



SCÉNARISER SA PRÉSENCE EN LIGNE

Présentation 2020
Fanny Havas, spécialiste Bizdev

QUI SUIS-JE ?

FANNY HAVAS

MARKETER, BIZDEV ET CAPITAINE DE MON PROJET

06 32 40 70 63

fanny.havas5@gmail.com



CE QUI M'A MENÉ ICI

Café suspendu

Association pour le partage du café

La Ruche Coworking

Développement
marque/commercial

Color Your Bike

Side project : 4 ventes
rentables

Kisskissbankbank

Développement commercial

Capitaine Coco

Fondatrice et skipper du
bateau



ENTREPRISE CAPITAINE COCO



P.O.I. POINT OF INTEREST

Durée : 3h00-4h00

L'importance d'une opportunité de business unique

Est ce que tout projet a besoin d'une marque ?

L'importance d'un message unique et différenciant

Trouver son nom de marque et l'intérêt du dépôt de marque

L'importance de sa communauté

Les différents type d'utilisateurs et la communauté autour de chaque porteur/porteuse de projet

L'importance du tunnel de vente et adaptation à la levée de fond

Stratégie de growth-hacking - Acquisition, Engagement, Retention, Transformation

Stratégie de communication digitale

Techniques sur les réseaux sociaux

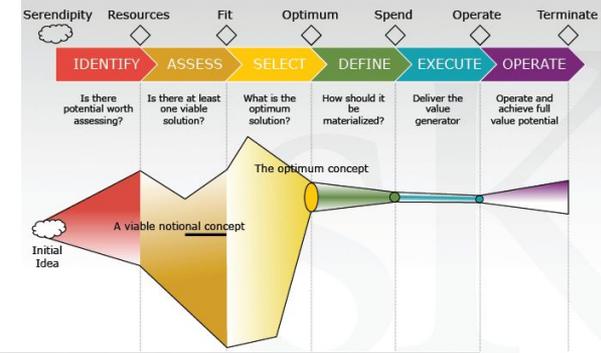
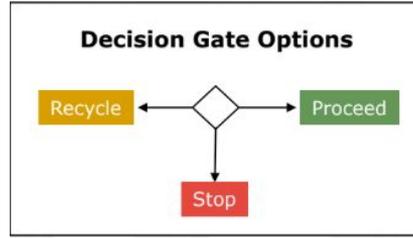
Appréhender sa vie privée/vie professionnelle en ligne

SCENARISER, OUI MAIS
QUOI?
L'INNOVATION COMME
POINT DE DEPART

COMMENT RECONNAÎTRE UNE OPPORTUNITÉ DE BUSINESS UNIQUE

3 PHASES "PRE PROJETS"

1. Identifier tous les besoins
2. Poser toutes les réponses, existantes, imaginaires, rêvées, etc.
3. Choisir celle qui sera la solution optimale.



	Serendipity	Resources	Fit	Optimum	Spend	Operate	Terminate
	IDENTIFY	ASSESS	SELECT	DEFINE	EXECUTE	OPERATE	
Value	Is there potential worth assessing?	Is there at least one viable solution?	What is the optimum solution?	How should it be materialized?	Deliver the value generator	Achieve full value potential	
Tools	Brainstorm Pre-Frame Notional Qualitative	Compare Infl. Diag. Frame Quantitative	Modelling Simulation Monte Carlo Scenarios	Planning Experience Value Eng. Det. Design	Benchmark Controls Delivery Monitoring	Benchmarks Reviews Cost assurance	
Issues	In without knowing	No need for extensive studies	CRITICAL Value Assurance	Commitment Detailed Design & Planning	HSE Adapt Resources	Operational excellence	
CSFs	Imagination Diversity What if	Creativity Connections And	Integration Reality How	Thoroughness Details Time, Quality	Discipline Rigour Time, Cost	Regularity Improvement Cost, Quality	

LE LEAN MANAGEMENT
VOUS PERMET DE RACONTER UNE
HISTOIRE AVANT MÊME D'Y ÊTRE
PARVENU VOUS MEME

1ER ÉTAPE : SE PRÉPARER

Valider que vos outils de productions sont prêts et peuvent être prêts

LE CLIENT À UNE ENVIE ET UN BESOIN

Vous êtes arrivés au bon moment

Vous avez déclenché son envie

2ÈME ÉTAPE : DONNER ENVIE

Avoir le minimum de ressources pour montrer ce que vous faites sans l'avoir fait

IL CONSTATE QUE VOUS ÊTES BIEN PRÉPARÉ À LUI

Vous montrez que votre production est à la hauteur de la qualité attendue

3ÈME ÉTAPE VENDRE LA PEAU DE L'OURS

Vendre à partir d'une hypothèse que vous avez formulée

IL ACHÈTE VOTRE HYPOTHÈSE

Vous faites un devis / une vente acceptée, vous pouvez démarrer l'outil de production

QUELQUES ASTUCES DE BASE

EXISTER EN TANT QUE PORTEUR

(1)

Mettez vous en avant avec de belles images voir une vidéo



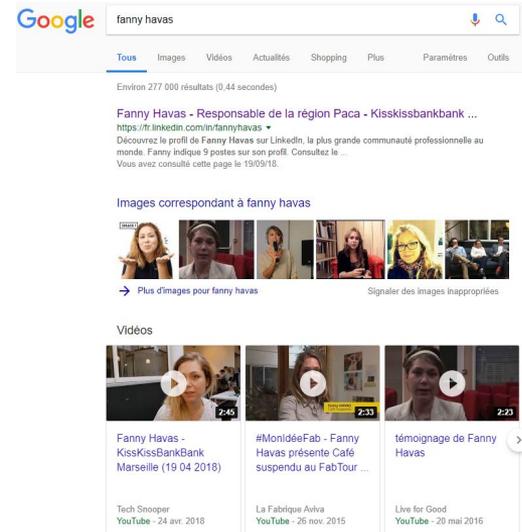
(2)

Soyez à jour dans vos réseaux



(3)

Soyez accessible et visible sur internet



(4)

Mettez en place un mini site ou un landing



strikingly

FAIRE EXISTER VOTRE IDÉE

(1)

Trouver votre nom de marque avec un processus créatif



(2)

Valider les mots clés sur Google pour les recherches futures de votre marque



(3)

Faire une recherche dans la base Marque de L'INPI

Recherche

par **nom de marque**

La recherche s'effectue sur les **marques en vigueur** : françaises, de l'Union européenne et internationales (désignant ou non la France). C'est une recherche assistée. Les résultats obtenus seront « élargis » par rapport au libellé de la requête.

Nom de la marque ?
Ce champ est requis pour effectuer une recherche.

Classification ?
des produits et services [Liste des classes](#) Toutes les classes

Limiter aux marques mises à jour, il y a moins d'une semaine ?

