

Webmarketing Conseil - Rudy Viard

Le Guide Marketing : Créer du Trafic



Créer du trafic : le Guide Complet.
Tous les tutoriels pour créer du trafic
sur votre site et augmenter le nombre
de vos visiteurs.

made with
Beacon

Table des matières

1. Comment Définir sa Stratégie Internet ?
2. Trafic Gratuit vs Trafic Payant : Quel Trafic Choisir ?
3. Le Guide Complet du Référencement sur Google
4. Les 12 Clés pour Augmenter le Trafic de mon Blog
5. Comment Créer du Trafic avec votre Blog ?
6. Comment Créer du Trafic grâce à vos Contenus ?
7. Comment Créer un Article de Blog de Qualité ?
8. Pourquoi Personne ne Partage votre Contenu ? (et comment le rendre enfin intéressant)
9. Quels Contenus pour 4x Plus de Partages et de Liens ?
10. 10 Stratégies pour Augmenter le Trafic de votre Blog de 372%

11. Comment Augmenter mon Trafic ?

12. Comment Augmenter votre Trafic de 15% en 48 heures ?

13. Le Guide Complet du Marketing sur les Réseaux Sociaux

14. Comment Créer 1500% de Trafic en plus grâce à Facebook

15. Un Guide Compréhensif pour Avoir plus de Trafic avec Twitter

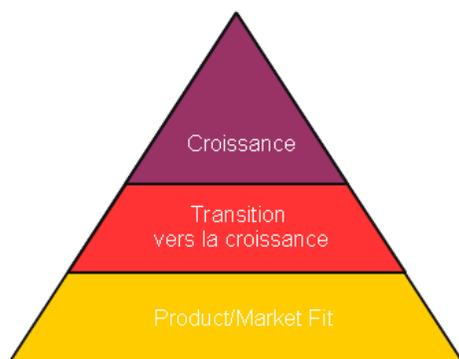
16. Le Guide de la Publicité sur Internet

17. Vous voulez aller plus loin ?

Comment Définir sa Stratégie Internet ?

Comment définir votre stratégie Internet ? Comment mettre en place une stratégie marketing efficace sur Internet ? Comment tirer au mieux parti des possibilités offertes par Internet ? Comment trouver des clients sur Internet ?

Qu'est-ce qu'une stratégie Internet ?



Une stratégie Internet réussie doit permettre de contribuer aux objectifs fixés par votre business plan. Ce qui signifie que "créer une page Facebook", "ouvrir un compte Twitter" ou "tenir un blog" n'est pas une stratégie.

Au mieux, ce sont des éléments d'une stratégie ou une tactique. Une stratégie web est donc la déclinaison de votre stratégie globale d'entreprise ou de marque (et parfois pour une start-up ou une application mobile, la stratégie en ligne fait office de stratégie tout court). Tout le monde suit, on continue ?

Une fois que la stratégie est griffonnée sur un coin de table, il ne reste plus qu'à la mettre en place. C'est ce que nous verrons juste après.

Définir une stratégie sur Internet

Pour contribuer aux objectifs globaux de votre entreprise, commencez par définir un nombre limité d'objectifs pour le web.

1. Définir votre cible :

Ne pas définir de cible précise revient à tirer au jugé en espérant qu'un de vos obus touchera sa cible. Cibler et segmenter vous permettra de ne pas dilapider votre budget inutilement. Qui sont vos clients ?

Pour aller au-delà du concept souvent flou de cible ("les femmes de 25 à 30 ans", "les créateurs d'entreprises", "les CSP+"), prenez le temps de définir des "personas". Les "personas" sont les caractéristiques démographiques et comportementales de vos clients.

Pour définir vos personas :

1. Commencez par définir le statut de votre client type et de sa position au sein de la famille (ex : mère de famille, père, fille, fils...) ou de l'entreprise cible (ex : responsable RH, directeur marketing, community manager...)
2. Donnez un nom, un âge, niveau d'étude, une ville d'origine à votre persona

Cette tâche qui semble inutile au premier abord permettra pourtant de décliner toute votre stratégie en fonction de ces 1, 2 ou 3 personas clé du design de votre site, son ambiance, jusqu'au vocabulaire utilisé dans vos messages marketing.

Cibler et segmenter encore une fois permet de ne pas dépenser inutilement votre budget. Exemple : en écrivant 2 articles sur "Comment les banques gèrent-elles leur community management ?" puis "Comment les assurances gèrent-elles leur community management ?" plutôt qu'un article sur "Les bonnes pratiques du community management, vous aurez plus de chance d'être **1er sur Google sur ces mots-clés spécifiques** et vous adresserez directement les community managers et directeurs marketing de ces deux secteurs économiques.

2. Définir votre objectif :

Pourquoi souhaitez-vous investir sur Internet ?

1. Pour gagner en visibilité ? Pour travailler des points précis de votre notoriété et transmettre des valeurs (ex : proximité, innovation...) ?

2. Parce que vos concurrents ont pris une longueur d'avance ? Pour occuper le terrain et empêcher vos concurrents d'entrer sur le marché ?
3. Pour créer du trafic sur votre site web ? Vers votre blog ? Vers votre boutique ? Vers votre application mobile ?
4. Pour générer des leads, des contacts chauds à rappeler ?
5. Pour acquérir de nouveaux clients ? Clients B2B ? Clients B2C ? De nouveaux utilisateurs et des membres actifs ?
6. Pour entretenir la relation avec des clients existants ? Pour fidéliser vos clients ?
7. Pour être en capacité d'anticiper des crises ?
8. Pour gérer votre SAV en ligne et alléger le travail de votre service client ?

Internet est un puits sans fond dans lequel il est facile de se noyer (c'est ce que je fais régulièrement jusqu'à ce que je relise la liste de mes objectifs). Une équipe marketing peut tout à fait passer sa vie à mettre en place des actions sans atteindre le moindre objectif malgré des budgets importants. Griffonnez vos 2 voire 3 objectifs sur un papier. Ils guideront chacun de vos choix pour la suite.

Définir des objectifs clairs et partagés avec vos équipes vous aidera d'une part à faire comprendre vos choix lorsqu'il faudra trancher mais aussi et surtout à ce **que chaque euro dépensé le soit pour la réalisation de vos objectifs.**

- Ferez-vous le choix du référencement avec des fruits à long terme ou de la publicité en ligne avec un Retour sur Investissement immédiat ?
 - Souhaiterez-vous mettre en place une stratégie de contenus ou mettrez-vous en place un programme d'affiliation ?
 - Mettrez-vous en place une stratégie d'acquisition d'emails ou passerez-vous par les réseaux sociaux ?
 - S'agira-t-il d'**augmenter le nombre de vos followers sur Twitter** pour initier une stratégie de contenu de marque ou pour cibler précisément des influenceurs et soutenir votre stratégie de Relation Presse ? Favoriserez-vous les publicités Facebook ou **l'acquisition de fans** pour réunir une communauté de fans de votre marque ?
- Ou peut-être préférerez-vous sonder le **potentiel marketing de réseau sociaux** moins populaires mais prometteurs tels que **Google Plus** ou **Pinterest** ?

Tous ces choix vous reviennent mais devront correspondre aux objectifs que

vous vous êtes fixés.

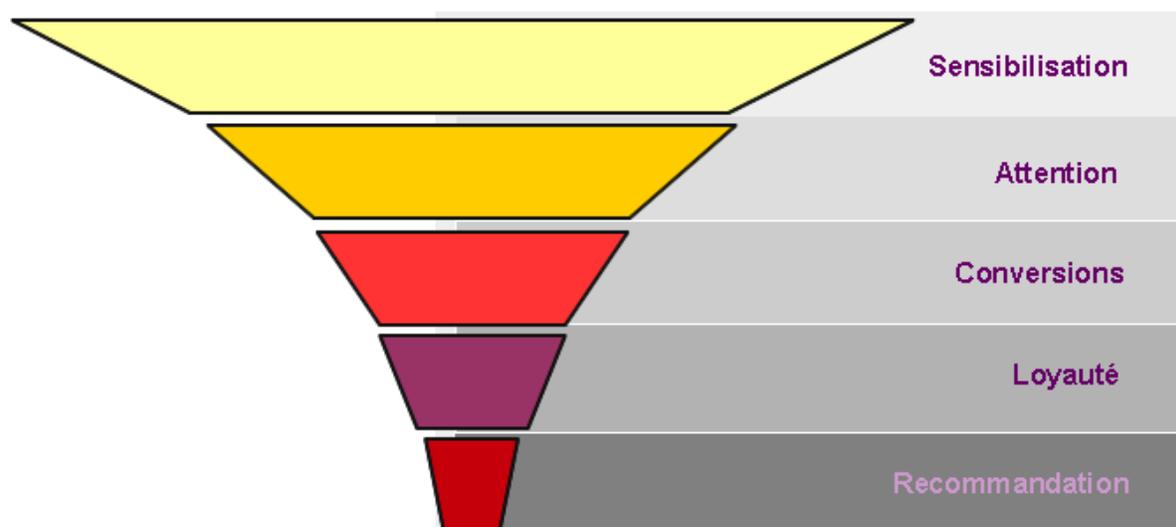
3. Définir votre tunnel de transformation :

Comment allez-vous capter des clients ? Quel est le cheminement qui vous permet de transformer vos prospect en clients ? Et surtout maintenant que vous souhaitez avoir une stratégie Internet, comment pensez-vous intégrer Internet dans votre tunnel de transformation ? En somme, comment Internet va-t-il contribuer à votre stratégie et à votre chiffre d'affaire ?

