



Solution Inbound Marketing

novigenix



AGENCE-ACP[®]

AGENCE CRÉATIVE ET DIGITALE

Notre vision

Fournir des solutions intégrées, innovantes et créatives de communication



Un marketing de contenu génère des échanges et mesure l'écoute de votre client. La qualité créative de nos campagnes numériques dirige vos prospects sur votre site Web. Votre marque peut développer des relations et des perspectives de conversion d'achat. Le processus de marketing digital a comme but de faire croître votre identité numérique et de mesurer l'efficacité des canaux utilisés.

Le marketing numérique est incontournable, il est temps pour les entreprises de l'envisager pleinement.



Nous créons des solutions adaptées aux besoins de nos clients

Nous offrons des services et des solutions de marketing numérique depuis 10 ans. Au cours de cette période, les entreprises ont amélioré leurs identités de marque et leurs ventes.

“Savoir écouter, c’est posséder, outre le sien, le cerveau des autres”

Leonardo de Vinci

Nos valeurs:

.....



Passion

Nous aimons ce que nous faisons. Nous relevons les nouveaux défis avec enthousiasme.



Excellence

Nous tenons nos promesses et créons de la valeur ajoutée aux marques de nos clients.



Innovation

Notre expertise technologique, des tendances et des systèmes de communication digitale sont une garantie de succès.



AGENCE-ACP[®]

AGENCE CRÉATIVE ET DIGITALE

Notre équipe comprend des professionnels expérimentés dans le marketing et la gestion de ressources externes. Avec une compréhension approfondie de stratégies de marketing digital.

J - CH. BUFFAT

KEY ACCOUNT



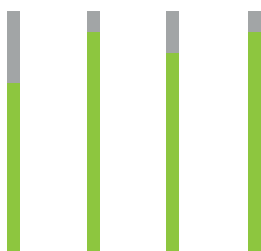
RÔLE

Direction commerciale
Accompagnement

jeancharles.buffat@agence-acp.com

EXPÉRIENCES

15 ans d'expérience dans la gestion de clientèle et les médias.



S. GALIFIER

CONTENT STRATEGY



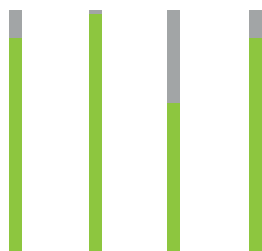
RÔLE

Direction artistique
Solution créative

sebastien.galifier@agence-acp.com

EXPÉRIENCES

15 ans d'expérience dans la création publicitaire et gestion de marque. Auteur (SSA), réalisateur et photographe.



J. NALBONE

PROJECT MANAGER



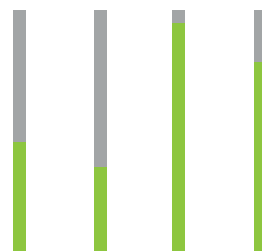
RÔLE

Direction de projet
Marketing stratégique

joe.nalbone@agence-acp.com

EXPÉRIENCES

15 d'expérience en communication, vente et stratégie marketing dans le médical.



**“N’ayez pas
peur d’être
créatif”**

Quelques références

 **BOBST**

KÉRASTASE
PARIS

cP Centre
Patronal

DL | CONSEILS
EN FINANCEMENT
IMMOBILIER

L'HEBDO

bioalps
Lake Geneva Life Science Cluster Switzerland

MAXI BAZAR
mini prix, maxi choix

PRO
fresh

CVC I
CHAMBRE VAUDOISE
DU COMMERCE ET
DE L'INDUSTRIE

Vaudois
L'EXCELLENCE DES TERROIRS

FISHERMAN'S FRIEND

LeRéseau

Chaplin's
WORLD

LE GRUYÈRE
SWITZERLAND 

Unil
UNIL | Université de Lausanne

 **abionic**

VAUD 

gs
girodsaudan
immobilier


BONDPARTNERS SA
Est. 1972


du Lac
ADVISORY LTD

L'ORÉAL

 **PARC**
SWISS TECHNOPOLE

LA HALLE
Chaussures & Maroquinerie

NESPRESSO

Karin Herzog
— SWISS MADE —

20
minutes

TASTE OF
Nature

cellcosmet 
Switzerland


DEV
DÉVELOPPEMENT ÉCONOMIQUE
CANTON DE VAUD – SUISSE


GREATER GENEVA BERNE area
economic development agency



AGENCE-ACP[®]

AGENCE CRÉATIVE ET DIGITALE

Nous sommes reconnus et référencés comme une agence créative digitale spécialiste dans l'application de l'Inbound Marketing. Nous accompagnons les marques et les entreprises dans leurs communications digitales.



