

12 Étapes

Pour réussir votre Stratégie Marketing sur internet



Des conseils durables pour vous aider à être prêt en temps de crise



Tous droits de reproduction, d'adaptation et de traduction, intégrale ou partielle sont illégale dans tous les pays.

L'auteur et l'éditeur sont les seuls propriétaires des droits de ventes et responsables du contenu de ce livre.

Il est strictement interdit de faire des copies ou reproductions destinées à une utilisation collective.

Toute représentation ou reproduction intégrale ou partielle fait par quelque procédé que ce soit, sans le consentement de l'auteur est illicite et constitue une contrefaçon.

L'éditeur ne sera pas responsable des pertes ou dommages de toute nature subis par le lecteur, qu'ils soient directement ou indirectement liés à l'utilisation des informations contenues dans cette formation.

Cette formation n'est pas destinée à être utilisé comme source de conseils juridiques, commerciaux, comptables ou financiers.



PUBLILUX

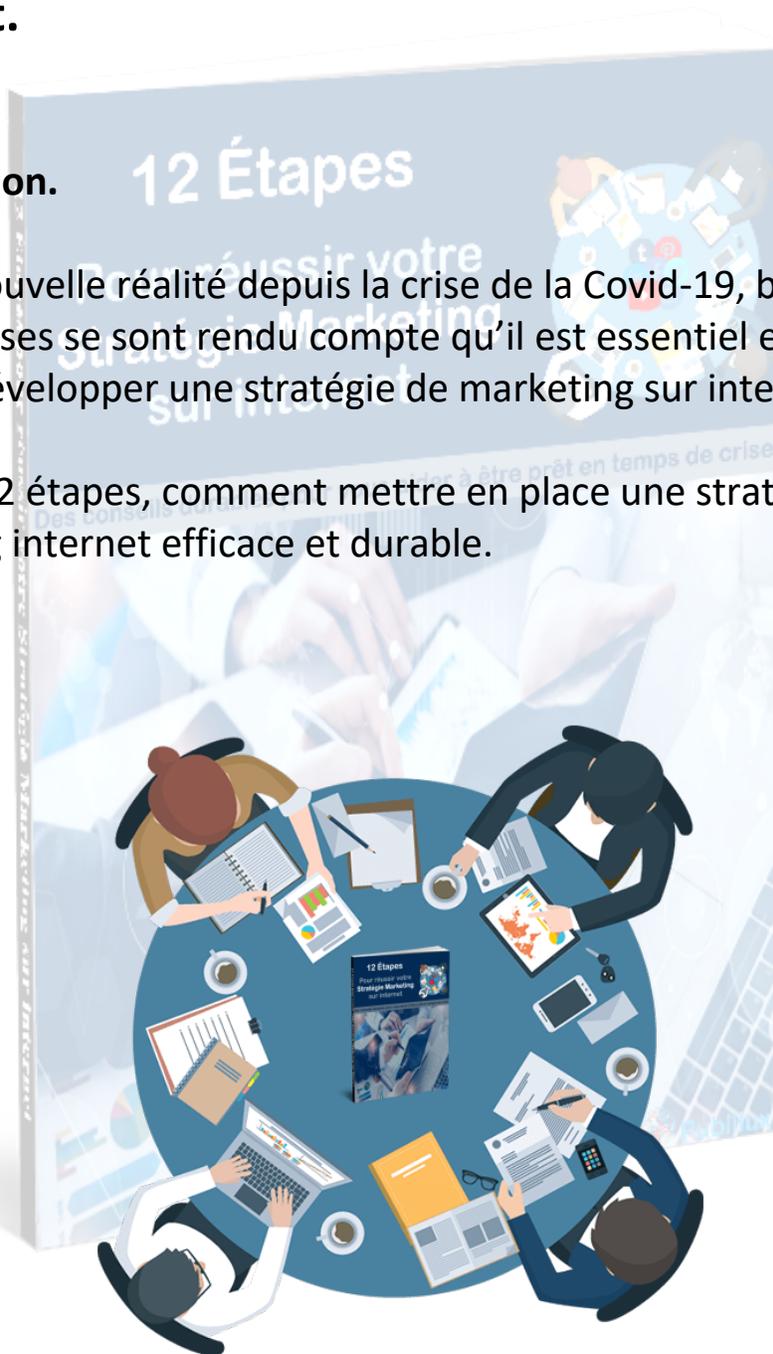
www.publilux.com

12 Étapes pour réussir votre stratégie marketing sur internet.

Introduction.

Avec la nouvelle réalité depuis la crise de la Covid-19, beaucoup d'entreprises se sont rendu compte qu'il est essentiel et même vital de développer une stratégie de marketing sur internet.

