

Étude de cas

Pour Place aux jeunes Baie-James et
Terre d'ambition Baie-James

Partie 1: La publicité

Comme vous le savez sans doute déjà, la publicité est la première impression de vous qu'aura votre audience.

C'est aussi elle qui vous permettra de vous connaître d'avantage. (elle est plutôt polyvalente cette chère publicité Facebook)

À condition bien sûr de convaincre le prospect de faire l'action demandée.

C'est pourquoi dans cette partie je vais vous donner mes meilleurs conseils pour :

- Faire bonne première impression face à vos prospects pour les empêcher d'ignorer la pub
- Convaincre vos prospects de faire l'action voulue

Vos points fort :

C'est important de le souligner, votre pub actuelle à des points fort !

1

Vincent Blaquiére, Guillaume Lemieux et Joelle Barrette aiment Place aux jeunes Baie-James.



Place aux jeunes Baie-James
Commandité ·

2

Poursuis tes ambitions et tes passions! ✨
Aime notre page et découvre la multitude d'opportunités qui s'offrent à toi ici.



Place aux jeunes Baie-James
Place aux jeunes à la Baie James, c'est une platefor...



13



J'aime



Commenter



Partager

L'action demandé est
clair et simple. 🔥

(tsé même mon grand
père aurait compris ça)

Cet élément de la pub fait appel à un mécanisme psychologique puissant appelé : **La preuve social**

En gros, c'est la **tendance qu'ont les êtres humains** à se conformer aux actions de leurs groupes sociaux.

Et par extension, reproduire les mêmes actions.

Donc dans ce cas concret,

Le fait que certain de leurs amis aient déjà manifesté de l'intérêt **pour votre page** suscitera chez votre prospect de la curiosité et de l'interaction.

Très bien joué ! 🤘

Si devais changer quelques choses :

(1/2)

Vincent Blaquiere, Guillaume Lemieux et Joelle Barrette aiment Place aux jeunes Baie-James.



Place aux jeunes Baie-James
Commandité ·

Poursuis tes ambitions et tes passions! ✨
Aime notre page et découvre la multitude
d'opportunités qui s'offrent à toi ici.



Place aux jeunes Baie-James
Place aux jeunes à la Baie James, c'est une platefor...



13



J'aime



Commenter



Partager

L'image.

J'avoue que celle-là est **pas évidente**... C'est difficile d'être certain de ce qui va fonctionner.

Heureusement, **il y a des** fondamentaux qui restent toujours les mêmes.

Voici quelques éléments clés que j'ajouterais :

- Une personne regardant droit vers la caméra
- Un bénéfice pour le prospect (en texte)
- Prioriser le contraste par rapport à l'esthétique

L'image, c'est la première chose que votre prospect va remarquer. C'est donc la partie la plus importante.

J'ai fait une vidéo YouTube dans **laquelle j'explique** justement les 6 éléments essentiels d'une pub Facebook à succès.

Le lien : <https://youtu.be/IC1LAEbu5Yc>

Si devais changer quelques choses :

(2/2)

Vincent Blaquiere, Guillaume Lemieux et Joelle Barrette aiment Place aux jeunes Baie-James.



Place aux jeunes Baie-James
Commandité ·

Poursuis tes ambitions et tes passions! ✨
Aime notre page et découvre la multitude
d'opportunités qui s'offrent à toi ici.



Place aux jeunes Baie-James
Place aux jeunes à la Baie James, c'est une platefor...



13



J'aime



Commenter



Partager

Le texte.

L'appel à l'**action** est présent, c'est bien.

Mais le reste du texte est flou.

Si je me mets à la place d'un jeune concerné.

Je ne **comprendrais pas qu'est-ce** que j'ai à gagner à aimer la page.

"Découvre la multitude d'opportunité"

C'est quoi l'opportunité ?

Dans ce genre de pub **ce qui fonctionne le** mieux c'est d'annoncer un bénéfice clair.