Strategic Plan

INBOUND PLAYGROUND AREA



Pourquoi l'Inbound marketing ACP est une solution?

STRATÉGIE DE MARKETING GAGNANTE

L'INNOVATION De l'inbound marketing est un dialogue à double sens. La stratégie de partage

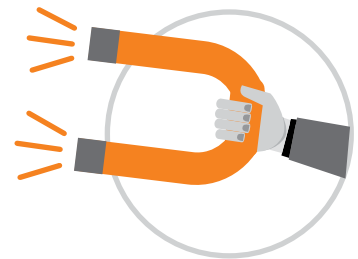
de contenu utile, convaincant et créatif à un public ciblé.



**Marketing
traditionnel**

vs.

**Inbound
Marketing**



Basé sur
l'interruption



Basé sur la continuité



**Une voie de
Communication**



**Communication
à double sens**



Le client est sollicité
via le Print, TV, Radio,
banner ad, etc.



Le client arrive via le
Search Engine, Referrals,
Social Media, etc.



Coût élevé



Dépense média diminuée



Éduquer et divertir les
clients



Conversion des
prospects en clients



**Développer la
sensibilisation**



**Développement d'un
public engagé et loyal**



Méthode:

Collaboration et accompagnement



Collaboration et accompagnement Inbound Marketing

01

Définir les objectifs



Inbound Goals

Déterminez les objectifs de votre marketing inbound que votre stratégie devrait atteindre. Quelques exemples d'objectifs:

- Nouveaux clients
- Revenu mensuel
- Fidélisation
- Croissance des ventes
- Part de marché
- CPA (coût par action)



Inbound KPI's

Les mots clés d'une campagne aident le prospect à comprendre les atouts du produit: Marketing de contenu

- Revenus des ventes
- Génération de leads
- Statistiques site Web
- Taux de clics
- Ranking des mots clés
- Conversion CPC
- Engagement et partage
- Taux de conversion

Key

- S** Specific
- M** Measurable
- A** Achievable
- R** Reasonable
- T** Timebound

02

Définir l'audience



Un public ciblé précis vous aide à créer du contenu de manière plus efficace.

Démographie?

Où vivent-ils et leurs affinités

Psychologie?

Personnalité, valeurs, intérêts et modes de vie.

Comportement?

Tendances d'achat des consommateurs.

Quel est votre acheteur?

Données réelles sur votre client actuel.

Mot-clé lors de la recherche?

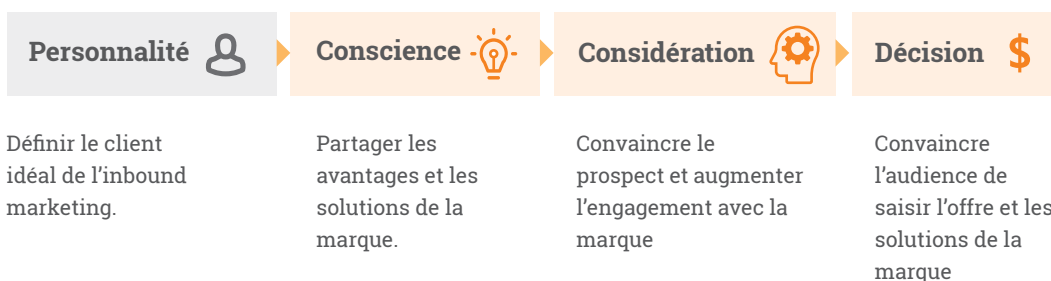
Quels mots-clés utilisent-ils lors de leurs recherches.

03

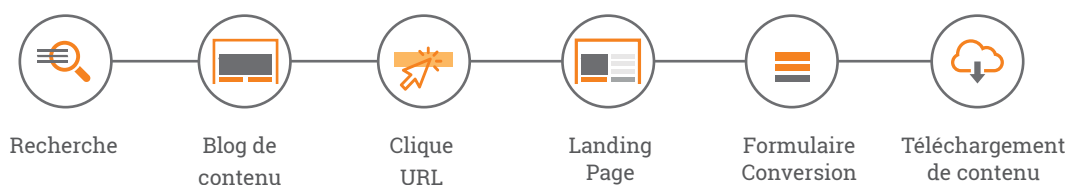
Créer le plan



Stratégie du programme d'inbound marketing afin de générer des prospects.



Exemple de chemin de conversion "inbound":



Promesse de conversion via l' Inbound Marketing

Nous avons toute l'expertise et les compétences nécessaires pour assurer la mise en œuvre de votre campagne Inbound Marketing

La création de contenu adapté aux intérêts de la cible et diffusé par divers canaux en ligne.

