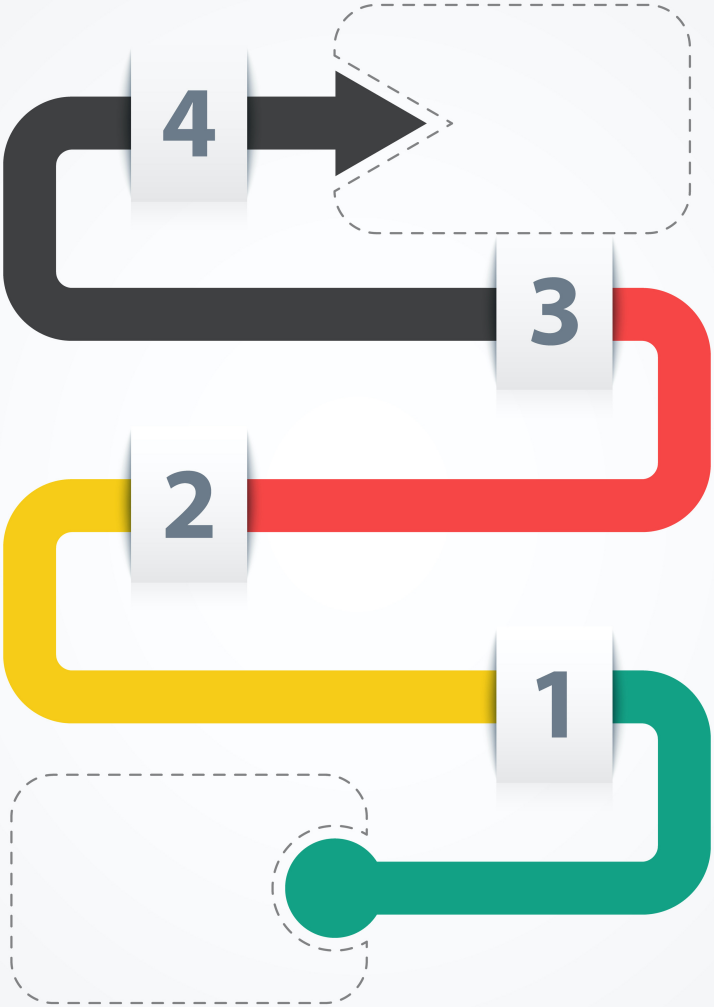


BLOGUE : 10 IDÉES MARKETING -VISIBILITÉS

PAR : MARTIN MICHAUD

PUBLIÉ PAR :

JOURNAL ACTION PME

Introduction 3
Note de l'auteur du eBook. 3
Constat alarmant numéro 1 4
La fausse pensée 1 5
Constat alarmant numéro 2 5
La fausse pensée 2 7
Idée de marketing-visibilité numéro 1 8
Idée de marketing-visibilité numéro 2 11
Idée de marketing-visibilité numéro 3 12
Idée de marketing-visibilité numéro 4 12
Quelques statistiques sur les blogues. 13
Idée de marketing-visibilité numéro 5 14
Idée de marketing-visibilité numéro 6 15
Idée de marketing-visibilité numéro 7 16
Idée de marketing-visibilité numéro 8 16
Idée de marketing-visibilité numéro 9 18
Créer un contenu à haute valeur ajouté 19
Idée de marketing-visibilité numéro 10 19
Conclusion 21
Contact 22

INTRODUCTION

Avant de vous exposer les idées de marketing, j'aimerais vous présenter les 5 niveaux importants pour réussir sur le Web.

1. Créer un site Web
2. Mériter de l'intérêt (création de contenu)
3. Obtenir de la visibilité (se faire voir)
4. Capturer et organiser le suivi des prospects
5. Aider à la prise de décision et convertir les prospects

Les niveaux 4 et 5 seront traités dans un autre eBook.

Note de l'auteur du eBook.

