



**The Ones**  
LES AUDACIEUX

# Comment utiliser le Marketing Digital ?

Pour vous démarquer, faire évoluer, gagner des clients et accélérer la croissance de votre marque.





# Pourquoi avoir écrit ce guide ?



Après avoir parlé avec plusieurs entrepreneurs de petites entreprises et moyenne entreprises, d'associations sportives et de commerçants, nous avons découvert dans presque tous les cas que ce que vous attendez du marketing numérique est simple :

Une stratégie unique combinant les réseaux sociaux, le référencement, l'optimisation de site Web et la publicité payante qui attire les clients payants.

Bien sûr, chaque domaine est différent mais la majorité d'entre eux s'accordent sur ce point.

Leur principale priorité est une stratégie simple et rentable qui donne des résultats immédiats. Notre stratégie est simple mais puissante et elle fonctionne vraiment.

*À noter :*

*Nous allons aborder dans ce guide les clés de base du Marketing digital. Des ressources supplémentaires sont fournies à la fin du guide pour ceux qui souhaitent approfondir leur compréhension du Marketing digital.*

## À propos de moi

Je m'appelle Alexandre LOUISE, je suis Cofondateur et Directeur technique de la Wonder Ones, une agence axée sur la conception Web & la Stratégie Digitale.





# Sommaire

## Les sujets que nous aborderons

1. Comment utiliser le marketing digital pour gagner des clients ?
2. Quel est le parcours d'un prospect type ?
3. Comment intégrer le marketing digital pour les PME ?
4. Qu'est ce que le référencement et comment l'utiliser ?
5. Comment booster votre entreprise grâce aux recherches payantes ?
6. Comment gagner la confiance de vos prospects grâce aux réseaux sociaux ?



# Comment le marketing numérique peut-il vous faire gagner des clients ?

Il a été maintes fois prouvé qu'en combinant les activités de marketing numérique dans une seule stratégie, vous pouvez multiplier par 10 leurs effets singuliers.

## Étape 01

Nous vous montrerons comment vos clients potentiels vous trouvent en ligne et utilisent l'espace en ligne pour décider d'utiliser vos services ou d'acheter vos produits.

## Étape 02

Nous vous expliquerons comment utiliser différentes activités marketing pour devenir plus visible en ligne et influencer positivement votre parcours client.

## Étape 03

Nous verrons comment combiner toutes les différentes activités de marketing pour créer une stratégie claire et définitive.

*"Au moins 80 % des consommateurs utilisent Internet pour rendre leur recherche d'informations beaucoup plus facile et pratique."  
- Business 2 Community*





# Le parcours d'un prospect type

- 01 Il découvre votre site Web grâce au référencement, au contenu de recherche sociale ou/et payante.
- 02 Il compare votre offre avec vos concurrents.
- 03 Il visite vos réseaux sociaux pour avoir des preuves de votre qualité.
- 04 Il retourne sur votre site Web
- 05 Il remplit un formulaire via une page type "Call To Action"
- 06 Il est converti en client

Comprendre votre client, quelles sont ses habitudes sur internet et comment il se comporte avec des entreprises comme la votre, sont des éléments essentiels de toute stratégie marketing.

Bien qu'il existe des milliers d'industries et de secteurs d'activité, la plupart de nos clients nous contactent de la même manière et c'est à partir de notre compréhension de ce parcours client que nous avons créé une stratégie de marketing numérique efficace, que nous partagerons avec vous dans ce guide.

En examinant chaque phase du parcours, en l'optimisant et en la combinant avec les autres phases, nous pouvons créer un succès réel et mesurable.



# Le parcours d'un prospect type

## 01 - La découverte

Mis à part le bouche à oreille (et félicitations si vous tirez l'essentiel de votre croissance de ce canal), 90 % de vos prospects vous trouveront ou devraient vous trouver :

### Recherche naturelle

Résultats de recherche Google/Bing.

### Sociale

Vous ou votre marque est mentionnée ou évoquée sur les réseaux sociaux.

### Contenu

Vos articles et le contenu de votre blog sont partagés sur les réseaux sociaux et d'autres sites Web liés à votre domaine.

### Recherche payante

Annonces payantes sur Google ou les réseaux sociaux.

## 02 - La comparaison

Vos prospects comparent votre offre à votre concurrence

### Options

Ils examineront entre 3 et 5 options différentes. Ils seront influencés par la qualité de votre site Web, facilité d'utilisation, rapidité, contenu et sécurité.

### Comparatif

Ils compareront les prix et les fonctionnalités.



# Le parcours d'un prospect type

## 03 - Preuve de qualité

Si la conception, le contenu et la facilité technique de votre site Web incitent les utilisateurs à se sentir engagés et à l'aise, et que vos prix et/ou fonctionnalités sont compétitifs, les clients rechercheront généralement une preuve sociale que vous êtes ce que vous prétendez être.