Le client a besoin d'être accompagné durant toutes les phases de son acte d'achat, de la première fois où il entend parler de la marque jusqu'à la conversion (l'achat d'un produit, d'une prestation), la fidélisation et enfin la recommandation (lorsque le client est suffisamment satisfait pour parler de votre offre à son réseau)

En ciblant vos actions marketing spécifiquement sur une ou plusieurs de ces étapes, vous multipliez vos chances de convertir une fois puis de convertir à nouveau tout au long de la durée de vie du client. Pour cela :

1. Définissez votre tunnel de conversion actuel (ou un nouveau tunnel de conversion)
2. Regardez dans le détail quels maillons sont les plus faibles et vous feront perdre des ventes comme l'eau fuyant à travers les trous dans un seau percé. Au démarrage, concentrez-vous sur la phase de sensibilisation afin de commencer à faire entrer des clients dans le pipeline.
3. Une fois défini votre tunnel, vous pourrez ainsi mieux définir votre plan marketing en mettant les ressources et en procédant aux modifications de votre site à l'étape la plus pertinente.



4. Définir votre "money site" :

Une fois les objectifs précisément définis, la mise en place d'actions et de moyens adéquats devient tellement plus facile. En fonction des objectifs définis au préalable, définissez un nombre limité de "money sites". Un "money site" est un site vers lesquels vous allez engranger les bénéfices :

- S'agit-il d'un site corporate ?
- D'une boutique ? D'un site marchand ?
- D'un portail d'information autour des thèmes touchant à votre marché ?
- D'un mini-site événementiel éphémère ?
- D'une page sociale : un compte Facebook ou Twitter
- D'une application mobile ?

5. Définir votre "landing page" :

Au sein de ce "money site", identifiez ou créez une "landing page". La "landing page" (page d'atterrissage) est la page au sein de votre site ou de votre application mobile destinée à faire exécuter à votre utilisateur ou client une action générant du chiffre d'affaire.

Pour une boutique, chaque page produit est une landing page. Sur Facebook, la page d'inscription est une landing page. Cependant, Facebook dispose également de pages spécialisées pour faire acheter de la publicité aux entreprises ou pour encourager les utilisateurs à **créer des pages Facebook**. Sur ce blog, **ma landing page a pour but de faire connaître les prestations destinées aux entreprises, start-ups et marques souhaitant mettre en place une stratégie Internet**.

Bref, la landing est la page qui vous permet de convertir. C'est cette page que vous devrez optimiser en gagnant mois après mois des points de conversion et en augmentant le nombre de personnes amenées à visiter votre page.

Consulter le tutoriel pour **définir votre landing page**

6. Définir vos KPIS :

Définissez maintenant un nombre limité d'actions qui représenteront pour vous une "conversion", un succès, un indicateur de réussite de votre stratégie marketing :

- Un email de demande d'information ?
- Une prise de rendez-vous ?
- Une vente en ligne ?
- Un coup de téléphone ?
- Un abonnement à votre newsletter ?
- Un suivi sur Facebook, Twitter et sur les réseaux sociaux ?
- Un clic sur une publicité qui génère des revenus ?
- Un classement dans Google sur un mot clé spécifique ?
- Un visiteur sur votre site ?

Ces KPI (Key Performance Indicators ou Indicateurs Clé de Performance) doivent vous permettre de contrôler vos performances mois après mois et ainsi rectifier ou amplifier votre action marketing grâce à des outils tels que **Google Analytics** pour parler du plus connu.

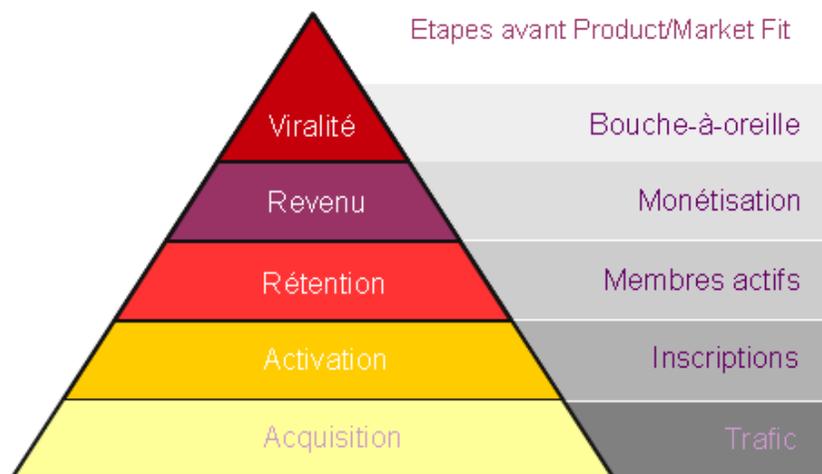
Le chiffre d'affaire et la marge restent bien sûr des indicateurs cruciaux. Cependant, le tuning de votre stratégie doit se faire à l'aune de vos KPIs. C'est bien de faire plus de trafic mais si votre KPI est le nombre de ventes, alors ne changez pas en cours de route lorsque vous optimiserez votre stratégie Internet.

Un plan que l'on ne peut changer est un mauvais plan - Publius Syrus, poète latin 1er siècle avant Jésus Christ

Votre stratégie va évoluer dans le temps oui alors ne cessez jamais d'optimiser.

Quelles actions marketing pour votre stratégie Internet ?

Vous avez désormais défini des objectifs, un money site, une landing page et des indicateurs pour suivre l'évolution du projet. Une stratégie Internet ne doit absolument pas se cantonner à l'acquisition de trafic et de visibilité. Le trafic n'est d'ailleurs pas le point le plus pressant à caler avant de partir à l'assaut. J'aborde dans l'article en lien les points concernant la création d'un produit adapté au marché et des thèmes liés à l'acquisition, l'augmentation des inscriptions, la rétention, la monétisation et la viralité.



Je me concentrerai ici sur les canaux qu'il est possible de travailler pour créer du trafic et renforcer votre stratégie sur le web. Choisissez donc un nombre limité de ces canaux :

Allez-vous plutôt travailler en push ou en pull ? Plutôt en allant vers vos clients (marketing traditionnel basé sur l'envoi de prospectus, emails, affichages massifs...) ou en les attirant à vous (inbound marketing) grâce à des contenus de qualité accessibles sur vos sites (photos de qualité, ebooks et livres blancs, blogs d'expert...) ?

10 stratégies Internet :

Je vous propose 10 stratégies d'acquisition de trafic qui fonctionnent :

1. Travailler le taux de conversion de votre site

- Optimiser chaque page en testant vos modifications : il est plus facile de doubler ses ventes en passant de 1% de conversion à 2% plutôt que doubler son trafic
- Observer l'impact sur les ventes ou les prises de contact
- **Améliorer votre taux de conversion grâce aux tests A/B**

2. Travailler son référencement pour être premier sur Google

- Optimiser son site pour sortir dans la **première page des résultats des moteurs de recherche**
- Produire des contenus spécifiques pour chaque type de client et de mots-clés à couvrir
- Acquisition de trafic gratuit

3. Création d'un blog d'entreprise

- Rédaction d'articles d'experts à valeur ajoutée dans votre niche
- Attirer vos clients grâce au référencement et aux liens vers vos articles (inbound marketing)

4. Publicités en ligne

- Acquisition de trafic payant (bannières en display, affiliation, [Google Adwords](#), [Facebook Ads](#)...)
- Génération de ventes et de prises de contact

5. Mise en place de Relations Presse avec journaux traditionnels et blogs

- Travail sur le long terme auprès des journalistes et [blogueurs](#)
- Obtention d'articles en ligne
- Amélioration de votre visibilité et de votre référencement

6. Création de vidéos

- Création de vidéos de qualité
- Postées sur votre blog
- Poster et [référencer vos vidéos sur Youtube](#) et les plateformes vidéos
- Capitalisation d'abonnés à votre chaîne Youtube et de trafic sur votre blog

7. Création d'ebooks et de livres blancs

- Accès à des ebooks et de livres blancs gratuits contre un abonnement à la newsletter ou organisation de concours avec pour objectif l'obtention de l'email
- Création d'un chaînage automatisé d'emails pour solliciter vos abonnés dans le temps en alternant du contenu à valeur ajoutée et des contenus commerciaux telles que des ventes flash
- Génération de ventes et fidélisation

8. Lancement d'une application mobile

- Amélioration continue
- Capitalisation du nombre d'utilisateurs

9. Création de pages sur Facebook, Twitter, Pinterest...

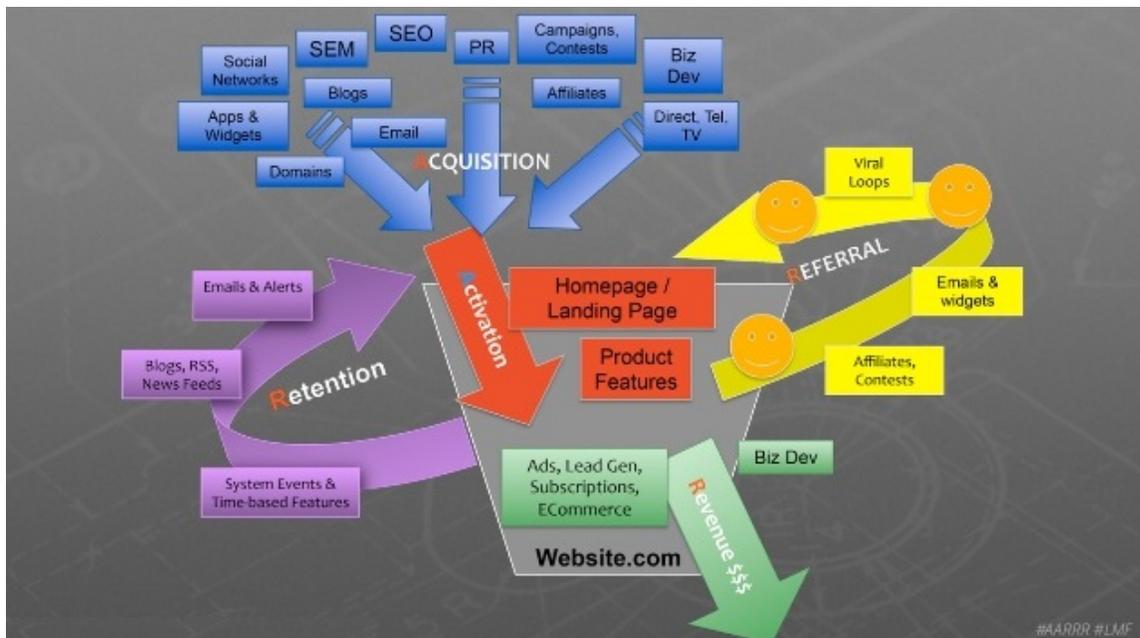
- Productions et publications à valeur ajoutée (contenus de marques photos et vidéos, articles issus de vos blogs montrant votre expertise...)
- Capitalisation en fans, followers, abonnés
- Augmentation de votre influence et fidélisation de vos clients