Par exemple :

Des emplois qui n'attendent qu'à être comblé !

Like notre page pour ne pas manquer les prochaines offres d'emplois de ta région!

Voyons voir un exemple...

Un exemple concret :

(1/3)

Vincent Blaquiére, Guillaume Lemieux et Joelle Barrette aiment Place aux jeunes Baie-James. ...



Place aux jeunes Baie-James

Commandité · 🌐

Des emplois qui n'attendent qu'à être comblé ! 😎

Like notre page pour ne pas manquer les prochaines offres ! 🍷

Chibougamau-Chapais | Matagami | Lebel-sur-quévillon



Place aux jeunes Baie-James

Place aux jeunes à la Baie James, c'est une platefor...



👍 13



J'aime



Commenter



Partager

"N'attendent qu'à"

Sous-entends que les emplois ne seront pas toujours là.

Ça crée donc un sentiment d'urgence qui motive le prospect à faire l'action demandée.

"Des emplois"

Le bénéfice est clair et fort.

Appel à l'action clair (*Like notre page*)

Notez que **j'ai fait exprès** d'utiliser le mot "Like" et non "J'aime".
Le mot "Like" fait partie intégrante du lexique des jeunes.

"Pour ne pas manquer"

Cela créer ce que l'on appel un "FOMO"
(fear of missing out).

C'est un **mécanisme psychologique** qui dit que nous avons tendance à ressentir un inconfort face à l'idée de manquer quelque chose.

C'est comme **un peu le** même feeling que lorsqu'on ne se fait pas inviter à une soirée. On ressent le "FOMO"

Un exemple concret :

(2/3)

Vincent Blaquiere, Guillaume Lemieux et Joelle Barrette aiment Place aux jeunes Baie-James. ...



Place aux jeunes Baie-James

Commandité · 🌐

Des emplois qui n'attendent qu'à être comblés ! 😎

Like notre page pour ne pas manquer les prochaines offres ! 🍷

Chibougamau-Chapais | Matagami | Lebel-sur-quévillon



Place aux jeunes Baie-James

Place aux jeunes à la Baie James, c'est une platefor...



👍 13



J'aime



Commenter



Partager

Les villes concernées ont été inscrites.

Ainsi l'offre est encore plus claire et précise

Un visage regardant droit **vers la** caméra attire naturellement l'oeil.

Mon doigt pointe une direction. L'oeil du prospect se dirigera donc automatiquement vers la direction voulue.

Lors de notre appel, **je vous ai parlé** de l'avantage injuste (le fait que vous connaissez très bien les jeunes de la région).

C'est pourquoi j'ai utilisé cet avantage sur la photo.

En voyant cette **image**, **beaucoup de** jeunes vont me reconnaître et se dire : "Hein c'est Dylan ça" (Je suis une rockstar que voulez-vous 😊)

Haha, mais plus sérieusement le fait d'utiliser un visage connu par le prospect va **DRASTIQUEMENT** augmenter les chances qu'il remarque la pub et par extension, qu'il fasse l'action voulu.

Je vous conseil donc de segmenter vos publicités par ville. Et pour chaque ville utilisez le visage d'un jeune connu de cette ville. Exemple :

Vous visez Matagami. Mettez la photo d'un jeune connu de Matagami.

Un exemple concret :

Vincent Blaquiere, Guillaume Lemieux et Joelle Barrette aiment Place aux jeunes Baie-James. ...

 **Place aux jeunes Baie-James**
Commandité · 🌐

Des emplois qui n'attendent qu'à être comblé ! 😎

Like notre page pour ne pas manquer les prochaines offres! 🍷

Chibougamau-Chapais | Matagami | Lebel-sur-quévillon



Place aux jeunes Baie-James
Place aux jeunes à la Baie James, c'est une platefor...



👍 13



👍 J'aime

💬 Commenter

➦ Partager

Le contraste a été priorisé par rapport à l'esthétique.

