



Selltix.

Développer la visibilité et les ventes de Selltix grâce à une stratégie Acquisition complète.

Présentation des objectifs principaux et des étapes stratégiques.

Points clés :

- Nous utilisons des outils numériques performants pour attirer des clients prêts à acheter.
- Objectifs majeurs : Trafic qualifié, notoriété, ventes, et fidélisation.



Audience cible

- Professionnels,
- Particuliers,
- Artistes,
- organisateurs d'événements,
- organisateurs de webinaires
- musiciens web (concert payant),
- les coachs sportifs, les coachs financiers,
- les conférenciers
- professionnels medical (interne ...),
- les influenceurs,
- les accros au NFT et Blockchain,
- les réalisateurs de courts métrages payants,
- les clubs (nightclub), café/théâtre ou comédie club, les bars (DJ, Soirées, spectacles ...), les séminaires d'entreprises₂





Audience cible

Exemple de critères de ciblage (dans LinkedIn)

Créer des audiences personnalisées pour toucher les décideurs dans les secteurs ciblés.

- **Profession** : organisateurs d'événements, conférenciers, responsables marketing, entrepreneurs.
- **Secteurs** : Événementiel, technologie, blockchain, musique, arts, coaching, séminaires d'entreprise.
- **Localisation** : Pays européens francophones, anglophones et hispanophones.
- **Centres d'intérêt** : Blockchain, NFT, billetterie en ligne, innovation événementielle.





OBJECTIFS PRINCIPAUX



Les 4 grands Objectifs prioritaires

Générer du trafic qualifié (SEO et contenu).

Générer du trafic qualifié grâce au SEO et au contenu ciblé

Attirer les utilisateurs prêts à acheter (publicité).

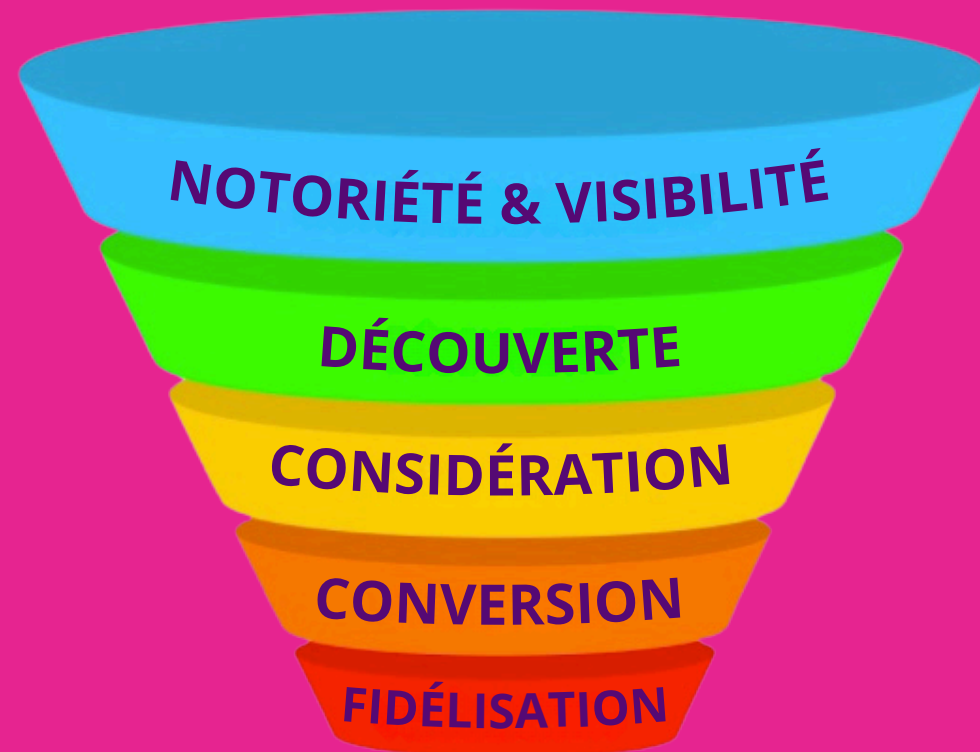
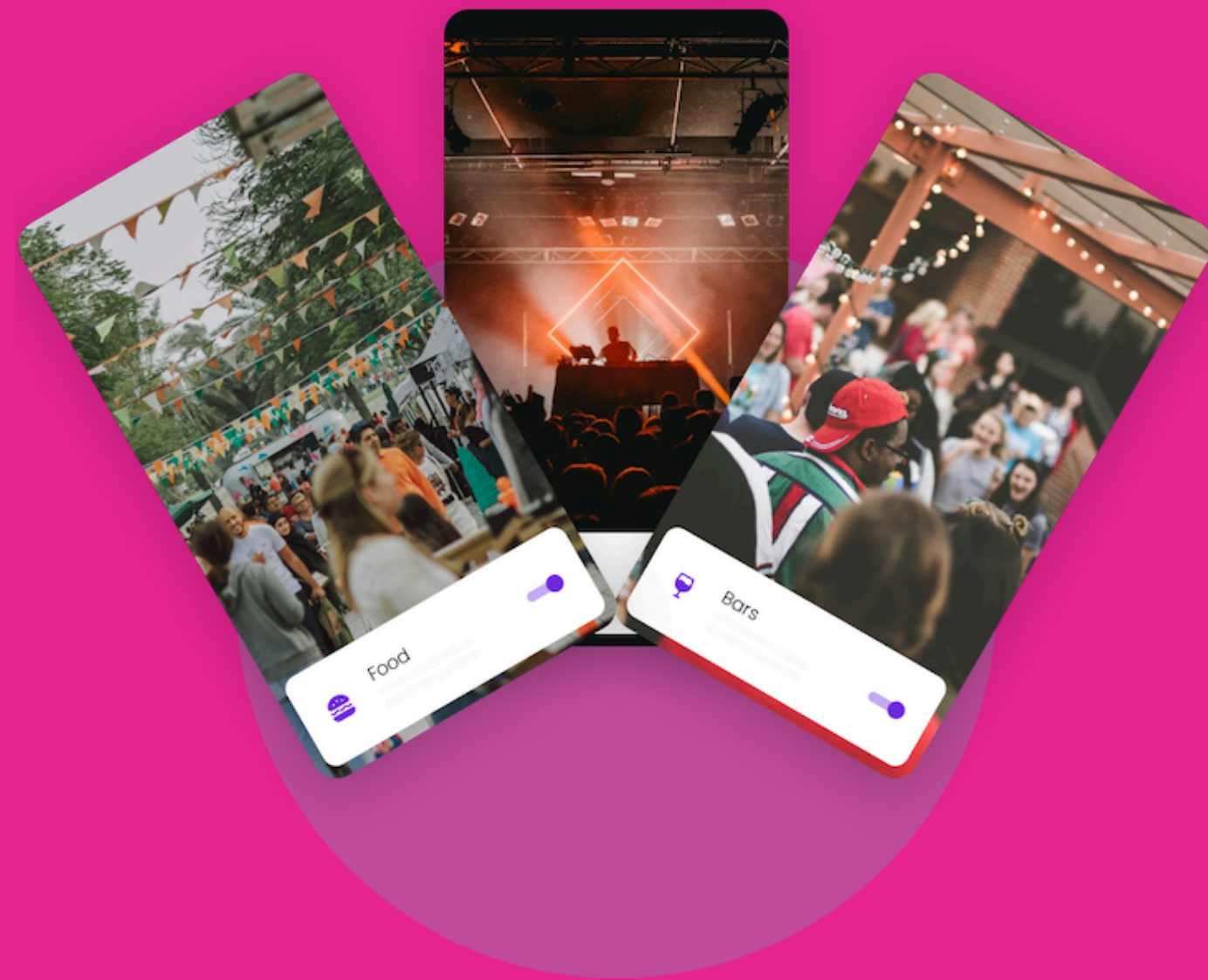
Attirer les utilisateurs prêts à acheter grâce Publicité Digitale (Google Ads, Facebook/Instagram Ads) - Développer la notoriété via des campagnes