10. Être présent sur les réseaux sociaux, forums et commentaires de blog

- Apporter des compléments d'information ou des réponses
- Être identifier comme expert et améliorer votre satisfaction client
- Créer du lien vers votre site
- Améliorer votre référencement et votre trafic

Il existe bien d'autres combos, tactiques et moyens d'acquérir des clients. L'important est d'avoir bien en tête votre processus d'acquisition et les résultats attendus.

Avec une landing page et des canaux d'acquisition adaptés à vos besoin, votre stratégie devrait un jour ressembler à cette image créée par [Dave McClure](#). Je vous dis comment procéder dans cet article sur les [lancements de produits Internet](#)



Comment mettre en place une stratégie d'inbound marketing ?

Chacun de ces moyens de [fidéliser et capitaliser sur Internet](#) doit être un tremplin pour donner plus de force à votre stratégie marketing. L'inbound

marketing, stratégie qui permet d'attirer les clients à vous par la qualité de vos contenus et de votre expertise, fonctionne si vous **sélectionnez un nombre limité des actions** parmi celles que je vous ai présentées et **procédez par itération**.

Le secret réside dans la répétition et l'amplification de chacune de vos actions.

Un exemple : les vidéastes Youtube qui disposent de millions d'abonnés procèdent ainsi :

1. Ils postent leur vidéo sur leur blog, Facebook, Twitter et Youtube
2. A la fin de chaque vidéos, ils demandent aux utilisateurs de s'abonner à leur chaîne Youtube et à leur compte sociaux
3. Leurs vidéos sont de qualité, ils capitalisent à chaque vidéo beaucoup de nouveaux abonnés
4. Lorsqu'ils publient une nouvelle vidéo, des millions de personnes la reçoivent par mail ou sur les comptes sociaux
5. Avec des 1000iers de vues dès les premières heures de diffusion, leur vidéo apparaît dans les 1ers résultats de Youtube
6. Le cercle vertueux est en place : plus d'abonnés > plus de vues > meilleurs classement > plus d'abonnés > plus de vues.

Mieux vaut donc créer 100 vidéos ou 100 articles de blog de bonnes qualité qu'espérer **faire le buzz** sur une vidéo. Lorsque vous choisissez un objectif et une stratégie, n'en démordez pas. L'erreur classique est de ne pas être patient et vouloir changer votre stratégie en cours de route et au final de mettre en place une somme d'actions médiocres (un peu de RP, un peu de référencement, un petit peu de Twitter...).

Comment acquérir des clients sur Internet ?

Allez à fond dans vos actions, **mettez les moyens appropriés et surtout soyez les meilleurs** dans votre domaine pour créer ce cercle vertueux :

1. Mettez en place vos actions marketing
2. Attirez du trafic
3. Convertissez vos visiteurs en leads
4. Convertissez vos leads en ventes
5. Augmentez vos marges dans le temps grâce à la fidélisation
6. Réitérez vos actions en les améliorant et en vous appuyant sur vos bases

d'emails, de fans, de followers, d'abonnés...

Des sources d'inspiration pour une stratégie de marque

Qu'avez-vous à dire ? A raconter ? A partager ? Vous ne pouvez plus parler de l'ouverture de vos nouveaux locaux ou de la nomination d'un DRH, tout le monde s'en fiche. Vous l'avez compris, votre entreprise va devoir changer pour mettre en place une stratégie marketing sur Internet efficace. Quelle est votre expertise ? Quels contenus intéressent vraiment vos clients et les plus fidèles de vos fans ? Faites le point sur ce que vous avez en stock : photos, études, motivations dans vos équipes...

Des stratégies marketing sources d'inspiration :

- IBM dispose d'une multitude de blogs tenus par leurs experts en interne. C'est une formidable source de connaissances qui assoit l'image d'excellence tout en étant payante au niveau référencement.
- Oasis a créé ses personnages en forme de fruits, un moyen facile pour la marque de rebondir sur les buzz Internet tout en rappelant l'image fun et la recette "à base de fruits" d'Oasis
- Red Bull a investi dans des dizaines de sports extrêmes dont le fameux saut de Felix Baumgartner dans l'espace redonnant ainsi des couleurs à l'image de marque "junk food" de Red Bull tout en offrant des contenus hautement partageables sur les réseaux sociaux.
- Avec des moyens moins importants, un blogueur comme "Webmarketing Junkie" publie des dizaines d'articles et de vidéos de conseils par mois avec comme seul et unique objectif de vous faire vous abonner à sa newsletter pour avoir "plus de conseils". Sa newsletter envoie régulièrement des astuces marketing entrecoupées par des offres commerciales pour acheter sa formation en ligne.

Si vous souhaitez bénéficier d'un accompagnement pour **définir votre stratégie marketing**, réservez votre entretien de découverte.

Trafic Gratuit vs Trafic Payant : Quel Trafic Choisir ?

Trafic Gratuit vs Trafic Payant Comment les combiner

Guide Complet

Trafic gratuit ou trafic payant : quel trafic choisir et privilégier dans votre stratégie ? Vous avez créé des comptes sur les réseaux sociaux et même créé un blog mais après des débuts encourageants, la dynamique est retombée et votre trafic en panne ? Vous avez testé la publicité mais malheureusement le retour sur investissement n'a pas été au rendez-vous et vous avez dans un premier temps réduit puis complètement stoppé vos campagnes ? Une stratégie d'inbound marketing prend du temps à mettre en place tandis qu'une campagne de publicité requiert un site optimisé pour être rentable. Comment combiner ces deux sources de trafic pour un résultat optimal ?

Les principales sources de trafic

Parmi les sources de trafic, on peut lister :

1. Le trafic direct lié à la notoriété de votre site

2. Le trafic provenant des moteurs de recherche
3. Le trafic provenant des réseaux sociaux
4. Le trafic provenant des liens pointant vers votre site
5. Le trafic provenant des emails
6. Le trafic provenant des campagnes de publicité

En simplifiant au maximum, il n'existe en réalité que 2 grands types de trafic :

1. Le trafic gratuit
2. Le trafic payant

Trafic gratuit et trafic payant sont complémentaires.

Il n'y a pas de mauvais trafic, chacun disposant de ses propres caractéristiques. Nous allons voir dans quel ordre utiliser ces deux sources de trafic pour obtenir les meilleurs résultats.

Trafic Gratuit vs Trafic Payant Comment les combiner

Guide Complet

1. Le trafic gratuit

La première méthode consiste à attirer des visiteurs sur votre site en utilisant tous les moyens gratuits à votre disposition : **référencement naturel**, **réseaux sociaux**, **emailing**, relations presse et **relation avec les blogueurs**...

Avantage : Ce trafic est généralement d'excellente qualité et peut générer des visites pendant des années.

Problème : Développer son trafic de cette manière nécessite des efforts,

prend du temps et ne permet un **retour sur investissement** qu'au bout de 6 mois à 1 an minimum. Créer des contenus de qualité capables de **se positionner sur Google**, travailler son référencement, **développer une communauté sur Facebook** ou **Twitter**, constituer une mailing liste ou créer des relations avec des journalistes et blogueurs prend du temps et nécessite de **définir une stratégie** claire afin de ne pas s'éparpiller.

Par ailleurs, le plein potentiel de ces stratégies n'est atteint que lorsqu'une taille critique d'abonnés ou de visiteurs permet de rendre pleinement rentable toute nouvelle action.

Exemple : aujourd'hui sur Webmarketing Conseil, 1500 personnes s'abonnent chaque mois à ma liste d'email pour recevoir mes conseils, rendant marginal les coûts de création de ma newsletter et le temps passé par rapport aux retombées.

De même, lorsque j'ai monté pour un de mes premiers projets une page Facebook à 400 000 fans, il est clair que cette stratégie est devenue un moyen monstrueux de créer du trafic. J'ai donc légitimement pu passer plus de temps à créer des posts de qualité.

Inversement, si vous restés scotchés à 250 abonnés à votre newsletter, 1000 fans Facebook et 1 post par mois sur votre blog, vous passerez beaucoup de temps sur chacun des aspects de votre stratégie sans jamais trouver de rentabilité.

Par conséquent, une stratégie de trafic gratuit nécessite de raccourcir au maximum le temps nécessaire pour atteindre cette taille critique qui permet de justifier le temps passé.

Je demande souvent à mes clients d'imaginer où ils seront dans 1 an s'ils continuent de faire exactement les mêmes actions marketing que ce soit sur leur blog ou sur les réseaux sociaux. Si même en doublant le nombre de vos visiteurs ou de vos abonnés, vous constatez que votre site ne serait pas vraiment plus rentable qu'il ne l'est aujourd'hui alors il est sans doute temps de revoir votre stratégie.

