

MINI FORMATION

C'EST GRATUIT!


Obtiens 100 clients potentiels avec ta nouvelle infolettre



PATRICIA FILIATRAULT



CLOÉ MICHALSKI

Mercredi
7 août
10h

1. OFFRIR UN LEAD MAGNET (AIMANT À CLIENT)

Exemples de lead magnets attractifs :

- E-book
- Checklist
- Modèles (templates)
- Quiz
- Webinaires gratuits
- Challenge (défi)
- Tutoriels (vidéos) ou masterclass pré-enregistrée

Comment créer un lead magnet irrésistible :

- **Valeur ajoutée** : Assure-toi que ton lead magnet offre une véritable valeur et aide à résoudre un problème spécifique. Sois généreux!
- **Présentation** : Investis dans un design professionnel pour rendre ton lead magnet attrayant.
- **Accessibilité** : Facilite le téléchargement et l'accès à ton lead magnet en échange d'une adresse courriel.

1. OFFRIR UN LEAD MAGNET (AIMANT À CLIENT)

E-BOOKS

Rédige un guide complet sur un **sujet pertinent** pour ton audience. Les e-books offrent une **valeur substantielle** et permettent de **démontrer ton expertise**.

Exemples :

- Les 5 extensions WordPress à installer absolument sur ton site Web
- Votre guide essentiel pour une beauté durable



1. OFFRIR UN LEAD MAGNET (AIMANT À CLIENT)

CHECKLIST

Crée une liste de vérification pratique pour aider ton public à accomplir une tâche spécifique. Les checklists sont faciles à consommer et très utiles.

Exemples :

- Checklist pour conformer ton site Web à la Loi 25
- Audite le SEO de ton site Web en 10 points essentiels



1. OFFRIR UN LEAD MAGNET (AIMANT À CLIENT)

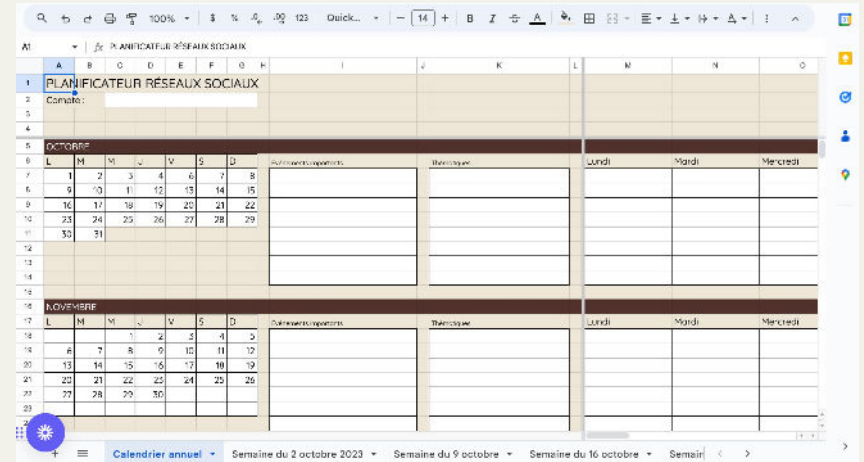
MODÈLE (TEMPLATE)

Propose des modèles de documents ou de projets que ton audience peut utiliser. Ils fournissent une **base solide** et permettent de **gagner du temps**.

Exemples :

- Ton planificateur réseaux sociaux pour l'année 2024
- Élabore un pitch de vente convaincant grâce à ce modèle.

Il peut être pertinent de créer une vidéo en partage d'écran pour expliquer comment utiliser le template en question.



1. OFFRIR UN LEAD MAGNET (AIMANT À CLIENT)

QUIZ

Crée un quiz interactif pour engager ton audience et fournir des résultats personnalisés. Les quiz sont divertissants et peuvent révéler des **besoins spécifiques de ton public**.

Exemples :

- [Quelle plateforme choisir pour la création de ton site Web?](#)
- Quel type d'entrepreneur es-tu?

Par la suite, il est pertinent d'envoyer du contenu personnalisé en fonction du résultat de la personne via votre autorépondeur.

Créer ton site web par toi-même, ça peut être facile...
...si tu choisis la bonne plateforme!

Veux-tu quelque chose de simple, rapide et efficace? Ou une option flexible et évolutive? Veux-tu une boutique en ligne, ou un site vitrine?