Construire une notoriété forte et durable.

Développer la notoriété via des campagnes

Fidéliser une base d'utilisateurs engagée.

Fidéliser ton audience grâce à des actions d'inbound marketing





ÉTAPES STRATÉGIQUES

Stratégie SEO



Attirer un trafic qualifié avec le SEO

réduire les coûts d'acquisition à long terme

- Augmentation du trafic organique de 20 à 30 % par mois à partir du 3^e mois.
- Génération de 300-500 visiteurs qualifiés mensuels au bout de 6 mois.



Stratégie SEO



Attirer un trafic qualifié avec le SEO

Audit SEO (mois 1)

Identifier les faiblesses et opportunités actuelles.

Optimisation On-Page (mois 1-2)

Améliorer la structure et les mots-clés pour chaque cible (ex : artistes, influenceurs).

Contenu ciblé

Rédaction de 2 articles de blog mensuels sur des thèmes comme "Pourquoi choisir la billetterie blockchain ?"

Backlinks :

Collaboration avec des médias reconnus pour booster la crédibilité.



Publicité Digitale - Google Ads



Google Ads

Attirer les utilisateurs prêts à acheter grâce à des annonces ciblées

Générer des conversions immédiates, tester de nouveaux segments

Segmentation

Annonces spécifiques par public (artistes, organisateurs, etc.).

Optimisation A/B

Tester différents messages pour améliorer les performances.



Publicité Digitale - Facebook & Instagram Ads

 **Meta**



Développer la notoriété et générer des conversions

Construire une audience engagée, stimuler la notoriété et les ventes.

Points clés :

- Campagne vidéo expliquant les NFTs pour artistes et musiciens.
- Format carrousel : Présentation de billets NFT personnalisés.
- Call-to-Action optimisé : "Créez vos billets maintenant".