À notre avis, pour toute entreprise, l'une des utilisations les plus efficaces et souvent négligées des médias sociaux est la façon dont ils prouvent aux clients potentiels que vos biens/services en valent la peine. Le prospect recherchera :

### Avis en ligne

Savez-vous où vos clients vous évaluent en ligne ? Vous engagez-vous avec des réponses négatives et encouragez-vous des clients satisfaits à vous évaluer ?

### Discussions positives sur les réseaux sociaux

De vos clients passés / actuels. Êtes vous engagé dans cette activité ?

### Contenu

Cela prouve que vous savez de quoi vous parlez. Écrivez-vous régulièrement des articles de blog et contribuez-vous en tant que source fiable et pertinents dans votre domaine?

### Fiabilité

Les clients regardent la ou les personnes derrière la marque ou l'entreprise pour voir s'ils peuvent s'identifier à eux à un niveau personnel.



# Le parcours d'un prospect type

## 04 - Le client revient sur votre site Web

### Astuce

Le nom de votre marque doit être facilement trouvable sur Google. La plupart des visiteurs récurrents saisiront le nom de votre marque dans Google. Si ce n'est pas le premier résultat, il y aura une méfiance immédiate.

Utilisez de la publicité payante autour de votre nom de marque jusqu'à ce que le référencement de votre nom de marque entre en tête de liste des recherches.

## 05 - La conversion

### Information

Encore faut-il que votre client remplisse un formulaire qui vous donne les informations dont vous avez besoin pour le contacter. Proposez les champs dont vous avez besoin, la règle générale est que moins c'est plus, vous souhaitez peut-être inclure quelques questions plus personnalisées afin de pouvoir créer une intimité immédiate avec votre client.

Par exemple, si vous proposez des cours de yoga : ont-ils une expérience antérieure du yoga ou des blessures dont vous devriez être au courant ? Ce type d'informations vous aidera à effectuer un appel de vente plus efficace et à créer un sentiment de confiance.

### Différence

Les gens sont différents. Certains ne donneront jamais leur numéro de téléphone, donc le chat en direct peut bien fonctionner.

Certains veulent plus d'informations qui prouvent que vous savez de quoi vous parlez, alors produisez peut-être un guide comme celui-ci. Certains veulent parler à quelqu'un immédiatement. Votre numéro de téléphone est-il bien visible ?





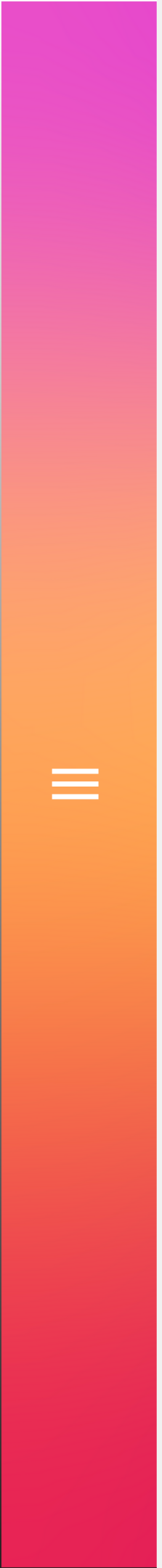
# Le Marketing Digital pour les PME

" Pour réaliser le potentiel énorme du marketing numérique, il faut combiner tous ses segments dans une seule stratégie.

Bien qu'ils puissent travailler indépendamment, leur valeur totale est multipliée par 10 lorsqu'ils sont amenés à travailler ensemble. Comme toute écosphère, elles sont intrinsèquement liées. "

*Par l'auteur : Richard Walton*





**"Avec 15 minutes pour consommer du contenu, les deux tiers des gens préfèrent lire quelque chose de beau et de pertinent plutôt que quelque chose de simple."**

*Adobe*



# Étape 1 - Commencez avec votre site Web



Vous devriez maintenant avoir compris l'importance d'optimiser tous les aspects de votre parcours client.

Avant de vous dire comment être trouvé en ligne, il est essentiel que vous examiniez votre site Web.

Il ne sert à rien de générer beaucoup de trafic et de clients potentiels sur votre site s'il n'est pas optimisé pour convertir ce trafic en clients payants.

**Vous devez:**

- Assurez-vous que votre site Web est optimisé pour les mobiles.
- Assurez-vous que le parcours utilisateur fournit des informations clés.
- Analysez vos meilleures pages de destination : Est-il facile pour les visiteurs d'entrer en contact avec vous ? Qu'est-ce qui les pousse à s'inscrire ? Qu'est-ce qu'ils aiment et n'aiment pas sur votre site ?
- Analysez vos "Appels à l'action" actuels (les moyens par lesquels les visiteurs peuvent vous envoyer leurs informations, c'est-à-dire le formulaire de demande) et examinez en particulier les taux de conversion des différentes sources de trafic et comment vous pouvez les améliorer. Vous devrez utiliser Google Analytics pour comprendre les performances des différents Call To Action. Le secret est de tester, et tester encore jusqu'à ce que vous trouvez la bonne formule.

