

Partie 4

Les erreurs classiques sur la génération de trafic



62 – Pour vos articles de blogs, préférez toujours la qualité à la quantité.

Mieux vaut un article long avec beaucoup de contenu de qualité qui vous donnera un temps de lecture important et un faible taux de rebond... et surtout des backlinks d'autres sites.

C'est peu utile d'essayer d'inonder une thématique ou un mot clé avec des dizaines de micro articles.

Par le passé certains de nos confrères ont tenté cette technique : publier 10 petits articles par jour sur le mot clé en question... et si c'est vrai que cela fonctionne pendant quelques jours, très vite Google repère ce manège et place le site dans la SandBox pour ce mot clé.

Parfois 1 seul ou 2 articles peuvent mieux vous positionner sur un mot clé que de plusieurs dizaines s'ils ont énormément de Backlinks qui pointent dessus.

Par exemple nous avons fait 1 seul article sur les supermarchés Simply Market [avec une vidéo issue du site d'Olivier Dauvers](#), or cette vidéo nous a positionné immédiatement dans les premières positions pour ce mot clé car le contenu est original, intéressant et pertinent (et le site de Simply Market très mal optimisé !).

63 – Ecrire un blog requiert beaucoup de temps.

Grâce à un blog vous pouvez générer des liens externes, publier du contenu... et donc améliorer le référencement naturel d'un site eCommerce, d'un site institutionnel... mais **cela requiert énormément de temps...**

Si vous n'avez pas 4h par semaine à y consacrer, passez votre chemin.

Ecrire un bon article requiert au moins 1h30 de travail. **Tenir un blog Professionnel n'est donc pas obligatoire** pour toutes les entreprises au vu du temps que cela requiert, bien au contraire !

En revanche un Blog n'a pas de l'intérêt que pour le SEO : il sert aussi à communiquer plus simplement avec ses clients, à publier rapidement de l'information, à s'ouvrir vers l'extérieur et à s'améliorer, à écouter ses clients...

De même si vous voulez gagner de l'argent avec les articles de votre blog, **il faut choisir des thématiques qui rapportent de l'argent**, sinon vous n'allez être payé que quelques centimes d'euros au clic...

64 – Le titre de l'article est l'élément clé pour attirer des prospects.

Tout comme les journalistes **vous devez bien réfléchir aux titres de vos articles, que cela soit celui que vous allez mettre sur votre site, mais également le titre (ou les titres) que vous allez utiliser sur les Digg like, les sites de bookmarking, les sites de republication d'articles...**

En effet pour limiter le Duplicate Contend entre son site et ces relais de communication, il est fortement conseillé de rédiger plusieurs titres et de modifier un peu le contenu.

De manière plus générale il est recommandé de créer plusieurs titres pour les articles dont vous faites la promotion :

- 1 pour son blog qui répond aux mots tapés par les internautes,
- 1 pour Twitter très court pour favoriser les RT
- 1 pour les digg likes avec du "sensationnel" pour pousser au clic,
- 1 pour les sites de reprise d'articles plus informatif...

Tout cela permettant d'être présent via plusieurs titres différents pour un même contenu.

65 – Faites de la recherche documentaire pour proposer des articles complets.

Pour s'aider dans la rédaction d'un article (et comme on ne connaît jamais 100% d'un sujet) il faut toujours faire une recherche documentaire sur les sites français et anglais pour glaner des informations supplémentaires auxquelles on n'aurait pas forcément pensé.

C'est cette technique que pratiquent les journalistes pour rédiger leurs articles, vous devez donc avoir la même rigueur...

Donc, même si au départ vous ne connaissez pas tout, avec de la recherche d'informations (web, livres, salons...) vous allez "aspirer" des connaissances et capitaliser sur des articles existant pour écrire un article encore plus complet et pertinent !



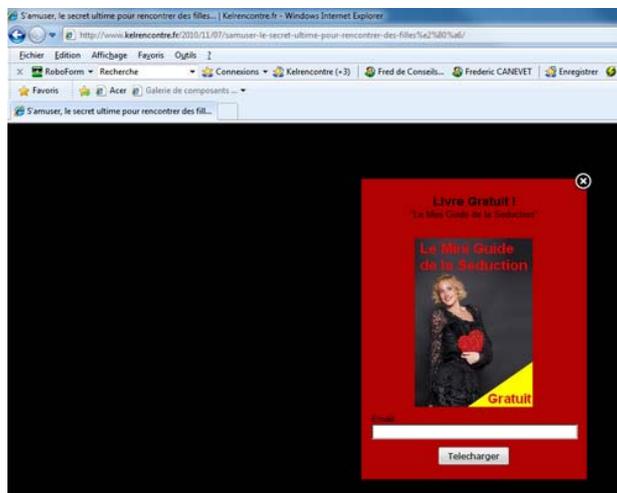
66 – Ce n'est pas tout d'attirer des visiteurs, il faut les faire revenir et garder leurs coordonnées.

Un site sans newsletter par email, sans livre blanc à télécharger, sans série d'articles qui pousse à y revenir, sans contenu régulier mis à jour, sans abonnement à des flux RSS... est un site inutile car le visiteur ne sera que de passage.

Une bonne astuce consiste à mettre en place une "popup" sur votre site afin d'inciter les lecteurs à donner leurs emails en échange d'un contenu inédit (vidéo, ebook, PPT...).

Pour cela vous pouvez utiliser Aweber (<http://bit.ly/ba9EG9>) qui propose la création automatique de Popup, non bloquées par le navigateur internet, et qui incite votre lecteur à laisser ses coordonnées.

Cette pop peut comprendre un visuel, un formulaire... ce qui vous permet de valoriser votre "cadeau" :



67 – Pensez au trafic de votre site internet comme à un fleuve !

Votre site Web est comme un fleuve qui est alimenté par de nombreuses rivières et ruisseaux qui génèrent au final un fleuve de trafic...

Pour alimenter votre "fleuve" vous avez plusieurs sources d'approvisionnement :

- L'eau de pluie = les articles que vous publiez tous les jours et qui sont référencés par Google
- L'eau de pluie d'orage = les liens depuis d'autres sites (digg likes, réseaux sociaux, blogs, forums...).
- La mousson = un article qui buzz fortement, un livre blanc...
- Le détournement d'un autre fleuve = un lien depuis un autre site influent vers le vôtre
- Un barrage = une série d'articles que vous avez en réserve et que vous publiez régulièrement
- La brume du matin = La publicité payante qui apporte régulièrement son trafic
- L'eau que vous dé-salez = Google Adwords car c'est un coût important
- ...

Il faut toujours **diversifier ses sources d'approvisionnement en trafic** de son site Web en prévision des saisons sèches (ex: les mois de Mai et d'Août), et ne pas être dépendant à 100% d'une seule source de trafic, c'est-à-dire du référencement naturel de Google.

Votre but doit être certes d'améliorer votre référencement naturel, mais aussi d'utiliser d'autres sources de trafic. Pour cela vous devez sans cesse rechercher des sources de trafic durables : liens externes, articles...

68 – Si vous avez un blog utilisez le guest posting pour diversifier et booster votre trafic.

L'invitation d'autres blogueurs sur votre site permet de générer facilement du contenu de qualité, et permet de donner de la diversité à votre blog.

