

# Comment se faire connaître grâce à internet

Les entreprises connaissent l'importance vitale pour elles de se faire connaître; quand elles démarrent et tout au long de leur vie. Pour se faire, elles développent toute une série de stratégies: spot radio, affichage dans la presse, distribution de prospectus, opération de phoning ou encore le traditionnel bouche à oreille.

Mais très peu d'entre-elles réalisent l'opportunité immense que représente internet pour leur communication. Et pour celles qui en sont conscientes, la présence se limite à la création d'un profil facebook peu ou mal alimenté qui n'apporte rien au business.

Internet est pourtant un des vecteurs des plus adapté pour une entreprise qui souhaite promouvoir son activité pour un budget limité. En effet, près de 100 milliards de recherches sont effectuées dans le monde chaque mois (source business insider). Ce qui montre que le web est devenu une véritable porte d'entrée des internautes vers les entreprises.

En fonction de votre marché cible, ce sont certainement des milliers voir des millions d'internautes qui recherchent vos produits/services en ce moment même.

Les chefs d'entreprises qui ont décidé d'ignorer le web comme un levier de croissance font ainsi le choix d'être absent sur la plus grande avenue marchande qu'est internet. Ils déclarent ainsi forfait face à leurs concurrents, qu'ils soient locaux ou internationaux, et qui eux ont fait le choix d'une présence web.

- Mais alors comment obtenir un emplacement sur cette avenue 2.0 ?
- Comment convertir des internautes en clients ?

Je vous propose quelques pistes pour vous aider à booster votre activité grâce à internet.

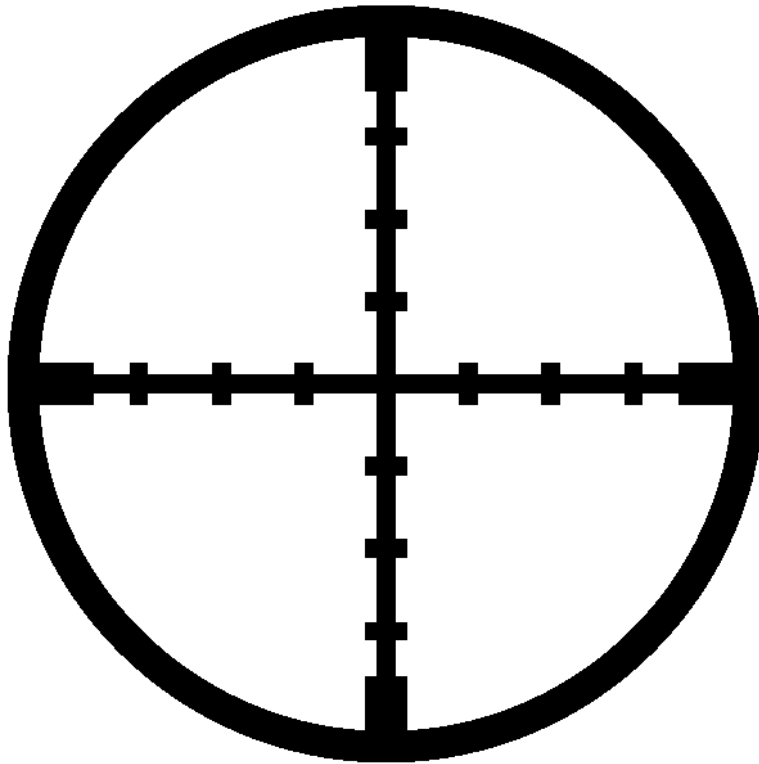
## Définir précisément la cible



La connaissance de ces futurs client et une étape primordiale, Qui sont-ils, Quels sont leurs centre d'intérêt, Quelle est leur profession, Dans quelle tranche d'âge se situent-ils, Quelle est leur situation géographique... Les réponses à ces questions permettront de définir très exactement une cible et d'orienter les choix de communication digitale.

L'idée étant de ne pas forcément communiquer vers une masse mais vers des gens qui ont, ou qui auront besoin de vos services dans un avenir proche.

## Définir ses objectifs



Aller sur internet oui mais pour y faire quoi ? Générer des ventes, des inscriptions, des contacts, des visites en lieu de vente ou simplement présenter vos produits/services... Il est en effet nécessaire de fixer le but de votre présence sur internet et d'en déduire une stratégie pour y arriver.