Voici en 12 étapes, comment mettre en place une stratégie en marketing internet efficace et durable.



Étape numéro 1, Apprenez à vous adapter.

Adaptez-vous aux dernières tendances. N'ayez pas peur d'essayer les nouveaux outils et les plates-formes de marketing.

Peu importe si vous échouez dans vos premières tentatives, apprenez de vos erreurs et corrigez le tir.

Trouvez un moyen d'utiliser les dernières plateformes de tendances à votre avantage et à celui de vos clients.



Étape numéro 2, Ne comptez pas sur un seul canal.

Ne mettez jamais tous vos œufs dans le même panier.
Et ne soyez pas trop à l'aise.

Ce qui fonctionne aujourd'hui, risque d'être désuets demain.
Gardez l'esprit ouvert et passez aux plates-formes les plus récentes utilisées par votre public cible.

Si cela fonctionne pour eux ça devrait fonctionner pour vous aussi.

En même temps, n'ayez pas peur d'abandonner ce qui ne vous rapporte aucun retour sur investissement.

Utilisez plusieurs canaux de marketing pour attirer l'attention de vos clients.

Utilisez le courrier électronique, les réseaux sociaux, les applications mobiles et tout ce qu'il faut pour offrir de la valeur et fidéliser et atteindre vos objectifs commerciaux.



Étape numéro 3, Construisez des fans fidèles sur votre propre propriété.

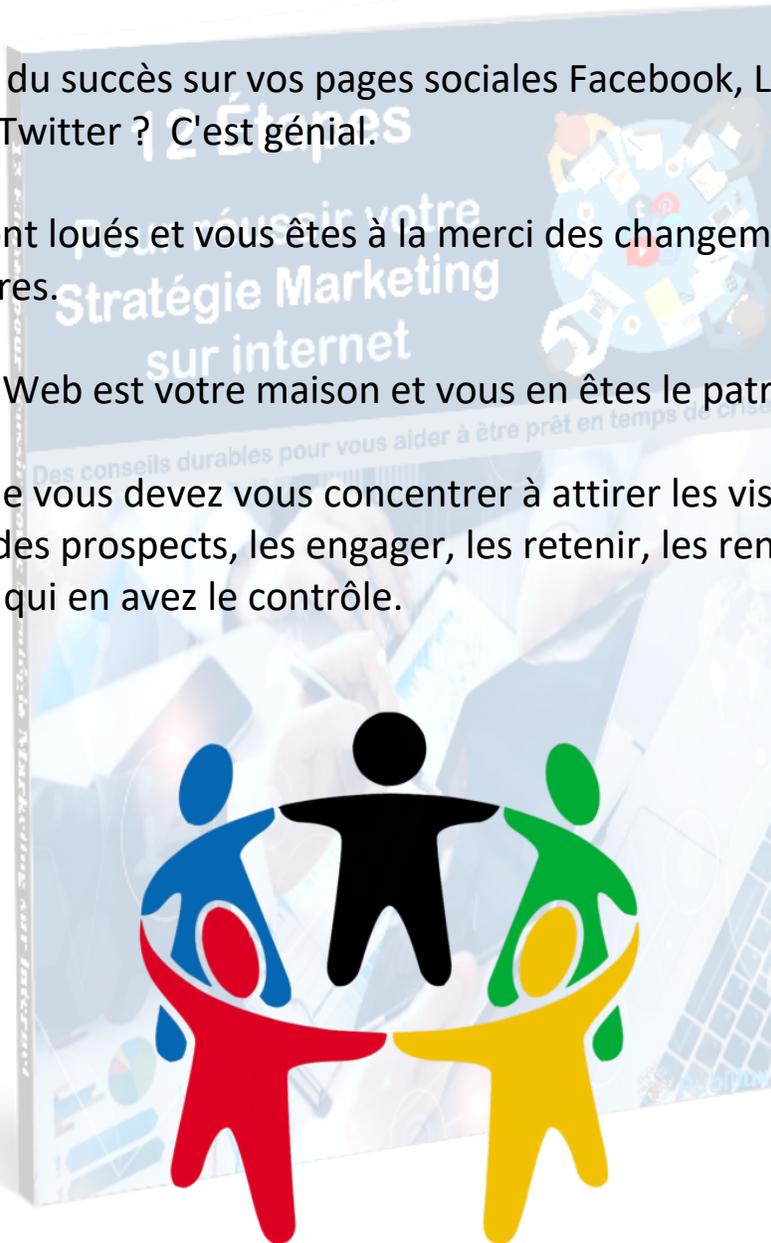
N'oubliez pas qu'il y a une différence entre un lieu loué et une maison.