Remplis ce court questionnaire pour recevoir une recommandation personnalisée selon TA réalité. 🧐

[Je veux savoir!](#) appuie sur **Entrée** ↵

🕒 Cela prend 2 minutes

1. OFFRIR UN LEAD MAGNET (AIMANT À CLIENT)

WEBINAIRE

Organise des webinaires gratuits pour attirer des inscriptions. Ils permettent de partager des connaissances en **temps réel** et d'**interagir directement** avec ton audience.

Exemples :

- Obtiens 100 clients potentiels avec ta nouvelle infolettre
- 5 astuces qui te permettront de sauver de l'impôt cette année

A promotional poster for a webinar titled "MINI FORMATION". The background is dark blue with a white grid pattern. At the top left, the text "MINI FORMATION" is written in white, with a small star icon above the "I" in "MINI". To the right, a circular logo contains a thumbs-up icon and the text "C'EST GRATUIT!". Below the title, a purple speech bubble contains the text "Obtiens 100 clients potentiels avec ta nouvelle infolettre". Two circular photos of women are featured: Patricia Filiatrault on the left and Cléo Michalski on the right. Below the photos, the date and time "Mercredi 7 août 10h" are displayed in white. At the bottom right, the number "006" is shown in a white, stylized font.

1. OFFRIR UN LEAD MAGNET (AIMANT À CLIENT)

CHALLENGE (DÉFI)

Lance des défis en ligne pour engager ton audience et encourager l'inscription. Les challenges sont **interactifs** et motivent les participants à atteindre des **objectifs spécifiques**.

Exemples :

- ISABODY Challenge
- Challenge de 5 jours pour améliorer ta posture



1. OFFRIR UN LEAD MAGNET (AIMANT À CLIENT)

TUTORIELS (VIDÉOS)

Créer un freebie sous forme de série de vidéos, étalée sur plusieurs jours, **capte l'attention** et maintient l'intérêt sur la **durée**. Ce format permet une connexion plus personnelle grâce à la vidéo, renforçant l'engagement et la confiance de votre audience, tout en augmentant les chances de conversion.

- [6 conseils pour t'éviter de tomber dans les pièges du Web](#)
- Optimise ta productivité et la gestion du temps grâce à ces 4 conseils vidéos
- 5 jours de Challenge de 7 jours pour créer du contenu engageant sur les réseaux sociaux

Astuce : créer une page où tu vas répertorier tous tes lead magnet.



→ Ressources gratuites en marketing numérique

Loi 25

Services ▾

Projets

Blogue

2. UTILISER DES POP-UPS

Meilleures pratiques pour les pop-ups :

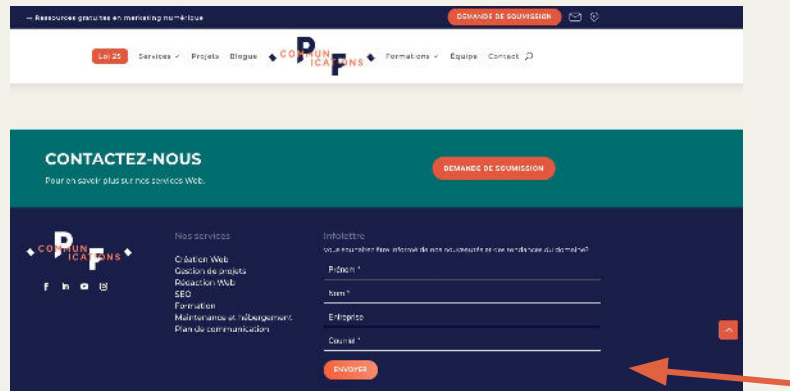
- **Timing** : Configure les pop-ups pour qu'ils apparaissent **après quelques secondes**, lorsqu'un utilisateur est sur le point de quitter la page ou lorsqu'il clique sur un lien ou un bouton.
- **Design** : Utilisez un design simple et clair avec un appel à l'action (CTA) convaincant.



3. UTILISER DES FORMULAIRES D'INSCRIPTION

Placement stratégique des formulaires sur le site web :

- **Pages clés** : Place des formulaires d'inscription sur des pages à fort trafic comme la page d'accueil, le blog, et les pages produits.
- **Header/Footer** : Intègre des formulaires dans le header ou footer de ton site pour une visibilité constante.



