

# **LES RÉSEAUX SOCIAUX :**

## **Quels contenus publier rapidement et efficacement pour être vu ?**

## OBJECTIFS

- Connaître les principales fonctionnalités des différents réseaux sociaux
- Comprendre le principe de base de leurs algorithmes
- Cibler les réseaux utiles pour diffuser un format de contenu ou un autre
- Comprendre quelle cible utilise quel réseau
- Savoir comment publier de manière efficace
- Connaître les solutions qui permettent de gagner du temps

## PLAN DU WEBINAIRE

- 1 - Pourquoi publier ?
- 2 - Vers qui publier ?
- 3 - Où publier ?
- 4 - Quand publier ?
- 5 - Comment publier ?
- 6 - Comment mesurer les résultats ?

## 1 - POURQUOI PUBLIER ?

Quel est l'intérêt d'une présence social media ?

# Réseaux sociaux : quels contenus publier rapidement et efficacement pour être vu ?

## 1 - POURQUOI PUBLIER ?

### 1.1.1 Utilisation des réseaux sociaux en France : Chiffres clés

En France en 2024 :

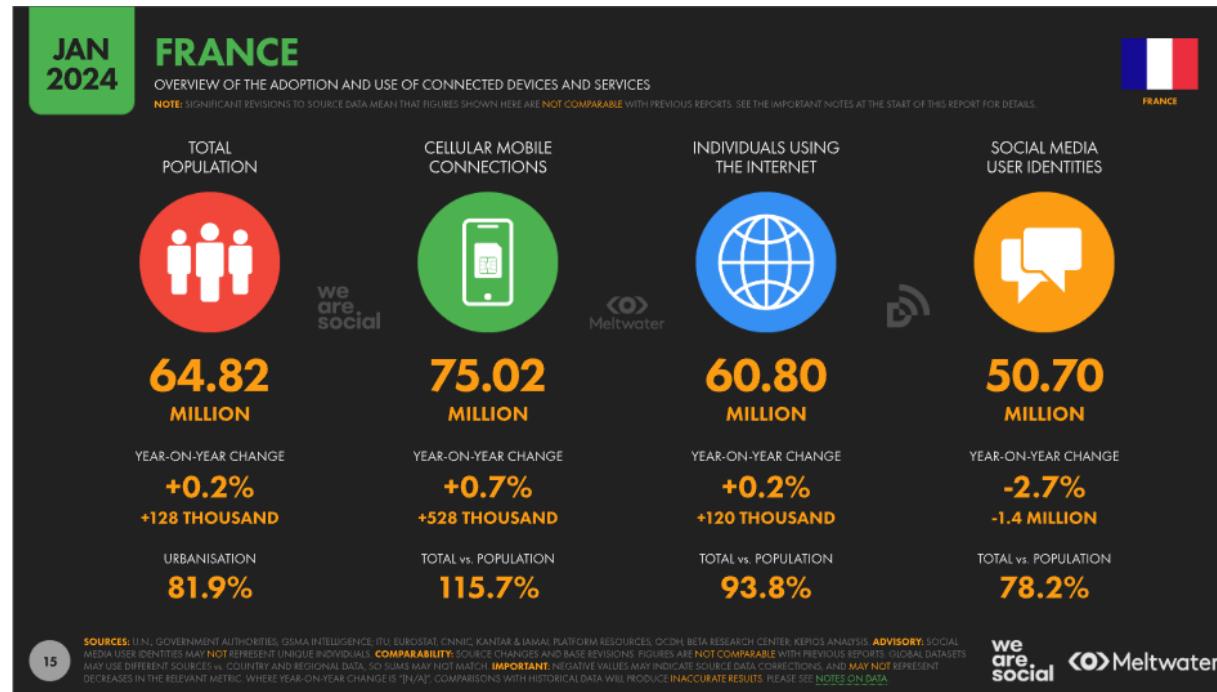
60.8 M d'internautes

dont

50.7 M de sociaunautes

=

83 % des Français de + de 16 ans



# Réseaux sociaux : quels contenus publier rapidement et efficacement pour être vu ?

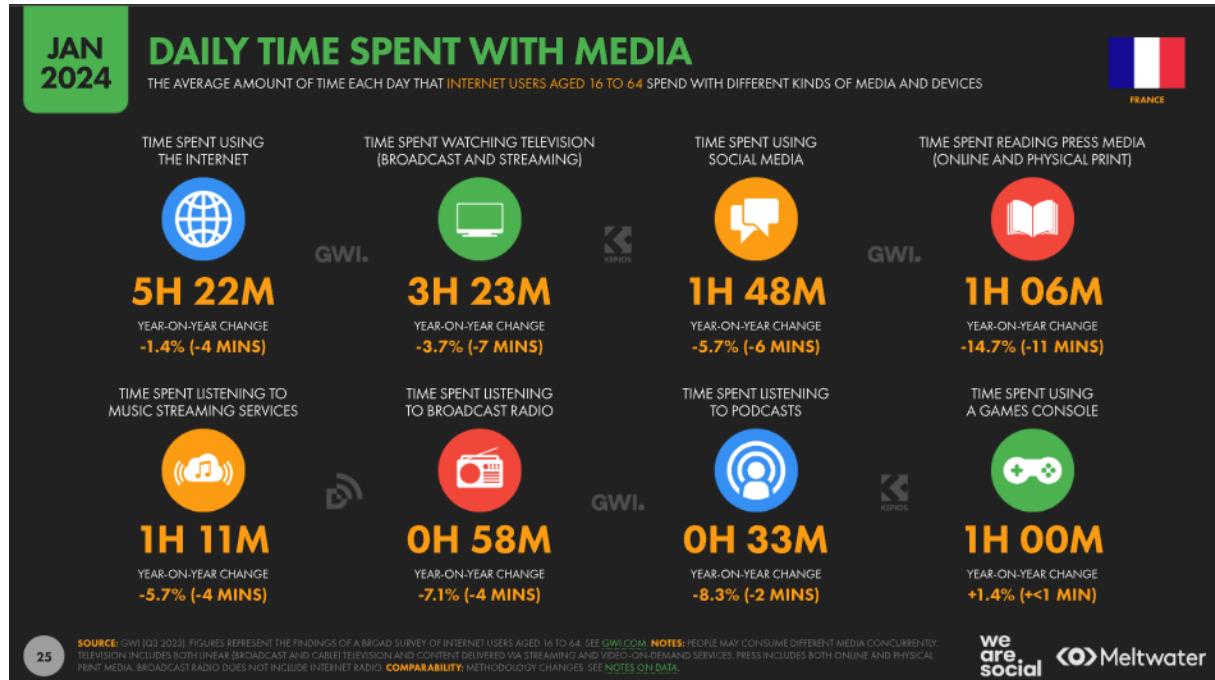
## 1 - POURQUOI PUBLIER ?

### 1.1.2 Utilisation des réseaux sociaux en France : Chiffres clés

En France en 2024 :

6.8 comptes / pers. en moyenne

1h48 / jr / pers.



## 1 - POURQUOI PUBLIER ?

### 1.2 Utilisations et objectifs

Publier selon les **Objectifs** que l'on souhaite atteindre

- **Objectif IMAGE**
  - présence
  - image, valeurs
  - notoriété
  - sentiment vis-à-vis de l'entreprise
- **Objectif BUSINESS**
  - gestion de relation client
  - étude / analyse des besoins clients
  - fidélisation / SAV
  - +
  - prospection
  - ventes / CA