# Créer une présence sur internet



L'analyse de la cible et des objectifs permettront de savoir quels types de présence sont les plus pertinentes pour votre business.

- Créer un site internet,
- Créer un blog,
- Mettre en place une newsletter ou un emailing
- Créer une page Facebook,
- Créer un profil Twitter,
- Alimenter un profil Instagram ou pinterest,
- Créer un profil LinkedIn ou Viadeo,
- Créer une chaîne Youtube ou Dailymotion
- Etre référencé dans un Annuaire
- Référencer ses produits sur une Market place

Plusieurs leviers pourront être utilisés pour ramener du trafic vers votre site et infine du business pour votre entreprise.

## Etre visible sur internet



Créer un site web ou un blog n'est que le début de l'aventure et ne devrait représenter qu'une petite partie de vos ressources en temps et en argent. En effet, une fois que vous avez mis en ligne votre site, il faudra générer du trafic vers celui-ci.

## Etre bien référencé dans les moteurs de recherche

A l'instar d'une entreprise implantée physiquement sur un territoire, la notion d'emplacement est primordiale pour un site internet.

Elle se matérialise par la position de votre site ou blog sur Google (ou autre moteur de recherche) lorsqu'une personne recherche vos produits ou services.

En gros, plus vous remontez parmi les premiers résultats sur ces recherches, plus vous aurez du trafic vers votre site.

Mais alors comment remonter parmi ces emplacements de choix ?

2 solutions : le référencement payant (méthode rapide) et le référencement naturel (méthode lente).

Je vous explique dans [cet article sur l'optimisation des campagnes adwords](#) comment créer une campagne de référencement payant efficace.

Pour le référencement naturel, le process est plus long car de [nombreux facteurs rentrent en compte comme je l'explique dans ma série d'article sur le sujet](#).

## Proposer du contenu de qualité

On entend par là un contenu qui va susciter l'intérêt de votre cible soit parce qu'il va l'aider à résoudre un problème (dont vous avez l'expertise), soit parce qu'il va provoquer une émotion (faire rire, pleurer, se révolter, etc...). Il s'agit d'un contenu original dans le fond ou dans la forme avec une réelle valeur ajoutée (ce qu'il faut comprendre : ne parlez pas de vous mais des problèmes de vos clients).

Quelques exemple de contenu:

- article de blog,
- vidéo,
- webinaire
- podcast,
- livre blanc,
- ebook,
- infographie,
- gifs,

Fonctionnez selon une logique de tunnel de conversion avec des contenus dont la valeur ajoutée augmente proportionnellement à l'engagement du prospect. Les marketeux appellent cela du lead nurturing.

Exemple :

- Prospect non identifié : article de blog, vidéo, podcast,
- Prospect identifié : livre blanc, étude de cas, webinaire
- Prospect transformé : essai gratuit, conférence

## Infiltrer la sphère d'influence de votre cible

Ce que je veux dire à travers ce titre qui se la pète un peu, c'est qu'il est nécessaire d'avoir des relations avec des influenceurs de votre secteur afin de relayer votre contenu. J'insiste sur la valeur ajoutée que ce contenu doit avoir à la fois pour votre cible mais aussi pour l'influenceur.

Qu'aura-t-il à gagner à relayer votre superbe contenu ? un code promo exclusif, un essai gratuit, des goodies spécialement prévu pour ses lecteurs, une info en avant première, etc... Il y a autant d'idées que de secteurs d'activités. Je vous laisse donc à votre brainstorming.

## Faire de l'achat média

Pour aller plus loin dans votre communication vous devrez passer par là un jour ou l'autre. Il s'agit là encore de définir un vrai plan d'action pour arriver à votre objectif. Voici une liste des leviers web que vous pouvez activer dans votre plan média. [Découvrez mes conseils sur la création d'un plan média dans cet autre article](#), pour savoir comment investir efficacement.

- Email marketing
- Référencement payant
- Native advertising
- Vidéo advertising
- Habillage et bannières
- Retargeting display / emailing
- Social media advertising
- Mobile advertising