



Les enjeux et opportunités du digital pour la pme

Visio-conférence n°3

Réseaux sociaux - Cas concret d'entreprise

Comment mesurer ma performance – ROI vs ROA

www.boostacom.fr



Jeudi 25 Juin

Une série de 3 webconférences

Webconférence n°1 – 11/06/2020 de 9h à 10h

- > Les usages digitaux aujourd'hui
- > Qu'est-ce que la crise du Covid a accéléré ?
- > La puissance de Google
- > Le parcours client digitalisé.

Webconférence n°2 – 18/06/2020 de 9h à 10h

- > Analyser mon dispositif digital
- > Les 3 leviers incontournables pour être vu
- > Les différents métiers du web et les outils pro.

Webconférence n°3 – 25/06/2020 de 9h à 10h

- > On reparle des réseaux sociaux
- > Etudes de cas et résultats
- > Comment mesurer ma performance
- > ROI (retour sur Investissement) versus ROA (retour sur Attention)



Intro

Qui sommes-nous ?

QUI SOMMES-NOUS ?

Boostacom – Agence web créée en 2010 – Des spécialistes web dédiés à vos projets

CECILE

Responsable de projet – Experte référencement web
30 ans d'expérience, dont 15 ans en digital et e-commerce

MEGANE

Spécialiste communication et webmarketing
4 ans d'expérience.

MARIE

Spécialiste marketing et webmarketing
6 ans d'expérience en grands groupes industriels.

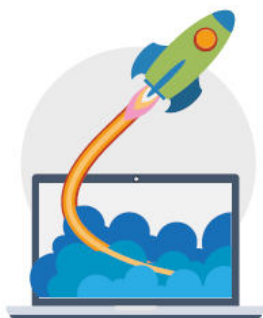
THOMAS : partenaire technique

Spécialiste webdéveloppement
15 ans d'expérience en digital



NOS EXPERTISES

Un accompagnement de A à Z, une transmission de compétences



Stratégie & conseil

Définir la stratégie qui développera votre activité

Étude de marché.
Plan de communication.
Stratégie réseaux sociaux.



Web & référencement

Adopter le digital et vous placer en 1^{re} position

Création de site internet.
Référencement naturel.
Référencement payant.



Rédaction web & social media

Développer votre visibilité et votre communauté

Rédaction web.
Réseaux sociaux.
E-réputation.



Graphisme & édition

Construire votre identité

Logo, carte de visite.
Plaquette, catalogue, flyers.
Présentation, video.
Affiches, presse.



Formations web

Former vos équipes

+ de 50 formations web.
Organisme de formation professionnelle
n°843 806 495 38

ORGANISME DE FORMATION



CREATION D'ENTREPRISE STRATEGIE

- C.1 **Analyser son marché** avec la boîte à outils marketing.
- C.2 **Construire et exprimer son identité de marque.**
- C.3 **Définir sa stratégie de communication** et son identité visuelle.
- C.4 **Créer un site internet onepage efficace.**
- C.5 **Créer un site internet multipages efficace.**
- S.1 **Posture du dirigeant** : la transformation digitale.
- S.2 **Construire sa stratégie digitale.**
- S.3 **Définir son plan de communication annuel.**
- S.4 **Inbound marketing** : faire venir les clients à soi.
- S.7 **Maîtriser les aspects juridiques d'internet et du droit à l'image.**



OUTILS

- O.1 **Google Forms** : concevoir une enquête en ligne.
- O.3A **Word 1** : démarrer avec le traitement de texte.
- O.3B **Word 2** : approfondir le traitement de texte.
- O.4A **Powerpoint 1** : démarrer et créer sa présentation.
- O.4B **Powerpoint 2** : se perfectionner, usage avancé.
- O.5 **Excel** : démarrer avec le tableur.



WEBMARKETING

- W.2B **Booster sa visibilité et générer du trafic** sur son site internet .
- W.3A **Wordpress 1** : gérer un site vitrine.
- W.3B **Wordpress 2** : gérer une e-boutique Wordpress.
- W.4 **E-commerce 1** : construire sa stratégie e-commerce
- W.5 **Google Analytics** : suivre la performance du site
- W.6 **SEA Google Adwords** : Démarrer les achats de mots-clés.
- W.7 **SEO : Optimiser le référencement naturel.**
- W.8 **Newsletter et sms** : vendre avec le digital.



MARKETING EDITORIAL

- M.1 **Construire une stratégie éditoriale** sur le web.
- M.2 **Créer et animer un blog** professionnel.
- M.3 **Ecriture web** : écrire pour être lu et pour être vu.
- M.4 **Storytelling**: savoir raconter la belle histoire de la marque.



E-REPUTATION

- R.8 **Google my business et le marketing des avis** : susciter, répondre, utiliser les avis pour vendre
- E.1 **E-réputation** : surveiller et renforcer l'image de son entreprise sur le net.
- E.2 **Construire son identité personnelle** sur le net (personal branding).



RÉSEAUX SOCIAUX

- R.1A **Comprendre et démarrer sur les réseaux sociaux.**
- R.1B **Optimiser sa stratégie social media**
- R.2A **Facebook 1** : démarrer sa page professionnelle.
- R.2B **Facebook 2** : déployer ses ventes et la publicité.
- R.3A **LinkedIn 1** : créer et animer sa page.
- R.3B **LinkedIn 2** : réseauter & optimiser son commercial.
- R.6 **Instagram** : créer et animer sa page
- R.7 **Youtube** : utiliser la puissance du video marketing
- R.8 **Google my business et le marketing des avis** : susciter, répondre, utiliser les avis pour vendre



GRAPHISME

- S5 **Comprendre la création graphique** et son process.
- O6PH1 **Photoshop 1** : Démarrer avec Photoshop
- O6PH2 **Photoshop 2** : Se perfectionner avec Photoshop
- O6PH3 **Photoshop 3** : Devenir expert avec Photoshop
- O7IN1 **Indesign 1** : Démarrer avec Indesign
- G7IN2 **Indesign 2** : Se perfectionner avec Indesign
- O7IN3 **Indesign 3** : Devenir expert avec Indesign
- O7IL1 **Illustrator 1** : Démarrer avec Illustrator
- O7IL2 **Illustrator 2** : Se perfectionner avec Illustrator
- O7IL3 **Illustrator 3** : Devenir expert avec Illustrator

N'hésitez pas à nous contacter pour connaître le détail des programmes !

POURQUOI ?

Lorsque nous intervenons en PME, l'équipe Boostacom remarque toujours les mêmes difficultés par rapport au digital...

La crise du Covid a accéléré les besoins en compétences digitales et être visible sur le net est encore plus important qu'avant pour se développer.

Le but de ces 3 visio-conférences est de partager nos expériences, de se poser les bonnes questions et réfléchir sur les pratiques à mettre en place.

Quelles évolutions susciter, pour avoir un dispositif digital performant, qui créera de la valeur pour l'entreprise ?

Merci à l'AISG pour son parrainage sur cette initiative.

1.

On reparle des différents types de site

3 types de site – 3 techniques - 3 tailles de projet



LE SITE VITRINE : NOTORIÉTÉ ET IMAGE

Votre demande :

- Présenter une belle vitrine de vos produits ou prestations.
- Donner une image professionnelle et inspirer confiance.
- Ressortir sur Google quand on tape le nom de votre entreprise.
- Inciter vos clients actuels à recommander.



LE SITE VITRINE COMMERCIAL : NOTORIÉTÉ ET PROSPECTION

En plus des objectifs du site vitrine, vous souhaitez également :

- Ressortir dans Google sur des expressions générales concernant vos produits et prestations.
- Obtenir des nouveaux contacts et appels entrants.
- Développer votre visibilité face à la concurrence.