Notre conseil:

Jetez un œil aux sites Web de vos concurrents.

Vous pouvez toujours trouver quelque chose à apprendre d'eux.





# Étape 1 - Commencez avec votre site Web

- Si nécessaire, créez des pages de destination supplémentaires et installez des « appels à l'action » supplémentaires.
- Motivez vos visiteurs à entrer en contact avec vous. Des cours gratuits, des consultations gratuites, des échantillons gratuits, des livres de recettes gratuits ou un mode de vie sain à télécharger et des webinaires fonctionnent très bien.
- Ensuite, chaque mois, assurez-vous d'ajuster continuellement votre site Web pour l'optimiser en fonction de ce que vous voyez dans les données.

## Outils utiles:

- Configurez Google Analytics sur votre site. Cela vous permet de suivre les performances de votre site Web.
- Assurez-vous que votre site Web est correctement configuré sur la console de recherche Google ( Google Search Console). Parmi de nombreuses fonctionnalités que compose cet outil, cela vous permet de voir si quelque chose ne va pas avec votre site.

**"39 % des personnes cesseront d'interagir avec un site Web si les images ne se chargent pas ou prennent trop de temps à se charger."**

*Adobe*



# SEO

## Le référencement

"La recherche est la première source de trafic vers les sites de contenu, battant les médias sociaux de plus de 300 %.  
75 % des utilisateurs ne défilent jamais au-delà de la première page des résultats de recherche."





# Étape 2 - Comment générer des prospect vers votre site grâce au SEO ?

Si vous ne figurez pas dans le top 10 pour l'un de vos principaux mots clés, vous n'obtiendrez aucun trafic de recherche organique de Google/Bing. Idéalement, vous devez être dans le top 3.

Le SEO est un long parcours, mais c'est vraiment important, voire nécessaire. Vous ne verrez aucun résultat pendant un certain temps mais lorsque vous le ferez, vous obtiendrez des visiteurs et des clients gratuitement.

En tant que tel, pour ceux qui souhaitent réduire leur coût d'acquisition de clients au fil du temps, une campagne de référencement solide est vitale.

## Choix des mots-clés

Si vous avez du mal à être trouvé via la recherche naturelle, un problème courant est la compétitivité des mots-clés que vous avez choisis.

Être trouvé régulièrement pour des mots-clés avec 50 % de volume en moins que votre mot-clé de base idéal est 100 fois mieux que de ne pas être trouvé du tout.

Utilisez un outil de référencement comme SEMrush pour analyser les mots-clés de vos concurrents, où vous vous classez et la difficulté de classement des mots-clés. Nous vous suggérons de commencer avec 5 à 10 mots-clés «de base» si vous débutez dans le référencement.

## Pour commencer avec le SEO,

Nous allons le décomposer en 2 parties: sur Site & Hors-Site.



