

DIALOGUES MARKETING

Comment créer une campagne de bienvenue performante



Catalyseur d'intelligence marketing



Une petite histoire

LE COURRIEL DE CONFIRMATION

Abonnement à une infolettre



Courriel de confirmation



Et...

RIEN

...votre prochaine infolettre

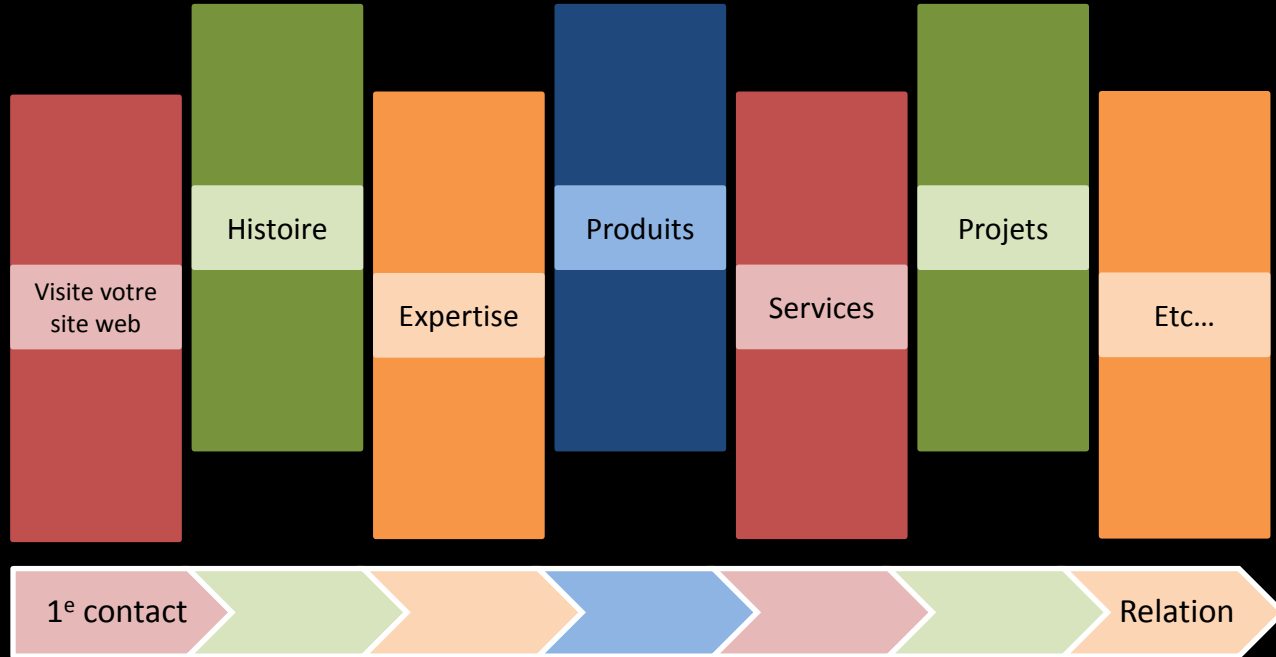