## 1 - POURQUOI PUBLIER ?

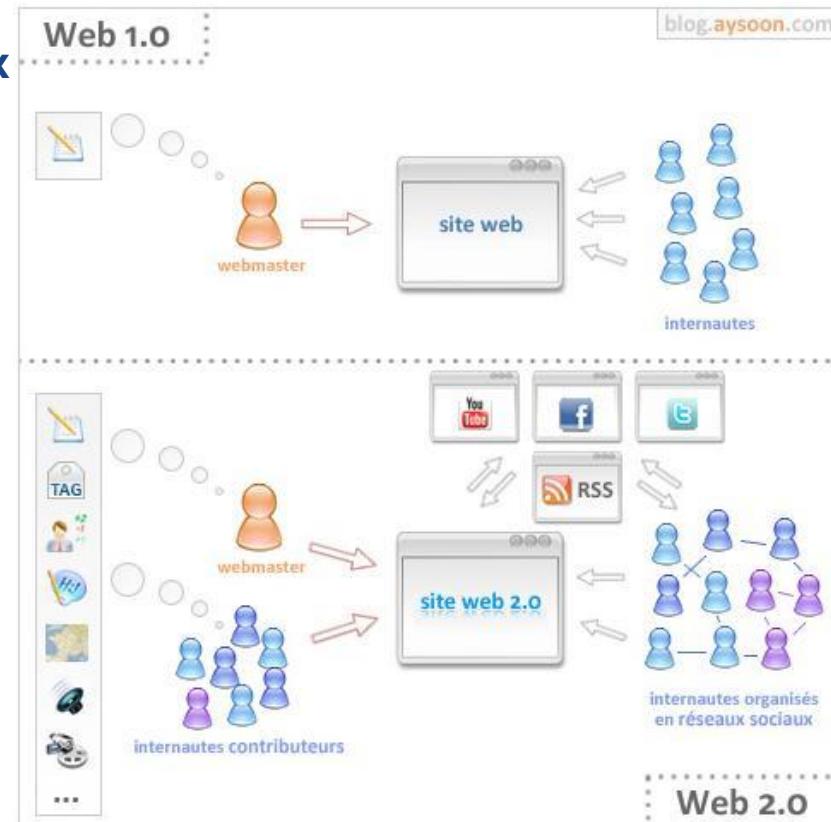
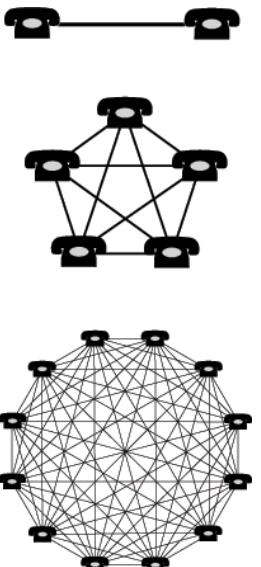
### 1.3.1 Principes du web 2.0 et des réseaux sociaux

WEB 2.0 =

- collaboratif
- participatif
- interactif

Loi de Metcalfe : taille de son réseau

- + le réseau est grand
- + il est efficace



Web 2.0

## 1 - POURQUOI PUBLIER ?

### 1.3.2 Principes du web 2.0 et des réseaux sociaux

**UGC : User Generated Content - "tous influenceurs"**

- **les internautes produisent du contenus**
  - avis
  - commentaires
  - publications textes
  - photos / vidéos
  - live / streaming / réels / stories

= sur leur compte perso et/ou sur le compte d'1 entreprise

- **les internautes interagissent entre eux**
  - bouche à oreille virtuel



## 1 - POURQUOI PUBLIER ?

### 1.4 Fonctionnement des algorithmes

WEB 2.0 = La priorité aux interactions

Il faut susciter la réactions des internautes !

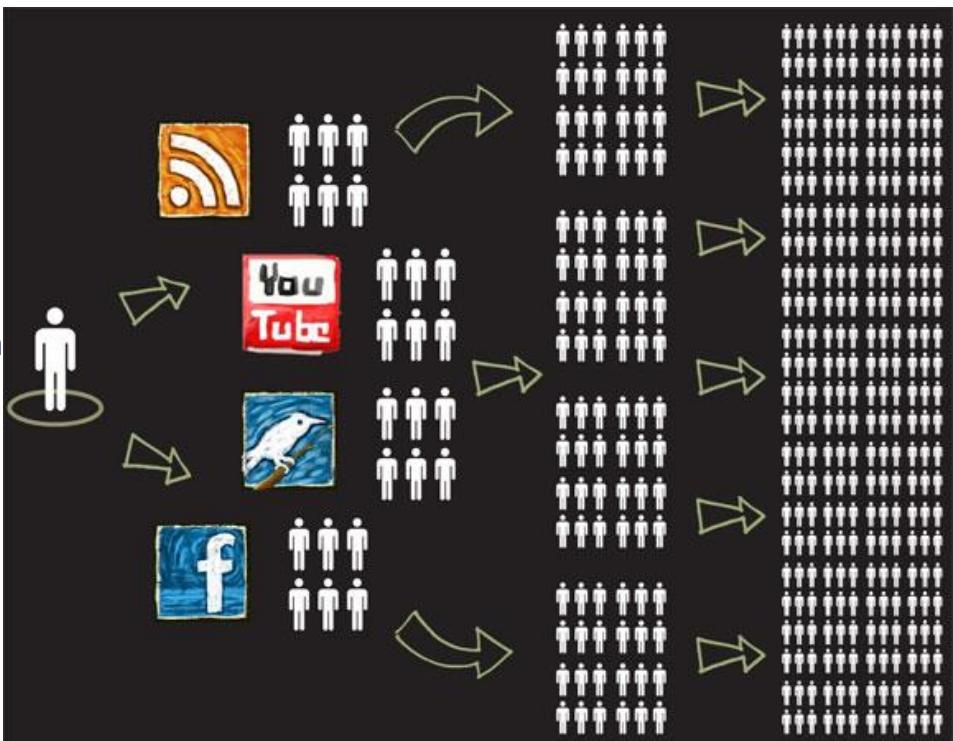
#### Interagir

- répondre à tous les commentaires (liker au minimum)
- répondre "rapidement" aux MP
- inviter ceux qui ont liké

#### Règle du 10% participatifs

- 89 % regardent (consommateurs passifs)
- 10% interagissent = notre cible principale ! >> viralité
- 1 % produisent

INTERACTION= VIRALITÉ = VISIBILITÉ



# Réseaux sociaux : quels contenus publier rapidement et efficacement pour être vu ?

## 1 - POURQUOI PUBLIER ?

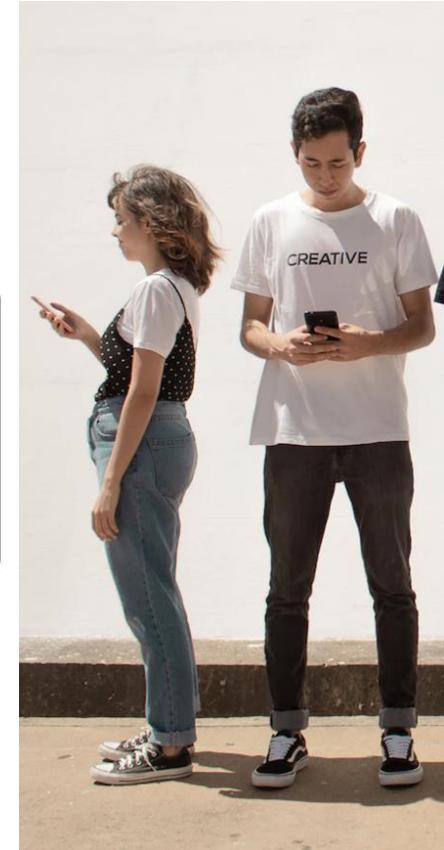
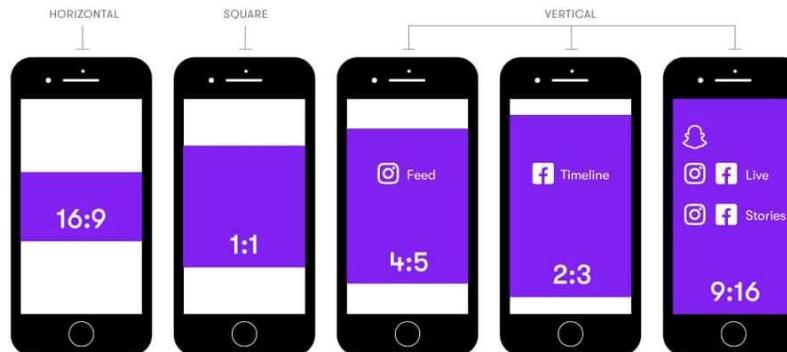
### 1.5 Priorité à la vidéo en 2025

= nouveaux formats que consomment les Internautes

- Stream / live
- Vidéos, Stories, Réels...
- Podcasts audios / vidéos

>> VIDÉOS VERTICALES + SOUS TITRÉES !

= plein écran sur mobile



## 2 - VERS QUI PUBLIER ?

Quel(s) contenu(s) pour quelle(s) cible(s) ?

