

LES STRATÉGIES INCONTURNABLES POUR
NE JAMAIS MANQUER DE PROSPECTS

TROUVER DES CLIENTS EN 2025.

DÉVELOPPEZ VOTRE
ENTREPRISE AVEC NOUS



WWW.KYROSTUDIO.FR

 Kyros

SOMMAIRE

Ce livre blanc est offert par Kyros pour vous aider à développer votre activité et à trouver vos prochains clients. Profitez de conseils pratiques et de stratégies éprouvées pour faire croître votre business avec succès.

I. CHIFFRE D'AFFAIRES ET ACQUISITION DE CLIENTS.....	3
1.1 Définir son chiffre d'affaires prévisionnel.....	3
• 1.1.1 Indicateurs à surveiller.....	4
• 1.1.2 Méthodologie pour calculer votre CA prévisionnel.....	4
1.2 Atteindre votre objectif de chiffre d'affaires.....	5
• 1.2.1 Optimiser votre acquisition client.....	5
2.LE TUNNEL DE CONVERSION	6
2.1 Définitions pour comprendre le processus de conversion.....	7
2.2 Structurez votre Funel de conversion.....	8
2.3 TOFU (Top of the Funnel) :Attirer l'attention.....	9
2.4 MOFU (Middle of the Funnel) : Convertir les leads.....	10
2.5 BOFU (Bottom of the Funnel) : Conclure la vente.....	11
3.COMMENT OPTIMISER VOTRE TUNNEL DE CONVERSION ?.....	12
3.1 Convaincre et Convertir.....	13
3.2 Comment renforcer la confiance et pousser à l'achat ?.....	13
3.3 Inciter le prospect à passer à l'action.....	14
4. STRATÉGIES COMMERCIALES.....	15
4.1 Stratégie à Court Terme.....	15
• 4.1.1 Meilleures pratiques pour une prospection efficace.....	16
• 4.1.2 Exemple de performance d'une campagne de prospection	17
• 4.1.3 Astuces pour optimiser votre stratégie à court terme.....	17
• 4.1.4 Référencemet Local.....	18
• 4.1.5 Pourquoi le SEO local est essentiel pour votre entreprise ?.....	18
• 4.1.6 Exemple : Startup ou entrepreneur créatif.....	19
• 4.1.7 Les avantages pour votre activité :.....	19
• 4.1.8 En pratique : Comment optimiser votre fiche.....	19
Google My Business ?	

SOMMAIRE

Ce livre blanc est offert par Kyros pour vous aider à développer votre activité et à trouver vos prochains clients. Profitez de conseils pratiques et de stratégies éprouvées pour faire croître votre business avec succès.

4.2 Stratégie à moyen Terme.....	20
• <u>4.2.1 Les meilleures plateformes.....</u>	20
• <u>4.2.2 Stratégie de Partenariats.....</u>	21
• <u>4.2.3 Où trouver des partenaires potentiels ?.....</u>	21
• <u>4.2.4 Comment créer un partenariat gagnant-gagnant ?.....</u>	22
• <u>4.2.5 Exemple de performance d'un partenariat stratégique.....</u>	23
4.3 Stratégie à loong Terme.....	24
• <u>4.3.1 Référencement Naturel (SEO).....</u>	25
• <u>4.3.2 Stratégie sur les Réseaux Sociaux.....</u>	26
• <u>4.3.3 Exploiter le Bouche-à-Oreille.....</u>	27
• <u>4.3.4 Comment encourager vos clients à parler de vous ?.....</u>	27
• <u>4.3.5 Stratégie Commerciale Payante.....</u>	28
• <u>4.3.6 Pourquoi utiliser la publicité digitale ?.....</u>	28
• <u>4.3.7 Les trois principales plateformes.....</u>	29
• <u>4.3.8 Comment réussir votre stratégie publicitaire ?.....</u>	30
• <u>4.3.9 Optimiser votre stratégie publicitaire : Les KPIs à suivre.....</u>	30
EN RÉSUMÉ.....	31
BESOIN D'UN COUP DE BOOST ?.....	32

1. CHIFFRE D'AFFAIRES ET ACQUISITION CLIENTS

Pour garantir la croissance de votre startup ou booster votre activité entrepreneuriale, il est essentiel de **fixer un objectif de chiffre d'affaires (CA)** clair et de mettre en place une stratégie commerciale sur mesure. Celle-ci doit être alignée avec votre secteur d'activité, vos compétences et vos ambitions pour **attirer le nombre de clients nécessaires** chaque mois.

1.1 Définir son chiffre d'affaires prévisionnel

Le chiffre d'affaires (CA) représente la somme totale des revenus générés par la vente de vos produits ou services sur une période donnée, souvent calculée sur un exercice comptable annuel
(généralement du 1er janvier au 31 décembre).

La projection du CA est une estimation réaliste des revenus que vous anticipez de réaliser. Elle est particulièrement cruciale lors de la phase de démarrage de votre projet pour valider votre modèle économique et ajuster votre stratégie de vente.

Hypothèses clés pour estimer votre chiffre d'affaires :
Visez un CA double de votre objectif de rémunération nette mensuelle, tout en prenant en compte votre structure juridique (SASU, EURL, micro-entreprise...) et votre niveau de charges opérationnelles (par exemple, loyers commerciaux, outils SaaS, marketing).

Prévoyez environ trois fois plus de rendez-vous qualifiés que le nombre de clients souhaités. Ce ratio dépend de la pertinence de votre offre et de vos compétences en closing.