C'est là que le payant peut vous aider.

2. Le trafic payant

La **seconde méthode** donc consiste à acheter du trafic en passant par les plateformes publicitaires de **Google Adwords, Facebook, Twitter, Bing, Yahoo**, en réservant directement des espaces sur des médias en ligne ou en rémunérant un réseau d'affiliés à chaque fois que celui-ci vous ramène des clients.

Avantage : La publicité permet de créer du trafic de manière immédiate.

Problème : Contrairement au trafic gratuit, au moment où vous arrêtez de payer (si vous n'arrivez plus à être rentable ou si vous avez un problème de trésorerie), votre audience se tarit et votre flux de clients aussi.

La publicité, par son immédiateté, peut être un tremplin pour atteindre une taille critique pour votre stratégie gratuite.

Exemple : Si vous investissez dans une communauté sur Twitter, par exemple en faisant grossir votre compte jusqu'à 20 000 abonnés ciblés, il est clair que toute votre stratégie de contenus en sera démultipliée tant il est vrai qu'un article de grande qualité aura du mal à émerger si vous n'avez que 100 followers. Je le répète, il n'y a en effet pas forcément beaucoup d'intérêt à passer 1 heure par jour à alimenter un compte Twitter qui n'a pas la taille critique pour générer vraiment du trafic et toucher votre cœur de cible.

Le problème avec la création de trafic

Il n'y a **aucune honte** à utiliser le trafic payant pour se développer. Au contraire, ce trafic est même la clé pour augmenter votre trafic gratuit en lui faisant passer des étapes plus rapidement.

Cependant, beaucoup d'entrepreneurs sont déboussolés lorsqu'ils tentent d'utiliser Internet comme un canal pour **augmenter leurs ventes et trouver des clients**.

En effet, vendre sur Internet nécessite tout un écosystème qui, s'il n'est pas cohérent et optimisé, n'aura pas de retombées réelles sur votre business.

De vos canaux d'acquisition (moteurs de recherche, réseaux sociaux, publicité...) jusqu'à vos contenus et vos **pages de vente**, tout doit être aligné pour générer des ventes.

Si vous commencez par du trafic payant, il est fort probable que pour 500

euros dépensés, vous n'obteniez que 100 ou 200 euros de retour sur investissement. C'est pourquoi, dans un premier temps, la tâche la plus importante est d'améliorer les taux de conversion de vos pages de vente afin de vous approcher peu à peu d'un équilibre (lorsque 500 euros dépensés permet 500 euros de dépenses). Seuls les tests permettent cette optimisation.

Consultez le guide pour [augmenter vos conversions](#)

Créer une "business machine"

La bonne nouvelle, c'est que - **à force d'améliorations** - le jour où chaque brique de l'édifice commencera à se mettre en place, vous constaterez par petites touches au départ que chaque nouvelle action marketing aura un impact supérieur à la précédente jusqu'à devenir tellement rentable qu'amplifier ce mouvement deviendra une évidence vues les retombées.

Pour synthétiser :

1. Commencez par des stratégies de trafic gratuit pour tester votre offre et votre stratégie
2. Vous pourrez ainsi vous donner le temps d'optimiser votre site
3. Afin de générer plus de trafic et de convertir plus de visiteurs en clients
4. Une fois que vos taux de transformation sont satisfaisants
5. Commencez à tester des stratégies payantes sur de petites sommes avec un objectif de ROI
6. Augmentez graduellement le nombre de vos abonnés en parallèle (mailing liste, [Facebook](#), [Twitter](#), [Instagram](#), [Pinterest](#)) notamment grâce à la publicité afin d'amplifier votre stratégie gratuite
7. Améliorez continuellement les statistiques de vos pages de vente, le nombre d'emails collectés, les performances de vos comptes sociaux...
8. Une fois que vos campagnes de trafic payant auront des performances satisfaisantes, augmentez peu à peu vos budgets

Une fois votre écosystème en place, vous n'aurez plus de problème de trafic.

En effet, si lorsque vous investissez 100 euros, vous gagnez 150 euros (ou plus) de manière prédictible, pourquoi ne pas investir 10 000 euros ?

De même, si chaque nouvel article dans votre blog ou chaque nouveau post

sur Facebook rapporte xxx euros, pourquoi ne pas payer une équipe pour créer 10 posts par semaine ou payer 1000 euros de publicité par mois pour augmenter votre nombre de fans ?

Voilà, vous avez créé une "business machine", un cercle vertueux et rentable.

Commencez et racontez-moi comment ça se passe pour vous, vos difficultés, vos succès.

Pour être accompagné dans **l'amélioration de votre trafic**, demandez votre entretien de découverte

Le Guide Complet du Référencement sur Google



Référencement Google : le Guide Complet. Tous les tutoriels pour apprendre à référencer sur **Google** votre site Internet, votre blog ou votre ecommerce. Réalisez un audit SEO, apprenez à optimiser votre site pour Google, positionnez vos pages dans les résultats de recherche, augmentez votre trafic et générez des ventes grâce au référencement naturel.

Le Référencement sur Google

Le **référencement sur Google** représente aujourd'hui entre 50% et 80% du trafic d'un site Internet. Bien que l'émergence des réseaux sociaux ait bouleversé les manières de communiquer et de pousser ses contenus auprès de l'audience la plus pertinente, mettre de côté le référencement de son site au profit de Facebook ou Twitter revient à se tirer une balle dans le pied.



Le Guide du Référencement sur Google

Guide Complet



1. Les outils du référencement

La liste des outils pour améliorer son référencement, évaluer les opportunités de mots-clés, faire l'audit de votre site, le suivi de vos positions sur Google, optimiser vos pages et articles pour le référencement et analyser vos liens.

Consultez la [liste des outils référencement](#)

La Liste Complète des Outils SEO

Guide Complet

1. La Liste des outils pour votre référencement
2. Outils de linkbuilding
3. Outils de SEO technique
4. Outils de recherche de mots-clés
5. Outils de suivi de position
6. Outils d'optimisation des contenus
7. Outils d'analyse de liens

2. Réaliser un audit SEO de votre site

Comment faire l'audit référencement de son site ? Comment faire un audit SEO ? Comment analyser les mots-clés de votre site ? Comment analyser vos positions sur Google ? De nombreux outils sont disponibles en ligne pour analyser votre site, votre profil de lien, le positionnement de votre site dans les classements et repérer les opportunités en terme de mots-clés.

Consultez le tutoriel pour [réaliser un audit référencement](#)



1. Audit référencement : la méthodologie
2. Comment analyser le trafic de votre site Internet ?
3. Quels liens pointent vers votre site Internet ?
4. Quel est votre positionnement dans les moteurs de recherche ?
5. Réaliser l'audit référencement de votre site Internet
6. Comment améliorer le référencement de votre site Internet ?
7. Comment élargir vos mots-clés
8. Comment faire le suivi de son référencement ?

3. Les critères des sites bien référencés sur Google

Qu'ont en commun les sites bien référencés sur Google ? Quels facteurs peuvent influencer le référencement de votre site et la position de vos pages selon les mots-clés ?

Consultez le tutoriel sur [les critères pour être référencé sur Google](#)



Les Critères de Référencement en 2015

Guide Complet



1. Les critères de référencement selon Google
2. Les critères de référencement 2016
3. Les critères de référencement selon Moz
4. Les facteurs de classement selon Moz
5. Les critères de référencement selon SearchMetrics

Le référencement des sites multilingues

Comment gérer plusieurs langues dans un site ? Comment référencer un site en plusieurs langues sans être pénalisé par Google ? Comment assurer le bon référencement de votre site dans tous les pays où vous souhaitez être présent ?

Consultez le tutoriel pour [gérer les langues sur un site multilingue selon Google](#)

1. Comment créer un site multilingue en optimisant votre référencement
2. Comment gérer les langues sur votre site web ?
3. Quelle solution privilégier pour votre site multilingue ?

Ne pas être pénalisé par Google

Comment éviter d'être pénalisé par Google ? Comment éviter une pénalité liée à Google Panda ou Google Pingouin ? Google a largement évolué en quelques années et des tactiques qui permettaient facilement de faire remonter un site dans les classements vous exposent désormais à des baisses soudaines de vos positions voire à une désindexation de tout ou partie de vos pages. Si vous voulez rester dans les guidelines, lisez ce guide.

Consultez le tutoriel pour [éviter une pénalité sur Google](#)

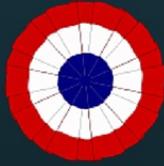


1. Utilisez les guest posts de manière intelligente
2. Créez des liens en cohérence avec votre site
3. Diversifiez vos ancres de liens
4. Construisez votre marque
5. Construisez une vraie communauté
6. Améliorez la confiance autour de votre site
7. Comment savoir si votre site a été pénalisé par Google ?
8. L'infographie de Quicksprout sur les pénalités Google

4. Référencer son site Internet

Comment référencer les pages de votre site ? Comment créer une stratégie de contenus pour améliorer votre référencement ? Comment créer du trafic grâce à vos contenus ? Comment améliorer vos positions sur les moteurs de recherche ? Référencer votre site Internet, dans le sens de "faire remonter sa page d'accueil en première page de Google" sur un certain nombre de mots-clés et requêtes, prend du temps. En revanche, publier des contenus optimisés pour le référencement et conçus spécialement pour conquérir des expressions précises et une cible-type de clients, ne prend qu'entre 1 et 6 mois. Aujourd'hui 80% de mon trafic provient de cette stratégie.