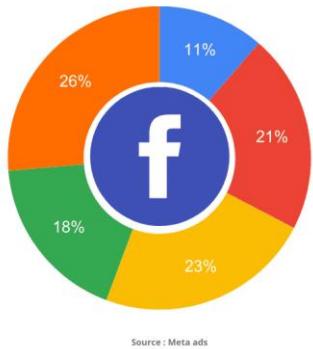
# Réseaux sociaux : quels contenus publier rapidement et efficacement pour être vu ?

## 2 - VERS QUI PUBLIER ?

### 2.1 Réseau social et cible, selon l'âge

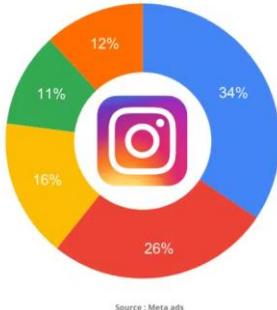
#### Classement selon l'âge de la cible

Facebook : Répartition par tranches d'âges en France  
(Janv. 2024)



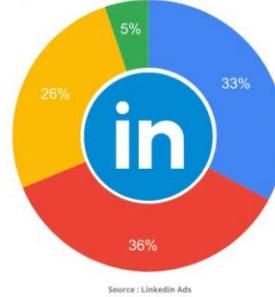
- 13-24
- 25-34
- 35-44
- 45-54
- +55

Instagram : Répartition par tranches d'âges en France  
(Janv. 2024)



- 13-24
- 25-34
- 35-44
- 45-54
- +55

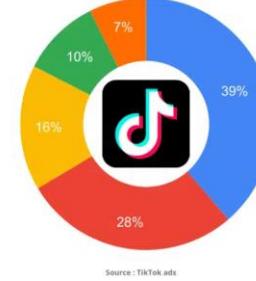
LinkedIn Répartition par tranches d'âges en France  
(Janv. 2024)



- 13-24
- 25-34
- 35-44
- 45-54
- +55

Une infographie  
awitec

Tiktok: Répartition par tranches d'âges en France  
(Janv. 2024)



- 13-24
- 25-34
- 35-44
- 45-54
- +55

Une infographie  
awitec

## 2 - VERS QUI PUBLIER ?

### 2.2 Réseau social et cible, selon les types de contenus consommés !

Classement selon les types de contenus publiés = contenus recherchés = contenus consommés

Pour ceux qui consomment de l'image (photos / vidéos)

- Youtube / Vimeo / Twitch
- Instagram / Tik Tok
- Pinterest

Pour ceux qui consomment des contenus textes textes et autres

- Facebook
- LinkedIn

Pour ceux qui consomment de l'instantané (messagerie / stories)

- Instagram / Tik Tok / Snapchat
- Twitch
- X (Twitter)
- Whatsapp



## 2 - VERS QUI PUBLIER ?

### 2.3 Réseau social et cible, selon les terminaux de consultation utilisés !

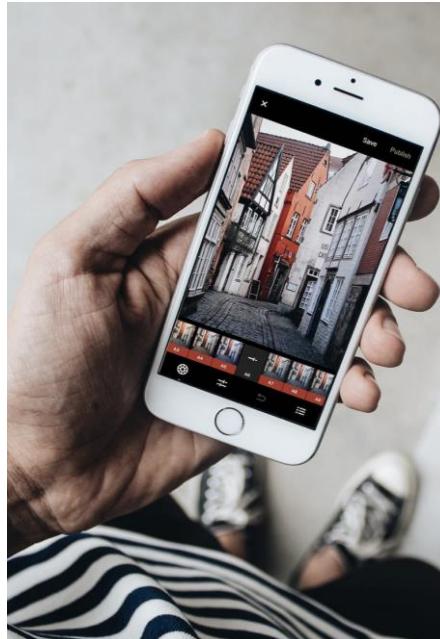
Pour ceux qui utilisent leur ordinateur

- Youtube / Vimeo / Twitch
- Facebook
- LinkedIn
- Pinterest
- Twitter

Pour ceux qui utilisent leur smartphone

- Youtube / Vimeo / Twitch
- Facebook
- LinkedIn
- Pinterest
- Twitter
- Instagram
- Snapchat
- Whatsapp
- Tik Tok

Consommation verticale = devenue la norme !



>>

## Question 1

### QCM 1

## QCM 1

### QCM 1 : Pourquoi travailler sa présence social media ?

1. Pour se faire plaisir
2. Pour devenir un.e influenceur.euse
3. Pour trouver de nouveaux clients
4. Pour fidéliser ses clients
5. Parce que les internautes y passent beaucoup de temps

## QCM 1

### QCM 1 : Pourquoi travailler sa présence social media ?

1. Pour se faire plaisir
2. Pour devenir un.e influenceur.euse
3. Pour trouver de nouveaux clients
4. Pour fidéliser ses clients
5. Parce que les internautes y passent beaucoup de temps

## 3 - OÙ PUBLIER ?

Publier efficacement pour être vu par sa cible !

# Réseaux sociaux : quels contenus publier rapidement et efficacement pour être vu ?

## 3 - OÙ PUBLIER ?

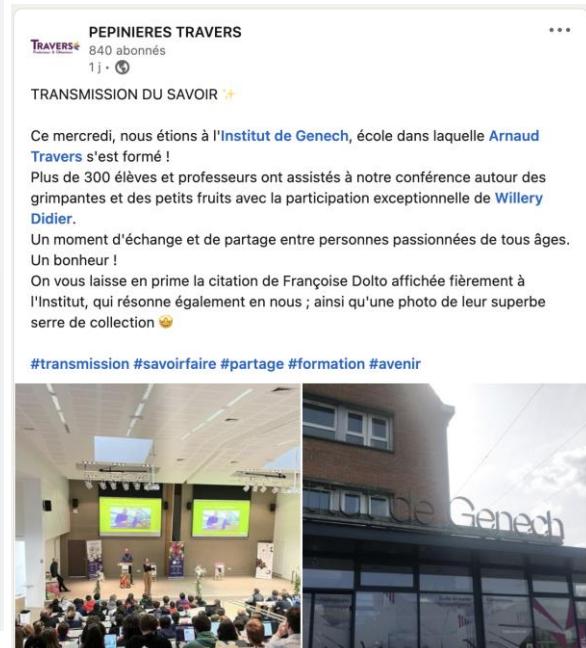
### 3.1 Réseau social et contenu “TEXTE”

Pour publier :

- Texte

Prioriser :

- Facebook
- LinkedIn



# Réseaux sociaux : quels contenus publier rapidement et efficacement pour être vu ?

## 3 - OÙ PUBLIER ?

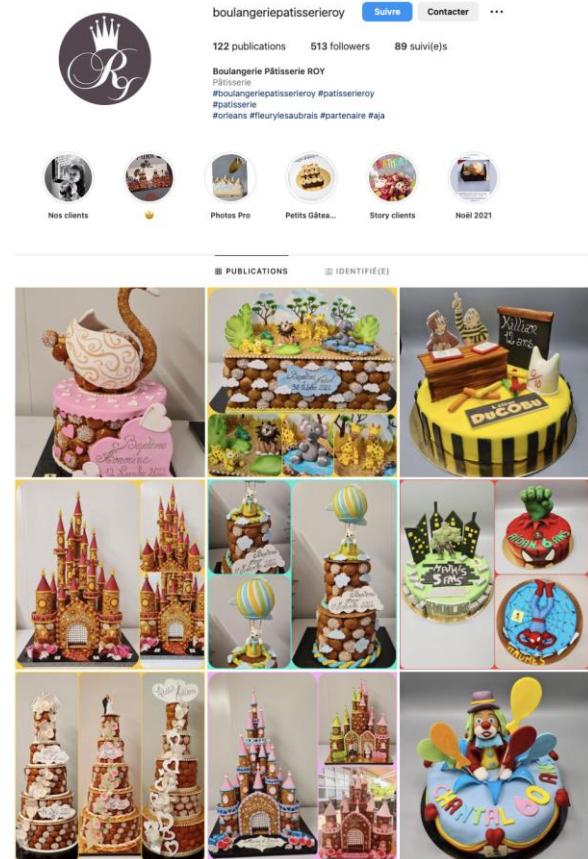
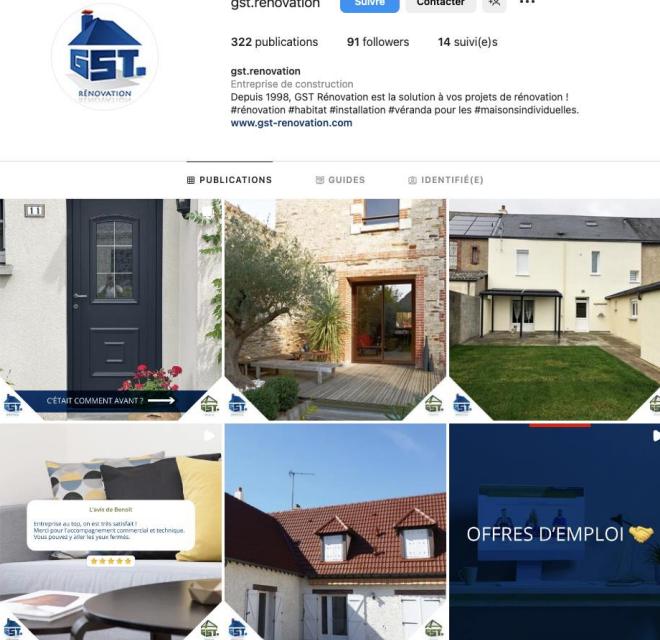
### 3.2 Réseau social et contenu “IMAGE”