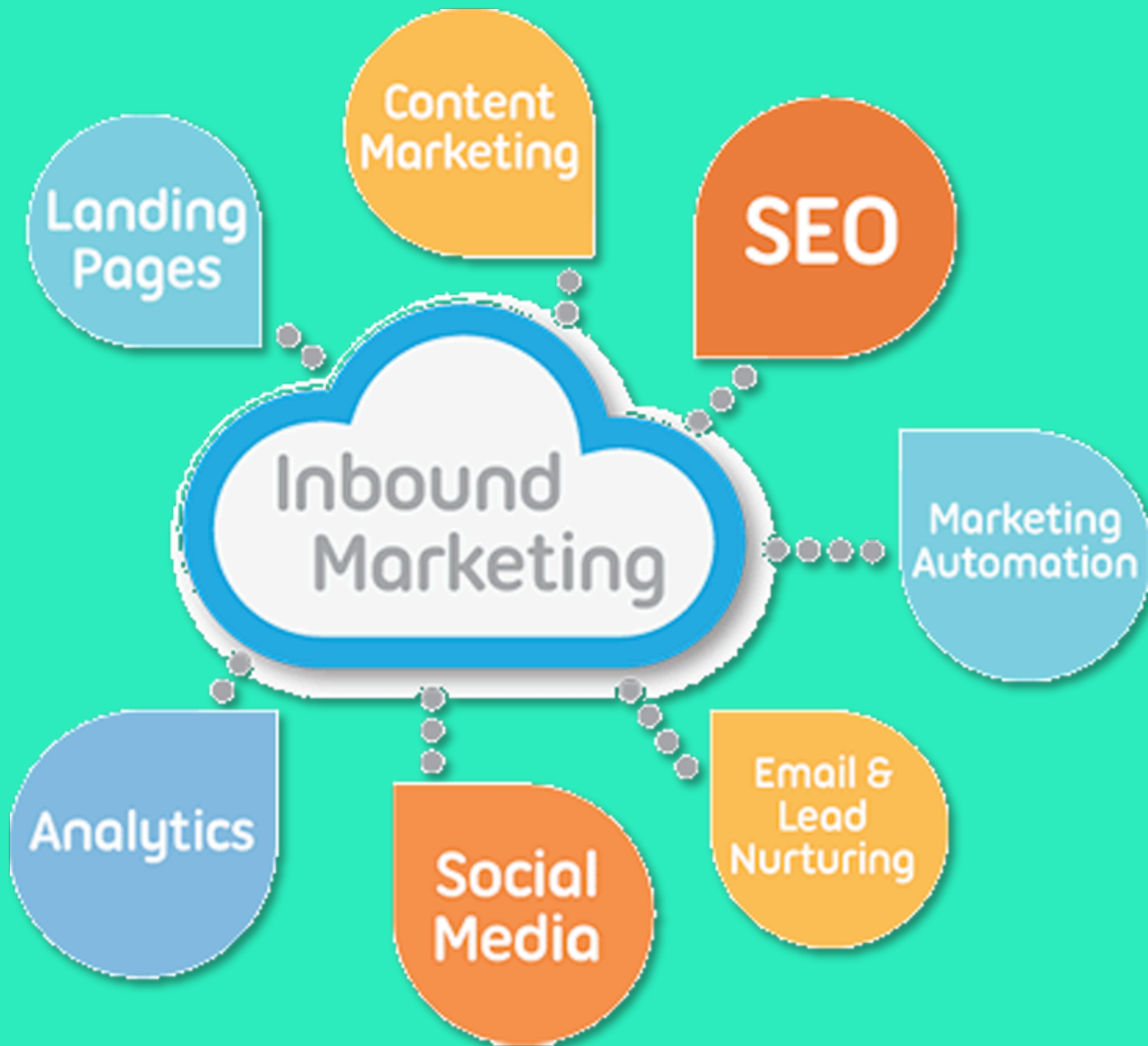


Développer la notoriété et générer des conversions

LinkedIn Ads

Cibler les professionnels, organisateurs d'événements, coachs, conférenciers et entreprises B2B pour promouvoir SellTix comme une solution complète de billetterie.

Stratégie Inbound Marketing



Proposer de la valeur pour attirer et retenir vos utilisateurs

Points clés :

- Lead Magnets : Guides PDF gratuits ("10 raisons d'adopter les NFTs pour vos événements").
- Automatisation emailing : Séquences d'accueil et offres spéciales.
- Newsletters : Contenus mensuels pour maintenir l'intérêt.

Avantages



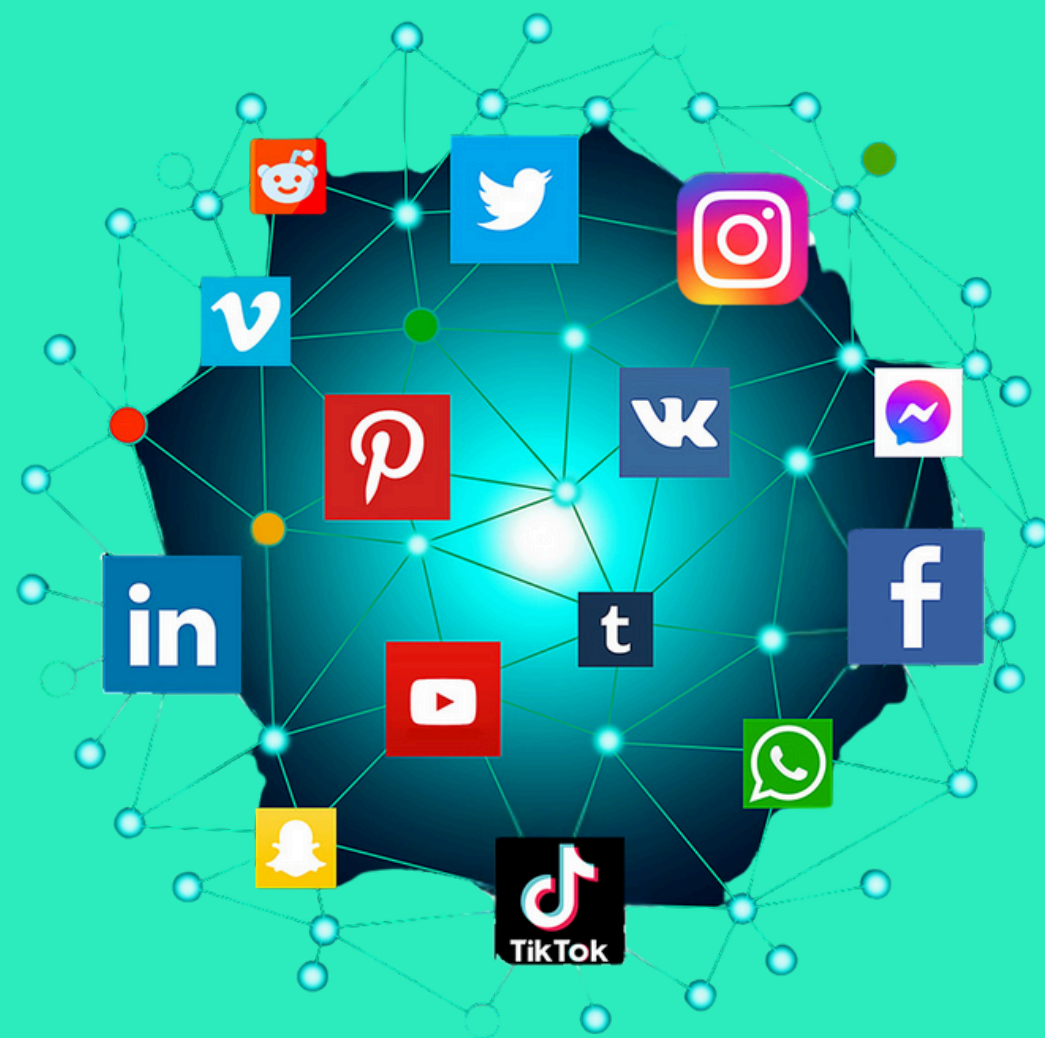
1. Attirer les clients qualifiés
2. Renforcer la confiance et la crédibilité
3. Réduire les coûts marketing
4. Mesurer et optimiser les résultats