Vous avez du succès sur vos pages sociales Facebook, LinkedIn, YouTube, Twitter ? C'est génial.

Mais ils sont loués et vous êtes à la merci des changements et des propriétaires.

Votre site Web est votre maison et vous en êtes le patron.

C'est là que vous devez vous concentrer à attirer les visiteurs, convertir des prospects, les engager, les retenir, les renseigner car c'est vous qui en avez le contrôle.



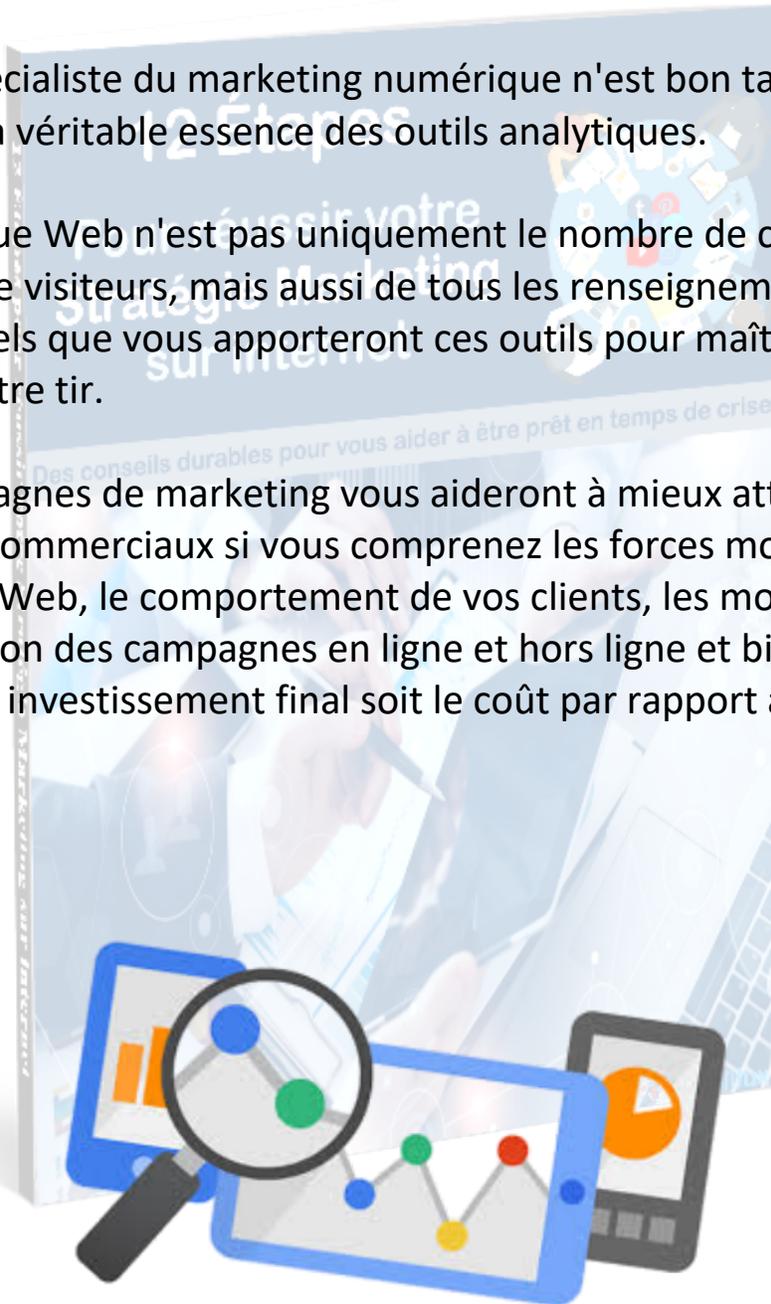
Étape numéro 4, Construisez vos plans et stratégies en marketing avec des données solides.

