

Stratégie d'acquisition — Acquisition — TechConnect

Livret agence • Export PDF identique au HTML

Concept De nombreux consultants peinent à trouver des missions à forte valeur ajoutée tout en souhaitant diversifier leurs sources de revenus. Notre solution est une plateforme en ligne qui met en relation des consultants spécialisés dans des domaines techniques (comme l'IA, le QHSE, l'audit, l'industrie et le spatial) avec des entreprises ayant des projets spécifiques. Cette plateforme permet aux consultants de proposer leurs services en freelance, tout en accédant à des outils d'optimisation de gestion de projet et de collaboration. Le marché cible comprend les PME et startups qui recherchent une expertise pointue sans avoir les moyens d'embaucher à temps plein. Le modèle économique repose sur une commission sur les missions réalisées via la plateforme. Ce qui nous différencie est notre focus sur des niches techniques et notre offre d'outils intégrés pour faciliter la gestion de projets. Pour démarrer, nous allons créer un site web fonctionnel, établir des partenariats avec des associations professionnelles et lancer une campagne de marketing ciblée sur les réseaux sociaux.

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 : revenu complémentaire

- 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

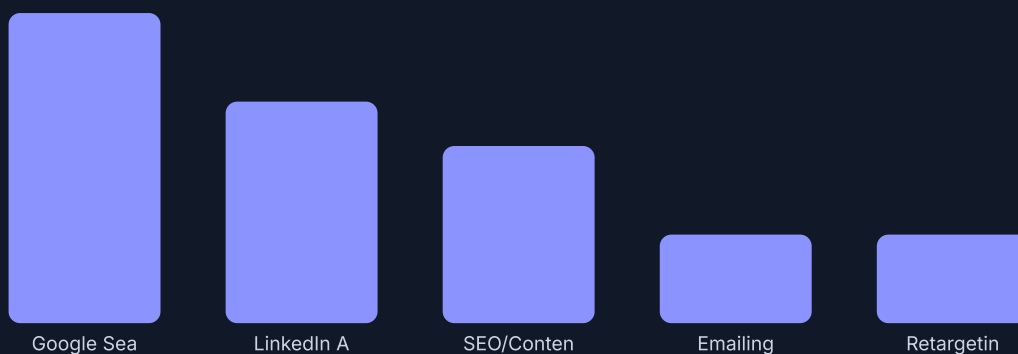
Consultant indépendant en ingénierie, cherchant à augmenter ses revenus. Il a des compétences techniques solides mais manque de visibilité sur le marché. Ses objectifs sont de trouver plus de missions et diversifier ses revenus. Il souffre d'un manque de réseau et d'opportunités. Ses critères d'achat incluent la facilité d'utilisation de la plateforme, la qualité des missions proposées et les frais de commission.

Budget mensuel

3000 €

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

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

Retargeting

10% du budget

Rattraper les indécis

Ce que tu fais concrètement :

- Crée une audience des visiteurs des 30 derniers jours.
- Prépare 2 visuels rappelant le bénéfice principal + une offre d'essai/démo.
- Limite la répétition (fréquence) pour éviter la lassitude.
- Exclus les clients déjà convertis.

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)

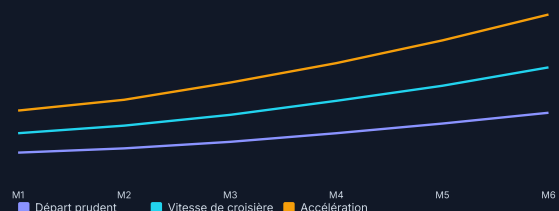
S'intéresser

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

Passer à l'action

Projection

Leads par mois — 3 trajectoires



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

Fidéliser

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

Funnel — M6 (indicatif)

Impressions: 69930

Clics: 1818

Leads: 109

MQL: 60

SQL: 27

Ventes: 5

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: 2.2 €

CTR: 2.0%

Conv. page: 5.0%

MQL: 55.0%

SQL: 45.0%

Closing: 20.0%

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

7. Annexes — Plans détaillés

Ads (Search / Social)

Utiliser des campagnes Google Ads et LinkedIn Ads ciblant le 'Consultant indépendant en ingénierie, cherchant à augmenter ses revenus'. Mettre en avant la facilité d'utilisation de la plateforme TechConnect, la qualité des missions proposées et les frais de commission compétitifs. Segmenter les annonces pour atteindre les niches techniques telles que l'IA, le QHSE, l'audit, l'industrie et le spatial.

SEO (structure & contenu)

Optimiser le site web de TechConnect avec des mots-clés pertinents pour attirer le 'Consultant indépendant en ingénierie, cherchant à augmenter ses revenus'. Inclure des termes liés aux niches techniques et aux outils d'optimisation de gestion de projet et de collaboration. Créer du contenu de qualité sur le blog pour améliorer le classement SEO et attirer des PME et startups à la recherche d'une expertise pointue.

Réseaux sociaux (orga & créas)

Lancer une campagne de marketing ciblée sur les réseaux sociaux pour atteindre le 'Consultant indépendant en ingénierie, cherchant à augmenter ses revenus'. Utiliser LinkedIn et Twitter pour partager des témoignages de succès de consultants utilisant TechConnect, et des articles sur la diversification des revenus et l'optimisation de la gestion de projet. Établir des partenariats avec des associations professionnelles pour élargir le réseau et créer des opportunités.

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.