01 CONTENU

Les internautes viennent se familiariser avec votre solution.



Internautes

CANAU X

- Blog
- Publication sociale
- Optimisation du site web (SEO)

02 COMMUNICATION

Des contenus spéciaux et attractifs ouvrent des perspectives de conversion.



Visiteurs

CANAU X

- Appel à l'action
- Pages dédiées
- Formulaires de contact



Analyse actualisée

Surveillance.



Expériences digitales

Analyse de contenu



Qualité de contenu

Création de contenu



Performance site web

Expérience utilisateur



Nature de la demande

Définir la nature de la demande et adapter ses réponses



Indicateurs et rapports

Identifier les paramètres clés à suivre et créer un ordre de priorité

03 RETARGETING

L'envoi de contenu pertinent créant la confiance avec le prospect jusqu'à ce qu'ils soient prêts à s'engager.



Informations

CANAU X

- Email
- Flux de contenu
- Intégration CRM

04 CONVERSION

Fournir à vos prospects les informations afin de favoriser une bonne décision.



Clients



Prescripteurs

CANAU X

- Enquêtes/analytique
- Contenu intelligent
- Social Monitoring

01

Stratégie de contenu

VERS UNE NOTORIÉTÉ D'EXPERT



Dans la phase d'attractivité de votre marque, une stratégie notoriété génère du trafic supplémentaire sur votre site Web.



Voies

Social Media
Blogging
SEO



Outils

Production vidéo
Plateforme de blogs
Publications sociales
Optimisation SEO
Suivi des mots clés



Contenu rédactionnel SEO

Un blog vous aide à attirer votre public et à générer du trafic vers votre site Web. En créant un contenu pertinent, unique, personnalisé et intéressant.

Développement d'un référencement organique durable.



Vidéo

La vidéo est le média idéal pour établir une relation de confiance avec l'utilisateur.

Le développement en image des diverses thématiques liées à la sécurité des biens et des personnes.



74%

Du trafic internet comportera de la vidéo en ligne en 2017 (Cisco).

51,9 %

des professionnels dans le monde mentionnent la vidéo comme le contenu avec le meilleur retour sur investissement



55%+

Un blog génère davantage de visiteur



95%+

Un blog redirige vers le contenu de marque de votre site



Pertinence

Une des choses essentielles avant de commencer votre Inbound marketing est de savoir comment votre cible va trouver votre marque. Créer un plan digital structuré vous guidera à travers diverses stratégies cela augmentera le trafic du site Web et fera revenir votre cible. Le contenu de qualité doit diriger vos clients potentiels vers votre site Web en utilisant des entonnoirs de ventes tactiques et les convertir en acheteurs.

FORMULAIRE



Formulaire

Dans cette première phase d'attraction, des informations personnalisées peuvent être obtenues via un premier formulaire de contact.



E-mailing

Une première liste de prospects est recontactée.

**295%+**

Le contenu de blog augmente l'indexation organique de vos pages

**75%+**

Acquisition de clients

**63%+**

Acquérir des leaders d'opinion

**59%+**

Améliorer le taux de conversion du trafic

02 Communication digitale

STRATÉGIE DE CONTENU



Call To action (CTA)

VERS L'ENGAGEMENT



Un contenu approprié à la cible choisie est diffusé sur les réseaux sociaux.

Médias

Diffusion Facebook
Diffusion LinkedIn

Outils

Vidéo
Blog
Site Internet
Formulaires
Contacts



Contenu rédactionnel et vidéo créatif...

Un contenu conçu pour le "Call To Action" suggère aux visiteurs d'en savoir plus, d'en voir plus sur le sujet.

Vers un contenu d'expert

Un blog dédié à la campagne d'Inbound Marketing propose du contenu en relation directe avec les thématiques des articles SEO et des vidéos diffusées. Des hyper liens redirigent vers d'autres contenus sur le site web.



74%

du trafic internet comportera de la vidéo en ligne en 2017 (Cisco).

51,9 %

des professionnels dans le monde mentionnent la vidéo comme le contenu avec le meilleur retour sur investissement



55%+

Un blog génère davantage de visiteur



95%+

Un blog redirige vers le contenu de marque de votre site



Opportunité

90% de la cible est présente directement ou indirectement sur les réseaux sociaux. Les capacités d'affinement de la cible sont remarquables. Les divers intérêts des utilisateurs de Facebook nous permettent de proposer le bon contenu aux bonnes personnes.

FORMULAIRE

...

...



