

Projet collaboratif

www.cgpigroup.fr



Le Projet

(Jean-Emile verclytte - www.cgpigroup.fr)

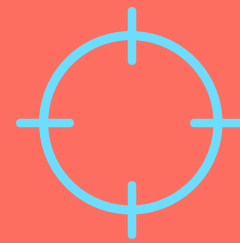
- **Augmenter la visibilité & la crédibilité des cabinets en gestion de patrimoine indépendants sur les réseaux sociaux.**
- **Mutualiser une stratégie de marketing de contenu.**

CGPIGROUP s'occupe de tout pendant que vous vous consacrez à votre activité

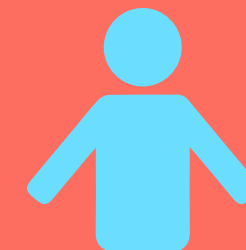
**STIMULER LA
CROISSANCE DE
VOTRE CABINET**



**DÉVELOPPER &
FIDÉLISER VOTRE
PORTEFEUILLE
CLIENTS**



**DÉVELOPPER VOTRE
NOTORIÉTÉ**



Aujourd'hui quand on me demande quel métier je fais ?
Je réponds: « conseiller en gestion de patrimoine »

La réponse est quasiment toujours la même :
« c'est quoi ? » ou « Ah oui, je vois tu travailles pour les HLM comme gestionnaire de patrimoine immobilier » ...

Bref il y a encore énormément de travail à faire afin de faire connaître les conseillers en gestion de patrimoine indépendants et leurs cabinets.

Les Leads sont de moins en moins qualifiés.

Le consommateur a changé, il adopte un comportement bien différent sur les réseaux sociaux.

Le consommateur devient un expert, il cherche à être acteur de son propre projet. Concernant la gestion de son patrimoine, il cherche du contenu pour s'informer, consulte les réseaux sociaux, adhère à des communautés, vérifie la crédibilité des conseillers (ses publications et sa notoriété).

Il faut désormais étudier le prospect, le suivre, lui apporter des contenus de très grandes qualités pour pouvoir l'attirer.

Après, il faut concevoir et lui proposer des dizaines et des dizaines de scénarios en fonction de ce qu'il a consulté. Proposer au prospect un rendez-vous au bon moment.

Créer du contenu, l'insérer, le partager et développer des stratégies marketing sur les réseaux sociaux demande beaucoup de temps.

J'ai mis en place cette stratégie marketing avec mes profils sociaux
Ils ont atteints leurs pleines capacités, avec des comptes gratuits & sans
pub :

- 30 000 abonnés sur LinkedIn, c'est le maximum avec un compte gratuit.
- 5 000 amis sur Facebook, c'est le maximum.
- 700 abonnés sur Twitter.
- 20 000 visiteurs uniques par mois sur le site cgpigroup.fr



Après 3 ans de test,
de programmation informatique,
d'échanges avec vous et avec des spécialistes du marketing,

JE PROPOSE À 100 CABINETS EN GESTION DE PATRIMOINE :

- d'appliquer mes méthodes.
- nous mutualiser et nous fédérer pour avoir une communication commune.

Pour ce projet je propose un calendrier par étape :

Etape 1 : D'ici fin Juillet,

Fédérer 100 cabinets en gestion de patrimoine (1 par département)

Etape 2 : Septembre 2018

Paramétrer les comptes sociaux des 100 membres dans l'outil
CGPIGROUP

Etape 3 : D'octobre 2018 à Février 2019

Mettre en place les stratégies de marketing de contenu afin de convertir
les visiteurs en Leads

01

**Etape 1 :
d'ici fin Juillet**

**Fédérer 100 cabinets en
gestion de patrimoine
indépendants**

02

**Etape 2 :
Septembre 2018**

**Paramétrer & optimiser
les comptes sociaux
des 100 membres
dans l'outil CGPIGROU**

- Nous définissons ensemble les thèmes des contenus (articles, vidéos...) que nous publierons pour vous.
- Nous paramétrons les comptes sociaux, Facebook, LinkedIn, Twiter et Google+ de 100 membres dans l'outil CGPIGROUPE.
- Nous paramétrons pour les membres qui ont un blog, un flux RSS qui va rapatrier vos publications automatiquement.
- Nous publions pour vous notre sourcing contenu sur votre profil et page cgpigroup.