Pour publier :

- photos
- images
- infographies
- avant / après

Prioriser :

- Instagram
- Pinterest



# Réseaux sociaux : quels contenus publier rapidement et efficacement pour être vu ?

## 3 - OÙ PUBLIER ?

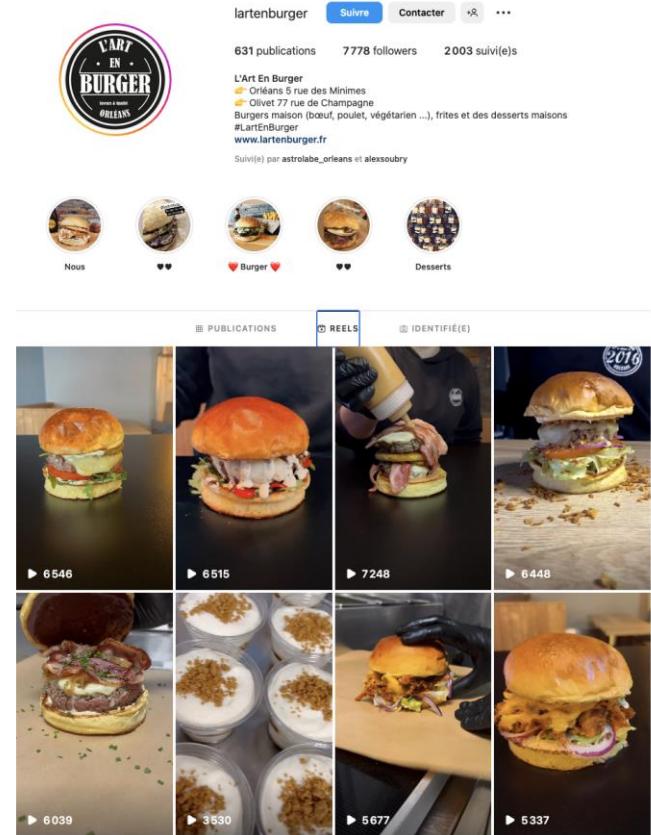
### 3.3 Réseau social et contenu "VIDÉO"

Pour publier :

- vidéos
- animations
- stories
- réels
- shorts

Prioriser :

- Youtube
- Tik Tok
- Instagram
- Facebook



# Réseaux sociaux : quels contenus publier rapidement et efficacement pour être vu ?

## 3 - OÙ PUBLIER ?

### 3.4 Réseau social et contenu de type “SERVICES”

Pour publier :

- **Services**
- **Conseils**
- **Prestations**

Prioriser :

- **Facebook**
- **LinkedIn**



Depuis les réseaux sociaux ou directement dans votre boîte mail,  
découvrez le Flash News de la semaine [cutt.ly/19kZHka](https://cutt.ly/19kZHka)

#herbeetfourrages #centrevaldeloire #fourrages #elevage #eleveur  
#newsletter



Xavier Jean  
16 janvier · ...

Sacré Blue Monday! Au delà de cet anglicisme, il est vrai que le mois de janvier, charnière entre la fin des fêtes de fin d'année et le début de l'hiver, est très souvent un mois où l'on peut se sentir fatigué(e), démotivé(e), et parfois même déprimé(e). Que diriez-vous de découvrir un outil accessible, qui peut être pratiqué à la maison ou même au bureau, et vous permettant d'installer un bien être au quotidien? Venez découvrir la Sophrologie !

Réservations:  
<https://www.resalib.fr/.../63301-xavier-jean-sophrologue...>

Infos:  
[www.xavierjean.fr/sophrologie](http://www.xavierjean.fr/sophrologie)



# Réseaux sociaux : quels contenus publier rapidement et efficacement pour être vu ?

## 3 - OÙ PUBLIER ?

### 3.6 Réseau social et contenu de type “PRODUITS”

Pour publier :

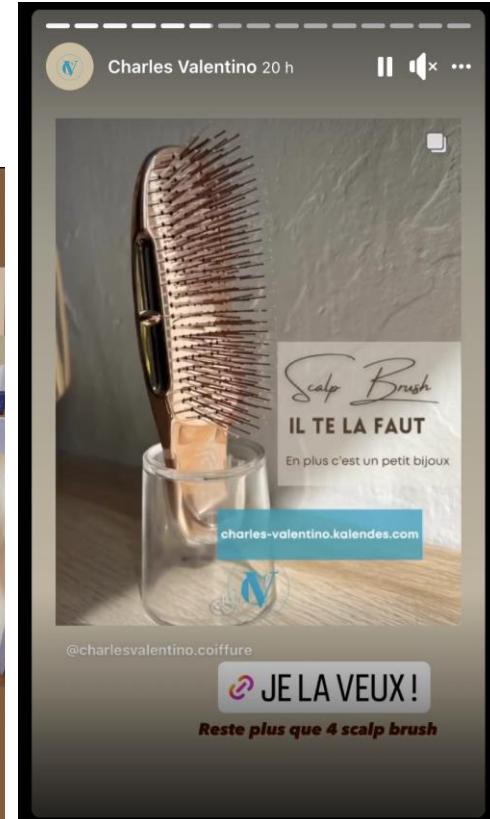
- **Produits**
- **Boutique Physique**
- **E-commerce**

Priosier :

- **Facebook**
- **Instagram**

et aussi :

- **Youtube = listes**
- **Pinterest = tableaux**



# Réseaux sociaux : quels contenus publier rapidement et efficacement pour être vu ?

## 3 - OÙ PUBLIER ?

### 3.7 Réseau social et contenu de type “OFFRES SPÉCIALES”

Pour publier :

- Offres
- Soldes
- Promotions

Prioriser :

- Facebook
- Instagram

et les campagnes de publicité !



# Réseaux sociaux : quels contenus publier rapidement et efficacement pour être vu ?

## 3 - OÙ PUBLIER ?

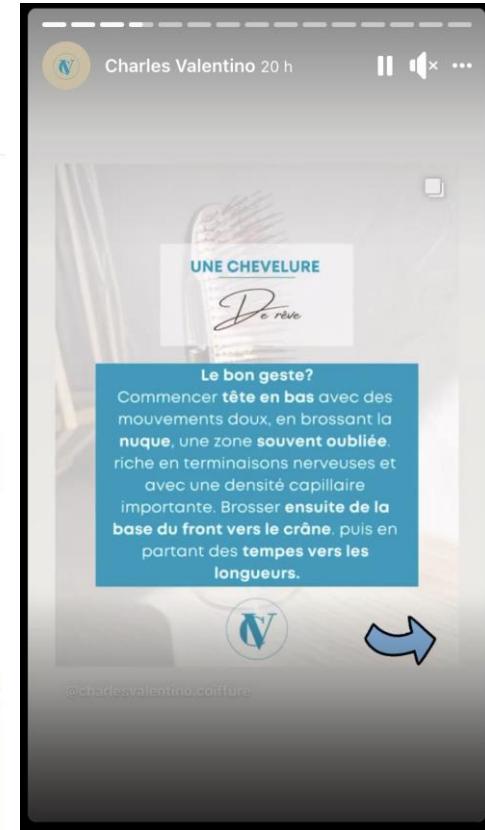
### 3.8 Réseau social et contenu de type “TUTORIELS / CONSEILS”

Pour publier

- **tutos**
- **conseils**

Prioriser :

- **Youtube**
- **Facebook**
- **LinkedIn**
- **Instagram**
- **Pinterest**



## Question 2

### QCM 2

## QCM 2

### QCM 2 : Pourquoi est-ce intéressant de créer des contenus verticaux ?

1. Parce que c'est plus simple à réaliser
2. Parce que c'est adapté aux smartphones en plein écran
3. Parce que c'est moins cher
4. Parce que c'est une nouvelle habitude de consommation des media
5. Parce qu'on consulte plus les réseaux sociaux sur mobile

# Réseaux sociaux : quels contenus publier rapidement et efficacement pour être vu ?

## QCM 2

### QCM 2 : Pourquoi est-ce intéressant de créer des contenus verticaux ?

1. Parce que c'est plus simple à réaliser
2. Parce que c'est adapté aux smartphones en plein écran
3. Parce que c'est moins cher
4. Parce que c'est une nouvelle habitude de consommation des media
5. Parce qu'on consulte plus les réseaux sociaux sur mobile

## 4 - QUAND PUBLIER ?

Quel(s) contenu(s) pour quelle occasion ?

