

Stratégie d'acquisition — Acquisition — QualiAI

Livret agence • Export PDF identique au HTML

Concept Concept — Une plateforme d'IA pour la gestion des anomalies en qualité industrielle, permettant aux entreprises de détecter, analyser et résoudre les problèmes en temps réel. Grâce à des algorithmes avancés, elle transforme les données en insights exploitables, réduisant ainsi les temps d'arrêt et améliorant la productivité. | **Marché** — Visant principalement les PME et grandes entreprises du secteur manufacturier, ce marché est en pleine expansion avec une demande croissante pour des solutions numériques et intelligentes. | **Projection** — En 12-24 mois, atteindre une adoption par plusieurs dizaines d'entreprises, avec une couverture croissante dans l'Europe de l'Ouest, et établir des partenariats stratégiques avec des acteurs clés de l'industrie.

Sommaire

- 1. Synthèse exécutive
- 2. Mix de canaux & budget
- 3. Parcours & projection 6 mois
- 4. Agenda 12 semaines
- 5. Indicateurs clés
- 6. Méthodologie & hypothèses
- 7. Annexes — Plans détaillés (Ads / SEO / Social)
- 8. Glossaire

1. Synthèse exécutive

Cap principal : mvp

- Obtenir des contacts chaque semaine dès le mois 2
- Améliorer le coût par contact de 15–25% d'ici 3 mois
- Transformer au moins 20% des contacts en prospects sérieux (B2B) ou 3–5% en ventes (e-commerce)

Client idéal

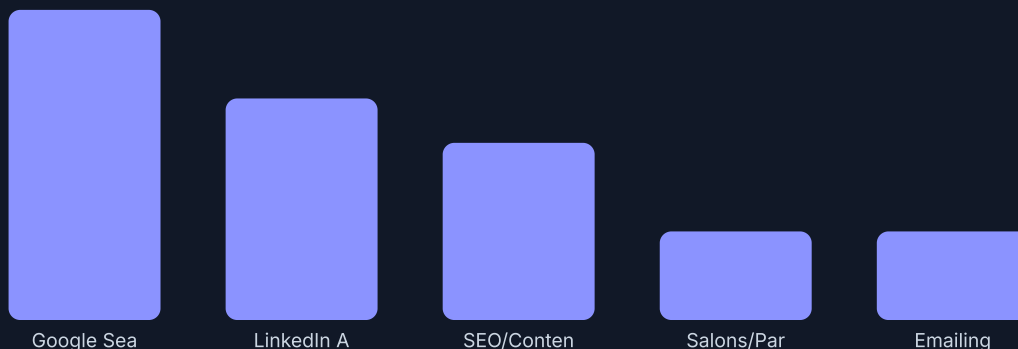
Responsable qualité dans une usine cherchant à optimiser les processus de contrôle.

Budget mensuel

3500 €

2. Mix de canaux & budget

Répartition du budget / mois (€)



Google Search

35% du budget

Être trouvé quand on te cherche

Ce que tu fais concrètement :

- Crée ton compte Google Ads (si inexistant) et relie-le à GA4.
- Liste 10 à 20 expressions que tes clients tapent (ex: 'logiciel devis bâtiment').
- Crée 2 annonces par groupe de mots-clés, avec un titre clair et un appel à l'action simple.
- Ajoute une page de destination courte : titre clair, bénéfice, preuve sociale, formulaire simple.

- Installe le suivi des conversions (clic sur bouton, envoi de formulaire).

KPIs : Coût par contact, Nombre de contacts, Conversions

LinkedIn Ads

25% du budget

Aller vers les décideurs B2B

Ce que tu fais concrètement :

- Décris ton client idéal (fonction, taille d'entreprise, secteur).
- Prépare un document utile (guide PDF, étude de cas) à télécharger.
- Crée une campagne 'Génération de leads' avec formulaire court (nom, email pro).
- Rédige 2 à 3 messages simples expliquant l'intérêt du document.
- Connecte le formulaire à ton CRM (ou exporte les leads chaque semaine).

KPIs : Coût par contact, Nombre de contacts, Conversions

SEO/Contenu

20% du budget

Apparaître gratuitement dans Google

Ce que tu fais concrètement :

- Liste 10 questions fréquentes posées par tes clients.
- Écris 1 article par semaine qui répond clairement à une question.
- Améliore la vitesse de ton site et les titres de pages (clairs, mots-clés simples).
- Ajoute des liens entre tes pages (ex: article → page produit).
- Cherche 2 sites/mois pour obtenir un lien vers ton site (partenaires, blogs).

KPIs : Coût par contact, Nombre de contacts, Conversions

Salons/Partenariats

10% du budget

Créer des opportunités

Ce que tu fais concrètement :

en direct

- Choisis 1 à 2 événements pertinents ce trimestre.
- Prépare un support simple (affiche, flyer) et une démo courte.
- Collecte les coordonnées des personnes intéressées (fiche ou QR code).
- Recontacte sous 48 h avec un email personnalisé + proposition de RDV.

KPIs : Coût par contact, Nombre de contacts, Conversions

Emailing

10% du budget

Transformer les visiteurs en clients

Ce que tu fais concrètement :

- Installe un formulaire d'inscription discret sur le site (newsletter ou guide).
- Rédige 3 emails d'accueil : présentation, aide utile, offre d'essai/démo.
- Envoie 1 email par semaine avec un conseil pratique lié à ton produit.
- Nettoie la liste chaque mois (bounces, inactifs).
- Ajoute un bouton ou un lien vers la prise de contact/achat dans chaque email.