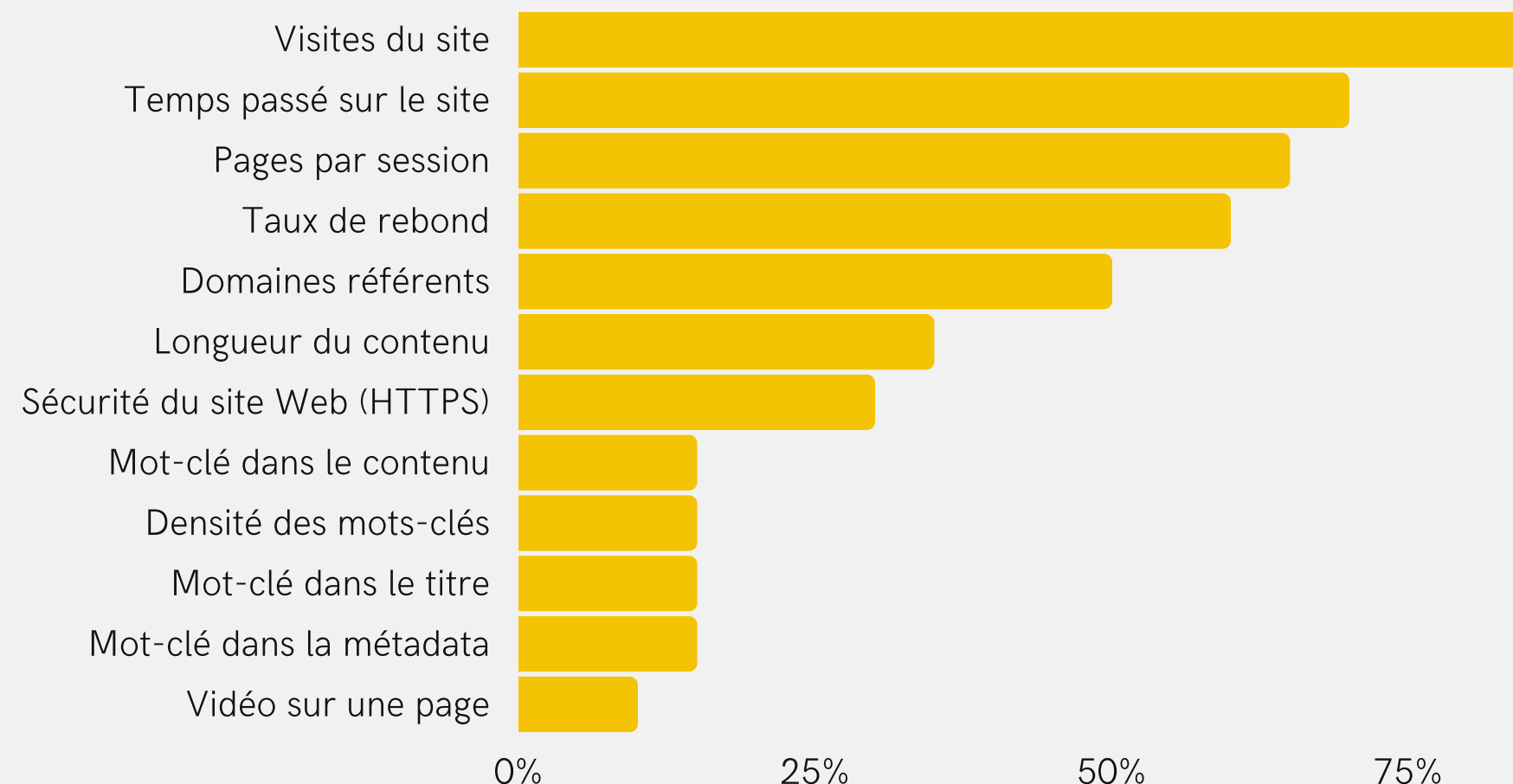


# Référencement sur Site

Les aspects les plus importants pour le référencement sont :

- Le temps que les visiteurs passent sur votre site.
- Pages par session.
- Taux de rebond.

Votre succès dans ces domaines sera lié à la qualité du contenu de votre site Web et à sa relation avec vos sources de trafic.



## Pour améliorer ces domaines critiques du référencement, vous pouvez :

1. Améliorer la pertinence du contenu pour le visiteur. Outre un meilleur contenu informatif, la conception de pages et des liens vers d'autres sources peuvent aider ici. Les blogs et les vidéos sur site peuvent être très utiles pour maintenir l'engagement des visiteurs.
2. Sourcez un meilleur trafic (ce n'est pas toujours la qualité du contenu qui pose problème, mais c'est potentiellement le résultat d'une mauvaise publicité payante et d'autres sources de trafic médiocres).

## SEO technique

Vous devrez presque certainement externaliser cela. Trouvez un expert technique SEO réputé qui peut analyser la structure de votre site Web. Ils rendront compte de choses telles que la qualité des backlinks, le score toxique, la vitesse de chargement de la page, la structure de l'url, les balises H1, etc. Ils devraient également signaler ce qui est critique et quelles sont les meilleures pratiques.



# Référencement hors site

**Cela fait référence à vos efforts loin de votre site Web et encore une fois, il s'agit de contenu, en lien magnifiquement avec une solide stratégie de médias sociaux.**

**Comment commencer:**

- S'engager avec des influenceurs dans les industries du bien-être et de la santé sur les réseaux sociaux.
- Participez à des discussions en ligne pour montrer votre expertise.
- Partagez votre blog et d'autres idées utiles sur les réseaux sociaux.
- Approchez-vous d'autres blogs de bien-être et publications en ligne et proposez d'écrire des articles sur des sujets liés à votre expertise. N'essayez pas de vendre vos services, offrez simplement vos conseils et écrivez des articles utiles qui sont pertinents pour ce blog et son public cible.
- Créez des guides, des livres blancs ou des ressources que les gens voudront peut-être partager et afficher en ligne.

## Astuce

Le point clé à retenir lors de la création de backlinks (liens vers votre site à partir d'autres emplacements) est que votre profil de backlink doit avoir l'air naturel dans la mesure où les gens créent un lien vers votre site parce que c'est une ressource précieuse.

C'est un carton rouge si tous les liens que vous obtenez sont du même type.

Par exemple, si votre profil de backlink montre beaucoup de messages d'invités.

Mélangez toujours une stratégie de backlink avec des citations, des annuaires d'entreprises, des commentaires de blog, des messages de forum, des sites de vidéos et des médias sociaux.

Gardez toujours les pieds sur terre !





# Les recherches payantes

☰  
"Les entreprises gagnent en moyenne 2 USD de revenus pour chaque dollar dépensé dans

AdWords."

*Google*

"92 % des spécialistes du marketing font de la publicité sur Facebook."

*Socialbakers*





# Comment générer des prospects vers votre site ?

## - Les recherches payantes

### Types de recherche payante

Votre première question va sans doute être : Sur quelle plateforme dois-je concentrer mon budget ? Il est presque impossible de connaître la réponse à l'avance, donc les tests sont une exigence pour quiconque dépense de l'argent sur la recherche payante/sociale.