4. PROMOTION SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX

Techniques pour promouvoir l'infolettre :

- **Publications** : Partage régulièrement des publications attractives invitant à s'inscrire.
- **Stories** : Utilise les stories Instagram et Facebook pour une promotion personnelle.

Utilisation de publicités payantes :

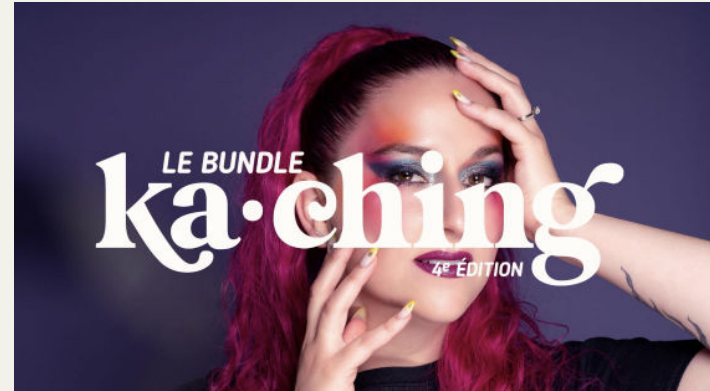
- **Ciblage** : Utilise les options de ciblage des publicités pour atteindre ton public cible.
- **Offres spéciales** : Propose des offres spéciales ou des lead magnets exclusifs pour encourager les inscriptions.



5. COLLABORATIONS ET PARTENARIATS

S'associer avec d'autres entreprises ou entrepreneurs influents de notre domaine :

- **Webinaires** : Organise des webinaires en collaboration avec des partenaires pour atteindre une audience plus large.
- **Concours** : Lancer des concours conjointement avec des partenaires pour doubler la portée.
- **Bundles** : Créez des offres groupées exclusives avec des partenaires pour ajouter de la valeur pour vos clients.
- **Podcasts** : Participez à des podcasts de votre domaine ou invitez des partenaires sur le vôtre pour élargir votre audience.



Organiser des concours ou des webinaires en collaboration :

- **Planification** : Définis des objectifs clairs et divise les responsabilités.
- **Promotion** : Combine les efforts de promotion pour maximiser l'impact.

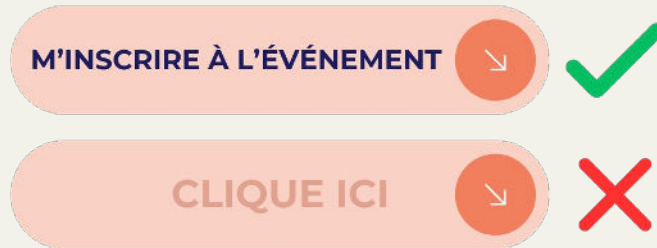
6. AJOUTER DES APPELS À L'ACTION CLAIRS

Importance des CTA :

- **Clarté** : Les CTA doivent être clairs, concis et orientés vers l'action.
- **Visibilité** : Place les CTA dans des endroits stratégiques et visibles sur tes pages.

Exemples de CTA efficaces :

- **Inscrivez-vous maintenant**
- **Téléchargez votre guide gratuit**
- **Rejoignez notre communauté**



7. UTILISER DES LANDING PAGES DÉDIÉES

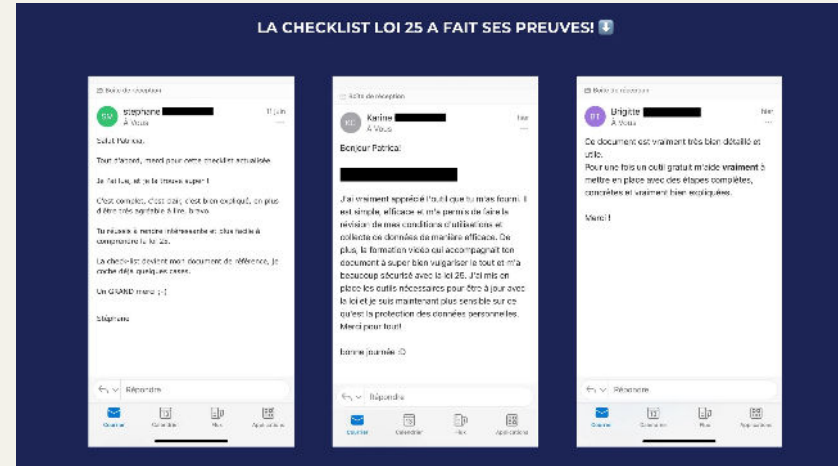
Création de landing pages spécifiquement pour la collecte d'emails :

- **Simplicité** : Une landing page doit être simple et axée sur une seule conversion.
- **Contenu** : Utilise des titres accrocheurs, des descriptions claires, et des CTA puissants.

