

LE CHEMIN VERS L'EXCELLENCE : Attirer, Convertir & Enchanter vos clients

Par Hexagone Stratégie

#00 Objectif & ciblage

Pour bien définir les fondations de la stratégie digitale



Définir ses objectifs

Pour clarifier ce que vous voulez accomplir, se concentrer sur ce qui est réellement important et mesurer le progrès.



Analyse concurrentielle

Quelles sont les actions digitales de vos concurrents ? Qui ciblent-ils ? Quels sont leurs résultats digitaux ? Sur quels mots-clés se positionnent-ils ?



Définir ses cibles

Définissez qui sont vos clients idéaux et quels sont leurs comportements d'achat.

Le conseil de l'agence

Tel un business plan, créez un véritable **plan d'action** avant de vous lancer dans vos actions digitales.

#01 Attirez l'attention des prospects potentiels

En moyenne, il faut 6 à 7 points de contact avec un cabinet avant qu'un client signe une lettre de mission.

Les canaux d'acquisition clients traditionnels

Le bouche-à-oreille, les événements, votre réseau de partenaires. Ces canaux ont toujours leur place. Mais les canaux digitaux vont les compléter !

Un site web optimisé

Un site web avec une bonne expérience utilisateur et adapté au **téléphone mobile** (62,3% du trafic web) est le point central de votre stratégie digitale.

Comment avoir du trafic sur mon site web ?

Travailler le SEO

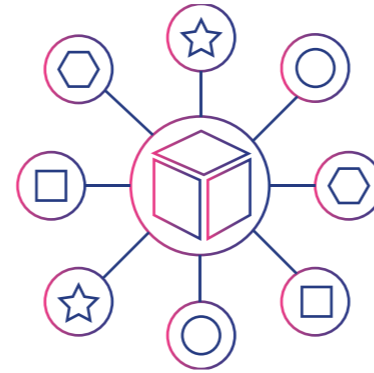
SEO ou Search Engine Optimisation correspond à l'ensemble des techniques visant à améliorer la position du site sur les moteurs de recherche.

Expert-comptable à Montpellier

#1 Cabinet d'expertise comptable
| Montpellier



Le conseil de l'agence pour optimiser votre SEO



1. Créez des cocons sémantiques : Qui regroupent les contenus traitant du même sujet autour d'une page pilier. Cette approche permet aux moteurs de recherche de mieux comprendre le contenu du site.

2. Travaillez le référencement local : Pour toucher les cibles proches de vous.



Les publicités payantes : SEA

Résultats d'un cabinet accompagné grâce au SEA :

21

Lettres de missions signées pour un budget de 2000€. Soit 50 000 impressions, 1300 visiteurs, 48 demandes de devis.

Le pouvoir de la communication vidéo

Des contenus humains, engageants pour bien se référencer sur YouTube, moteurs de recherche et réseaux sociaux.

Présence sur les réseaux sociaux

Quels réseaux pour l'expert-comptable ?



LinkedIn, le réseau BtoB



Instagram pour l'image du cabinet



Facebook pour toucher des communautés

#02 Engagez avec vos prospects

Créez des aimants à prospects puissants

Pour convertir les visiteurs en prospects en obtenant leurs informations de contact.

Exemples d'aimants à prospects

- Simulateur
- Templates téléchargeables
- Calendrier de prise de RDV
- Formulaire de demande de devis
- E-book à télécharger
- Webinaire

Page d'atterissage & formulaires

Pour récupérer les bonnes informations



Le CRM pour stocker la donnée

Gérez efficacement les contacts obtenus grâce à vos aimants à prospects

Entretenez vos leads

Construisez une relation durable avec vos leads en leur fournissant du contenu de valeur, sur la base des informations collectées, pour les guider vers la conversion finale en clients.

Le marketing automation

Pour mettre en place des processus automatisés pour engager avec vos leads.



Et transformez vos prospects en clients !

#03 Enchantez vos clients

L'on-boarding

Les outils d'automatisation vous permettent de créer des processus d'on-boarding. Exemples d'automatisation :

- Mail de bienvenue pour vos nouveaux clients
- Processus d'attribution des équipes (en interne)
- Présentation de l'équipe au client
- Présentation des outils du cabinet

Communication personnalisée

Grâce à des emailings réguliers et des newsletters segmentées en fonction des secteurs d'activité des clients.

Système de ticketing

Assurez la gestion des demandes clients, organisez votre équipe, priorisez les requêtes et optimisez l'efficacité pour une expérience client forte.

Le conseil de l'agence

Un logiciel de ticketing permet de contextualiser chaque conversation et prioriser les requêtes entrantes.

#04 Suivez vos performances

Tableaux de bord & reporting

Créez des tableaux de bord pour suivre vos actions marketing, commerciales, le service client, mais également **les performances** des différents **services** de votre cabinet.