



Offre de prestation de services inbound marketing pour l'entreprise XYZ

Préparée pour : XYZ

Mise à jour : 12 novembre 2017

Récapitulatif

XYZ est actuellement en développement, et s'apprête à accélérer sa croissance. Différents projets marketing ont été menés à bien sans qu'une ligne directrice ne soit définie. XYZ souhaite désormais déployer une stratégie marketing structurée en vue d'atteindre ses objectifs commerciaux. Dans cette optique, l'entreprise recherche un partenaire inbound marketing.

Objectif

XYZ a pour objectif d'acquérir 200 nouveaux clients en un an, soit une moyenne de 17 nouveaux clients par mois. Le taux de transaction s'établissant actuellement à 35 %, il s'agit de générer mensuellement 50 leads qualifiés pour la vente. Si 20 % de l'ensemble des leads parviennent en bas de l'entonnoir de vente, il faut générer 250 leads mensuels au sommet ou au milieu de l'entonnoir. Le taux de conversion de visiteur à lead est actuellement de 1,2 %, l'objectif de XYZ étant d'atteindre les 3 %. Un taux de 3 % implique d'attirer entre 4 500 et 8 300 visites mensuelles pour générer le nombre de leads escompté.

Étendue du contrat

Activités déployées au cours du 1^{er} mois

Création d'un plan marketing Necta sur 12 mois
(Mois 1)

- Nous fournissons un plan marketing écrit (intitulé *Necta*, du nom de Nectafy), qui récapitule la situation actuelle

de XYZ, puis définit les stratégies et les activités concrètes que nous mettrons en œuvre pour aider l'entreprise à atteindre ses objectifs de génération de leads en moins d'un an.

Création des buyer personas et des questions associées (Mois 1)

- Pour obtenir des résultats avec l'inbound marketing, il est nécessaire de cibler l'audience visée avec précision. Nous partons du corpus de connaissances actuel de XYZ, et conduisons des recherches et analyses supplémentaires afin de créer plusieurs buyer personas. Les buyer personas sont des représentations fictives des clients idéaux de l'entreprise. Nous étudions leurs caractéristiques et spécificités afin de pouvoir créer du contenu pertinent.

Refonte du site web (Mois 1)

- Le site web de XYZ doit être optimisé de façon à soutenir la stratégie inbound marketing. Nous travaillons en concertation avec le designer de l'entreprise, afin d'aligner le nouveau site sur les objectifs marketing.

Création de deux offres pour le lancement initial du site (Mois 1)

- Nous recyclons le contenu existant de XYZ en deux offres : une offre positionnée au sommet de l'entonnoir, et l'autre au milieu de l'entonnoir. Nous pouvons ainsi commencer immédiatement à générer des leads, tout en développant de nouvelles offres pour les mois à venir.

Création du calendrier éditorial (Mois 1)

- Nous créons un calendrier éditorial collaboratif afin d'assurer la fluidité et la cohérence du travail de production de contenu dans la durée.

Les activités listées ci-dessous sont déployées entre le 2^e et le 12^e mois

Réunions hebdomadaires et reporting mensuel

- Un conseil stratégique régulier et un reporting mensuel garantissent à l'équipe de XYZ une visibilité maximale sur la progression des projets. Les réunions stratégiques sont conduites par téléphone ou visioconférence à raison d'une heure par semaine. En plus de ces réunions, nous accompagnons également l'équipe de XYZ dans l'analyse des résultats et l'ajustement continu des stratégies.

Gestion de HubSpot, formation et support

- Nous prenons en charge l'ensemble des tâches de gestion afférentes à la plateforme HubSpot. Nous formons également l'équipe de XYZ sur l'ensemble des outils disponibles, y compris les workflows, la segmentation de listes, les pages de destination, etc. Pendant les 12 prochains mois, Nectafy s'engage aux côtés de XYZ en tant que partenaire opérationnel. Nous informons les équipes sur le fonctionnement de la plateforme, et veillons à ce qu'elles maîtrisent l'ensemble des outils nécessaires. Ainsi, au terme du partenariat, l'entreprise est en mesure de poursuivre efficacement les activités marketing mises en place.

Analyse hebdomadaire des mots-clés

- Nous analysons les performances en temps réel, afin d'identifier des opportunités inbound marketing. Le contenu n'est pas destiné aux moteurs de recherche, mais au client idéal de XYZ. Nous tenons cependant compte de la manière dont celui-ci est susceptible de formuler ses requêtes, afin de maximiser la découvrabilité du contenu.