### Commençons par les quatre grands :

#### 1. Google

- Recherche : cela vous permet de placer des annonces sur Google, ciblées sur les services/produits exacts que les internautes recherchent.
- Semblable à la recherche, mais avec des partenaires Google.
- Retargeting : place des publicités devant les personnes qui ont visité votre site dans le passé. Cela peut être une stratégie très efficace à faible coût.

#### 2. Facebook

Généralement beaucoup moins cher que Google, Facebook vous permet de cibler les clients en fonction de la composition démographique et des intérêts. La plus grande différence avec la publicité payante de Google est que les taux de conversion des prospects sont généralement plus faibles, car le spectateur ne cherche pas toujours à acheter comme l'utilisateur de Google, mais le CPC (coût par clic) inférieur compense normalement cela avec Google.

L'une des meilleures choses à propos de Facebook est que vous pouvez ajouter des images et des vidéos à vos publicités, donc même si les gens ne cliquent pas dessus, vous bénéficiez d'une grande visibilité gratuitement.

### Astuce

Si vous savez exactement quel est votre marché cible, cette plate-forme peut être extrêmement puissante.

Si vous souhaitez commencer à générer des clients immédiatement, vous devez effectuer une recherche payante.

Tout simplement, il n'existe aucune autre stratégie de marketing en ligne qui commencera immédiatement à attirer les clients sur votre site.

**"Les utilisateurs qui sont reciblés sont 70 % plus susceptibles de convertir."**

*Hubspot*





# Comment générer des prospects vers votre site ?

## - Les recherches payantes



### Astuce

Si vous diffusez des annonces Google, vous devez les répliquer sur la plate-forme Bing. Bien que Bing ait une portée beaucoup plus faible que Google, il fonctionne généralement aussi bien, sinon mieux et pour un CPC inférieur.

**"Les meilleures publicités Facebook semblent et se sentent aussi pertinentes et opportunes dans votre fil d'actualité que les publications que vous voyez de vos amis."**

*CISCION*

### 3. LinkedIn

Si vous ciblez des entreprises et vendez des services professionnels, LinkedIn est l'endroit où vous devez être. Comme Facebook, il est essentiel de savoir exactement qui est votre client « idéal ».

*Remarque : Il a le CPC (Coût par Clic) le plus élevé de toutes les plateformes de médias sociaux.*

### 4. Instagram

Propriété de Facebook, vous pouvez diffuser des publicités Instagram à partir de votre gestionnaire de publicités Facebook. Bien que relativement nouveau, il connaît une croissance rapide en termes de dépenses publicitaires. Les dernières recherches de Forrester ont montré que les consommateurs sont 58 fois plus susceptibles d'interagir avec du contenu de marque sur Instagram par rapport à Facebook et 120 fois plus que sur Twitter.

*Conseil : Si vous savez exactement qui vous ciblez, cette plateforme peut être extrêmement puissante.*

### 5. Autres : Bing, Twitter, Quora, Pinterest, Snapchat

Selon votre créneau et votre budget, ces plateformes peuvent également avoir un rôle à jouer. Faites vos recherches et testez avec de petits budgets pour voir ce qui vous convient le mieux.

