



Blog du Prof T.I.M.

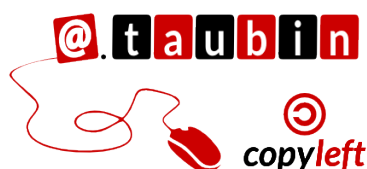
Technologies Informatique & Multimédia – Lycée du Mené



TD n°8 – WordPress – Marketing Automation – Code Promo

Table des matières

1- Marketing automation.....	1
1.1- Visiteur.....	1
1.2- Lead.....	1
1.3- Prospect.....	2
1.4- Client.....	2
2- Cas pratique : Automatisation avec WordPress, Woocommerce et MailPoet.....	3
3- Code promotion.....	5
3.1- Création du code promo dans Woocommerce.....	6
3.2- Création du coupon avec Canva.....	7

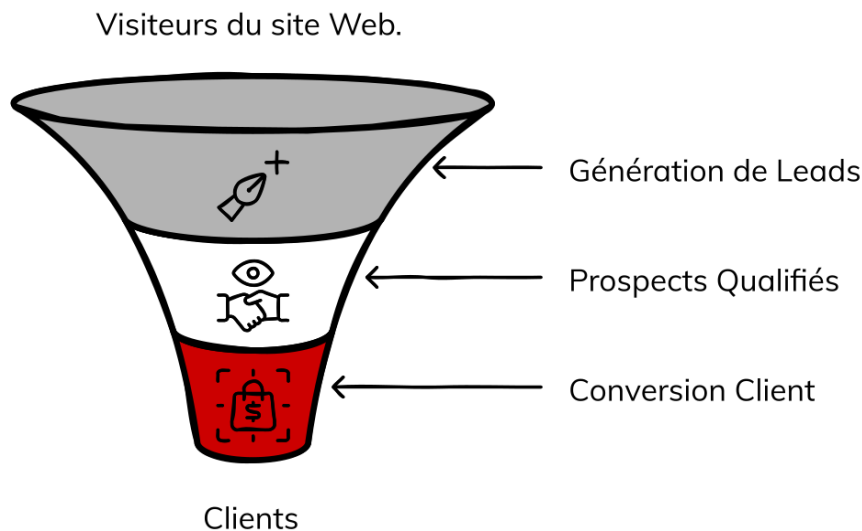


1- Marketing automation

Le Marketing Automation est l'utilisation de logiciels pour automatiser les tâches de marketing, telles que les campagnes d'e-mail, les campagnes de réseaux sociaux, la segmentation de la clientèle et l'analyse des données. Il vise à améliorer l'efficacité et

l'efficacité des stratégies de marketing en utilisant des techniques d'apprentissage automatique et des algorithmes pour cibler les clients et optimiser les campagnes en fonction des performances passées.

Entonnoir de Conversion Client



Visiteur

Une personne accédant à un site web ou à un réseau social.

Lead

Un visiteur fournissant des informations de contact en échange d'une offre.

Prospect

Un lead qualifié avec un intérêt potentiel pour l'achat.

Client

Un prospect converti en acheteur.

1.1- Visiteur

Un visiteur est une personne qui accède à un site web ou à un de vos réseaux sociaux. Vous pouvez inciter des gens à devenir des visiteurs en utilisant le SEO ou en faisant des

campagne marketing et en profitant des services de professionnels du ciblage (comme Google, Facebook, Instagram, etc).

1.2- Lead

Un lead est un visiteur qui a fourni ses informations de contact en échange d'une offre, comme un livre électronique, un essai

gratuit, un abonnement à une newsletter, la participation à un jeu concours, etc...

Les leads sont considérés comme des personnes qualifiées car ils ont montré un intérêt pour le produit ou le service proposé. Pour qualifier les leads, il est possible d'utiliser des formulaires de contact, des

quiz, des sondages et des entretiens pour recueillir des informations et les classer en fonction de leur pertinence pour votre entreprise.