Adoptez et étudiez les outils d'analyse Web pour qu'ils deviennent vos meilleurs amis.

Aucun spécialiste du marketing numérique n'est bon tant qu'il n'a pas saisi la véritable essence des outils analytiques.

L'analytique Web n'est pas uniquement le nombre de clics et le nombre de visiteurs, mais aussi de tous les renseignements additionnels que vous apporteront ces outils pour maîtriser et ajuster votre tir.

Vos campagnes de marketing vous aideront à mieux atteindre vos objectifs commerciaux si vous comprenez les forces motrices de votre site Web, le comportement de vos clients, les modèles d'acquisition des campagnes en ligne et hors ligne et bien sûr le retour sur investissement final soit le coût par rapport aux revenus.



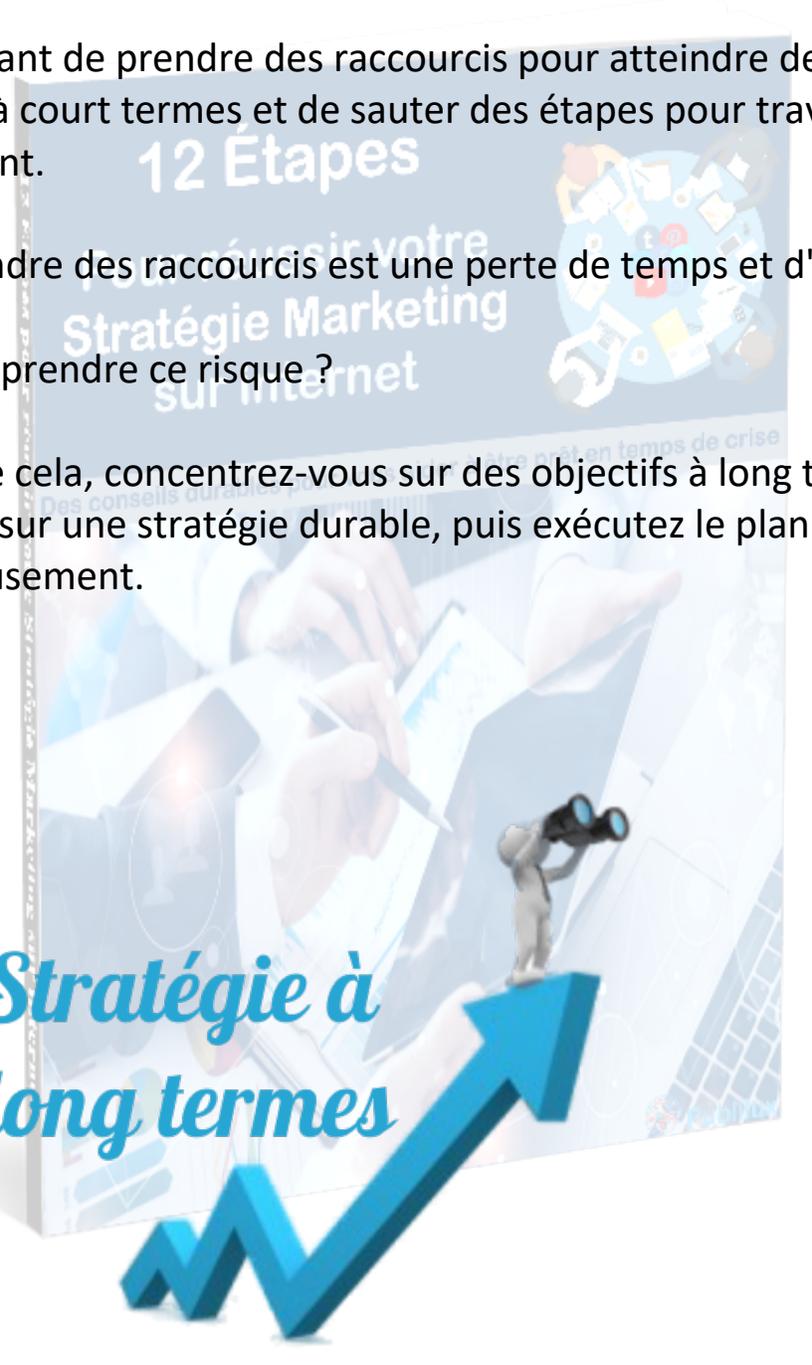
Étape numéro 5, Investissez sur des stratégies à long termes.

Il est tentant de prendre des raccourcis pour atteindre des objectifs à court termes et de sauter des étapes pour travailler rapidement.