1.1.1 INDICATEURS À SURVEILLER :

- Coût d'acquisition client (**CAC**)
- Taux de conversion lors des rendez-vous commerciaux
- Marge brute et capacité à scaler votre modèle

1.1.2 MÉTHODOLOGIE POUR CALCULER VOTRE CA PRÉVISIONNEL :

Pour anticiper votre chiffre d'affaires, vous devez évaluer :

- **Le nombre de clients potentiels** sur votre marché cible
- Le **volume d'achat** moyen par client (en fonction de votre panier moyen ou de la **valeur de votre offre**)
- **Le prix de vente** de vos produits ou services

Avec Kyros, nous vous aidons à construire une projection de chiffre d'affaires solide et à suivre vos indicateurs de performance. Cela vous permet de piloter la croissance de votre entreprise et d'attirer des clients de manière durable et efficace.



EXEMPLE CAS D'UNE OFFRE DE SERVICE B2B :



OBJECTIF
3 000 € par mois



CA NÉCESSAIRE
6 000 € par mois (3 000 € x 2)



PRIX DE L'OFFRE
1 500 €



NOMBRE DE CLIENTS REQUIS
4 (6 000 € ÷ 1 500 €)



RENDEZ-VOUS QUALIFIÉS
12 (4 clients x 3 RDVs)

EXEMPLE DE GESTION FINANCIÈRE :



CA MENSUEL
6 000 €



CHARGES OPÉRATIONNELLES
1 500 €



RÉMUNÉRATION
3 000 €



COTISATIONS SOCIALES
(40 %) : 1 200 €



BÉNÉFICE NET
300€ (6 000 € - 1 500€
- 3 000 € - 1 200 €)

1.2 Atteindre votre objectif de chiffre d'affaires

Pour atteindre votre objectif de chiffre d'affaires (CA), il vous faut obtenir **12 rendez-vous qualifiés** par mois. Un rendez-vous qualifié est celui où, après une **évaluation préalable**, vous avez confirmé que votre offre répond parfaitement aux besoins et aux critères spécifiques de votre prospect.

Pour y arriver, vous devez cibler 180 prospects qualifiés chaque mois :

Option 1 :

Attirer au moins **180 visites physiques** par mois (par exemple, dans un showroom, lors d'événements ou dans vos locaux).

Option 2 :

Générer environ **3 000 visites** sur votre site internet, en supposant un taux de conversion moyen de **2 %** (**3 000 visiteurs x 2 % = 60 clients**).

1.2.1 OPTIMISER VOTRE ACQUISITION CLIENT :

Pour les startups en phase de lancement, atteindre cet objectif uniquement avec des produits à faible coût peut être un défi. Si votre offre repose sur ce type de produit, le volume de ventes devra être considérablement élevé.

Mais voici la clé :

si votre produit est récurrent, comme un abonnement, vous pouvez garantir des revenus stables **grâce à la fidélisation**. Cela limite le besoin de constamment renouveler votre base de clients. **Avec l'accompagnement de Kyros, vous pourrez mettre en place des stratégies efficaces pour fidéliser vos clients et construire des revenus durables.**

2. LE TUNNEL DE CONVERSION

De l'inconnu au client satisfait

Pour une startup ou un entrepreneur, le tunnel de conversion (ou entonnoir de vente) est **un processus stratégique fondamental qui permet de transformer une personne inconnue en un client fidèle et engagé**. Ce tunnel se compose de plusieurs étapes clés, chacune visant à répondre à des besoins spécifiques tout au long du parcours client, **depuis la première interaction avec votre marque jusqu'à la fidélisation à long terme**.



Chaque étape du funnel doit être **soigneusement pensée pour maximiser les chances de conversion**, tout en offrant une expérience fluide et satisfaisante. Cela commence par l'acquisition de prospects qualifiés, un processus essentiel pour attirer des visiteurs intéressés par vos produits ou services.

Au fur et à mesure que le prospect avance dans le funnel, l'objectif est de l'engager de manière personnalisée et pertinente, en lui fournissant des informations qui correspondent à ses besoins et à ses attentes. À ce stade, **la crédibilité et la confiance doivent être établies**, ce qui passe par des éléments tels que des témoignages clients, des démonstrations de produits ou encore des offres spéciales qui suscitent l'intérêt. Ensuite, **la phase de conversion s'active**, où il est crucial de lever **les dernières objections** et de **faciliter l'achat**, qu'il s'agisse d'un produit, d'un service ou d'une offre spéciale.

Enfin, **le tunnel ne se termine pas à la vente**. La fidélisation est une étape essentielle qui permet de transformer un client occasionnel **en un ambassadeur loyal de votre marque**. Cela passe par un suivi personnalisé, des offres exclusives, un service client de qualité et une communication continue pour maintenir l'intérêt et encourager les achats répétés. Un tunnel de conversion bien conçu doit non seulement **maximiser les taux de conversion**, mais également améliorer l'expérience client à chaque étape, garantissant ainsi non seulement des ventes, mais également une relation durable avec vos clients.

2.1 Définitions pour comprendre le processus de conversion :



Audience :

L'ensemble des personnes potentiellement **exposées à votre marque** via un média, un message publicitaire, une campagne de communication ou vos contenus en ligne.

Exemple : Les visiteurs de votre site web, les abonnés à vos réseaux sociaux ou les participants à vos webinaires.

Lead :

Un contact en phase d'exploration, qui a identifié un besoin et **montre un intérêt pour votre solution**, mais qui cherche encore à en savoir plus.

Objectif :

Captez son attention avec du contenu informatif (ebooks, articles, vidéos) et **démarquez-vous** par votre expertise

Prospect :

Un potentiel client qui a évalué son besoin et recherche activement le bon partenaire commercial. Il montre une intention claire et **est prêt à engager une conversation commerciale**.

Stratégie :

Proposez un rendez-vous ou une démonstration gratuite pour **instaurer la confiance** et adapter votre discours à ses problématiques spécifiques.

