



**Franck Sivelles —  
Conseil marketing (EI)**

Stratégie à exécution • Tunnels  
Systeme.io • Emailing & automation •  
CRO & SEO/SEA

## **Ce que je fais pour vous, sans jargon** *Comprendre mes services et méthodes*

### **1) Mon rôle : Fractional CMO (Directeur marketing à temps partagé)**

Je suis votre « directeur marketing » quelques heures ou quelques jours par mois, selon vos besoins et votre budget.

#### **Ce que je fais concrètement :**

- Stratégie : à qui on s'adresse, quelles offres, à quel prix, avec quel message.
  - Mise en œuvre : création des pages web, emails, publicités, suivi des résultats.
  - Pilotage : mesure et ajustements – on teste, on garde ce qui marche, on corrige le reste.
- Bénéfice : un pilote unique qui pense et exécute, sans recruter une équipe complète.

### **2) Tunnels sur Systeme.io (le parcours pour vendre en ligne)**

Un tunnel est un petit site conçu pour guider une personne depuis la découverte jusqu'à l'achat.

Systeme.io permet de créer ces pages et d'automatiser une partie du travail (emails, paiement, etc.).

#### **Parcours type :**

- Page de capture : un cadeau utile (ex. mini-guide) contre l'adresse email.
- Page de vente : l'offre est présentée clairement (cible, bénéfices, livrables, prix).
- Page de paiement : règlement en ligne, sécurisé.
- Page de remerciement : confirmation + prochaines étapes (accès, email de suivi).

#### **Upsell / Downsell :**

- Upsell : option additionnelle pertinente (ex. module complémentaire).
- Downsell : version plus simple / moins chère si la personne hésite.

**But : augmenter la valeur du panier sans pression : toujours utile, jamais forcé.**

### **3) Emailing & automation (emails automatiques utiles)**

Objectif : rester en contact avec les personnes intéressées et les aider à acheter au bon moment.

- **Séquence : suite d'emails automatiques (accueil, conseils, offre, rappel).**

- Tags : étiquettes par intérêt (ex. « sommeil 0-12 », « pleurs nouveau-né »).
- Délivrabilité : capacité d'un email à arriver en boîte de réception.

**Ce que je mets en place :**

- Séquences : accueil (1-3 emails), conseils (2-4), offre (2-3), relances panier abandonné (1-2).
- Délivrabilité : réglages SPF, DKIM, DMARC pour prouver la légitimité des envois.
- Hygiène de liste : retrait des inactifs, limitation du spam, rythme d'envoi régulier.

#### **4) CRO & tracking (améliorer les conversions et bien mesurer)**

CRO = Conversion Rate Optimization : rendre vos pages plus efficaces pour transformer les visiteurs en clients.

- **Analytics (GA4) : mesure du trafic et des actions (d'où viennent les visiteurs, où cliquent-ils...).**

- Pixel (Meta, Google Ads...) : petit code qui suit les actions importantes (ex. achat).
- A/B test : comparaison de deux versions (ex. titres) pour garder la meilleure.
- Consentement RGPD : bannière et préférences avant certains cookies de suivi.

**Ce que je mets en place :**

- Plan de mesure : événements suivis (vue page, clic CTA, ajout panier, achat).
- Implantation des pixels : configuration des événements clés (ex. « purchase » à l'achat).
- Tests réguliers : titres, preuves, structure de page, offre.
- Conformité : bannière cookies + opt-in clair pour la newsletter (RGPD).

#### **5) SEO/SEA pragmatique (attirer des visiteurs qualifiés)**

- SEO (référencement naturel) : améliorer vos pages pour être trouvées gratuitement sur Google.
- SEA (référencement payant) : publicités sur Google pour apparaître rapidement sur des recherches ciblées.

**Approche : viser des visiteurs réellement intéressés, pas la quantité pour la quantité.**

**Ce que je mets en place :**

- SEO : contenus répondant à des questions précises, titres clairs (H1/H2), FAQ, liens internes.
- SEA : petites campagnes test, mots-clés précis, arrêt immédiat si le CAC devient trop élevé.
- Pilotage : suivi ROAS (retour sur dépense pub) et CAC (coût d'acquisition client).

## 6) IA opérationnelle (gagner du temps et tester plus vite)

L'IA aide à produire plus vite des brouillons de textes, variantes de titres, scripts vidéo, idées d'articles, listes de mots-clés.

Règle : relecture et validation humaines systématiques.

## 7) Preuve courte et vérifiable

« +18 % de taux de conversion en 30 jours après simplification du paiement et ajout de relances email. »

(Source : GA4, période 01→30/09/2025, mêmes canaux d'acquisition.)

**Pourquoi c'est important : preuve chiffrée, datée, mesurée par un outil fiable, avec conditions précisées.**

## 8) Comment on travaille ensemble

- Choisir un objectif prioritaire (ex. vendre la formation Sommeil).
- Mettre en ligne un tunnel simple et une première séquence email.
- Suivre les chiffres 2×/semaine (visites, conversions, ventes).
- Tester une amélioration à la fois (nouveau titre, nouvelle preuve...).
- Conserver les gains, passer au test suivant.

## 9) Livrables concrets

- Tunnel Systeme.io prêt à l'emploi (pages : capture, vente, paiement, merci).
- Séquences email types (accueil, conseils, offre, relance).
- Plan de suivi GA4 + pixels publicitaires installés et testés.
- Tableau des indicateurs : visites, taux de conversion, ventes, coût d'acquisition.

## 10) Glossaire simplifié

- Tunnel : parcours de pages pour amener un visiteur à l'achat.
- Upsell / Downsell : proposition complémentaire / plus simple après un achat.
- Séquence : suite d'emails automatiques.
- Tags : étiquettes pour segmenter les contacts par intérêt.
- Délivrabilité : capacité des emails à arriver en boîte de réception.
- CRO : amélioration du pourcentage de visiteurs qui achètent.
- Analytics / GA4 : outil de mesure du trafic et des ventes.
- Pixel : code pour suivre les conversions et optimiser les publicités.

- • A/B test : comparaison de deux versions pour garder la meilleure.
- • RGPD : règles européennes de protection des données personnelles.
- • SEO : être trouvé gratuitement grâce à des contenus utiles.
- • SEA : publicités payantes pour aller plus vite.
- • ROAS : retour sur la dépense publicitaire.
- • CAC : coût pour obtenir un nouveau client.
- • Systeme.io : outil pour créer pages, emails et automatisations.

## 11) Étapes suivantes

- Valider l'objectif prioritaire (offre, prix).
- Construire le premier tunnel Systeme.io + séquences email d'accueil et d'offre.
- Installer la mesure (GA4, pixels) et lancer un premier A/B test simple.