La force de ce projet c'est que tous les contenus insérés sur le site seront partagés automatiquement par la plateforme CGPIGROUPE par les 100 membres adhérents au service sur les réseaux sociaux, Facebook, LinkedIn, Twitter, Google+.

Nous compterons sur votre participation pour :

- Nous permettre d'insérer notre sourcing de contenu (article de médias financiers, vidéos etc...) avec votre profil aussi bien sur CGPIGROUP que sur Facebook, LinkedIn, Twitter et Google+ afin de bénéficier d'un effet BUZZ et référencement naturel.
- Participer à l'élaboration de contenu unique en répondant à quelques questions sous forme d'une enquête, par exemples : les 3 meilleurs contrats d'assurance vie en euros ou les meilleurs fonds obligataires...
- Intégrer de temps en temps sur les réseaux sociaux en commentant, en mettant un j'aime... sur les publications de la communauté.

03

Etape 3 :
d'octobre 2018
à Février 2019

Mettre en place les stratégies
de marketing de contenu
afin de convertir les visiteurs
en Leads puis en RDV

Les 4 phases du marketing de contenu

PHASE 1 : ATTIRER

CRÉER DE L'AUDIENCE
EST LA BASE DE LA
COLLECTE DE LEAD

PHASE 2 : CONVERTIR

CONVERSION DE
L'AUDIENCE EN
PROSPECTS QUALIFIÉS

PHASE 3 : TRANSFORMER

TRANSFORMATION DES
LEADS EN RENDEZ-VOUS

PHASE 4 : FIDELISER

FIDELISER VOS CLIENTS

Phase 1 : ATTIRER

**Créer de l'audience est la base
pour pouvoir collecter des leads**

Les contenus insérés dans le site CGPIGROUP seront diffusées sur les réseaux sociaux selon un calendrier éditorial piloté par CGPIGROUP (nous pouvons programmer jusqu'à 2000 publications d'avance et par profil).

Cette stratégie attirera des milliers d'internautes qui entreront dans différents tunnels de conversion afin de devenir des Leads qui aboutiront à un RDV.

Nous allons gérer tous les jours les profils sociaux de 100 membres

Objectif, 6 400 publications par jour

- 100 profils Facebook x 16 publications par jour = 1 600 publications par jour.
- 100 profils LinkedIn x 16 publications par jour = 1 600 publications par jour.
- 100 profils Twitter x 16 publications par jour = 1 600 publications par jour.
- 100 profils Google+ x 16 publications par jour = 1 600 publications par jour.

Phase 2 : CONVERTIR

Conversion de l'audience en prospects qualifiés

Mise en place de la stratégie de marketing de contenu

- Nous créerons et optimiserons la collecte de lead (formulaire call to action, landing page sur les contenus du site cgpigroup)
- Nous élaborons une stratégie de diffusion ciblée sur les réseaux sociaux (diffusion de contenus téléchargeables)

Inutile de publier chacun son propre livre blanc sur l'assurance vie. Nous pouvons mutualiser la production de ces contenus. Si un conseiller sur Lille publie un article et le partage sur les réseaux sociaux, il va attirer les internautes de toute la France et donc le trafic généré peut bénéficier à un conseiller de Marseille ou de Lyon et inversement.

Phase 3 : TRANSFORMER

Transformation des Leads en Rendez-vous

Mise en place des tunnels de conversion, scénarios marketing en fonction du comportement de l'internaute

- Envoi d'emails ponctuels et ciblés adaptés au parcours du prospect
- Envoi de newsletters
- Scoring des prospects
- Campagnes publicitaires ciblées sur les réseaux sociaux (retargeting)
- Stratégie de Lead nurturing et marketing d'automation
- Création des scénarios automatisés
- Optimisation des workflows

Phase 4: Fidéliser

Fidéliser vos clients satisfaits deviennent vos Ambassadeurs

- Envoi d'emails personnalisés et ciblés aux clients
- Stratégie d'expérience client
- Contenus intelligents
- Interaction avec les réseaux sociaux
- Questionnaires de satisfaction et feedbacks clients
- Recommandations
- Événements

Merci.

Contact pour le projet : Leyla CAN
Téléphone: 07 77 95 69 92
Mail: leyla@cgpigroup.fr