Depuis déjà 8 ans que j'évolue en marketing Web. C'est presque qu'une éternité étant donné la vitesse des changements autant sur le Web et avec les réseaux sociaux.

J'ai aidé environ 100 clients et j'ai rencontré environ 500 entrepreneurs dans le cadre de mes activités d'optimisation des textes en SEO, de formateur en SEO et de formateur en rédaction Web.

Aussi, étant fondateur et éditeur en chef du Journal Action PME, je rencontre régulièrement des travailleurs autonomes et des dirigeants de PME.

C'est pourquoi, j'ose dressé un portrait (non scientifique) basé sur mes observations dû aux nombreux échanges avec les entrepreneurs.

Mes constats seront uniquement concernant le point 2 et 3sur la visibilité puisque ça concerne le but de ce ebook.

Constat alarmant numéro 1

La très grande majorité des entrepreneurs et des PME que j'ai rencontré depuis plusieurs années cherchent à attirer plus de prospects.

Cette problématique, est plus facile à résoudre que les entrepreneurs le croient. Mais pour y arriver, les entrepreneurs se doivent d'être visible sur le Web.

En appliquant quelques principes propres à l'environnement Web, la visibilité s'améliore graduellement.

À moins que…

La fausse pensée 1

Cette fausse pensée demeure dans la tête des gens.

Il faut avoir un site Web (niveau 1) pour avoir de la visibilité sur le Web.

Mais un site Web, n'obtient que peu ou pas de visibilité sans action systématique après sa mise en ligne. C'est un art qui s'exerce et qui s'apprend.

Les entrepreneurs qui se lancent sans connaître les principes de bases à appliquer au Web font face à deux principales problématiques.

- Il y a souvent un mélange entre les principes de publicité et les principes de marketing.
- Les entrepreneurs appliquent la plupart du temps les principes de marketing traditionnelles à l'environnement Web.

Dans un autre eBook, j'y reviendrai en profondeur sur la visibilité sur le Web. J'expliquerai comment appliquer des principes de bases au Web qui fonctionne vraiment.

Constat alarmant numéro 2

Les entrepreneurs ont peu de contenu de valeur pour attirer des prospects vers eux.

C’est le principe de l’inbound marketing.

Ce qui réfère au niveau 2, mériter de l’intérêt pour notre entreprise.

Lorsqu’un entrepreneur possède un site Web, il doit penser comme s’il détient un magasin physique avec de la marchandise.

J’espère que vous serez d’accord avec moi qu’un magasin vide ou à moitié rempli est peu ou pas attirant pour un acheteur.

C’est la même chose pour un site Web. Vous devriez créer du contenu de qualité pour vos visiteurs, c’est votre marchandise, pour garnir votre site Web et attirer des prospects.

C’est une problématique de taille, mais la bonne nouvelle c’est quand le principe est bien compris, la plupart d’entre vous se mettre à l’action.

Et vous, allez-vous commencer dès maintenant à créer du contenu de qualité sur votre site Web?

La fausse pensée 2

Les pages de produits ou de services sont suffisantes pour attirer des prospects.