Objectif : Vendre



Captez l'intérêt, engagez la discussion



Présentez votre organisation

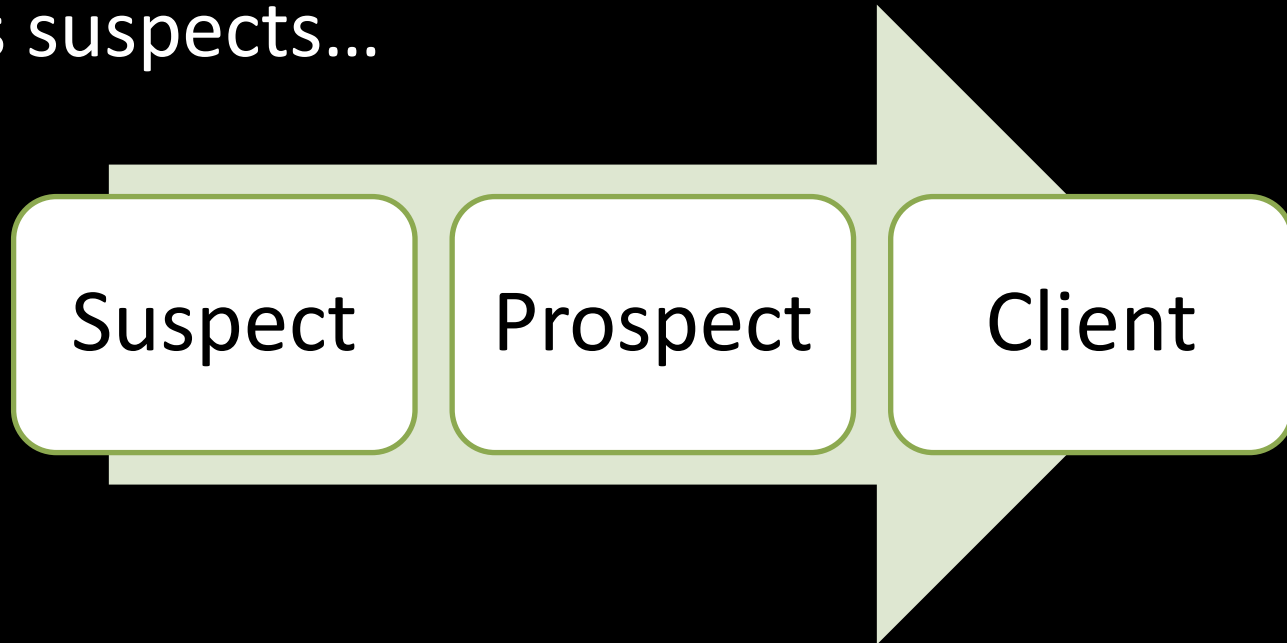


Une histoire gagnante

LE PROGRAMME DE BIENVENUE

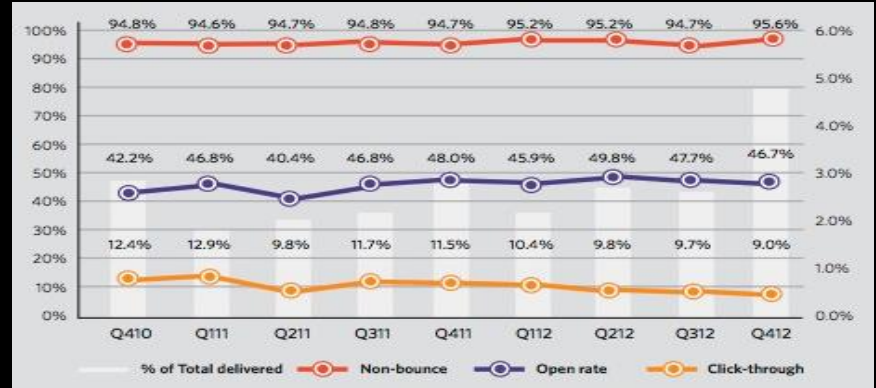
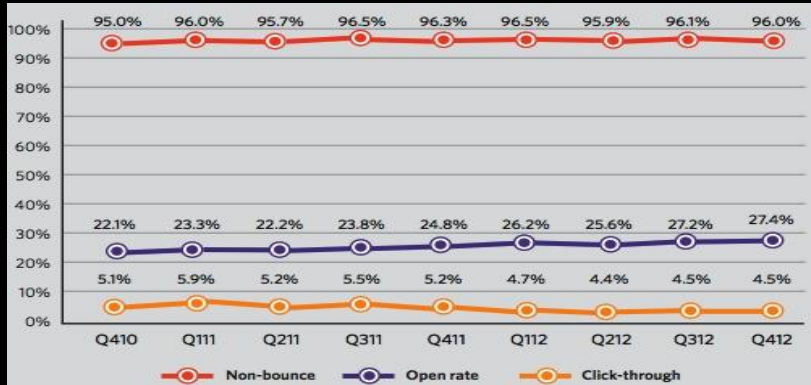
Qu'est-ce qu'un programme de bienvenue?