Mais prendre des raccourcis est une perte de temps et d'argent.

Pourquoi prendre ce risque ?

Au lieu de cela, concentrez-vous sur des objectifs à long terme, travaillez sur une stratégie durable, puis exécutez le plan méticuleusement.



*Stratégie à
long termes*

Étape numéro 6, Montrez leur le chemin et faites leur confiance.

La meilleure façon de former les autres est de se salir aussi les mains.

Faites des erreurs, essayer des concepts, des technologies ou des stratégies, apprenez de vos erreurs et ne les répéter pas.

Montrez à votre équipe ce qui est possible, définissez les normes et votre vision, puis laissez-les ensuite les mettre en pratique.

Ne vous ingérez pas, et ne ruinez pas l'innovation qui pourrait découler de leur liberté professionnelle.

Après cela, tous ensemble vous faite une séance de brand storming et définissez la stratégie finale.



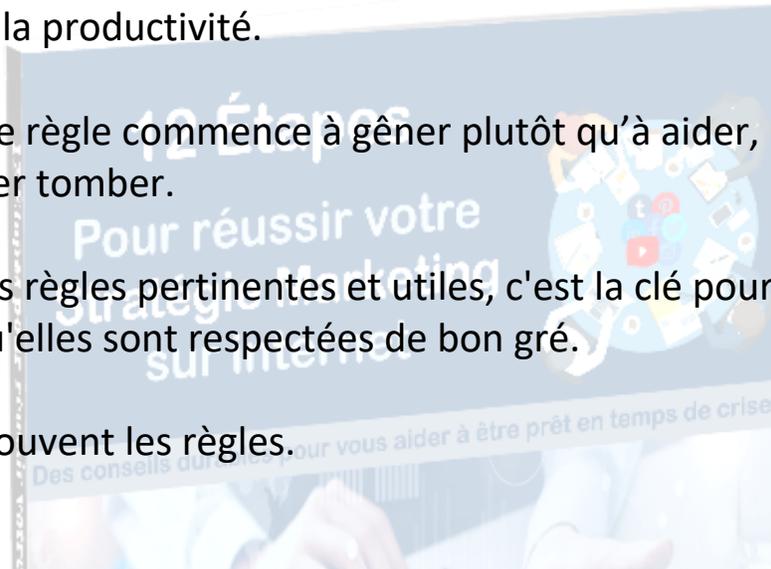
Étape numéro 7, Soyez flexible avec vos règles.