LA E-BOUTIQUE : VENTE EN LIGNE

Votre demande :

- Être guidé dans la mise en place de votre e-boutique.
- Avoir un site où l'on trouve facilement le produit recherché.
- Présenter des fiches produits qui incitent à l'achat.
- Proposer un processus d'achat et de paiement fluides et sécurisés.
- Pouvoir gérer votre e-boutique en autonomie.

2.

On reparle des réseaux sociaux

Réseaux sociaux : créer et maintenir le lien

- Ils proposent une communication **de type conversationnel** avec l'entreprise.
- **Ils permettent aussi une discussion** entre les internautes (clients ou non).
- **De toutes ces discussions émergent des sentiments d'appartenance forte** à la marque / d'assurance-réassurance, qui pourra déboucher à plus ou moins long terme sur un acte d'achat ou de fidélisation.
- **De la conversation communautaire (sur les réseaux sociaux) naît l'achat.**
- Le capital sympathie d'une entreprise, s'exprime et se cultive sur les réseaux > **une relation de bienveillance positive vis-à-vis de l'entreprise s'instaure**

Au départ, des formats et contenus différents

- Instagram de la photo
- Youtube de la video
- Facebook du contact
- Linkedin du corporate et professionnel

Aujourd'hui les différences sont moins marquées car ils se concurrencent entre eux et ont tous ajouté des fonctionnalités.

Comment choisir le bon ?

- Quel réseau social est le mieux à même de délivrer votre message à votre cible ?
- Quel est celui qui correspond à votre cible ? (age des abonnés vs age de vos clients)

Quel réseau pour quel usage ?

Chaque réseau a ses avantages et ses inconvénients.

Comment choisir ?

Quel réseau social est le mieux à même de délivrer votre message à votre cible ?

Quel est celui qui correspond à votre cible ? (age des abonnés vs age de vos clients)



En B2B pour
communiquer sur la
vie de l'entreprise et
booster sa marque
employeur

En B2C pour fédérer
des communautés et
trouver des clients



En B2B pour valoriser
davantage sa marque
employeur et la
dimension bien-être
au travail

En B2C pour fédérer
des communautés et
trouver des clients



En B2B pour
générer des leads

LinkedIn est le
précurseur du Social
Selling et le réseau
professionnel le plus
important au monde
et en France



En B2B et en B2C pour
exploiter les
tendances (events...)
et donner de
l'audience à ses
contenus si l'on arrive
à toucher les
influenceurs et leaders
d'opinion

“ Il ne suffit pas de parler,
il suffit de parler juste. »

Shakespeare



**Etre intéressant,
avant d'être intéressé...**

Donc adapter les sujets aux cibles

1 ↘

À qui vais-je
m'adresser ?

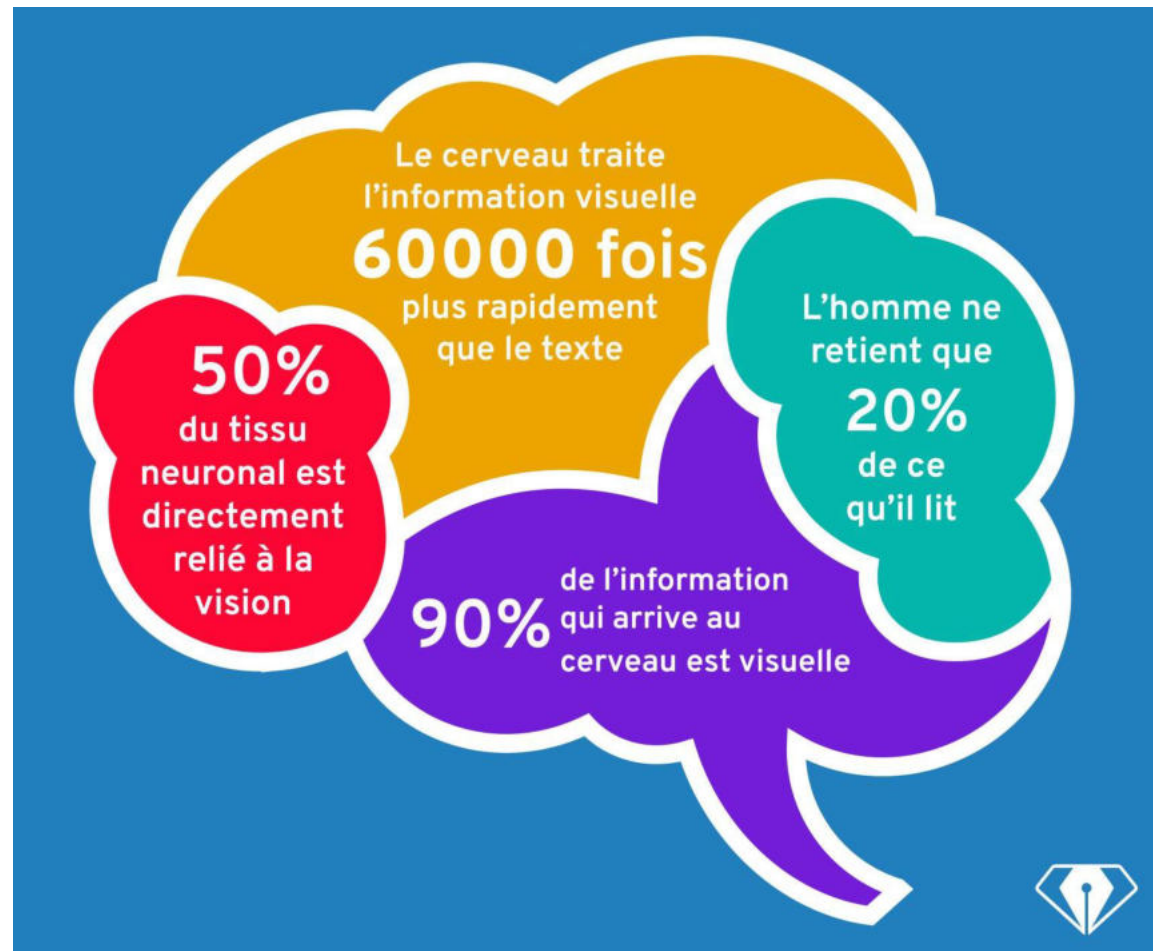
2 ↘

Quels sont
ses intérêts ?

3 ↘

Quels sont
nos points
Communs ?

L'effet whaouu des images



Stratégie de contenu en 6 points

Quels contenus recherchent les internautes ? Du contenu qui les aide à donner du sens à leur achat.

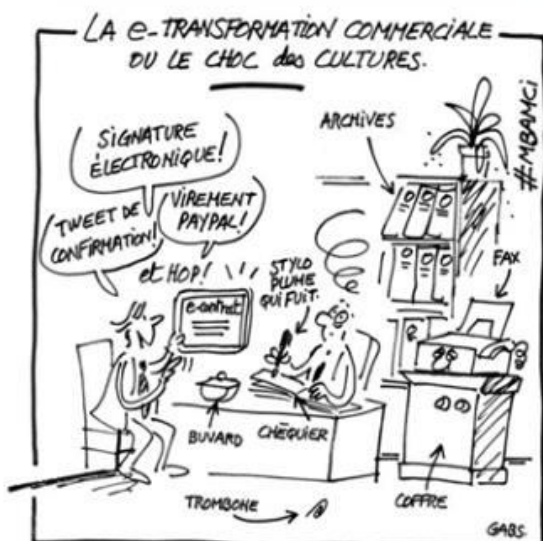
1. **L'histoire de l'entreprise**, sa création, son fondateur, son équipe, l'histoire des internautes avec la marque (les expériences)
2. **Les valeurs de l'entreprise** : faire découvrir, partager, adhérer (actions de solidarité, écologiques, de soutien local, ...)
3. **La parole d'expert** : présentation de produits en situation, études de cas, conseils, tutos...
4. **Le produit** (biens et services) : attention, pas d'autopromotion
5. **Le marronnier** : événements annuels prévisibles, contenu qui s'appuie sur le calendrier (fêtes, rentrée, promotions saisonnières), rendez-vous régulier (Le sourire du Lundi)
6. **L'actualité exceptionnelle** : ce qui n'est pas dans le marronnier. Ex crise sanitaire, anniversaire d'entreprise, chose inhabituelle. Moments forts. Le ton et la façon d'utiliser l'actualité exceptionnelle est un exercice qui n'est pas à la portée de tout community manager.