- Une série de courriels dans le but de convertir vos suspects...



Pourquoi une campagne de bienvenue?

- 4X plus d'ouverture
- 5X plus de clics
- Engagement – boîte intelligente



Vos opportunités...

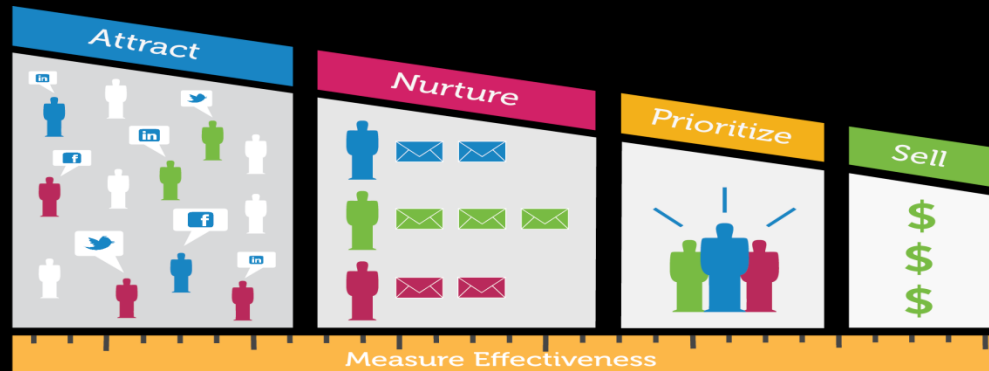
Démontrez votre expertise

- Réussites de vos clients
- Conseils de vos pros
- Votre équipe de professionnels



Améliorez votre cycle de ventes

- Vos meilleurs produits
- Vos promotions performantes
- Vos réponses aux questions fréquentes



Et le processus est automatisé...

Vous avez donc plus de temps pour CRÉER



... ou RELAXER



Quelques exemples

Informez

- Présentez les autres outils de votre site web:
 - Centre de liquidation / rabais
 - Applications disponibles



Discutez

- Faites la promotion de vos autres plateformes de communication :
 - Facebook, Twitter, LinkedIn, etc.



- Téléphone, courriel, adresse

Formez

- Annoncez vos outils de formation :
 - Webinaires
 - Trucs et astuces
 - Aide en ligne

Découvrez

- Obtenez plus d'information
 - Profilage progressif
- Sondez la satisfaction
 - De vos communications
 - De votre site web
 - De vos produits et services



Soldez

Livraison gratuite



Rabais



Offrez

- Présentez vos produits ou services :
 - Populaires
 - Complémentaires
 - Nouveaux



Appuyez votre équipe de ventes

- Établissez un scénario de suivi pour vos représentants
 - 3 jours : Ce fût un plaisir de vous rencontrer...
 - 5 jours : Pourrions-nous discuter de vos besoins?
 - 15 jours : Quel moment vous convient le mieux?



Comment faire?

Définissez votre cible

- Nouveaux abonnés
- Nouveaux clients
- Utilisateurs débutants
- Apprentis, employés, distributeurs



