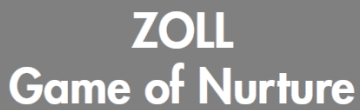


**ZOLL®**



Congratulations!  
Please hand in your  
lead nurturing and  
scoring sheets to a  
team member

Kristine LeBlanc  
Matt Goetz  
Brian Rosinski  
Rob Hinch

# ZOLL Game of Nurture

## OBJECTIVE

Naviguez à travers le jeu d'instructions ZOLL, construisez votre propre flux d'informations sur les prospects et collectez-les.

L'équipe ayant le plus de prospects et un flux / paquet de suivi de développement rempli sera déclarée gagnante.

## JOUEURS

Chaque tableau est composé de 2 équipes de 4 qui s'affrontent pour atteindre le but avec le plus de buts.

## QUE FAIRE À VOTRE TOUR?

Lancez le dé et avancez votre pièce.

Tous les joueurs doivent s'arrêter sur les espaces rouges qui indiquent STOP.

Pour tous les autres espaces, faites l'exercice qu'il décrit et notez votre réponse sur les feuilles fournies.

## QUESTIONS

Si vous avez des questions pendant le jeu, trouvez un membre de l'équipe numérique:

Kristine LeBlanc  
Brian Rosinski  
Matt Goetz  
Rob Hinch

# ZOLL Game of Nurture

## SPACES



Remue-méninges

Terminez la tâche / exercice comme décrit dans le paquet et notez votre réponse sur la feuille.



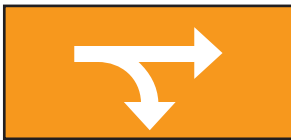
ARRÊTEZ

N'avancez pas, peu importe le nombre de mouvements que vous avez. Terminez la tâche / exercice comme décrit dans le paquet



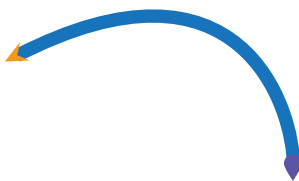
Recueillir des pistes

Ajoutez le nombre de prospects indiqué dans le paquet à votre nombre total de prospects et marquez-le sur la page.



Fourche dans la route

Lorsque vous rencontrez une bifurcation sur la route, vous pouvez choisir la direction à prendre.



Jump-Back Space

Lorsque vous atterrissez sur un espace de saut en arrière, vous devez déplacer votre pièce là où la flèche le mène.

# Setting the Stage

**Nombre de pistes à démarrer**  
500

**Industrie**  
Public Safety/PAD

**Vente de produits**  
AEDs



## Définissez vos publics clés

# 2

## Créez vos personas acheteur

ÂGE \_\_\_\_\_

LE PLUS HAUT NIVEAU D'ÉDUCATION \_\_\_\_\_

TAILLE DE L'ORGANISATION \_\_\_\_\_

TITRE DE L'EMPLOI (S) \_\_\_\_\_

BUTS OU OBJECTIFS \_\_\_\_\_

PLUS GRANDS DÉFIS \_\_\_\_\_

RESPONSABILITÉS PROFESSIONNELLES \_\_\_\_\_

PREFERENCE DE COMMUNICATION \_\_\_\_\_

COMMENT ACQUIÈRENT-ILS LA CON-  
NAISSANCE DU TRAVAIL? \_\_\_\_\_

À QUELS RÉSEAUX SOCIAUX APPARTIENNENT-ILS? \_\_\_\_\_

3

## Fixez vos objectifs de lead nurture

Comment allez-vous mesurer  
le succès de vos campagnes  
nourrir?

4

**Définissez le nombre de prospects que vous souhaitez générer chaque mois**



# ARRÊTEZ

Le total devrait être égal à 100  
Les liens vierges sont pour vos  
propres idées