Client :

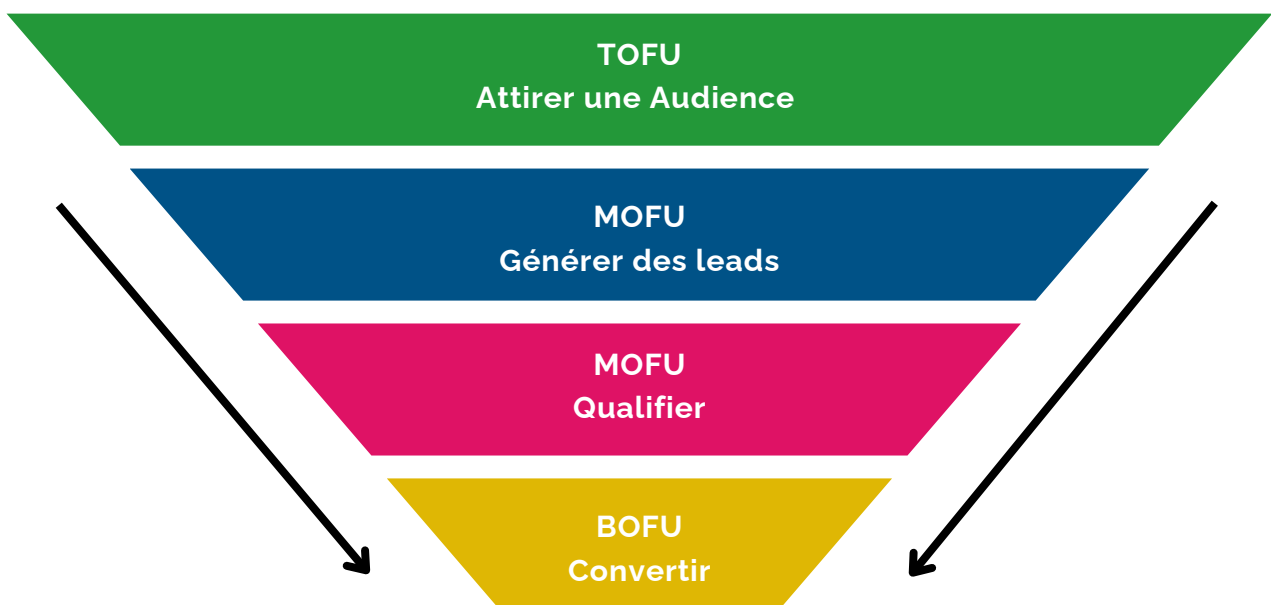
Une personne qui a effectué un achat ou souscrit à votre service. Votre objectif est maintenant de le satisfaire pleinement pour en faire un **ambassadeur de votre marque**.

Action :

Assurez **un suivi personnalisé**, offrez un support de qualité et incitez-le à partager son expérience positive (avis, témoignages).

2.2 Structurez votre Funnel de conversion

Le funnel de conversion (ou entonnoir de vente) est un processus structuré où chaque étape s'appuie sur la précédente. Pour maximiser vos résultats, **chaque phase doit être optimisée**, de l'acquisition de prospects à la fidélisation des clients. En affinant ces étapes, vous améliorez progressivement votre taux de conversion global et créez un parcours client fluide et efficace, permettant ainsi d'obtenir des résultats concrets. **L'approche de Kyros vous guide dans cette optimisation, en vous aidant à maximiser chaque phase de votre funnel pour transformer chaque interaction en succès durable.**



Bénéficiez d'un audit offert
avec un expert Kyros

Obtenez dès maintenant un plan d'action personnalisé pour propulser votre activité vers de nouveaux sommets !

Je veux mon audit offert

2.3 TOFU (Top of the Funnel) : Attirer l'attention

Pour une startup ou un entrepreneur, le funnel de conversion (ou entonnoir de vente) est un processus stratégique qui guide un prospect depuis la découverte de votre marque jusqu'à l'achat de votre produit ou service. Il se décompose en trois étapes clés : **TOFU, MOU et BOFU**.



Objectif :

Générer du trafic et sensibiliser une audience pertinente à votre offre.

Comment faire ?

- Créer un branding solide qui retiendra l'attention de votre cible.
- **Utilisez le SEO**, les réseaux sociaux, la publicité en ligne et les plateformes de contenu.
- **Créez du contenu** généraliste sur votre secteur ou **sur les problématiques de votre cible** (articles de blog, vidéos, podcasts, infographies).

Exemple :

Une startup qui propose une application de productivité pourrait publier un article intitulé "10 astuces pour gagner du temps au travail" ou partager une vidéo sur "Comment rester concentré en télétravail".

2.4 MOFU (Middle of the Funnel) : Convertir les leads



Objectif :

Transformer votre audience en leads qualifiés en collectant leurs coordonnées.

Comment faire ?

- Créez des landing pages avec des offres gratuites (ebooks, études de cas, webinaires, newsletters).
- Fournissez des conseils pratiques et montrez votre expertise pour **instaurer la confiance**.

Exemple :

Proposez un guide gratuit sur "Comment augmenter sa productivité en 7 jours". En échange de ce contenu premium, demandez à l'utilisateur son adresse email.



Bénéficiez d'un audit offert
avec un expert Kyros
Obtenez dès maintenant un plan d'action
personnalisé pour propulser votre activité
vers de nouveaux sommets !

Je veux mon audit offert

2.5 BOFU (Bottom of the Funnel) : Conclure la vente



Objectif :

Convaincre vos prospects de passer à l'achat et devenir des clients.

Comment faire ?

- **Utilisez du contenu orienté vente** : démos produits, témoignages clients, offres exclusives, essais gratuits ou appels de vente.
- **Privilégiez des interactions plus personnalisées** : RDV téléphoniques, visioconférences, événements privés.