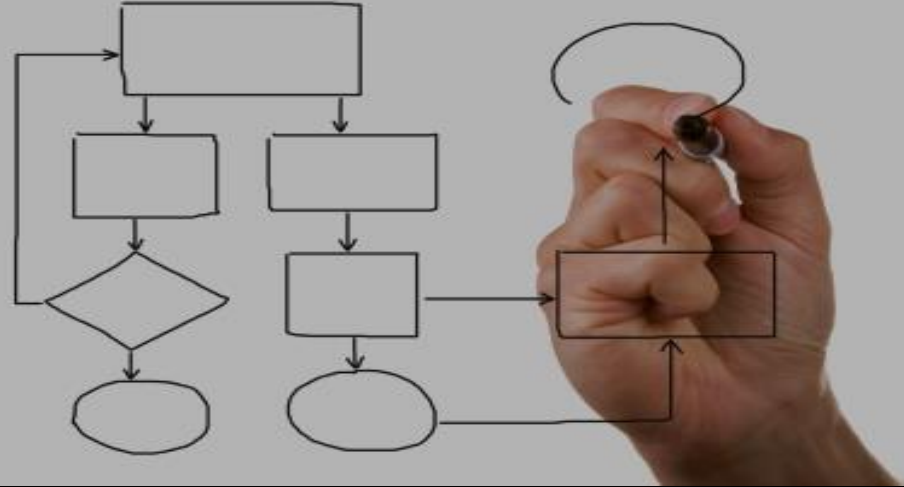
Identifiez les messages pertinents

- Un message = un objectif



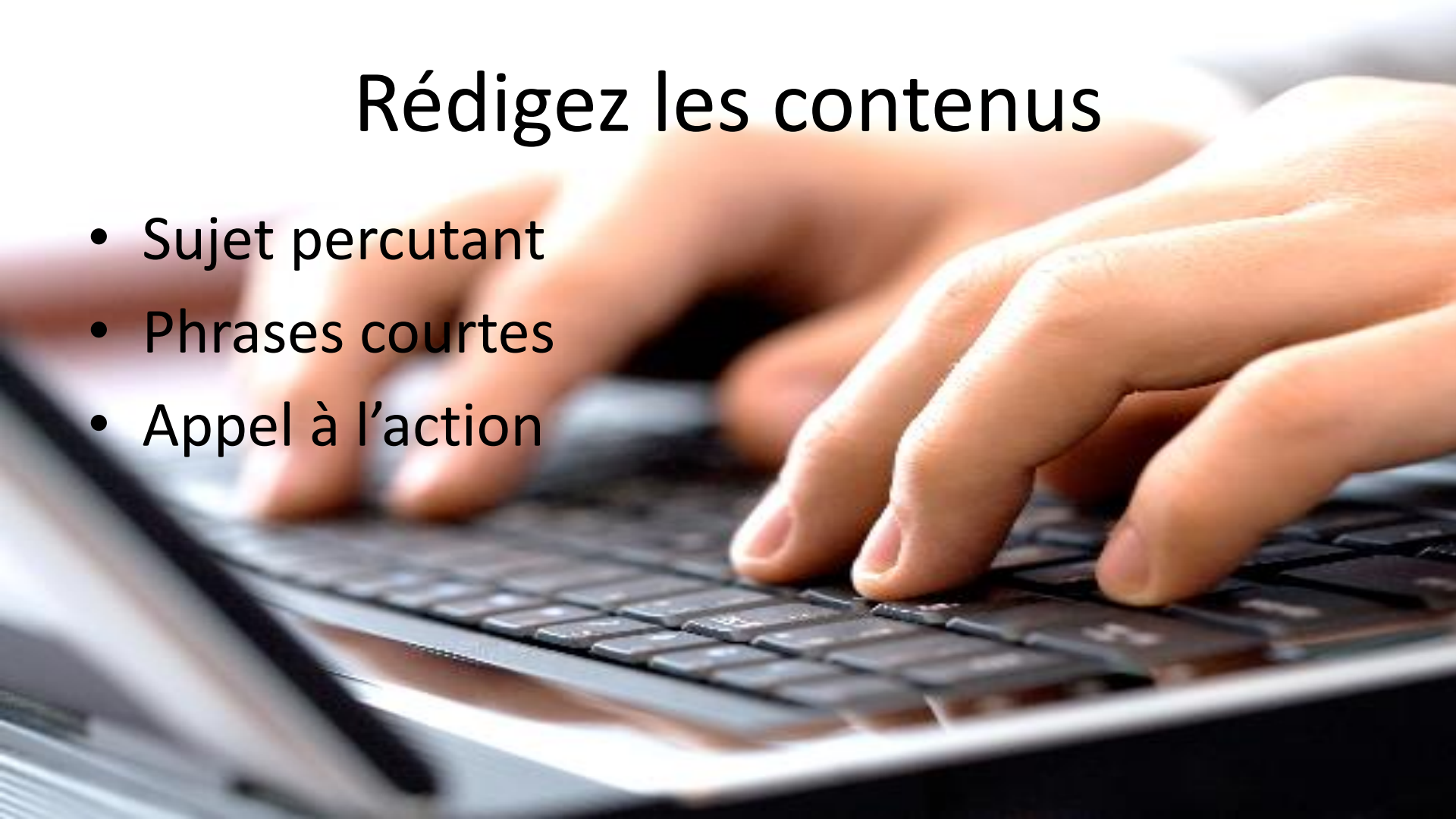
Dessinez le scénario

- Point d'entrée
- Messages
- Conditions
- Points de sortie