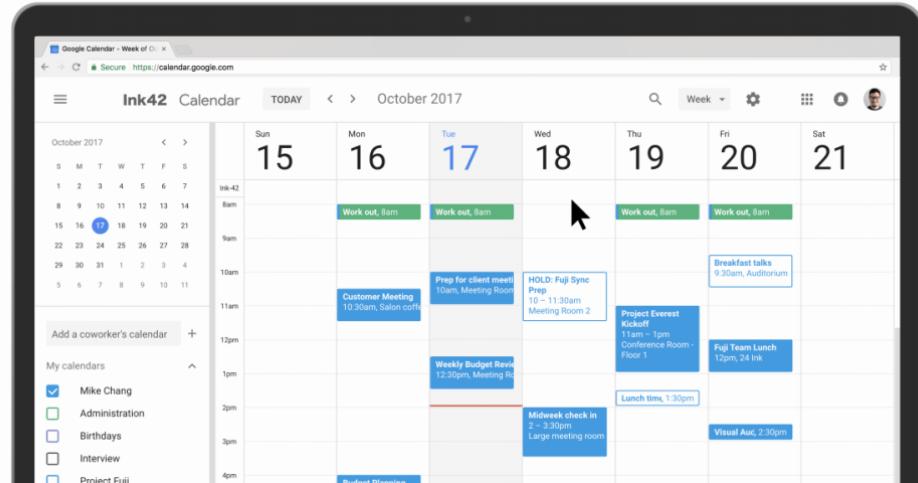
## 4 - QUAND PUBLIER ?

### 4.1 Publications régulières

Pour être efficace, il est recommandé de publier :

- au moins **2 fois** par semaine
- avec **régularité**
- sur **tous** les réseaux adaptés

= pour que l'algorithme fonctionne  
= pour ne pas être oublié / remplacé



# Réseaux sociaux : quels contenus publier rapidement et efficacement pour être vu ?

## 4 - QUAND PUBLIER ?

### 4.2 Publications exceptionnelles

Il est recommandé de publier :

- en story

= pour animer vos comptes,  
sans surcharger le fil

ne dure que 24h !



# Réseaux sociaux : quels contenus publier rapidement et efficacement pour être vu ?

## 4 - QUAND PUBLIER ?

### 4.3 Publications selon un calendrier éditorial

Il est recommandé de publier À TOUS les temps forts “commerciaux” de l’année :

- Noël
- St Valentin
- Vacances
- Fêtes et journées nationales de...
- Soldes
- vos temps forts...
  - inauguration, portes-ouvertes
  - nouveau produit/service
  - promotions
  - offres, destockage, fin de série...



## 5 - COMMENT PUBLIER ?

Quel(s) contenu(s) pour quel format ?

# Réseaux sociaux : quels contenus publier rapidement et efficacement pour être vu ?

## 5 - COMMENT PUBLIER ?

### 5.1.1 Publications : les bonnes pratiques >> IMAGE / VIDEO

Pour 1 publication efficace, il faut :

- 1 illustration adaptée
  - animée
  - colorée

et si possible :

- **de vous**
- **de vos locaux**
- **de vos produits**

**= L'humain attire l'humain**



## 5 - COMMENT PUBLIER ?

### 5.1.2 Publications : les bonnes pratiques >> TEXTE

Pour 1 publication efficace, il faut :

- **1 texte efficace**
  - aéré
  - court
  - qui invite à l'action



Charles Valentino  
1j · 

OFFRE DÉCOUVERTE

Le mini soin Tokio OFFERT  avec le forfait balayage de ton choix à la longueur de ta crinière  
Du 12 au 24 Avril  
Réserve vite ton rendez-vous avant qu'il n'y ait plus de place 😊

#minisointokio #sointokio #sointokioinkarami #offert #cadeau #balayage #balayageombrehair  
#babaylight #moroccanoilfamily #moroccanoilpro #coiffeurorléans #orléans  
#charlesvalentinocoiffure

= simplifie la lecture

>> favorise l'interaction donc la viralité = augmente la visibilité

## 5 - COMMENT PUBLIER ?

### 5.1.3 Publications : les bonnes pratiques >> LES PETITS PLUS

Pour 1 publication efficace, il faut :

- **1 post enrichi**
  - emoji
  - identifications
  - hashtags
  - lien
- **1 post lisible**
  - clair
  - espacé

>> favorise la lecture rapide / la lisibilité



Charles Valentino est à Orléans.  
le 27 février à 19:58 · [...!\[\]\(2c063bfbe9dd05fb23a8ff9315443046\_img.jpg\)](#)

Le soin tokio

✨ Le SOIN PROFOND TOKIO INKARAMI à faire au salon avec 8 kératines, très réparateur. Soin personnalisable à chacune, il possède 3 gammes panachables pour chaque problématiques pour retrouver un cheveu en bonne santé et brillant.

sur types de cheveux  
 sur toutes natures de cheveux naturels ternes, secs, décolorés, raides, bouclés, très frisés, il est destiné à toutes les crinières !  
Il n'alourdit pas le cheveu, il redonne légèreté !

👉 Le +: Sur cheveux bouclés redessine vos boucles, une pépite !

- Il se décompose en 5 étapes.
- Tenue 4/6 semaines, durée du soin 30/45 minutes.

#lesointokioinkarami #keratine #soin #couleur #soincapillaire  
#moranccoilambassador#brillance #balayage #ombréhair #coiffeur #colorist #expertcolorist  
#haircolor #orléans #lesointokioorleans #saintjeandelaruelle #coiffeurorléans  
#charlesvalentinocoiffure

## 5 - COMMENT PUBLIER ?

### 5.2 Publications “instantanées”

Publier rapidement sur vos réseaux sociaux au moment où vous y pensez !

Exemple :

- menu du jour
- visite d'un client
- livraison d'un projet
- fermeture exceptionnelle
- incident
- offre de dernière minute
- arrivée exceptionnelle

 Restaurant La Parenthèse  
le 23 février à 12:54 · 

L'entrée du jour proposée ce midi dans notre menu à 23€ (Entrée + Plat + Dessert):

La brioche maison toastée, au Sainte-Maure-de-Touraine, jambon Serrano et pesto au basilic...

A très vite! 😊😊😊



## 5 - COMMENT PUBLIER ?

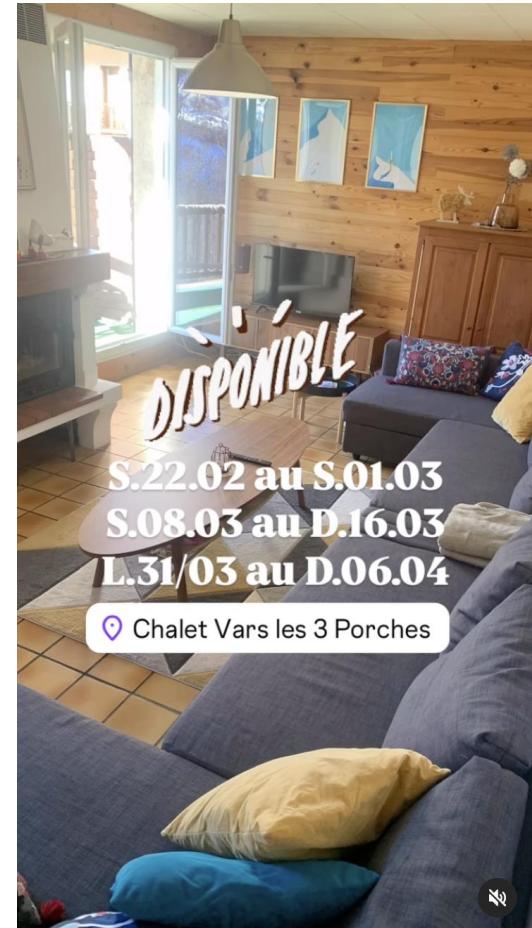
### 5.3 Publications "en direct"

Publier rapidement sur vos réseaux sociaux au moment où vous y pensez !