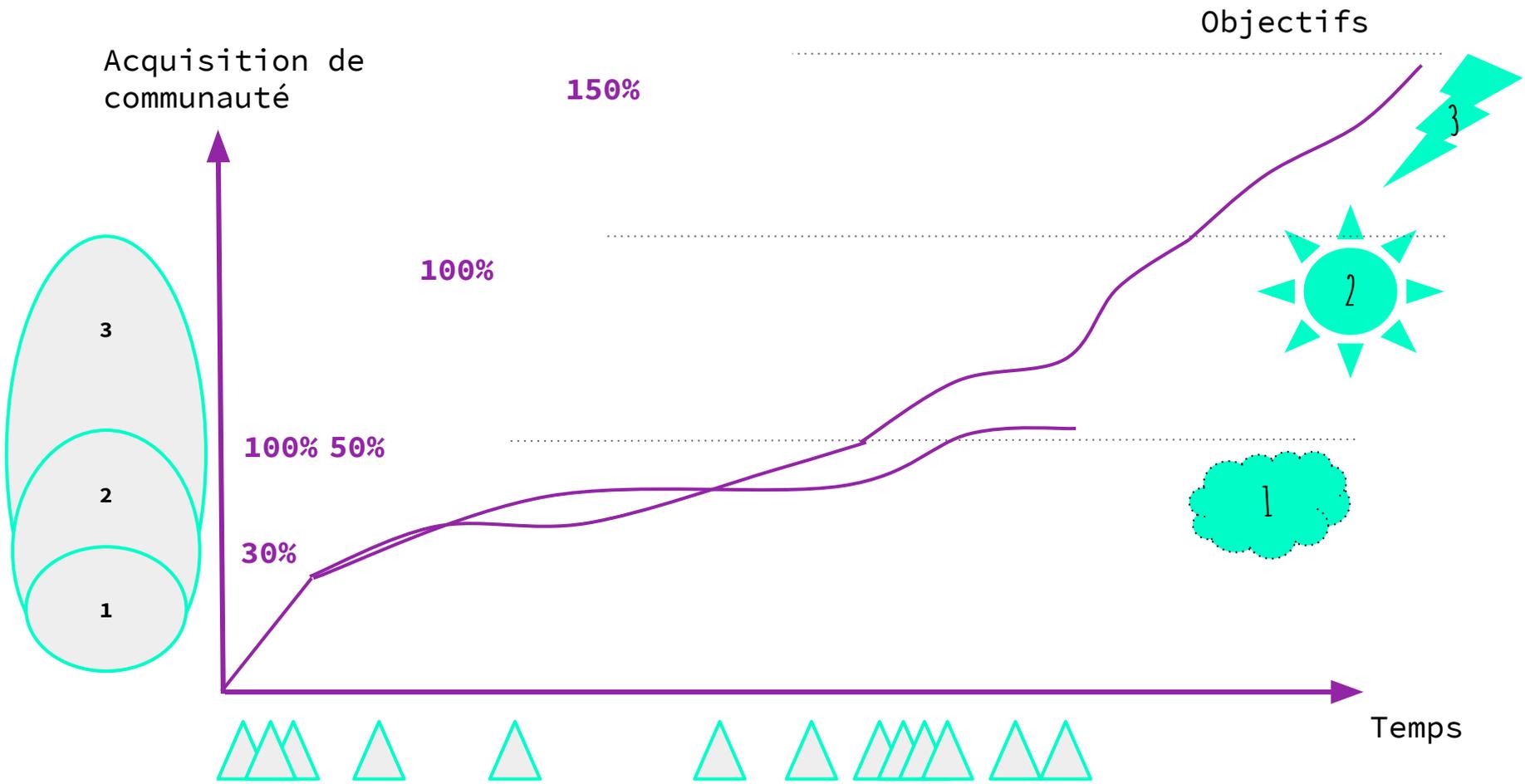
Rechercher

Effacer

(4)

Faire une recherche des URLs compatible avec le nom de marque choisi

L'IMPORTANCE
DE SA
COMMUNAUTÉ
POUR DÉMARRER



VENDRE LA PEAU DE L'OURS

(avant de l'avoir tué)



Se montrer via de la vidéo,
des photos

Scraper les données

Campagnes ads et facebook

Préventes

Emailing

Appels d'offres / appels à
projets

...

Crowdfunding !

PRINCIPES DE
GROWTH HACKING

MUST & DO
POUR
DONNER ENVIE

MARCHÉ CIBLE ➔ PROSPECT QUALIFIÉ ➔ UTILISATEUR ➔ AMBASSADEUR ➔ UTILISATEUR PAYANT

Acquisition - Attirer l'attention

1 L'acquisition est le nombre de personnes qui vont arriver sur le site et qui laissent leurs coordonnées.

Rétention - Le client reste

3 La rétention est l'utilisation régulière. Vos clients vont utiliser votre produit plusieurs fois et fréquemment.

Revenu - Passage à la Caisse

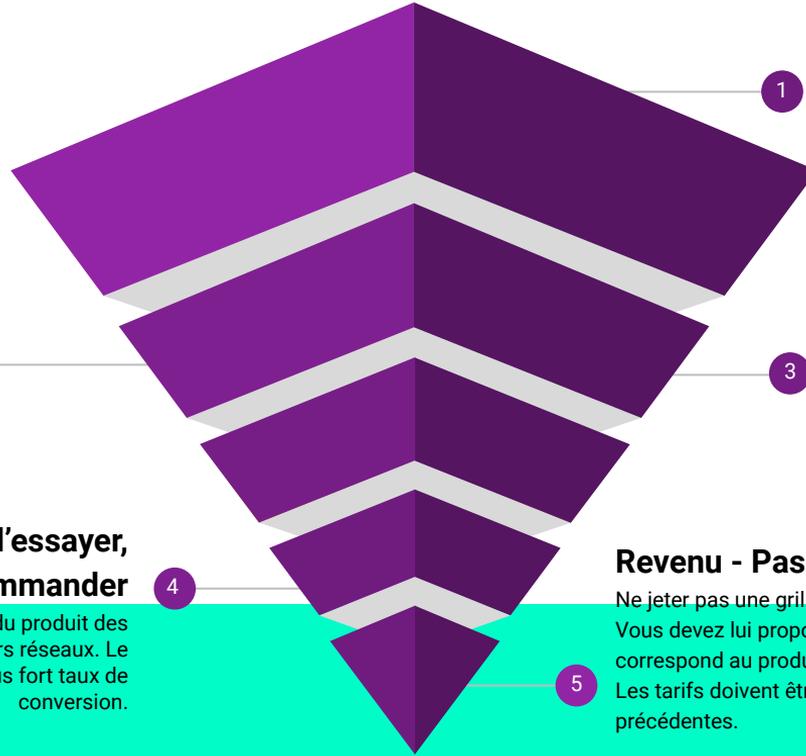
5 Ne jeter pas une grille de prix au visage de votre client. Vous devez lui proposer une tarification qui correspond au produit qu'il désire et à son portefeuille. Les tarifs doivent être présentés à la fin des 4 étapes précédentes.

Activation - Crashtest

2 L'activation est une première utilisation du produit. Vos visiteurs vont s'inscrire à votre solution et l'utiliser pour la première fois.

Recommandation, l'essayer, c'est le recommander

4 La recommandation du produit des utilisateurs auprès de leurs réseaux. Le bouche-à-oreille connaît le plus fort taux de conversion.



ENTONNOIR DE CROISSANCE

TROUVER VOS CLIENTS : AQUISITION

(1) Identifier 3 typologies de clients et dessiner leur profil type

Customer empathy map

(2) **Scraper les bases de données**
Télécharger ou acheter des bases de données (Facebook avait utilisé les données des étudiants de Harvard)

webhose.io **import.io**  dexi.io



(3)

Enquêter en posant des questions au type de personnes qui correspondent à vos acheteurs

(4)

Infiltrer d'autres plateformes
Avec le code Embed, (Youtube a infiltré MySpace, Paypal Ebay)

