



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

Stratégie à exécution • Tunnels
Système.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 Système.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.

Système.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.