Vous pouvez recevoir des blogueurs, des spécialistes dans un domaine, faire des interviews... ou tout simplement exploiter des actualités comme les comptes-rendus d'évènements, les faits d'actualités...

Attention : il ne faut pas que le Guest Posting dépasse les 50% du contenu de votre blog, sinon votre site va perdre son âme et sa ligne éditoriale. Si nécessaire proposez alors une interview que vous pourrez tourner à la manière de votre site.

69 – Pensez à analyser la qualité du trafic qui est généré.

Surveillez attentivement les statistiques des visiteurs de votre site internet : le taux de rebond, le temps passé sur le site, le % de nouveaux visiteurs, le taux de transformation, le CA généré, les abonnements à la newsletter...

Vous verrez que parfois les sites qui apportent beaucoup de trafic ne sont pas forcément ceux qui apportent le plus de visiteurs qualifiés.

Faites de même pour les mots clés, vous avez peut être moyen de refaire plusieurs articles sur ces mots clés ou des mots clés similaires.



70 – Faites des communiqués de presse, même si vous n'êtes pas une multinationale.

Si vous avez une actualité intéressante et surtout avec une valeur ajoutée (résultats d'une étude, informations sur une innovation, sortie d'un produit...) **n'hésitez pas à écrire et à diffuser un communiqué de presse** (voir notre [liste de site de communiqués de presse](http://bit.ly/4fNoOx) (<http://bit.ly/4fNoOx>) qui détaille également comment écrire un bon communiqué de presse).

C'est particulièrement bon pour le référencement naturel sur certains sites qui font payer la diffusion de communiqués de presse pour un coût raisonnable (ex: Categorynet.com).

Vous avez également les sites qui vous propose d'acheter des fichiers d'adresses emails de journalistes (ex: www.clicpresse.com...). Cela peut être pertinent si votre évènement apporte de la valeur ajoutée.

Dans le même temps vous pouvez contacter directement les rédactions des sites d'actualité de votre secteur d'activité pour leur envoyer un email personnalisé sur votre actualité.

Partie 5

Comment développer son business sur Internet ?



71 – Avoir une liste de diffusion énorme n'est pas (forcément) l'objectif à atteindre.

Ce qui est important c'est d'avoir une liste active et réactive sur une thématique donnée.

Il est plus intéressant d'avoir 5000 emails de personnes intéressées par un sujet et prêtes à acheter, que 50 000 adresses emails récoltées via un jeu concours avec des "joueurs professionnels", des faux comptes, des adresses bidons...

Les personnes abonnées à votre liste doivent vous faire confiance, et vous devez leur proposer des offres (affiliation, parrainage...) de qualité.

Offrir du gratuit (ex: des modèles de design Wordpress, un ebook...) n'est pas forcément un moyen de recruter des acheteurs. A offrir toujours du gratuit on n'habitue pas ses lecteurs à payer.

A contrario, **ce n'est pas parce vous donnez gratuitement une majorité de votre valeur ajoutée (conseils, ebook...) que vous ne pourrez pas le vendre** avec un petit peu plus de valeur ajoutée ou si cela fait gagner du temps à votre cible.

Par exemple Darren Rowse a écrit une série d'articles "[31 jours pour avoir un meilleur Blog](#)" (ebook anglais), et ensuite il a sorti à partir de ces articles un ebook payant (avec plus de contenu) à 19,90 \$!

D'ailleurs nous vous recommandons la lecture de cet eBook (en anglais) qui vous apportera de très très bons conseils sur la gestion et le développement d'un blog (cliquez là <http://bit.ly/bITgwD>).



72 – Votre mailing liste doit recevoir des informations de qualité.

Vous devez apporter des informations intéressantes et à valeur ajoutée et non pas uniquement des promotions de vos produits.

Il faut que votre lecteur se dise "Ah, voici la newsletter du mois, qu'est-ce qu'il y a d'intéressant ce mois-ci".

Par exemple sur une de nos niches nous publions 2 articles par semaine : 1 article "easy writing" facile à écrire, puis un autre plus important avec de la valeur ajoutée.

C'est pourquoi dans la newsletter (qui est en fait une série de messages via Aweber) nous diffusons uniquement l'article à valeur ajoutée, l'autre n'est JAMAIS diffusé à la newsletter car cela provoquerait trop de désabonnement.

Généralement il ne faut pas plus de 20% de messages "Purs Promos" dans une séquence d'auto-répondeurs.

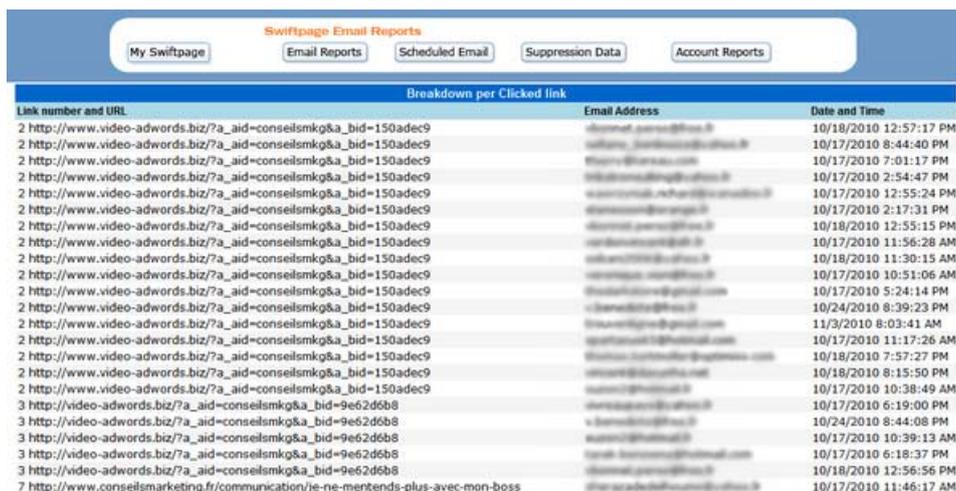
73 – Segmentez votre mailing liste pour adresser des messages encore plus ciblés et pertinents.

Si vous avez une liste de diffusion importante, n'hésitez pas à la **diviser en sous groupe afin d'avoir des mailing listes ciblées** sur lesquelles vous pourrez envoyer des messages et des offres plus ciblées (ex: étudiants / professionnels, passionnés de golf / foot...).

Pour cela faites des sondages, des articles dédiés à une thématique avec tracking du lien...

Il faut aussi séparer vos acheteurs (pour leur proposer d'autres produits) et les cliqueurs afin de leur adresser des communications ciblées, car parfois il suffit d'un simple email ou d'un appel téléphonique pour faire basculer la vente !

Dans l'exemple ci-dessous grâce à Swiftpage (<http://bit.ly/9PIMo>), nous avons la liste complète de toutes les personnes qui ont cliquées sur le lien de la formation Adwords... il est alors très simple de leur proposer une promotion s'ils n'ont pas au final commandé !



The screenshot shows the 'Swiftpage Email Reports' interface. At the top, there are navigation tabs: 'My Swiftpage', 'Email Reports', 'Scheduled Email', 'Suppression Data', and 'Account Reports'. Below this is a table titled 'Breakdown per Clicked link' with three columns: 'Link number and URL', 'Email Address', and 'Date and Time'. The table contains 27 rows of data, each representing a click on a specific URL. The URLs are mostly variations of 'http://www.video-adwords.biz/?a_aid=conseilsmkg&a_bid=150adec9' and 'http://video-adwords.biz/?a_aid=conseilsmkg&a_bid=9e2d6b8'. The email addresses are partially obscured but appear to be from various domains. The dates range from 10/17/2010 to 11/3/2010.