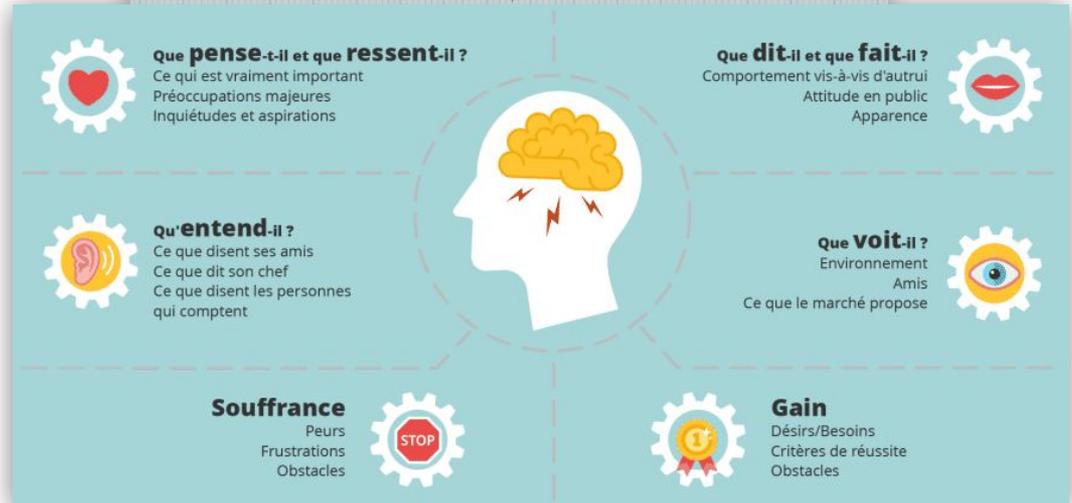
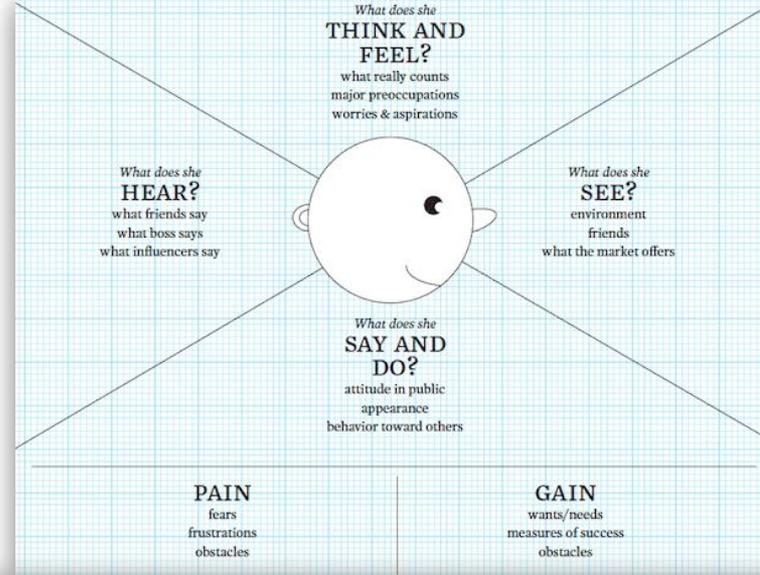
(5)

Allez sur le terrain Organiser un évènement et obliger les participants à utiliser votre service ou produits (Exemple Tinder=Campus, Snapchat=Lycées, Twitter=Evènements)

EMPATHY MAP

Identifier 3 typologies de clients et dessiner leur profil type.

Cette technique vous aidera à découvrir les sentiments de votre lectorat, leurs pensées, peines et réactions : “Que pense-t-elle/il vraiment ? Qu’est-ce qui l’inquiète ? Qu’est-ce qui l’influence ? De quoi parle-t-elle/il avec ses ami(e)s ?



ACQUISITION PAR LE CONTENU

- (1) Connaître les sujets tendances dans votre domaine : analyse des **mots clés** et des **influenceurs** de vos sujets

Buzzsumo

Google Trends

- (2) Analyse de la concurrence : qui s'empare des **contenus** et mots clés? (exemple Eventbrite =Yelp)



- (3) Éditer du contenu sur **vos blogs** ou en tant qu'**article invité**

pour devenir une référence en la matière, et s'il faut, faites appel à des auteurs.

textbroker

Chaque Mot Compte

(4)

Faire partager votre contenu par vos proches et en stimulant la viralité

Utiliser le Click Baiting

Quantifiez :

14 Astuces très simples ...

201 400 partages

Utilisez "comment" et "pourquoi"

Comment se débarrasser d'un mal de tête ...

140 300 partages

Utilisez "vous"

TEST : Découvrez si vous êtes vraiment incollable sur... - 702 000 partages

MOTS CLÉS ET BACKLINK

Vous pouvez aussi observer ce que vos concurrents font et qui fonctionne en utilisant des outils comme Semrush, Buzzsumo, ou, si vous n'avez pas de tel logiciels, une simple recherche Google fera l'affaire.

The image displays two screenshots of web analytics tools. The top screenshot is from Buzzsumo, showing a 'Content Analyzer' interface. It features a search bar with the query 'growth hacking', a filter by date set to 'Past Year', and a list of articles. The top article is 'The Best Growth Hacking Webinar Of All Time' by Vin Clancy, which has 271 Facebook engagements, 19.5K Twitter shares, 0 Pinterest shares, 0 Reddit engagements, 0 number of links, 0 Evergreen score, and 19.7K total engagements. Other articles include 'The Internet Is Going Crazy About This Growth Hacking Webinar...', 'Facebook's latest News Feed tweak penalizes Pages that solicit likes, shares - Marketing Land', '12 of the Saggiest Brands on Social Media', and '7 Ways to Unleash the Power of Gamification in Your Marketing'.

The bottom screenshot is from Semrush, showing a domain overview for 'ulule.com'. It includes a navigation menu on the left with options like 'Tableau de bord', 'Analyse de domaine', and 'MOTS CLÉS ORGANIQUES'. The main content area displays key metrics: Organic search traffic at 209K (+5%), Paid search traffic at 41.3K (+26%), 5.4M total backlinks, and 106 total display ads. It also features pie charts for organic and paid keywords by country, a line chart for organic traffic trends, and a table of top organic keywords, with 'ulule' being the highest ranked.

ACTIVATION

(1) Aller plus loin dans la **visualisation** :

Faites des infographies



(2) **Capturez l'e-mail** de vos visiteurs : Construisez-vous un carnet d'adresses.

Créez un tactique emailing cohérente (Exemple craigslist => Airbnb)



(3)

Engager une communauté sur twitter

Identifiez les hashtags que votre audience cible utilise et abonnez-vous aux comptes que votre audience suit.

Regroupez vos articles sur feedly;

Postez au moins 3x par jour en programmant vos tweets.



EMAILING ET SCRAPING

Vous pouvez aussi observer ce que vos concurrents font et qui fonctionne en utilisant des outils comme Semrush, Buzzsumo, ou, si vous n'avez pas de tel logiciels, une simple recherche Google fera l'affaire.

\$900 / 3br - Sandpoint Getaway - Sleeps 8 (Sandpoint, ID)

Airbnb | X

from Sarah Parness sarahp444@gmail.com
to hous-ugks-1442803664@craigslist.org
date Mon, Nov 23, 2009 at 7:01 AM
subject \$900 / 3br - Sandpoint Getaway - Sleeps 8 (Sandpoint, ID)

hide details 11/23/09

Reply

** CRAIGSLIST ADVISORY --- AVOID SCAMS BY DEALING LOCALLY
** Avoid: wiring money, cross-border deals, work-at-home
** Beware: cashier checks, money orders, escrow, shipping
** More Info: <http://www.craigslist.org/about/scams.html>

Hey,

I am emailing you because you have one of the nicest listings on Craigslist in Idaho, and I want to recommend you feature it (for free) on one of the largest Idaho housing sites on the web, Airbnb. The site already has 3,000,000 page views a month. Check it out here to list now:

<http://www.airbnb.com>

- Sarah

The screenshot shows the import.io interface with a table of scraped data from the URL <http://www.ikea.com/us/en/search/?query=chair>. The table has 7 columns: #, prodimg_im..., link_1, more_option..., prodname_text, text_1, prodprice_pr..., and text_list_1. It contains 14 rows of data for various chair models like ADDE, BERNHARD, LERHAMN, NISSE, and VILMAR.

