

IBT Partners

Optimisez votre présence en ligne !

Stratégies digitales pour les entreprises

Partager cet eBook



A qui s'adresse ce document ?

Sommaire

Introduction

A qui s'adresse ce document ?

Stratégies digitales

Comment réussir sa stratégie digitale ?

Un site web moderne et professionnel

Les premières impressions sont-elles importantes ?

Le référencement

Comment être trouvé facilement sur internet ?

Les médias sociaux

Lesquels utiliser et pourquoi ?

Interagir avec vos prospects

Comment rendre l'interaction plus performante ?

Innovation

Quelles sont les techniques innovantes qui permettent de se démarquer de la concurrence ?

Conclusion

Vous aussi optimisez votre présence en ligne !

Quels sont les secrets d'une stratégie webmarketing efficace ? Quels sont les différents leviers pour l'améliorer ? Découvrez le maintenant !

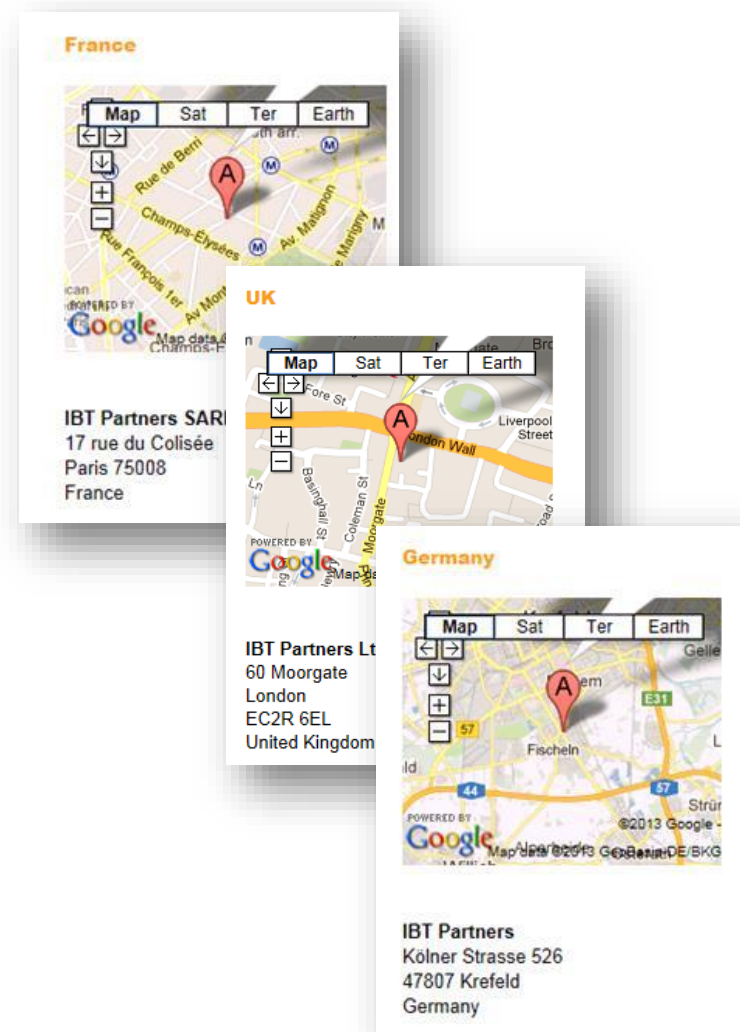
Ce document vous présentera les différentes étapes nécessaires à l'optimisation de votre présence sur le web, permettant ainsi à votre société d'être visible à travers le monde entier et générer de nouveaux leads.

Depuis de nombreuses années, IBT Partners accompagne avec succès un grand nombre d'entreprises dans le déploiement de leurs stratégies digitales. Cette expérience nous a permis d'établir un benchmarking des meilleures pratiques nous permettant ainsi de vous proposer nos recommandations.

« Aujourd'hui une visibilité sur le web soutenue par une stratégie webmarketing efficace est un pré-requis indispensable pour réussir. »

John Worthington, Directeur d'IBT Partners

Ce document vous est proposé par l'équipe de publication d'IBT Partners. Pour plus d'information contactez-nous à : contact@ibtpartners.com



Partager cet eBook



Optimiser votre présence en ligne

www.ibtpartners.com

Page 2/9

Comment réussir sa stratégie digitale ?

Notre expérience nous a conduits au constat suivant : une stratégie digitale réussie doit réunir ces 5 critères :

1. **Un site web moderne et professionnel**
2. **Un référencement optimisé**
3. **Une stratégie medias sociaux bien définie**
4. **Interaction avec les prospects**
5. **Innovation au coeur du processus**

La majorité des entreprises n'a réalisé l'importance des outils webmarketing que très récemment.

