

Pourquoi Étudier le **funnel marketing** (ou **entonnoir marketing**) ?

Il sert à comprendre **comment un client passe de la découverte d'une marque à l'achat**, puis parfois à la fidélité. Cela permet d'optimiser chaque étape pour vendre plus efficacement.

1. Comprendre le parcours du client

Le funnel marketing décrit les différentes étapes par lesquelles passe un client :

1. **Acquisition/ Awareness (Notoriété)** – Le client découvre la marque
2. **Activation/ Interest (Intérêt)** – Il commence à s'y intéresser
3. **Retention / Consideration**– Il compare avec d'autres options
4. **Revenue/ Conversion (Achat)** – Il décide d'acheter
5. **Referral / Loyalty (Fidélité)** – Il devient régulier

En l'étudiant, on comprend **où les clients abandonnent** et pourquoi.

2. Améliorer les stratégies marketing

Le funnel permet d'adapter les actions marketing à chaque étape :

- Haut du funnel → contenu éducatif, publicité, réseaux sociaux
- Milieu du funnel → email marketing, comparatifs, témoignages
- Bas du funnel → promotions, offres limitées, démonstration

Par exemple, des entreprises comme HubSpot ou Salesforce utilisent beaucoup cette approche pour analyser leurs prospects.

3. Optimiser le taux de conversion

En analysant le funnel, une entreprise peut :

- identifier les points de blocage
- améliorer les pages de vente
- tester différentes stratégies

Résultat : **plus de prospects deviennent des clients.**

4. Mieux utiliser le budget marketing

Le funnel aide à savoir :

- quels canaux fonctionnent le mieux
- où investir
- quelles campagnes arrêter

Donc on **réduit les dépenses inutiles.**

En résumé :

étudier le funnel de marketing permet de comprendre le comportement des clients, d'améliorer les stratégies marketing et d'augmenter les ventes.