Exemple de parutions régulières « thématiques »

Boostacom
Publié par Cécile Tabarin [?] · 9 décembre 2019 · 🌐

[LE SOURIRE DU LUNDI] Quel personnage vous ressemble le plus ? 😊
Bonne semaine à tous !
#wearedigital #lesouriredulundi #mondaymotivation

Le sourire du lundi



Boostacom vous souhaite une belle semaine !

Boostacom
Publié par Cécile Tabarin [?] · 7 novembre 2019 · 🌐

[HAPPY FORMATION] Ce lundi, Boostacom organisait sur Le Centralis un atelier formation LinkedIn, le réseau social qui monte ! Valérie Penard réflexologie et massages, EBEME Myliène Guillot réflexologie et méditation pleine conscience, Christine Blanc SDMS, Anne Marie Patrice Blouzat Vercors Sport Team : des métiers différents et pour tous, le même objectif d'être visible et de générer des nouveaux contacts. Rdv dans 15 jours pour terminer la formation... et en attendant, on se retrouve très vite sur LinkedIn ! 😊



Boostacom
Publié par Cécile Tabarin [?] · 8 octobre 2019 · 🌐

[GOOD JOB] Mise en ligne du nouveau site de l' AISG, Association des Industriels du Sud Grésivaudan, en pleine préparation du Salon de l'Industrie les 11 et 12 Octobre prochains à St Marcellin. Des PME de talent et un nouveau site internet qui sera une belle vitrine de leurs performances industrielles ! Merci à l'AISG pour sa confiance et merci à l'équipe projet, très impliquée : Georgette Ballouhey, Emmanuelle Perez, Pauline Reffay, Jean Pétirot.
#boostacomrealisations



Jouer sur l'émotion

"Les émotions génèrent du plaisir qui va ancrer des souvenirs

L'émotion crée plus rapidement une connexion



- aide à faire comprendre un concept;
- crée un lien affectif;
- donne du sens;
- rassure...

Mettre en avant l'humain : importance des photos

De belles photos sont un investissement qui se rentabilise tout au long des ses actions de communication : sur le site internet, sur les réseaux sociaux !



Mettre en avant l'humain

Le sourire du Lundi



Boostacom vous souhaite une belle semaine !

[ON SE RETROUVE !] Après 3 mois de télétravail, l'équipe Boostacom s'est retrouvée aujourd'hui au bureau... un événement qu'il fallait partager avec vous ! 😊

Bien contentes de se retrouver... et dès demain, on repart en télétravail.

Bonne soirée à tous !

avec Mégane Blanc et Marie Tbn Bertrand



ON SE RETROUVE !

Après 3 mois de télétravail ,
1ère journée ensemble au bureau !

Mettre en avant l'humain aussi sur LinkedIn



cécile tabarin
Directrice web & communication / formatrice BOOSTACOM
2 sem.

AOP, IGP, Label rouge, Bio... cela vous dit quelque chose ? Aujourd'hui, le consommateur veut savoir ce qu'il y a dans son assiette et les labels officiels de qualité jouent un rôle primordial. Dernière ligne droite pour Boostac ... voir plus



RÉUNION DE PROJET
MAISON DE L'OLIVE NOIRE DE NYONS AOP

contact@boostacom.fr



Agence BOOSTACOM
431 abonnés
5 mois

[ON AIME] Boostacom, c'est aussi 400 h de cours / an auprès d'étudiants issus des filières communication, commerce & informatique. Et quand les élèves travaillent bien, on aime les mettre en valeur... Excellent travail sur un cas d'entrepris ...voir plus

De l'envie, des idées, de la méthode...

Bachelor Resp. de Projet Marketing & Communication

49

J'aime Commenter

Soyez le premier à commenter ceci

Impressions organiques : 1343 impressions

Montrer les statistiques

2.

Cas d'entreprise et résultats

Contexte :

Fabrication d'un nouveau produit : le pince-nez

Nouveau marché : les produits extrudés du médical

Un cas qui permet de comprendre :

- Un travail dans la durée sur l'optimisation du dispositif digital
- Le dispositif est prêt au moment où l'entreprise en a besoin (période de crise – nouveau produit)
- L'utilisation de LinkedIn In en commercial digital et prospection
- L'utilisation de différents leviers : « personnalisation du site internet », référencement naturel, référencement payant, réseaux sociaux

INDUSTRIE – Capifil - www.capifil-extrusion-plastique.fr



CAPIFIL
TUBES & JONCS EXTRUDÉS

[Accueil](#) [L'Entreprise](#) [Spécialités produits](#) [Marchés](#) [Actus](#) [Contact](#) [E-Boutique](#) 

IMPRESSION 3D

Filaments 3D
ABS, PA6, PC, PETG, PLA, POM, PVC



Profilé



Gaine



Tube



Jonc



Passepoil



Filament 3D



Grenaille

**+ 25 ans d'expérience
en extrusion plastique**

Spécialiste de l'extrusion plastique, CAPIFIL vous propose une large gamme de produits plastiques, avec de multiples applications. Profilé plastique, profilé pvc, gaine protection cable plastique, tube plastique, jonc plastique, filament 3D, fil imprimante 3D, grenaille, abrasif de sablage... un éventail de solutions, pour répondre à vos besoins.

Aujourd'hui, l'évolution constante des technologies et des marchés nous pousse à innover : les produits standards ne suffisent plus. CAPIFIL vous accompagne dans l'innovation avec son responsable technique qualifié, et un suivi qualité strict, à chaque étape de fabrication (certifié ISO 9001 depuis 1998).

CAPIFIL n'est pas seulement un spécialiste de l'extrusion plastique : c'est avant tout un partenaire expert et réactif, qui trouvera pour vous, des solutions sur-mesure, adaptées à vos demandes.

- Découvrir l'entreprise Capifil, expert en extrusion polymère
- En savoir plus sur nos spécialités produits
- En savoir plus sur nos applications marchés

[▶ Voir la vidéo CAPIFIL](#)



Personnaliser et enrichir le site internet

Page accueil

CAPIFIL
Accueil L'Entreprise Spécialités produits Marchés Actus Contact E-Boutique

MOBILISATION COVID-19

Fabrication de pièces pour masques
> Attache en fil élastomère thermoplastique (laminette)
> Pince-nez

Profilé Gaine Tube Jonc Passepoil Filament 3D Grenaille

E-boutique

Votre panier
Votre panier est vide.

Votre compte client
Pour accéder à votre compte client, aux détails de vos commandes...

Votre compte

Composants pour masques

La fabrication de composants pour masque nécessite une solide expertise dans la formulation des matières et préparation de charge. CAPIFIL, expert français en extrusion plastique depuis 25 ans, vous propose une gamme de pince-nez pour masque et laminette pour masque. Masques chirurgicaux et masques FFP2.