Principes clés



1. Création de contenu de qualité
2. Optimisation pour les moteurs de recherche (SEO)
3. Promotion sur les canaux appropriés
4. Génération de leads
5. Nurturing des leads
6. Analyse et mesure

Réseaux Sociaux et Fidélisation



Renforcer la notoriété et l'engagement de la marque sur les réseaux sociaux.

Points clés :

- Création et optimisation des profils sociaux (Facebook, Instagram, LinkedIn et TikTok)
- Calendrier : 2 publications par semaine (tutoriels, sondages, actualités).
- Engagement : Réponses rapides aux commentaires et messages.
- Fidélisation : Réductions pour utilisateurs réguliers.



RÉTROPLANNING

Étudier et Préparer

Optimiser et Lancer

Suivre et Ajuster

Janvier 2025

Mars 2025

Juin 2025



Mois 1 : Lancement et préparation

SEO

- Semaine 1 : Audit SEO complet
- Semaine 2 : Optimisation on-site
- Semaine 3 : Planification du contenu
- Semaine 3 : Planification du contenu
- Semaine 4 : Netlinking initial

Google Ads

- Semaine 1-2 : Recherche et stratégie
- Semaine 3-4 : Mise en place des campagnes

Facebook/Instagram Ads

- Semaine 1-2 : Création de contenu
- Semaine 3-4 : Lancement des campagnes

LinkedIn Ads

- Semaine 1-2 : Stratégie et ciblage
- Semaine 3-4 : Lancement des campagnes

Inbound Marketing & Community Management

- Semaine 1 : Création des lead magnets
- Semaine 2-3 : Automatisation

Semaine 4 : Planning réseaux sociaux

Mois 2 : Lancement et itérations

SEO

- Publication des 2 premiers articles de blog.
- Soumission du sitemap à Google Search Console.
- Poursuite des campagnes de netlinking (2-3 backlinks par mois).

Google Ads

- Optimisation des campagnes :
Ajustement des enchères selon les performances.
Ajout de mots-clés à exclure.
- Lancement des campagnes Display pour remarketing.

Facebook/Instagram Ads

- Analyse des premières performances :
Tests A/B sur visuels et CTA.
Réallocation des budgets entre campagnes.

LinkedIn Ads

- Suivi des campagnes :
Tests A/B sur les annonces.
Ajustement du ciblage si nécessaire.

Inbound Marketing & Community Management

- Lancement des premières séquences d'email automatisées.
- Suivi de l'engagement social et ajustement des publications.

Mois 3 : Optimisation et consolidation

SEO

- Publication de 2 nouveaux articles de blog.
- Audit des performances SEO (trafic, mots-clés positionnés).
- Renforcement des backlinks (articles invités, partenariats).

Google Ads

- Introduction de nouvelles annonces dans les groupes existants.
- Création de campagnes spécifiques pour événements à venir

Facebook/Instagram Ads

- Création de nouveaux contenus vidéo.
- Optimisation des audiences et enchères.

LinkedIn Ads

- Introduction de Sponsored InMails pour des événements ciblés.
- Suivi des leads générés via LinkedIn Forms.

Inbound Marketing & Community Management

- Promotion des lead magnets sur les réseaux sociaux.
- Organisation d'un événement interactif (webinaire gratuit).

Mois 4 : Évaluation intermédiaire

SEO

- Analyse des résultats SEO trimestriels.
- Mise à jour des articles de blog avec de nouveaux liens internes..

Google Ads

- Évaluation des performances :
Conversion par mot-clé.
ROI des campagnes.
- Augmentation ou réduction des budgets selon les performances..

Facebook/Instagram Ads

- Création d'une campagne ciblée pour un nouveau segment.
- Collaboration avec un influenceur pour augmenter la portée.

LinkedIn Ads

- Développement de contenus premium pour cibler les entreprises.
- Lancement d'une campagne vidéo axée sur les bénéfiques B2B.

Inbound Marketing & Community Management

- Création d'un deuxième guide PDF pour attirer de nouveaux leads.
- Mise en place d'une stratégie de contenu user-generated (avis, témoignages).

Mois 5 : Montée en puissance

SEO

- Publication de 2 nouveaux articles de blog.
- Accélération des efforts de netlinking (5-6 backlinks/mois).
- Audit technique pour corriger les éventuelles erreurs détectées.

