Comprendre le Growth Hacking et l'utiliser pour développer votre activité.

Venez-vous de créer votre entreprise sur internet ? Même si vous n'avez pas une entreprise sur internet et que vous êtes entrepreneur. Vous avez surement ses problèmes à vos débuts. La difficulté de vous faire connaitre, manque de notoriété, un chiffre d'affaire au ralentir. Comme tout problème nous avons une solution pour vous. Nous allons vous montrer comment le **growth hacking** peut propulser votre business.



D'abord qu'est-ce que le Growth Hacking ?

Le **Growth Hacking**est une technique de croissance utilisée par les startups pour faire connaitre leurs produits ou service. Pour toute entreprise qui débute sur internet, l'usage de la publicité sponsorisée est la première action. Le Growth Hacking est une forme de  marketing à faible budget pour une croissance très rapide. L'idée c'est de créer une **machine à acquisition** de prospect automatique et inratable à son déclenchement. L'élément principal du Growth Hacking est le produit ou le service mise en avant. Le Growth Hacking a commencé dans une startup technologique dans la Silicone Valley et est fait pour les startups. Le Growth Hacker a généralement pour mission d'acquérir une énorme base d'utilisateurs afin d'assurer la croissance d'un produit ou service. De même les startups sont basées sur un modèle acquisition de monétisation c'est-à-dire acquérir dans un premier temps un grand nombre d'utilisateurs fidèles qui vont ensuite leur permettre de monétiser. De plus, les startups n'ont pas de grands moyens pour financer de grandes campagnes, ainsi le Growth Hacker va travailler avec un budget gérable pour permettre de faire grandir l'entreprise sans la faire grossir.

Le **Growth Hacking**et ses techniques sont inspirées de la matrice de Dave McClure.

Il a défini un tunnel de conversion logique qu'utilise la plupart des startups.

La matrice AARRR : Acquisition - Activation – Rétention – Referal - Revenu

Le Growth Hacking et ses techniques sont presque toujours inspirées de la matrice de Dave McClure.

Dave McClure est un business master  qui définit le tunnel de conversion logique, que selon lui toute startup devrait utiliser.

La matrice AARRR : Acquisition - activation – rétention – Referral -Revenu

Acquisition, la première étape de la matrice elle consiste à attirer les internautes sur un site web. Sa réussite dépend de l'offre, produit ou service que vous présentez.

Activation, la deuxième étape consiste à générer de leads. A cette étape il faut garantir une première expérience satisfaisante du produit ou du service aux utilisateurs.

La rétention, l'objectif à cette étape il s'agit du taux de conversion de votre site.

Le réferral, c'est ici que vos clients font la promotion de votre produit autour d'eux.

Le revenu, la dernière étape celle qui permettra la rentrée d'argent.

Chaque élément de la matrice est unique et indispensable pour activer la machine à sous. Cependant, la première étape est indispensable. Le premier aspect à prendre en compte.

* La création du produit.

Nous allons vous aider à connaitre les aspects que doivent avoir votre produit.

Quels sont les traits que doivent avoir votre produit ? En premier lieu déterminez ce que les gens veulent de votre produit. Posez-vous les bonnes questions. Des questions comme : de quoi ma cible a-t-elle besoin ?

Comment le produit répond aux besoins de ma cible ? Le produit que vous souhaitez proposer doit répondre à de véritables besoins d'une niche. Pour trouver de bonnes réponses à vos questionnements vous devez établir un questionnaire bien structuré destiné à votre niche. Les outils comme Google docs et surveymonkey sont adaptés pour la collecte des données.

Les données collectées vous permettront de créer un produit qui répondra aux attentes de votre niche. Les gens n'achètent pas un produit ils achètent une solution.

* Le deuxième aspect est de cibler le bon groupe de personnes.

En effet le **growth hacking**, c'est un ensemble de tests faits jusqu'à ce que le produit valide un usage suffisant pour être lancé dans un marché plus grand c'est le minimum viable product (MVP).

Cela est fait afin d'éviter de perdre du temps et de l'argent dans le développement d'un produit. Si ça marche, c'est amélioré sinon c'est abandonné. C'est pourquoi il ne faut pas viser tout le monde, mais les bonnes personnes qui seront vos premiers utilisateurs.