Formulaire

Dans cette première phase d'attraction, des informations personnalisées peuvent être obtenues via un premier formulaire de contact.

E-mailing

La liste de prospects est ainsi augmentée.



295%+

Le contenu de blog augmente l'indexation organique de vos pages



75%+

Acquisition de clients



63%+

Acquérir des leaders d'opinion



59%+

Améliorer le taux de conversion du trafic

03 Retargeting

STRATÉGIE DE CONTENU



La prochaine étape est d'utiliser l'information des visiteurs/prospects et d'établir une stratégie de suivi ciblé



Voies

Contenu
Ciblage retargeting



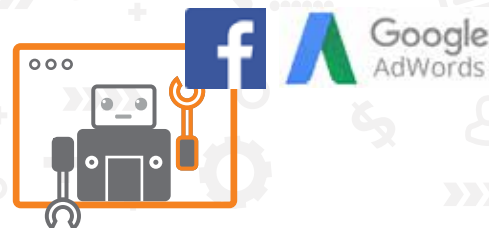
Outils

Facebook
Site web
Newsletter
E-mailing



Contenu approprié

La communication digitale a dirigé vos prospects vers un contenu approprié. mais ces visiteurs non pas pris de décision d'engagement (par exemple en remplissant un formulaire)



Retargeting

Les outils de traçage (retargeting) permettent d'établir une liste de visiteurs ayant avancé dans leurs recherches d'information sur votre site web. Cette liste est alors sollicitée spécifiquement en communication digitale sur Facebook et les sites d'informations contenant de la publicité AdWords.

- Audience segmentation
- Relevant content
- Use Triggers
- Needs Based
- Lead Scoring Model
- Right time & Channel

- Marketing-Sales Alignment
- Personalized Communication
- Data Management
- Data Quality
- Budget Management
- Content Strategy



Les visiteurs sont alors dirigés vers contenu spécifique. Il est temps de convertir ces prospects en clients. Une des clés de cette étape est d'utiliser des communications continues qui mènent à prendre une décision d'achat: le community management. Segmenter votre base de données de prospects en fonction de leurs intérêts et affinités.



Newsletter

Une newsletter régulière affine une liste de prospect et prescripteur de la marque. Il s'agit de créer une communauté d'intérêts basée sur la ou les thématiques diffusées par l'entreprise.

- Intriguing Subject
- Clear Copy
- Concise Content
- Standout CTA
- Professional Design
- Delivery Timing



Community management

Une surveillance régulière des engagements (commentaires, questions, etc.) sur les pages sociales numériques de la marque.

- Opportunity
- Analysis
- Traffic Analysis
- Time on Site
- Lead Conversion
- Inbound Link
- CTR
- ROI
- Close Ratio

04

Conversion

CONVERTIR VOS VISITEURS EN CLIENTS



Le visiteur est devenu

UN PROSPECT

Lorsque vous obtenez audience de nouveaux visiteurs, le but est de les amener à une phase de conversion qui corresponde à leurs profils et à leurs besoins



Média

Site web



Outils

Formulaires
Contacts
E-mailing



E-mailing / CTA vers un contenu premium

Un contenu spécifique au profil de votre nouveau prospect est envoyé. Ce contenu redirige le prospect vers des pages dédiées du site.



Contenu premium / Pages dédiées par profil d'intérêt.

Les pages d'atterrissage sont des pages ou des articles dédiés de votre site. le prospect clique sur un bouton d'appel à l'action et fournit ses informations personnelles pour obtenir un contact direct privilégié.

Content Offer Objectives

- Inform your leads
- Gain the trust of your leads
- Show off your brand
- Guide your leads toward sales

CTA Key Succes

Design and Positioning

- Use contrast color
- Relevant to the content
- Direction Focus
- Use Action
- Language
- Less than 4 words
- Clear Command



Pertinence

Après avoir créé un trafic de qualité solide et régulière sur votre site Web, vos visiteurs ciblés sont rassurés par l'offre et la pertinence des informations proposées. Ils sont sollicités à partager leurs données personnelles.



E-mailing de prospection directe

Créations de listes de prospects par profil.



Contacts directs

Des conseils peuvent ensuite établir un contact direct et personnel.