Exemple :

- pour couvrir un évènement
- pour animer votre communauté
- en cas de jeu concours
- derniers jours pour en profiter

A faire de préférence en story ou en direct / en Live

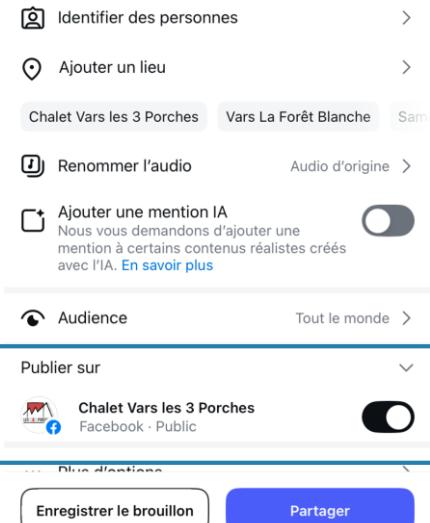


# Réseaux sociaux : quels contenus publier rapidement et efficacement pour être vu ?

## 5 - COMMENT PUBLIER ?

### 5.4 Publications “croisées”

Publier rapidement sur vos réseaux sociaux.



Depuis Instagram vers :

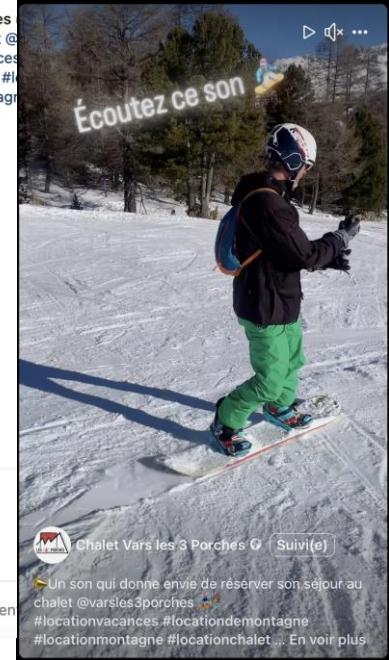
- **Instagram**
- et
- **Facebook**

= en 1 seule action



varsles3porches  
Audio d'origine

varsles3porches  
séjour au chalet @  
#locationvacances  
#locationchalet #  
#chaletdemontagn  
1j



# Réseaux sociaux : quels contenus publier rapidement et efficacement pour être vu ?

## 5 - COMMENT PUBLIER ?

### 5.5.1 Pour être efficace !

*“Dans le meilleur des mondes possibles”*

1. prévoir
2. planifier
3. préparer / adapter
4. programmer
5. personnaliser

= Le BON message

- vers la BONNE cible
- au BON endroit
- au BON moment
- avec le BON moyen



Beauté & co  
26 janvier · 8

Reste quelques places en tant que modèle pour notre formation Extension de cils de semaine prochaine. A vos agendas !  
Prise de rdv directement sur [www.beaute-and-co.fr](http://www.beaute-and-co.fr) a bientôt

DANS LE CADRE DE NOS FORMATIONS

### RECHERCHE MODELES EXTENSION DE CILS

le 30/01 à 13h30 (1 place)  
le 31/01 à 9h30 (1 place) et 13h30 (1 place)  
le 1/02 à 10h30 (1 personne)  
le 2/02 à 13h30 (1 personne)

A close-up photograph of a woman's eyes, focusing on her long, dark eyelashes. Below the image is the text 'Prise de rdv sur : [www.beaute-and-co.fr](http://www.beaute-and-co.fr)'.

# Réseaux sociaux : quels contenus publier rapidement et efficacement pour être vu ?

## 5 - COMMENT PUBLIER ?

### 5.5.2 Publications efficaces :

#### 1 - Prévoir

- Aidez-vous des  
"calendriers des marronniers marketing"  
= dates clés / utiles / funs

## FÉVRIER 2025

LUNDI	MARDI	MERCREDI	JEUDI	VENDREDI	SAMEDI	DIMANCHE
27	28	29	30	31	01	02 Chandeleur Jour de la marmotte 67e cérémonie des Grammy Awards
03 Journée internationale sans paille 	04 Journée mondiale contre le cancer Journée internationale de la fraternité humaine	05	06 Journée contre les mutilations génitales féminines Journée mondiale sans téléphone mobile	07	08 Début vacances scolaires Zone B (jusqu'au 24/02) Journée internationale des Grammy Awards	09 Super Bowl
10 Journée internationale de l'épilepsie Journée internationale des légumineuses	11 Journée internationale des femmes et des filles de science Journée européenne du 112	12	13 Journée mondiale de la radio	14 Saint-Valentin 	15 Début vacances scolaires Zone C (jusqu'au 03/03) Journée internationale du cancer chez l'enfant	16
17	18	19 Journée internationale de la baleine	20 Journée internationale de la justice sociale Journée internationale du patrimoine canadien	21 Journée internationale de la langue maternelle Journée mondiale pour sauver les ours	22 Début vacances scolaires Zone A (jusqu'au 10/03) Salon international de l'agriculture	23
24 Journée internationale des serveurs(es) de bar	25 Championnats du monde de ski alpin Juniors (jusqu'au 06/03) 	26 Journée du conte de fée	27 Journée mondiale des ONG Journée internationale de l'ours polaire	28 Début du Carnaval de Rio (jusqu'au 05/03) Journée mondiale sans Facebook		



# Réseaux sociaux : quels contenus publier rapidement et efficacement pour être vu ?

## 5 - COMMENT PUBLIER ?

### 5.5.3 Publications efficaces :

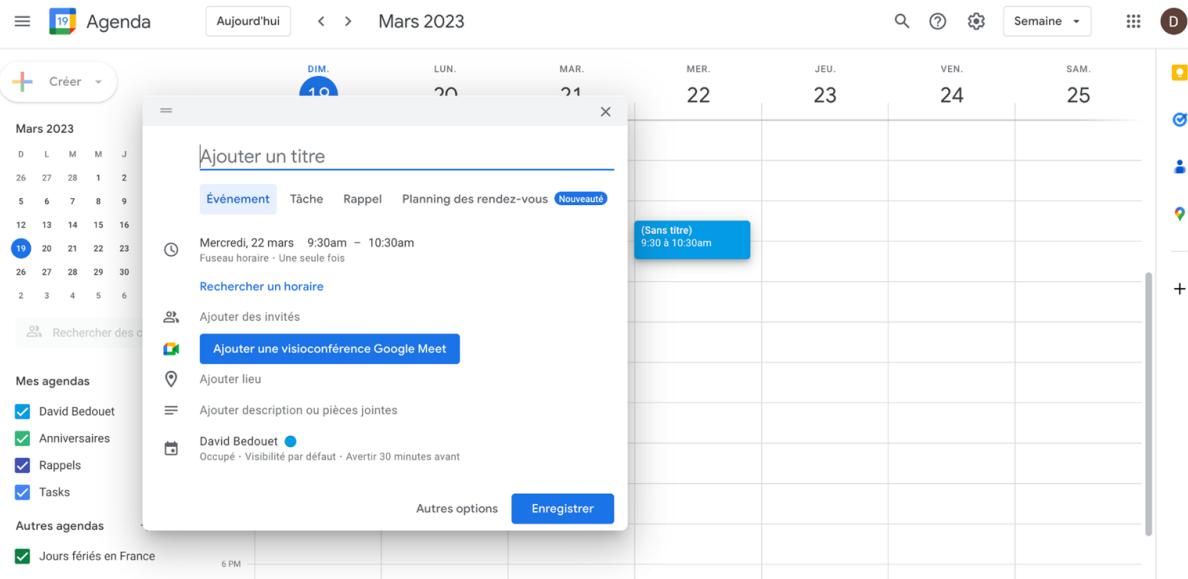
## 2 - Planifier

Utilisez des outils de calendrier ou gestion de projet :