Link number and URL	Email Address	Date and Time
2 http://www.video-adwords.biz/?a_aid=conseilsmkg&a_bid=150adec9	...	10/18/2010 12:57:17 PM
2 http://www.video-adwords.biz/?a_aid=conseilsmkg&a_bid=150adec9	...	10/17/2010 8:44:40 PM
2 http://www.video-adwords.biz/?a_aid=conseilsmkg&a_bid=150adec9	...	10/17/2010 7:01:17 PM
2 http://www.video-adwords.biz/?a_aid=conseilsmkg&a_bid=150adec9	...	10/17/2010 2:54:47 PM
2 http://www.video-adwords.biz/?a_aid=conseilsmkg&a_bid=150adec9	...	10/17/2010 12:55:24 PM
2 http://www.video-adwords.biz/?a_aid=conseilsmkg&a_bid=150adec9	...	10/17/2010 2:17:31 PM
2 http://www.video-adwords.biz/?a_aid=conseilsmkg&a_bid=150adec9	...	10/18/2010 12:55:15 PM
2 http://www.video-adwords.biz/?a_aid=conseilsmkg&a_bid=150adec9	...	10/17/2010 11:56:28 AM
2 http://www.video-adwords.biz/?a_aid=conseilsmkg&a_bid=150adec9	...	10/18/2010 11:30:15 AM
2 http://www.video-adwords.biz/?a_aid=conseilsmkg&a_bid=150adec9	...	10/17/2010 10:51:06 AM
2 http://www.video-adwords.biz/?a_aid=conseilsmkg&a_bid=150adec9	...	10/17/2010 5:24:14 PM
2 http://www.video-adwords.biz/?a_aid=conseilsmkg&a_bid=150adec9	...	10/24/2010 8:39:23 PM
2 http://www.video-adwords.biz/?a_aid=conseilsmkg&a_bid=150adec9	...	11/3/2010 8:03:41 AM
2 http://www.video-adwords.biz/?a_aid=conseilsmkg&a_bid=150adec9	...	10/17/2010 11:17:26 AM
2 http://www.video-adwords.biz/?a_aid=conseilsmkg&a_bid=150adec9	...	10/18/2010 7:57:27 PM
2 http://www.video-adwords.biz/?a_aid=conseilsmkg&a_bid=150adec9	...	10/18/2010 8:15:50 PM
2 http://www.video-adwords.biz/?a_aid=conseilsmkg&a_bid=150adec9	...	10/17/2010 10:38:49 AM
3 http://video-adwords.biz/?a_aid=conseilsmkg&a_bid=9e2d6b8	...	10/17/2010 6:19:00 PM
3 http://video-adwords.biz/?a_aid=conseilsmkg&a_bid=9e2d6b8	...	10/24/2010 8:44:08 PM
3 http://video-adwords.biz/?a_aid=conseilsmkg&a_bid=9e2d6b8	...	10/17/2010 10:39:13 AM
3 http://video-adwords.biz/?a_aid=conseilsmkg&a_bid=9e2d6b8	...	10/17/2010 6:18:37 PM
3 http://video-adwords.biz/?a_aid=conseilsmkg&a_bid=9e2d6b8	...	10/18/2010 12:56:56 PM
7 http://www.conseilsmarketing.fr/communication/je-ne-mentends-plus-avec-mon-boss	...	10/17/2010 11:46:17 AM

74 – La coregistration est un bon outil pour augmenter le nombre de ses lecteurs.

La coregistration, qui propose aux abonnés d'un site de recevoir les informations d'un site complémentaire, est un **bon levier pour booster le nombre de ses abonnés**.

Mais pour que cela soit optimisé il faut travailler ces abonnés immédiatement après leur inscription via une offre irrésistible et spécifique (coupon de réduction, remise...).

Ces personnes ont en effet un comportement différent des abonnés classiques. **Vous devez les traiter différemment par rapport à vos abonnés habituels et ne pas attendre pour leur envoyer un message.**

75 – Pour réussir à attirer des visiteurs, la méthode AIDA est incontournable.

La méthode de vente AIDA se base sur les principes suivants :

- **Attirer** l'attention
- Créer de l'**Intérêt**
- Provoquer le **Désir**
- Pousser à l'**Action**.

N'hésitez pas à relire vos offres commerciales, annonces... afin de vérifier que ces 4 éléments sont bien présents.

De même votre annonce doit **répondre à ces questions** :

- Pourquoi j'achèterais ce produit ?
- Qu'est-ce que cela m'apporte ?
- ...

N'oubliez pas que votre prospect n'achètera pas sans raison vos produits (sauf affaire exceptionnelle via une marque, un produit innovant...).

De même ce n'est pas une liste de fonctions ou de caractéristiques qui vont le convaincre, mais les bénéfices qu'il va y trouver.



76 – Les déclics de ventes sont différents d'une personne à l'autre.

Pour vos publicités, **n'oubliez pas que chaque personne est plus ou moins sensible à certains signaux**:

- pour certains c'est le visuel (une belle image), pour d'autres c'est de la vidéo (une vidéo flash, un screencast...), c'est une personne qui parle...
- pour d'autres c'est du rationnel (des chiffres, des recommandations...), pour d'autres c'est de l'émotionnel (de l'estime de soi même, de l'intangible...)

Vos annonces et messages doivent donc faire appel à tous ces stimuli (voir notre article sur l'optimisation des landing pages sur ce lien <http://bit.ly/ckNWvX>)

77 – Les témoignages sont un élément important pour convaincre ses prospects

Il est très **important d'humaniser votre entreprise, vos produits, vos clients**... Pour rassurer vous devez ajouter des photos de vos employés ou de vos locaux, donner un email et un numéro de téléphone direct...

Dans un monde de plus en plus virtuel, **avoir de vrais gens rassure et crédibilise une entreprise**. Les entreprises qui n'offrent que des formulaires font très "World Company" impersonnelles.

Par exemple pour notre Formation "Bloguez comme un Pro" nous avons envoyé un questionnaire aux premiers acheteurs pour leur demander leurs avis et leur proposer une publication...

Et suite à cet article nous avons vu un pic de commande (voir <http://www.conseilsmarketing.fr/emailing/ce-sont-nos-clients-en-parlent-le-mieux%E2%80%A6>).

Pour avoir un bon "témoignage" crédible il faut :

- Le nom et le prénom de la personne, et si possible sa photo.
- Le nom de la société et le site Web
- Une citation de 4 ou 5 phrases pour ne pas faire trop long.

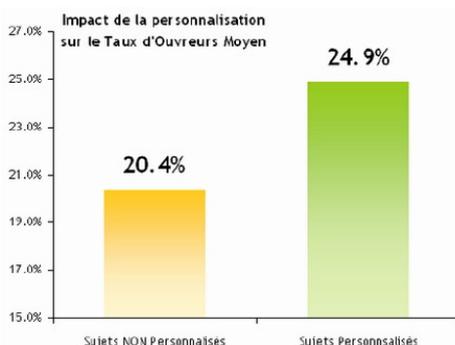
78 – Pour améliorer vos accroches copiez les meilleurs !