Devis et conditionnement personnalisés, pour une utilisation en quantités industrielles :
Nous contacter par téléphone au 33 (0)4 76 07 93 76.
Nous contacter par mail : contact@capifil.com

Voici les 5 résultats

Tri par défaut

- Jonc pour masque - diam. 3mm
160,00 HT/192,00€ TTC
- Laminette pour masque - larg. 4mm
150,00 HT/180,00€ TTC
- Laminette pour masque ISO 10993-10 - larg. 4mm - bobine de 1000 m
150,00 HT/180,00€ TTC

Catégories de produits

- Composants pour masques
- Fil imprimante 3D - ABS
- Fil imprimante 3D - PA6
- Fil imprimante 3D - PC
- Fil imprimante 3D - PETG
- Fil imprimante 3D - PLA
- Fil imprimante 3D - POM
- Fil imprimante 3D - PVC

Page Marché

CAPIFIL
Accueil L'Entreprise Spécialités produits Marchés Actus Contact E-Boutique

Composants de dispositifs médicaux

Standard ou sur-mesure, des composants de haute qualité

Capifil : un expert à vos côtés

La fabrication des dispositifs médicaux demande des composants de qualité, répondant à un cahier des charges précis. Certains composants font appel à l'extrusion plastique et Capifil a su démontrer son savoir-faire dans ce domaine.

Avec une expertise de + de 25 ans en extrusion plastique, Capifil vous accompagne dans vos innovations et la recherche de solutions intelligentes. Process certifié Iso 9001.

Contactez notre responsable marché 'composants dispositifs médicaux' >

- Une large gamme de composants pour dispositifs médicaux
- Produits extrudés haute performance
- Composants pour la fabrication de masques chirurgicaux et masques FFP2 : tube, jonc, laminette élastiques (normes anti-imitation), pince-nez 1 renfort ou 2 renforts.
- Cordons pour bouchons d'aiguille
- Un savoir-faire à la pointe de la technologie
- Répondre aux cahiers des charges les plus exigeants
- Rechercher des matières avec homologation médicale
- Optimiser les fonctions et usages
- Produire dans le respect des normes ISO 9001

Blog



Pince nez pour masque : un composant indispensable à la fabrication des masques

Alors que la production de masque reste plus que jamais un enjeu national, le déconfinement et la reprise du travail démultiplient les besoins. Le masque reste [...]



Première commande de pince nez : un beau succès collectif !

« Alors que toute l'entreprise est mobilisée depuis 3 semaines, pour finaliser les essais sur le pince nez et prendre les premiers contacts avec les fabricants de [...] »

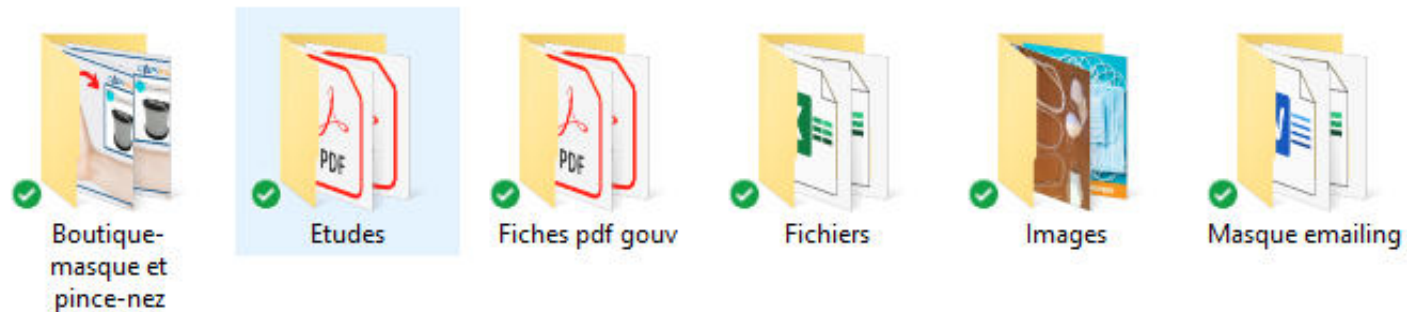


Mobilisation Covid : fabrication de composants pour masques

Dans le cadre de la lutte contre le COVID-19, CAPIFIL réorganise sa production, pour fabriquer des composants pour masques. En effet, 2 pièces du masque font [...]

Préparer la prospection pour les commerciaux...

1. Veille internet : **trouver la liste officielle des entreprises habilitées à fabriquer des masques**
: site de l'état, document pdf
2. **Le transformer en tableau excel de prospection**, avec les coordonnées et contact à prendre :
recherches avec compte Premium LinkedIn et fonctionnalités de filtres
3. **Envoyer un emailing ciblé**
4. **Prise de contact téléphonique par les commerciaux - RDV**



Publier sur les réseaux sociaux



CAPIFIL

Véronique BARBARIN · 1er
Présidente déléguée chez CAPIFIL
Saint-Marcellin, Rhône-Alpes, France · + de 500 relations ·
Coordonnées

Message Plus...

CAPIFIL
ITEC boisfleury

Activité
2 591 abonnés

Véronique BARBARIN a aimé votre commentaire à ce sujet

Véronique BARBARIN · 1er
Présidente déléguée chez CAPIFIL
1 mois

[FABRICATION COMPOSANTS MASQUES] En cette période d'effort industriel pour la fabrication de masques, Capifil se mobilise pour produire les composants plastiques indispensables : les élastiques et le pince-nez. Vous fabriquez des masques ...voir plus



Tube élastique diam. 1,4 x 2,4 mm
Jonc élastique diam. 3 mm
Lambrette - largeur 2,4 ou 6 mm
Pince-nez renfort 1 ou 2 fils

Mobilisation Covid : fabrication de composants pour masques
capifil-extrusion-plastique.fr · Lecture de 1 min

48 · 1 commentaire

Véronique BARBARIN a aimé le commentaire de Benoit Michaut à ce sujet

Véronique BARBARIN · 1er
Présidente déléguée chez CAPIFIL
1 mois

[MOBILISATION COVID 19] PINCE-NEZ POUR MASQUE - Et voici les premières bobines de pince-nez fabriquées cette semaine. Toutes les équipes sont prêtes... et motivées pour répondre à la demande. N'hésitez pas à nous contacter ! ...voir plus



Pince-nez double fils pour masque FFP2 - bobine de 1000 m
capifil-extrusion-plastique.fr · Lecture de 1 min

51 · 1 commentaire

J'aime Commenter Partager Envoyer

Ajouter un commentaire...

Les plus pertinents

Benoit Michaut · 2e
CEO - Président chez Atome3D
1 mois ...
Bravo !

