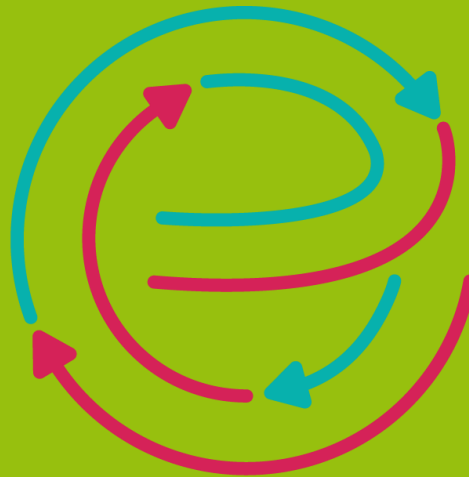


La solution en ligne
qui transforme la relation en résultats



conversion

OBJECTIFS

Traiter finement la relation dans la durée

Transformer en ligne l'impact de la
com' en collecte

Répondre aux attentes d'empowerment
des publics

Disposer toute l'année d'un aspirateur
à sympathisants

Une offre de création de cycles relationnels en ligne pour :

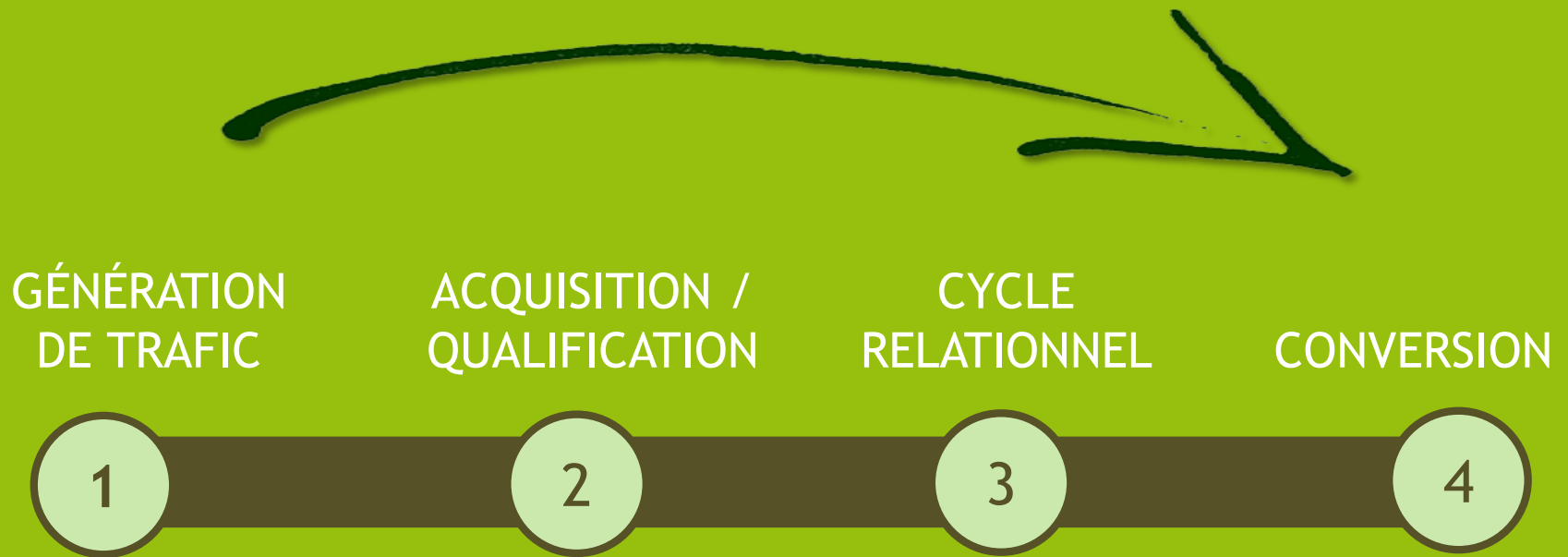


- Générer de nouveaux contacts email ou réactiver une base existante
- Qualifier ces adresses selon des critères sur mesure
- Dialoguer via des e-mailings

conversion
conversion

Avec un objectif final de conversion, « du like au don »

Une mécanique...



... à l'efficacité prouvée

GÉNÉRATION
DE TRAFIC

1

334 400
visiteurs uniques

ACQUISITION /
QUALIFICATION

2

205 700
auto-évaluations

CYCLE
RELATIONNEL

3

59 500
@ collectées

CONVERSION

4



www.fedecardio.org

Adresses postales : x 3
Nouveaux donateurs : + 66%
Rendement : + 22 %



MÉTHODE

Définir l'objectif de conversion



Construire le cycle relationnel



Choisir le levier d'acquisition



Générer un flux qualifié

Conversion

- C'est le type de passage à l'acte qui doit déterminer l'ensemble du dispositif !
 - Nature et qualité des messages
 - Type d'outil d'acquisition
 - Canaux de génération de trafic

Qu'est-ce que je veux faire des adresses mails que je vais collecter ?