#	prodimg_im...	link_1	more_option...	prodname_text	text_1	prodprice_pr...	text_list_1
1		ADDE Chair \$12.50 Unit price		ADDE	Chair	12.50 USD	Tested for 220 lb, Depth: 18 1/2", S
2		ADDE Chair \$12.50 Unit price		ADDE	Chair	12.50 USD	Tested for 220 lb, Depth: 18 1/2", S
3		BERNHARD Chair \$149.00 Unit pri...		BERNHARD	Chair	149.00 USD	Tested for 220 lb, Depth: 19 5/8", S
4		BERNHARD Chair \$149.00 Unit pri...		BERNHARD	Chair	149.00 USD	Tested for 220 lb, Depth: 19 5/8", S
5		BERNHARD Chair \$149.00 Unit pri...		BERNHARD	Chair	149.00 USD	Tested for 220 lb, Depth: 19 5/8", S
6		BERNHARD Chair \$149.00 Unit pri...		BERNHARD	Chair	149.00 USD	Tested for 220 lb, Depth: 19 5/8", S
7		LERHAMN Chair \$35.00 Unit price		LERHAMN	Chair	35.00 USD	Depth: 19 1/4", Height: 33 1/2", Se
8		LERHAMN Chair \$35.00 Unit price		LERHAMN	Chair	35.00 USD	Depth: 19 1/4", Height: 33 1/2", Se
9		NISSE Folding chair \$12.99 Unit p...		NISSE	Folding chair	12.99 USD	Tested for 220 lb, Depth: 18 1/2", S
10		VILMAR Chair \$39.00 Unit price		VILMAR	Chair	39.00 USD	Depth: 21 5/8", Seat width: 18 1/8"
11		BÖRJE Chair \$49.00 Unit price		BÖRJE	Chair	49.00 USD	Tested for 220 lb, Depth: 21 5/8", H
12		BÖRJE Chair \$49.00 Unit price		BÖRJE	Chair	49.00 USD	Tested for 220 lb, Depth: 21 5/8", H
13		BÖRJE Chair \$49.00 Unit price		BÖRJE	Chair	49.00 USD	Width: 17 3/8", Depth: 21 5/8", Hei
14		BÖRJE Chair \$49.00 Unit price		BÖRJE	Chair	49.00 USD	Width: 17 3/8", Depth: 21 5/8", Hei

RÉTENTION

(1)

A/B testing “split testing”

Collectez les données

Définissez des hypothèses et des objectifs

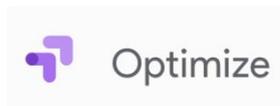
Créez des variations et lancez l'expérience

Analysez vos résultats et implémentez les changements nécessaires



(2)

Gamifier l'expérience pour vos premiers utilisateurs : concours pour faire utiliser l'app, exemple Youtube



RECOMMANDATION

La recommandation du produit des utilisateurs auprès de leurs réseaux.

Le bouche-à-oreille connaît le plus fort taux de conversion.



(1)

Effet 'Social proof' : permettre à vos utilisateurs de partager rapidement leur comportement avec vous sur d'autres réseaux (exemple Spotify => facebook et candy crush)

(2)

Organiser des opérations de **parrainage** pour vous faire recommander et des programmes d'**affiliation** (Exemple crédits Evernote => Dropbox)



(3)

Infiltrer des personnes susceptibles de recommander votre service à d'autres, exemple : Box Inc employé => entreprises, Hotmail => PS I Love you)

(4)

Marketing d'influence : utiliser des personnes influentes parmi les primos utilisateurs (exemple d'Instagram)

EXEMPLES PERSONNELS

Un groupe “à moi”

=> “Faire du bateau à Marseille”

Généraliste permet d’aspirer les recherches de mots clés et si ça marche => répond à une demande

Des offres promo dans les autres groupes.

Des connaissances qui montent à bord et font la promo eux-même

Fanny Havas Membres fondateurs · 10 h · 🌐

Petite pub tardive en consultant Windy : Superbes météo ce week-end si la girouette ne change pas d'ici là 😊 donc resa ouverte pour des sorties bateaux à plusieurs en mode voile coolos vraiment détente (hein [Axelle Way](#) 😊)

Pour la team Un Mal Pour un Bien et mes amis je fais une petite promo : celui qui ramène ses potes ou sa famille a sa petite place au chaud d'offertes et de réservée



Fanny Havas Auteur · 10 h

Je précise que [Axelle Way](#) a déjà pris une sortie et est sortie par force 6 sur Coco. Record impossible à détrôner lol

J'aime · Répondre · 10 h

Stephanie Ampart · 10 h

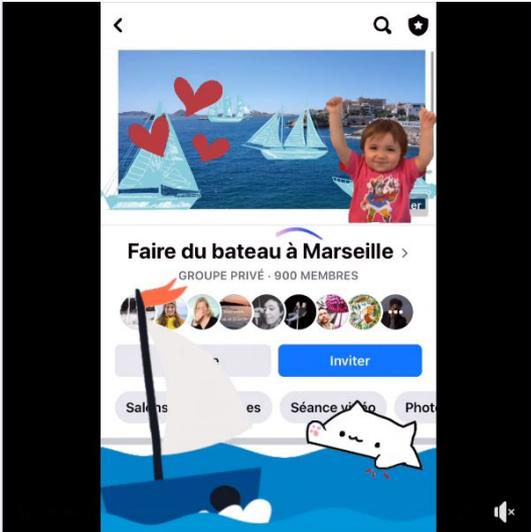
On peut monter à combien dans ton bateau miss??!

J'aime · Répondre · 10 h

↳ **Fanny Havas** a répondu · 3 réponses 9 h

Fanny Havas Admin · 1 h · 🌐

Pourquoi fêter les 1000??? 900 c'est incroyable !!! Merci d'être tous ici et respectueux et passionnés de mer 🥰



Faire du bateau à Marseille >
GROUPE PRIVÉ · 900 MEMBRES

Inviter

Salons es Séance de Photo

👍 🥰 6 1 commentaire

REVENUS

(1)

Incitez à une **souscription annuelle** avec une réduction importante

(2)

Augmentez vos tarifs régulièrement et annoncez-le en avance. Cette stratégie est à tester au cas par cas, mais elle marche remarquablement bien



(3)

Créez des **bundles temporaires** (plusieurs produits ou services vendus ensemble)

(4)

Testez une période d'essai à 1 euro plutôt qu'une période gratuite pour éliminer les utilisateurs à la motivation limitée.

STRATEGIE DE COMMUNICATION DIGITALE



Quels sont vos besoins ?

PUBLIER REGULIEREMENT

Nuu.gam

En 3 mois (84 jours)

- 86 publications
- 1 449 abonnés
- 423 abonnements



DANS LE MONDE ANIMAL DANS LEQUEL JE VIVS



J'AI REMARQUE APRES LE TRAVAIL L'HUMAN
AIRE A PRAATIQUER UN AUTRE TRAVAIL PLUS PHYSIQUE



SAVEZ-VOUS QU'EN MOYENNE LES FEMMES SONT
PLUS PETITE DE 15CM ?



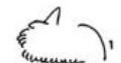
QUAND LES HUMAINS ONT ENVOYE UNE SONDE VOYAGEUR
AVEC TOUTES LES INFORMATIONS SUR LE GENRE
HUMAN ET NOTRE SOCIETE



DANS LA VIE JE CLASSE LES GENS EN FONCTION
DE LEUR PORTE DE SALLE DE BAN...