Véronique BARBARIN · 1er
Présidente déléguée chez CAPIFIL
1 mois · Modifié

[PINCE-NEZ POUR MASQUE : 1ere commande !]
Alors que toute l'entreprise est mobilisée depuis 3 semaines, pour finaliser les essais, je suis heureuse de partager avec vous cette bonne nouvelle : la 1e ...voir plus



PREMIERE COMMANDE DE PINCE-NEZ

25 · 1 commentaire

J'aime Commenter Partager Envoyer

Véronique BARBARIN · 1er
Présidente déléguée chez CAPIFIL
1 mois

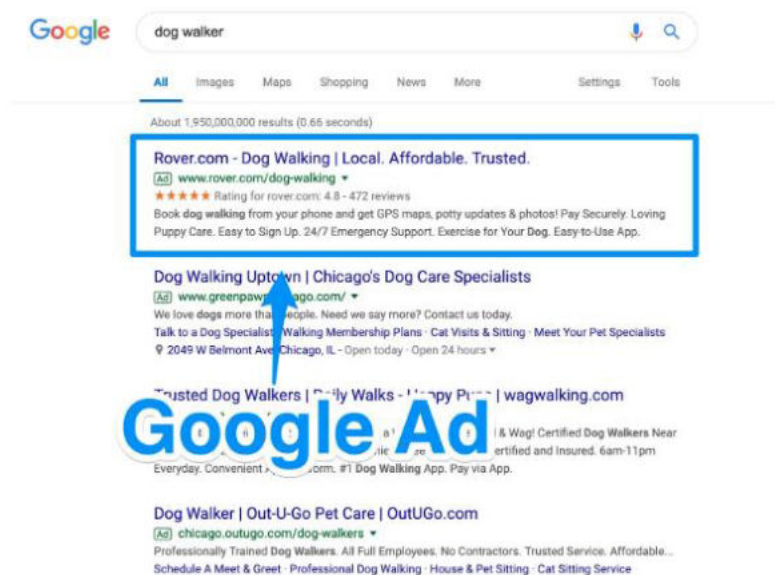
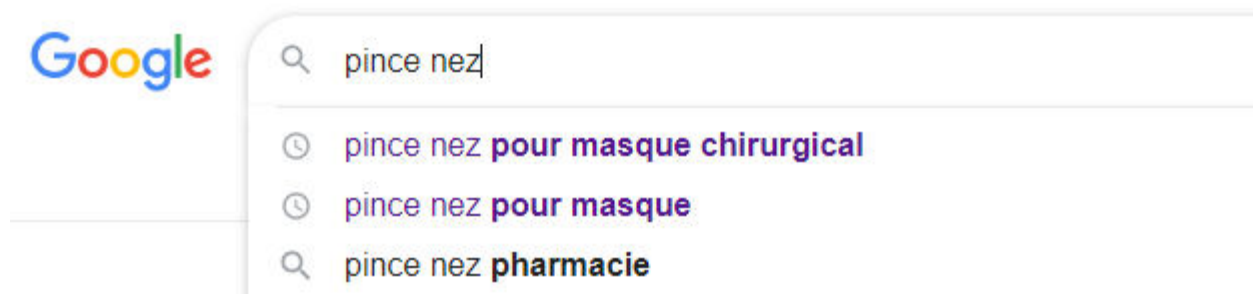
[PINCE-NEZ] On ne se lance pas dans la fabrication d'un nouveau produit - sans étude et tests préalables ! Quel rôle pour le pince-nez et quels sont les différents pince-nez pour masque sur le marché ? Capifil vous résume l'essentiel. ...voir plus



Pince nez pour masque : un composant indispensable à la fabrication des masques
capifil-extrusion-plastique.fr · Lecture de 3 min

40 · 2 commentaires

Utiliser le référencement : naturel et payant



Résultats

4 nouveaux clients signés
1 encore en attente

Un fabricant de machines pour masques, qui fait ses démonstrations avec les pince-nez Capifil et les recommande.

Montant :

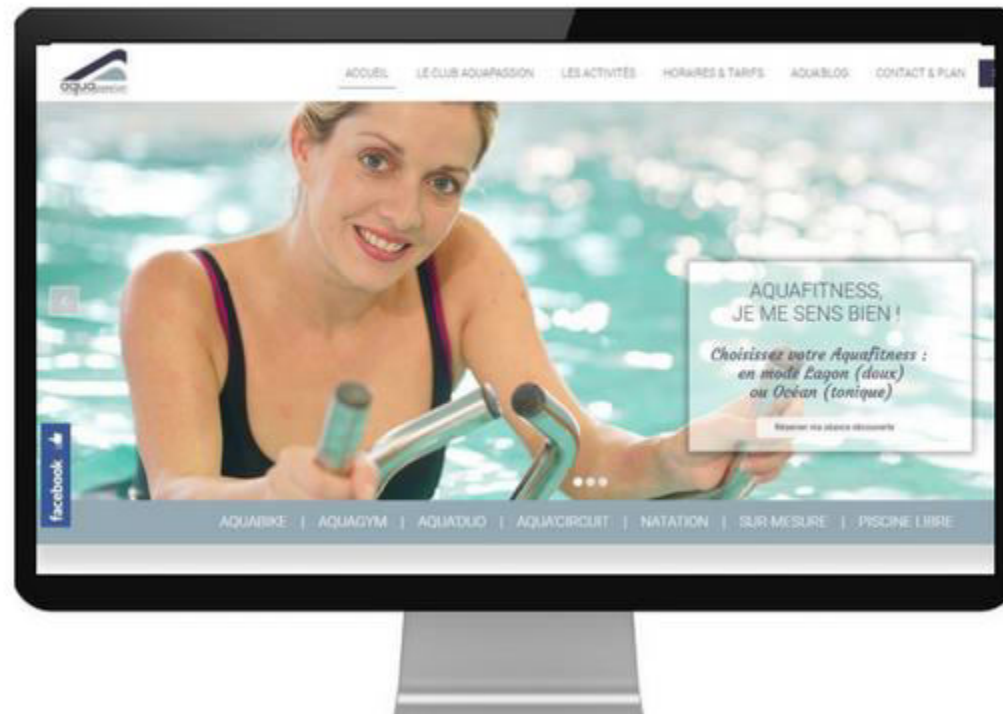
1 commande à 320 000 euros
3 commandes entre 20 et 50 000 € chacune.



LOISIRS – Aquapassion - www.aquapassion.fr



LOISIRS – Aquapassion - www.aquapassion.fr



aquapassion.fr

LOISIRS – Aquapassion - www.aquapassion.fr

Aquapassion
Publié par Laurence Cabrol Bourbonnais [?] · 21 Janvier · [?]

Toute l'équipe d'AQUAPASSION est très heureuse de vous annoncer l'ouverture du club le lundi 5 février prochain !
Faites vous plaisir ! et profitez de notre OFFRE SPECIALE OUVERTURE : séance découverte et frais de badge vous sont offerts jusqu'au 24/02.
Réservation sur <https://www.aquapassion.fr/seance-decouverte-gratuite/>
Merci à vous tous qui nous suivez déjà depuis plusieurs mois, n'oubliez pas de partager ! et A très bientôt... en maillot !



11 653 personnes atteintes

121


127 partages

Afficher 32 autres commentaires

Aquapassion

Page Espace Pubs Boîte ... COVID-19 Notifications Statistiques Plus

Accueil Événements Publications Avis




Aquapassion
@aquapassion.mours

Accueil

Événements

Publications

Avis



VOTRE SPÉCIALISTE
Sport Santé Aquatique

PLUS DE 50 SÉANCES
PAR SEMAINE

Heureux
dans l'eau !

Tél. 07 81 34 46 01
aquapassion.fr

J'aime déjà Déjà abonné(e) Partager Envoyer un message

Aquapassion
Publié par Laurence Cabrol Bourbonnais [?] · 29 mai, 10:34

Quel bonheur de tous vous retrouver ! Encore un peu de patience pour vous inscrire sur le planning. Quelques ajustements à valider. Nous revenons vers vous au plus vite !