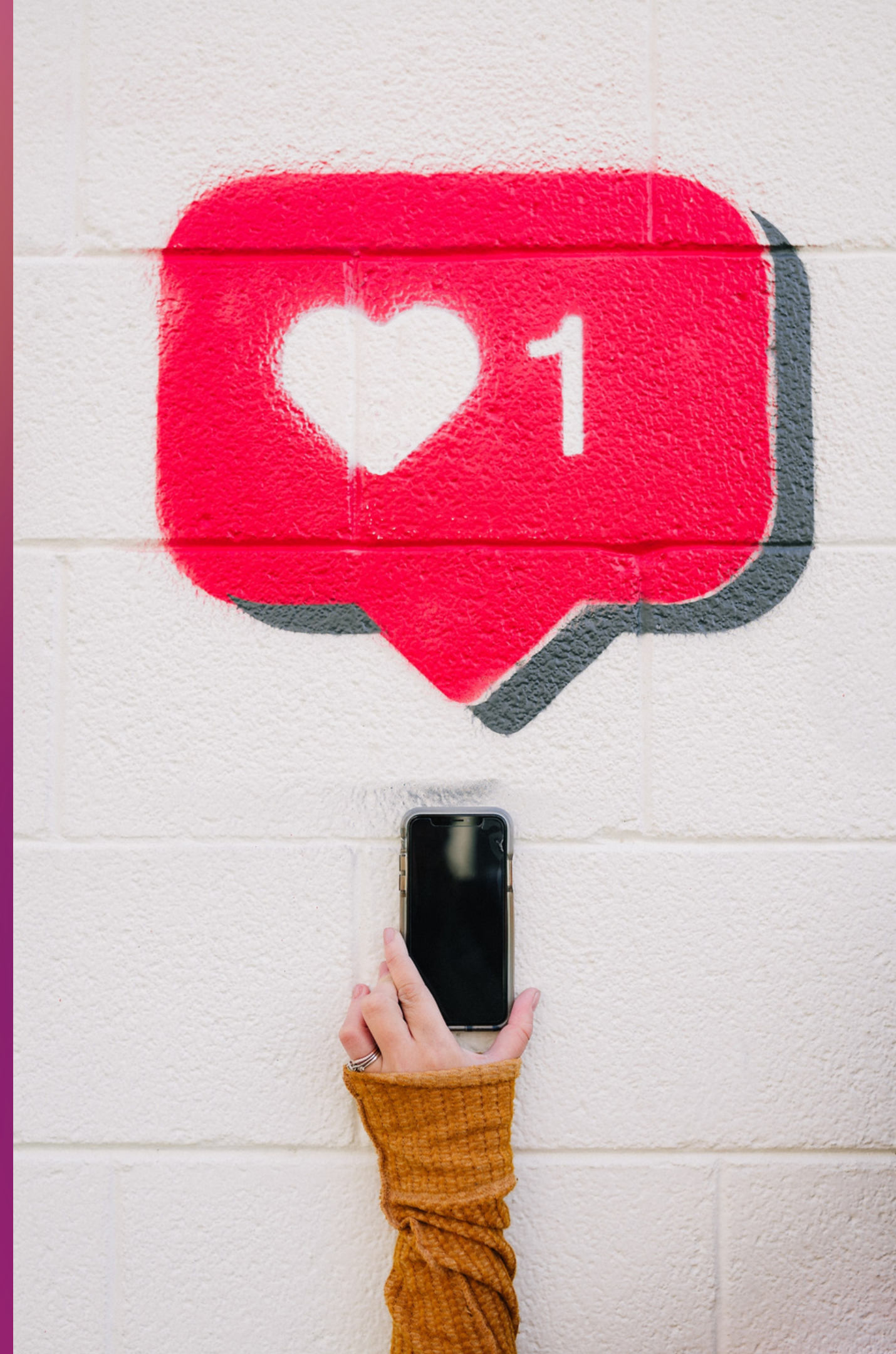
*Conseil : Si vous savez exactement qui est votre marché cible, cette plateforme peut être extrêmement puissante.*



# Réseaux sociaux

"Lire ou écrire des critiques et des commentaires sur les réseaux sociaux influencera le comportement d'achat de 67 % des consommateurs."

*PwC*





# Comment générer des prospects sur votre site - réseaux sociaux

## Pourquoi avez-vous besoin des médias sociaux

### Confiance

Un compte de médias sociaux bien géré avec engagement et une communauté active contribuent grandement à gagner la confiance des clients potentiels dans votre marque. Cela peut faire toute la différence entre choisir de partir avec vous ou un concurrent.

### SEO

Les médias sociaux jouent un rôle clé dans la construction de votre présence naturelle en ligne, le référencement. Google suit le nombre de vos abonnés, partages, engagement et bien plus encore.

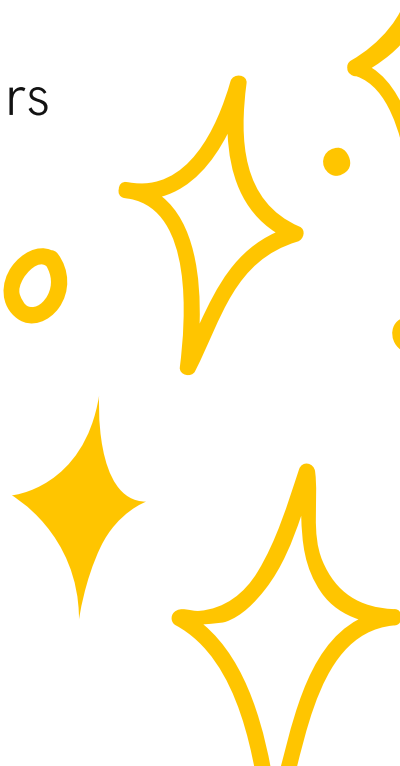
La publicité payante sur les plateformes de médias sociaux comme Facebook et LinkedIn peut avoir d'excellents résultats pour vous attirer de nouveaux clients, mais vous avez besoin d'une plateforme de médias sociaux active pour commencer !

### Communauté

Sans les médias sociaux, vous n'avez pas d'endroit où dialoguer avec vos clients fidèles et les fans de la marque. Ces ambassadeurs jouent un rôle essentiel en vous aidant à diffuser le message de votre entreprise, à convertir les visiteurs de votre site Web, à partager du contenu et bien plus encore.

### Portée

Selon une étude réalisée par Global Web Index, un tiers du temps que les gens passent en ligne est consacré aux réseaux sociaux. Les médias sociaux sont un moyen de parler à vos clients sur une plateforme qu'ils choisissent de fréquenter, ce qui signifie qu'ils sont engagés et attentifs.





