

LA MISE EN ŒUVRE

D'UNE STRATÉGIE D'INBOUND

L'inbound marketing : vous avez lu et relu tellement de contenus sur le sujet que vous ne savez plus par quel bout aborder votre stratégie ?

Stop ! Voici les étapes à respecter.

ÉTAPE 1



JE ME POSE LES BONNES QUESTIONS

- 1 Quelle est ma cible ?
- 2 Quels contenus et quels supports attend-t-elle ?
- 3 Quels canaux utilise-t-elle pour ses recherches d'informations ?

Je mesure mon trafic et mes taux de conversion, puis j'applique un coefficient d'augmentation réaliste au regard de mes objectifs business.

ÉTAPE 2

JE ME FIXE DES OBJECTIFS CHIFFRÉS

15%

En moyenne, l'utilisation du marketing automation apporte jusqu'à 15 % de croissance des ventes et 12 % de diminution du coût du marketing opérationnel. (via Nucleus Research)

ÉTAPE 3

JE M'ÉQUIPE D'OUTILS PERFORMANTS

- 1 Un site web optimisé pour le référencement naturel et la mise en valeur de mes contenus
- 2 Un outil de marketing automation pour générer facilement mes campagnes
- 3 Un CRM pour gérer le suivi commercial de tous mes clients et nouveaux prospects

10%

Les entreprises B2B qui mettent en place des logiciels de marketing automation, augmentent leurs conversions de 10 % en moyenne (via Forrester Research)

ÉTAPE 4

J'OPTIMISE MES CONTENUS

- 1 Quelle ligne éditoriale adopter ?
- 2 Quels mots et expressions-clés utiliser ?
- 3 Quels types de contenus diffuser ?



Vidéo ou infographies pour générer de l'audience



Articles d'expert pour valoriser votre marque et susciter l'intérêt des prospects



E-books pour engager les leads en remplissant des formulaires de téléchargement



Témoignages clients pour rassurer les prospects qui ont encore des doutes

ÉTAPE 5

JE COUVRE MES PROSPECTS D'ATTENTION

451%

Les entreprises qui utilisent le marketing automation améliorent de 451 % la qualification de leurs leads (via Annuitas Group)

Avec vos scénarios de marketing automation, vous gardez le contact pour créer plus de proximité et faire rayonner votre expertise et vos savoir-faire.



ÉTAPE 6

JE CONVERTIS MES PROSPECTS EN CLIENTS

C'est le moment de décrocher mon téléphone pour échanger avec mes prospects ayant marqué leur intérêt !

EN SAVOIR +

47%

Les prospects accompagnés dépensent 47 % de plus que les autres (via Carrenet)



LE GRAAL

JE RÉCOLTE CE QUE J'AI SEMÉ

Les entreprises qui utilisent le marketing automation ont une croissance des revenus plus élevée de 3,1 % par rapport aux entreprises qui ne l'utilisent pas. (via Aberdeen Group)

3,1%

Découvrez

inès | AUTOMATION



inès | CRM

www.inescrm.fr