Google Ads

- Expansion des campagnes :
- Nouveaux mots-clés.
- Lancement d'une campagne YouTube (si budget disponible).

Facebook/Instagram Ads

- Création d'un concours ou d'une campagne interactive pour engager l'audience.

LinkedIn Ads

- Lancement d'une campagne ciblée sur les grands comptes B2B.
- Collaboration avec des groupes LinkedIn pour une meilleure portée.

Inbound Marketing & Community Management

- Promotion de contenus éducatifs sur les réseaux sociaux.
- Analyse des performances des lead magnets (taux de téléchargement).

Mois 6 : Analyse finale et pérennisation

SEO

- Publication du dernier article de la période.
- Rapport final SEO avec recommandations pour les 6 prochains mois.

Google Ads

- Rapport final des campagnes :
Analyse détaillée des coûts et conversions.
Plan d'amélioration pour les futures campagnes.

Facebook/Instagram Ads

- Analyse des performances et ROI des annonces.
- Planification d'un contenu evergreen pour la suite.

LinkedIn Ads

- Évaluation des leads générés et du taux de conversion.
- Planification des campagnes futures.

Inbound Marketing & Community Management

- Rapport sur l'engagement des utilisateurs.
- Planification de contenus evergreen pour les prochains mois.

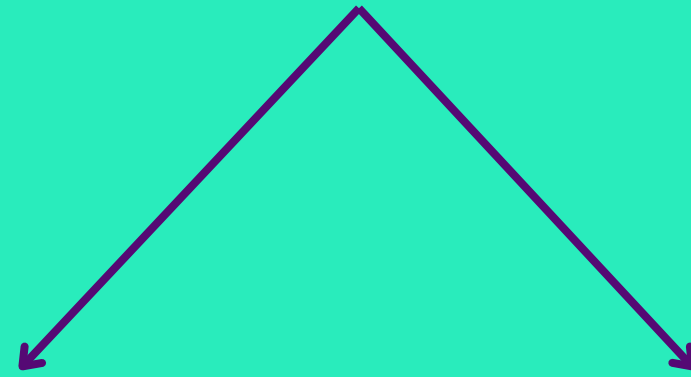


BUDGET sur 6 mois



Budget Global / 6 mois

32 500 €



Budget publicitaire/taches

Presta

21 950 €

10 050 €

Budget sans Inbound Marketing , Community management, rédaction de contenu & Netlinking

19 700 € dont :

- Pub ou taches : **11 750 €**
- Presta : **7 950 €**

| Stratégie | Budget publicitaire/taches | Presta | Budget total |
|------------------------|----------------------------|---------------------|-----------------|
| SEO | 2600 € | 3100 € (400 NLG) | 5700 € |
| Google Ads | 3500 € | 2500 € | 6000 € |
| Facebook/Instagram Ads | 3250 € | 1250 € | 4500 € |
| LinkedIn ads | 5000 € | 1500 € | 6500 € |
| Inbound Marketing | 2500 € | 500 € | 3000 € |
| Community Management | 5100 € | 1700 € | 6800 € |
| Total | 21 950 € | 10 050 € | 32 500 € |



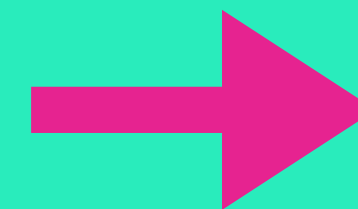
Budget détaillé sur 6 mois

Option intégrale

(nous mettons en place et gérons toutes les stratégies)

32 500 €

réparti comme suit





BUDGET SEO / 6 MOIS

5700 €

Étapes principales et coûts associés :

1. **Audit SEO : 800 € (mois 1 & mois 6)**

- Analyse technique de votre site (vitesse, structure, mots-clés , backlinks erreurs 404, etc.).
- Recherche approfondie de mots-clés adaptés à votre cible.
- Recommandations pour optimiser les balises, les URLs et les contenus.

2. **Optimisation technique : 400 € (mois 1-2)**

- Mise en place des balises SEO (méta-titres, descriptions).
- Amélioration du maillage interne.
- Optimisation des URLs et mise en place de redirections si nécessaire.

3. **Création de contenu pour le blog : 1600 € (mois 2-6)**

- Rédaction d'articles optimisés SEO (8 à 10 articles, 200 €/article).
- Recherche de sujets, création de briefs, et optimisation SEO des textes.
- Intégration des articles

4. **Suivi et reporting : (mois 2-6) 300 € /mois = 1500 €**

- Analyse des performances SEO mensuelles (trafic, positionnement).

5. **Netlinking : Backlinks et relations press 1400 € (mois 3-6) (dont 400 euros gestion et suivi)**

- Acquisition de backlinks de qualité via des partenariats ou des articles invités (5 à 10 backlinks). Acquisition de backlinks sur des sites d'autorité (5-10 liens par mois).

6. **Objectif de performance :**

- Augmenter le trafic organique de 30-50 %.
- Améliorer le positionnement sur les mots-clés principaux (exemple : "billetterie blockchain").



Google ads / 6 MOIS

6000 €

Étapes principales et coûts associés :

1. Création et configuration des campagnes : 1000 € (mois 1)

- Analyse des mots-clés et des audiences.
- Structure des campagnes (groupes d'annonces par type de cible).
- Création des annonces textuelles et visuelles.

2. Budget publicitaire : 3500 € (mois 2-6)

- Répartition du budget :
 - **50 % sur des mots-clés génériques** : "billetterie en ligne sécurisée", "vente de billets NFT".
 - **30 % sur des cibles spécifiques** : "billetterie webinaires", "billets blockchain pour artistes".
 - **20 % sur le retargeting** : annonces ciblant les visiteurs ayant quitté le site sans convertir.