Exemple :

Envoyez un email proposant un **audit gratuit ou un appel découverte** pour expliquer comment votre solution peut résoudre leurs problèmes spécifiques.

Résumé : Les étapes du funnel de conversion

- **TOFU** : Attirer les visiteurs → **Créer du contenu engageant**
- **MOFU** : Générer des leads → **Collecter les informations de contact**
- **BOFU** : Convertir les prospects → **Vendre votre offre et fidéliser**

Avec un funnel de conversion bien optimisé, vous maximisez vos chances de transformer chaque opportunité en client satisfait, **Kyros vous accompagne dans l'optimisation de chaque étape, en affinant vos stratégies pour garantir un parcours client fluide et une rentabilité durable.**

3.COMMENT OPTIMISER VOTRE TUNNEL DE CONVERSION ?



Avec un tunnel de conversion optimisé, vous maximisez votre retour sur investissement tout en transformant chaque opportunité en succès commercial !

01

Créer une Audience :

Utilisez les réseaux sociaux, le SEO et le **contenu de valeur** pour attirer un large public qualifié.

02

Générer des Leads :

Mettez en place des formulaires d'inscription, **des offres de contenu gratuit** (lead magnets) ou des inscriptions à des événements en ligne

03

Convertir les Prospects :

Adoptez une approche commerciale proactive avec des appels à l'action clairs et proposez des **solutions adaptées** aux besoins spécifiques de chaque prospect.

04

Fidéliser vos Clients :

Proposez un service client réactif, **personnalisez votre relationnel** et créez des programmes de fidélisation pour augmenter la rétention client.

3.1 Convaincre et Convertir

C'est notre rôle chez Kyros :

vous accompagner dans cette étape cruciale, en affinant chaque phase du parcours client pour répondre à toutes les préoccupations, instaurer une relation de confiance et maximiser la conversion. En créant une expérience fluide et adaptée à chaque prospect, vous serez en mesure de transformer cette hésitation en un engagement à long terme, tout en assurant une croissance durable de votre entreprise.



3.2 Comment renforcer la confiance et pousser à l'achat ?

Apportez de la valeur avec du contenu pertinent :

- Envoyez des newsletters régulières avec des conseils pratiques, des témoignages clients et des offres exclusives.
- Montrez des **exemples concrets de réussite** grâce à votre produit ou service.

Créez des opportunités d'engagement :

- Proposez un lead magnet attractif (contenu gratuit en échange des informations de contact) pour capter l'attention de votre cible.

Exemples de lead magnets :

- Étude de cas démontrant les résultats obtenus par d'autres clients.
- Guide pratique pour résoudre une problématique spécifique.
- Quiz interactif qui permet au prospect de mieux comprendre ses besoins.
- Formation gratuite, atelier ou conférence en ligne pour afficher votre expertise.

3.3 Inciter le prospect à passer à l'action

Proposez un appel à l'action clair et engageant, par exemple :
"Je veux mon audit offert !" ou "Je réserve mon RDV gratuit !"

Pour des offres à **plus de 1 000 €**, privilégiez un **entretien personnalisé** (téléphonique ou visio) pour maximiser vos chances de conversion.



Exemple concret :

Un internaute intéressé télécharge votre guide gratuit sur "Comment booster sa productivité". Vous l'ajoutez à votre liste email et il commence à recevoir :

- Des conseils concrets adaptés à ses besoins.
- Des témoignages clients inspirants qui montrent la valeur ajoutée de votre offre.
- Des offres promotionnelles ou un accès privilégié à un atelier gratuit.

L'objectif :

Amener ce prospect à **réserver un appel** découverte ou à acheter directement votre produit/service en ligne.

En structurant efficacement votre funnel de conversion, vous augmentez votre crédibilité, **gagnez la confiance de vos prospects** et optimisez vos chances de conclure des ventes rapidement et durablement !

En structurant efficacement votre funnel de conversion, vous augmentez votre crédibilité, gagnez la confiance de vos prospects et optimisez vos chances de conclure des ventes rapidement et durablement !

4. STRATÉGIES COMMERCIALES

Court, Moyen et Long Terme

Pour atteindre vos objectifs de chiffre d'affaires (CA) et de rémunération nette, il est essentiel de mettre en place une stratégie commerciale structurée sur trois horizons temporels : **court, moyen et long terme**.



4.1 Stratégie à Court Terme

Prospection Commerciale Active

La prospection commerciale est la première étape du cycle de vente. Elle consiste à identifier, contacter et **convertir des prospects en clients** rapidement. C'est une méthode efficace pour générer du chiffre d'affaires immédiat.

Objectif :

Remplir votre pipeline de ventes avec des leads qualifiés.

Techniques de prospection :

- **Démarchage téléphonique** : Appels ciblés avec un script bien préparé.
- **Mailing direct** : Envoi de messages personnalisés avec un call-to-action clair.
- **Réseaux sociaux** (LinkedIn, Instagram) : Interaction directe avec votre audience.
- **Networking** : Participation à des événements professionnels pour rencontrer des prospects en face à face.



4.1.1 MEILLEURES PRATIQUES POUR UNE PROSPECTION EFFICACE

Cibler précisément votre client idéal

- Définissez votre persona acheteur.

Engager la conversation :

- Créez un lien de confiance en posant les bonnes questions.

Orienter vers votre offre :

- Montrez en quoi votre solution répond à un besoin spécifique.

Identifier les freins :

- Analysez les objections pour mieux y répondre.
- **Proposer un audit ou un RDV gratuit :**
Donnez un avant-goût de votre expertise.
- **Planifiez une consultation gratuite**
avec Kyros Studio pour obtenir un plan de prospection personnalisé.