Consultez le tutoriel pour [référencer votre site Internet](#)



Référencer son Site Web L'Art de la guerre

Guide Complet

1. De l'Art de la Guerre en SEO
2. Identifier vos cibles SEO
3. Partir à la conquêtes des positions sur Google
4. Inspecter le champs de bataille
5. Pousser votre avantage
6. Lancer la cavalerie dans les espaces
7. Maintenir la cohérence de votre ligne de bataille
8. Renforcer vos positions
9. Repartir à l'assaut

5. Créer du trafic avec vos contenus

Comment créer du contenu de qualité ? Comment générer des visites sur votre site grâce à vos contenus ? Le principe de l'inbound marketing est d'attirer les clients vers votre site en répondant à leurs problèmes avec des contenus de qualité plutôt qu'en les prospectant. Apprenez à créer des contenus de qualité pour vous positionner sur Google, gagner en visibilité et être identifié comme expert sur votre marché.

Consultez le tutoriel pour [créer du trafic grâce à vos contenus](#)

1. Quels contenus créent du trafic ?
2. Qu'est-ce qu'un contenu de qualité ?
3. Vous positionner sur les bons mots-clés
4. Les contenus de qualité ne suffisent pas
5. Quels contenus reçoivent le plus de liens ?

Positionner vos contenus en premier sur Google

Comment positionner vos articles dans les premières positions sur Google ?

Comment trouver des mots-clés à fort potentiel et une concurrence modeste pour pousser vos contenus dans les premières positions des résultats de Google ? Comment conquérir des positions sur Google ?

Consultez le tutoriel pour [être premier sur Google](#)



1. Comment être premier dans Google ?
2. La méthode pas à pas pour ranker sur Google
3. Premier dans Google : comment référencer sa page sur Google
4. Premier dans Google : propulser vos contenus sur Google
5. Retours d'expérience du projet « premier sur Google »

Optimiser le référencement de vos pages

Comment optimiser le référencement de vos pages ? Comment améliorer le positionnement de vos pages ? Comment optimiser le référencement de vos contenus sur Google ? Comment améliorer le référencement de vos contenus ? Toutes les bonnes pratiques pour optimiser vos pages pour un meilleur classement.

Consultez le tutoriel pour [optimiser une page pour le référencement](#)

1. Utiliser des URLs optimisées
2. Créer des titres parfaitement optimisés
3. Utilisez des contenus visuels
4. Liez vos pages à des sites d'autorité
5. Insérez vos mots-clés dans les 100 premiers mots
6. Utilisez des mots-clés et expressions liées et des variantes

7. Optimisez les noms de vos images et la balise ALT
8. Améliorez la vitesse de chargement de vos pages
9. Optimisez votre page pour les partages sur les réseaux sociaux
10. Publiez des articles avec un plus de 2000 mots
11. Optimisez votre site pour le mobile en utilisant un design Responsive
12. Bonus : contenus « evergreen »

Augmenter votre trafic de 15% grâce une astuce simple

Consultez le tutoriel pour [augmenter votre trafic](#)



1. Avant de débiter l'optimisation de votre trafic
2. Étape 1 : Installer Google Webmaster Tools
3. Étape 2 : Analyser votre référencement naturel
4. Étape 3 : Augmenter le trafic de votre site
5. Étape 4 : Augmenter vos taux de clics
6. Résultats

6. Google+ et SEO

Quel est l'impact de Google+ sur le référencement ? Comment utiliser Google+ pour votre référencement local ? Être présent sur Google+ n'améliore pas votre référencement au sens où vous l'imaginez. Pourtant, il existe de nombreux bénéfices à utiliser les services Google+ pour les entreprises afin d'indexer plus rapidement vos contenus, bénéficier des recommandation sociale dans Google, apparaître dans les résultats de recherche locale ou sur Google Maps..

Consultez le tutoriel expliquant [l'impact de Google+ sur le référencement](#)



1. A quoi sert Google+ ?
2. Pourquoi utiliser Google+ ?
3. Pourquoi être présent sur Google+ ?

Consultez le tutoriel pour [indexer vos tweets dans Google](#)



Bonus : Référencer une vidéo sur Youtube

Comment améliorer le référencement de vos vidéos sur Youtube ?

Comment positionner vos vidéos en premier dans les résultats de recherche de Youtube ? Comment profiter du trafic de Youtube pour augmenter le nombre de vues sur vos vidéos ? Comment utiliser Youtube pour optimiser votre référencement sur Google ?

Consultez le tutoriel pour [référencer une vidéo sur Youtube](#)

1. Référencer une vidéo sur Youtube
2. Pourquoi une vidéo est-elle classée première (ou pas) sur Youtube ?
3. Optimiser le référencement de vos vidéos Youtube
4. Améliorer l'autorité de votre chaîne Youtube
5. Comment référencer une vidéo ? Faites des vidéos de qualité

Bonus : Référencer une application mobile sur le Google Play

Comment augmenter vos téléchargements grâce au référencement sur le Google Play ? Comment être premier sur le Google Play ? Comment optimiser son application Android pour être mieux référencé sur le Google Play ?

Consultez le tutoriel pour [référencer une application mobile](#)

1. Pourquoi votre application mobile est première (ou pas) dans l'Appstore et le Google Play ?
2. Comment référencer une application mobile : Faites des applications de qualité
3. App Store SEO : Référencer une application mobile
4. Le lancement de votre application mobile : la clé pour un bon référencement
5. Augmenter les téléchargements de votre application
6. Augmenter les notes de votre application

Si vous souhaitez bénéficier d'un accompagnement pour [améliorer votre référencement](#), réservez votre entretien de découverte.

Les 12 Clés pour Augmenter le Trafic de mon Blog

12 Clés pour Augmenter le Trafic de mon Blog

Guide Complet

Comment augmenter le trafic de mon blog ? Comment générer du trafic pour mon blog ? Comment augmenter le nombre de visiteurs sur mon blog ? Vous voulez du trafic ? Dans ce tutoriel, je vais simplement vous expliquer quelques points clés qui m'ont permis de passer de 0 à 125 000 visiteurs en un peu plus de 12 mois en écrivant seulement 340 articles. Il vous faudra du temps, de l'abnégation mais surtout une méthodologie claire sans quoi vous passerez ces 3 prochaines années à produire des contenus sans aucun résultat.

Augmenter le trafic de mon blog

Je blogue par passion mais pas seulement. J'aime partager mes expériences, transmettre, aider mais mon blog est au fil des ans surtout devenu mon principal canal d'acquisition dans le cadre de mon activité de conseil et cela fait un peu plus d'1 an que j'ai la chance de ne plus me

soucier de trouver des clients. Je passe au contraire 60 à 70% de mon temps à écrire.

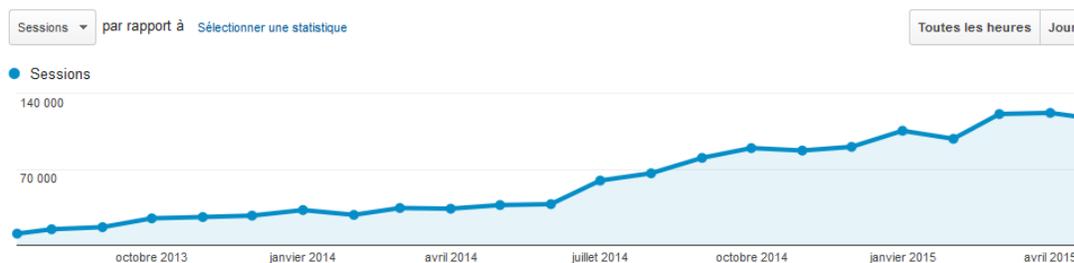
12 Clés pour Augmenter le Trafic de mon Blog

Guide Complet

Ces conseils serviront aux entreprises et aux marques souhaitant gagner en visibilité mais aussi aux blogueurs débutants désirant être lus tout simplement.

Pour autant, contrairement à ce que les agences et les vendeurs de rêve ("devenir riche grâce à son blog" ou "vivre de son blog en 6 mois") veulent bien laisser entendre, générer du trafic pour un blog est difficile. Générer des revenus encore plus.

La croissance d'un blog n'est pas linéaire. Elle survient d'un coup après une longue traversée du désert lorsqu'un certain nombre de critères sont réunis pour ensuite devenir exponentielle. C'est là que c'est intéressant : une fois ce point atteint, tout ce que vous écrirez ou produirez aura un impact bien plus grand.



Cela signifie que, même si votre exécution est parfaite, il faut vaudra au minimum 6 mois avant d'observer les premiers effets positifs sur votre trafic. Il vous faudra ensuite entre 1 an et "jamais" pour voir votre blog décoller. Beaucoup abandonnent leurs efforts beaucoup trop tôt avant que

le fruit de leur travail ne soit récompensé alors qu'ils sont sur la bonne voie. Beaucoup d'autres persistent à écrire des centaines d'articles durant des années sans se rendre compte qu'ils pourraient réaliser des audiences monstrueuses en étant accompagnés.

Faire de mon blog une machine à trafic et à clients

Pour améliorer l'audience de votre blog, les conditions suivantes doivent être réunies :

1. Disposer d'un blog Wordpress + un template responsive + un hébergement + un nom de domaine
2. Couvrir un thème sur lequel il existe un marché
3. Identifier votre client idéal
4. Apporter de la valeur ajoutée
5. Produire des contenus calibrés pour générer du trafic
6. Mettre en place des partenariats pour grandir
7. Propulser vos contenus
8. Industrialiser et automatiser votre approche
9. Être capable d'apprendre, de tester et d'évoluer rapidement
10. Faire de votre blog une priorité
11. Être patient

1. Créer un blog professionnel

Sans rentrer dans les détails de la création de blog, pour l'heure, je voudrais juste rappeler 4 règles pour ne pas être bloqué dans le futur :

1. Créez votre blog sous Wordpress
2. Achetez votre propre serveur pour héberger votre blog
3. Achetez un nom de domaine en .fr ou .com
4. Utilisez un template responsive donc adapté au mobile

Vous pourrez facilement faire évoluer votre blog avec le temps en modifiant le design ou en ajoutant des plugins mais ne faites pas ces erreurs de base.