Like



Partage



Don ponctuel



Téléchargement



Legs



Adresse postale



PA

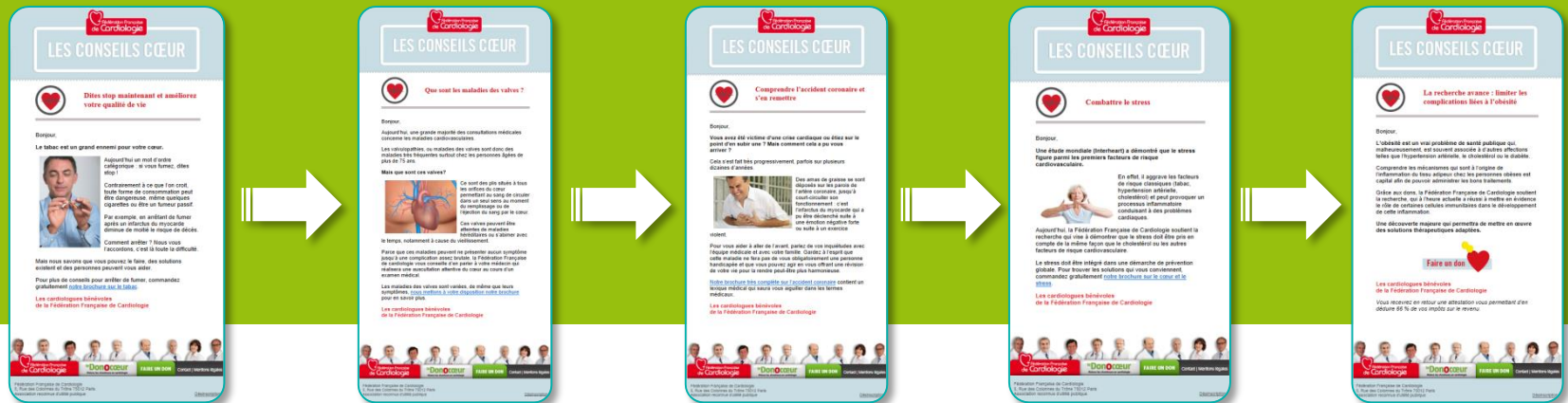


Etc.

Cycle relationnel

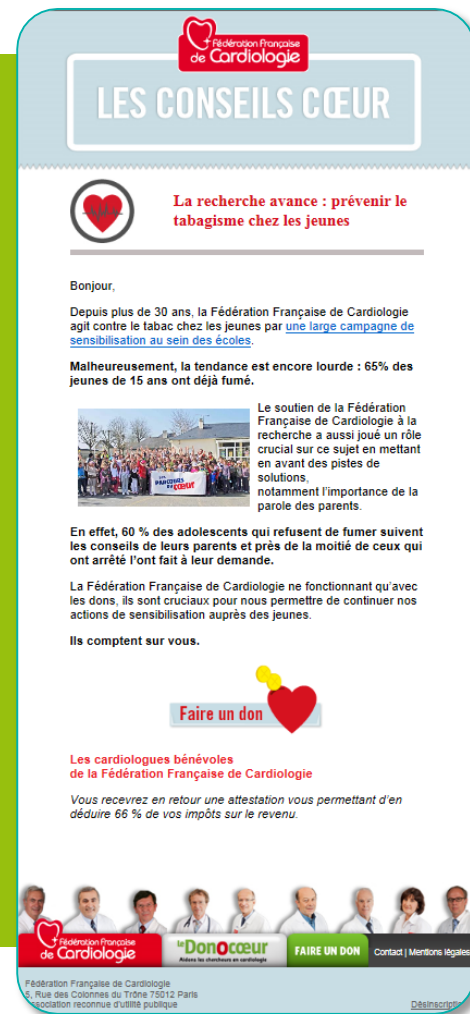
- Un enchainement d'emails qui font croître progressivement le degré d'implication de l'internaute jusqu'à la conversion

Qu'est-ce que je vais raconter ?

