



Atelier Freelances

Trouvez des clients

3/4 - approche marketing

20 janvier 2023



La **Fabrique**
à **Clients**

Quel-est votre **positionnement** ?

Agence locale

CLIENTS

Toute entreprise dans une zone géographique.

OFFRE

Marketing Digital 360.

AVANTAGES

LTV des clients.

INCONVÉNIENTS

- Volatilité des clients
- Rentabilité

Spécialiste

CLIENTS

France entière, clients finaux ou agences.

OFFRE

Contrats SEO, Contrats SEA, ...

AVANTAGES

Marge, valeur des compétences

INCONVÉNIENTS

- Taille du marché
- Besoin de compétences

Agence verticale

CLIENTS

Tous les clients d'un secteur d'activité.

OFFRE

A la performance avec résultats garantis.

AVANTAGES

- Attrition
- Économies d'échelle.

INCONVÉNIENTS

- Investissement dans la recherche
- Risques en cas de sous-performance

Fournisseur de leads

CLIENTS

Tous les clients d'un secteur d'activité.

OFFRE

Au coût par lead.

AVANTAGES

- Attrition
- Économies d'échelle.

INCONVÉNIENTS

- Investissement dans la recherche
- Risques en cas de sous-performance

Back to basics

Le **Marketing Mix** – les 4P

Produit	Prix	Communication (promotion)	Distribution (place)
Qualité	Tarif	Publicité	Canaux de distribution
Caractéristiques et options	Remise	Promotion des ventes	Points de vente
Marque	Rabais	Force de vente	Zones de chalandise
Style	Conditions de paiement	Marketing direct	Stocks et entrepôts
Tailles	Conditions de crédit	Relations publiques	Assortiment
Conditionnement			Moyens de transport
Service après-vente			
Garantie			

3 manière de construire **vosre image**

 **FREELANCE**
Facturation **au temps passé**

Identité de **marque**

- En votre nom
- Avec votre nom de domaine

Objectifs du site

- Montrer vos compétences
- Montrer votre expérience
- Générer des contacts

Contenu du site

- Liste des compétences
- Références
- Portfolio et/ou galerie
- Présentation perso
- Coordonnées et contact
- Blog (SEO)

 **INDÉPENDANT**
Facturation **au livrable**

Identité de **marque**

- En votre nom ou votre marque
- Avec votre nom de domaine

Objectifs du site

- Montrer votre expérience
- Présenter vos offres
- Générer des demandes de devis

Contenu du site

- Références
- Portfolio et/ou galerie
- Présentation des offres et des workflows
- Présentation de la marque
- Coordonnées et contact
- Blog (SEO)