2. Positionner votre blog sur un marché

Si vous êtes venus chercher sur mon blog des conseils pour votre

entreprise, c'est sans doute que vous percevez le potentiel en terme de chiffre d'affaires pour votre société.

Pour les autres, vous avez certainement une idée du thème sur lequel vous souhaitez bloguer : la mode, la hightech, le marketing, le sport... Sachez avant de vous lancer qu'il est quasiment impossible de faire passer votre blog à une autre échelle si vous n'avez pas un modèle économique pour soutenir votre croissance.

Pourquoi ? Car si votre blog n'est pas une source de revenus, vous ne consacrerez pas le temps nécessaire pour transformer votre blog en une machine à trafic et à clients.

Vous continuerez d'animer le blog de votre entreprise quand vous aurez le temps, entre deux dossiers, ou de publier un post le soir en rentrant à 21h du travail. Impossible dans ces conditions de rivaliser avec tous ceux qui comme moi passent leur journée à améliorer leur blog.

Générer des revenus avec votre blog peut prendre plusieurs formes :

1. La publicité et l'affiliation permettent d'être rémunéré pour chaque clic sur vos bannières ou de toucher des commissions lorsque vous générez une vente mais reste cependant le moyen le moins rentable de monétiser votre blog.

2. La vente de prestations notamment de conseil est particulièrement adaptée aux blogs puisque ce dernier est une vitrine de votre savoir-faire et vous rapportera nettement plus.

3. La vente de produits, de services en ligne, de formations...

Je respecte cependant complètement le fait de vouloir créer un blog pour le simple plaisir d'écrire et de partager vos connaissances mais si vous souhaitez véritablement augmenter votre audience, vous devrez à un moment ou à un autre faire de votre blog la source de vos revenus.

3. Définir vos personas

Maintenant que vous avez affiné le thème de votre blog, définissez vos personas. Les personas sont des profils-types des lecteurs (et de clients) que vous souhaitez attirer sur votre blog et permettant d'aller plus loin que le concept de "cible", trop général.

Pour quel type d'audience réglez-vous un vrai problème ?
Quel est le client à qui vous apportez le plus de valeur ?
Quel client serait prêt à payer pour avoir vos conseils, votre expertise, vos connaissances, vos produits ?
Qui est votre client idéal ?
Quel type de client potentiel ne vient pas sur votre blog (et que vous souhaiteriez attirer)

Grossièrement, sur Webmarketing Conseil, les 3 personas que je souhaite attirer sont :

1. Julien, 33 ans, consultant (ou freelance), souhaite être accompagné dans ses actions marketing pour obtenir plus de clients.
2. Marie, 35 ans, parisienne, responsable d'agence de communication, maman, souhaite être accompagnée pour faire évoluer les compétences de son agence marketing et mettre en place mes stratégies pour ses propres clients.
3. Marc, 36 ans, habite en province, père de famille, entrepreneur avec un chiffre d'affaires conséquent souhaitant faire d'Internet un nouveau débouché.
4. Sylvie, 40 ans, pratiquant un métier proche de celui de consultant au final (wedding planner, maître de yoga, psychologue...) et pour lesquels je peux apporter beaucoup de valeurs en appliquant les mêmes stratégies que j'applique à moi-même.

Pour ma part, j'attire également :

1. Des entrepreneurs en création et des start-ups avec de petits budgets
2. Des responsables de PME largués par les évolutions sur Internet

N'hésitez pas à ajouter un maximum de détails à vos personas : photos, hobby, salaire...

Vous affinerez ces profils avec les temps mais ils vous permettront de non plus de vous adresser à la foule mais bien à vos clients potentiels et donc d'utiliser leur vocabulaire, de cibler leurs problèmes.

En focalisant votre attention sur vos personas, vous n'attirez pas forcément plus de trafic mais vous trouverez beaucoup plus de clients et

générerez beaucoup plus de leads.

4. Apporter une valeur ajoutée

Prenez une pause pendant 1 mois : observez les blogs les plus populaires dans votre secteur et identifiez quels articles fonctionnent afin de vous (re)poser les bonnes questions :

1. Pourquoi génèrent-ils autant de trafic (et pas vous) ?
2. Quels sont les contenus qui fonctionnent ?
3. Quels besoins ne sont pas couverts par ces blogs ?
4. Est-ce pour une bonne raison (pas de marché) ou parce qu'il y a un espace où s'introduire ?

Prenez vraiment le temps de comprendre comment fonctionne le blogging et interrogez-vous sur la manière dont vous pourriez faire votre place sur votre marché :

1. **En proposant un point de vue différent** : Critique, acide, drôle, convivial, familial...
2. **En proposant des médias différents** : Des infographies ? Des images ? Des diaporamas ? Des podcasts ? Des vidéos Youtube ? Un mix ?
3. **En augmentant la valeur de vos articles** : Plus de photos, plus de médias, des guides détaillés ou au contraire ultra-courts...

5. Créer des contenus calibrés pour générer du trafic

Tous les contenus ne sont pas logés à la même enseigne lorsqu'il s'agit de créer du trafic.

1. **Les contenus SEO** permettent de se positionner sur une expression en répondant à une problématique que les internautes se posent. L'article "comment augmenter le trafic de mon blog" que vous êtes en train de lire correspond à ce premier type de contenus.

Consultez le tutoriel pour [créer des articles optimisés pour le référencement](#)

Consultez le tutoriel pour [créer des contenus de qualité](#)

Consultez le tutoriel pour [améliorer le référencement de vos posts](#)

A moins d'avoir une équipe de rédacteurs, ne cherchez pas à commenter l'actualité, vous ne serez généralement que le 62ème blogueur à parler de la nouvelle Apple Watch. Autant vous dire que vous n'avez aucune chance de ranker dans Google. Préférez les contenus qui résolvent les problèmes que rencontrent votre cible.

2. Les contenus viraux permettent de créer du trafic grâce aux partages sur les réseaux sociaux. Les **articles viraux** jouent sur les émotions (tristesse, joie, colère, désir...) ou utilisent des formats d'articles qui fonctionnent bien comme les listes (les 120 moyens d'augmenter son trafic).

Consultez le tutoriel pour **créer des articles partagés sur les réseaux sociaux**

3. Les guest posts (ou "articles invités") permettent enfin de profiter de l'audience de sites plus gros pour générer du trafic vers votre site.

6. Utiliser l'audience des grands pour grossir

Le **plus grand challenge quand on démarre un blog** est de s'extirper de la pesanteur de l'atmosphère terrestre.

Google met environ 6 mois pour positionner vos articles correctement dans ses classements. Commencer par écrire des articles dans votre blog n'est par conséquent pas la manière la plus efficace de faire grossir votre trafic rapidement.

Pour raccourcir le temps nécessaire au lancement de votre blog, l'un des moyens les plus efficaces est le système expliqué par le blogueur Jon Morrow :

1. Proposez vos meilleurs contenus non pas sur votre blog mais à des médias disposant déjà d'une audience bien plus forte que la vôtre. Attention, je n'ai pas dit de faire parvenir votre article pourri déjà envoyé à 50 blogs avec un lien ultra-optimisé vers votre site comme ce que m'envoie 95% des entreprises qui m'écrivent.

Je parle d'un article complet, détaillé et structuré qui collera parfaitement à l'audience et la ligne éditoriale du journal en ligne ou du blog que vous avez ciblé avec des liens contextuels bien positionnés mais apportant de la valeur à l'article. Si votre article est publié, vous obtiendrez une exposition bien plus forte, commencerez à faire connaître votre nom, votre visage et

votre marque.

2. Une partie de l'audience cliquera sur votre lien pour se rendre sur votre blog. Faites atterrir toutes les visites provenant de ces "articles invités" vers une page d'accueil permettant de capter un maximum d'emails (ou vers une **landing page** si votre blog est déjà lancé) en proposant une offre en échange de leur adresse.



3. Une fois que votre liste dépassera les 1000 emails, vous aurez ainsi la force de frappe pour propulser vos articles écrits sur votre blog.

C'est exactement ce qu'a fait André Dubois avec son blog **Traficmania** en me contactant. Depuis, il publie chaque mois un article sur mon blog tout simplement parce que j'aime bien ce qu'il écrit. Si vous êtes blogueur marketing et souhaitez publier des guides complets, **n'hésitez pas à me contacter**.

7. Créer des partenariats avec les blogueurs de votre niveau

Lorsque j'ai commencé à bloguer, je voyais chaque blogueur comme un concurrent potentiel. Ce qui est vrai et faux.

En réalité, il y a de la place pour tout le monde et vous serez plus forts à plusieurs. Associez-vous avec des blogueurs de votre niveau pour vous aider à promouvoir vos articles et monter de niveau ensemble.

C'est le type de partenariat que Rémy Bigot de **Monter son Business** m'a

proposé.

8. Promouvoir les articles de votre blog

Écrire vos articles n'est qu'une partie du job de blogueur. La promotion des articles est au moins aussi importante.

Propulser vos articles le plus loin possible vous permettra :

1. De toucher plus de personnes afin d'obtenir rapidement plus de visibilité
2. De récolter en retour quelques liens vers votre blog
3. Ces liens permettront de faire monter vos articles dans les classements de Google
4. Le trafic provenant des moteurs de recherche vous permettra de générer des visites sur certains articles pendant des années.

Comment promouvoir vos articles ?

1. Grâce à vos listes d'emails : profitez de votre trafic pour demander l'email de vos lecteurs en échange de guides, ebooks, documents exclusifs. Les abonnés sont vos plus fidèles lecteurs, ils relaieront volontiers vos articles voire le répercuteront sur leur blog.

