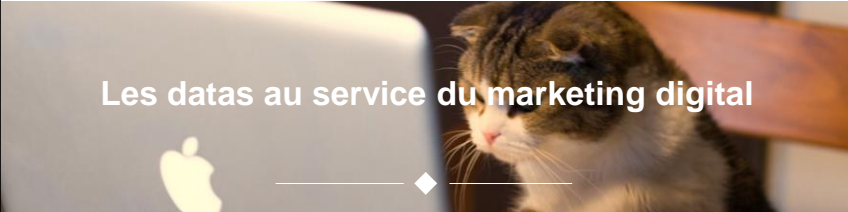



Technopole  
Quimper-Cornouaille

Les datas au service du marketing digital



◆



1



UN MARKETING D'AVANT-GARDE  
POUR **ATTIRER** VOS CLIENTS

**Uinbound**.fr  
Attirer, convertir & fidéliser vos clients !

**MYCHEFCOM**

## L'Inbound Marketing ?

Qu'est ce que c'est ?



## Le cycle de vie marketing



## Parcours d'achat



### 1. PRISE DE CONSCIENCE

Le client identifie un besoin, recherche des solutions en priorisant ses critères de choix.

### 2. CONSIDÉRATION

Le client compare les offres et s'assure d'avoir étudié toutes les possibilités.

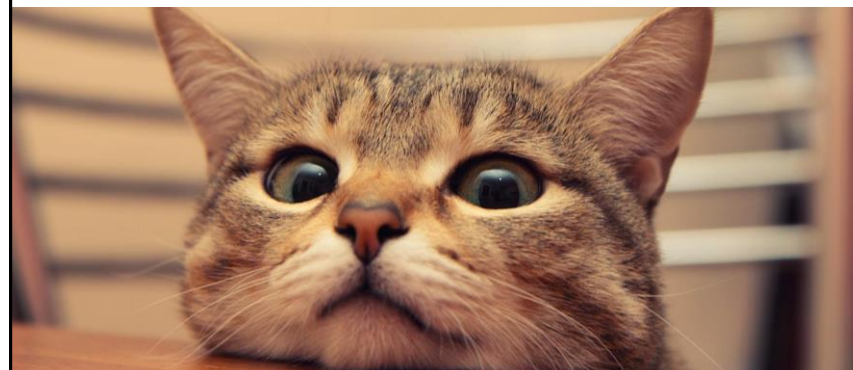
### 3. DÉCISION

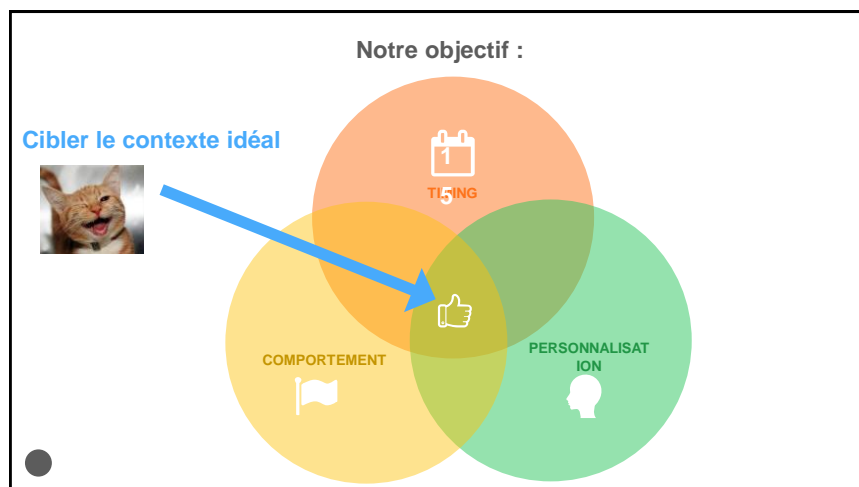
Le client sélectionne et réalise l'achat voire le réachat.

5

## C'est quoi le marketing intelligent ?

Et ça sert à quoi ?





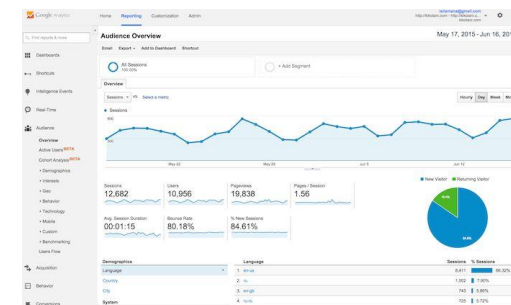
## Mais concrètement ?

Y a des outils pour tout ça ?



## Les outils de collecte

L'analytics



Le suivi des  
opérations marketing

## Les outils de collecte



11

Le formulaire

## Les outils de collecte

### Connaître et résoudre les problématiques liées aux allergènes

En tant que professionnel de la restauration, limiter ou éliminer la présence d'allergènes peut représenter de fortes contraintes sur votre activité au quotidien. La réglementation est de plus en plus stricte, et vous devez vous y plier, dans la moindre des cas.

Découvrez dans ce livre blanc :

- De quoi est la législation sur les allergènes
- Les étapes pour gérer sa conformité croisée
- Comment transformer cette contrainte en opportunité

Êtes-vous un professionnel de la restauration ? \*

Oui

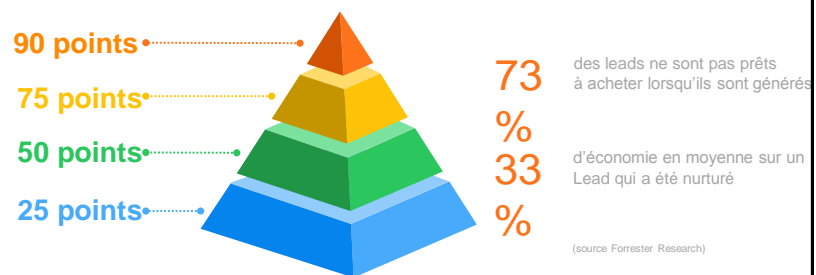
Non

Être informé de la publication d'un nouveau contenu Reitzel

12

### Le lead nurturing

Et le lead scoring !!



13

### Le top 3 des marques agro profitant du digital

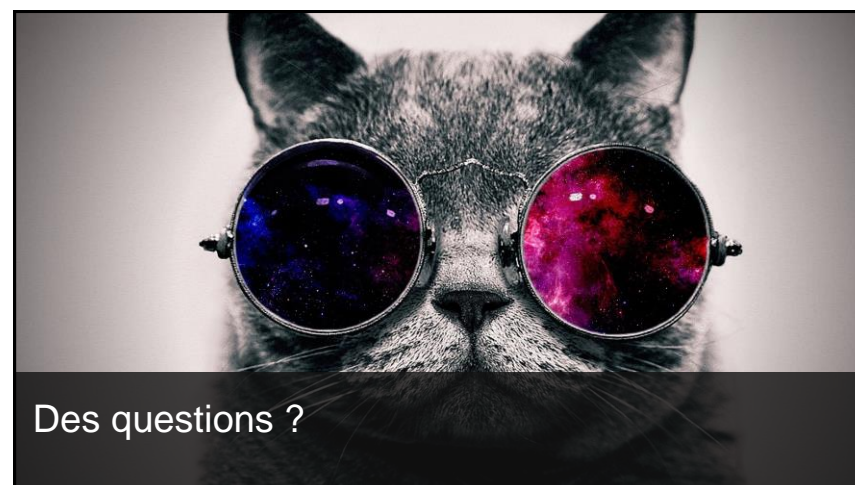


14

Deux exemples concrets



15



Des questions ?