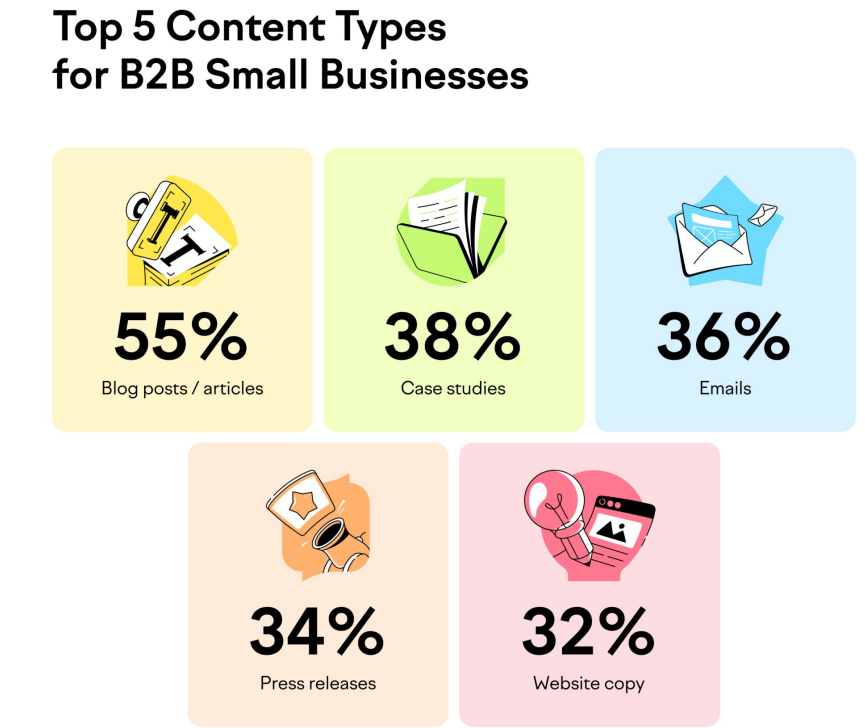
Malheureusement non, ils sont essentiels mais insuffisantes pour attirer des prospects.

Je vous présente donc 10 idées de marketing-visibilités pour rayonner sur le Web et mettre en valeur vos contenus.

Dans le type de contenu produit, celui qui revient le plus souvent est encore les articles de blogue. Voir l’image dans l’autre page.

C’est normal puisqu’il demeure le plus facile à créer. Si vous connaissez quelques méthodes.

Cependant, une fois créer, l’étape suivante devient sa distribution, donc la visibilité des textes.



Idée de marketing-visibilité numéro 1

Commencez un blogue d'entreprise ou poursuivez celui que vous avez déjà.

L’idée de **créer un blogue d’entreprise** ou de continuer votre blogue actuel est d’une logique implacable. Vous devriez créer du contenu pour augmenter votre trafic vers votre site Web.

Ensuite, les visiteurs se transforment en prospects et en clients. Cette roue de marketing fonctionne si elle est appliqué avec les bons principes et les bonnes méthodes.

C’est la forme de contenu la plus populaire pour promouvoir les services des PME et l’expertise des professionnels.

Voici quelques pistes pour créer ou continuer votre blogue d’entreprise.

- Construisez une stratégie de création de contenu avec un calendrier éditorial.

- Déterminer une date de publication, un titre, une thématique, à qui ça s'adresse (persona), vos objectifs, le mot clé principal.
- Il est préférable de garder toujours la même fréquence de publication.
- Prenez le temps de créer votre titre pour qu'il soit percutant et attrayant. Autant pour les lecteurs que pour les moteurs de recherche comme Google.
- Vos thématiques devraient toujours rester en lien avec vos services.
- Vous pouvez aussi développer une thématique secondaire que les lecteurs feront facilement le lien avec les autres thématiques.

- Il est très important de déterminer votre persona, à qui votre contenu s'adresse, avant de rédiger votre texte.
- Quels sont vos objectifs avec votre texte? Exemple : compléter une série de textes, renforcer vos textes actuels, identifier les principaux services du site Web…

Idée de marketing-visibilité numéro 2

Intégrer des images à votre texte

- Intégrer plusieurs images à votre texte. Les images présentent dans les blogues sont aussi présentent dans Google image. À l'heure actuelle, les images représentent entre 10% et 20% du trafic vers les blogues. Aussi, voir une statistique sur la page 15 concernant les images.

Idée de marketing-visibilité numéro 3

Composition du mot clé principal

Par où commencer? Voici un truc pour vous aider.

- Un “mot clé” en 2022, est plutôt un groupe de mots. La majorité des mots clés ont maintenant 4-5-6 mots qui forment ce groupe de mots.