Optimisation des landing pages pour la conversion :

- **A/B Testing** : Teste différentes versions de tes landing pages pour voir ce qui fonctionne le mieux.
- **Preuves sociales** : Ajoute des témoignages ou des preuves sociales pour renforcer la crédibilité.

Créer une page directe pour que les gens s'abonnent à ton infolettre sans chercher sur ton site.

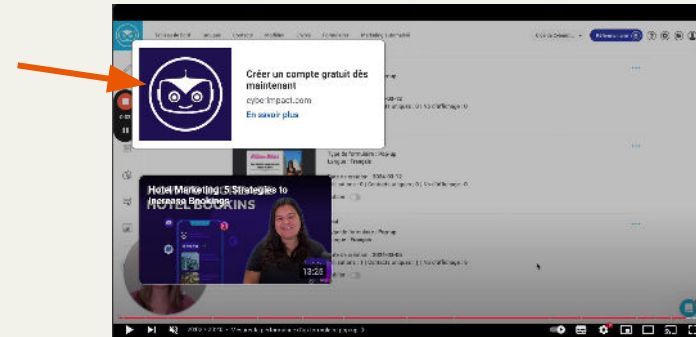


Prends des captures écrans des vrais témoignages.

8. INTÉGRER À DES CONTENUS EXISTANTS

Inclure des formulaires d'inscription dans les articles de blog, vidéos, et podcasts :

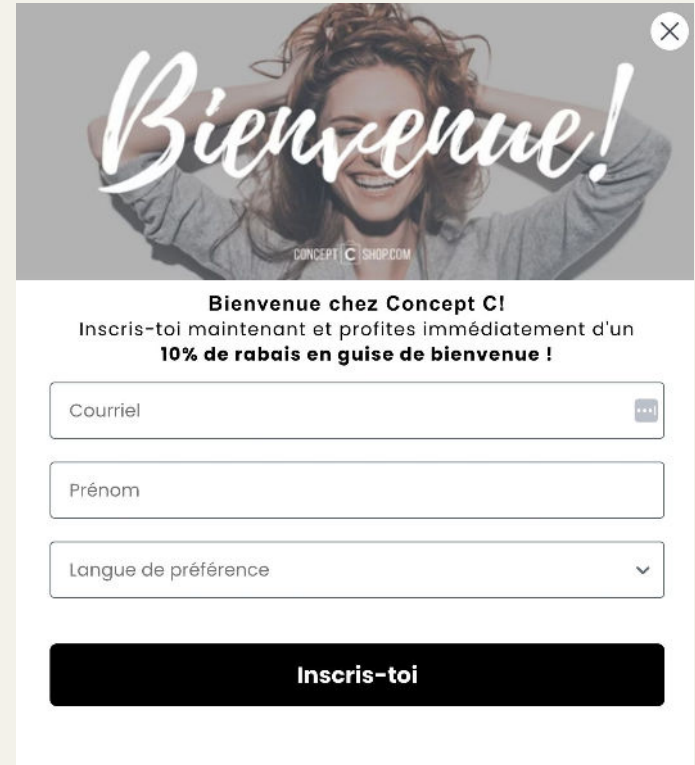
- **Blog** : Insère des formulaires d'inscription au milieu et à la fin de tes articles de blog.
- **Vidéos** : Utilise des annotations ou des liens dans les descriptions de tes vidéos YouTube.
- **Podcasts** : Mentionne des liens d'inscription pendant tes épisodes de podcast et dans les descriptions.



9. UTILISER DES RÉCOMPENSES

Offrir des réductions, des essais gratuits, ou des cadeaux pour l'inscription :

- **Réductions** : Offrir un code promo pour les nouveaux inscrits.
- **Essais gratuits (échantillons)** : Proposer un essai gratuit de ton produit ou service en échange d'une inscription.
- **Cadeaux** : Offrir un cadeau gratuit exclusif aux abonnés lors d'un achat.