L'objet et le destinataire du message sont les éléments majeurs qui peuvent augmenter le taux d'ouverture d'un emailing.

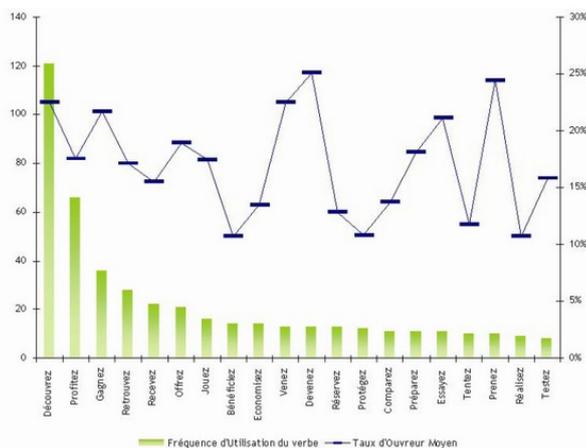
Il faut donc faire des tests, mais aussi s'inspirer de ce que font vos concurrents et les leaders d'autres secteurs.

Lorsque vous recevez des emailings envoyés par les grands sites marchands (Rueducommerce.fr, Ldlc.com, Amazon.fr ...), lorsque vous lisez les couvertures des magazines et journaux... **analysez ce qui est fait par ces leaders de la vente.**

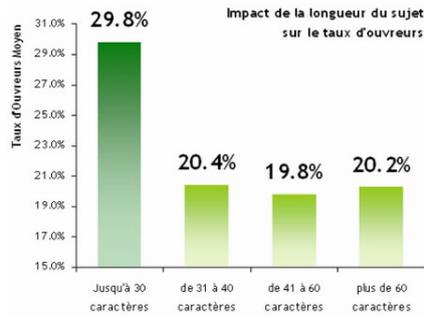
Par exemple une étude d'Edatis (voir <http://bit.ly/b5TLTm>) montre que les objets personnalisés sont bien plus efficaces que les sujets non personnalisés :



De même les mots employés peuvent fortement augmenter le taux d'ouverture, comme le montre ci-dessous ce graphique avec une meilleure performance du mot "Découvrez" par rapport à "Testez"



La taille de l'objet est également importante, idéalement elle doit contenir au maximum 30 caractères :



Voici ci-dessous deux boutons ci-dessous qui ont été mis en compétition sur le site de Firefox pour le téléchargement du navigateur.

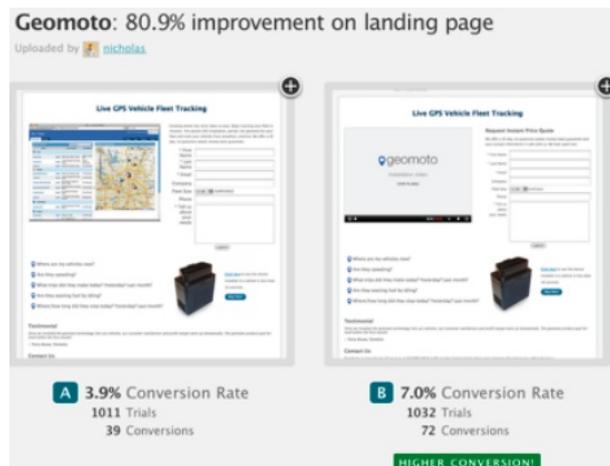
Or le **second avec un appel à l'action plus fort** (Téléchargez Immédiatement – Gratuit), a produit 500 téléchargement de plus par jour, uniquement via un simple changement de mots !



Selon le site Performable, la taille idéale d'un bouton est de 225 x 45 pixels :



Pour vous prouver l'intérêt de faire des tests, avec ici l'attrait de la vidéo par rapport aux images, voici l'exemple de la société "Géomoto" qui a obtenu **80,9% d'augmentation de son taux de conversion en remplaçant sa capture écran traditionnelle par une vidéo** :



La bonne astuce est de faire **un cahier avec une collection des plus belles créations** afin de vous en inspirer le jour où vous en aurez besoin.

79 – Trop de choix nuit à la vente.

Pour augmenter le taux de clic dans votre newsletter et vos emailings, **réduisez le nombre de liens à cliquer et les appels à l'action.**

Plus vous dirigez le lecteur vers ce qu'il doit faire, plus vous aurez de succès.

Si vous donnez trop de choix à l'internaute, il va douter et mettre votre email de côté pour prendre la décision plus tard, il va s'éparpiller en visitant plusieurs liens sans répondre à votre message, il va essayer d'en savoir plus et comparer avec d'autres offres...

Il faut faire simple, et guider son prospect vers ce qu'il "doit faire"... pour éviter qu'il doute et qu'il repousse à plus tard sa décision d'acheter.

80 – Le Story Telling est une bonne accroche pour vendre un produit.

N'oubliez pas que vous ne vendez pas seulement des fonctions, des bénéfiques utilisateurs... mais aussi **de l'émotion**.

Et c'est là que le Story Telling intervient en humanisant les produits et les sociétés avec de **belles histoires** (voire [notre article sur le Story Telling](http://bit.ly/yXQsL) sur <http://bit.ly/yXQsL>).

Le Story Telling doit se travailler et s'intégrer dans le Pitch, c'est-à-dire la présentation de moins de 2 minutes sur votre société (voir <http://bit.ly/a1YSdS>).



81 – Il est possible d'acquérir de la notoriété et de la crédibilité via des signes de reconnaissance.

Les signes de reconnaissance peuvent être le témoignage d'une personne crédible et connue dans un domaine précis (ex: Eric Dupin qui propose de lire ConseilsMarketing.fr crédibilise notre site), via une étude (ex: la recommandation des experts comptables chez Ciel), via un sigle de qualité pour un site d'eCommerce (Fia-net, Agrément Google Vendors...), via un fait d'actualité (X clients nous font confiance, comme vu dans Capital...).

Voici avec ci-dessous l'exemple de Ciel qui appose un logo "1^{er} marque conseillée par les Experts Comptables" :

Experts-comptables | Revendeurs | Enseignants et formateurs | Grands comptes | [Accès à Mon Compte](#)

Donnez votre avis sur Ciel.com !

MARQUE CONSEILLÉE

Achetez en ligne ou par téléphone au **01 55 26 33 33** (prix d'un appel local)

Mon panier : Vide

iel choisir ? Assistance & Formations Contacts - A propos de Ciel Mon Compte - Espace Clients

Actualités
Ciel partenaire des auto-entrepreneurs

PROMO
Profitez des logiciels 2009 à prix Zen

L'intégrale de Gestion
Pilotez intégralement votre activité

Jeu-concours

Gratuit !
Ciel Auto-entrepreneur Facile
un logiciel complet à télécharger

EN SAVOIR PLUS

82 – Ajoutez toujours un appel à l'action simple !

Votre appel à l'action doit être clairement visible dans vos publicités (cliquez ICI, J'achète...), dans vos articles de blogs (Qu'en pensez-vous, Votez pour nous...), sur votre site Web (Inscription Newsletter...).

Vous devez lier votre lecteur à votre site internet afin qu'il se sente impliqué dans son développement.

En faisant cela **vous serez étonné du nombre de personne qui réagissent à une demande directe** (voir notre article "[Influences et Manipulations](#)" sur les appels à l'action via des stimuli <http://bit.ly/37CCJC>).