2. Grâce à votre réseau de blogueurs : ils permettront de multiplier votre impact

3. Grâce aux réseaux sociaux : vous noterez que je n'ai pas encore parlé des réseaux sociaux. Simplement parce que votre communauté sur Facebook ou Twitter grossira à mesure que vous publierez des contenus exceptionnels sur votre blog. Ne passez donc pas tout votre temps à la création de votre blog sur les réseaux sociaux.

Lorsque vous aurez démontré que votre blog est rentable (grâce à vos prestations ou vos produits), vous pourrez alors investir dans vos présences sur les réseaux sociaux afin de propulser encore plus loin vos contenus, de faire grandir votre communauté tout en générant des ventes.

Consultez le guide pour [choisir le réseau social le plus adapté pour promouvoir votre blog](#)

4. Grâce à la publicité : si vous êtes capables de calculer le nombre de leads et de ventes que vous générez grâce à la publicité, vous devriez en effet pousser vos meilleurs articles sur Twitter et Facebook voire LinkedIn.

Consultez le guide du [marketing sur le réseaux sociaux](#)

9. Industrialiser et automatiser

Pour véritablement augmenter le trafic de votre blog de manière exponentielle :

1. Industrialisez votre production de contenus : plus vous écrirez, plus vous saurez comment rédiger vite. Quand j'ai commencé à bloguer, un guide comme celui-ci pouvait me prendre 3 jours à écrire. Désormais, 4 heures me sont nécessaires.

Plus vous écrirez et plus vous prendrez confiance en votre capacité à transmettre. Vous identifierez également plus facilement les contenus susceptibles de fonctionner mieux que d'autres.

2. Automatisez un maximum de tâches

- Écrivez votre stratégie sur papier
- Faites-vous un planning de publication pour vos articles
- **Programmez vos posts à l'avance** sur les réseaux sociaux
- Utilisez Aweber ou Mailchimp pour vos envois d'emails

3. Optimisez en continu :

Suivez en continu vos statistiques sur Google Analytics afin d'améliorer les statistiques suivantes :

- Le trafic provenant de Google
- Le trafic provenant des réseaux sociaux
- Le nombre de pages vues

Suivez Google Webmaster Tools (installez-le si ce n'est pas déjà fait) afin d'**améliorer votre positionnement sur les mots-clés et ainsi optimiser le trafic de vos articles déjà publiés.**

Suivez le nombre d'adresses email que vous collectez quotidiennement et augmentez votre liste d'abonnés. Plus votre liste est importante, plus vos articles auront un impact fort puisque vous les propulserez auprès de plus nombreuses personnes.

Suivez les taux d'ouverture des emails que vous envoyez à vos abonnés afin

d'être sûr que vos emails sont lus.

Soyez tournés vers l'amélioration en continu : votre blog explosera non pas parce que vous avez écrit 1000 articles de plus mais parce qu'à un moment, votre blog sera suffisamment optimisé, pour que chaque nouvel article ait un impact fort.

10. S'améliorer en continu

Créer un blog ne nécessite pas pour commencer de connaissances techniques mais vous n'obtiendrez jamais un trafic monstre sans vous former :

1. En matière de marketing : stratégie, ergonomie, référencement, réseaux sociaux, même si votre blog traite de cuisine ou de lifestyle, sans être dans l'apprentissage continu des meilleures techniques de marketing, vous allongerez simplement le nombre d'années nécessaire avant de percer (ou d'abandonner).

Je fais du marketing depuis 10 ans et je découvre tous les jours de nouveaux aspects de mon métier.

2. En matière de programmation : attention, je n'ai pas dit que vous devez être informaticien mais mettre les mains dans le cambouis pour comprendre comment fonctionne le HTML et savoir modifier rapidement le design de votre blog vous sera plus qu'utile pour tester de nouvelles approches sans attendre que votre prestataire externe ou que Jojo, votre ami développeur, veuille bien regarder votre blog.

Lisez mais pas forcément ce qui est véhiculé dans les blogs. Beaucoup de mythes circulent également.

11. Faire de son blog une priorité

Sans une implication totale, vous aurez du mal à augmenter de manière exponentielle le trafic de votre blog. Cette remarque est autant valable pour un particulier que pour une entreprise.

Beaucoup de dirigeants souhaitent voir leur responsables marketing se mettre à l'inbound marketing. Le problème est que "gérer le blog" ne peut pas être la tâche que l'on gère en fin de journée lorsque le reste est

terminé. Vous ne demandez pas à votre commercial de s'occuper des clients à partir de 17.30, on est d'accord ?

Si vous ne mettez pas les ressources et le temps nécessaires dans votre blog pour le mener jusqu'au point où il deviendra un canal incroyable pour générer des clients, multiplier vos ventes et vos inscrits de manière durable, mieux vaut peut-être vous concentrer sur d'autres sources de trafic comme la **publicité sur Internet**.

Il n'y a pas de honte à cela.

Générer des revenus avec votre blog est donc primordial.

En commençant relativement tôt à préparer un **retour sur investissement**, vous pourrez peu à peu comprendre la valeur de ce que vous êtes en train de construire et faire de votre blog une priorité dans votre vie / dans vos tâches / dans vos budgets.

12. Soyez patients et soyez constants

1. Publiez des contenus de qualité sur une base régulière pendant au moins 1 an. N'arrêtez pas trop tôt.
2. Ne cessez jamais d'optimiser votre blog pour **améliorer les conversions**
3. Vous allez peu à peu accumuler de l'énergie comme un élastique que vous étireriez jusqu'à ce que les articles écrits 6 mois plus tôt commencent à donner tout leur potentiel et que les nouveaux viennent prendre le relai.

Consultez le guide pour **créer du trafic**

Si vous souhaitez être accompagné dans l'**augmentation de votre trafic**, demandez votre appel de découverte.

Comment Créer du Trafic avec votre Blog ?

Comment Créer du Trafic avec votre **Blog**

Guide Complet

Comment créer du trafic avec votre blog ? Comment générer du trafic avec votre blog ? Utiliser un blog pour augmenter votre audience n'est pas juste une bonne idée, c'est obligatoire. Un blog permet de facilement positionner des contenus dans les classements de Google en adressant les problèmes de vos clients. Il permet d'éduquer votre clientèle à vos solutions tout en démontrant votre expertise plutôt qu'en forçant la vente. Voyons comment créer une audience avec votre blog.

Créer du trafic avec votre blog

Lorsque j'ai débuté Webmarketing Conseil, mon objectif à l'époque était de me faire connaître en tant que **consultant**.

Je ne pensais absolument que j'étais en train de créer un outil capable de toucher 215 000 clients potentiels chaque mois. Et pourtant, après 2 ans d'efforts, je ne peux que constater que générer du trafic avec un blog est extrêmement efficace.

Un blog permet à la fois d'attirer l'attention sur votre marque tout en vous positionnant comme une entreprise crédible pour résoudre les problèmes de vos clients.

Créer un blog nécessite :

1. Des qualités rédactionnelles et la capacité à transmettre votre expertise
2. De la technicité : il ne suffit pas de cliquer sur "publier" pour obtenir du trafic
3. De l'engagement : vous n'aurez jamais de résultats sans un effort sur la durée
4. De la patience : en suivant les bonnes étapes dans le bon ordre, un minimum de 6 mois est nécessaire pour des résultats exponentiels

Je ne vous mentirai pas, une bonne partie des entreprises qui tentent la voie du blog échouent.

Lancer un blog s'apparente en effet à la mise en orbite d'un satellite : le lancement nécessite d'accumuler beaucoup d'énergie mais une fois lancé un satellite utilise l'effet d'entraînement initial pour continuer sa course.

Beaucoup de blogs d'entreprises n'atteignent jamais ce point faute d'utiliser la bonne stratégie mais bien souvent également faute d'avoir persisté assez longtemps pour analyser ce qui fonctionne et ce qui ne fonctionne pas.

Comment Créer du Trafic avec votre **Blog**

Guide Complet

Si vous n'avez pas encore de blog

Générer du trafic avec votre blog nécessite de mettre en place un écosystème adapté sans quoi vous pourrez ramer comme vous voudrez,

vous devrez travailler deux fois plus pour le même résultat :

1. Achetez votre propre hébergement et nom de domaine
2. Créez votre blog sous Wordpress
3. Identifiez clairement le client idéal que vous souhaitez attirer
4. Positionnez votre blog par rapport à la concurrence
5. Commencez dès le début à collecter des emails

Pour aller plus loin, vous trouverez le détail de ces pré-requis dans le tutoriel pour [augmenter le trafic de votre blog](#)

Si vous avez déjà un blog mais peu de trafic

Si vos articles de blog n'ont pas les performances que vous attendez d'eux, plusieurs problèmes peuvent se poser :

1. Vous n'avez peut-être pas défini de client idéal que vous souhaitez attirer grâce à vos contenus
2. Vos articles ne génèrent pas de trafic car ils ne répondent pas aux problèmes de vos clients
3. Vos contenus ne sont pas "actionnables" donc n'incitent pas à passer à l'action après lecture
4. Vos posts ne sont pas assez riches pour devenir une ressource qui sera citée en référence
5. Vos articles ne suscitent pas assez d'émotions pour obtenir des partages sur les réseaux sociaux
6. Vos contenus ne sont pas alignés sur les offres que vous voulez pousser...

Vous reconnaissez-vous dans l'une de ces affirmations ?

Pour régler 90% de ces problèmes, consultez le tutoriel pour [générer du trafic avec votre blog](#)

Les 4 types de posts qui fonctionnent

Parmi les articles de blog, seulement 4 sont véritablement efficaces pour dominer et créer du trafic sur le long terme :

1. **Les articles listes** censés donner accès à une liste exhaustive de conseils, d'outils, de stratégies.

