



Rapport de présence digitale

Préparé pour : **Baila Productions** (École de Salsa Baila Productions) · Laval, West-Island, Île-Perrot

Résumé : 20 ans de réputation solide — **5,0/5 avec 165 avis** Google : la confiance est déjà là. Mais l'entonnoir de contact est **brisé pour leur clientèle latine** : pas de WhatsApp (boîte vocale avec rappel « sous 2 jours »), un site 100 % français/anglais **sans espagnol** pour une école de danse *latine*, et des inscriptions sur une plateforme tierce. Pendant ce temps, **San Tropez vend des passes en ligne 24/7**.

Constats

CRITIQUE Pas de WhatsApp : le contact, c'est une boîte vocale

Le seul moyen de les joindre est un téléphone avec message vocal — « laissez un message, rappel sous 2 jours ouvrables ». **Pas de WhatsApp, pas de formulaire, pas de clavardage** (vérifié le 5 octobre 2026).

→ Pour une école de danse latine dont la clientèle écrit sur WhatsApp, chaque appel manqué est un élève qui peut s'inscrire ailleurs — là où on lui répond tout de suite.

CRITIQUE Un site 100 % FR/EN, zéro espagnol

Le site bailaproductions.com existe en français et en anglais seulement. Or c'est une école de danse **latine**, avec une marque en espagnol (« Baila ») et une clientèle latine — mais tout le parcours d'inscription ignore l'espagnol (vérifié le 5 octobre 2026).

→ La communauté qui les suit ne se reconnaît pas dans leur vitrine : le lien culturel qui fait leur force n'apparaît nulle part dans leur entonnoir.

IMPORTANT Inscriptions sur Pike13, pas sur leur propre site

Pour s'inscrire, le visiteur est redirigé vers bailaprod.pike13.com, une plateforme tierce : marque étrangère, parcours fragmenté (site → Pike13 → paiement) et même des erreurs visibles (« Problème Réseau »). Ils dépendent d'un tiers pour leurs inscriptions et **ne contrôlent pas leurs données clients** (vérifié le 5 octobre 2026).

→ Chaque friction dans le paiement, c'est un élève perdu — et leurs données d'inscription appartiennent à quelqu'un d'autre.

OPPORTUNITÉ La réputation est là — l'infrastructure de vente, non

5,0/5 avec 165 avis (West-Island), badge Trustindex sur leur site, et leur école en ligne bailasalsaonline.com vend déjà des abonnements (19,95 \$/mois). Le trafic et la confiance existent. Mais pendant ce temps, **San Tropez vend des passes en ligne 119-297 \$ avec paiement intégré, 24/7** — sans intervention humaine.

→ Ils ont l'actif le plus cher (20 ans de réputation) ; il leur manque le moins cher : un entonnoir qui convertit.

Recommandations

1. **WhatsApp Business visible** avec réponse le jour même — que chaque visiteur du site puisse écrire au lieu de tomber sur une boîte vocale.
2. **Une version espagnole du site** (ou au minimum une page d'accueil ES) — parler la langue de leur communauté latine, comme leur nom « Baila » le fait déjà.
3. **Inscription et paiement intégrés sur leur propre site**, à leur marque — fini la dépendance à Pike13 : moins de friction, et leurs données clients leur appartiennent.

On continue ?

Chez **Alba Studio**, on crée des sites web pour les commerces de Montréal qui amènent des clients. On peut s'occuper de tout ça en 2 à 3 semaines.

info@albastudio.ca · albastudio.ca · **WhatsApp : (438) 979-5116**

Baila Productions (École de Salsa Baila Productions — fond. Ilias Benz)

☎ (450) 663-5278 (Laval) 📍 1555 Boul Saint-Martin E., Laval

🕒 Cours : lun 18h30–21h · mar 19h–22h · jeu 18h30–22h

☎ West-Island : (450) 238-1435 📅 **Lundi 5 oct 2026 — appeler en journée, avant 18h30**

🗣 Appel en français

⚠ C'est un **réfèrent du milieu** (20+ ans, 3 studios, 5,0/5 avec 165 avis) — ton de collègue, jamais condescendant. Commencer par reconnaître le mérite avant le diagnostic.