EN SIGNANT LES CLAUSES DES RESEAUX SOCIAUX
MES AMIS SONT CONNUS MES PUISSANTS



PETIT, J'ETAIS SOUVENT BIEN ENCHAIRE



LES GRECS NOUS ONT LEGUES L'ARCHITECTURE
DES PLUS BELLES VILLES D'EUROPE



ON COMPTE ENVIRON 4 RATS POUR 1 PARISIEN
ET 2 POUR 1 MARSEILLAIS

COMPRENDRE LES TRANSFORMATIONS

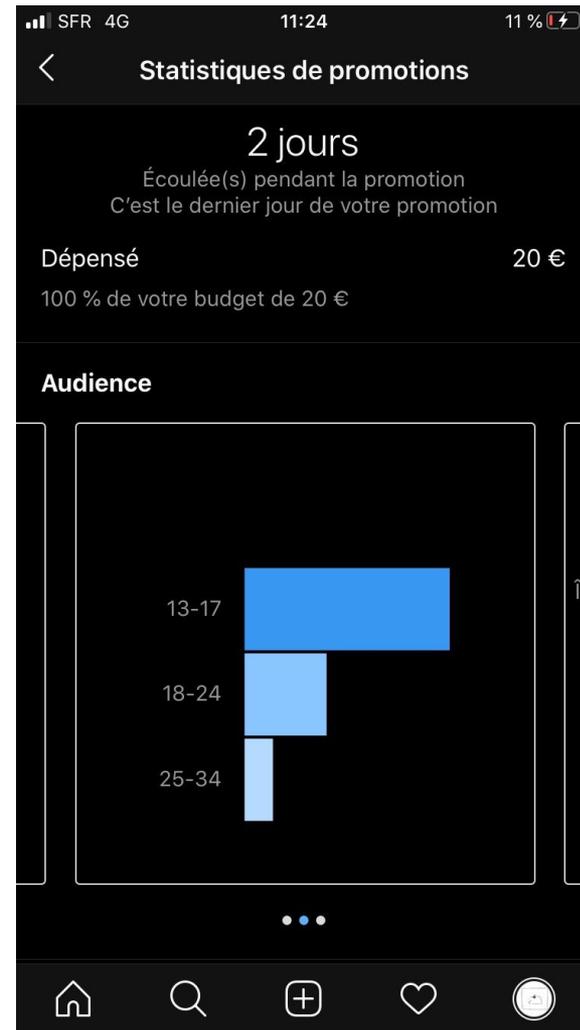
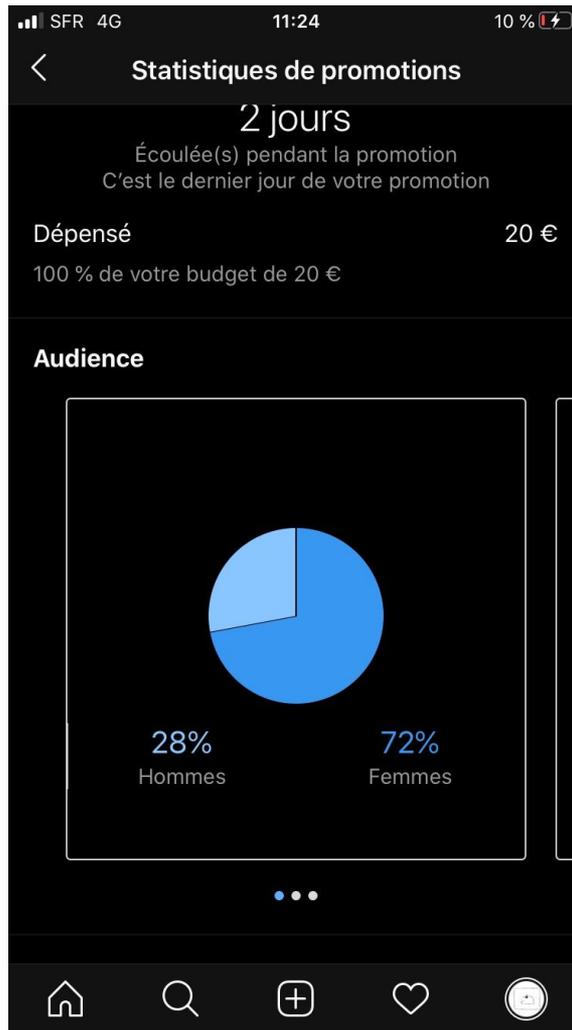
Le fameux pipe de transformation



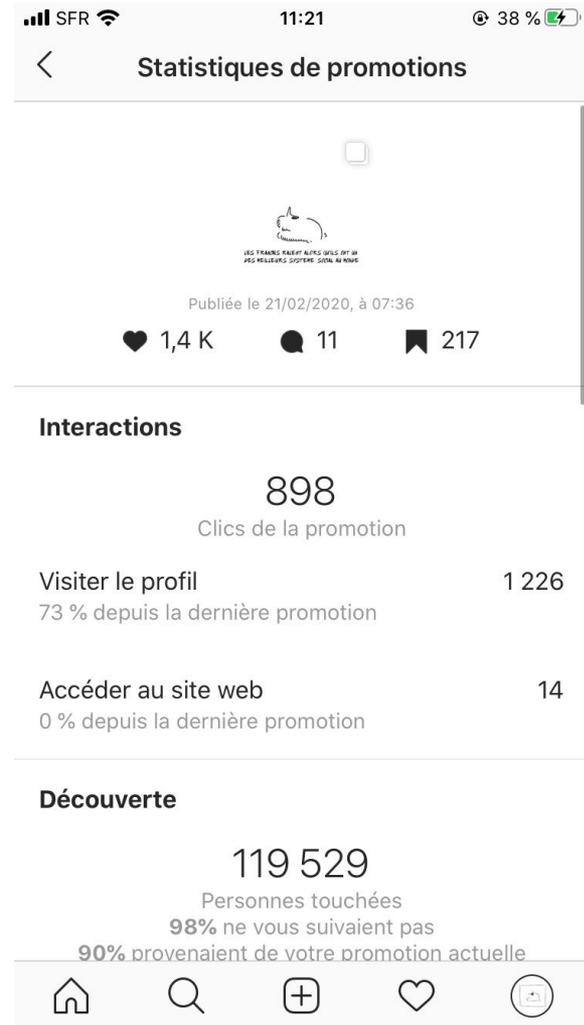
ACQUERIR DE ZERO (FROM SCRATCH)



ACQUERIR DE ZERO (FROM SCRATCH)