# Meilleure pratique des médias sociaux

## 1. Trop d'entreprises ont trop de canaux de médias sociaux.

Il vaut mieux faire un ou deux canaux vraiment très bien que 5 mal. Moins est plus.

## 2. Soyez ouvert avec vos clients

Racontez votre histoire et pourquoi vous avez décidé de démarrer votre entreprise. C'est beaucoup plus intéressant d'être authentique et les clients répondront bien à votre honnêteté.

## 3. Un bon contenu prend du temps, alors réutilisez-le.

Coupez-le et republiez des extraits de vos meilleurs blogs.

## 4. Soyez bref

"Les tweets contenant moins de 100 caractères reçoivent un engagement 17 % plus élevé que les tweets plus longs."

## 5. Participez aux discussions

N'ayez pas peur de partager vos opinions.

## 6. Répondez aux commentaires positifs et négatifs.

Si vous ouvrez de temps en temps votre entreprise et vous-même, vous obtiendrez des commentaires négatifs. Répondez-y et écoutez. La recherche a montré qu'il est en fait préférable d'avoir quelques critiques négatives avec des commentaires de l'entreprise/du propriétaire plutôt que des critiques positives. Tout le monde sait que de mauvaises choses arrivent parfois.

## 7. Ajouter de la valeur

Vous devez donner à votre public une raison de vous suivre ou de dialoguer avec vous en ligne. Offrez de la valeur grâce à un contenu qui leur apprend quelque chose, les divertit ou inclut des informations exclusives sur la marque ou des promotions telles que des échantillons gratuits ou des vidéos de fitness. Le public ne veut pas être constamment bombardé de publicités, il veut recevoir un contenu pertinent et bénéfique.



### Conseil

il n'y a qu'une chose pire que de ne pas être sur les réseaux sociaux, c'est un compte sur un réseau sociaux mal géré et rarement mis à jour. Si vous êtes dans ce cas précis, supprimez dès maintenant vos réseaux sociaux de vos efforts de marketing numérique.



# Meilleure pratique des médias sociaux

Nous espérons que vous commencez à comprendre la valeur de la combinaison du référencement, de l'optimisation du site Web, de la recherche payante et des médias sociaux.

Voici un bref récapitulatif :

## 1. La qualité de la gestion de la publicité payante affecte le référencement.

Fait correctement, le trafic de recherche payant augmente la qualité des visiteurs de votre site, ce qui affecte à son tour votre taux de rebond et le temps passé sur votre site, qui sont les deux déterminants les plus importants du référencement. Source : Facteurs de classement SEMrush 2017.

## 2. La qualité des médias sociaux et du contenu a un impact sur le SEO

En fournissant du contenu à d'autres sites Web à lier et à partager. Cela assiste également les conversions de sites Web en créant un sentiment de confiance et permet une « épreuve sociale ».

Les preuves sociales engagent vos clients en ligne à soutenir et à « vendre » votre produit ou vos services pour vous.

## 3. La gestion de la conversion du site Web

La gestion du contenu de la page réduisent vos coûts de recherche payante et votre CPA (coût par acquisition).

## Le pouvoir de la combinaison

Ensemble, nous sommes plus grands que la somme de nos parties.

"Lorsque les médias sociaux font partie du parcours de leur acheteur, les clients ont tendance à convertir à un taux 129 % plus élevé. Ils sont également quatre fois plus susceptibles de dépenser beaucoup plus que ceux sans composante sociale. » *Deloitte*



### Besoin d'aide?

Citez «Aide SEO» et obtenez 25% de réduction sur notre forfait de croissance SEO de votre premier mois avec les Wonder Ones.

<https://www.wonder-ones.com/contact>

# Les mesures d'analyse

Il y a BEAUCOUP de choses que vous pouvez analyser, mais voici quelques éléments clés pour vous aider à démarrer :

## 1. Site Web

- Taux de rebond.
- Temps sur site.
- Pages visitées par session.
- Conversions d'objectifs.

Outil : Google Analytics

## 2. Référencement SEO

- Suivi de position pour vos 5 premiers mots-clés par rapport à vos concurrents.
- Croissance organique du trafic.
- Croissance des backlinks.
- Santé du site Web.

Outils : SEMrush, Google Search Console



### Besoin d'aide?

Citez «Aide SEO» et obtenez 25% de réduction sur notre forfait de croissance SEO de votre premier mois avec les Wonder Ones.

<https://www.wonder-ones.com/contact>



# Les mesures d'analyse

## Conseil

Si vous diffusez des annonces Google, vous devez les répliquer sur la plate-forme Bing. Bien que Bing ait une portée beaucoup plus faible que Google, il fonctionne généralement aussi bien, sinon mieux et pour un CPC inférieur.