Je suis d'accord un texte blanc sur noir ne fait pas très **sexy**.

Mais ce qui compte sur une pub, c'est que la cible comprenne **en quelques** secondes seulement le message.

Donc avec un **contraste fort**, la cible ne perd pas une seconde à essayer de saisir le texte.

C'est clair nette et précis comme on dit pas chez nous.

(3/3)

Partie 2 : La page

Selon ce que j'ai compris de votre activité, la page Facebook **est un** élément central et très important de votre stratégie.

Nous allons donc voir **dans cette partie quelques** concepts primordiaux pour avoir un maximum d'impact auprès de votre audience.

C'est partie !

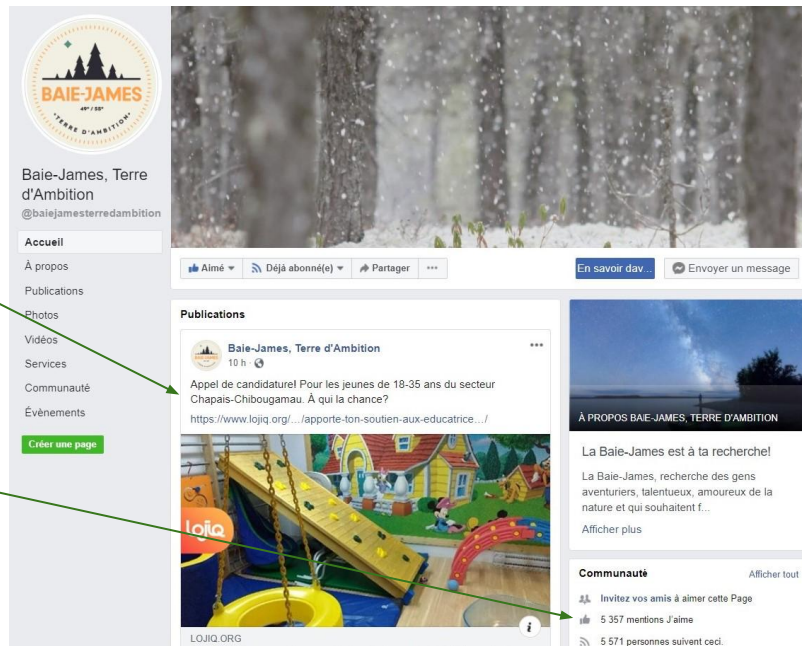
Vos points fort :

Nous allons analyser votre page : Baie-James, Terre d'ambition

Votre logo est reconnaissable et distinct 🏆

Vous partagez des posts intéressants avec votre audience. Ils répondent clairement à votre mission.

Vous avez beaucoup de gens qui ont aimé votre page, ça vous donne donc un bon tremplin pour propulser vos posts. (nous allons y revenir plus tard)



Si devais changer quelques choses :

(1/2)

Lorsque vos prospects arrivent sur votre page, ils doivent comprendre **INSTANTANÉMENT** ce que vous avez à leurs proposer.

Votre couverture.

Bon, vous n'allez pas m'aimer.