Landing Page Key Succes

- Layout & Design
- Headline
- Copy
- Keywords
- Social Sharing Button
- Hidden Navigation
- Lead Form
- Image

Type of contact form

- Sign-up forms
- Access forms
- Contact forms
- Progressive profile forms
- Subscription Form

Process

COMMUNICATION DIGITALE

01 Facebook engagement CAMPAGNE VIDÉO



 **Affinités: CH, 40 à 55 ans
Homme et femme ayant de
l'intérêt pour la santé.**

J'identifie l'annonceur

Je partage le contenu

Je veux en voir plus

Je commente



02 Blog site Web CTA ET CONVERSION

Blog site Web



- Contenu rédactionnel SEO
- Lien vers d'autres vidéos
- Formulaire en widget

(CTA)

novigenix

[HOME](#)
[A PROPOS](#)
[SOLUTIONS](#)
[LE CANCER COLORECTAL](#)
[CONTACT](#)

Article d'experts scientifiques



Et hanc coldem praeter oppida multa duae civitates exoriant Seleucia opus Seleuci regis, et Claudiopolis quam deduxit coloniam Claudius Caesar. Isaura enim antehac nimium potens, olim subversa ut rebellatrix inter neciva aegre vestigia claritudinis pristinae monstrabat admodum pauca.

Atque, ut Tullius ait, ut etiam ferae famae moritae plerumque ad eum locum ubi aliquando pastae sunt regressur, ita homines instar turbinis degressi montibus impeditis et arduis loca potivere mari confinia, per quos iustitiae sese convatibusque occultantes cum appetere; noctes luna etiam tum comuta ideoque non tam solido splendore fulgente nauticos observant quos cum in somnum sentirent effusos per ancoras, in insperato gradu repentis seseque suspensis passibus iniecientes in scaphis eisdem sensim nihil opinantibus advenisse et incendente aviditate saevitiam ne cedentium quidem ulli parcendo obruncatis omnibus merces optima, et viles nullis repugnantibus avertiebant. haecque non diu sunt perpetrata.

Soleo saepe ante oculos ponere, idque libenter crebris usurpare sermonibus, omnis nostrorum imperatorum, omnis exterarum gentium potentialiumque populorum, omnis clarissimorum regum res gestas, cum tuis nec contentionum magnitudine nec numero proferam nec varietate regionum nec celestitate conficiendi nec dissimilitudine bellorum posse conferri; nec vero distinctissimas terras cibus passibus cuiusquam potuisse peragrar, quam tuis non dicam cursibus, sed veteris lustratae sunt.

Victus universis caro ferina est lactisque abundans cocta qua sustentantur, et herbae multiplices et siquae aliter carni per aucupium possint, et plerisque mos vidimus frumenti usum et vini penitus ignorantes.

Cum saepe multa, tum memini domi in hemicyclo sedentem, ut solebat, cum et ego essem una et pauci admodum

En savoir plus

Articles récents

- Article d'experts scientifiques
- Article de contenu scientifique
- Le cancer du côlon

Commentaires récents

Catégories

Community management

TRANSFORMER VOS CLIENTS EN PRESCRIPTEURS



Votre audience devient

CLIENTÈLE

Il est important de garder une bonne relation avec les followers et les visiteurs, des pages web. Des renvois de contenu réguliers et appropriés peuvent générer des conversions.



Voies

Personnalisation
Communauté
Engagement
Surveillance



Outils

Contenu intelligent
Social Monitoring
Programme de fidélité



Enquêtes

Essayer de comprendre les commentaires et les demandes des clients. Réaliser des sondages sur des besoins et des retours d'expériences consommateurs. Ces données guideront vos efforts de marketing à venir.



Résultat et analyse de l'engagement

L'importance des résultats de l'engagement de la campagne c'est-à-dire: les réactions proactives peuvent être quantifiées et réajustées. Une attention constante sera la clé du succès.

- Contenu
- Force des accroches
- Offres pertinentes

- Partage social

- Contenu viral
- Commentaires
- Conversion

- Personnalisation
- de contenu
- Fiabilité



Pertinence

Fort d'un contenu divertissant et utile, il s'agit de s'assurer que les prospects et clients sont toujours satisfaits afin de construire une excellente réputation numérique de votre entreprise et de votre marque.



Votre audience devient

PRESCRIPTRICE

Solliciter votre audience à devenir prescriptrice de votre entreprise en influençant son engagement envers votre marque.



Social Monitoring

Les médias sociaux sont le principal fournisseur pour votre Inbound Marketing. Cela signifie qu'écouter et analyser l'engagement des prospects ciblés peut permettre d'affiner le message et augmenter les résultats de conversion.



Recommandation

88% des consommateurs disent faire confiance aux recommandations de la famille, des collègues et des amis concernant les produits et services. Un community management sérieux et régulier favorise ces échanges et recommandations

- Clicks
- Likes
- Shares
- Comments
- Brand Mentions
- Profile Visit
- Followers
- Traffic Data

- Engagement
- Reason to Talk
- Empower
- Referral
- Sharing
- Brand Response