

# MOBILE MARKETING EXPERT

soyez présent sur le marché de demain



# Licence

L'auteur s'est efforcé d'être aussi précis et complet que possible lors de la création de cet ouvrage, malgré ceci, il ne peut en aucun cas garantir ou représenter l'exactitude de son contenu dû à l'évolution et à la mutation rapide et constante d'Internet.

Bien que tout ait été fait afin de vérifier ces informations, l'auteur n'assume aucune responsabilité concernant des erreurs, des omissions, d'une interprétation ou d'une compréhension contraire du sujet développé. Toutes formes d'offenses éventuellement ressenties par des personnes, peuples ou organisations seraient purement involontaires.

Dans les livres pratiques de Conseil, comme dans toute autre chose, il n'est fait aucune garantie de revenu. Les lecteurs sont avertis et doivent faire appel à leur propre jugement à propos de leurs propres capacités à agir en conséquence.

Ce livre n'est pas destiné à l'utilisation en tant que source légale en droits des affaires, de comptabilité ou de conseil financiers. Les lecteurs sont invités à faire appel à des services professionnels compétents en matière de législation, droit des affaires, comptabilité ou dans le conseil financier.

## **Copyright**

Ce livre est protégé par copyright. Vous ne pouvez en aucun cas le modifier, le copier ou vous en inspirer. Toute reproduction même partielle est interdite.

Copyright Dépôt N°00043618.

Vous pouvez diffuser ce rapport librement et GRATUITEMENT, à condition de pas le modifier ou l'altérer.

Vous n'avez aucun droit de revente de ce rapport ! Si vous souhaitez utiliser ce rapport à des fins mercantiles, vous pouvez le faire en devenant **membre** du [Cercle des Droits de Label Privé](#).

Pour toute question, , vous pouvez me contacter à cette adresse : [support@droits-de-label-prive.com](mailto:support@droits-de-label-prive.com)



Amicalement,

**Didier Brockly**

Éditeur Internet et Infopreneur

Initiateur du [Cercle des Droits de Label Privé](#)

**Vous pouvez imprimer cet e-book si cela vous en facilite la lecture, mais pensez aussi à la nature et à notre environnement.**

Image de la couverture - [BlueX-Design](#)

# Sommaire

Licence.....	2
Sommaire.....	3
PARTIE 1 Créer votre première campagne.....	4
Introduction.....	5
Étape 1 - connaître les besoins de votre marché pour faire une offre adéquate.....	6
Étape 2 - alignez vos objectifs avec les besoins de votre marché...9	
Étape 3 - choisir la meilleure stratégie.....	12
Étape 4 & 5 - lancez votre campagne et suivez les résultats.....	14
PARTIE 2 SMS Marketing.....	16
Introduction.....	17
Planification de votre campagne.....	19
Comment obtenir le numéro de téléphone de vos contacts ?.....	21
Les services disponibles pour envoyer des SMS.....	23
Les 6 éléments d'un SMS parfait.....	25
Comment mesurer le succès de votre campagne ?.....	28
PARTIE 3 les codes QR.....	31
Introduction.....	32
Remarques avant l'utilisation des codes QR.....	35
Quand utiliser les codes QR ?.....	37
Créer votre premier code QR.....	44
Les applications pour scanner vos codes QR.....	46
PARTIE 4 les coupons.....	48
Introduction.....	49
Les 3 étapes de votre campagne.....	52
PARTIE 5 Optimisez votre site pour les mobiles.....	54
Introduction.....	55
Les services pour créer votre site mobile.....	57
Les règles à ne pas oublier et les erreurs à ne pas commettre.....	61
Conclusion.....	65

# **PARTIE 1**

## **Créer votre première campagne**

---

# Introduction

Vous venez de lancer un nouveau produit sur le marché. Par conséquent, vous souhaitez attirer vos prospects sur votre site ou dans votre magasin pour qu'ils l'achètent.

Vous préparez le message qui sera envoyé directement sur le portable de vos contacts, sans oublier d'inclure un coupon de réduction pour les inciter à passer à l'action.

Votre message a été envoyé depuis 15 minutes et déjà les premières commandes ont été effectuées sur votre site, votre premier objectif a été atteint.

Cet exemple peut devenir une routine si vos campagnes sont réfléchies à l'avance. Il n'existe pas de solutions miracles, donc si vous n'appliquez pas les bonnes méthodes, il sera difficile, voire impossible de générer des revenus depuis le mobile marketing.

Pour éviter de commettre certaines erreurs préjudiciables, je vais détailler les 5 étapes afin de mettre en place des campagnes efficaces.

# Étape 1 - connaître les besoins de votre marché pour faire une offre adéquate

Vous avez le choix :

- Soit, vous essayez de convaincre vos prospects qu'ils ont besoin de votre produit, même si en réalité ce n'est pas le cas.
- Soit, vous vendez un produit répondant à une réelle demande.