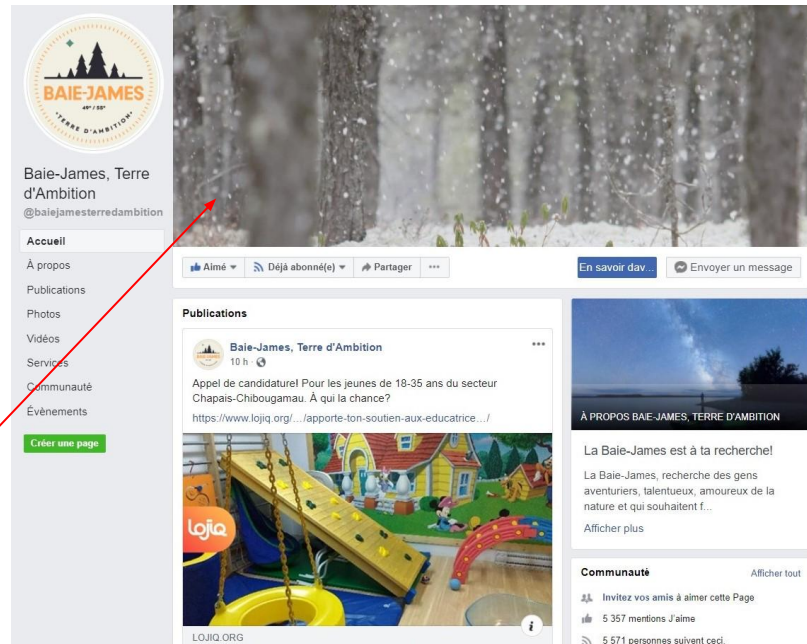
On voit clairement que vous avez mis beaucoup d'effort pour la faire. Que ce soit au niveau de la prise d'images, et même au montage. Et le résultat est super beau en passant !

Mais la réalité étant que, aussi belle soit votre couverture, elle ne permet pas à vos prospects de comprendre instantanément qu'est-ce que vous pouvez faire pour lui.

C'est un problème en soi puis-ce que le temps d'attention d'un internaute est très très limité.

Et lorsque je dis limité, je parle de moins de 7 secondes. Et ce chiffre diminue chaque année.

Vous devez chercher à être impactant dès les premières secondes.



Si devais changer quelques choses :

(2/2)

Comment avoir plus d'interaction :

Vos posts méritent plus d'interactions.

Vous avez plus de 5000 personnes ayant aimé votre page, mais rarement plus de 200 interactions.

Et le pire dans tout ça ? C'est que c'est totalement normal. Ce n'est PAS de votre faute, mais bien celle de Facebook qui demande maintenant aux pages de payer pour booster la visibilité de leurs posts.

Et oui, monsieur Zuckerberg aime bien l'argent.

Heureusement, il existe des façons de booster les vues de ses posts sans dépenser une cenne.

Sur la prochaine slide, je vais vous montrer comment faire.



Comment booster la visibilité de ses
posts sans payer

Il existe plusieurs stratégies. Je vais vous en présenter quelque une en surface seulement. Sans quoi, ce document va se transformer en roman.

Stratégie 1 : demandez aux gens de commenter la publication.

Si une personne commente votre post, Facebook va montrer ce même post à quelques amis de la personne ayant commenté.

Et si les amis de la personne ayant commenté commentent aussi, le même processus se répète. Vous voulez donc encourager les gens à commenter.

Voici quelques exemple d'appel à l'action en vrac :

- *Et vous ? Comment trouvez-vous cette région ?*
- *Pourquoi habitez-vous dans cette région ?*
- *Qu'aimez-vous le plus de votre région ?*
- *Quelle activité pratiquez-vous ?*

Les **gens adorent** parler d'eux même. C'est un besoin naturel.

Voici une citation d'un de mes livres préféré qui illustre bien ce principe :

Dans son livre "Comment se faire des amis et influencer les autres, Dale Carnegie nous dit :

"Si vous voulez être intéressant, soyez intéressé [...] Parlez à un homme de lui-même et il vous écoutera pendant des heures"

Stratégie 2 : générer de la viralité.

J'ai dédié une vidéo entière sur ma chaîne à ce sujet.

Je ne vous **ne conseille pas** d'utiliser la stratégie de la même façon que je le démontre dans la vidéo, mais si vous lisez entre les lignes, vous découvrirez comment adapter cette stratégie pour votre page.

Bien que je ne doute pas de votre bonne foi, je me dois tout de même de vous mettre en garde.

SVP, utilisez cette stratégie de façon **éthique et avec vigilance**. Elle est très puissante, mais elle peut se retourner contre vous si elle est mal maîtrisée.

Voici le lien de la vidéo en question :

<https://youtu.be/4FCOy54jY90>



Stratégie 3 : créer un groupe.