1 044 Personnes touchées

233 Interactions

Booster la publication

Aquapassion
Publié par Laurence Cabrol Bourbonnais [?] · 8 juin, 12:31

Craquez pour la carte SPECIAL ETE pour se sentir un peu en vacances !
AQUAPASSION reste ouvert tout l'été
plus d'infos ici <https://www.aquapassion.fr/2020/06/04/carte-ete-2020-mieux-que-la-plage/>



1 044 Personnes touchées

233 Interactions

Booster la publication

boos
STRATÉGIE WEB

1 044 Personnes touchées

233 Interactions

Booster la publication

Vous et 72 autres personnes

30 commentaires 4 partages

BATIMENT – Arrivelec - www.arrivelec.fr

212 Cours du Temple - 07800 Saint-Laurent-du-Pape | 04 75 63 21 07 | contact@arrivelec.fr

ARRIVELEC
ÉLECTRICITÉ PROS & PARTICULIERS

L'entreprise Nos métiers Particuliers Tertiaire & Collectivités Réalisations Actualités Contact & Accès



Vous recherchez un électricien indépendant de qualité, pour vos travaux d'électricité générale, VMC ou panneaux photovoltaïques ?

[Demandez-nous un devis](#)



Installation & travaux électriques : le savoir-faire d'un électricien indépendant

Depuis 40 ans, ARRIVELEC intervient en Drôme et Ardèche pour tous vos travaux électriques : construction, rénovation, maintenance ; bâtiments résidentiels, professionnels ou collectifs. Profitez de l'expérience d'un électricien indépendant, expert dans son métier !



ELECTRICITÉ GÉNÉRALE

Tous types de travaux en électricité du bâtiment, que ce soit en environnement professionnel (industrie, tertiaire) ou domestique. **Courant fort** : installations électriques (pose tableaux électriques, branchements), mise en conformité, circuits électriques habitat, industrie, tertiaire. **Courant faible** : alarme incendie, alarme intrusion, interphone, vidéophone, baie de brassage... **Certification Qualifelec**

 EN SAVOIR PLUS



PHOTOVOLTAÏQUE

ARRIVELEC vous conseille sur la faisabilité de votre projet et le rendement prévisionnel. Etude technique, étude financière et maîtrise d'œuvre de votre installation de panneaux solaires photovoltaïques (marques réputées pour leur qualité). Pose de panneaux et onduleurs, raccordement, contrats d'entretien pour entreprises, collectivités locales, exploitants agricoles... **Certification QualiPV**.

 EN SAVOIR PLUS




VMC ET CHAUFFAGE ÉLECTRIQUE

Installer une VMC est la meilleure solution pour garantir un air sain à l'intérieur de votre habitation, de vos bureaux ou de votre bâtiment professionnel. ARRIVELEC conçoit et installe des solutions de ventilation adaptées à votre environnement : ventilation simple flux, ventilation double flux, ventilation hygrorégulable, chauffage électrique, plancher chauffants électrique, alimentation de climatisation et PAC (pompe à chaleur).

 EN SAVOIR PLUS

Bourguignon - Dal'Alu

BOURGUIGNON **DAL'ALU** [L'entreprise](#) [Nos produits](#) [Services aux professionnels](#) [Services aux particuliers](#) [Blog Dal'Alu](#) [Contact & Devis](#)




PROTÉGER | EMBELLIR | RÉNOVER | ISOLER

Faites appel à un professionnel du bâtiment expert !

Entreprise BOURGUIGNON D'AL ALU : plus de 30 ans d'expérience en zinguerie aluminium. Une équipe professionnelle à votre service.

4.6/5
70 avis, 3 photos

[Services aux particuliers](#) [Services aux professionnels](#)



La marque d'un grand groupe industriel français

Entre Drôme, Isère et Savoie, le spécialiste de la gouttière alu.

BOURGUIGNON Dal'Alu conçoit et fabrique la zinguerie aluminium sur-mesure, pour les professionnels du bâtiment (constructeurs, charpentiers, étancheurs...), les entreprises et les particuliers.

Aujourd'hui 7 gammes de produits en aluminium laqué sont proposées, à partir d'alliages aluminium de haute technicité et avec plus de 20 couleurs disponibles (gouttières alu., habillage alu., descentes alu...). Le fonctionnel allié à l'esthétique : avec l'alu, donnez de la valeur à vos bâtiments !

- En savoir + sur l'entreprise
- Voir le nuancier de couleurs
- Découvrir notre process qualité

IMMOBILIER - Parc des Ors - www.parcdesors.com




*Bienvenue au Parc des Ors,
résidence de prestige en Drôme*

PARC DES ORS - RUE SALVADOR ALLENDE - QUARTIER BELLEVUE - 26100 ROMANS-SUR-ISERE

Un cadre de vie privilégié

Laissez-vous séduire par le Parc des Ors, résidence de prestige, proposant un concept unique de bien-vivre. Des maisons réalisées sur-mesure, ouvertes sur de larges espaces verts, à 5 min du centre-ville et de ses commerces.

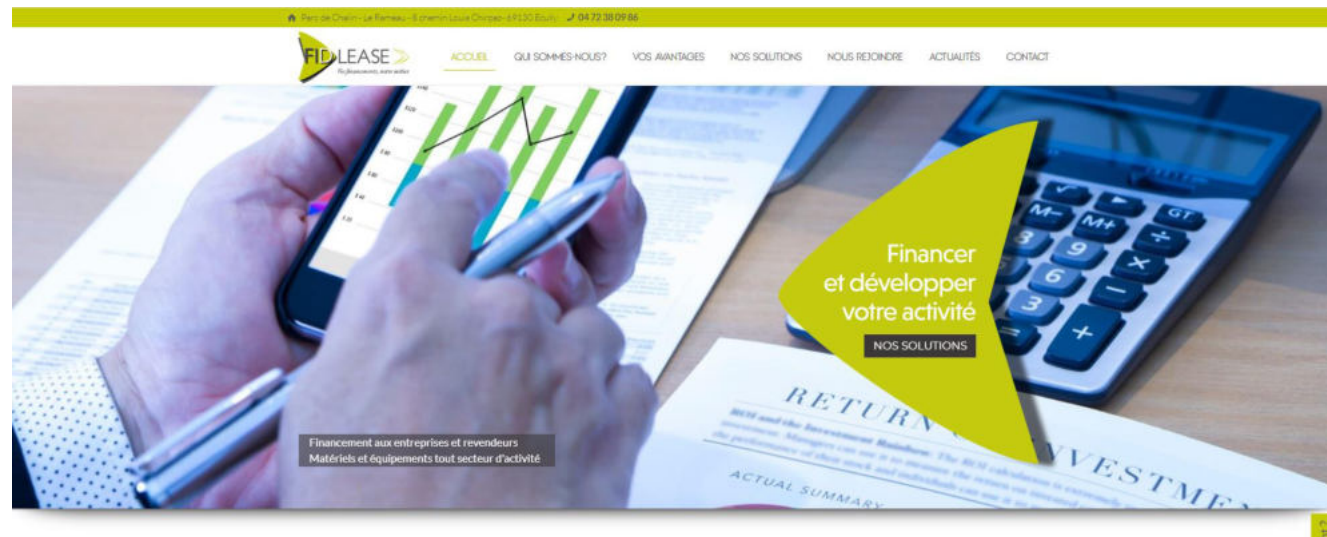
- ✓ Grandes parcelles viabilisées de 525 à 800 m²
- ✓ Panorama unique sur le Vercors
- ✓ Espaces verts, ambiance nature
- ✓ Maisons et prestations de standing
- ✓ Livraison clé en main

Télécharger la brochure

Contactez le promoteur - 04 75 43 66 00



FINANCE - Fidlease - www.fidlease.fr



FIDLEASE, SOCIÉTÉ DE LEASING MATÉRIEL PROFESSIONNEL : la solution pour financer vos équipements

Besoin de booster votre croissance avec de nouveaux équipements ? Choisissez Fidlease et ses solutions de location financière dédiées aux entreprises. Une vraie stratégie de financement, pour vous équiper en matériel de pointe et préserver votre trésorerie.



