés vous permettent de poursuivre la qualification de vos contacts (prospects ou clients).

Ils permettent notamment d'**identifier l'intérêt des destinataires** pour tel ou tel sujet ou même suivre l'engagement de l'utilisateur (ouverture et clic).



# Exemple : une offre de bienvenue et un questionnaire



Cette boutique de jouets propose un programme de fidélité. Pour fluidifier l'inscription lors du passage en caisse, le client ne donne que son **nom**, son **adresse email** et son **code postal**.

Un email de bienvenue propose un **code promotionnel** et un formulaire de **5 questions pour enrichir sa base de données**.

Bienvenue parmi nous !

Profitez de votre cadeau de bienvenue !

Chez Bonhomme de Bois, nous sommes experts du jouet depuis presque 30 ans et gardons une âme d'enfant. 🧸

Les enfants aiment les cadeaux et nous aussi !  
Profitez dès maintenant de ce premier avantage lié à votre programme fidélité :

**10€**  
dès 50€ d'achat, sur tous nos jeux et jouets\*

avec le code  
**BIENVENUE-FU8329**

Et parce que nous ne nous connaissons pas encore, nous vous invitons à remplir ce rapide formulaire pour encore plus de surprises toute l'année !

[Voir les questions](#)

Exemple : [bonhomme debois.com](http://bonhomme debois.com)

# Exemple : une offre de bienvenue et un questionnaire

1. Prénom \*

Guillaume

vous pouvez appuyer sur **Entrée** ↵ pour valider

2. Nom \*

Les Foliweb

vous pouvez appuyer sur **Entrée** ↵ pour valider

3. Votre numéro de portable, pour recevoir vos chèques cadeau par SMS ! \*

🇫🇷 (+33) 6 01 02 03 04

vous pouvez appuyer sur **Entrée** ↵ pour valider

5. Combien y a-t-il d'enfants dans votre famille ? Nous vous enverrons une surprise pour leur anniversaire ! \*

1

6. Le prénom de votre 1er enfant \*

7. Quelle est la date d'anniversaire de votre 1er enfant ? \*

Avec un **taux d'ouverture moyen de 95 %**, le SMS est un excellent outil promotionnel.

Avec ces informations, la marque peut envoyer des **emails promotionnels automatiques** aux parents avant l'**anniversaire** de leur(s) enfant(s).

# Gardez le contact avec votre email professionnel



## Crédibilité

vous montrez votre sérieux



## Autonomie et sécurité

vous renforcez votre marque



## Visibilité

votre marque est visible à  
chaque email envoyé



monsuperplombier39@gmail.com



contact@**masupersociété.fr**



## Avoir son nom de domaine personnalisé, c'est facile et accessible !

Nom de domaine en .fr, 2 adresses email pro, interface sécurisée (https),  
antivirus, antispam, conforme RGPD et support français = **5 € HT/mois (max)**