 **AGENCE**
Facturation **au résultat**

Identité de **marque**

- Au nom de la marque
- Avec votre nom de domaine

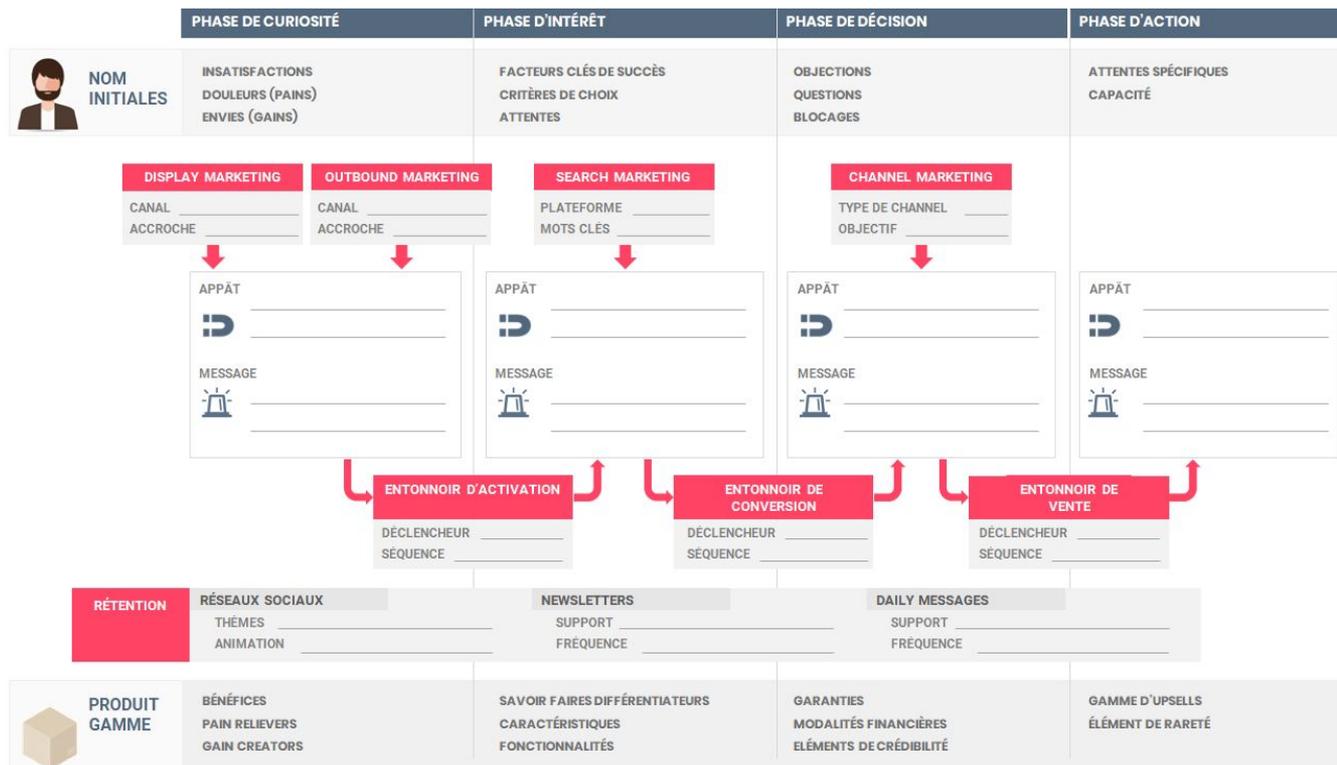
Objectifs du site

- Exposer les résultats
- Montrer des preuves
- Convaincre et prendre contact

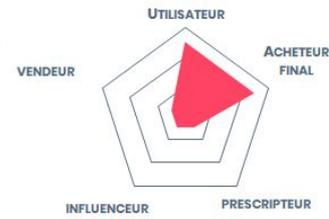
Contenu du site

- Résultats et bénéfices
- Preuves d'efficacité
- Références
- Coordonnées et contact
- Blog (SEO)

Avant de fabriquer des fabriques, concevez votre fabrique à clients !

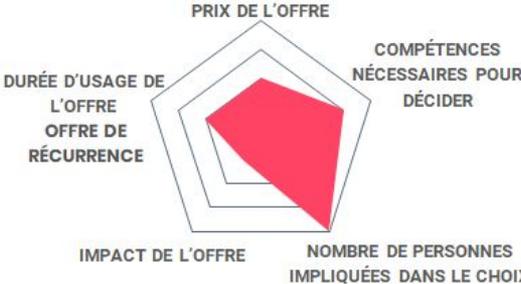


Qui est votre prospect idéal ?