Le 11 janvier 2018, notre cher monsieur **Zuckerberg a** annoncé que l'algorithme Facebook commencerait à prioriser le contenu des amis et de la famille sur le contenu des marques.

Ils ont commencé à augmenter les publications des groupes Facebook et à réduire la portée des pages.

Cela signifie que **le groupe Facebook a** plus de valeur que les pages.

Je vous conseille donc très fortement d'envisager la création d'un groupe Facebook.

Il est évidemment **important d'utiliser une** bonne stratégie ayant fait ces preuves. Sans quoi, vous risquez de pédaler dans le beurre.

Internet est un outil formidable pour trouver de bonnes stratégies! :)

Comment créer une couverture
impactante

Votre couverture est une des première chose que vos prospects verront de vous.

C'est la première impression qu'il aura de vous. Et comme l'expression le dit si bien :

“On n’a pas deux chances de faire bonne première impression.”

Cette étape **est donc à** prendre très au sérieux.

Voici la mission que votre couverture doit accomplir :

Montrez INSTANTANÉMENT ce que votre prospect a à gagner de vous suivre.

Sans plus de transition, allons **voir des exemples concrets**. Vous pourrez vous inspirer.

Webmarketing : Réussir sur Internet avec le marketing content (SEO/SEA...)
Groupe Public

À propos
Discussion
Annonces
Membres
Événements
Vidéos
Photos
Séance vidéo
Modérer le groupe

Effectuer une recherche dans le groupe

Raccourcis
Les Stratégies de Facebook
FortX marketing
Entre Entrepreneurs
Entrepreneurs et eC...
Le groupe privé d'An...
Rick et Morty France
Webmarketing : Réussir...
E-commerce : drop...
Dylan Fortin
Entrepreneurs Québec

Acquisition | Conversion | Fidélisation

Un groupe de :

Web Marketing Francophone

Acquérir de nouveaux clients grâce au web marketing

Membre ▾ Notifications Partager Plus

Message Photo/Vidéo Vidéo en direct Plus

Ecrivez quelque chose...

Photo/Vidéo Séance vidéo Identifier des... ***

1 personne veut rejoindre ce groupe

Annonces Voir tout (23)

Dylan Fortin, excité.
Modérateur · 21 février

Vous êtes nouveau dans ce groupe ?
Vous ne devez pas manquer cette vidéo !!

INVITER DES MEMBRES

+ Saisissez un nom ou une adresse courriel...

INVITER DES AMIS

Demandez à vos amis de rejoindre le groupe et ajoutez-les à la discussion.

Pierre-Olivier Rivérin Inviter
William Perron Inviter
Amelia Larouche Inviter
Jordan Larochelle Inviter
Vincent Desjardins Inviter
Nicolas Perron-Bouchard Inviter
Annabelle Piché Inviter

MEMBRES 5 620 membres

Le prospect apprend qu'il verra comment acquérir, convertir et fidéliser des clients.

L'objectif du groupe est clair. Et c'est applicable pour une page.

Si j'ai bien fait mon travail, j'ai suscité de l'intérêt chez l'internaute et il ira visionner **cette vidéo d'accueil** qui entre dans les détails. Dans cette vidéo, mon but est de donner l'envie à l'internaute de revenir à nouveau voir ce qu'il **se passe dans** le groupe.

Donc en premier lieu essayer de générer de la curiosité et de l'intérêt.

Puis ensuite permettez vous un format plus long qui entre dans les détails et qui fidélisera votre prospect.