* Le troisième aspect

C’est de rendre le produit viral par des hacks de croissance.

La viralité n'est pas le fruit du hasard, elle est le produit d'une réflexion qui active des comportements chez les utilisateurs qui partagent.

Vous devez vous poser ses questions pour évaluer le potentiel viral de votre produit : Pourquoi les clients devraient partager ça ? Sera-t-il facile pour eux de le partager (sujet, thème, intérêt) ? Est-ce que le produit vaut la peine d'en parler ?

Il faut vous assurer que vous leur donnez quelque chose qu'ils veulent partager. Vous pouvez le faire en suivant deux étapes : rendre votre produit intéressant pour qu'il soit partagé et encourager le partage.

Ce qui intéresse plus de monde c'est lorsqu'ils recevront une commission en parrainant un ami. Les jeux concours sont connus pour être très viral.

Voici les quelques hacks de croissance à succès que certains start-ups ont mis en place pour leur développement :   
 - Dropbox  
Dropbox est un espace de stockage sur le web permettant la sauvegarde de fichiers. Pour acquérir des utilisateurs, ils ont mis en place un système de parrainage qui offrait 500mb d’espace de stockage par personne invitée. Dropbox donne encore 125mb de stockage pour un partage sur Twitter et Facebook. Ces techniques ont été copiées par la suite, car elle a été très efficace.   
 - Mailbox  
Mailbox lui a su acquérir des millions d’utilisateurs avant même le lancement de son produit. Ils ont réalisé une vidéo bien structurée qui met en avant la présentation de l’outil dans l’App Store. La vidéo a été très virale, ils ont à faire appel à des blogs prestigieux pour la création de contenu. L’objectif de cette vidéo, c’est permettre aux internautes de réserver leur téléchargement dans l’app store.   
  
 - Réddit  
Réddit quant à lui a utilisé des techniques peu recommandables. Au début, ils ont investi 500 $ dans la communication. Cela a permis de générer du trafic sur le site cependant le problème qui survient est le temps fait par les utilisateurs sur le site.   
  
En effet, ce temps est court, car les pages du site pratiquement vide. C’est à ce moment qu’ils ont eu l’idée de créer plusieurs faux comptes pour générer des pages de discussion. Ces techniques ont permis à Réddit d’être valorisé aujourd’hui à $500M.  
Les **Growth Hackers** débordent d'imagination et de ressources en remettant en question le marketing et l'usage de leurs produits, mais cela ne suffit pas pour en assurer une croissance durable.

* Le quatrième aspect est de se concentrer sur l'amélioration du produit.

L'amélioration du produit a pour but de conserver les clients. C'est dans ce sens que plusieurs applications mobiles présentent plusieurs offres gratuites et payantes à plusieurs niveaux.

Vous ne devez pas vous arrêter sur une phase de votre produit si vous voulez une croissance pérenne. L'innovation est la clé, cela permettre à vos utilisateurs d'être branché et tester de nouveaux trucs. C'est ce qui a fait la force d'Apple aujourd'hui. Ils proposent de nouveau produits et ainsi les utilisateurs ont hâte de tester le nouvel iphone qui vient de sortir.

Le manque d'innovation à couter beaucoup à la marque Nokia qui autre fois était le meilleur sur le marché de la téléphonie mobile.



**Les techniques de Growth Hacking possible sur votre site web.**

* **La génération de lead de qualité**

Vous avez passé l'étape de la création de votre produit. C'est le moment de faire tester votre produit. Pour générer les leads de potentiels clients. Il va falloir offrir une chose gratuite pour avoir les adresses mails de vos futurs clients. Une chose gratuite il s'agit d'un produit autre que votre produit que vous souhaitez vendre. Il peut s'agir d'un e-book qui montrera comment les utilisateurs peuvent résoudre leurs problèmes avec la solution que vous proposez. Les captures d'adresses mail serviront dans la mise en place de l’email marketing.

Cependant, ceci nécessite un petit budget pour cibler vos prospects. Il faudra créer un tunnel de vente efficace. Ce tunnel guidera le prospect dans une démarche qui le conduira à être un client. Votre growth hacker doit faire plus avec toujours moins.