Publication de deux articles de blog par semaine

- Nous accompagnons l'équipe de XYZ dans la rédaction de deux articles de blog hebdomadaires. Pour réussir avec l'inbound marketing, il est indispensable de créer continuellement de nouveaux contenus utiles à l'audience cible. Plusieurs méthodes de création de contenu s'appliquent.
 1. Articles à caractère technique : un membre de l'équipe de XYZ rédige le contenu, et Nectafy se charge de la mise en forme, du ton, de l'intégration des meilleures pratiques inbound, ainsi que de la publication et de la promotion.
 2. Articles généralistes : Nectafy s'entretient avec un membre de l'équipe de XYZ, puis rédige un article de synthèse. Ce processus représente un gain de temps considérable pour XYZ.
 3. Articles vidéo : XYZ réalise les prises de vue, et Nectafy se charge du montage d'un clip de courte durée, conforme à l'approche inbound.

Promotion du contenu

- Nous nous chargeons de la promotion de chaque article et offre sur Twitter, LinkedIn, Google+ et Facebook.

E-mail marketing

- Nous accompagnons XYZ dans la mise en œuvre via HubSpot de l'ensemble des campagnes d'e-mail marketing prévues dans le plan marketing annuel Necta.

Création d'une nouvelle offre par mois

- Les nouvelles offres permettent de générer des leads. Dans cette perspective, nous créons continuellement de nouveaux contenus susceptibles d'intéresser le client idéal de XYZ. En concertation avec l'équipe de XYZ, nous produisons une nouvelle offre par mois, selon une méthodologie similaire à celle appliquée aux articles de blog. L'équipe de XYZ fournit les informations et connaissances brutes, et nous nous chargeons de la mise en forme, la mise en page et la distribution.

Création d'une séquence de génération de leads complète pour chaque offre produite

- Cette séquence comprend des call-to-action, pages de destination, formulaires, pages de remerciement et e-mails de suivi, conçus pour fonctionner en synergie.

Développement de workflows automatisés et segmentation de listes

- Nous configurons des workflows visant à faire progresser les leads dans l'entonnoir de vente à mesure qu'ils consomment du contenu et développent une relation de confiance avec XYZ.

Monitoring du SEO on-page

- Nous veillons à optimiser le contenu de chaque page pour maximiser le trafic issu de la recherche naturelle.

Accompagnement de l'équipe commerciale et intégration du CRM

- Nous accompagnons XYZ dans la sélection d'un CRM pour l'équipe commerciale, en vue de déployer un reporting en boucle fermée. L'intégration des données entre le CRM et HubSpot permet de maximiser le taux de transaction. Cette intégration permet également de chiffrer le ROI des activités marketing avec précision.

Mesure des performances

- Au terme d'une année de partenariat, **250 leads mensuels seront générés**. De fait, Nectafy estime que cet objectif sera atteint avant l'échéance du contrat.
- À cette date, XYZ bénéficiera d'une stratégie marketing en ligne cohérente, alignée sur ses objectifs commerciaux.

Investissement

Offre de services inbound marketing complète _____ X EUR par mois

Autres frais

Plateforme inbound marketing HubSpot _____ X EUR par mois*

Échéances

Les prestations peuvent commencer dès la première semaine du mois de janvier 2018.

Conditions générales

Les paiements relatifs à HubSpot sont effectués directement auprès de HubSpot, même si l'abonnement a été acquis par l'intermédiaire de Nectafy. Les frais mensuels afférents au contrat de prestation de services peuvent être payés par chèque, par virement, via Paypal, ou via toute autre forme de paiement mutuellement établie, à l'ouverture de chaque cycle mensuel, lequel est fonction de la date de début du contrat.

Garantie complète

La garantie Nectafy est aussi simple que complète : nous visons l'entièvre satisfaction de XYZ relativement aux prestations énoncées dans cette proposition commerciale. Si XYZ souhaite interrompre le contrat de prestation de services marketing, il suffit d'informer Nectafy de cette décision dans un délai d'une semaine suivant le dernier paiement mensuel pour la somme correspondante soit remboursée.



Vous avez besoin d'une proposition commerciale personnalisée pour votre agence ?

Nous espérons que ce modèle de proposition commerciale vous a été utile. Nous attachons une importance primordiale à la transparence.

La présente proposition a été établie à l'adresse d'un client potentiel précis. Si vous avez besoin d'un modèle de proposition commerciale adapté à votre offre de services inbound marketing, [n'hésitez pas à prendre rendez-vous.](#)



Nectafy, LLC | 28 Webster Street | Suite #7 | Rockland, MA 02370 | nectafy.com