La chaîne du marketing persuasif

Marketing - Persuasion - Stratégie - Productivité



FortX - Dylan Fortin

434 abonnés

PERSONNALISER LA CHAÎNE

YOUTUBE STUDIO

EXPORTATION EN CSV

ACCUEIL

VIDÉOS

PLAYLISTS

CHAÎNES

DISCUSSION

À PROPOS

Q

TENDANCES

STATISTIQUES

Vidéos mises en ligne

TOUT REGARDER

Top Mots-clés

TRI PAR



Comment FRANÇOIS LEGAULT nous à tous... ANARQUE LÉGALE : Les Formations de dropshipping... 3 TECHNIQUES DE PERSUASION du professeur... Comment (vraiment) gagner beaucoup d'argent sur... Pourquoi les medias sont-ils toujours négatif ? (et... Les 3 erreurs fatales en publicité Facebook : Pourquoi...

Voici deux autres exemples...

Entrepreneurs et eCommerce au Québec

Groupe Privé



Interactions en tant que vous-même

À propos

Discussion

Membres

Événements

Vidéos

Photos

Fichiers

Statistiques du groupe

Séance vidéo

Modérer le groupe

Qualité du groupe

Effectuer une recherche dans

Raccourcis

Les Stratèges de Faceb...

MÉTHODES | ENTRAIDE | PRODUCTIVITÉ



Entrepreneur et ecommerce au Quebec

Développer son entreprise sur le web



Par Dylan Fortin

Membre

Notifications

Partager

Plus

Message

Photo/Vidéo

Vidéo en direct

Plus



Écrivez quelque chose...

Photo/Vidéo

Séance vidéo

Identifier des...

...

i

108 publications à valider

x

i

211 personnes et 17 Pages veulent rejoindre ce groupe

x

UN GROUPE DE

FortX

FortX marketing

85 personnes aiment ceci

INVITER DES MEMBRES

Intégrer l'invitation

+ Saisissez un nom ou une adresse courriel...

MEMBRES

1 294 membres



Partie 3 : Le contenu

Là, je vais vous avouer que je suis tout excité!

On entre dans ma spécialité 🍷

La création de contenu.

Vous **le savez probablement déjà**, le contenu, c'est le coeur et l'âme de nos activités sur le web.

C'est grâce à celui-ci que vous réussirez à convaincre les gens de changer leurs comportements et leurs choix.

Et par extension, **c'est grâce à celui-ci que** vous accomplirez votre mission.

C'est pour cela qu'il est crucial de créer du contenu de qualité.

Et lorsque je parle de qualité, **je veux dire** qu'il faut être méthodologique et ne rien laisser au hasard. C'est primordiale.

Dans cette partie, nous allons **donc voir ensemble quelques** sujets dans lesquelles je vous propose de vous plonger pour créer du contenu inspirant, persuasif et qui fera passer à l'action vos prospects.



Le copywriting

Ok mais à quoi ça me servira
concrètement ?

Cette compétence vous permettra de rendre tout ce que vous faite bien meilleure.

C'est comme si vous essayez de faire un feu et que vous videz de **l'essence sur le feu**. Que se passera-t-il ? Le feu va jaillir de pleine force.

Et bien le copywriting, c'est comme mettre de l'essence dans vos mots et votre contenu.

Cette compétence va vous ouvrir **la porte** à un tout nouveau monde.

Vous allez l'utiliser dans tout, mais absolument tout ce que vous faites.

Vous serez beaucoup plus intéressant et les gens auront envie de faire ce que vous leurs proposez.

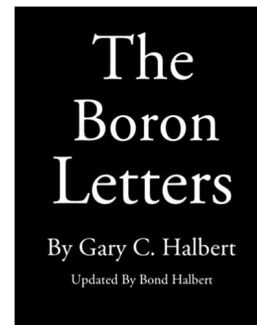
C'est quoi ?

Le copywriting, **c'est** l'art de convaincre avec les mots.

Si vous aviez UNE SEULE compétence à approfondir ça devrait être celle-là.