ACQUERIR PENDANT LE
CONFINEMENT



RENCONTRER DES PASSIONNES

Cercle 1



AVOIR DU RECONFORT ET DU SOUTIEN

Cercle 1



OBTENIR DE LA RECO

Toucher le cercle 2



ATTEINDRE LE GRAND PUBLIC

Atteindre le cercle 3 grâce à des gros comptes

@jouissance.club - 119 publications - 444k abonnés

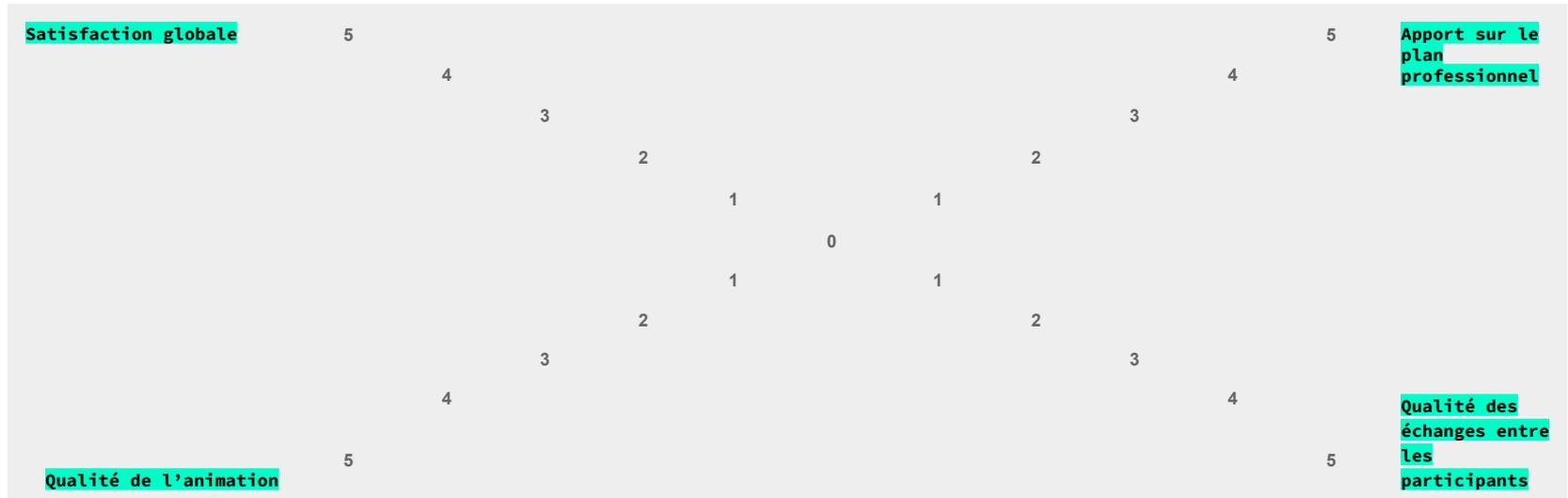
@gomargu - 326 publications - 18,7k abonnés



QU'EN AVEZ VOUS PENSÉ?

ENQUÊTE DE SATISFACTION - MODÈLE VIERGE

Prenez pour modèle cette charte qui demande d'entourer le chiffre qui correspond le plus à votre estimation et reporter les notes dans le tableau de résultat en slide suivante. Merci !



Plus le chiffre est élevé plus grande votre satisfaction est.

LISTE DE QUELQUES OUTILS

CONTENU

MOTS CLÉS

 Google Trends

INFLUENCEURS

 Buzzsumo

BACKLINK

 SEMRUSH

CONTENU

 textbroker
Chaque Mot Compte

ACQUISITION

DONNÉES

 dexi.io

 import.io

 webhose.io

EMAILING

 mailchimp

LANDING

 Newsletter

 Social Media



 strikingly

ACTIVATION

TWITTER

 Crowdfire

 feedly

 Hootsuite®

 HASHTAGIFY
Find, Analyse, Amplify

VISUALISATION

 PIKTOCHART

 visually

RÉTENTION

A/B TESTING



GAMIFICATION

RECOMMANDATIONS

PARRAINAGE

INFILTRATION

SOCIAL PROOF

INFILTRATION

MARKETING D'INFLUENCE

REVENUS

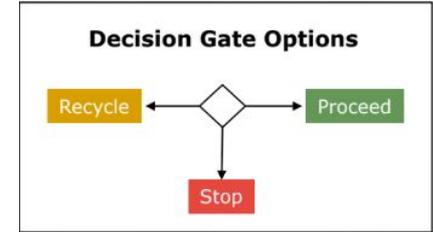
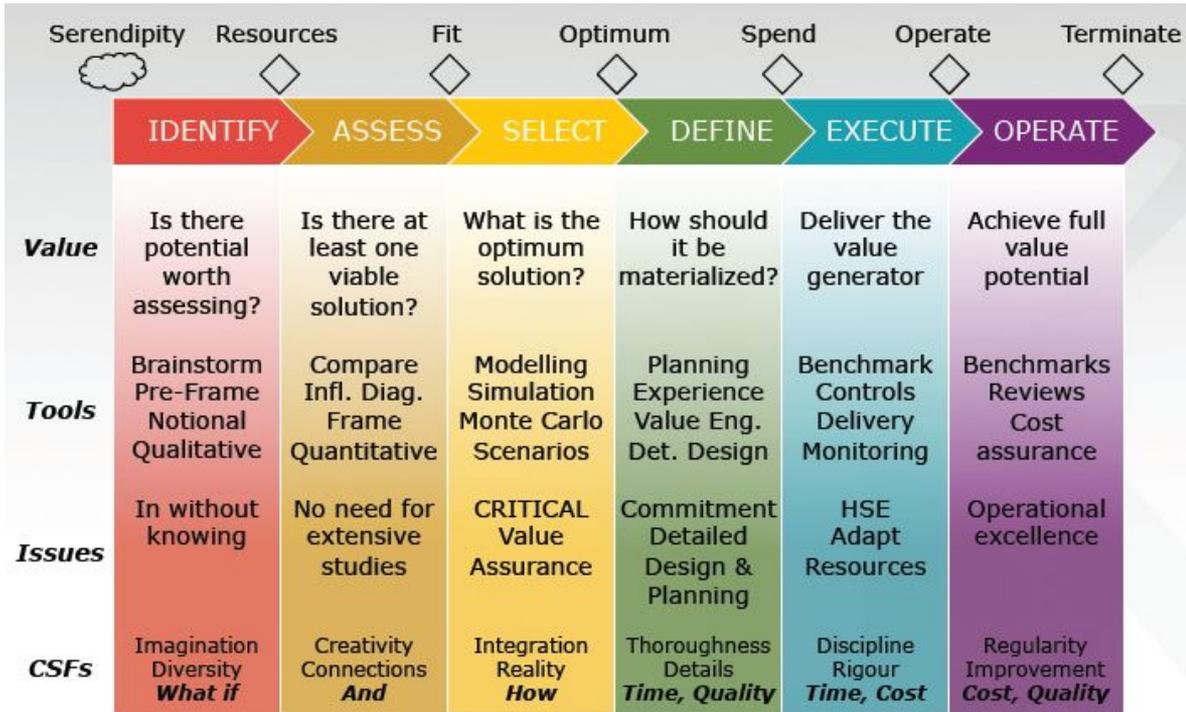
SOUSCRIPTION ANNUELLE