Par exemple, durant les grandes vacances, au mois d'août, il sera plus simple de vendre une glace ou une boisson fraîche sur la plage plutôt qu'un chocolat chaud. L'hiver, ce serait le contraire.

Si vos campagnes répondent à un besoin de votre public cible, les chances de succès seront plus importantes.

Avant toute chose, il faut prendre en compte un élément : nous sommes de plus en plus submergés par les publicités. Elles sont partout :

- Télévision
- Radio
- Magazines
- Dans la rue
- Internet
- Et maintenant les portables

Heureusement pour nous, nous devons donner notre permission pour recevoir des messages provenant des entreprises.

Quelle est la conséquence ?

Si vos prospects ne voient pas une bonne raison de vous donner leur numéro de téléphone, ils ne le feront pas. Par conséquent, vous devez déjà réfléchir à ce que vous pourrez offrir à vos contacts. Cela devra avoir une certaine valeur à leurs yeux si vous souhaitez que votre campagne fonctionne.

Voici un exemple :

Si vous avez un restaurant, vous pouvez offrir un coupon de réduction de 10 ou 20 %. La personne pourrait être incitée à venir manger et même avec la remise, vous générerez un bénéfice.

## **QUELLES QUESTIONS DEVEZ-VOUS VOUS POSER ?**

Pour savoir ce que vous devez proposer à vos contacts, il sera important de vous poser certaines questions.

- Quelles informations vos contacts ont-ils besoin ? Par exemple, si vous mettez en place une promotion, vous devez leur donner les conditions.
- Quelles questions reviennent le plus souvent de la part de vos prospects et clients ?
- Quelles données avez-vous besoin de recueillir auprès de vos contacts ? Si vous comptez sortir prochainement un nouveau produit, vous pouvez mettre en place un sondage pour connaître les manques actuels de vos produits ou de ceux de vos concurrents.

Conservez toutes les réponses à ces questions dans un document. Elles vous seront d'une grande aide lorsque vous mettrez en place vos campagnes.

## QUE PROPOSEZ À VOS CONTACTS ?

Il n'est pas toujours évident de connaître exactement les attentes de ses prospects, mais il existe plusieurs façons d'apporter de la valeur à votre campagne.

- Vous pouvez donner les informations permettant à vos prospects de vous retrouver, que ce soit votre site ou votre magasin.
- Vous pouvez utiliser les SMS pour prévenir vos prospects d'un événement. S'il se déroule dans plusieurs semaines, l'envoi d'un email est justifié, mais si c'est dans les heures qui viennent, le SMS est la meilleure solution. Effectivement, la majorité des personnes lisent leurs mails, le soir une fois rentrées chez elles, contrairement aux SMS qui sont lus dans les minutes.
- Toute information, tout outil permettant de simplifier la vie de vos prospects. C'est assez large. Par conséquent, il est important de bien connaître leurs besoins.
- Une stratégie souvent utilisée est d'offrir un coupon, de proposer une remise ou de mettre en place une offre spéciale. Vos prospects aiment pouvoir réaliser des économies et si l'offre est suffisamment intéressante, elle les incitera à passer à l'action.
- Divertir vos prospects et aussi une bonne utilisation du mobile marketing. Certaines entreprises exploitent ce filon pour fidéliser leurs prospects et clients. Elles proposent des jeux, des quiz ou des concours. L'objectif étant d'occuper leurs prospects lorsqu'ils sont dans le bus pour se rendre au travail, dans la salle d'attente de leur médecin, etc.

L'objectif de cette première étape sera de déterminer ce qui pourrait faire plaisir à vos contacts. Au départ, vous irez certainement à tâtons. Ensuite, vous pourrez utiliser les remarques de vos contacts pour peaufiner vos campagnes et éviter de commettre des erreurs.

# Étape 2 - alignez vos objectifs avec les besoins de votre marché

Si vous vous lancez dans le mobile marketing, vous avez certainement un objectif en tête. Vous pourriez vouloir :

- Convertir des prospects en clients.
- Vendre de nouveaux produits à vos anciens clients.
- Fidéliser vos prospects et clients à l'aide de cadeaux, coupons, etc.
- Améliorer votre image de marque.

Quel que soit votre objectif, il sera important de le définir avant de lancer votre campagne. Cela paraît finalement logique, par conséquent, il serait plus judicieux de vous dire... il est important de le définir de manière claire et précise. C'est-à-dire que vous ne devrez pas changer en cours de route. C'est une perte de temps, d'argent et de crédibilité auprès de vos prospects et clients.