**4.**

**Les réseaux sociaux :  
pour des échanges plus « spontanés »**

# Mieux vaut en choisir un seul et l'utiliser correctement



Youtube



Facebook



Instagram



Snapchat



TikTok



Twitter / X



Pinterest



LinkedIn



Messenger



Meta



WhatsApp



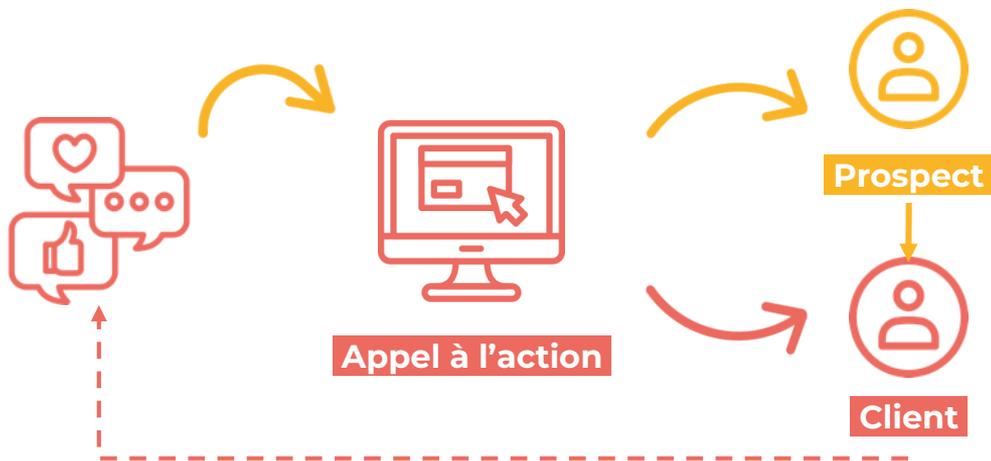
**Threads,**  
le nouveau-né de Meta

Animer une communauté sur les réseaux sociaux est chronophage !  
**Priorisez les réseaux en fonction de votre stratégie et de vos ressources.**

# Faire (re)venir des visiteurs sur votre site internet

Votre présence sur les réseaux sociaux vous permet essentiellement de travailler votre **notoriété**, votre **image de marque** et la **relation avec votre communauté** (inconnus, prospects et clients).

Vous aurez un enjeu à **attirer votre cible sur votre site** pour réaliser des **conversions** (prospects) ou des **ventes** (clients).



# Fédérez et informez votre communauté

Exemple @puddiq.swim



Solliciter des retours clients pour améliorer vos produits ou services.  
Montrez de la considération !

Informez d'une disponibilité, une offre spéciale de dernière minute...



Exemple @mathildepphotographe

# Gérez votre relation client

Exemple SNCF TER AURA



← Tweet

SNCF TER AURA @SNCFTERA... · 29 m ...

#FlashinfoTERAURA 17h10 : quelques retards en cours à travers la région mais le trafic reste plutôt fluide en ce début d'heure de pointe.

Je vous informe jusqu'à 20h, à vos tweets et numéros de trains.



Chris

2 1 582

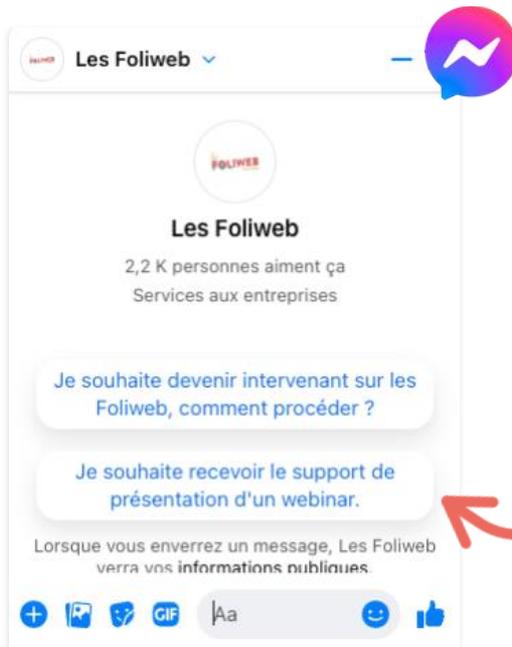
Caroline · 16 m ...

Bonjour, il y a un soucis sur la ligne Lyon -> Amberieu ?

1 2 26



Les équipes de la SNCF utilisent les fils Twitter pour tenir les voyageurs informés et les guider tout au long de leur trajet.



Les Foliweb

2,2 K personnes aiment ça  
Services aux entreprises

Je souhaite devenir intervenant sur les Foliweb, comment procéder ?

Je souhaite recevoir le support de présentation d'un webinar.

Lorsque vous enverrez un message, Les Foliweb verra vos informations publiques.

+ | GIF | Aa |



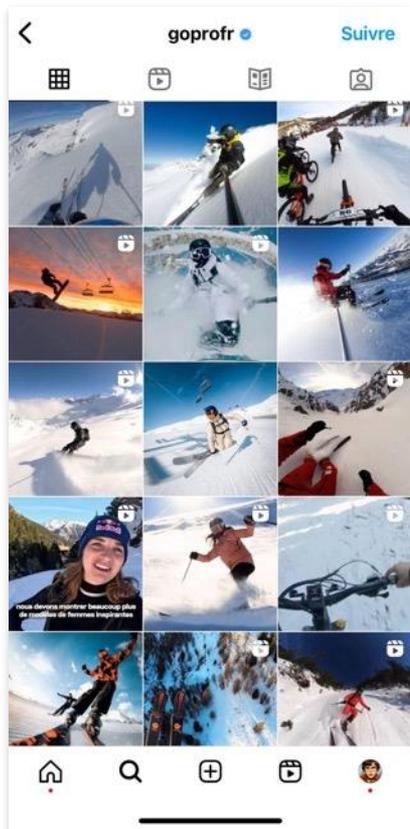
Il est possible de paramétrer des **réponses automatiques** ou de programmer des **chatbots** pour répondre aux questions fréquentes des internautes.