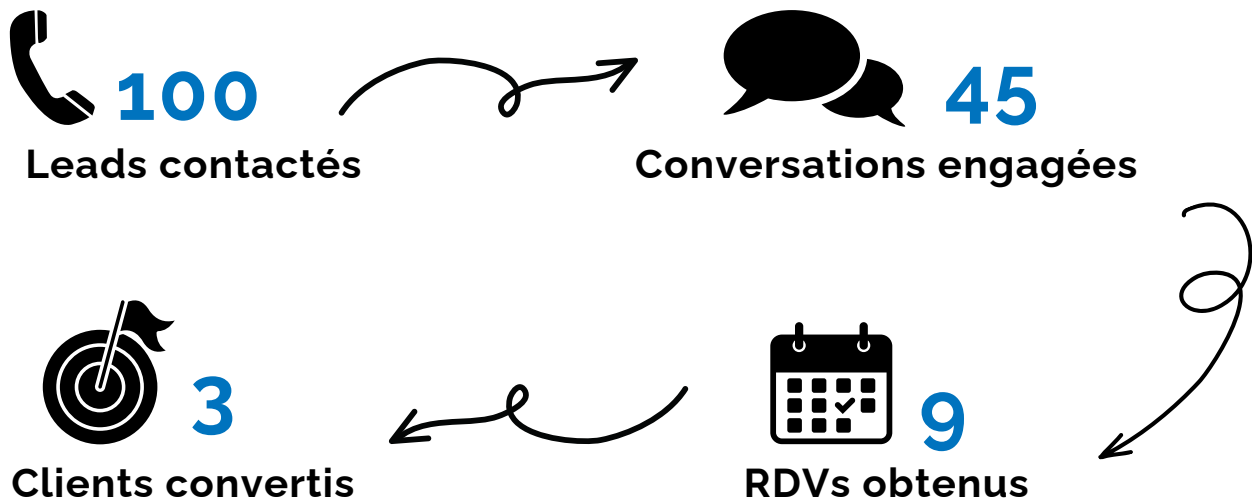


Bénéficiez d'un audit **offert** avec un expert Kyros

Obtenez dès maintenant un plan d'action personnalisé pour propulser votre activité vers de nouveaux sommets !

Je veux mon plan d'action

4.1.2 EXEMPLE DE PERFORMANCE D'UNE CAMPAGNE DE PROSPECTION



45 %
Taux de
réponse

20 %
Conversion
leads

33 %
Conversion
prospects

4.1.3 ASTUCES POUR OPTIMISER VOTRE STRATÉGIE À COURT TERME

- **Suivez vos KPIs** : Analysez chaque étape de votre processus de prospection.
- **Adaptez votre discours** : En fonction des retours de vos prospects.
- **Itérez rapidement** : Ce qui ne fonctionne pas doit être ajusté sans attendre.
- **Planifiez une consultation gratuite avec Kyros Studio** pour obtenir un plan de prospection personnalisé.

En combinant des actions ciblées et un suivi rigoureux de vos taux de conversion, vous pourrez obtenir des **résultats rapides** tout en bâtissant une **base de clients solide** pour soutenir la **croissance de votre entreprise sur le long terme**.

4.1.4 RÉFÉRENCIEMENT LOCAL

Optimisez votre Visibilité en Ligne

Le **référencement local** (ou SEO local) **est un levier puissant** pour attirer des clients à proximité. Il s'agit d'un ensemble de techniques visant à **positionner favorablement votre site web** ou votre fiche Google My Business (GMB) dans les résultats de recherche locale sur Google et d'autres moteurs de recherche.

4.1.5 POURQUOI LE SEO LOCAL EST ESSENTIEL POUR VOTRE ENTREPRISE ?

Lorsque les utilisateurs recherchent un produit ou un service spécifique près de chez eux (par exemple "agence de branding à Paris" ou "studio créatif près de moi"), Google utilise la géolocalisation pour afficher les résultats les plus pertinents et les plus proches.

Créer et optimiser votre fiche Google My Business permet de :

- Apparaître sur Google Maps, augmentant votre **visibilité locale**.
- **Attirer des clients potentiels** directement depuis les recherches locales.
- Afficher des avis clients positifs, **renforçant** ainsi **votre crédibilité**.
- Personnaliser votre fiche avec des photos, vos services, des offres spéciales et des publications régulières.

Astuce :

Publiez régulièrement des mises à jour sur votre fiche GMB pour maintenir un bon classement local.





4.1.6 EXEMPLE : STARTUP OU ENTREPRENEUR CRÉATIF

Ainsi, une jeune agence de design peut **optimiser sa visibilité** locale en créant une fiche Google My Business percutante, mettant en avant ses services (logos, sites web, identité visuelle) avec des visuels attrayants de ses projets réalisés et des **témoignages clients authentiques**. **Nous vous aidons à structurer cette vitrine digitale pour capter l'attention des entrepreneurs locaux**, vous plaçant ainsi en tête des résultats locaux et devançant vos concurrents.

4.1.7 LES AVANTAGES POUR VOTRE ACTIVITÉ :

- ☒ Accélérer votre visibilité locale sans investir dans de la publicité payante.
- ☒ Toucher une audience qualifiée prête à consommer ou à **collaborer rapidement**.
- ☒ Améliorer votre SEO global, car une fiche bien optimisée impacte aussi votre classement organique.

4.1.8 EN PRATIQUE : COMMENT OPTIMISER VOTRE FICHE GOOGLE MY BUSINESS ?

Renseignez toutes les informations :

- adresse, horaires, téléphone, site web.
- Ajoutez des photos de qualité : locaux, équipe, réalisations.
- Publiez des posts réguliers avec vos offres ou actualités.
- **Incitez vos clients satisfaits à laisser un avis positif.**

4.2 Stratégie à moyen Terme :

Plateformes de Mise en Relation

Pour compléter votre visibilité locale, profitez des plateformes de mise en relation entre **freelances et entreprises**. Ces plateformes permettent de :

- Accéder à un large vivier de **clients potentiels**.
- **Obtenir des missions** sans passer des heures à prospecter activement.