## DÉMOGRAPHIQUE

Titre du poste connu

Industrie connue

Ville connue

Etat connu

## Pays connu

## COMPORTEMENT

## Vue d'atterrissage

Formulaire rempli - plusieurs fois

Formulaire rempli - une seule fois

Email ouvre plus de 5

Emails cliqués plus de 5

Désinscription d'email

Plainte pour spam

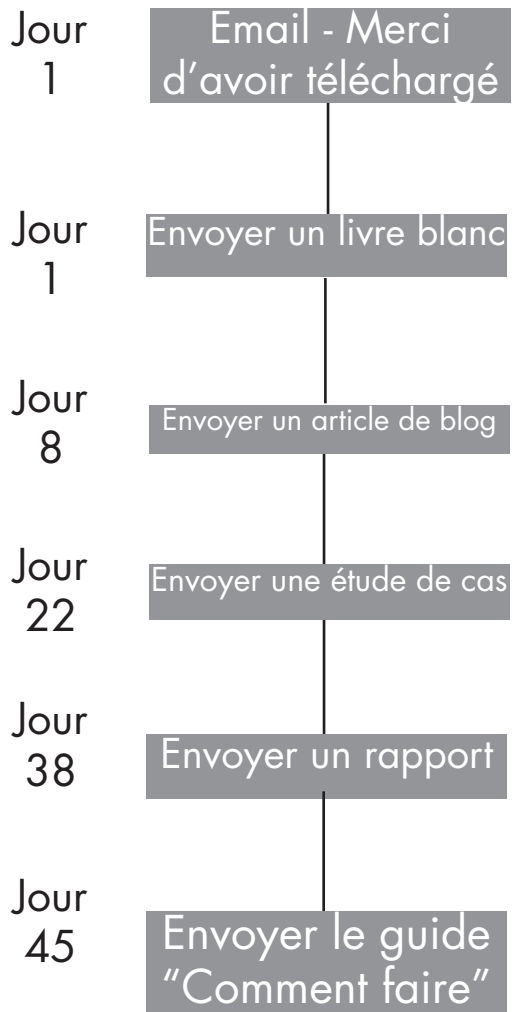
Visite Web hors produit

TOTAL SCORE

# 6

## Définissez vos pistes d'apprentissage

### EXEMPLE



7

## Définissez votre timing de communication

# Définir la mesure de votre taux de clics cible

\* Voir les documents pour des analyses comparatives d'e-mail marketing par marché.

9

**Votre stand a été un succès!**

*Ajouter 250 dérivations*

10

**Vous avez un atout élevé.**  
À qui envoyez-vous cela?



# Audit de contenu: changez l'ordre du contenu envoyé à vos prospects

PAPIER BLANC

EBOOK

HISTOIRE EN VEDETTE

TABLEAU DE COMPARAISON

FICHE TECHNIQUE

ÉTUDES DE CAS

TÉMOIGNAGES

DEMOS DE PRODUIT

COMPARAISONS DES PRODUITS

GUIDES DE L'UTILISATEUR

NOUVELLES ET EVÈNEMENTS

NEWSLETTERS CLIENTS

12

## Implémentation de la personnalisation pour nourrir les pistes

Comment implémentez-vous la  
personnalisation sur les leads avec  
juste une adresse email?



**Désactiver l'actif élevé.  
Comment nettoyez-vous  
votre liste?**

*Revenir à BRIDGE*

# A / B tester vos lignes d'objet

Comment est-ce que tu fais ça?  
Que pouvez-vous tester?

15

# Succès du publipostage

*Ajouter 1000 leads*

# Construisez votre base de données avec une page d'achat ou d'essai

*Ajouter 500 leads*

16a

Inscription et participation à  
la journée de démonstration  
*Ajouter 300 dérivations*

17a

## Construisez votre base de données avec un webinar partenaire

*Ajouter 55 dérivations*

## DIRTY DATA:

18a

**Vos pistes sont dans la mauvaise piste.**

Pourquoi quelqu'un serait-il dans la mauvaise voie?

*Revenir dans l'espace 14*



# Supprimer les contacts inactifs

*Sauter en avant 1 espace*



20a

**Fréquence de désinscription trop élevée**  
*(retournez dans l'espace 5)*  
*Quelles sont les raisons d'un taux de désabonnement élevé?*

**DIRTY DATA:**  
**Les courriels sont allés**  
**à Cher expéditeur -**  
**personnalisation incorrecte**  
*soustraire 250 dérivations*

**Ajustez votre score en  
fonction des résultats**  
Quel est le processus?

## Éliminer les contacts indésirables

Quel est votre processus?  
*(sauter en avant 1 espace)*

20

**Leads demande une démo**  
*Ajouter 10 pistes*

22

**ARRÊTEZ**

**Achat: Vous avez de nouveaux clients!**

*Ajouter 20 pistes*

Quel est votre objectif pour ces nouveaux clients?

**Envoyer des astuces de  
démarrage rapide**  
À qui envoyez-vous cela?

## Développer du contenu sur la mise en œuvre du produit

Quel contenu créeriez-vous pour vos clients?



25

# ARRÊTEZ

## Construisez votre flux de formation client

### EXEMPLE