3. Gestion et optimisation : 300 €/mois (mois 2-6) = 1500 €

- Suivi hebdomadaire
- Analyse mensuelle des performances (CTR, conversions).
- Ajustements des enchères et optimisation des annonces.

4. Objectif de performance :

- Générer 150 à 200 conversions (ventes de billets ou inscriptions).
- Maintenir un ROAS (Return on Ad Spend) supérieur à 3 (chaque euro dépensé génère au moins 3 € de revenu).



Facebook/Instagram Ads

4500 €

Étapes principales et coûts associés :

- 1. Création et configuration des campagnes : 500 € (mois 1)** : Paramétrage des campagnes, Ciblage précis des audiences (localisation, centres d'intérêt, comportements), création des publicités
- 2. Création des visuels et vidéos : 1000 € (mois 1-2)**
 - Production de contenus créatifs (3 vidéos publicitaires, 5 visuels statiques).
 - Collaboration avec un graphiste/vidéaste externe pour des contenus professionnels.
- 3. Budget publicitaire : 2250 € (mois 2-6)**
 - **Répartition :**
 - **50 % sur des campagnes de notoriété** : ex "Découvrez SellTix, la billetterie blockchain".
 - **30 % sur des campagnes de conversion** : ex "Organisez vos événements avec SellTix".
 - **20 % sur le retargeting** : publicités ciblant les visiteurs ayant consulté des pages clés (tarifs, inscriptions).
- 4. Gestion et optimisation : 150 € / mois (mois 2-6) = 750 €**
 - Analyse hebdomadaire des performances (engagements, conversions).
 - Ajustement des audiences et des formats publicitaires.
- 5. Objectif de performance :**
 - Toucher 100 000 personnes ciblées.
 - Augmenter les ventes/conversions via les publicités à hauteur de 200 à 300 conversions.



LinkedIn ads

6500 €

Étapes principales et coûts associés :

- 1. Création et configuration des campagnes : 750 € (mois 1) :** Paramétrage des campagnes, Ciblage précis des audiences (localisation, centres d'intérêt, comportements), création des publicités
- 2. Budget publicitaire : 5000 € (mois 2-6)**
 - **Répartition :**
 - **50 % sur des campagnes de notoriété :** ex "Découvrez SellTix, la billetterie blockchain".
 - **30 % sur des campagnes de conversion :** ex "Organisez vos événements avec SellTix".
 - **20 % sur le retargeting :** publicités ciblant les visiteurs ayant consulté des pages clés (tarifs, inscriptions).
- 3. Gestion et optimisation : 150 € / mois (mois 2-6) = 750 €**
 - Analyse hebdomadaire des performances (engagements, conversions).
 - Ajustement des audiences et des formats publicitaires.
- 4. Objectif de performance :**
 - Toucher 100 000 personnes ciblées.
 - Augmenter les ventes/conversions via les publicités à hauteur de 200 à 300 conversions.



Stratégie Inbound Marketing

3000 €

Étapes principales et coûts associés :

1. Création des Lead Magnets : 800 € (mois 1-2)

- Rédaction de 3 à 4 guides PDF ou checklists (200 €/guide).
- Design professionnel pour des supports attractifs et clairs.

2. Mise en place des formulaires et automatisations : 500 € (mois 2)

- Installation de formulaires sur le site.
- Automatisation des envois d'e-mails via un outil CRM (ex. : HubSpot, MailChimp).

3. Promotion des Lead Magnets : 1700 € (mois 2-6)

- Campagnes publicitaires spécifiques pour attirer des prospects via les Lead Magnets.
- Intégration des contenus sur les pages du site (pop-ups, bannières).

4. Objectif de performance :

- Générer 500 à 1000 leads qualifiés en 6 mois.
- Obtenir un taux de conversion des leads en clients d'environ 5 %.



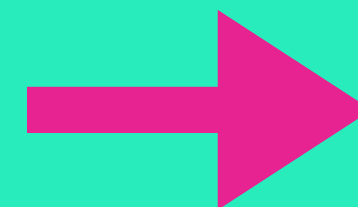
Budget détaillé sur 6 mois

Option co-construction

(vous gérez l'Inbound Marketing , le Community management, la rédaction de contenu & le Netlinking)

19 700 €

réparti comme suit





BUDGET SEO / 6 MOIS

2700 €

Étapes principales et coûts associés :

1. Audit SEO : 800 € (mois 1 & mois 6)

- Analyse technique de votre site (vitesse, structure, mots-clés , backlinks erreurs 404, etc.).
- Recherche approfondie de mots-clés adaptés à votre cible.
- Recommandations pour optimiser les balises, les URLs et les contenus.

2. Optimisation technique : 400 € (mois 1-2)

- Mise en place des balises SEO (méta-titres, descriptions).
- Amélioration du maillage interne.
- Optimisation des URLs et mise en place de redirections si nécessaire.

3. Suivi et reporting : (mois 2-6) 300 € /mois = 1500 €

- Analyse des performances SEO mensuelles (trafic, positionnement) et recommandations.

4. Objectif de performance :

- Augmenter le trafic organique de 30-50 %.
- Améliorer le positionnement sur les mots-clés principaux (exemple : "billetterie blockchain").



Google ads / 6 MOIS

6000 €

Étapes principales et coûts associés :

1. Création et configuration des campagnes : 1000 € (mois 1)

- Analyse des mots-clés et des audiences.
- Structure des campagnes (groupes d'annonces par type de cible).
- Création des annonces textuelles et visuelles.