Généralement, le principal objectif des entreprises est d'attirer vers elles de nouveaux clients. Au premier abord, cela semble normal puisque cela entraînera une augmentation des revenus. Cependant, il serait plus judicieux de réaliser des efforts sur la fidélisation de vos clients actuels pour essayer de leur revendre de nouveaux produits.

Pour quelles raisons ?

- Vous dépenserez moins d'argent que pour convertir un nouveau client.
- C'est plus simple puisque la personne vous connaît déjà.

Évidemment, en parallèle, vous devrez tout de même faire des opérations pour augmenter votre base de clients, mais cela ne devrait pas être votre principal objectif.

Maintenant, revenons sur les différents objectifs pouvant être atteints grâce à l'utilisation du mobile marketing.

## **VENDRE DE NOUVEAUX PRODUITS À VOS ANCIENS CLIENTS.**

Comme je l'ai précisé, il sera plus simple de vendre vos produits à vos anciens clients plutôt qu'à vos prospects. La principale raison est qu'ils vous connaissent déjà. Plus important encore, ils vous font confiance (pour la majorité). Par conséquent, lorsque vous leur présenterez votre dernier produit, le taux de conversion sera plus élevé que la moyenne.

**Remarque** : vos clients n'achèteront pas tous vos produits. Cependant, pour mettre toutes les chances de votre côté, il est intéressant de proposer des produits complémentaires ou une nouvelle version.

## **CONVERTIR DES PROSPECTS EN CLIENTS.**

C'est l'étape indispensable pour générer des revenus. Heureusement, il existe de nombreuses stratégies à mettre en place pour atteindre cet objectif. Juste avec le mobile marketing, vous pourriez par exemple :

- Optimiser votre site pour qu'il s'affiche correctement sur les Smartphones de vos prospects. C'est une stratégie efficace pour les maintenir sur votre site.
- Proposer un coupon de réduction pour les inciter à acheter vos produits.

## **FIDÉLISER VOS PROSPECTS ET CLIENTS À L'AIDE DE CADEAUX, COUPONS, ETC.**

Proposer des cadeaux à vos clients actuels et une manière intelligente de les fidéliser. Vous n'êtes pas obligé de proposer des cadeaux à plusieurs centaines d'euros, c'est le geste qui compte.

Il y a aussi un autre point pouvant faire toute la différence : votre service client. C'est l'un des gros problèmes de la majorité des entreprises, elles ont un service de piètre qualité.

- Soit, le service client est indisponible.
- Soit, les réponses sont incomplètes ou inexistantes.

Par conséquent, si vous proposez un service client réactif et de qualité, vos prospects et clients le prendront en compte lorsqu'ils hésiteront entre votre produit et celui d'un concurrent. Les personnes sont généralement prêtes à dépenser un peu plus si elles savent que le service client tient la route.

## **AMÉLIORER VOTRE IMAGE DE MARQUE.**

Votre image de marque correspond à la façon dont vous êtes perçu par vos prospects et clients. Par conséquent, travailler sur cet aspect de votre entreprise est très important. Vous ne voudriez pas être perçu comme une entreprise vendant des produits de mauvaise qualité.

Premièrement, votre objectif sera déjà de vous faire remarquer. C'est-à-dire qu'un prospect doit pouvoir clairement identifier l'entreprise se trouvant derrière un produit ou un site. Cela peut se faire à l'aide du design, du nom des produits, etc.

Deuxièmement, assurez-vous de toujours proposer des produits de qualité répondant à des besoins précis et à forte demande. Cela vous évitera les mauvaises critiques, même s'il est impossible de les éliminer complètement.

C'est ici la fin du premier chapitre de ce Guide, pour découvrir la suite, je vous invite, dès maintenant, à [cliquer ICI](#) afin de découvrir le Guide Complet.

À tout de suite !



Amicalement,

**Didier Brockly**

Éditeur Internet et Infopreneur

Initiateur du [Cercle des Droits de Label Privé](#)

# À Découvrir

---



*Le Cercle*  
Des DROITS de LABEL PRIMÉ

*Découvrez Comment  
Devenir l'Auteur  
De Plusieurs  
eBooks par  
Mois, Sans Même Écrire une  
Seule Ligne...*

*Cliquez ici !*



ARTICLES  
DES  
LIBRES

Du contenu  
en continu...

**CLIQUEZ ICI !**



Des Outils Pour  
Vous Démarquer  
de Vos  
Concurrents

**Édition  
virale**



**7€BOOKS  
EUROS.COM**

**UNE MACHINE  
INFERNALE  
À FAIRE EXPLOSER  
VOS REVENUS**

# BONUS

Recevez ces 3 Guides Gratuitement :



Cliquez sur ce lien pour découvrir cette offre fabuleuse, qui est entièrement gratuite :  
<http://droits-de-label-prive.com/>