La disparité entre les entreprises considérant leur site web comme un outil permettant de générer du contact et les autres l'utilisant davantage comme une « brochure » est grande. Cet écart est néanmoins amené à diminuer tant les entreprises semblent avoir pris conscience des opportunités qu'offre une stratégie webmarketing bien définie.

La réussite de votre stratégie digitale repose autant sur la mise en place des cinq éléments listés sur votre gauche que sur leur optimisation.

En effet, il est important de réaliser une vraie réflexion sur l'utilisation que votre entreprise souhaite faire de ces outils. Ils ne seront efficaces que lorsqu'ils seront intégrés et mis au service de votre stratégie globale.

Le saviez-vous ?

40% des TPE/PME Françaises ne possèdent pas de site internet selon une étude IPSOS alors que 70% des consommateurs démarrent leurs processus d'achat sur internet.



Un site web moderne et professionnel

Les premières impressions sont-elles importantes ?

L'apparence générale de votre site sera la première impression que vous donnerez à vos visiteurs. Elle est donc extrêmement importante !

Assurez vous que votre site soit bien structuré, agréable visuellement et qu'il propose un contenu pertinent tout en restant simple d'utilisation.

Le saviez-vous ?

95% des rebonds sur un site ont lieu lors des 4 premières secondes, veillez donc à ce que votre page d'accueil soit particulièrement accrocheuse et corresponde aux recherches associées.



Les bonnes pratiques

- ✓ **Créer un impact visuel - Design**
Utilisez les "slideshows" de la page d'accueil pour valoriser les atouts de votre entreprise et démarquez-vous de vos concurrents.
- ✓ **Navigation confortable - Architecture**
Rendez l'expérience agréable à vos prospects en travaillant sur l'architecture de votre site. Trop souvent, les informations les plus importantes sont les moins visibles.
- ✓ **Dynamiser sa page d'accueil**
Une page d'accueil disposant de sections « nouvelles les plus récentes » ou « mises à jour récentes » témoigne d'une activité régulière sur le site et donc de votre professionnalisme.
- ✓ **Permettre l'accès mobile**
Le nombre d'utilisateurs connectés via tablettes ou smartphones a explosé. Pensez à rendre votre site compatible avec ces terminaux.
- ✓ **Faciliter les recherches de vos visiteurs**
Mettez à disposition de vos utilisateurs un moteur de recherche interne afin de faciliter la navigation sur votre site.

Les mauvaises pratiques

- ✗ **Un contenu désorganisé**
La quantité ne suffit pas. Votre contenu doit être structuré. Les atouts de votre offre doivent être mis en avant et régulièrement mis à jour.
- ✗ **Une traduction partielle du site**
Dans un contexte international, une version anglaise est indispensable. Assurez vous que vos liens renvoient également vers du contenu en anglais.
- ✗ **Utilisation des liens "morts"**
Un site contenant des liens inutilisables renvoie une très mauvaise image au visiteur et ne l'encourage pas à poursuivre sa visite. De plus, sachez que ces liens nuisent fortement à votre référencement naturel.
- ✗ **Des temps de chargement trop longs**
35% des internautes quittent un site lorsqu'une page met plus de 4 secondes à charger. Optez pour un hébergeur de qualité assurant à vos prospects rapidité et fluidité de navigation.

Le référencement

Comment être trouvé facilement sur internet ?

Optimisez votre référencement ! En effet un site mal référencé vous éloignera de clients potentiels qui se tourneront vers des concurrents plus visibles en ligne. Pensez-y !

Le référencement naturel

1) Trouvez les mots-clés justes

Faites une sélection de mots-clés pertinents pour votre secteur d'activité. Ils vous permettront de mieux cibler vos prospects prioritaires, ceux que vous pourrez convertir en clients.

2) Utilisez les bons mots-clés dans votre contenu

Placer les bons mots-clés dans un contenu riche et varié est essentiel pour votre référencement naturel. Cela vous permettra d'améliorer votre rang dans les pages de résultats.

3) Titre de page, URL, balise H1 et méta

Ces différents éléments sont pris en compte par les moteurs de recherche dans l'établissement de votre rang. Renseignez-les en utilisant autant que possible vos mots-clés.

4) Sitemap

En créant un Sitemap, vous permettrez à Google de détecter toutes les pages de votre site, optimisant ainsi votre référencement de manière simple et rapide.

5) Les liens retour (ou backlinks)

Ce sont les hyperliens pointant vers votre site ou sur l'une de vos pages web. Leur nombre est une indication de la réputation de votre site ou de vos pages web. Plus il est important et plus votre site gagnera en référencement.

Boostez votre trafic grâce aux liens sponsorisés

Utiliser Google Adwords et son système de liens sponsorisés vous permettra d'obtenir des résultats immédiats : une visibilité assurée avec un budget maîtrisé.

