

Sommaire

Remerciements / v

Introduction / 1

ACTE I

PHASE « AVANT » / 27

Chapitre 1 - Cibler son marché / 29

Chapitre 2 - Élaborer son message / 43

Chapitre 3 - Parler aux prospects grâce aux bons outils de communication / 81

ACTE II

PHASE « PENDANT » / 105

Chapitre 4 - Capter des *leads* / 107

Chapitre 5 - Fidéliser les *leads* / 117

Chapitre 6 - Convertir les ventes / 139

ACTE III

PHASE « APRÈS » / 163

Chapitre 7 - Proposer une expérience unique / 165

Chapitre 8 - Augmenter la valeur vie client / 191

Chapitre 9 - Orchestrer et stimuler les recommandations / 215

Conclusion / 231

Au sujet de l'auteur / 241