## 3. Médias sociaux

- L'engagement est la mesure clé. L'engagement mesure le nombre de likes, de partages et de commentaires que vos mises à jour sociales reçoivent.
- Leads - combien de leads vers votre site vos réseaux sociaux génèrent-ils ?
- Part de voix : par rapport aux concurrents directs, quelle est la force de la présence de votre marque ? sur les réseaux sociaux ? Votre entreprise est-elle en tête des audiences sur les réseaux sociaux ?

Outils : Hootsuite, Canva

## 4. CPC (Coût par Clic)

- Taux de clics (CTR) - Le CTR est une mesure de l'efficacité de vos annonces.
- Taux de conversion - Combien de personnes qui cliquent, remplissent un CTA sur votre site ?
- Coût par acquisition (CPA) : combien de vos annonces sont converties en clients payants ? Peut tu te permettre de payer ce tarif ?
- Coût par clic (CPC) - prix payé pour chaque clic sur une annonce.
- Niveau de qualité : plus la qualité d'un mot clé est élevée, plus son coût par clic (CPC) est bas et meilleure est la position de son annonce.

Outils : Éditeur Adwords





# Check-List par ordre de priorité

1. Exécutez un audit SEO technique.
2. Optimisez votre site Web.
3. Installez-vous sur Google Analytics et une plate-forme de surveillance du référencement et des médias sociaux.
4. Choisissez vos mots-clés - Choisissez-en 5 à 10 et concentrez-vous sur eux.
5. Lancez la publicité payante de marque.
6. Créez un blog et incluez vos mots-clés principaux uniquement lorsque cela est pertinent.
7. Choisissez 1 ou 2 comptes de médias sociaux et engagez-vous et publiez régulièrement. Moins est plus!
8. Encouragez vos clients à rédiger des avis et à parler à des clients potentiels en ligne. Remerciez les personnes qui prennent le temps de donner leur avis !
9. Lancez la publicité payante sur Google et les réseaux sociaux. Commencez petit, testez, optimisez et développez.
10. Interagissez avec les influenceurs de votre secteur sur les réseaux sociaux.
11. Participez à des discussions en ligne pour montrer votre expertise.
12. Devenez un contributeur régulier sur les sites Web invités, les blogs et les publications de l'industrie.
13. Mesurez-le.
14. Suivez vos progrès, semaine après semaine, mois après mois.



## Besoin d'aide?

Citez «Aide SEO» et obtenez 25% de réduction sur notre forfait de croissance SEO de votre premier mois avec les Wonder Ones.

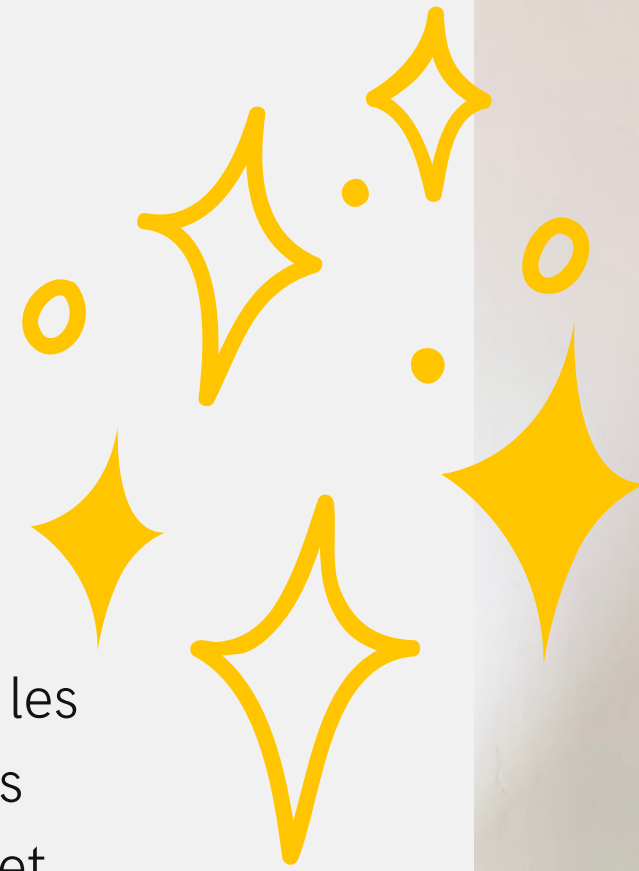
<https://www.wonder-ones.com/contact>



# Pour conclure

Soyez patient, il faudra un certain temps pour bien faire les choses, mais si vous vous en tenez aux principes énoncés dans ce guide, mesurez vos résultats, testez et mesurez et testez à nouveau.

**Vous en récolterez les bénéfices !**





# Approfondissez vos connaissances



Nous produisons régulièrement des articles sur notre blog intitulé " Le Coin des Audacieux", des tutoriels et des guides sur la façon d'en faire plus afin d'améliorer votre site Web.

<https://www.wonder-ones.com/blog>

SEO

---

Web Design

---

Réseaux Sociaux

---

Stratégie Digitale