  Pourquoi un groupe de mots clés est mieux que 1 mot clé? Tout simplement que ça amène de la précision et que Google adore la précision. Exemple : le mot-clé “technique” a un sens trop large, mais “technique de réadaptation physique” devient beaucoup plus précis.

Idée de marketing-visibilité numéro 4

4 stratégies avec le mot-clé

- Vous devez inclure le mot clé dans votre titre.
- Vous devriez placer votre mot clé 1/150-200 mots dans votre texte.
- Il est recommander de disperser votre mot clé partout dans votre texte.
- Rédigez quelques intertitres avec le mot-clé inclus.

- Lancez-vous ou recommencer votre blogue d'entreprise. C'est encore la manière la plus facile de mousser votre expertise ainsi que de garder son site Web actif.

Quelques statistiques sur les blogues.

- 53% des spécialistes du marketing déclarent que les blogs sont leur priorité absolue en matière de marketing de contenu.

La source: HubSpot

- Les sites Web avec un blog ont tendance à avoir 434% plus de pages indexées.

La source: Client technique

- 47% des acheteurs consultent des éléments de contenu 3-5 jours avant de prendre une décision d'achat.

La source: Rapport de génération de demandes

- 70% des consommateurs préfèrent connaître une entreprise via des articles plutôt que des publicités.

La source: Communication d'équipe

- Les entreprises qui bloguent reçoivent 97% plus de liens vers leur site Web.

La source: Entreprise 2 Communauté

- 66% des spécialistes du marketing déclarent utiliser des blogs dans leurs contenus de médias sociaux.

La source: Social Media Examiner

- 70-80% des utilisateurs ignorent les annonces payées et se concentrent plutôt sur les résultats de recherche organiques.

La source: SEJ

- Les articles de blog avec des images obtiennent 94% plus de vues.

La source: ContentMarketing.com

Le blogging est devenu essentiel au rayonnement d'un site Web. Mais aussi, il est devenu très important pour les réseaux sociaux.

Prenez le réseau social LinkedIn.

Avec 738 millions de membres et 40 millions de décideurs, ce réseau est très bien placé pour les affaires en B2B.

Avec 130 000 articles publiés par mois, il s'agit donc d'un support idéal pour les marques souhaitant distribuer du contenu. Source : Hubspot

Idée de marketing-visibilité numéro 5

4 types de distribution d'un texte sur LinkedIn

1. Copier/coller environ 1/3 du texte et placer l'URL du blogue. De cette façon, les lecteurs auront assez de matière pour se faire une idée et pouvoir continuer la lecture directement sur votre site Web.

2. Prenez un sous titre de votre texte et le paragraphe qui suit et placer-le sur un post LinkedIn. De cette manière, vous pourrez au fil du temps, publier un texte plusieurs fois. Pensez toujours à placer votre URL pour rediriger vos lecteurs vers votre site Web.

3. Refaite le point numéro 2 en ajoutant un petit texte avant le sous titre. Un peu comme une introduction à votre paragraphe.

4. Adhérez à un outil de planification des publications sur les réseaux sociaux comme Hootsuite.

5. Avec cet outil, vous pourrez planifier des publications répétitives dans les semaines et les mois qui suivre avec un texte de blogue.

Idée de marketing-visibilité numéro 6

La promotion d'un texte dans votre infolettre.

- Cette idée est définitivement à faire dès que votre texte est mise en ligne. De plus, vous pourriez laisser votre texte pendant quelques infolettres ou jusqu'à temps que vous publier un nouveau. De cette manière, vous avez toujours un "aimant' qui attire vers votre site Web.

Idée de marketing-visibilité numéro 7

Installer des émoticônes des réseaux sociaux

- Si vous voulez rayonner avec vos textes de blogue, il est préférable de faciliter la distribution du texte à partir du site.

Idée de marketing-visibilité numéro 8

Apprenez les bases du SEO, pourquoi?