Webmaster Tool

Cet outil Google est une importante source d'informations pour votre site. Il vous permettra d'identifier les points nuisant à votre référencement et donc d'y remédier.

Analyse de performance

Il existe de nombreux outils (Xiti, Ranks, Alexa, Analytics, Clicky..) qui vous donneront toutes les statistiques de votre site : taux de rebond, temps moyen d'une visite, nombre de visiteurs uniques, nombre de pages vues...

Absolument indispensable pour un bon suivi de performances !

Le triangle d'or de Google.



Le saviez-vous ?

Si vous êtes positionné hors de la zone chaude, symbolisée ici par la tache rouge, votre site sera 9 fois moins consulté que ceux qui font partie de cette zone.

Les médias sociaux

Lesquels utiliser et pourquoi ?

Diffuser de l'information positive auprès d'une large audience et s'assurer que cette information soit relayée, tels sont les atouts majeurs des médias sociaux !

Les médias sociaux permettent autant de sensibiliser une large audience (marketing de masse) que de toucher une cible plus restreinte (marketing one to few). C'est pourquoi votre entreprise doit réfléchir et se positionner sur les réseaux sociaux correspondant à ses objectifs.

Les sociétés les plus performantes utilisent un large panel de médias. En effet l'audience ciblée varie selon les médias sociaux utilisés. Retenez les plus importants :

- **LinkedIn**
- **Facebook**
- **Twitter**
- **Viadeo**
- **Youtube**
- **Xing**
- **Google+**
- **Blogs**

Soyez prudent, une mauvaise utilisation des médias sociaux peut nuire à votre image ! Avoir une page Facebook avec seulement 3 likes ne renvoie pas une image professionnelle.



Les réseaux sociaux représentent un moyen unique d'interagir avec des clients potentiels. Leur nombre est aujourd'hui très important. Choisissez les réseaux selon le contenu que vous souhaitez partager et l'audience que vous ciblez.

Sachez également qu'être actif sur les réseaux sociaux améliore votre référencement et génère du trafic supplémentaire sur votre site.

Pour vous lancer, IBT Partners vous recommande les 3 principaux.



Ce réseau professionnel compte près de 200 millions d'utilisateurs et plus de 2.7 millions de pages dédiées aux entreprises.

En créant votre compte, assurez-vous d'insérer des liens vers votre site internet. Décrivez votre entreprise, vos produits et vos différents services de façon précise. N'hésitez pas à rejoindre les groupes, décuplant ainsi votre visibilité.

Notez que LinkedIn réunit une audience plutôt anglo-saxonne. Pensez à Viadeo pour la France, Xing pour l'Allemagne et l'Italie.



Avec plus d'un milliard d'utilisateurs, Facebook est un puissant générateur de communautés qui vous permettra d'améliorer votre bouche à oreille et de trouver des relais au sein de votre communauté.



Twitter Search est idéal pour rechercher ce qu'il se dit sur vos concurrents et votre secteur d'activité.

Le saviez-vous ?

83% des clients d'une marque disent apprécier la possibilité d'établir un contact via les réseaux sociaux.

Avoir une présence sur les réseaux sociaux permet à votre entreprise de créer un lien avec ses clients et de renforcer le sentiment de proximité, permettant ainsi de fidéliser vos clients.



Interagir avec vos prospects

Comment rendre l'interaction plus performante ?

Beaucoup d'entreprises ont un trafic important sur leur site mais disposent d'une faible connaissance de leurs visiteurs. Au contraire, d'autres ont moins de visites mais recueillent des informations permettant d'établir le profil des visiteurs. Ces dernières ont un taux de conversion bien plus important.

L'analyse du profil des visiteurs et de leurs parcours est indispensable pour garantir le succès d'une stratégie webmarketing. Elle permet d'adapter le contenu auprès d'une audience très précise.

Invest in Reims

« Invest in Reims s'est positionné très tôt sur les outils de webmarketing avec une présence massive sur internet. Ils nous permettent, entre autre, de diffuser et relayer de l'information positive sur Reims tout en optimisant notre prospection. **25% des projets d'investissement concrétisés annuellement sont désormais issus de ces outils, dépassant largement la part du budget.**



7 étapes pour créer et mesurer l'engagement.