1.3- Prospect

Un prospect est un lead qui a été qualifié comme ayant un intérêt potentiel pour l'achat d'un produit ou d'un service et qui correspond à vos critères de ciblage. Il s'intéresse à des contenus, il est en phase d'évaluation ou de décision.

Cela peut être déterminé en fonction de critères tels que l'entreprise, le budget et

l'autorité de décision.

C'est à ce stade que le contact est transféré au service commercial pour le convertir en client.

Pour convertir les prospects en clients, il est possible d'utiliser des campagnes d'email marketing et des entretiens téléphoniques pour entrer en contact et les inciter à acheter.

1.4- Client

Un client est une personne ou une entreprise qui a acheté un produit ou un service. C'est donc un prospect mûr.

Il est possible d'utiliser des incitatifs pour aider à convertir les prospects en clients.

Les incitatifs sont des offres spéciales ou des avantages qui incitent les prospects à acheter. Ils peuvent prendre diverses formes, comme des remises sur les prix, des cadeaux avec achat, des garanties étendues, des essais gratuits, des services supplémentaires, etc.

Ils ont pour but d'apporter une valeur supplémentaire au prospect, et de lui donner une raison supplémentaire pour acheter. Ils peuvent être utilisés pour surmonter les objections des prospects, ou pour les inciter à acheter plus rapidement.

Il est important de noter que les incitatifs doivent être pertinents pour le prospect et pour l'entreprise et doivent être offerts à un moment opportun pour maximiser leur impact.

2- Cas pratique : Automatisation avec WordPress, Woocommerce et MailPoet

Pour faire le travail demandé, vous prendrez comme support votre produit de la catégorie des plantes aromatiques créé en pluridisciplinarité au TD n°7.



Vous avez un stock de votre produit en magasin et vous souhaitez profiter de la mise en place d'une promotion (-20%) pour essayer de collecter des données auprès de personnes encore inconnues de votre fichier « Clients ».

Pour ce faire, l'entreprise va faire une communication sur Facebook et Instagram auprès d'un public cible (les habitants de votre zone de chalandise). Dans cette

communication, sera proposé un lien vers une page demandant les coordonnées (nom + adresse mail) aux visiteurs en échange du code pour avoir les 20 % de rabais.

Dans cette optique, vous devez mettre en place les outils nécessaires sur le site des Serres UJAC. Il faut les optimiser pour parvenir à obtenir les informations sur vos éventuels futurs clients et aussi pour booster les ventes de votre produit.

Pour faire ce travail, vous aurez besoin :

- Étape 1. d'un code promo de 20 % sur votre produit
- Étape 2. d'une liste de diffusion pour segmenter toutes ces adresses
- Étape 3. d'un formulaire d'inscription pour récolter les adresses des futurs clients

Étape 4. d'un e-mail automatique pour envoyer le bon de réduction de 20 % aux personnes ayant rempli le formulaire.

Étape 5. d'une landing page pour convaincre les visiteurs de vous donner leur coordonnées en échange d'un bon de réduction de 20 %.

- L'étape 1 sera traitée dans ce TD avec Woocommerce et Canva.
- Les étapes 2, 3 et 4 seront traitées dans le TD n°9 avec MailPoët
- L'étape 5 sera traitée dans le TD n°10 sur les Landing Pages avec WordPress.

3- Code promotion

Modifier le code promo [Ajouter un nouveau code promo](#)

20AMA-HIPP 2

[Générer un code promo](#)

Campagne 20% amaryllis

Données du code promo

Général	Type de remise	Remise en pourcentage
Restriction d'usage	Valeur du code promo	20
Limites d'utilisation	Date d'expiration du code	2026-05-02

Accueil / Jardinier / Plantes aromatisées / Plantes fleuries / Amaryllis - Hippeastrum

Amaryllis – Hippeastrum

13,90 € – 39,90 €

« L'Amaryllis : la fleur qui illumine l'hiver ! » - Pot 14/15 – bulbe prêt à fleurir

Quantités Utiliser

13,90 €

[Ajouter au panier](#)

Category: Plantes fleuries Tags: Amaryllis

1

Description Informations complémentaires Caractéristiques de la plante Besoins de la plante Culture Utilisations Livraison

Nom commun : Amaryllis
Nom scientifique : Hippeastrum

Une floraison spectaculaire et élégante

Ses grandes fleurs en trompette, intenses et lumineuses, transforment instantanément un intérieur en véritable décor végétal. L'Amaryllis apporte couleur, chaleur et sophistication même en plein cœur de l'hiver.

