



Site internet de A à Z :  
de la conception au  
e-marketing



## Les intervenants

- Angelique Valentin – RBS
  - Hervé Zobenbiehler – Activis
  - François Cure – Tricotage des Vosges
  - Julien Navarro - Aubert
-

# 1

## Quelles solutions existent pour créer du trafic sur votre site web ?





## Utilisez le canal web...

- L'action de base : le **référencement naturel**
  - Pratiquez l'**échange de liens**
  - Utilisez les **forums, blogs, et réseaux sociaux**
  - En complément : l'**achat de mots clés**, l'**achat d'espaces publicitaires**
  - Utilisez une base d'**adresses e-mails** (base interne ou base louée)
-



## ...mais aussi les autres canaux de communication :

- **Vos supports de communication** : cartes de visite, brochures, bons de commande...
  - **Le marketing traditionnel** : publipostage, insertion presse...
-

# 2

## Quels sont les avantages du référencement naturel ?





## Les moteurs, du trafic qualifié à long terme:

- Les moteurs de recherche représentent de **30% à 40% des visites\*** (dont 2/3 proviennent du référencement naturel)
- **Visibilité à long terme** mais nécessité d'un **travail de longue haleine**
- Nécessite de travailler son **contenu éditorial** > favorise sa « viralité » et son indexation par les moteurs

---

\* Source : Etudes Xiti Monitor, février 2008, moyenne des sites déclarant des campagnes (publicité , liens sponsorisés, e mailing, affiliation et partenaires, flux RSS)

# 3

## Dans quel cadre utiliser les liens sponsorisés ?





## A utiliser à court/moyen terme :

- En attendant la **montée en puissance du référencement**
  - Pour soutenir une opération à **court terme** (promo, nouveau produit, jeu concours)
  - Pour **tester une campagne marketing** sur une zone géographique précise
-

# 4

## Faut il coupler ces actions ?





## La combinaison du référencement et des liens sponsorisés permet:

- De capter **100% du trafic issu des moteurs** (de 30 à 40% des visites)
  - D'**augmenter** de 30% à 60% le **trafic global**
  - D'impacter favorablement la **reconnaissance de la marque** (+8% de clics et + 9% en intention d'achat) \*
-

# 5

## Comment générer du trafic autrement ?





## Faites de vos utilisateurs, vos premiers apporteurs de trafic

- En exploitant le **dialogue utilisateur** via les sites de recommandations.
  - Faites appels à des **leader d'opinions influents** via les blogs.
  - **Impliquer les utilisateurs** dans la création de votre contenu.
-

# 6

**Quelles sont les règles d'or  
d'une campagne e-mailing  
gagnante ?**





## Les règles d'une campagne e-mailing efficace :

- Ayez une **offre attractive** à communiquer
  - **Le fichier** : qualification, mise à jour et opt'in
  - Attention à la **taille du message** et aux **poids des images**
  - **Personnalisez** le message et suscitez l'intérêt (objet accrocheur)
  - Soyez **précis et concis**
  - Privilégiez l'**interactivité**
  - Indiquez votre **numéro de téléphone**
- 
- N'oubliez pas le **lien de désinscription**

# 7

## Comment convertir un visiteur en acheteur ?





## Pour améliorer le taux de conversion :

- Attirez des **visiteurs qualifiés** !
  - Gagnez la **confiance** des visiteurs : infos détaillées sur l'entreprise, les produits/services, photos/vidéos, avis clients, frais de livraison, SAV
  - Soignez l'**ergonomie**, le **design** et la **rédaction**
  - Optimisez le **tunnel de conversion**
  - Soignez les « **landing pages/pages de destination** » : elles doivent inciter directement à l'achat
  - **Fidélisez** vos clients (newsletter personnalisée)
-

# 8

## Comment analyser les résultats de vos campagnes de web-marketing ?





## Via les outils de suivi statistiques :

- Mettre en place **un suivi par action** e-marketing
  - Analysez les **indices comportementaux** : taux de conversion/ abandon, taux de rebond, pages vues et durée par visite, mots clés saisis dans le moteur de recherche interne
  - Analyser les **indices de visibilité** : mots clés et présence de la marque
  - Analysez les **indices de rentabilité** : cout de la visite, cout d'acquisition client (par mot clé/ par canal de trafic/ par jour de semaine)
-

# 9

## Quelques exemples de bonnes idées ...





## Quelques bonnes idées :

- **Testez votre projet** auprès de vos prospects/clients
  - Ciblez les **mots clés réellement utilisés par votre cible** > Outils : générateur de mots clés Google, Google insight for search
  - Pour vos newsletters/e-mailing : suggérez aux destinataires d'**ajouter l'e-mail expéditeur à leurs contacts**
  - .....
-