83 – Faites attention à la lisibilité de vos pages web.

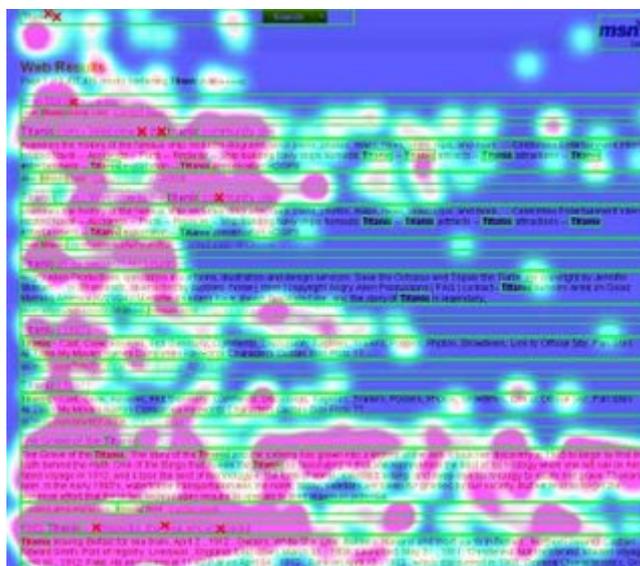
Un site Web ne se lit pas comme un livre.

[Les zones chaudes](#) les plus lues en premier sont sur la gauche, il faut donc bien organiser sa page avec des blocs qui permettent une lecture logique de l'information (voir un [exemple d'optimisation de landing page](#) sur ce lien <http://bit.ly/RClrE>).

Trop d'informations tuent l'information, il faut laisser respirer le texte et toujours se poser les questions suivantes :

- "Est-ce que cette information est pertinente ?"
- "Est-ce que je suis toujours dans le cheminement pour convaincre mon lecteur ?"
- "Est-ce que ma page Web donne envie de lire ?"
- ...

De même il faut introduire dans le design de sa page le cheminement logique de l'internaute : informer, convaincre et acheter.



Il faut répondre à toutes les questions de l'internaute, même celles qu'il n'imaginerait pas se poser et ainsi faire naître de nouveaux besoins...

Vous avez un exemple sur ce lien avec la vente d'un livre sur le Relooking <http://www.devenireunseducteur.com/> . Vous pouvez voir que cette page de vente fait plusieurs écrans de long, avec au moins une quarantaine de lignes...



84 – N’oubliez pas que le Web n’est pas la vraie vie de vos clients...

Si on peut faire beaucoup de chose par internet (email, chat, visio...) **pour décrocher une affaire il faut décrocher son téléphone et se déplacer chez son prospect.**

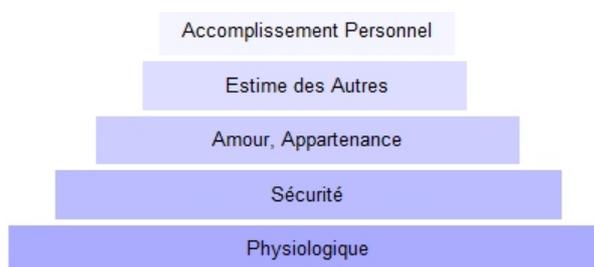
Parfois la différence entre une affaire perdue et gagnée se fait uniquement en appelant un prospect au lieu d’envoyer un email, d’être plus réactif que son concurrent en appelant dans les minutes après une demande de documentation...

De même tout le monde n’est pas connecté en permanence à internet, et donc l’envoi d’un email ne veut pas dire que le client l’a lu dans l’heure...

Idéalement il faut **connaître ses clients, les rencontrer et voir quels sont leurs problèmes** pour mieux y répondre.

85 – Les réseaux sociaux sont un prolongement de la vie réelle... exploitez les même leviers !

Rappelez-vous la **pyramide de Maslow** : ce qui importe le plus aux personnes après la résolution de leurs besoins fondamentaux (sécurité...) c’est la reconnaissance, être aimé...



Il faut donc s’intéresser à vos contacts (anniversaire, informations sur leur activité, liens publiés...), et parfois un simple message de 5 secondes peut avoir plus de portée que l’on ne pense dans l’établissement de liens durables avec des contacts !

Comme dans la vie réelle, discuter avec une personne qui ne parle que de lui ou qui ne vous fait que la promotion de ses outils est mortellement ennuyeux...

Vous devez donc vous efforcer d’apporter de la valeur ajoutée à vos contacts, et non pas utiliser les sites de réseaux sociaux comme un canon à Spam...

N'oubliez pas que certains considèrent Facebook, Twitter... comme un partie de leur vie personnelle et non pas comme un email professionnel (évitez le SPAM sur les Media Sociaux).

De même **sur les réseaux sociaux il est difficile de faire de la vente directe**, c'est surtout un outil pour créer et entretenir un réseau, faire passer des messages...

Utiliser les réseaux sociaux c'est aussi accepter de consacrer du temps sur un outil qui ne rapportera peu ou pas de ventes dans le court et moyen terme.

Vous allez construire un réseau qui va vous permettre d'élargir votre réseau d'influence, d'entretenir un dialogue avec des prescripteurs et des clients... mais le plus souvent vous rencontrerez des personnes à qui vous ne vendrez jamais rien (étudiants, des "fans", non acheteur relatifs/absolus...).



86 – Etre présent sur les réseaux sociaux prend du temps, choisissez les plus importants pour votre business.

Il n'est **pas possible de s'investir sur tous les sites de réseaux sociaux en même temps** car cela réclame beaucoup de temps de se créer un réseau de contacts et de l'animer (groupe, envoi de messages...).

Le minimum à effectuer sur un réseau social c'est :

- **Créer un groupe thématique et l'animer** (modération, ajout de billets...) : 30 mins / semaine
 - **Répondre aux questions** dans les sessions Questions / Réponses : 30 mins / semaine
 - **Poster vos liens** : 0 mins (automatique via flux RSS / bouton de vote sur votre blog).
 - **Ajouter les contacts** à votre réseau et interagir avec eux (messages...) : 30 mins / semaine
 - **Surveiller les groupes** liés à votre thématique (via flux RSS) : 30 mins / semaine
- Total : 2h / semaine

Il faut donc choisir ceux qui sont les plus utilisés par sa cible :



Par exemple en **B2B** cela sera Viadeo, LinkedIn, Facebook, Twitter... En **B2C** cela sera Facebook, Youtube...

Néanmoins lorsqu'un nouveau réseau s'ouvre (ex: FriendFeed.com) **inscrivez-vous dès le départ** avec un profil minimum afin de voir ce qu'il apporte en termes de contacts et trafic pour ne pas prendre le temps en marché comme c'est le cas pour ceux qui ont compris trop tard l'émergence de Twitter.

Lorsque c'est possible **utilisez les outils d'interconnexion entre ces différentes plateformes**.

Par exemple pour ConseilsMarketing.fr nous faisons la publication des flux du Blog Wordpress sur Twitter, la republication des flux RSS du Digg Like Entreprise-Marketing.fr sur Twitter qui republie lui-même les informations sur Facebook... Ainsi en 1 clic de souris c'est 4 ou 5 sites qui se mettent à jour automatiquement.