Comment apprendre le copywriting

Dans les livres et les formations.
Voici 2 de mes livres préférés sur le sujet :



Sinon pour le livre Influence et manipulation j'y ai dédié une série de 6 vidéos :



<https://www.youtube.com/watch?v=C8Ls-Xn1t-w>



Le storytelling

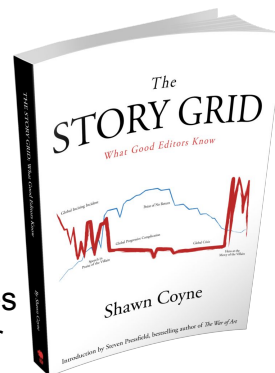
Comment apprendre le storytelling

Dans les livres ou les formations.
Voici 2 de mes livres préférés sur le sujet :

Ok mais à quoi ça me servira concrètement ?

Depuis la nuit des temps, nos ancêtres se sont transmis leur savoir à travers des histoires.

Et si ça **fonctionnait aussi bien**, c'est parce que les humains apprennent beaucoup plus facilement par l'histoire et l'expérience des autres.



C'est quoi ?

Storytelling, c'est l'art de raconter des histoires captivantes et persuasives.

C'est une compétence nécessaire pour créer du contenu intéressant et c'est directement applicable dans pratiquement toutes les sphères de la communication sur le web.

C'est pourquoi dans les publicités, on voit souvent des témoignage client ou sinon dans les publicités de prévention des accidents de la route, on nous montre directement un scénario catastrophe plutôt que des statistiques.

Plus vous apprendrez sur le storytelling, plus vous réaliserez que c'est ultra important.

Sinon j'ai aussi dédié une vidéo entière sur le sujet :



https://www.youtube.com/watch?v=r_1V5Jd0J4w&t=5s



Le e-mail marketing

Ok mais à quoi ça me servira concrètement ?

Le e-mail vous permettra d'avoir un contact direct avec les gens.

Mais plus **important encore**, il vous permettra de "posséder" vos prospects. Je m'explique.

Avec une page Facebook, vous dépendrez des bons vouloir de la plateforme. Si elle décide du jour au lendemain de **supprimer votre page**. C'est tant pis pour vous. Vous n'avez aucun recours légale puis-ce que Facebook possède légalement votre page.

Je connais personnellement des gens à qui c'est arrivé. Par contre, **les e-mails qui sont dans** votre base de données vous appartiennent. Personne ne peut vous les enlever.

Mais ça ne s'arrête pas là ! Sur Facebook, vous devez payer pour booster vos publications. Avec les e-mails, personne ne peut vous mettre des bâtons dans les roues comme ça. **Toute votre liste recevra vos e-mails**. Sans que vous ayez à sortir une cenne de votre poche.

Comment apprendre l'email marketing

Il y a des formations sur ça. Je vous recommande fortement.

Sinon voici une playlist de Bertrand Milet un expert du sujet :



Email Marketing

<https://youtu.be/VcVedINcojM>

C'est quoi ?

C'est **savoir communiquer** efficacement avec les gens à travers les e-mails.

Cette compétence vous permettra d'avoir plus d'ouverture et bien d'autres chose allons voir ça...

Savoir créer un mouvement



Ok mais à quoi ça me servira
concrètement ?

En ralliant **les gens autour de** votre cause, vous transformerez vos prospects en véritable guerrier.

Les gens seront beaucoup plus engagé avec votre contenu et ils seront beaucoup plus enclin à partager votre message. **Ils interagiront beaucoup** plus avec votre contenu.

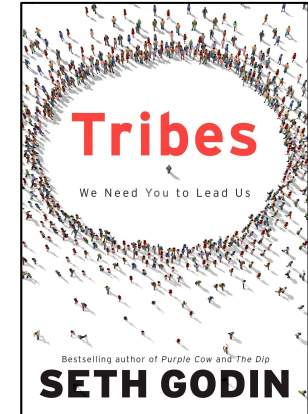
Ils seront attaché émotionnellement à votre mission et travailleront pour vous dans les coulisses de leur vie.

C'est quoi ?

C'est le fait d'être capable de rallier les gens autour d'une cause commune.

Comment apprendre ça ?