Les règles sont conçues pour améliorer les performances, et améliorer la productivité.

Lorsqu'une règle commence à gêner plutôt qu'à aider, il est temps de la laisser tomber.

Gardez vos règles pertinentes et utiles, c'est la clé pour vous assurer qu'elles sont respectées de bon gré.

Revoyez souvent les règles.



Étape numéro 8, Soyez un bon communicateur.

Il est extrêmement important pour les spécialistes du marketing de bien communiquer.

Peu importe qu'il s'agisse d'une communication interne ou externe, comme les courriels, téléconférence, et les réunions.

Les spécialistes du marketing doivent savoir comment communiquer clairement et de manière globale.

Si la communication est votre faiblesse, suivez un cour, trouvez un mentor, lisez des livres d'auto-assistances, pratiquez en privé, ou devant vos amis, faites tout ce qu'il faut pour vous améliorer.



Étape numéro 9, Soyez professionnel.

Assurez-vous que vos sites web et vos pages sur les médias sociaux aillent un aspect professionnel, et qu'ils présentent des images attrayantes de vos produits, des descriptions claires et une interface conviviale pour que les visiteurs puissent facilement trouver ce qu'ils cherchent.



Étape numéro 10, Adoptez une nouvelle approche de marketing.

Le marketing sur Internet est différent des autres formes de publicité.

En fait, le marketing agressif traditionnel peut souvent rebuter les internautes.

Adoptez plutôt une approche de vente discrète, particulièrement pour vos messages dans les médias sociaux.

Offrez du contenu intéressant, amusant et éducatif auquel vous pouvez intégrer occasionnellement des messages de marketing direct.