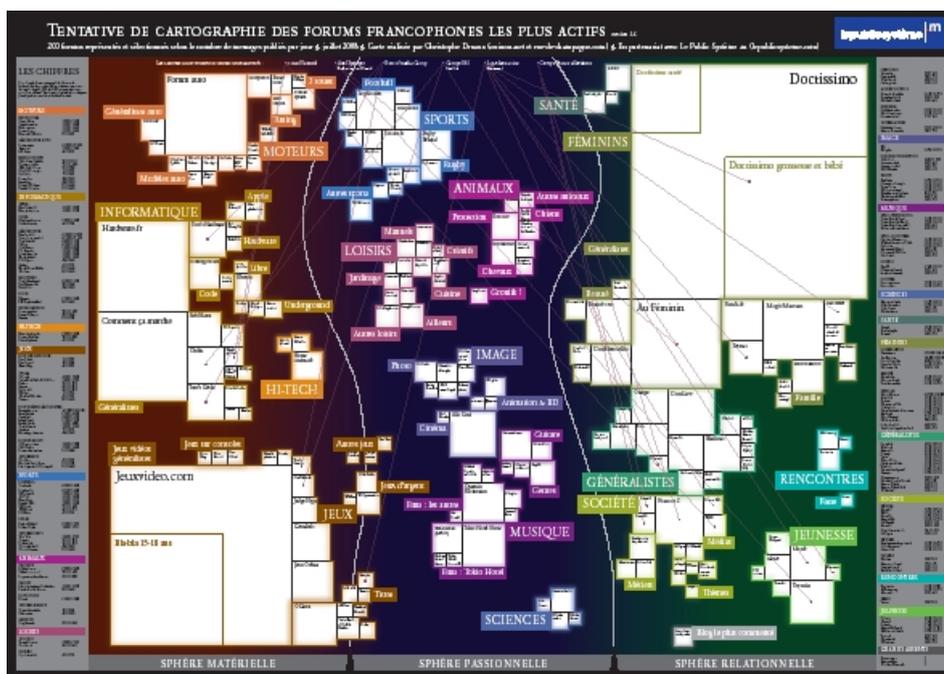
Vous pouvez voir notre méthode sur cette vidéo <http://bit.ly/ccZuLI>

De même n'hésitez pas à **afficher sur votre site les "badges" de ces différents sites** qui permettent de connaître les visiteurs de ses sites internet et ainsi de les relancer.

Un bouton pour inciter vos visiteurs à vous rejoindre sur les réseaux sociaux est également incontournable.

Attention, même si les réseaux sociaux sont désormais incontournables, cela ne veut pas dire que les Forums sont morts... En effet même s'ils pâtissent de l'émergence de Facebook, Twitter... ils restent encore extrêmement importants.

Voici la carte des forums les plus influents en France :



Pour en savoir plus, nous vous conseillons les formations vidéo suivantes :

- Devenir un Pro sur Twitter (<http://bit.ly/8KfMTU>)
- Développer son Business sur Viadeo (<http://bit.ly/cEEa5u>)

Vous pouvez également consulter nos articles :

- [Comment utiliser Viadeo pour développer son business](http://bit.ly/199I9j) <http://bit.ly/199I9j>
- [Quel usage Pro pour Facebook](http://bit.ly/cP7qW) <http://bit.ly/cP7qW>
- [Comment utiliser Twitter à titre Pro](http://bit.ly/1Gvxz1) (eBook gratuit à télécharger <http://bit.ly/1Gvxz1>)

87- Les réseaux sociaux favorisent la distraction... Fixez vous des règles !

N'oubliez pas des réseaux sociaux (Twitter, Facebooks, Blogs, forums...) sont intéressants, mais qu'ils sont aussi **très consommateurs de temps**...

Il est très facile de passer 1h à surfer de site en site, à découvrir de nouvelles informations... sans que cela ne vous rapporte quoi que ce soit, à part le plaisir de vous détendre...

Fixez vous des règles ou des heures pour les utiliser afin de ne pas y perdre trop de temps.

Par exemple pour ConseilsMarketing.Fr nous allons uniquement le matin et le soir du Facebook (pour fêter les anniversaires, pour laisser des commentaires...).

88 – N’attendez pas d’avoir un site parfait pour le lancer.

Si vous attendez que tout soit parfait, vous sortirez votre projet avec énormément de retard et vous pourrez manquer le “time to market” avec un concurrent qui sort la même chose que vous avant vous !

Généralement il faut doubler le temps de développement entre ce qui est prévu par les développeurs et le temps réel nécessaire pour réaliser le projet.

Il faut donc lancez le plus tôt possible une v.1 avec les fonctions basiques, et la mettre en bêta privée ou sans communication.

Ainsi vous pourrez tester votre concept et ne pas griller toutes vos cartouches dès le départ avec un site qui ne répond pas aux attentes basiques de vos clients.

Une fois la version bêta éprouvée vous pouvez alors lancer une campagne de communication auprès des média (journalistes, blogueurs...) et recruter en masse des clients via les Outils Marketing de masse.



89 – Essayez de mettre en place des sites qui s’autoalimentent ou dont le contenu reste intemporel.

Si vous êtes seul à produire du contenu vous ne pourrez jamais être aussi prolifique et pointus sur plusieurs sites... sinon vous irez à l’échec.

Vous devez garder votre “vaisseau amiral” qui génère le plus de trafic et de CA, mais aussi créer des sites annexes qui peuvent être mis sur pilote automatique.

Par exemple si vous avez déjà un blog important sur un thème et que vous décidez d’ouvrir un nouveau blog sur une autre thématique, si vous voulez offrir la même qualité et quantité d’articles, vous devrez fournir deux fois plus de travail pour ce nouveau site et l’ancien, ce qui est souvent impossible vu le temps que réclame l’écriture d’un bon article.

De même en passant votre temps à écrire des articles vous aurez moins de temps pour faire la promotion de chaque article individuellement, de trouver des idées pour du contenu de qualité...

Vous serez sans cesse avec la pression de produire du contenu...

Et lorsque vous voudrez ouvrir un 3ème vous ne pourrez jamais vous en sortir seul ...

Pour éviter cela **apprenez à écrire moins et mieux**, tout en faisant une promotion maximale de votre contenu.

De même mettez en places des sites avec **des informations intemporelles** (textes, images, vidéos...) que vous ne mettez à jour que ponctuellement ou avec une modération limitée (ex: Digg Like, Wiki, Site de communiqué de presse...).

Rappelez vous que vos journées ne font que 24h, et qu'il faut dormir, manger et avoir une vie sociale...

90 – Structurez votre travail pour être plus prolifique et plus productif.

Lorsque vous écrivez du contenu pour un blog ou pour du référencement naturel **suivez la méthode de Léo Dimilio pour écrire du contenu exceptionnel:**

Phase de réflexion :

- Quel est le sujet à aborder (sujet en vogue, mots clés de mes clients...) ?
- Quel est le plan de l'article ?
- Quel est le but que je veux atteindre avec cet article ?
- Quelle va être mon titre et mon résumé ?
- Comment et avec quoi je vais faire la promotion de cet article ?
- Où puis-je déjà trouver des sources d'informations ?
- Comment apporter de la valeur ajoutée et des retours d'expérience (témoignage, exemple...).
- ...