OFFRE GROUPÉE

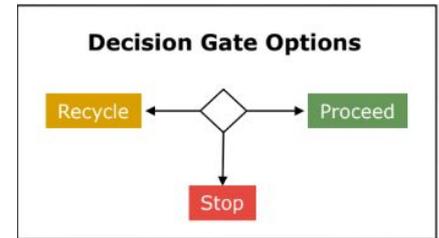
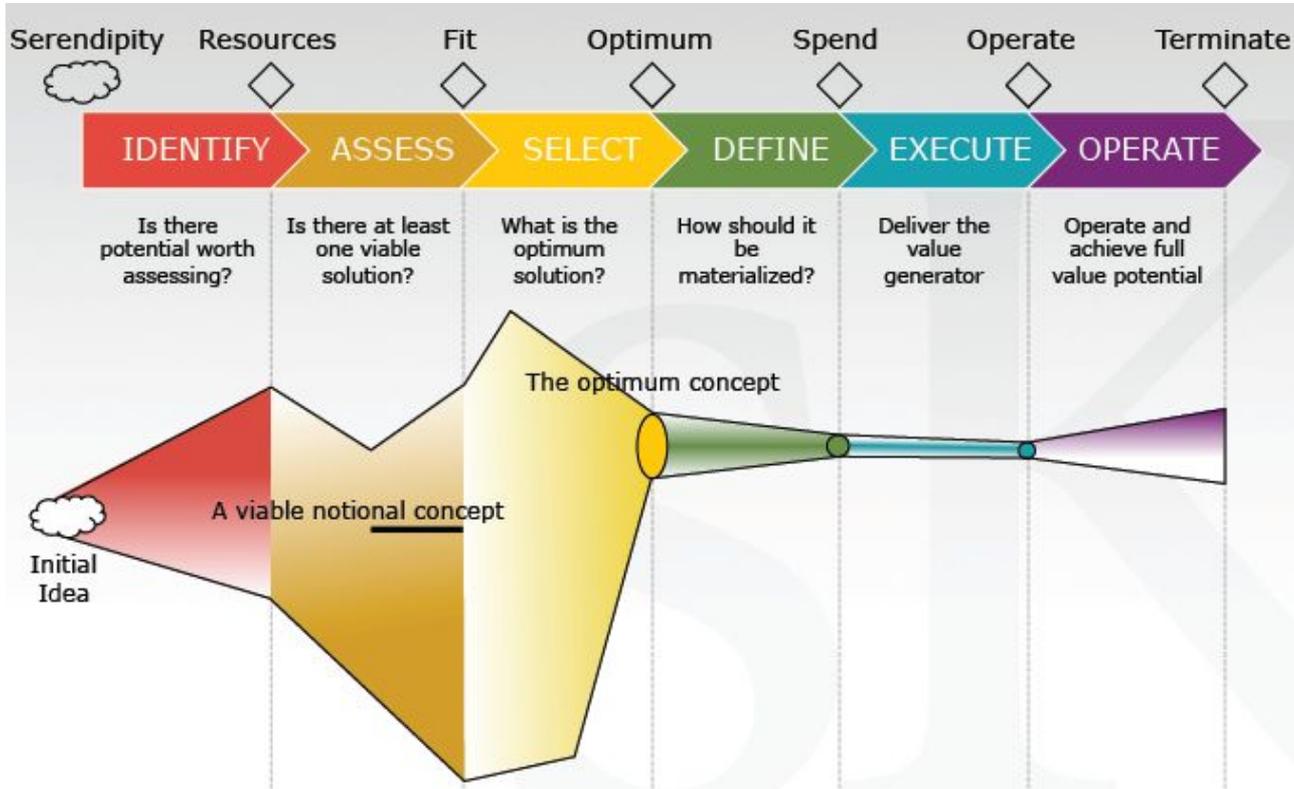
PÉRIODE D'ESSAI

AUGMENTATION

PHASES D'UN PROJET EN ITERATION



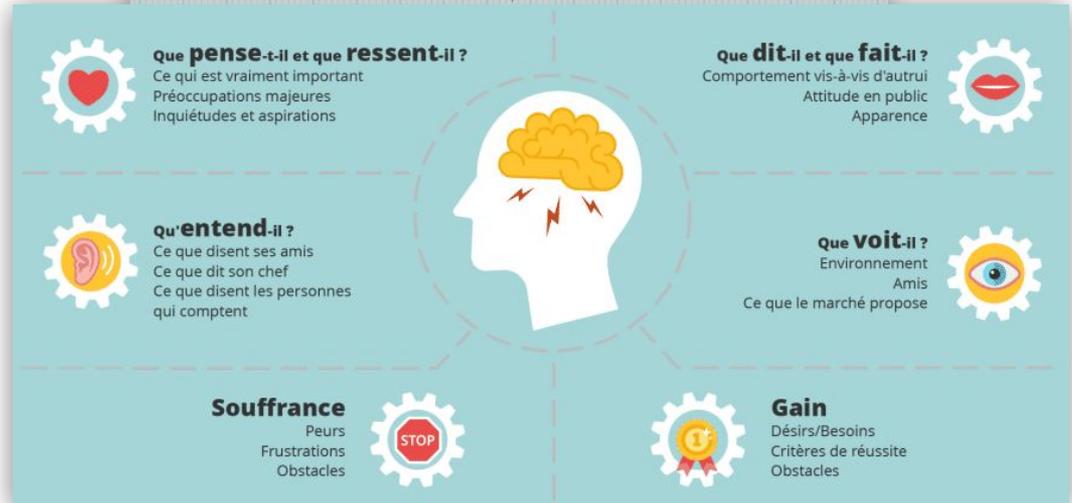
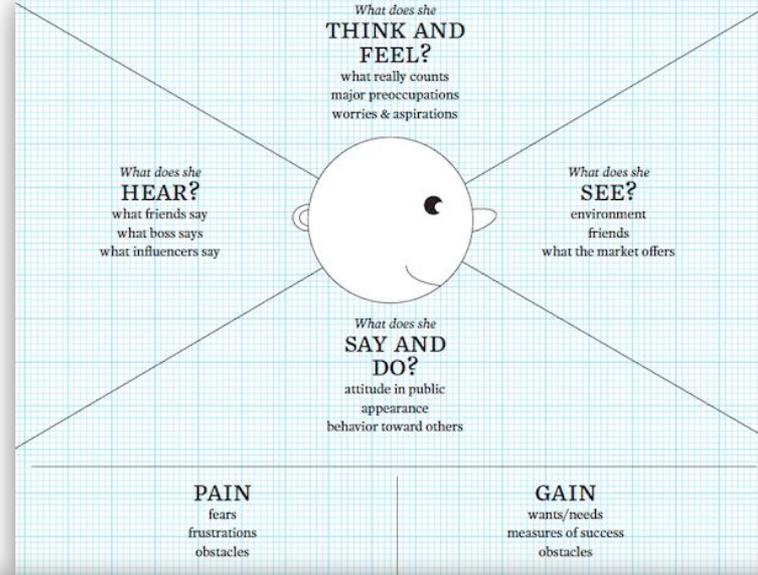
OUVERTURE D'ESPRIT/ D'IDEATION PAR ETAPE



EMPATHY MAP

Identifier 3 typologies de clients et dessiner leur profil type.

Cette technique vous aidera à découvrir les sentiments de votre lectorat, leurs pensées, peines et réactions : “Que pense-t-elle/il vraiment ? Qu’est-ce qui l’inquiète ? Qu’est-ce qui l’influence ? De quoi parle-t-elle/il avec ses ami(e)s ?



MOTS CLÉS ET BACKLINK

Vous pouvez aussi observer ce que vos concurrents font et qui fonctionne en utilisant des outils comme Semrush, Buzzsumo, ou, si vous n'avez pas de tel logiciels, une simple recherche Google fera l'affaire.

The image displays two screenshots of web analytics tools. The top screenshot is from Buzzsumo, showing a 'Content Analyzer' interface. It features a search bar with the query 'growth hacking', a filter by date set to 'Past Year', and a list of articles. The articles are ranked by 'Total Engagements' and include metrics for Facebook, Twitter, Pinterest, Reddit, and backlinks. The bottom screenshot is from Semrush, showing a domain overview for 'ulule.com'. It includes a navigation menu on the left, a search bar, and several key performance indicators: Organic Search (209K, +5%), Paid Search (41.3K, +26%), Backlinks (5.4M), and Display Ads (106). Below these are pie charts for organic and paid keywords by country, a line chart for organic traffic trends, and a table of top organic keywords.