FID ROAD >>

Camion, remorque, utilitaire, fourgon, tracteur...

En savoir plus



FID MANUT >>

Chariot élévateur, transpalette, gerbeur, nacelle...

En savoir plus



FID BTP >>

Pelle, grue, remorque, treuil, groupes électrogènes...

En savoir plus



FID IT >>

Ordinateur, iPad, tablettes, son et vidéo, logiciel, serveurs, etc...

En savoir plus



FID INDUS >>

Machine de production, robotique, usinage, racks...

En savoir plus



FID SANTE >>

Scanner, Im, matériel et équipement médical...

En savoir plus



FID BOAT >>

Bateau voile ou moteur pour société de location...

En savoir plus



FID SURMESURE >>

Équipement pour tout type d'activité et d'usage...

En savoir plus


DÉCOUVRIR TOUTES NOS SOLUTIONS

AGRICULTURE - La Ferme de JC - www.lafermedejc.fr

LA FERME NOS VOLAILLES LES MARCHÉS NOS PRODUITS VIENT À LA FERME CONTACT

LA FERME DE JC
VOLAILLES FERMÈRES PLEIN AIR

26530 Le Grand-Serre
Tél 06 59 21 91 37





LA FERME DE JC
Une belle aventure humaine

Jean-Christophe Bonnamy - alias JC - est un jeune agriculteur passionné, basé en Gironde dans les Terres Noires. Après avoir obtenu son BTS agronomie à 20 ans, JC se lance dans l'aventure de La Ferme de JC en 2017. Passionné par la nature, les grands espaces et avec l'esprit d'entreprendre, il rachète une exploitation de 20 hectares au Grand Serre (Dordogne).

Aujourd'hui, la Ferme de JC compte plus de 5000 volailles, qui grandissent en plein air. Un espace de détente à la pointe de la modernité, qui permet de produire des volailles prêtes à cuire, frites, cuites, saucisses, paulettes ou encore caillottes... de volaille !

Régalez-vous d'une délicieuse volaille fermière, en direct du producteur pour un résultat qui enchante vos papilles.

📍 Découvrez notre gamme de volaille fermière



LA FERME DE JC
Une méthode d'élevage respectueuse de l'animal



- ✓ Nos volailles ont accès à des parcelles herbeuses en journée (1 volaille pour 4 m² d'herbe)
- ✓ Elles sont débarrassées régulièrement afin qu'elles aient toujours de l'herbe fraîche.
- ✓ Alimentation naturelle, graines de céréales entières (pas de gavage industriel).
- ✓ Rythme de croissance adapté à chaque espèce.

📍 Vous retrouver sur les marchés











E-COMMERCE - Vercors Sport Team - www.vercorssportsteam.com



VERCORS SPORTS TEAM

Boostez votre énergie avec Herbalife Nutrition !

Vous êtes un sportif en recherche de performance ? Vous souhaitez retrouver un poids idéal ? Les produits Herbalife Nutrition et les coachs Vercors Sports Team vous accompagnent personnellement pour atteindre vos objectifs. Tel 06 64 72 08 87

 <p>Perte de poids</p> <p>F1 Boisson Minceur Boisson drainante Voir tous les produits</p>	 <p>Sport</p> <p>H24 CR7 Drive - Boisson hypotonique, H24 Rebuild Strength - Récupération...</p>	 <p>Compléments alimentaires</p> <p>Minéral Complex Plus - Complément, Thermo complète - Accélérateur Minceur...</p>	 <p>Protéines Plus</p> <p>PRO 20 SELECT - Boisson Protéinée, F3 Personnalisé - Complément protéiné...</p>
 <p>Végan</p> <p>F1 - Boisson minceur - Végan & Sans Gluten - Café Laitte, F1 - Boisson minceur - Végan & Sans Gluten - Crème de banane...</p>	 <p>Aloe Vera</p> <p>Boisson concentrée à l'aloé vera, Gel Apaisant...</p>	 <p>Visage & corps</p> <p>Crème Hydratante Éclat Quotidien, Masque d'Argile Purifiant à la Menthe...</p>	<ul style="list-style-type: none"> Faire un bilan gratuit Créer un compte et accédez aux tarifs Découvrez notre programme VIP

↓ Découvrir notre e-boutique

Temps d'échange

Intervention de Nelly Allard – Bourguignon Dal'Alu

3.

Calculer son ROI vs ROA

ROI appliqué au digital

Lorsque l'on parle du retour sur investissement digital, il faut prendre ce terme dans sa définition la plus large. **C'est à dire qu'il faut se poser la question de la contribution du digital à l'ensemble du modèle économique de l'entreprise**, et non pas seulement aux actions marketing.

Le ROI est l'indicateur du bénéfice effectué pour une campagne en webmarketing. Le ROI se calcule de la façon suivante :

$$\text{ROI} = (\text{gain} - \text{argent investi}) / \text{argent investi}$$

Si vous posez la question du retour sur investissement au service marketing, il répond avec des indicateurs de performance « digitaux » : Coût Par Clic, nombre de visites, nombre de contacts collectés... Ces indicateurs media sont pertinents, mais ils ne mesurent qu'une partie des bénéfices du digital pour l'entreprise.

3 manières de mesurer le ROI (Return On Investment) en digital

1 – Le coût d'opportunité :

Il faut se poser la question du coût pour l'entreprise de ne pas investir dans le digital. Rechercher le % de CA réalisé en vente en ligne dans votre secteur d'activité (par rapport au CA total de l'activité) et vous pouvez alors estimer le montant du chiffre d'affaire dont vous vous privez en n'étant pas sur le net. Ou alors prendre en compte le poids du digital dans le parcours d'achat.

2 – Calculer les valeurs immatérielles : (réseaux sociaux)

Favoriser l'engagement des consommateurs, augmenter leur préférence à votre marque. Mesurer le taux d'engagement de vos socionauts (ex. taux d'engagement sur Facebook) ou suivre l'évolution de votre notoriété sur le web, avec des outils comme Google Trends. Si votre notoriété grandit = bon retour sur investissement de vos actions sur les réseaux sociaux.

3 – Calculer les performances media :

Calcul habituel des marketers. Performance des campagnes : nombre de contacts collectés, qui vont se transformer en clients de qualité... dans la durée. Ne pas se contenter du 1^{er} acte d'achat, mais envisager leur potentiel de CA sur le long terme.

ROI vs ROA

Le ROI est l'indicateur du bénéfice effectué pour une campagne en webmarketing.

Combien j'ai investi ? Combien cela me rapporte ?

Le ROA Retour sur Attention définit des gains non mesurables mais primordiaux pour inciter à l'achat.

Quelle est ma visibilité et la force de ma popularité sur le net, qui met les gens en confiance, pour venir un jour acheter chez moi, plutôt que chez un autre ?