Phase d'écriture (attendre généralement 24h le temps de faire venir l'inspiration et l'analyse) :

- Comment trouver un titre percutant et des titres alternatifs pour les sites de promo ?
- Comment simplifier la lecture pour les lecteurs (mise en page...) ?
- Quel genre de photos je vais avoir besoin pour illustrer cet article ?
- Est-ce que je ne peux pas ré-exploiter mon contenu pour d'autres média (ex: republication...) ou sous d'autres formes (ex: Powerpoint, Vidéo, Image...).
- ...

Phase de promotion (le jour de la publication mais aussi les jours d'après) :

- Quels sont les sites pour la promotion manuelle (Digg Like, Lepost.fr...) et automatique (ex: Twitter, Facebook...).
- Quels sont les sites qui ont déjà parlé de ce thème ? Est-ce que je peux les contacter ?
- Est-ce que je peux en faire un communiqué de presse ?
- ...

Voici quelques outils que nous vous recommandons tout particulièrement pour gagner en efficacité :

- **RoboForm.com** (<http://bit.ly/aqMOKT>) : cette barre mémorise automatiquement tous vos logins et mots de passe, et remplit automatiquement tous les formulaires. C'est 10 secondes de gagnées à chaque fois !
- **Google Adwords Editor** (<http://bit.ly/rMQcK>) : le logiciel gratuit de gestion des campagnes Google Adwords est vraiment indispensable car il offre des fonctionnalités supplémentaires qui vous feront gagner énormément de temps dans la mise en place et la maintenance de vos campagnes de mots clés sponsorisés.
- **Fotolia.com** (<http://bit.ly/8ZvYw5>) et **Dreamstime.com** (<http://bit.ly/aj4LAm>) : Les sites de vente d'images libres de droits à moins d'un euro. Vous trouverez sur ces deux sites toutes les images pour votre site internet et vos blogs (et vous pourrez même vendre vos propres photos).
- **Filezilla** (<http://bit.ly/2tjOKi>) : Bien qu'il soit un peu "rustique", Filezilla reste le client FTP gratuit le plus facile à utiliser.
- **Google Desktop** (<http://bit.ly/1jm1CZ>) : C'est vraiment un outil incontournable pour indexer automatiquement vos emails, fichiers, PDF, PPT... mais aussi pour faire une sauvegarde en cache de vos données effacée (très pratique). C'est au moins 15 minutes de gagnée par jours !
- **Winrar** (<http://bit.ly/194q2h>) pour compresser des fichiers avec des tailles définies (pour une copie sur DVD, un envoi par FTP...).

- Ultraedit.com : C'est un logiciel très intéressant, en particulier pour comparer des fichiers et voir les modifications qui ont été effectués entre les deux versions.

- TweetAdder (<http://bit.ly/2Nkq2m>) qui permet d'automatiser la gestion de votre compte Twitter.

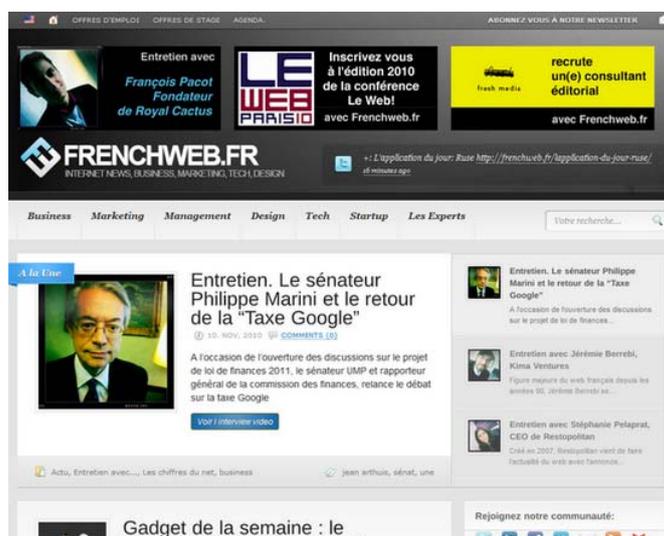
91 – N'hésitez pas à prendre des risques !

Sur Internet les principaux secteurs sont déjà occupés par les leaders bien en place qui verrouillent le marché, à la fois grâce au référencement naturel de Google, grâce à leurs lectorats... mais aussi par le réseau qu'ils ont su tisser.

Par exemple dans le High Tech il sera très dur d'aller chatouiller les Techcrunch.fr, Acessoweb.com..., pour y arriver **il faudra casser les codes, brûler les icônes, faire original, posséder une marque connue...**

Si vous écrivez des articles qui n'ont rien d'originaux, si vous faite du "Marketing de Papa", si vous proposez des produits & services que l'on voit partout ailleurs... vous mettrez trop de temps à percer et à convaincre les internautes de changer leur habitudes.

Cependant rien n'est impossible... Par exemple Richard Meneveu de www.FrenchWeb.fr qui est devenu en quelques mois la nouvelle référence pour l'actualité Web-Economique français.



En effet Richard s'est distingué en obtenant des interviews de leaders de l'eCommerce, avec un franc parlé tout en restant journalistiquement correct.

Son petit secret c'est une structure légère et réactive, par exemple ses interviews ne sont quasiment jamais montées mais pris d'un trait.

Attention néanmoins : prendre des risques n'interdit néanmoins pas à réfléchir un minimum aux conséquences de ses actes et paroles...

On a tous en mémoire les "Bad Buzz" provoqués "Marketing Chine" contre Presse-Citron.net (<http://bit.ly/a5WMM>), ou encore NarrowMinded contre ConseilsMarketing.fr (<http://bit.ly/9HIBjB>), dans le simple but de faire du Buzz...

92 – “Les gens sont méchants !”

Vous vous apercevrez rapidement que certaines personnes prennent un malin plaisir à vous critiquer, à casser, à se moquer... de tout ce que vous faites...

Surtout ne perdez pas le moral, et n'oubliez pas qu'ils ne sont généralement qu'une minorité...

Si vous êtes dégoûté suite à un email odieux, à une réclamation d'un client de mauvaise fois, à un commentaire de blog... ne prenez pas de décision à chaud...

Laissez-vous le temps de la réflexion, parlez-en à des amis et collègues, et vous verrez que ce n'est pas si grave !

Pour vous donner une idée de ce que peuvent être des commentaires bien sentis, lisez notre article "[Les pire commentaires](#)" sur ConseilsMarketing.fr (<http://bit.ly/aNig3g>).

En revanche, si vous avez un peu de succès sur le Web, vous allez rapidement faire face à des procéduriers qui n'hésiteront pas à vous menacer d'un procès...

Nous vous mettons en garde : cela peut faire TRES PEUR, mais il faut savoir garder la tête froide... Si vous êtes confronté à un cas comme cela, surtout ne réagissez pas tout de suite.

Prenez le temps de contacter une aide juridique. Cela peut être un avocat, mais sachez que la plupart des assurances et cartes de crédit offrent le plus souvent des appels gratuits de conseil juridique.



93 -"Les gens sont gentils !"

Parfois il suffit de demander pour avoir quelque chose... Par exemple la majorité des bloggers ou stars du Web vous répondront si vous leur envoyez un email leur demandant un conseil ou une Interview... Il ne faut donc pas hésiter à demander !

En effet de nombreuses personnes sur internet participent de manière totalement bénévole en dehors de leur temps de travail. Vous avez également énormément d'étudiants qui ne réclament rien de mieux que d'acquérir de l'expérience.