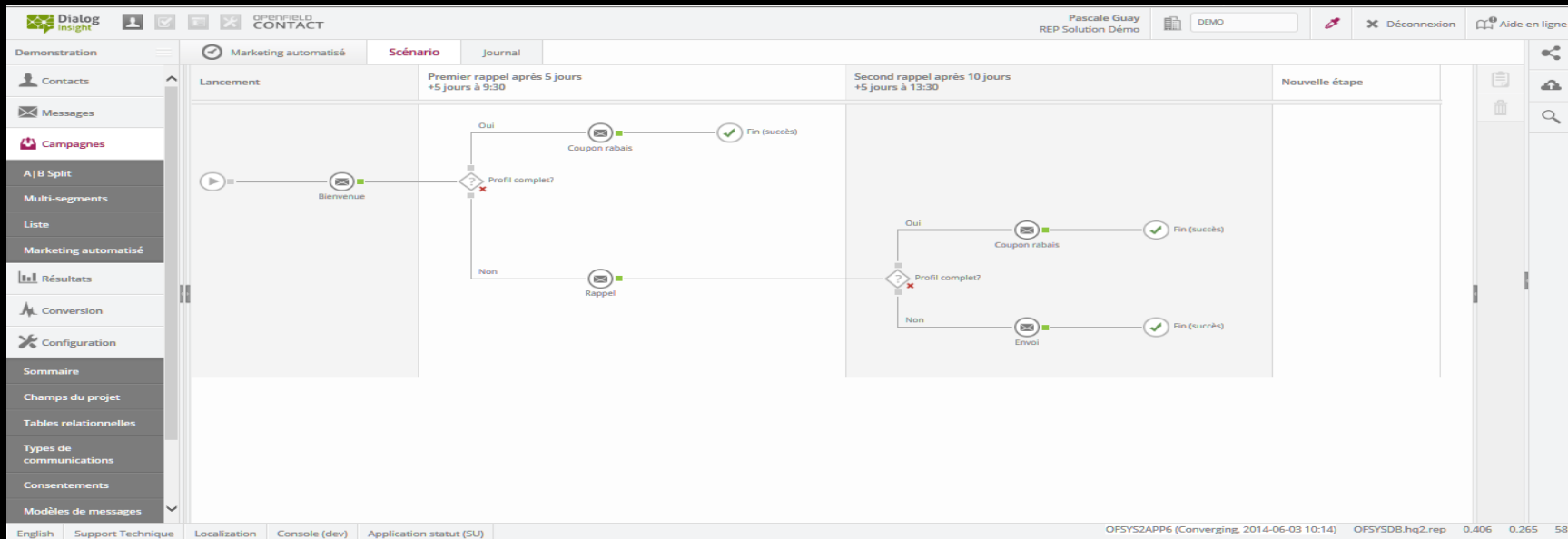


Rédigez les contenus

- Sujet percutant
- Phrases courtes
- Appel à l'action



Déployez avec Openfield



Analysez

- Ouvertures
- Clics
- Conversion



Améliorez et appréciez les résultats