Bienvenue chez Concept C!
Inscris-toi maintenant et profite immédiatement d'un
10% de rabais en guise de bienvenue !

Courriel

Prénom

Langue de préférence

Inscris-toi

10. ORGANISER UN CONCOURS

Comment organiser un concours pour attirer des inscriptions :

- **Règlement** : Établir des règles claires et des conditions de participation.
- **Prix attractifs** : Offrir des prix qui intéressent ton audience cible.

Règles et régulations à respecter :

- **Légalité** : Assurer que ton concours respecte les lois et régulations locales.
- **Transparence** : Être transparent sur les conditions de participation et la sélection des gagnants.

Exemple : [VK esthétique](#)

Voici la marche à suivre pour participer :

1. Remplir le formulaire ci-bas
2. Aimer la page Facebook VK Esthétique
3. Identifier (tagger) une personne sur Facebook dans les commentaires sous la capsule beauté de ce concours.

Le tirage aura lieu vendredi soir le 18 décembre à 20h30 en Direct sur Facebook

Bonne chance!

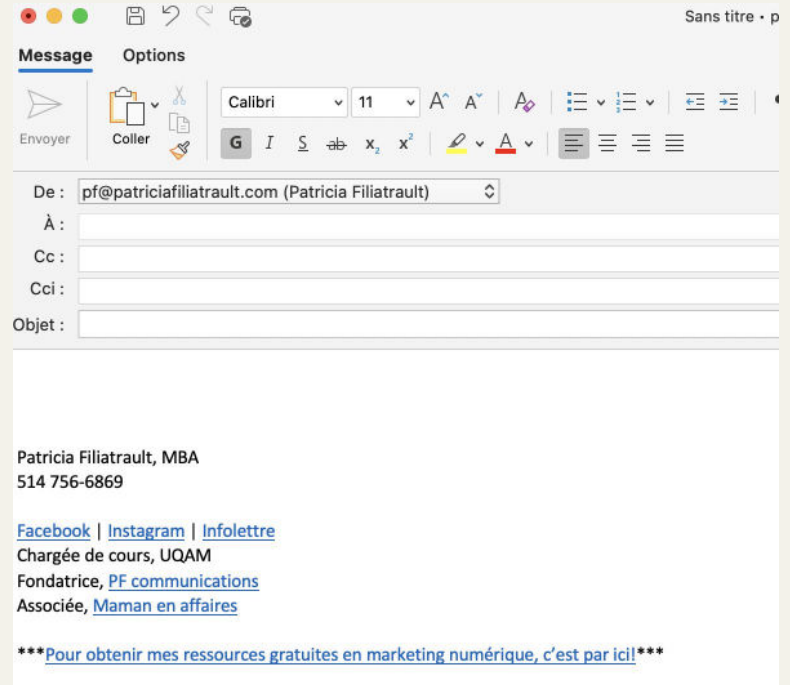
Prénom *	...	Nom *
Date de naissance *		Courriel *
<input type="button" value="Envoyer"/>		

En participant au concours, vous avez une chance de gagner le prix, mais vous serez également abonné à mon infolettre. Vous pouvez vous désabonner à tout moment.

11. VIA LA SIGNATURE COURRIEL

Ajouter un lien d'inscription dans la signature de vos emails professionnels :

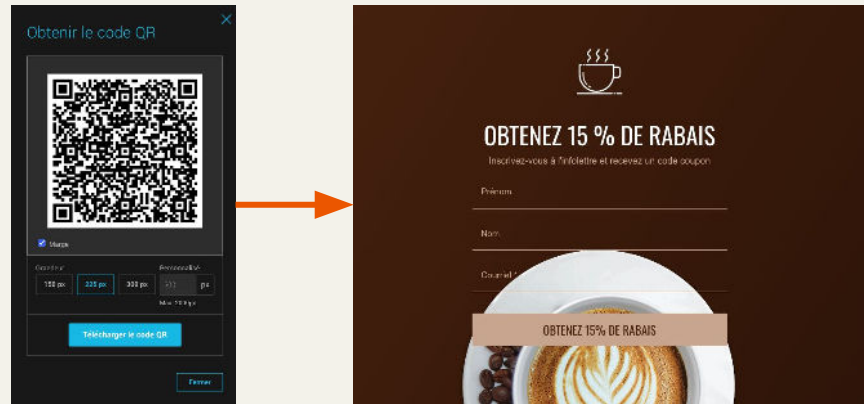
- **Lien** : Inclure un lien vers le formulaire d'inscription dans toutes les signatures email.
- **CTA** : Ajouter une phrase incitant à l'inscription, comme "Pour obtenir mes ressources gratuites en marketing numérique, c'est par ici!"