4.2.1 LES MEILLEURES PLATEFORMES

Malt :

- **🇫🇷 Référence en Europe**, idéale pour les freelances créatifs, développeurs, consultants, etc.
- Possibilité de créer un profil détaillé avec vos compétences, vos réalisations et votre taux journalier moyen (TJM).
- Les entreprises **choisissent directement le freelance** correspondant à leurs besoins.

Upwork & Fiverr :

- Plateformes internationales avec **une forte demande pour les projets créatifs et digitaux**.
- Idéales pour tester de nouveaux marchés à l'étranger.

Crème de la Crème :

- Ciblée sur les talents digitaux, cette plateforme propose également un accompagnement communautaire (Slack, groupes de travail).

Avantages :

- **Gain de temps** sur la prospection active.
- Accès direct à des entreprises prêtes à collaborer.
- **Augmentation de votre notoriété en ligne**, notamment grâce aux avis laissés par vos clients sur votre profil freelance.
- En combinant une stratégie de référencement local avec une présence active sur les plateformes de freelancing, vous **maximisez vos chances de développer votre activité** tout en minimisant vos efforts de prospection directe.

4.2.2 STRATÉGIE DE PARTENARIATS

Développez votre réseau B2B

À moyen terme, les partenariats stratégiques permettent de **créer des alliances** avec des structures ayant la même cible que vous, mais avec une expertise ou un réseau différent.

4.2.3 OÙ TROUVER DES PARTENAIRES POTENTIELS ?



Lieux physiques

- Espaces de coworking
- Incubateurs et pépinières
- Tiers lieux et hubs d'innovation



Réseaux présents

- Chambres de commerce
- Réseaux de chefs d'entreprises
- France Travail



Communautés en ligne

- Groupes Facebook et LinkedIn
- Pages Instagram ciblées



Experts complémentaires

- Organismes de formation
- Consultants indépendants
- Experts en conseil stratégique



Bénéficiez d'un audit **offert** avec un expert **Kyros**

Obtenez dès maintenant un plan d'action personnalisé pour propulser votre activité vers de nouveaux sommets !

Je veux mon audit offert

4.2.4 COMMENT CRÉER UN PARTENARIAT GAGNANT-GAGNANT ?



01

Organiser des événements en commun :

Petit déjeuner, webinaires, ateliers pratiques.

02

Mettre en avant vos partenaires sur votre site web ou vos réseaux sociaux.

03

Offrir votre expertise gratuitement à leur équipe ou à leurs clients pour montrer votre valeur ajoutée.

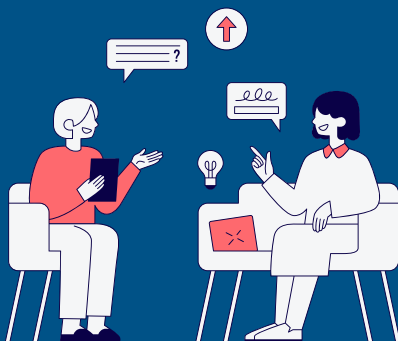
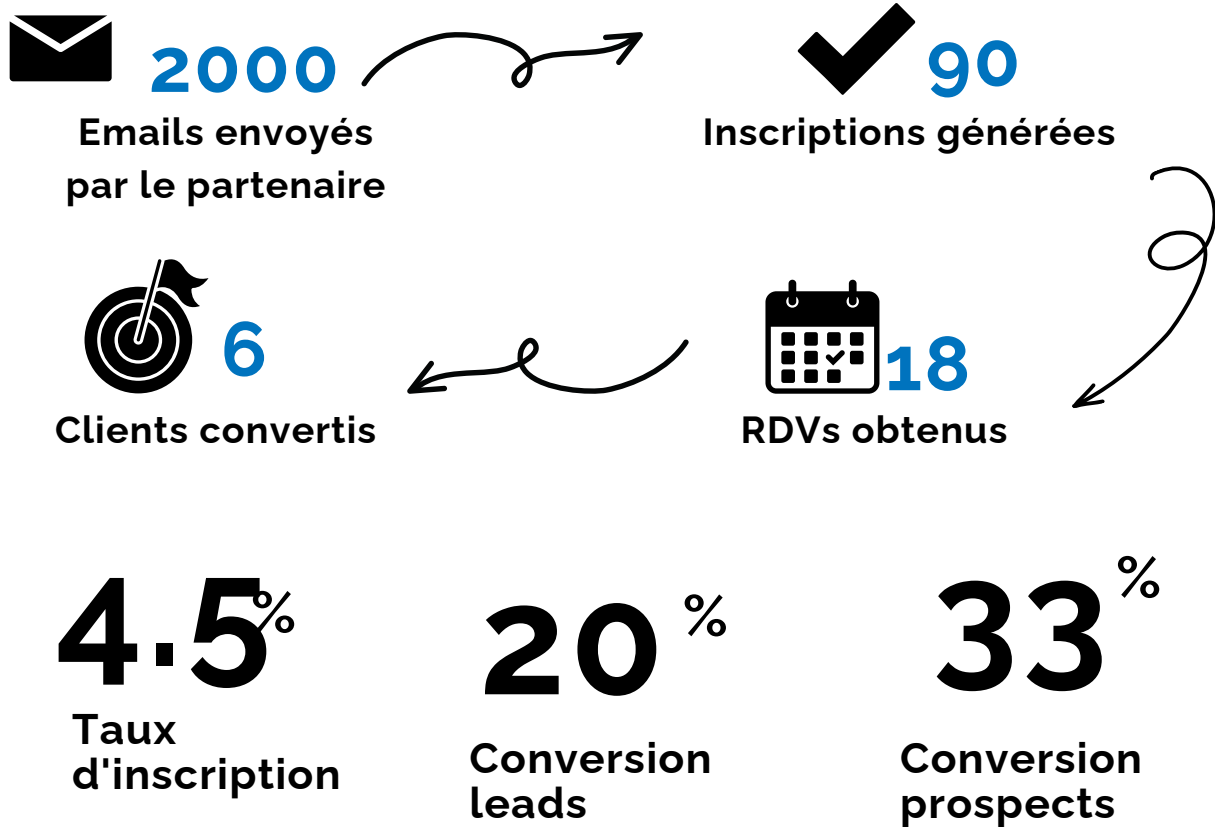
04