# Générez de l'interaction



Les **jeux concours**, par exemple, sont de très bons leviers pour susciter de l'interaction et de l'engagement de la part de votre communauté (clients, prospects et inconnus).

# Incitez vos clients à créer du contenu

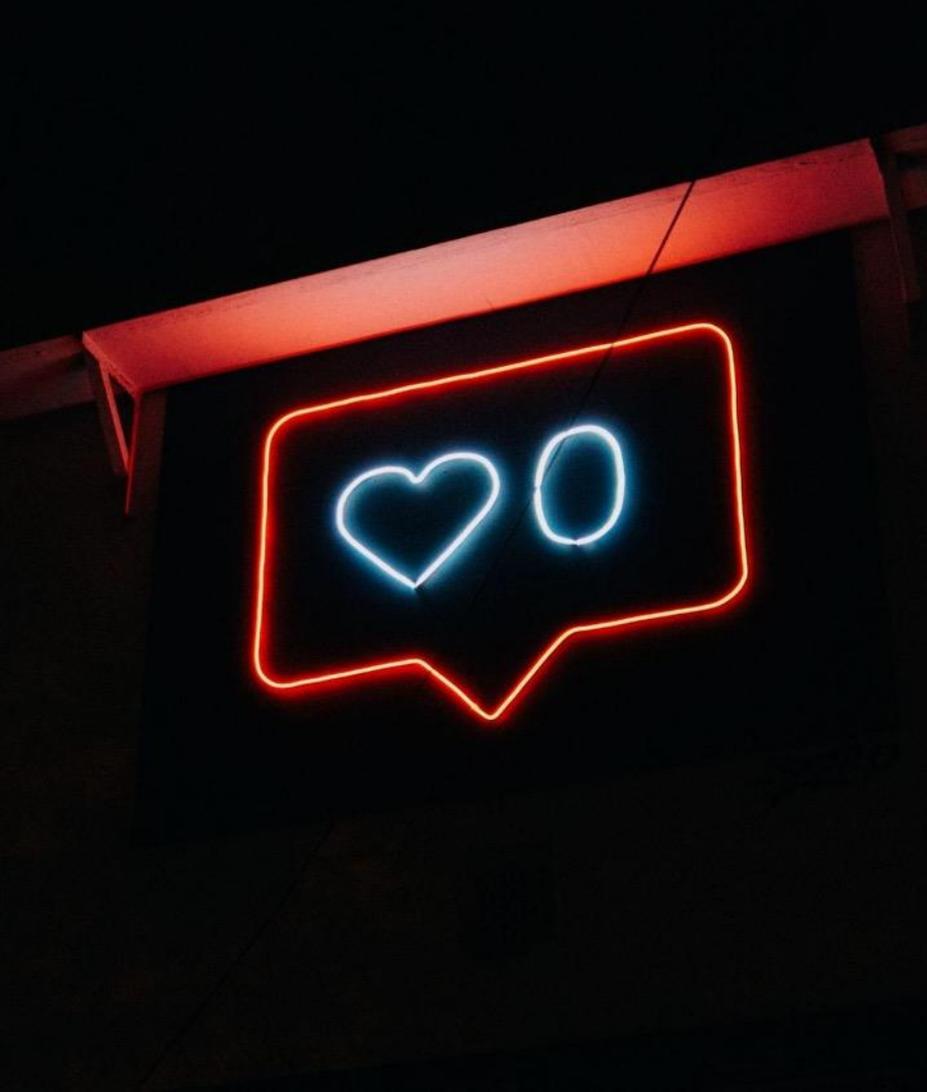


L'User Generated Content (UGC) ou **contenu généré par l'utilisateur** est un excellent moyen de maintenir le lien avec vos clients après l'achat.

Il renforce votre image de marque et permet de toucher la communauté de vos clients sans dépenser un centime.