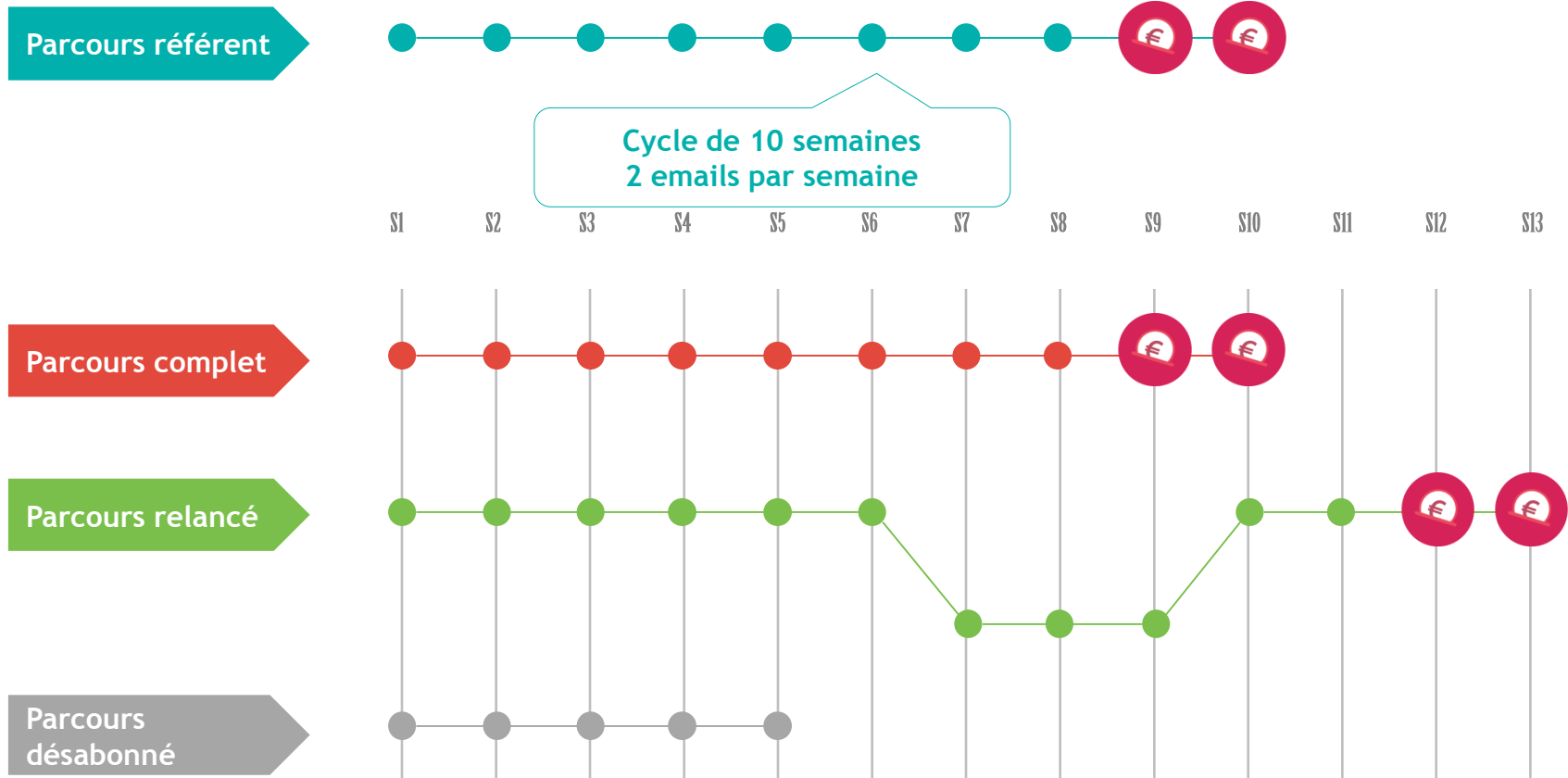


Cycle relationnel

- Un enchainement d'emails qui font croître progressivement le degré d'implication de l'internaute jusqu'à la conversion



Cycle relationnel (exemple)



Tous les internautes se voient proposer le cycle complet, quelle que soit leur date d'inscription.

Acquisition / Qualification

Le concept qui convaincra
l'internaute de laisser son
adresse mail

Simple

Gratifiant

Intéressant

Amusant

Fluide

Utile

Qu'est-ce qui
va donner envie
de me suivre ?

Acquisition / Qualification

- Le concept qui convaincra l'internaute de laisser son adresse mail

Un questionnaire

Une expérience immersive

Un jeu-concours

Un concours photo



Ou une pétition, une application mobile,
un contenu exclusif (musique, film, etc.)
et bien d'autres options !

Acquisition / Qualification

- Segmentation des internautes par profils

Qu'est-ce qui
m'intéresse
chez les gens ?



Nouveaux contacts

Âge

Critères comportementaux

Connaissance de l'association

Potentiel de don...



Contacts existants

Prélèvement automatique

Donateur ponctuel

Adresse postale

Inactifs

Génération de trafic

- Considérer l'investissement en génération de trafic comme une priorité
- Aller chercher les publics là où ils se trouvent (pas de mass-marketing)
- Tester, conserver ce qui fonctionne le mieux, adapter en permanence

Publicité

Evaluation de la pertinence
d'investir
sur Facebook
Affinage en flux des annonces
sur Google Ads

Régie

Tests avec plusieurs régies
Sélection des régies au coût
d'acquisition optimale