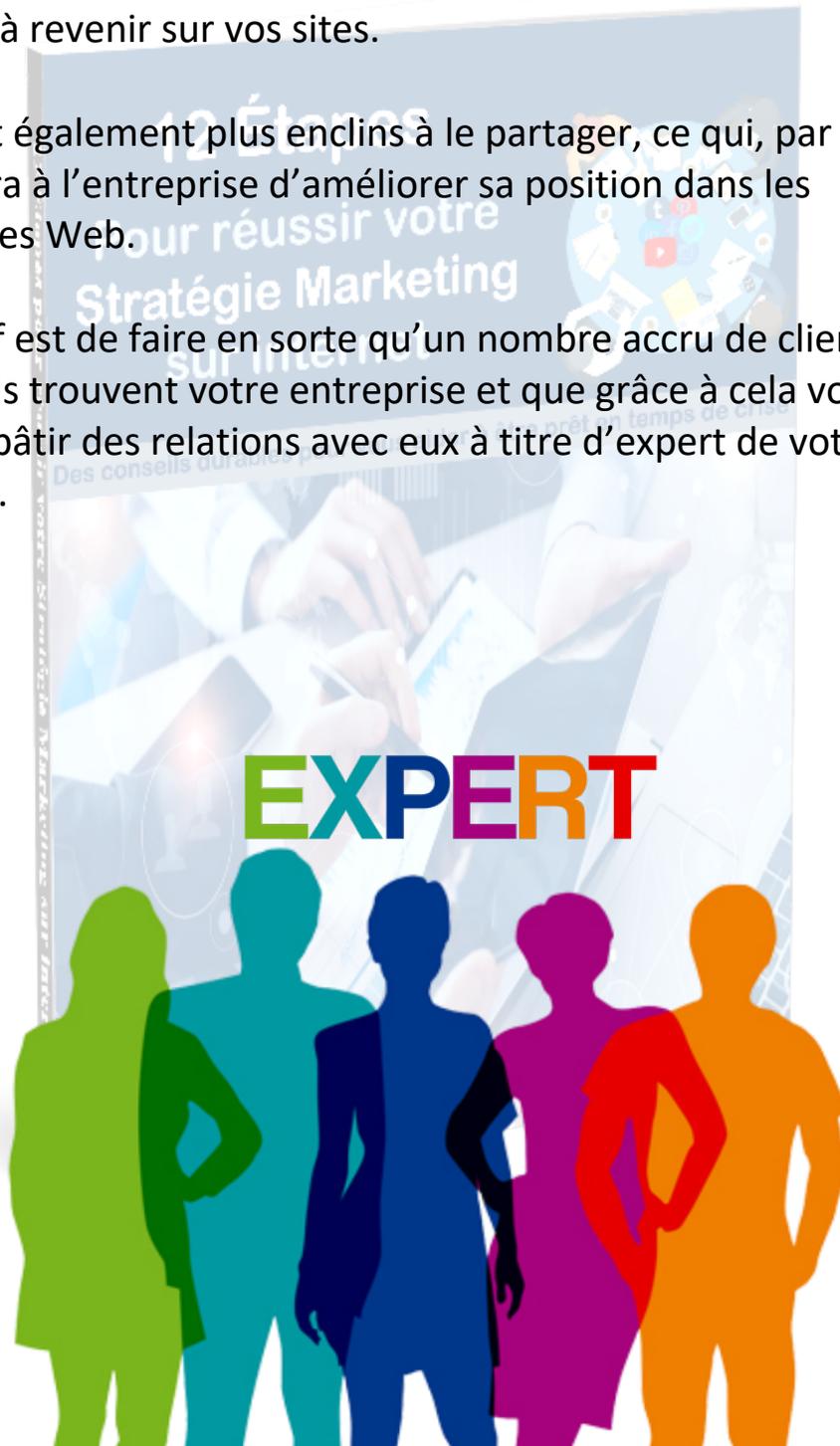


Étape numéro 11, Positionnez-vous en tant qu'expert dans votre domaine.

Du contenu intéressant et mis à jour régulièrement encourage les visiteurs à revenir sur vos sites.

Ils seront également plus enclins à le partager, ce qui, par ricochet permettra à l'entreprise d'améliorer sa position dans les recherches Web.

L'objectif est de faire en sorte qu'un nombre accru de clients potentiels trouvent votre entreprise et que grâce à cela vous puissiez bâtir des relations avec eux à titre d'expert de votre domaine.



Étape Numéro 12, Soyez utile et démarquez-vous.

Trouvez des façons d'être utile à vos visiteurs Internet pour augmenter les chances qu'ils se transforment en clients payants.

Soyez amusant et imaginatif. Démarquez-vous.

De plus, gardez l'œil ouvert pour dénicher du contenu de qualité élaboré par des tiers que vous pouvez lier à votre site.

Si vous avez un site de commerce électronique, vous pouvez présenter des liens vers du contenu à valeur ajoutée quand les clients ouvrent une session.



Conclusion

Les ventes et le marketing en ligne ont permis à des entreprises d'atteindre de nouveaux sommets.

Ça pourrait être également le cas pour votre entreprise. Il suffit d'élaborer et de mettre en œuvre le bon plan de match en matière de marketing en ligne, et au besoin de demander de l'aide à des professionnels.

Nous vous souhaitons un grand succès en marketing internet.