Un livre que j'aime bien :



Sinon voici 2 vidéos sur ma chaîne qui traite ce sujet :



<https://youtu.be/7D61mqviOus>



<https://youtu.be/77dIA0iGTxM>



Une stratégie de contenu

Ok mais à quoi ça me servira
concrètement ?

Ça vous permettra de démultiplier vos résultats.

Chaque équipe **de sport ont** leurs propres stratégies et c'est souvent celle qui utilise la meilleure stratégie qui remportera.

Sur le web, c'est la même chose. Comme je le disais plus tôt, puis-ce que le contenu, c'est notre coeur de métier sur le web. Il ne faut rien laisser au hasard. Et ça commence par la stratégie.

La stratégie vous permettra aussi de mesurer vos résultats pour voir **si oui ou non** vous avez atteint vos objectifs.

Et à partir des ces résultats, vous saurez qu'elles modifications apporter à votre contenu pour mieux atteindre vos objectifs.

Ou **si les résultats sont positifs**, vous saurez que vous êtes sur la bonne voie.

Comment apprendre ça ?

Contrairement au reste, la stratégie de contenu s'apprend par l'expérience et l'expérimentation.

Il n'y a pas de recette magique. Chacun doit trouver sa sauce.

Je vais vous montrer la mienne pour vous donner un exemple concret.

C'est quoi ?

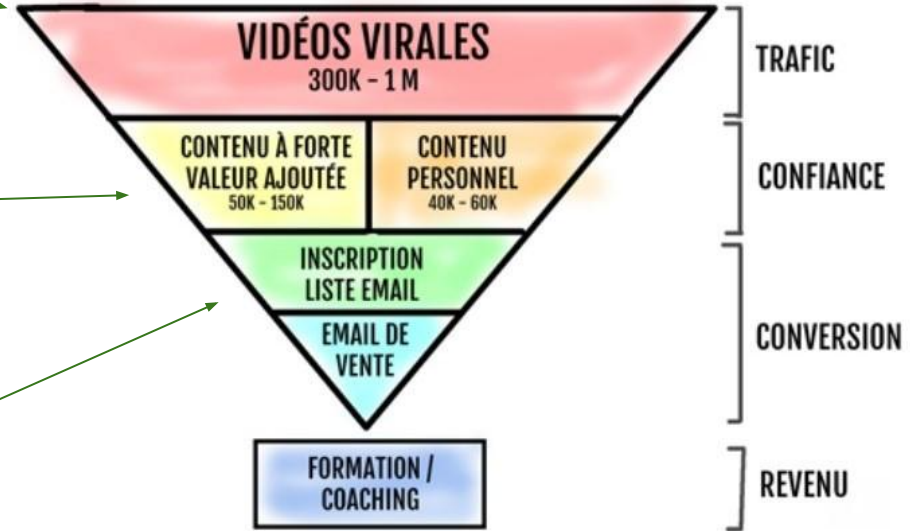
C'est ce qui vous permettra de mettre en place un processus concret et fiable pour accomplir votre mission.

Pour toucher un maximum de personne

Pour gagner la confiance des gens en leurs montrant mon expertise et en dévoilant ma personnalité

J'envoie chaque matin à 7h30 un e-mail à mes contacts privés. L'objectif est de gagner davantage leur confiance en leurs partageants des idées.

C'est là que je délivre mes meilleures connaissances, et ce avec quoi, je gagne ma vie.



Note : à chacune de ses étapes j'utilise les compétences que je viens de vous partager sur les slides précédentes.

Conclusion

Ouf... On en a vu des choses 🤪.

C'est donc **ici que** se termine notre excursion.

Étant donné que je suis natif de la région, je vais vous avouer que votre mission me tient particulièrement à cœur

J'espère sincèrement vous avoir été utile.

Si jamais vous avez des questions sur certain point, je suis à votre disposition.

Vous pouvez me contacter par e-mail à cette adresse :

contact@fortxmarketing.com

Je vous souhaite la meilleure des chances !

-Dylan