Échanger des recommandations ou établir un partenariat rémunéré sous forme de commission.

Astuce :

Demandez à votre partenaire de promouvoir votre lead magnet gratuit (guide, étude de cas, conférence...) auprès de son audience pour maximiser vos chances de conversion.

4.2.5 EXEMPLE DE PERFORMANCE D'UN PARTENARIAT STRATÉGIQUE :



Bénéficiez d'un audit **offert** avec un expert **Kyros**

Obtenez dès maintenant un plan d'action personnalisé pour propulser votre activité vers de nouveaux sommets !

Je veux mon audit offert

4.3 Stratégie à loong Terme : Développer votre visibilité

Pour assurer la croissance durable de votre startup ou activité entrepreneuriale, il est essentiel de **combiner différentes stratégies marketing** telles que le référencement naturel (**SEO**), **les réseaux sociaux et le bouche-à-oreille**. Voici comment exploiter ces leviers pour attirer plus de clients.



Une stratégie de contenu consiste à produire régulièrement du contenu pertinent (articles, vidéos, podcasts, infographies) pour attirer une audience qualifiée.

Objectif :

- Générer du trafic organique grâce au SEO (référencement naturel).
- Créer une communauté engagée sur vos réseaux sociaux.
- Incorporer votre contenu dans votre funnel de conversion pour transformer votre audience en clients.

Astuce :

Publiez régulièrement et analysez votre taux de conversion pour affiner votre stratégie au fil du temps.

4.3.1 RÉFÉRENCEMENT NATUREL (SEO)

Gagnez en Visibilité en Ligne

Le SEO (Search Engine Optimization) regroupe l'ensemble des techniques permettant **d'améliorer le classement de votre site web dans les résultats des moteurs de recherche**, notamment Google. L'objectif est de créer du contenu pertinent basé sur les mots-clés recherchés par votre audience cible pour atteindre les premières places des résultats et maximiser le trafic organique.

Les clés d'un bon SEO :

- **Qualité du contenu** : Proposez des articles, vidéos ou podcasts qui répondent aux questions de votre cible.
- **Backlinks stratégiques** : Obtenez des liens provenant de sites fiables pour renforcer votre crédibilité.
- **Optimisation mobile** : Assurez-vous que votre site soit fluide et rapide sur smartphone



Exemple :

- Si vous proposez une solution SaaS, rédigez un article de blog intitulé "5 outils indispensables pour optimiser la productivité de votre startup" en utilisant des mots-clés pertinents.

4.3.2 STRATÉGIE SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX

Créez une Communauté Engagée

Les réseaux sociaux sont un formidable levier pour **développer votre notoriété et générer des leads qualifiés**. Pour cela, il est indispensable de structurer vos actions grâce à **un plan de communication réalisé par un professionnel**. **Nous structurons vos actions** avec un plan de communication clair et cohérent, afin de transformer chaque publication en opportunité concrète, **maximiser votre impact et accélérer votre croissance**.



Étapes pour une stratégie sociale efficace :

- Définir vos objectifs : Notoriété, engagement, conversion ?
- Choisir les bons réseaux : LinkedIn pour le B2B, Instagram pour le visuel, Twitter pour l'actualité tech, etc.
- Adapter le contenu : Variez les formats (posts, stories, vidéos courtes, infographies).
- Collaborer avec des influenceurs ou agence : Augmentez votre portée en vous associant à des personnes influentes dans votre domaine.
- Mesurer les performances : Suivez les indicateurs clés (likes, partages, commentaires) et ajustez votre stratégie en conséquence.

Astuce :

- L'utilisation d'outils d'intelligence artificielle (comme ChatGPT, Canva ou Hootsuite) peut automatiser certaines tâches, vous faisant gagner du temps tout en maintenant la régularité de vos publications.

4.3.3 EXPLOITER LE BOUCHE-À-OREILLE : Créez de la Preuve Sociale

Le bouche-à-oreille est un atout puissant. Lorsque vos clients parlent positivement de votre marque, cela **renforce votre crédibilité** et attire naturellement de nouveaux prospects.



4.3.4 COMMENT ENCOURAGER VOS CLIENTS À PARLER DE VOUS ?

Demandez des avis :

- Sollicitez des témoignages sur **Google My Business, Trustpilot** ou directement sur vos réseaux sociaux.

Créez des incitations :

- Offrez une réduction ou un bonus en échange d'un avis ou d'une **recommandation**.

Réactivité exemplaire :

- Répondez rapidement aux demandes de vos clients pour améliorer leur satisfaction.

Exemple :

- Après chaque prestation, envoyez un email de **suivi personnalisé** avec un lien direct pour laisser un avis. Cela augmente considérablement vos chances de recevoir des retours positifs.