2. Budget publicitaire : 3500 € (mois 2-6)

- Répartition du budget :
 - **50 % sur des mots-clés génériques** : "billetterie en ligne sécurisée", "vente de billets NFT".
 - **30 % sur des cibles spécifiques** : "billetterie webinaires", "billets blockchain pour artistes".
 - **20 % sur le retargeting** : annonces ciblant les visiteurs ayant quitté le site sans convertir.

3. Gestion et optimisation : 300 €/mois (mois 2-6) = 1500 €

- Suivi hebdomadaire
- Analyse mensuelle des performances (CTR, conversions).
- Ajustements des enchères et optimisation des annonces.

4. Objectif de performance :

- Générer 150 à 200 conversions (ventes de billets ou inscriptions).
- Maintenir un ROAS (Return on Ad Spend) supérieur à 3 (chaque euro dépensé génère au moins 3 € de revenu).



Facebook/Instagram Ads

4500 €

Étapes principales et coûts associés :

- 1. Création et configuration des campagnes : 500 € (mois 1)** : Paramétrage des campagnes, Ciblage précis des audiences (localisation, centres d'intérêt, comportements), création des publicités
- 2. Création des visuels et vidéos : 1000 € (mois 1-2)**
 - Production de contenus créatifs (3 vidéos publicitaires, 5 visuels statiques).
 - Collaboration avec un graphiste/vidéaste externe pour des contenus professionnels.
- 3. Budget publicitaire : 2250 € (mois 2-6)**
 - **Répartition :**
 - **50 % sur des campagnes de notoriété** : ex "Découvrez SellTix, la billetterie blockchain".
 - **30 % sur des campagnes de conversion** : ex "Organisez vos événements avec SellTix".
 - **20 % sur le retargeting** : publicités ciblant les visiteurs ayant consulté des pages clés (tarifs, inscriptions).
- 4. Gestion et optimisation : 150 € / mois (mois 2-6) = 750 €**
 - Analyse hebdomadaire des performances (engagements, conversions).
 - Ajustement des audiences et des formats publicitaires.
- 5. Objectif de performance :**
 - Toucher 100 000 personnes ciblées.
 - Augmenter les ventes/conversions via les publicités à hauteur de 200 à 300 conversions.