ROA (retour sur attention)

Le ROA définit des gains non mesurables mais primordiaux pour inciter à l'achat :

- Positionnement de la marque comme **acteur reconnu de son secteur d'activité**
- **Fidélisation des communautés en ligne**
- **Amélioration du référencement naturel**

Il s'exprime essentiellement avec des indicateurs issus des réseaux sociaux :

Taille de communauté – Taux d'interaction – Audience des publications

Formule du coût d'acquisition en e-commerce - 1

- Coût de la campagne : PUB
- Nombre de nouveaux clients : NC
- Coût des produits : CP
- Coûts du transport et logistique : CTL
- Coût du cadeau (éventuellement) : Kdo
- Coût d'acquisition Nouveau Client: CNC
- Chiffre d'affaire : CA

$$\mathbf{CNC = (CA - (PUB + CP + CTL + Kdo))/NC}$$

Par exemple une campagne de 10 000 € permettant de recruter 400 clients pour un CA Total de 7000 € sur lequel nous avons 60% de marge et des coûts de transport de 6 € par colis + un cadeau d'une valeur de 1,50 € génère un coût d'acquisition client de 25 €

$$(7000 - (10\ 000 + 4000 + 2400 + 600)) = -25 \text{ euros}$$

Formule du coût d'acquisition en e-commerce - 2

Voici quelques coûts d'acquisition rencontrés fréquemment dans la VAD (Vente à Distance) « classique » :

- Abonnements en presse, assurances, services : 1 an d'abonnement ou de cotisation
- Vins, cafés, gastronomie : de 15 à 40 €
- Produits de santé, cosmétique, complément alimentaire : 40 à 70 €

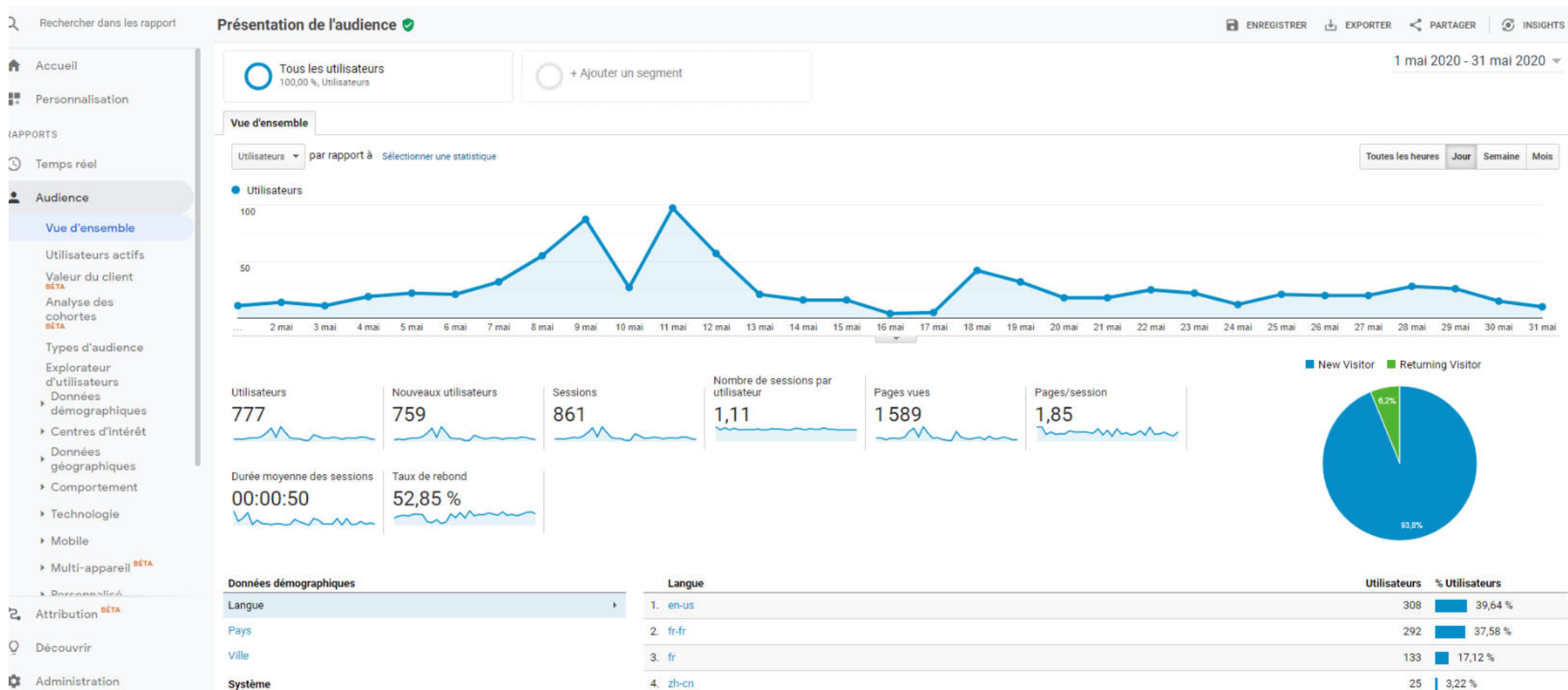
Attention à ne pas confondre coût d'acquisition nouveau client et coût de génération de lead.

Lead = contact (email, téléphone) – la commande n'a pas été encore réalisée

Acquisition = la première commande est réalisée.

Dans le domaine de l'équipement de la maison ou des travaux lourds, des leads se négocient jusqu'à 200 € voire 300 €.

Exemple de suivi d'un site sur Google Analytics (Vue d'ensemble)



Exemple de tableau de suivi d'un budget en marketing digital

Mesures	Gain de visibilité (impression, trafic)	CPC	Taux de transfo	Emails collectés	Commandes générées	CA direct généré	CA par commande direct généré	Nbre 2eme com.	CA indirect 2eme com. Généré	CAC total (direct + indirect)	Coût par Lead	Coûts budgétisés		Coût final facturé		Différence		Remarques	
												€	%	€	%	€	%		
Stratégie, SEO, conversion																			
Prestation conseil SEO													0,00	0	0,00	0	0,00	0	
Rédaction (blog, fiches produits...)													0,00	0	0,00	0	0,00	0	
Audit SEO																			
Evolutions du site																			
Abonnement outils SEO																			
Leviers acquisition pub																			
Google Ads annonces liens													0,00	0	0,00	0	0,00	0	
Google Ads Display													0,00	0	0,00	0	0,00	0	
Bing Ads annonces liens																			
Evolutions du site													0,00	0	0,00	0	0,00	0	
Abonnement outils SEO													0,00	0	0,00	0	0,00	0	
Facebook Ads																			
Affiliation													0,00	0	0,00	0	0,00	0	
Retargeting Google																			
Emailing prospection																			
Leviers fidélisation																			
Emailing fidélisation													0,00	0	0,00	0	0,00	0	
Social media community													0,00	0	0,00	0	0,00	0	
Contenu et blogs																			
Rédacteur													0,00	0	0,00	0	0,00	0	
Evolutions du blog													0,00	0	0,00	0	0,00	0	
Plan media de collecte																			
Jeux concours													0,00	0	0,00	0	0,00	0	
Achat d'espace													0,00	0	0,00	0	0,00	0	
Location base adresses																			
Total HT													0,00	0	0,00	0	0,00	0	

**Comment peut-on vous aider
à optimiser votre stratégie digitale ?**

Comment Boostacom peut vous aider ?

- **Vous former et former vos collaborateurs** : en atelier partagé à plusieurs entreprises ou sur site, juste pour vous et vos équipes.
- **Offre « quick-audit »** :
 - audit stratégique
 - audit de site
 - audit des réseaux sociaux
- **Intervenir en tant que prestataire** dans le conseil, la réalisation de vos supports digitaux et le suivi de performance (KPI)

**Merci de votre écoute,
Merci à nos clients
pour leur fidélité et nous avoir autorisé à les citer !**

boostacom

MARKETING DIGITAL # COMMUNICATION # FORMATION WEB

**A bientôt !
Contactez-nous !**

www.boostacom.fr

250 chemin de Seillères - 38160 Chatte



06 26 94 14 19



c.tabarin@boostacom.fr



/agenceboostacom



/agenceboostacom