Il y a un principe qui s'applique au Web, "il faut être trouvé pour être lu". C'est fondamental. Dites-vous que vous n'aurez jamais assez de temps pour envoyer directement de manière personnalisé votre texte d'entreprise à chaque personne de vos réseaux.

À ce moment, ça prend une technique pour que l'effort déployé pour rédiger votre texte de blogue soit lu et que votre expertise soit connu du plus grand nombre de personnes.

Pour y arriver, vous devez mettre en place un "pilote automatique".

Sur le Web, ça se fait avec l'optimisation SEO.

Puisque, dès que vous publier du contenu sur le Web, vous devriez tenir compte des spécificités du Web concernant l'intégration de contenu.

Apprendre les bases du SEO est un super investissement.

Imaginez si vous avez à un moment donné 5 textes, 10 textes ou mêmes plus de 20 textes sur votre blogue d'entreprise qui travaille pour vous 24h/24h.

C'est ça la force de l'optimisation SEO. De placer du contenu à notre service pour attirer vers votre site Web. Ce contenu (texte de blogue) a une durée de vie est très longue contrairement à certaine méthode traditionnelle.

Idée de marketing-visibilité numéro 9

Republier du contenu sous une autre forme

Vous avez accumulés plusieurs textes (au moins 5-6 textes) avec votre blogue d'entreprise. C'est parfait, maintenant, reprenez le contenu sous une autre forme. Je vous montre 2 exemples.

- Commencez par relire un de vos textes. Notez des questions qui vous viennent à mesure que vous progresser avec cette lecture. Vous devriez rédiger au moins entre 7 questions et 10 questions maximum. Ensuite, répondez à ces questions avec au moins 100 mots, ce qui donne 2 paragraphes. Pour finir,

rédiger une introduction et une conclusion et voilà, vous avez un autre contenu.

- Parler de votre texte sous forme de vidéo. Cette technique est assez simple. Étant donné que vous connaissez le sujet pratiquement par coeur. Il s'agit d'une technique pour faire la promotion du texte. Alors soyez convaincant et surtout terminé chaque segment avec une question puisque la réponse se trouve dans le texte. Toujours inclure votre URL de texte pour diriger vos auditeurs sur votre site Web.

Créer un contenu à haute valeur ajouté

Idée de marketing-visibilité numéro 10

Réunir 5 textes et créer un PDF.

- Réunir 5 textes ou 6 textes dépendant de la longueur, effectuer un montage professionnel (nous offrons ce service) et transformer le tout en PDF qui devient un eBook.

Saviez-vous que le format PDF se distribue très facilement?

Saviez-vous que créer et distribuer en téléchargement ou directement un *eBook* est l'une des tactiques qui fonctionnent le plus en marketing Web ?

Votre *eBook* devient une carte de visite extraordinaire !

Conclusion

Vous avez maintenant 10 idées de marketing-visibilités en main pour augmenter vos chance de réussir sur le Web.

La dixième idée est très novatrice puisque le recyclage de contenu de 5-6 textes est peu ou pas vu sur le Web. Le tout pour en faire une carte de visite extraordinaire et un “aimant à client” lead magnet, dans un eBook facile à un téléchargement.

Par la suite, il devient plus facile de créer un lien de confiance avec un prospect s’il a déjà vu votre contenu, votre logo ou entendu parler de vous par un de ses contacts.

Si vous avez des questions ou des commentaires par rapport à ce eBook, vous pouvez communiquer avec moi au :

info@journalactionpme.com

Il me fera plaisir de vous répondre.

J’espère que nous aurons l’occasion de nous parler ou de se rencontrer virtuellement ou en personne.

Merci énormément de votre temps de lecture. Bon succès!

Contact

Pour rejoindre l'auteur du eBook,

Martin Michaud, spécialiste du SEO sémantique, éditeur en chef du Journal Action PME, formateur en SEO et rédaction Web.

info@journalactionpme.com

Journal Action PME

819-479-5542

LinkedIn