4.3.5 STRATÉGIE COMMERCIALE PAYANTE

la Croissance de Votre Startup

Pour une startup ou un entrepreneur, la publicité digitale est un levier puissant pour booster rapidement votre visibilité et attirer des clients qualifiés. **En combinant une stratégie publicitaire** performante avec un **funnel de conversion optimisé**, vous maximisez votre retour sur investissement (ROI) tout en gardant **un contrôle strict sur votre budget**.



4.3.6 POURQUOI UTILISER LA PUBLICITÉ DIGITALE ?

- **Visibilité instantanée** : Une campagne bien paramétrée peut générer des résultats dès les premières 24 heures.
- **Contrôle du budget** : Vous pouvez ajuster vos dépenses publicitaires en fonction des performances.
- **Mesure du ROI** : Suivez précisément chaque étape de la conversion pour optimiser votre stratégie.



Bénéficiez d'un audit offert
avec un expert Kyros
Obtenez dès maintenant un plan d'action
personnalisé pour propulser votre activité
vers de nouveaux sommets !

Je veux mon audit offert

4.3.7 LES TROIS PRINCIPALES PLATEFORMES

Google Ads, Meta Ads, LinkedIn Ads



Google Ads : Atteignez les prospects au bon moment

- Publicité **basée sur les mots-clés** : Votre annonce s'affiche lorsque votre client idéal recherche activement des solutions à son problème.
- **SEA** (Search Engine Advertising) : Vos annonces apparaissent en haut de la page de résultats de recherche, avant même les résultats SEO organiques.
- **Idéal pour** : Les startups en B2B et B2C, notamment si votre produit répond à une recherche active (ex. : "logiciel de gestion pour startups").

facebook Ads

Meta Ads (Facebook & Instagram) : Touchez une audience ciblée

- **Ciblage avancé** : Choisissez votre audience en fonction de l'âge, des centres d'intérêt, de la localisation et des comportements d'achat
- **Format publicitaire varié** : Stories, carrousels, vidéos courtes, publications sponsorisées.
- **Idéal pour** : Les startups en B2C, en particulier si votre produit ou service s'adresse directement aux particuliers (ex. : applications mobiles, e-commerce, coaching).



LinkedIn Ads : Développez votre réseau professionnel en B2B

- Ciblage professionnel : Accédez à une audience qualifiée par secteur d'activité, poste, niveau hiérarchique ou entreprise.
- **Idéal pour** : Promouvoir vos services B2B, générer des leads professionnels ou recruter des partenaires stratégiques (ex. : solutions SaaS, consulting).

4.3.8 COMMENT RÉUSSIR VOTRE STRATÉGIE PUBLICITAIRE ?

- **Connaître parfaitement votre client idéal :**

Définissez un persona détaillé.

- **Avoir une offre irrésistible :**

Proposez un produit/service avec une réelle valeur ajoutée.

- **Maîtriser votre funnel de conversion :** Chaque étape doit être optimisée pour transformer un lead en client.

- **Affiner votre discours commercial :**

Testez différents messages pour identifier ce qui fonctionne le mieux.

- **Investir intelligemment :** Prévoyez un budget d'au moins 500 € par mois pour obtenir des résultats significatifs.

4.3.9 OPTIMISER VOTRE STRATÉGIE PUBLICITAIRE : LES KPIS À SUIVRE

Pour **maximiser votre ROI**, il est crucial de surveiller plusieurs indicateurs clés de performance (**KPIs**) :

Taux de clics (CTR) sur la publicité :

Mesure l'efficacité de votre annonce.

Nombre de pages vues :

Indique l'intérêt généré par votre publicité.

Taux d'inscription au lead magnet :

Évalue l'attractivité de votre contenu gratuit.

Nombre de RDV pris :

Montre la performance de votre funnel de conversion

Conversion en clients : Le KPI ultime pour mesurer le succès de votre stratégie.



En résumé :

Adoptez une stratégie marketing globale

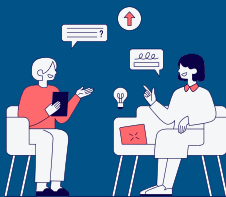


En résumé, la publicité digitale offre aux startups et entrepreneurs une opportunité puissante **d'accélérer leur acquisition** client. Chez Kyros, nous mettons en place une méthodologie rigoureuse et restons agiles pour ajuster chaque campagne en temps réel, **maximisant ainsi votre retour sur investissement** tout en vous aidant à atteindre rapidement vos objectifs de croissance.

En combinant :

- **Un SEO solide** pour générer du trafic qualifié sur votre site web.
- Une présence active sur les réseaux sociaux pour créer une communauté engagée.
- Une stratégie de bouche-à-oreille proactive pour renforcer votre réputation.

Nous maximiserons vos chances de transformer votre audience en clients fidèles tout en bâtissant une marque forte et durable.



Bénéficiez d'un audit offert
avec un expert Kyros

Je veux mon audit offert

BESOIN D'UN COUP DE BOOST ?

Des solutions sur mesure.



Plus de **35 agences** conquises



Chez Kyros, nous aidons les entreprises à créer des identités visuelles fortes, cohérentes et mémorables. Que vous soyez une startup, une PME ou une marque en pleine croissance, notre équipe **met son expertise à votre service** pour **transformer votre vision en réalité**.

Nos services incluent :

- **Création de branding** : Logo, identité visuelle, charte graphique
- **Marketing digital** : Stratégie de contenu, Stratégie Commerciale, réseaux sociaux, publicité en ligne
- **Sites internet & SEO** : Conception de sites optimisés pour attirer et convertir vos visiteurs
- **Production visuelle** : Vidéos, photos, design graphique

[Envie d'en discuter ?](#)

[Prenez rendez-vous dès maintenant](#) ou contactez-nous pour échanger sur votre projet !



Bénéficiez d'un audit offert
avec un expert Kyros

Je veux mon audit offert