LinkedIn ads

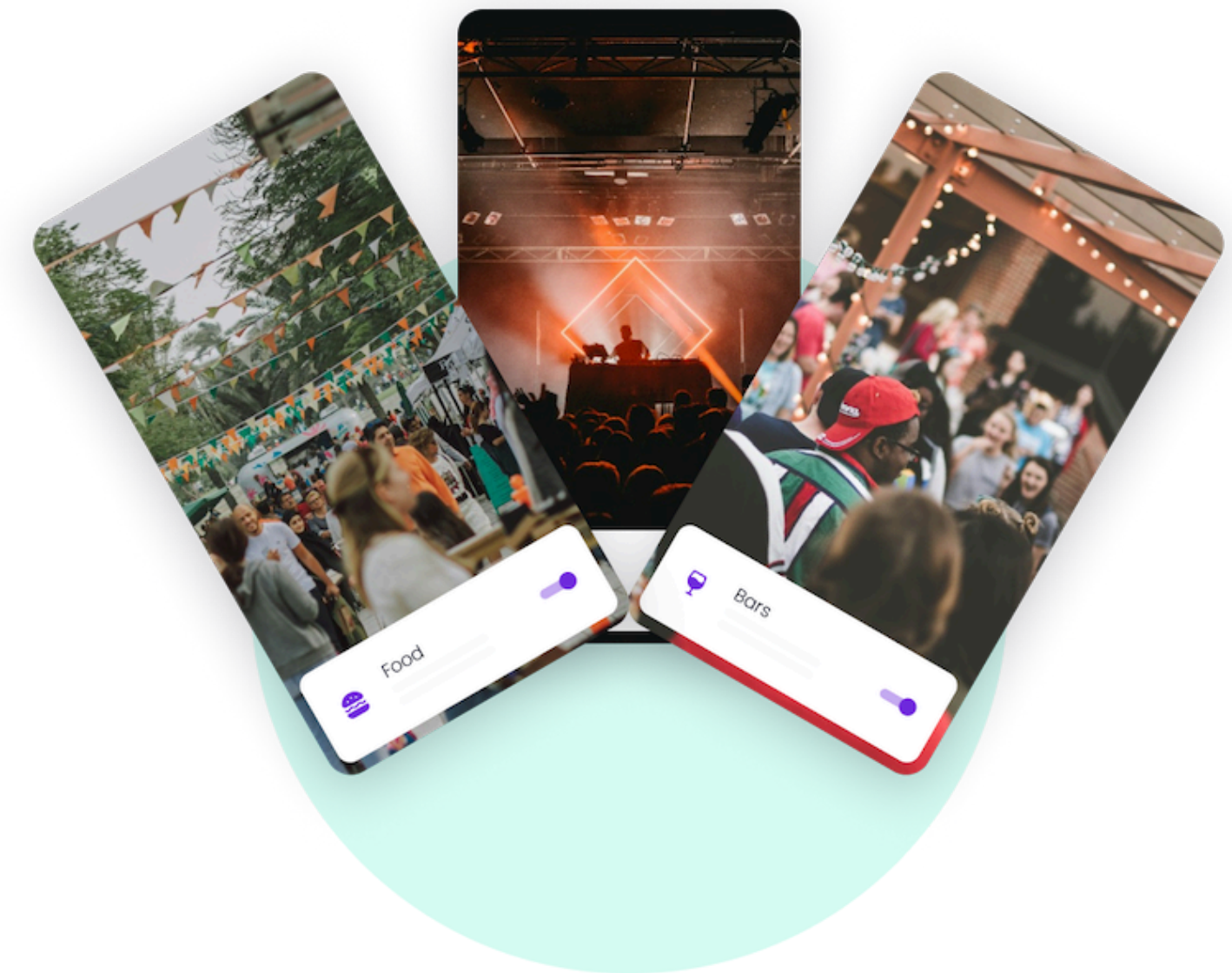
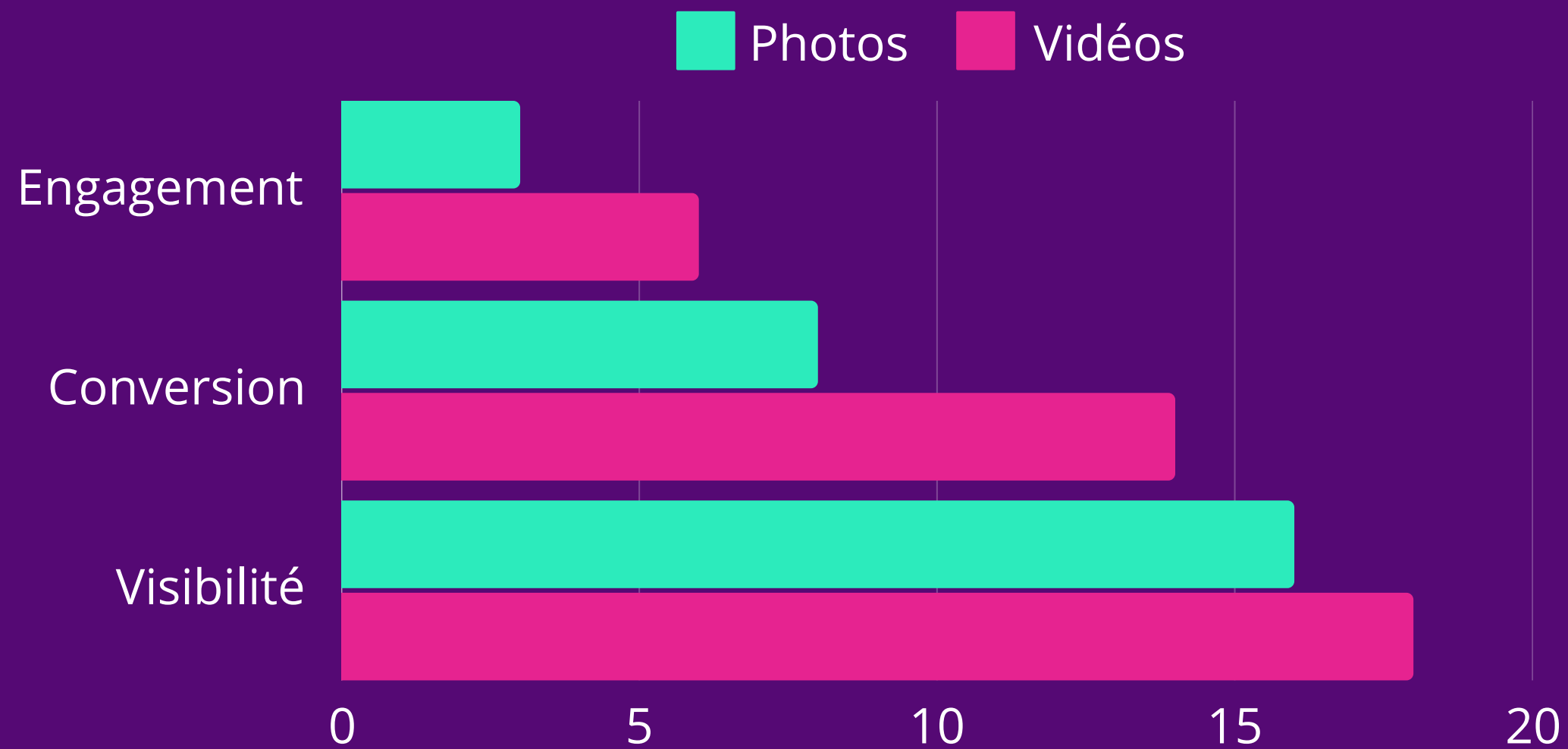
6500 €

Étapes principales et coûts associés :

- 1. Création et configuration des campagnes : 750 € (mois 1)** : Paramétrage des campagnes, Ciblage précis des audiences (localisation, centres d'intérêt, comportements), création des publicités
- 2. Budget publicitaire : 5000 € (mois 2-6)**
 - **Répartition :**
 - **50 % sur des campagnes de notoriété** : ex "Découvrez SellTix, la billetterie blockchain".
 - **30 % sur des campagnes de conversion** : ex "Organisez vos événements avec SellTix".
 - **20 % sur le retargeting** : publicités ciblant les visiteurs ayant consulté des pages clés (tarifs, inscriptions).
- 3. Gestion et optimisation : 150 € / mois (mois 2-6) = 750 €**
 - Analyse hebdomadaire des performances (engagements, conversions).
 - Ajustement des audiences et des formats publicitaires.
- 4. Objectif de performance :**
 - Toucher 100 000 personnes ciblées.
 - Augmenter les ventes/conversions via les publicités à hauteur de 200 à 300 conversions.

SUIVI ET ANALYSE DES PERFORMANCES

Pour évaluer l'efficacité de la stratégie, nous suivons des KPIs clés : taux de conversion, visibilité et engagement. Grâce aux outils d'analyse comme Google Analytics et les plateformes sociales, SELLTIX pourra ajuster ses actions en temps réel et optimiser l'impact de chaque campagne.





MERCI