12. MAGASIN PHYSIQUE

Demander les courriels des clients en magasin pour leur envoyer des promotions :

- **À la caisse** : Demander les adresses courriel des clients lors de leur passage en caisse.
 - **Incitation** : Offrir une promotion future ou un petit cadeau en échange de leur adresse courriel.
 - **Concours** en magasin
- **Code QR**
 - **Formulaire hébergé**



13. APPEL DÉCOUVERTE

Propose des appels de découverte gratuits (court) pour mieux comprendre les besoins de tes clients potentiels.

Mise en œuvre :

- **Promotion** : Utilise tes canaux de communication pour promouvoir ces appels gratuits et leurs bénéfices.
- **Inscription** : Crée un formulaire de prise de rendez-vous en ligne (Calendly) avec une option d'inscription à l'infolettre (ou encore mieux à une séquence de vente).
- **Rappel** : Envoi un rappel quelques jours (heures) avant l'appel.
- **Suivi** : Envoie un email de suivi avec un résumé de l'appel et des liens pertinents.

14. OFFRE À MINI PRIX

Propose une offre spéciale à prix réduit.

Cette stratégie permet souvent d'éponger les coûts de publicité Facebook.

Mise en œuvre :

- **Définir l'offre** : Choisis un produit/service attractif à prix réduit.
- **Promotion** : Utilise tes canaux pour promouvoir l'offre et l'inscription.
- **Inscription** : Crée un formulaire d'achat (Thrivecart) avec une option d'inscription à l'infolettre (ou encore mieux à une séquence de vente).
- **Distribution** : Envoie un email avec le lien/code de réduction.

Gratuit pour les membres Maman en affaires

Formation
RÉORGANISE TON HORAIRES À LA MARIE KONDO
AVEC ROSALIE ET MARIE-ÈVE

17\$

JE VEUX M'INSCRIRE >

10 AVRIL 10H-11H30

The advertisement features a photograph of two women, Rosalie and Marie-Ève, sitting on a wooden bench outdoors and smiling. The text is overlaid on the image in various colors and fonts. A pink starburst shape highlights the price of 17\$. A calendar icon indicates the date and time of the event.

15. PROPOSER À TES CLIENTS EXISTANTS

Encourage tes clients actuels à s'inscrire à ton infolettre. Selon la loi C28, tu peux également abonner tes clients des 24 derniers mois, car cela compte comme un consentement implicite.

Mise en œuvre :

- **Communication directe** : Parle-en lors des interactions avec les clients, en personne ou par téléphone.
- **Emails** : Inclue une invitation à s'inscrire à la fin de tes emails de confirmation de commande ou de service.
- **Factures et reçus** : Ajoute un lien d'inscription sur les factures ou reçus.

**OPTIMISE
TES VENTES** 



**GRÂCE AU
MARKETING
PAR COURRIEL**

Bonus pour toi !

-  **2 séances en direct** avec moi en t'inscrivant d'ici le 14 août, minuit.
-  **100\$ de rabais** offert par Cyberimpact (**5 premières inscriptions**). Fais vite !

J'EN PROFITE!



BÂTIS TA PREMIÈRE INFOLETTRE

LA FORMATION LA PLUS COMPLÈTE SUR LE MARKETING PAR COURRIEL

Deux volets essentiels : stratégique et technique

→ BONUS EXCLUSIF

- Deux séances de 90 minutes en direct.
- Pour les achats entre le 7 et le 14 août 2024.

→ DATES DES SÉANCES EN DIRECT

- 27 septembre (10h à 11h30 Québec)
- 25 octobre (10h à 11h30 Québec)

→ COÛT

- Partie stratégique uniquement : 275\$
- Partie technique uniquement : 275\$
- Formation complète : 495\$

[Toutes les infos sont ici!](#)



CADEAU DE LA PART DE CYBERIMPACT :

Les 5 premiers acheteurs auront 100\$ de rabais avec le code promo CYBERIMPACT.

20% de rabais sur Cyberimpact avec mon code promo : pocom-20