

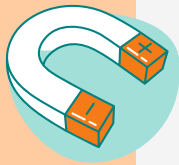
# ADOPTER UNE DÉMARCHÉ INBOUND MARKETING

## INBOUND

Les contacts sont au cœur de l'Inbound, peu importe la phase d'achat.

Le but est d'offrir la meilleure expérience possible :

- comprendre le client
- fournir les bonnes solutions
- montrer son expertise
- établir des relations de confiance
- proposer une expérience personnalisée
- publier des informations de qualité : utiles et pertinentes



## OUTBOUND

Marketing dit "classique".

L'entreprise diffuse ses messages à une audience de masse.

Le but est d'atteindre un public très large sans personnalisation et sans de ciblage précis.



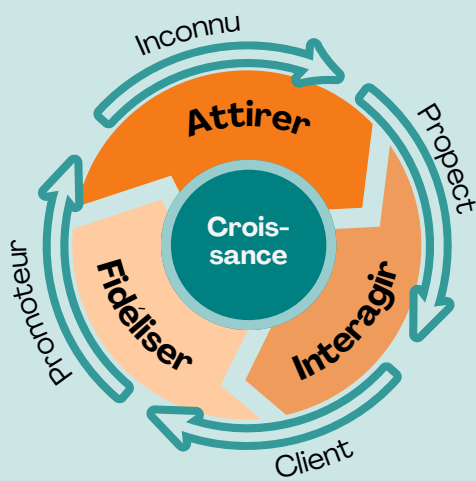
- blog
- réseaux sociaux
- livres blancs
- infographies
- vidéos

- publicité en ligne
- appels à froid
- pop-up
- télévision, radio, presse
- flyers

## 4 FONDAMENTAUX :

- Optimiser les messages
- Faire preuve d'empathie
- Uniformiser les messages et informations
- Personnaliser les supports

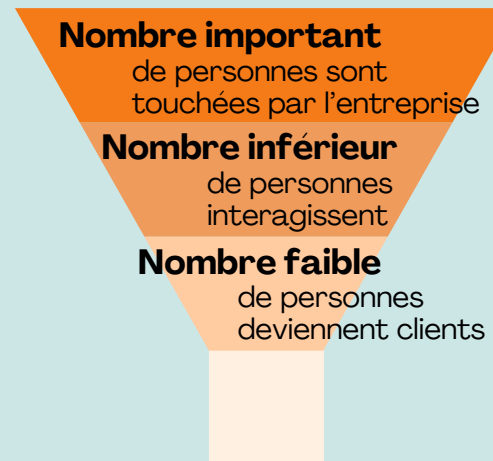
### Le volant d'inertie : la croissance de l'entreprise



#### Ce modèle est le plus adapté.

Dans une démarche Inbound, l'énergie positive permet d'alimenter la croissance de l'entreprise.  
Les clients fidèles attirent de nouveaux clients.

### L'entonnoir : le processus de conversion



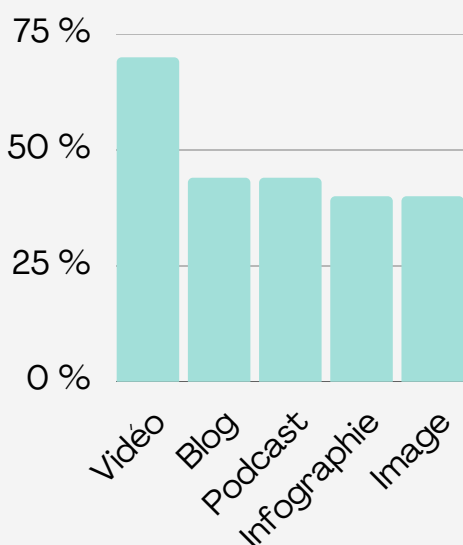
#### Ce modèle n'est pas optimal.

Dans une démarche Inbound, on cherche à ce que les personnes qui quittent l'entonnoir influent sur celles qui vont y rentrer : le bas de l'entonnoir doit alimenter le sommet.

## 3 ÉTAPES :

- 1. Attraction**
  - faire preuve de pédagogie
  - proposer des solutions
  - montrer sa fiabilité
- 2. Interaction**
  - nouer une relation de confiance
  - recueillir les informations
  - devenir une ressource
- 3. Fidélisation**
  - fournir une bonne expérience
  - faciliter l'information et la solution

### Les formats les plus utilisés



### Les canaux d'acquisition les plus efficaces

1. Réseaux sociaux
2. SEO
3. Marketing d'influence
4. Messagerie mobile
5. Blog / Site web

Stratégie  
**60%**  
moins chère

Génère  
**3X**  
de prospects

**85%** des entreprises Inbound augmentent leur trafic en **7** mois

**84%** des leads donnent un retour positif