KPIs : Coût par contact, Nombre de contacts, Conversions

3. Parcours & projection 6 mois

Parcours

Se faire connaître

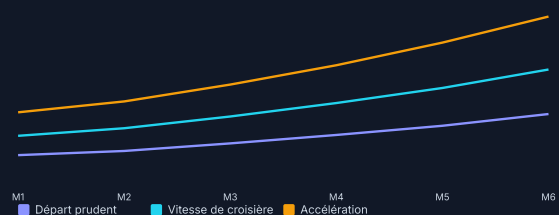
- On te découvre (réseaux, Google, bouche-à-oreille)

S'intéresser

- On s'intéresse (pages comparatives, cas clients, webinar)

Projection

Leads par mois — 3 trajectoires



Passer à l'action

- On te contacte / On achète (formulaire simple, essai, offre claire)

Fidéliser

- On revient / On recommande (emails, support, parrainage, avis)

Funnel — M6 (indicatif)

Impressions: 93483

Clics: 1944

Leads: 140

MQL: 84

SQL: 42

Ventes: 10

Trajectoires : *Départ prudent, Vitesse de croisière, Accélération.*

4. Agenda 12 semaines (tous niveaux)

S1 — Mise en place • 6–8 h •
Fondateur/CM

- Créer comptes (GA4, Ads, Meta/TikTok, email)
- Installer balises (Pixel/Tag Manager)
- Lister 10 mots-clés et 10 questions clients

S2 — Pages & messages • 6–8 h •
Fondateur/CM

- Écrire 1 page d'atterrissage claire
- Rédiger 2 annonces Search
- Préparer 2 visuels/vidéos simples

S3 — Lancement tests • 5–7 h •
Fondateur/CM

- Lancer petites campagnes (Search + Social)
- Activer suivi des conversions
- Créer formulaire capture email

S4 — Emails & relance • 4–6 h •
Fondateur/CM

- Séquence d'accueil (3 emails)
- Retargeting visiteurs 30j
- Tableau de bord simple (leads, coût)

S5 — Amélioration • 4–6 h •
Fondateur/CM

- A/B test titres page
- Ajouter mots-clés négatifs
- 1 article SEO

S6 — Preuve sociale • 3–5 h •
Fondateur/CM

- Collecter 3 avis
- Publier 1 mini étude de cas
- Relance email ciblée

S7 — Monter le volume • 4–6 h •
Fondateur/CM

- Augmenter budget sur campagnes qui marchent
- Nouvelles audiences similaires
- 2e article SEO

S8 — Événement simple • 4–6 h •
Fondateur/CM

- Planifier un live / webinar court
- Invitations email & social
- Page d'inscription

S9 — Suivi commercial • 3–5 h •
Fondateur/Sales

- Script d'appel
- Relance sous 48 h des contacts
- Prioriser les plus chauds

S10 — Optimisation créas • 4–6 h •
Fondateur/CM

- Refaire 2 vidéos/visuels gagnants
- Retargeting catalogue (si e-commerce)
- 3e article SEO

S11 — Qualité base email • 2–3 h • Fondateur/CM

- Nettoyer liste
- Segmenter par intérêt
- Relances personnalisées

S12 — Bilan & suite • 3–4 h • Fondateur/CM

- Comparer coûts/contacts par canal
- Garder ce qui marche, couper le reste
- Plan mois 4–6

5. Indicateurs clés

Coût par contact, Nombre de contacts, Taux de conversion, Ventes/Opportunités

6. Méthodologie & hypothèses

CPC: 2.4 €

CTR: 1.6%

Conv. page: 6.0%

MQL: 60.0%

SQL: 50.0%

Closing: 25.0%

Ces valeurs sont des médianes sectorielles. Ajuste après 2–3 semaines avec tes données réelles.

7. Annexes — Plans détaillés

Ads (Search / Social)

Cibler les 'Responsable qualité dans une usine cherchant à optimiser les processus de contrôle' via des campagnes LinkedIn et Google Ads en mettant en avant 'QualiAI' et son slogan 'Optimisez votre qualité avec l'IA.'. Utiliser des études de cas et témoignages pour démontrer l'efficacité de la plateforme.

SEO (structure & contenu)

Optimiser le site pour les mots-clés liés à la 'gestion des anomalies en qualité industrielle', 'algorithmes avancés pour la qualité', et 'solutions IA pour l'industrie'. Créer du contenu éducatif ciblant les 'Responsable qualité dans une usine cherchant à optimiser les processus de contrôle' pour améliorer le classement organique.

Réseaux sociaux (orga & créas)

Développer une présence active sur LinkedIn et Twitter en partageant des articles, des insights et des études de cas autour de la 'gestion des anomalies en qualité industrielle'. Engager les 'Responsable qualité dans une usine cherchant à optimiser les processus de contrôle' avec des webinaires et des démonstrations de 'QualiAI'.

Glossaire

- **CPC** : coût par clic.
- **CTR** : taux de clics (clics / impressions).
- **Landing page** : page d'atterrissage conçue pour convertir.
- **MQL / SQL** : lead marketing qualifié / lead commercial qualifié.
- **Close rate** : taux de transformation opportunité → vente.
- **ROAS** : chiffre d'affaires / dépenses publicitaires.

Conseil : garde ce livret comme base. Mets à jour la projection avec tes metrics (CPC, CTR, conv.) chaque mois.