<p>CITATION “ _____ _____ _____”</p> <p>PASSIONS ET ACTIVITÉS 😊 _____ _____ _____ _____</p> <p>QUALITÉ 1 DÉFAUT 1 QUALITÉ 2 DÉFAUT 2 QUALITÉ 3 DÉFAUT 3</p>	<p>PROFIL Informations démographiques</p> <p>TRANCHE D'ÂGE _____ SEXE _____</p> <p>LIEU D'HABITATION _____</p> <p>SITUATION DE FAMILLE _____</p> <p>SPÉCIFIQUES MARCHÉ _____</p>	<p>JOB Entreprise, métier et situation professionnelle</p> <p>MÉTIER _____</p> <p>ENTREPRISE _____</p> <p>LIEU DE TRAVAIL _____</p> <p>COMPÉTENCES _____</p> <p>SPÉCIFIQUES MARCHÉ _____</p>			
	<p>DRIVERS Ce qui le dirige</p> <p>ENJEUX _____</p> <p>OBJECTIFS _____</p> <p>DÉSIRS _____</p> <p>PEURS _____</p> <p>FRUSTRATION _____</p>	<p>DECISION Rôle dans le processus de décision</p> 			
 <p>Nom – Initiales</p>	<p>MARQUES Auxquelles il est attaché</p> 	<p>PHASE DE CURIOSITÉ</p> <p>INSATISFACTIONS _____</p> <p>DOULEURS (PAINS) _____</p> <p>ENVIES (GAINS) _____</p>	<p>PHASE D'INTÉRÊT</p> <p>FACTEURS CLÉS DE SUCCÈS _____</p> <p>CRITÈRES DE CHOIX _____</p> <p>ATTENTES _____</p>	<p>PHASE DE DÉCISION</p> <p>OBJECTIONS _____</p> <p>QUESTIONS _____</p> <p>BLOCAGES _____</p>	<p>PHASE D'ACTION</p> <p>ATTENTES SPÉCIFIQUES _____</p> <p>CAPACITÉ _____</p>

Quelle est **vosre offre** ?

Produit / Gamme 	PHASE DE CURIOSITÉ BÉNÉFICES _____ _____	PHASE D'INTÉRÊT SAVOIR FAIRES DIFFÉRENTIATEURS _____	PHASE DE DÉCISION GARANTIES _____ _____	PHASE D'ACTION GAMME D'UPSELLS _____ _____
	PAIN RELIEVERS _____ _____	CARACTÉRISTIQUES _____ _____	MODALITÉS FINANCIÈRES _____ _____	ÉLÉMENT DE RARETÉ _____ _____
GAIN CREATORS _____ _____		FONCTIONNALITÉS _____ _____	ELÉMENTS DE CRÉDIBILITÉ _____ _____	

PROMESSE “ _____ _____	MARQUE - LOGO 	DEGRÉS D'INNOVATION <table border="1"><tr><td rowspan="2">INSATISFACTION CONNUE</td><td>INNOVATION DE MARCHÉ</td><td>CRÉATION DE MARCHÉ</td></tr><tr><td>PÉNÉTRATION DE MARCHÉ</td><td>INNOVATION DE PRODUIT</td></tr><tr><td>INSATISFACTION INCONNUE</td><td></td><td></td></tr></table> <p>SOLUTION CONNUE SOLUTION INCONNUE</p>	INSATISFACTION CONNUE	INNOVATION DE MARCHÉ	CRÉATION DE MARCHÉ	PÉNÉTRATION DE MARCHÉ	INNOVATION DE PRODUIT	INSATISFACTION INCONNUE			RYTHME DE VOTRE OFFRE  OFFRE DE RÉCURRENCE _____ _____	DIFFICULTÉ DE DÉCISION 
INSATISFACTION CONNUE	INNOVATION DE MARCHÉ	CRÉATION DE MARCHÉ										
	PÉNÉTRATION DE MARCHÉ	INNOVATION DE PRODUIT										
INSATISFACTION INCONNUE												
RÉFÉRENCES TECHNIQUE  _____ _____	PARTENAIRES 											

5 manières de **développer** votre notoriété

Content Marketing

Diffusion organique sur les bons réseaux, les bons sujets et avec la bonne régularité.



Outreach

Contact direct des bonnes personnes par DM, mail ou téléphone.



SEO

Création de contenu web et recherche positionnement organique dans Google Search.



SEA

Prise des premières positions dans Google Search au CPC.



Paid Ads

Utilisation des plateformes de display (Google Ads, Tiktok, Meta).