1 Ouverture (20 secondes)

« Bonjour, Baila Productions ? Je m'appelle Christian, d'Alba Studio. Je vous appelle parce que j'ai analysé votre présence en ligne : **vous avez 20 ans de réputation — mais vos futurs élèves doivent passer par une boîte vocale pour s'inscrire.** Vous avez deux minutes, je vous explique ? »

2 Les 3 constats (langage simple)**Pas de WhatsApp — juste une boîte vocale — critique**

Le seul contact, c'est un téléphone avec message « rappel sous **2 jours ouvrables** ». Ni WhatsApp, ni formulaire, ni chat.

Dire : « Votre clientèle latine écrit sur WhatsApp, elle ne laisse pas de messages vocaux. Chaque appel qui tombe sur la boîte, c'est un élève qui peut s'inscrire ailleurs. »

Site 100 % français-anglais, zéro espagnol — critique

Une école de danse **latine**, qui s'appelle « Baila », mais tout le parcours est en FR/EN.

Dire : « Votre nom parle déjà espagnol — votre site devrait en faire autant. »

Inscriptions via Pike13, pas sur votre site

Le paiement passe par une plateforme externe : marque étrangère, parcours en 3 temps (site → Pike13 → paiement), avec même des erreurs visibles « Problème Réseau ». Et les données de vos élèves vivent chez un tiers.

Dire : « Pendant ce temps, San Tropez vend ses passes en ligne 24/7, sur son propre site. »

3 Comment on aide (à dire à voix haute)

- 1. Un bouton WhatsApp visible** avec réponse le jour même — fini la boîte vocale qui fait attendre 2 jours.
- 2. Une version espagnole du site** — parler la langue de votre communauté, comme votre nom le fait déjà.
- 3. Inscriptions et paiements intégrés sur votre propre site** — fini Pike13 : moins de friction, et les données de vos élèves vous appartiennent.

Ton : respect de collègue à réfèrent — « votre réputation mérite un entonnoir à sa hauteur ». Jamais : « votre site est mauvais ».

4 Objections et réponses

« On a déjà un site web »

→ Et il est bien — le problème n'est pas le site, c'est l'entonnoir : boîte vocale avec 2 jours d'attente, pas d'espagnol, inscriptions sur une plateforme externe. Votre réputation mérite mieux comme porte d'entrée.

« On utilise déjà Pike13 »

→ On ne coupe rien d'un coup sec — la migration se planifie pour ne perdre aucune donnée de vos élèves. Mais à terme : vos inscriptions sur votre marque, avec vos données à vous.

« C'est combien ? »

→ **2 900 \$** : 500 \$ d'acompte + 12 versements de 200 \$/mois. Livraison en 2–3 semaines, avec **1 an d'accompagnement inclus** (valeur 1 140 \$). Ensuite, 95 \$/mois sans engagement.

« On va y réfléchir / j'en parle à mes associés »

→ Parfait. Je vous envoie le rapport de ce que j'ai trouvé et une présentation visuelle de la proposition. Quel jour je vous rappelle pour en discuter ?

« C'est cher »

→ Pensez à chaque élève qui appelle, tombe sur la boîte vocale et s'inscrit ailleurs — San Tropez vend ses passes en ligne 24 heures sur 24. Et la première année d'accompagnement est incluse.

« On n'a pas le temps en ce moment »

→ C'est justement l'idée : on s'occupe de tout en 2–3 semaines, vous n'avez qu'à valider. Pendant ce temps, votre boîte vocale continue de faire attendre les gens 2 jours.

5 L'offre

Offre Alba Studio

2 900 \$

- 500 \$ d'acompte + 12 × 200 \$/mois
- Site neuf en 2–3 semaines (WhatsApp, version ES, inscription intégrée)
- **1 an d'accompagnement inclus** (valeur 1 140 \$)
- Ensuite : 95 \$/mois, sans engagement

6 Clôture

Demander à la fin : un courriel ou un WhatsApp pour envoyer le **rapport** + le **pitch** (baila-productions.pitch.albastudio.ca) — et **fixer une date concrète** pour rappeler.

7 Après l'appel

- ☐ Envoyer rapport PDF + lien du pitch (seulement avec l'approbation de Christian)
- ☐ Noter la date de suivi convenue
- ☐ Si ce n'est pas le décideur : noter quand le joindre

⊖ **Ne pas dire « 5 000+ élèves » (non vérifié) · Ne pas attribuer de compte Instagram/TikTok officiel · Ne jamais promettre de chiffres · Ne pas toucher à l'école en ligne · Ton de collègue — jamais condescendant**