Nous disposons des professionnels dans le domaine qui pourront mener votre projet à un niveau supérieur. Ils mettront des actions visant à faire découvrir votre produit aux utilisateurs et à fidéliser vos clients.

1. Attirer les utilisateurs via les réseaux sociaux

Quel que soit le type de produit que vous proposez, vos utilisateurs sont sur les médias sociaux : Facebook, Instagram, LinkedIn, Pinterest, etc. En faisant appel à la créativité et aux connaissances, notre équipe vous aidera à planifier vos actions sur les réseaux sociaux avec l'objectif de croissance globale de votre entreprise.

Pour y parvenir, nous effectuerons plusieurs tâches pour votre entreprise.

* Définir vos objectifs.

Notre équipe établira par ses actions les jalons qui doivent être atteints en utilisant une approche SMART. En reprenant l'exemple initial d'atteindre 10 000 utilisateurs en six mois, nous fixerons les objectifs pour chaque mois de manière à ce que l'objectif global soit atteint.

* Trouver vos utilisateurs potentiels.

Notre équipe vous aidera à établir vos tunnels de ventes et à identifier vos utilisateurs idéaux. Si vous définissez bien qui sont vos acheteurs et que vous connaissez leur âge, leur profession, leurs intérêts, leurs problèmes, etc. Il sera beaucoup plus facile et moins coûteux de les influencer sur les réseaux sociaux.

* Espionner la concurrence.

Nous étudierons également les stratégies de vos concurrents sur les réseaux sociaux. Cela permettra de connaitre les points sur lesquels vous devez agir. D'utiliser plus efficacement leurs stratégies.

1. Attirer les clients par le référencement

Les stratégies de référencement sont normalement envisagées à moyen terme, car il faut du temps pour que les changements apportés à un site web se reflètent dans les résultats de recherche. En outre, l'ancienneté du domaine entre également en ligne de compte, ce qui signifie que les startups récemment créées ne peuvent pas faire grand-chose à cet égard.

À ce stade, comment faire du Growth Hacking pour attirer le trafic par SEO ?

Optimisation des mots-clés à long terme (en considérant que ces mots-clés font référence à la start-up). En optimisant un nombre important de mots-clés de longue traîne, tout en continuant à apporter de la valeur aux utilisateurs et aux moteurs de recherche, nous pourront améliorer le référencement de votre site web et augmenter son trafic.

1. Améliorez la convivialité de votre site web

De temps en temps, le moindre changement de conception peut faire la différence entre faire du profit sur les ventes et perdre de l'argent. Nous effectuerons des tests A/B sur votre site web pour nous assurer que l'expérience de l'utilisateur est aussi optimale que possible et que les objectifs sont atteints.

1. Campagnes de maturation de prospects

Même si cette stratégie est a  priori révolue, l’email marketing reste l'une des meilleures méthodes disponibles pour une entreprise en matière de ROI.

Nous vous aiderons à augmenter votre nombre de prospect et à mettre en place des campagnes de lead visant à les convertir en clients.

Ce sont quelques-unes des actions qui peuvent être mises en œuvre par notre équipe :

* Pousser les internautes à s'abonner.
* Insérer des formulaires d'inscription dans différentes parties du site web.
* Lancer des campagnes pour guider les abonnés à travers un tunnel de vente efficace et les fidéliser.

Merci de nous avoir suivis jusqu'à la fin ce que vous devez retenir c'est qu'avec un budget restreint nous pouvons faire décoller votre entreprise. La mise en place de la matrice AARRR pour un Growth Hacking puissant. Si vous avez un projet contactez-nous pour une prise en charge et étude spécifique. Avec notre équipe d'expert votre projet sera traité avec la plus haute importance. Faites-nous confiance

Contactez-nous dès maintenant.

Méta description

Le Growth Hacking est une technique de croissance utilisée par les startups pour faire connaitre les produits ou service. Pour toute entreprise qui débute sur internet, l'usage de publicité sponsorisée est la première action. Le Growth hacking est une forme de marketing à faible budget pour une croissance très rapide. Consultez la page pour en savoir plus.