- **Trello**
- **Asana**
- **Google Agenda...**

Pour :

- organiser
- planifier
- créer des alertes



# Réseaux sociaux : quels contenus publier rapidement et efficacement pour être vu ?

## 5 - COMMENT PUBLIER ?

### 5.5.4 Publications efficaces :

#### 3 - Préparer

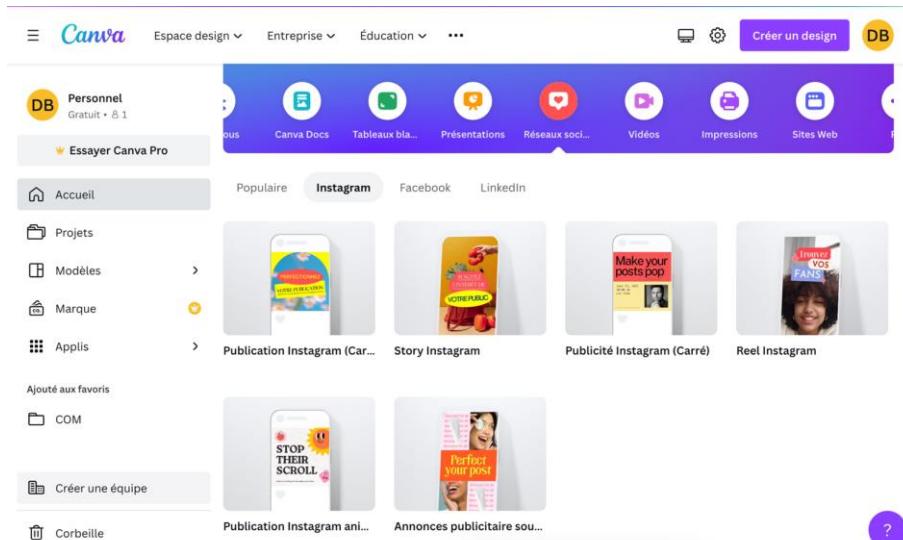
Utilisez des solutions gratuites de création en ligne :

- CANVA : images / photos
- CAPCUT : vidéos

et

Utilisez des sites de banques d'images libres de droits à usage commercial :

- Unsplash, Pexels, Pixabay...



# Réseaux sociaux : quels contenus publier rapidement et efficacement pour être vu ?

## 5 - COMMENT PUBLIER ?

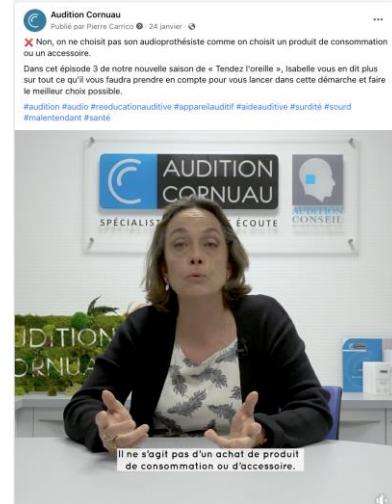
### 5.5.5 Publications efficaces :

#### 4.1 - Adapter

- Adaptez le format au réseau social de diffusion
- et
- Pensez à sous-titrer les vidéos !

On consulte des vidéos même sans le son.

On lit les sous-titres.



# Réseaux sociaux : quels contenus publier rapidement et efficacement pour être vu ?

## 5 - COMMENT PUBLIER ?

### 5.5.6 Publications efficaces :

#### 4.2 - Adapter

##### Directement sur Instagram

- Améliorez vos images
- Enrichissez vos Stories / Réels

##### Avec des éléments comme :

- GIFs
- musiques
- effets
- sondages
- identifications
- hashtags
- lieux
- ...



# Réseaux sociaux : quels contenus publier rapidement et efficacement pour être vu ?

## 5 - COMMENT PUBLIER ?

### 5.5.7 Publications efficaces :

#### 4.3 - Adapter

- Ajouter 1 lien



Si vous souhaitez générer du trafic

- vers votre site Internet
- vers 1 place de marché
- vers 1 formulaire en ligne

Dispo :

- sur les stories
- sur les Pubs



## 5 - COMMENT PUBLIER ?

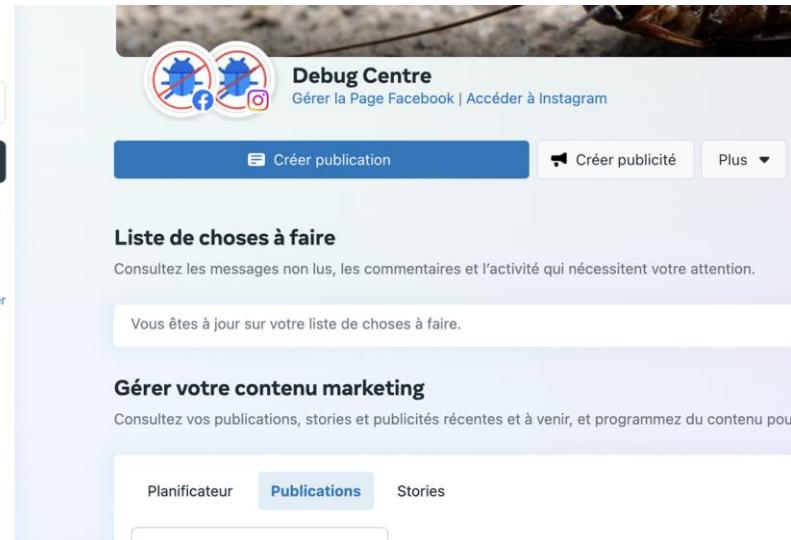
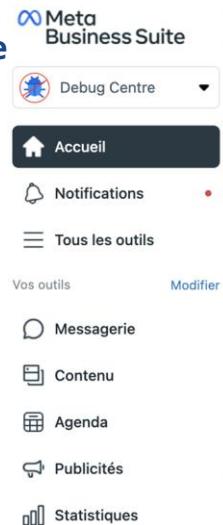
### 5.5.8 Publications efficaces :

## 5 - Programmer

Programmez directement avec la **META Business Suite** sur Ordi et/ou sur Smartphone

= Uniquement vers

- **FACEBOOK**
- +  
● **INSTAGRAM**



## 5 - COMMENT PUBLIER ?

### 5.5.9 Publications efficaces :

#### 5 - Programmer

Depuis des plateformes tierces (payant)

- **Agorapulse**
- **Swello**
- **Hootsuite**

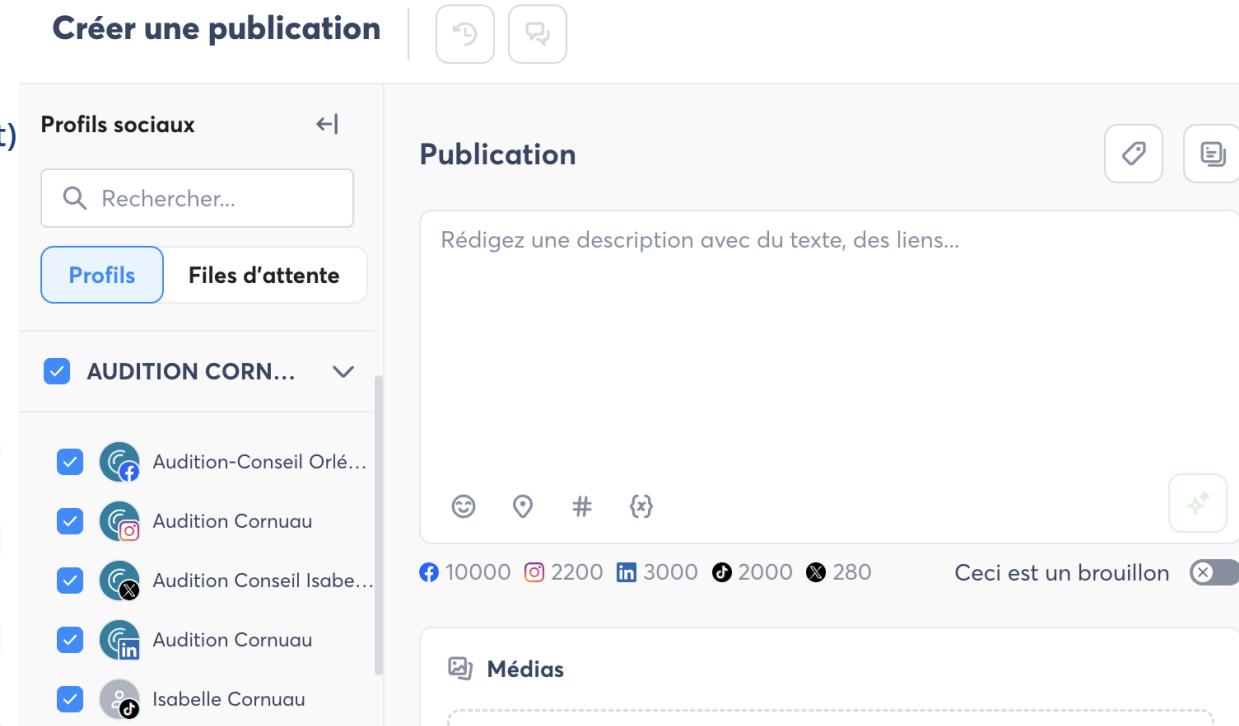
Vers :