Repartager ce genre de contenu valorisera le client et lui montrera votre **considération**.

- + **Crédibilité de la marque**
- + **Engagement et portée**
- **Coût de création de contenu**
- + **Diversité des publications**



## Structurez votre action

**Quels sont vos objectifs ?**

**Qui va gérer vos réseaux sociaux ?** Vous-même ? Un salarié ? Une équipe ? Un stagiaire ?

Prévoyez chaque mois quelles seront vos actions (**calendrier éditorial**). L'algorithme des réseaux sociaux se nourrit de **régularité !**

Inscrivez des temps dédiés à cela dans votre agenda. **Ça prend du temps !**

# Programmez vos publications

Faites-vous gagner du temps !

Utilisez les **fonctionnalités de programmation** pour publier automatiquement.

facebook  Instagram 

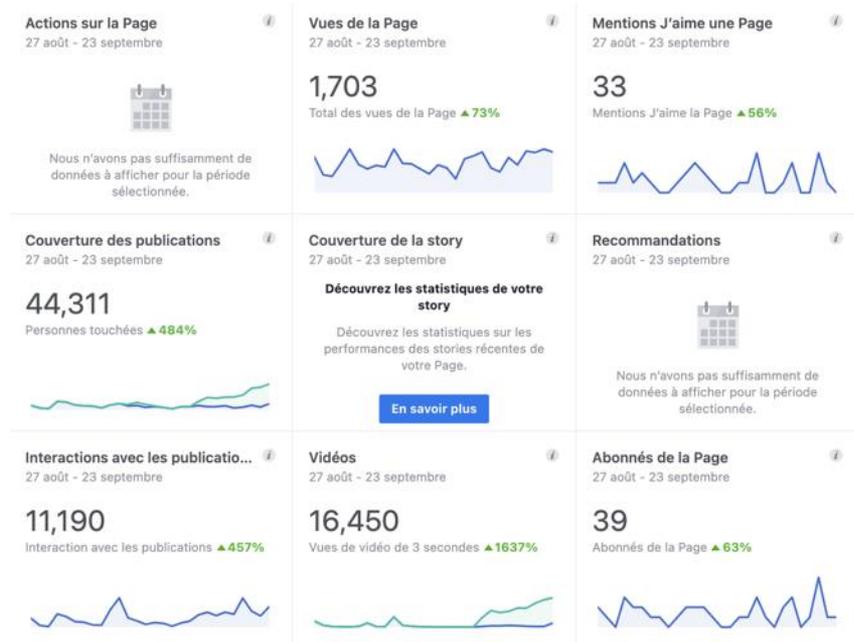
 Hootsuite™  Buffer 

# Analysez, mesurez, corrigez...

## Votre stratégie est-elle efficace ?

Pensez à suivre les indicateurs suivants :

- Mentions j'aime
- Commentaires
- Partages
- Vues
- Messages directs
- Mentions de votre marque (hashtags, identification...)
- **Vos ventes !**



# Les règles d'or

- Focus : **concentrer son énergie sur 1 réseau social**, pour le faire bien et s'approprier ses codes
- **Régularité** : définir une fréquence de post et une charte éditoriale et graphique, et s'y tenir...
- Cohérence : conserver une **charte éditoriale et graphique** homogène (ton, couleurs, thèmes...)
- Animation : **interagir** sur des commentaires ou d'autres posts
- Réseau : en profiter pour **nouer des relations**

# les FOLIWEB

proposé par : Réussir en   neocamino

**MERCI DE VOTRE ATTENTION !**

**Cet événement vous a plu ?**

**Pensez à mettre 5 étoiles sur mon Google Business Profile !**  
Votre aide est précieuse pour développer mon activité, MERCI ! 😊



# Et après cet événement Foliweb ?

**1.** Récupérez le support de l'atelier en répondant à notre enquête



**2.** Retrouvez tous **nos bons plans** sur la [ressourcerie](#) Foliweb

**3.** Gardez le contact avec l'intervenant du jour

*les* **FOLIWEB**  
**Ressources utiles**  
participants



Pour vous inscrire aux prochains événements : **[www.lesfoliweb.fr](http://www.lesfoliweb.fr)**



Remplissez le questionnaire de satisfaction reçu par mail !