- 1) Saisir la personnalité de vos visiteurs**
Etablissez votre audience spécifique.
- 2) Mettre à disposition de vos visiteurs une offre attrayante**
Ciblez les profils que vous souhaitez attirer afin d'adapter votre discours.
- 3) Créer des call-to-action**
Un bouton ou un lien sur votre site permettant de capter l'attention des utilisateurs et les amener sur une landing page.
- 4) Créer des landing pages**
Un formulaire permettant à vos utilisateurs d'accéder à vos produits et services tout en vous laissant leurs coordonnées (nom, prénom, mail, téléphone)
- 5) Interagir et qualifier ses prospects**
Paramétrez le lancement de campagnes e-mailing automatisées et diffusez de l'information personnalisée à vos bases de prospects. Cela vous permettra de générer un plus grand nombre de leads en mobilisant moins de ressources.
- 6) Mettre en place un système de « scoring »**
Evaluez précisément l'engagement de vos visiteurs à l'aide d'un système de scoring préalablement défini. Il vous permettra d'attribuer automatiquement des notes à vos prospects selon leur parcours sur votre site web et les différents documents qu'ils ont consommés.
- 7) Analyser, améliorer et recommencer !**
Utilisez l'ensemble des informations recueillies afin d'analyser le profil de vos visiteurs et optimiser ainsi vos prochaines Interactions.

Partager cet eBook



Optimiser votre présence en ligne

www.ibtpartners.com

Page 7/9

Innovation

Quelles sont les techniques innovantes qui permettent de se démarquer de la concurrence ?

Personnalisez votre stratégie webmarketing en utilisant des outils innovants. C'est l'une des clés qui vous permettra d'obtenir de meilleurs résultats.

Des outils simples comme une vidéo ou un Powerpoint sur votre page d'accueil peuvent suffire à fortement améliorer l'aspect général de votre site.

Placer l'innovation au cœur de votre stratégie digitale vous permettra de vous différencier positivement et montrer que votre entreprise comprend les problématiques actuelles.

4 manières innovantes d'améliorer votre présence en ligne :

- 1) Compatibilité mobile**
Votre site doit être visualisable et assurer à vos prospects un confort de navigation sur les appareils mobiles.
- 2) Application mobile**
Créez votre propre application mobile et restez connecté avec vos prospects en continue.
- 3) Captez vos prospects avec un « AdverGame »**
Créez un jeu sur le thème de votre entreprise, cela vous permettra de capter l'attention de l'utilisateur. Vous pourrez ainsi facilement faire passer votre message.
- 4) Vidéos/Présentations visuelles**
Insérer une courte vidéo ou un « slideshow » sur la page d'accueil permettra à l'utilisateur de mieux visualiser votre offre.

Le saviez-vous ?

Un grand nombre de campagne publicitaire ont démarré sur internet, ainsi les publicités Oasis « Be fruit » sont, à l'origine, une campagne diffusée uniquement sur Youtube. Elle a ensuite donné vie à une publicité TV, un jeu pour mobile et est devenue le principal axe de communication de la marque.



Conclusion

Vous aussi optimisez votre présence en ligne !

Les différentes stratégies présentées dans ce document sont autant de pistes pour améliorer la visibilité en ligne de votre société. La mise en place d'une stratégie online s'inscrit dans une vision sur le long terme.

“Dans le cadre de ses missions, IBT Partners est régulièrement amené à passer en revue les stratégies digitales des entreprises.

Témoins privilégiés de l'évolution de leur communication, nous avons identifié les entreprises pionnières ayant axé la promotion de leur entreprise sur les outils webmarketing. Cela nous sert au quotidien dans la mise en place de programmes digitaux efficaces reposant sur les meilleures pratiques »

Michael Hawksley, Directeur Marketing Online

Echangez avec nos experts

Nous avons créé IBT Partners en 2002. La technologie et le leadership sont au cœur de notre vision afin d'apporter à nos clients une vraie valeur ajoutée participant activement à leur développement international.

Nous croyons fermement aux hommes et à l'heure du web 2.0, ce sont l'enthousiasme et les compétences de nos équipes qui font la différence. Nous disposons de bureaux en France, en Allemagne, au Royaume-Uni et aux USA, composés d'équipes multiculturelles, multilingues, expertes en développement international et en nouvelles technologies.

Nous avons travaillé avec des centaines d'entreprises, les aidant à améliorer leur visibilité et à accroître leur développement international.

Nous vous invitons à découvrir notre vision, notre passion et notre engagement dans l'accompagnement de nos clients pour leur développement international.

Contactez-nous !

Email : contact@ibtpartners.com Vous pouvez aussi nous retrouver sur [Twitter](#), [Facebook](#) et [LinkedIn](#)

Ils nous font confiance.

“Les sites internet européens créés par IBT Partners sont des outils essentiels, qui nous ont permis de promouvoir et vendre nos produits en Europe. Plus important encore, nos ventes européennes sont en constante augmentation.”

Directeur Ventas et Marketing International, MegaPhase



“Nous sommes satisfaits de la réalisation du projet et des résultats obtenus par IBT Partners. Le calendrier et le budget prévus ont été respectés. Mois après mois, l'équipe a augmenté le trafic sur nos sites internationaux, développant la notoriété de la marque tout en générant de nouvelles opportunités.”

Directeur Marketing, ChemLogix