- Facebook / Instagram
- LinkedIn
- Fiche Google
- X
- Tik Tok
- Pinterest

 Options Facebook

 Options LinkedIn

 Options X (Twitter)



**agorapulse**

## Question 3

### QCM 3

## QCM 3

### QCM 3 : Pourquoi utiliser des images colorées et des emoji ?

1. Parce que c'est fun
2. Par que cela attire le regard
3. Parce que tout le monde le fait
4. Et pourquoi pas
5. Pour rendre les publications plus agréables et plus lisibles

## QCM 3

### QCM 3 : Pourquoi utiliser des images colorées et des emoji ?

1. ~~Parce que c'est fun~~
2. ~~Par que cela attire le regard~~
3. ~~Parce que tout le monde le fait~~
4. ~~Et pourquoi pas~~
5. Pour rendre les publications plus agréables et plus lisibles

## 6 - COMMENT MESURER LES RÉSULTATS ?

Quel(s) contenu(s) pour quel objectif ?

## 6 - COMMENT MESURER LES RÉSULTATS ?

### 6.1 Résultats "statistiques"

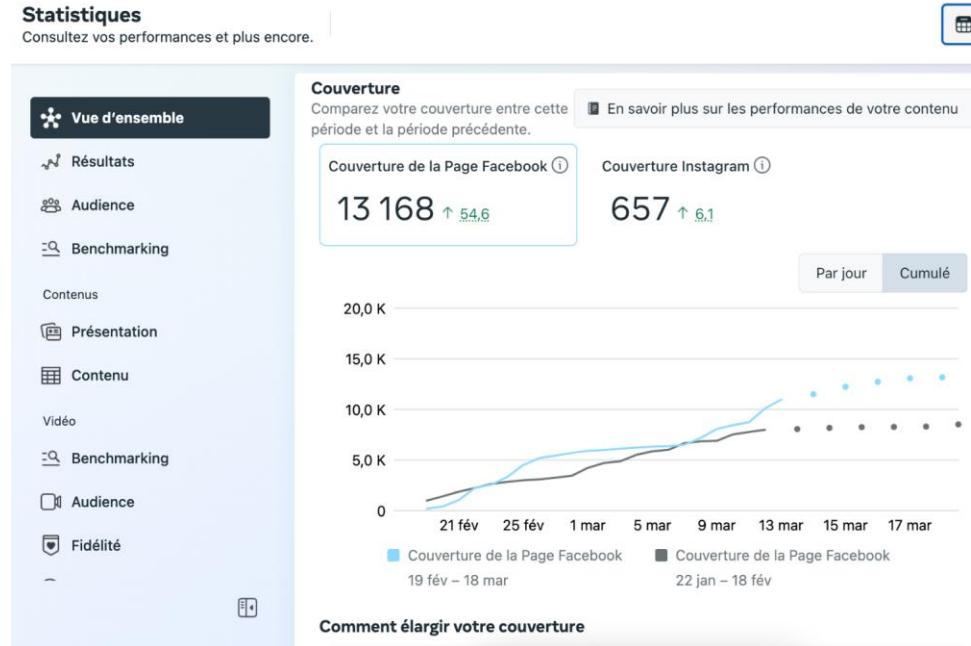
Selon vos objectifs, vous allez pouvoir mesurer statistiquement l'efficacité de vos publications en suivant le nombre de :

- réactions
- commentaires
- partages
- vues
  - impressions
  - affichages
- personnes atteintes
  - audience
  - portée / couverture

sur chaque publication  
pour chaque campagne de publicité

+

Suivre éventuellement l'évolution de votre communauté



## 6 - COMMENT MESURER LES RÉSULTATS ?

### 6.2 Résultats “commerciaux”

Selon vos objectifs, vous allez pouvoir mesurer commercialement l'efficacité de vos publications / de vos Pubs en suivant le nombre de :

- nouveaux contacts
- nouveaux prospects
- nouveaux clients
- nouveaux partenaires
- +  
● produits/services vus
- produits/services achetés

Sur les Réseaux  
Sur votre Site  
En magasin

- + l'évolution du Chiffre d'Affaires

Prospects

Audiences Formulaires Date d'ajout Source Affecté à Libellés Ajouter des prospects

Ajouter des filtres Formulaires Date d'ajout Source Affecté à Libellés Supprimer les filtres

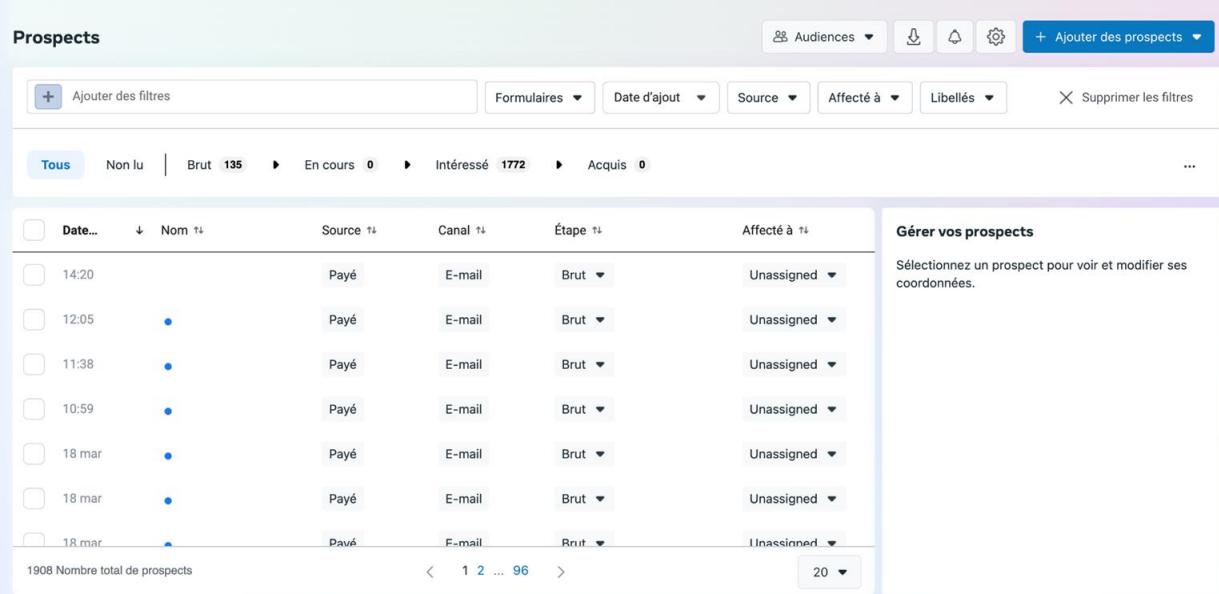
Tous Non lu Brut 135 En cours 0 Intéressé 1772 Acquis 0

Date...	Nom	Source	Canal	Étape	Affecté à
14:20		Payé	E-mail	Brut	Unassigned
12:05	●	Payé	E-mail	Brut	Unassigned
11:38	●	Payé	E-mail	Brut	Unassigned
10:59	●	Payé	E-mail	Brut	Unassigned
18 mar	●	Payé	E-mail	Brut	Unassigned
18 mar	●	Payé	E-mail	Brut	Unassigned
18 mar	●	Payé	E-mail	Brut	Unassigned

Gérer vos prospects Sélectionnez un prospect pour voir et modifier ses coordonnées.

1908 Nombre total de prospects

20



À VOUS MAINTENANT !



À vos questions... Je vous écoute.

À VOUS MAINTENANT !

BONNE MISE EN APPLICATION.