Facile à cultiver, idéale pour débutants et passionnés

Peu exigeante, elle fleurit généreusement avec un entretien minimal. Une simple exposition lumineuse et un arrosage modéré suffisent pour obtenir une floraison remarquable.

**À UTILISER SUR LE SITE WEB
OU EN MAGASIN AVANT LE 2 MAI !**

Obtenez votre promo
20% de remise
CODE
20AMA-HIPP

Reserver aux 1000 premiers nouveaux abonnés
LES SERRES UJAC

<https://ujac.lyceecfadumene.fr/>
6 rue du Porhoët - 22 230 MERDRIGNAC

**À UTILISER SUR LE SITE WEB
OU EN MAGASIN AVANT LE 2 MAI !**

Obtenez votre promo
20% de remise

Reserver aux 1000 premiers nouveaux abonnés
LES SERRES UJAC

<https://ujac.lyceecfadumene.fr/>
6 rue du Porhoët - 22 230 MERDRIGNAC

Woocommerce & Canva

1. Produit > Amaryllis
2. Marketing > Code Promo
3. Visuels marketing avec Canva

Nous allons créer un code promo de 20 % pour commencer la mise en place de notre cas pratique.

Un code promotionnel ou code promo est un code alphanumérique ou un terme spécifique utilisé pour obtenir une réduction ou un avantage supplémentaire lors de l'achat d'un produit ou d'un service.

Ils sont généralement distribués par les entreprises pour inciter les clients à acheter un produit ou un service spécifique, ou pour récompenser les clients fidèles.

Ils peuvent être utilisés pour offrir :

- des réductions sur les prix,

- des cadeaux gratuits
- des remises sur les achats futurs.

Les codes promos peuvent être distribués par divers moyens, tels que les e-mails, les réseaux sociaux, les publicités en ligne, les magazines, les dépliants, etc.

Ils peuvent être utilisés pour évaluer l'efficacité des campagnes de marketing en mesurant combien de codes ont été utilisés et combien ont conduit à des ventes.

3.1- Création du code promo dans Woocommerce

Commencer par créer votre code promo de 20 % sur le site des Serres UJAC.



Vous pouvez regarder le tutoriel vidéo sur la création d'un code promo dans Woocommerce :

- https://youtu.be/KCqz_UyWQuk



1- Cliquer sur **Woocommerce > Codes promo**

2- Cliquer sur **Ajouter un code promo**

3- **Saisir un nom ou générer automatiquement un code promo.** Attention, chaque code doit être unique.

4- Paramétrer **l'onglet Général** : type de remise, valeur, date d'expiration

5- Paramétrer **l'onglet Restriction d'usage** : on peut limiter l'usage du code en fonction d'une fourchette de dépense, en fonction du

cumul avec d'autres offres, en fonction des autres promotions en cours. On peut aussi restreindre le code à un produit, à une catégorie de produit ou à l'inverse exclure un produit ou une catégorie de la promo.

6- Paramétrer **l'onglet Limites d'utilisation** : on peut limiter le nombre de fois qu'un même client peut utiliser le code, le nombre d'articles sur lequel l'appliquer, le nombre de coupon qu'on veut mettre en circulation.

3.2- Création du coupon avec Canva

En vous basant sur un modèle de code promo et en utilisant la charte graphique des Serres UJAC, **vous devez mettre en forme le coupon de 20 % avec votre code.**



Ci-dessous, un exemple réalisé avec Canva :



Nous allons poursuivre ce travail au **Td n°9 – WordPress – Marketing Automation – MailPoet.**