Content Analyzer

Search: growth hacking

Sort by: Total Engagements

Article Title	Author	Facebook Engagements	Twitter Shares	Pinterest Shares	Reddit Engagements	Number of Links	Evergreen Score	Total Engagements
The Best Growth Hacking Webinar Of All Time	By Vin Clancy - May 21, 2018	271	19.5K	0	0	0	0	19.7K
The Internet Is Going Crazy About This Growth Hacking Webinar...	By Vin Clancy - Jun 20, 2018	1K	12.9K	0	0	0	1	13.9K
Facebook's latest News Feed tweak penalizes Pages that solicit likes, shares - Marketing Land	By Tim Peterson - Dec 18, 2017	7.1K	365	8	0	10	6	7.9K
12 of the Saggiest Brands on Social Media	By Sophia Bernazzani - Nov 27, 2017	6.3K	999	44	2	18	21	7.3K
7 Ways to Unleash the Power of Gamification in Your Marketing	By Alexander Bldikov - Jan 1, 2018	5.4K	653	1	0	12	5	6.1K

SEMRUSH

Vue d'ensemble du domaine: ulule.com

Metric	Value	Trend
RECHERCHE ORGANIQUE	209K	+5%
RECHERCHE PAYANTE	41.3K	+26%
BACKLINKS	5.4M	TOTAL BACKLINKS
ANNONCES SUR DISPLAY	106	NOUVEAU TOTAL D'ANNONCES

MOTS CLÉS ORGANIQUES

Mot clé	Pos.	Volume	CPC (USD)	Trafic
ulule	1 (1)	40,500	0.13	48,400
dragon	9 (5)	135,000	0.31	4,050
financement participatif	1 (3)	8,100	2.94	3,807

EMAILING ET SCRAPING

Vous pouvez aussi observer ce que vos concurrents font et qui fonctionne en utilisant des outils comme Semrush, Buzzsumo, ou, si vous n'avez pas de tel logiciels, une simple recherche Google fera l'affaire.

\$900 / 3br - Sandpoint Getaway - Sleeps 8 (Sandpoint, ID) AirBNB | X

from Sarah Parness sarahp444@gmail.com
to hous-ugks-1442803664@craigslist.org
date Mon, Nov 23, 2009 at 7:01 AM
subject \$900 / 3br - Sandpoint Getaway - Sleeps 8 (Sandpoint, ID)

[hide details](#) 11/23/09

[Reply](#)

** CRAIGSLIST ADVISORY --- AVOID SCAMS BY DEALING LOCALLY
** Avoid: wiring money, cross-border deals, work-at-home
** Beware: cashier checks, money orders, escrow, shipping
** More Info: <http://www.craigslist.org/about/scams.html>

Hey,

I am emailing you because you have one of the nicest listings on Craigslist in Idaho, and I want to recommend you feature it (for free) on one of the largest Idaho housing sites on the web, Airbnb. The site already has 3,000,000 page views a month. Check it out here to list now:

<http://www.airbnb.com>

- Sarah

The screenshot shows the import.io interface with a table of scraped data from the URL <http://www.ikea.com/us/en/search/?query=chair>. The table has 7 columns: #, prodimg_im..., link_1, more_option..., prodname_text, text_1, prodprice_pr..., and text_list_1. It contains 14 rows of data for various chair models like ADDE, BERNHARD, LERHAMN, NISSE, and VILMAR.

#	prodimg_im...	link_1	more_option...	prodname_text	text_1	prodprice_pr...	text_list_1
1		ADDE Chair \$12.50 Unit price		ADDE	Chair	12.50 USD	Tested for 220 lb, Depth: 18 1/2", S
2		ADDE Chair \$12.50 Unit price		ADDE	Chair	12.50 USD	Tested for 220 lb, Depth: 18 1/2", S
3		BERNHARD Chair \$149.00 Unit pri...		BERNHARD	Chair	149.00 USD	Tested for 220 lb, Depth: 19 5/8", S
4		BERNHARD Chair \$149.00 Unit pri...		BERNHARD	Chair	149.00 USD	Tested for 220 lb, Depth: 19 5/8", S
5		BERNHARD Chair \$149.00 Unit pri...		BERNHARD	Chair	149.00 USD	Tested for 220 lb, Depth: 19 5/8", S
6		BERNHARD Chair \$149.00 Unit pri...		BERNHARD	Chair	149.00 USD	Tested for 220 lb, Depth: 19 5/8", S
7		LERHAMN Chair \$35.00 Unit price		LERHAMN	Chair	35.00 USD	Depth: 19 1/4", Height: 33 1/2", Se
8		LERHAMN Chair \$35.00 Unit price		LERHAMN	Chair	35.00 USD	Depth: 19 1/4", Height: 33 1/2", Se
9		NISSE Folding chair \$12.99 Unit p...		NISSE	Folding chair	12.99 USD	Tested for 220 lb, Depth: 18 1/2", S
10		VILMAR Chair \$39.00 Unit price		VILMAR	Chair	39.00 USD	Depth: 21 5/8", Seat width: 18 1/8"
11		BÖRJE Chair \$49.00 Unit price		BÖRJE	Chair	49.00 USD	Tested for 220 lb, Depth: 21 5/8", H
12		BÖRJE Chair \$49.00 Unit price		BÖRJE	Chair	49.00 USD	Tested for 220 lb, Depth: 21 5/8", H
13		BÖRJE Chair \$49.00 Unit price		BÖRJE	Chair	49.00 USD	Width: 17 3/8", Depth: 21 5/8", Hei
14		BÖRJE Chair \$49.00 Unit price		BÖRJE	Chair	49.00 USD	Width: 17 3/8", Depth: 21 5/8", Hei

REVENUE

All existing members, who already have or who sign up for an annual or quarterly account before the change, will keep their current price for life. Forever.

We'll never increase it, we'll grandfather you over, even 10 years from now, hand on heart, promise.

And to help you make that decision here's a one-off deal because we love you.

[Click here to sign up, or upgrade, to an annual account now at the old prices and we'll give you 50% off your first payment.](#)

That's a saving of \$978 for the next year.

If you think you are going to need or want something from us in the future (and believe me, you are :) then this is your last chance, you'll thank yourself down the track.

<http://premium.wpmudev.org/join/?coupon=LASTCHANCE#signup>

Exciting times! Join us for the long run as we take WordPress to another level.

NOT SURE WHICH PLAN TO CHOOSE? [WATCH OUR SHORT VIDEO](#) AND DECIDE WHICH BEST FITS YOUR BUSINESS.

	STANDARD ANNUAL \$25 Per Month (Paid Annually) <small>Save Over 33% off</small>	PRO ANNUAL \$40 Per Month (Paid Annually) <small>Save Over 40% off</small>	ENTERPRISE ANNUAL \$67 Per Month (Paid Annually) <small>Save Over 31% off</small>	
Unlimited Landing Pages/Unlimited Domains	✓	✓	✓	SAVE UP TO 40% With Annual Billing.
All Page Templates and LeadBoxes™	✓	✓	✓	Month-by-month
Works With WordPress (Optional)	✓	✓	✓	<input checked="" type="radio"/> Annual billing
Embed on Any Site	✓	✓	✓	2 Year billing
Advanced HTML Export	✓	✓	✓	
A/B Split Testing [Ⓞ]	✗	✓	✓	
LeadLinks™ [Ⓞ]	✗	✓	✓	
Access To Our Affiliate Program [Ⓞ]	✗	✓	✓	
Upload Custom Landing Page Templates [Ⓞ]	✗	✓	✓	
1st Priority Email Support	✗	✓	✓	
Implementation Coaching Program [Ⓞ]	✗	✗	✓	
Sub-Accounts [Ⓞ]	✗	Sub-Accounts Available	2 Free Sub-Accounts	
Support Method	Email	Email + Live Chat	Email + Live Chat + Phone	
HubSpot and Salesforce Integration	✗	✗	✓	
Template Importer [Ⓞ]	✗	✗	✓	
LeadDigits™ [Ⓞ]	✗	✗	✓	
	GET STARTED	GET STARTED	GET STARTED	Choose one!

VISA MasterCard American Express Discover

FANNY HAVAS

MARKETER, BIZDEV ET MARIN DE MON PROJET

06 32 40 70 63

Fanny.havas5@gmail.com