Enfin, il existe **une forte solidarité entre "les passionnés d'internet"** et vous trouverez toujours une personne sur un forum, sur un blog... qui aura une solution à un problème.

Par exemple il y a 4 ans de cela lorsque nous avions un blog sous Blogger.com, avec un design très moyen pour l'époque, Thierry Debarnot de [Marketing-Etudiant.fr](#) nous a proposé de refaire gratuitement le blog sous Wordpress avec un design inédit en échange de 50% des revenus publicitaires pour un site qui à l'époque rapportait moins de 50 €/ mois... Actuellement c'est 300 € de revenus AdSense / mois chacun que nous continuons à générer suite à ce partenariat (mais le design du site va changer cette année !).

94 – Il est toujours possible d'apprendre et de s'améliorer...

Ce qui est intéressant sur Internet, c'est que le Web est en perpétuelle évolution. **Il faut donc se tenir au courant des derniers outils, des tendances à venir...**

Mais au-delà ce cela, ce n'est pas seulement ses connaissances techniques qu'il faut mettre à jour, mais c'est aussi **ses propres capacités personnelles.**

En effet **son organisation personnelle, l'art de faire bonne impression, le fait de bien parler en public... peuvent s'apprendre.**

Ces techniques vous serviront non seulement dans l'évolution de votre carrière, mais aussi dans votre vie personnelle.

Les connaissances techniques vous permettront de devenir un expert et un spécialiste reconnu, mais les connaissances généralistes (capacité d'analyse, puissance de persuasion...) vous aideront à progresser dans la vie et à obtenir un emploi ou un statut plus important.

Par exemple nous avons créé un Blog qui liste les principaux cours d'anglais gratuits sur le Web : <http://www.cours-anglais-gratuits.fr/>

Mais il existe des dizaines de sites dans le même genre sur internet dans les domaines les plus divers !

95 – Trouvez un Mentor !

Pour progresser il faut profiter de l'expérience d'un "maître", rappelez-vous David Carradine "le Petit Scarabée" dans la série TV Kung Fu... Les conseils de son vieux maître l'aidaient à chaque épisode pour surmonter les obstacles.

Vous aussi vous devez avoir un ou plusieurs "mentors" qui vous prend sous son aile et qui vous servira de guide, de conseil et de confident.

Si possible vous pouvez trouver une personne dans votre entourage (un ancien boss que vous respectez, un manager talentueux dans votre entreprise...).

Sinon vous pouvez tout simplement **prendre en exemple un blogger et suivre ses articles** qui ne sont après tout que ses conseils dispensés à tous.

En parallèle vous pouvez essayer de **nouer une relation personnelle avec lui via les médias sociaux** (Twitter, Facebook...) pour obtenir ensuite des conseils en 1 to 1.

Par exemple un de nos collègues eMarketeur a trouvé son mentor un peu par hasard : il a contacté un des leaders francophone de la vente de produits dématérialisés, et il lui proposé ses services. Et suite au succès de son travail, ils sont devenus amis et chacun profite désormais de l'expérience de l'autre !



96 – Soyez positif, que cela soit pour vous ou envers les autres !

Il n'y a rien de pire que de se retrouver dans la spirale négative : plus on pense que cela va mal, plus cela va mal. Il faut au contraire positiver et aller de l'avant.

Par exemple ne dites plus "je vais essayer de le faire" mais "Je vais le faire". Essayez toujours de trouver un aspect positif à ce qui vous arrive : ok vous avez eu un problème avec votre site, mais comment faire pour l'éviter la prochaine fois ?

Positivez également sur vos produits et services : si vous n'êtes pas là pour les valoriser qui le fera ? Ce ne sont certainement pas vos concurrents !

Enfin n'oubliez pas que **tout le monde préfère discuter avec des gens sympas et intéressants**, qu'avec des gens qui n'arrêtent pas de **se plaindre et qui parlent uniquement de boulot...**

97 – Prenez de la hauteur et anticipez !

Si vous savez qu'un produit phare doit sortir dans les mois à venir, qu'une actualité fera bientôt la une, que votre secteur d'activité va évoluer fortement dans les années à venir... **ne restez pas là à attendre que la vague vous emporte...**

Il faut au contraire **surfer sur les tendances le plus tôt possible** car il y a toujours une prime au premier arrivé.

Prenez exemple sur Philippe Lagane d'accessoweb.com qui anticipe à chaque fois la Keynote d'Apple en écrivant des articles juste avant pour doper son référencement.

Pour iPhone-Entreprise.com c'est également ce que nous avons fait en nous positionnant sur le mot clé "iPhone 5" alors même que l'iPhone 4 était tout juste sorti !

98 – Cherchez toujours à optimiser votre activité !

Sur internet comme ailleurs il faut chercher à optimiser son temps et à automatiser son système pour l'affiner.

Il faut **Industrialiser** (ex: prendre des collaborateurs pour réaliser du contenu au lieu de vouloir tout faire soit même), Multiplier les idées qui marchent (ex: reproduire la mécanique d'un site à succès dans une autre thématique) et **Maximiser ses profits** (ex: se concentrer sur les produits ou les clients à plus forte valeur ajoutée).

Par exemple pour ConseilsMarketing.fr au départ nous gérons les abonnés Newsletter avec un Plugin Newsletter de Wordpress, puis dans un fichier Excel et enfin avec un envoi via Outlook par paquets de 400... Aujourd'hui nous utilisons des solutions d'emailing qui font tout cela automatiquement !

99 – Construisez une marque !

Si vous n'avez pas encore une marque connue sur le Web, faites comme si vous alliez le devenir.

Définissez dès maintenant :

- une charte graphique
- un logo
- des codes couleurs
- un Favicon
- ...

En effet il faut énormément de temps au public pour adopter et reconnaître une marque, ne faites donc pas l'erreur de la créer une fois que votre site est déjà bien implanté dans son secteur.

De même évitez de tout changer sous prétexte de changement de technologie, de plateforme... gardez toujours des éléments de votre charte graphique.

Par exemple pour ConseilsMarketing.fr, Entreprise-Marketing.fr, Jobs-Mkg.com... nous avons conservé un code couleur commun (l'orange) afin de conserver une unité de marque malgré des technologies totalement différentes.

Pour créer un logo vous pouvez faire appel à un professionnel, mais il est également possible de d'utiliser les sites comme [Fotolia.com](http://bit.ly/8ZvYw5) (<http://bit.ly/8ZvYw5>) et [Dreamstime.com](http://bit.ly/aj4LAm) (<http://bit.ly/aj4LAm>) et prendre des logo clés en main pour les personnaliser.

C'est ce que nous avons fait pour le logo de www.formation-blogueur.fr : il s'agit d'une image libre de droits que nous avons tout simplement personnalisée avec le nom de domaine :



100 – Les partenariats peuvent booster considérablement votre activité à faible coût.

Lorsque l'on est "petit" il est extrêmement facile de mettre en place des partenariats avec d'autres sites qui eux aussi cherchent à augmenter leur notoriété.

Des partenariats Gagnants-Gagnants comme des échanges de visibilité, des emailings croisés... peuvent booster votre trafic très facilement.

En revanche, **ne mettez jamais tous vos œufs dans le même panier** en misant tout votre développement sur 1 seul partenaire car il est difficile de faire vivre des partenariats sur le long terme (changement de direction, manque de visibilité sur les résultats...). Donc soyez toujours à la recherche de partenariats possibles !

MCours.com