Exemple : [La Liste Complète des Outils SEO](#)

2. Les tutoriels et guides "comment" censés répondre à un problème que vos clients se posent

Exemple : [Comment Trouver des Clients en B2B](#)

3. Les tutoriels "pourquoi" qui permettent de convaincre un client d'utiliser une stratégie ou une méthodologie particulière

Exemple : [Pourquoi être sur Google+ en 2016](#)

4. Les posts de type "roundup" qui collectent différents avis d'experts interrogés sur une question particulière

Exemple : [12 Stratégies pour Trouver des Clients en B2B](#)

Il existe bien entendu des types de posts et des médias en émergence (podcasts, vidéos, infographies...). Je ne vous déconseille absolument pas de les utiliser. Au contraire, les contenus qui fonctionnent aujourd'hui ne fonctionneront plus demain à mesure que tout les marketeurs les useront jusqu'à la corde et que vos clients y seront immunisés.

De même, certains contenus sont adaptés pour "conclure une vente" en bas d'entonnoir de conversion mais pas forcément pour générer du trafic. Cela ne signifie donc pas que vous ne devez pas utiliser de Livres Blancs ou des business cases par exemple comme déjà vu dans le guide sur [les meilleurs contenus en B2B](#).

Bien cibler chacun de vos posts

Rappelez-vous qu'un post de blog doit avoir au moins l'une de ces 4 utilités (sinon ne l'écrivez pas) :

- a. Tenter de conquérir une position sur un mot-clé dans Google
- b. Attirer des liens entrants pour monter dans les classements
- c. Créer des partages sur les réseaux sociaux
- d. Créer du réseau avec des influents pour profiter de leur audience

Vous pouvez donc maintenant utiliser le format d'article de votre choix en l'orientant en fonction de l'objectif que vous souhaitez réaliser.

1. Si votre but est de dominer une expression sur Google : observez les contenus concurrents déjà bien classés sur le terme que vous convoitez et réalisez un article bien supérieur.

2. Si votre but est d'attirer des liens entrants : analysez le site de vos

concurrents grâce à un outil comme [SEMRush](#) ou [Majestic](#) pour identifier les articles qui ont reçu le plus de backlinks et rédigez un article similaire (et bien meilleur).

3. Si votre but est d'obtenir plus de partages sur les réseaux sociaux :

analysez les mots-clés qui vous intéressent ou les sites de vos concurrents avec [Buzzsumo](#), regardez les articles les plus partagés et publiez un article sur les sujets avec le plus de potentiel de [viralité](#).

4. Si votre but est de vous appuyer sur les influents pour grandir plus vite :

proposez directement vos posts en tant qu'"article invité" auprès des médias et blogs disposant d'une large audience. Si vous êtes publié, vous obtiendrez à la fois du trafic et un lien de qualité.

Deux techniques complémentaires : Insérez des liens vers des blogs pertinents dans vos propres articles puis faites-leur savoir. De nombreux blogueurs relaieront volontiers vos articles en échange. Enfin, réaliser des interviews de personnes influentes dans votre secteur est également un moyen efficace et gagnant-gagnant de vous appuyer sur leur audience pour vous faire connaître.

Si vous voulez plus de trafic avec votre blog

Il existe **5 grandes sources de trafic**. Augmenter le trafic de votre blog nécessite de travailler chaque levier séparément en vous concentrant sur celui qui fonctionne le mieux pour vous dans un premier temps.

1. Améliorer le trafic lié au référencement de vos articles sur Google

Des contenus calibrés pour Google permettent de conquérir des positions sur des expressions de longue traîne, ce qui généralement nécessite de 1 à 3 mois avant que votre article donne son plein potentiel en terme de trafic. Sur Webmarketing Conseil, 65% de mon trafic provient de Google.

Pour améliorer le référencement de vos articles :

Consultez le tutoriel pour [positionner vos articles sur Google](#)

Consultez le tutoriel pour [créer du trafic avec vos contenus](#)

Consultez le tutoriel pour [optimiser le référencement de vos articles](#)

2. Améliorer le trafic lié aux partages sur les réseaux sociaux

Des contenus conçus pour générer des partages sur les réseaux sociaux

peuvent contribuer à augmenter votre trafic. Attention cependant, construire une communauté prend du temps et en B2B, il est difficile de créer un véritable phénomène viral sur un article à moins de lancer un sujet polémique.

Pour améliorer les partages de vos articles :

Consultez le tutoriel pour [connaître ce qui fonctionne sur les réseaux sociaux](#)

Consultez le tutoriel pour [augmenter le nombre de partages sur vos articles](#)

3. Améliorer le trafic lié aux liens qui pointent vers vos contenus

Les liens pointant vers votre site peuvent être une source pérenne de trafic mais surtout améliorent le classement de vos contenus dans les résultats de Google, ce qui est doublement intéressant. Problème : acquérir des liens prend du temps et démarre véritablement que lorsque votre blog commence déjà à faire autorité.

Pour augmenter le nombre de liens pointant vers vos articles :

Consultez le tutoriel pour [créer des articles de qualité pour devenir une ressource](#)

Consultez le tutoriel pour [connaître les contenus qui obtiennent le plus de liens](#)

4. Améliorer le trafic lié aux emailing que vous envoyez à vos abonnés

Il s'agit de votre trafic le plus précieux, vos abonnés étant ceux qui suivent de près votre entreprise et qui ont accepté de laisser leur email en échange de l'expertise (gratuite ou payante) que vous pouvez leur transmettre.

Pour améliorer vos emails :

Consultez le tutoriel pour [optimiser vos campagnes emailing](#)

5. Améliorer le trafic lié aux à vos campagnes payantes

Une fois que votre blog tourne à plein régime et que vos statistiques vous permettent de mieux cerner le **ROI** de vos actions sur votre blog, il est recommandé de passer en mode croissance en utilisant le **trafic payant** soit en parallèle de votre stratégie d'inbound marketing soit carrément pour amplifier la visibilité de vos meilleurs articles.

Pour améliorer vos campagnes de publicité :

Consultez le [guide de la publicité digitale](#)

Consultez le [guide de la publicité sur les réseaux sociaux](#)

J'espère que ce tutoriel vous aura permis de mieux appréhender les techniques de base pour créer du trafic grâce à votre blog. Si vous avez des difficultés à décoller et ne comprenez toujours pas pourquoi vous bloquez, posez vos questions dans les commentaires.

Si vous souhaitez être accompagné afin d'[augmenter votre trafic avec votre blog](#), réservez votre entretien de découverte.

Comment Créer du Trafic grâce à vos Contenus ?

Comment créer du trafic grâce à vos contenus ? Comment créer du trafic sur votre blog ? Comment créer du trafic sur votre site ? Comment créer des contenus qui génèrent du trafic depuis Google ? [Neil Patel](#) nous propose une nouvelle infographie expliquant comment créer les meilleurs contenus pour générer des visites sur votre blog et votre site. Avec l'expérience (et en analysant vos statistiques), vous constaterez par vous-même que certains contenus obtiennent de meilleures performances en matière de référencement tandis que d'autres sont plus souvent partagés sur les réseaux sociaux. En appliquant ces conseils, vous devriez vous épargner 6 mois d'articles de blogs et d'efforts mal récompensés faute d'un processus de création de contenu bien calibré.

Quels contenus créent du trafic ?

La première règle pour générer du trafic depuis Google est de produire des contenus de grande qualité.

Les contenus de qualité se positionnent en haut des résultats de recherche.

Si hélas tous les contenus de qualité n'auront pas la chance de terminer en première position sur Google, en revanche un contenu de faible ou moyenne qualité ne se retrouvera jamais en haut des résultats de recherche Google.

Pour les requêtes les plus concurrentielles, se positionner nécessitera non pas de publier un seul excellent article mais bien tout un écosystème de contenus autour du mot-clé disputé.

Google améliore constamment ses algorithmes afin de satisfaire les requêtes des utilisateurs. Ne tentez pas de manipuler les résultats par des techniques prohibées car vous recevrez tôt ou tard des pénalités de Google

lorsque votre triche sera démasquée.

Bref, produisez des contenus de qualité pour espérer être récompensé à la hauteur de vos efforts.

Qu'est-ce qu'un contenu de qualité ?

Quelle que soit sa forme - un tutoriel, un guide, un review, une étude de cas, un ebook, une infographie, une vidéo, une photographie, un diaporama, une bande dessinée - un contenu de qualité apporte une valeur ajoutée supérieure aux contenus déjà publiés sur Internet.

Je vous explique **comment créer de meilleurs contenus que ceux de vos concurrents** dans ce tutoriel

La valeur ajoutée peut être apportée par :

1. La qualité et la rareté du contenu (vous apportez une information inédite, jamais publiée ou un point de vue radicalement différent)

Exemple : L'article de **Seth Godin sur le marketing viral** n'est pas un contenu long mais il est fondateur et est une référence. Egalement, l'article **Comment contacter Facebook** n'est pas du Victor Hugo mais apporte une information quasiment inexistante sur Internet et génère un trafic de 40 000 pages vues chaque mois.

2. La quantité d'information et la longueur du contenu (vous entrez plus en détail)

Exemple : Les articles de listes tels que "100 moyens de créer du trafic pour votre site"

3. La simplicité du contenu (vous réussissez à simplifier l'information pour la rendre intelligible facilement)

Exemple avec les infographies ou encore les vidéos réalisées par The Cognitive Media pour Coca-Cola





4. La finition du contenu (votre contenu n'est pas forcément nouveau mais la mise en scène et l'aspect visuels sont suffisamment travaillés pour attirer l'attention)

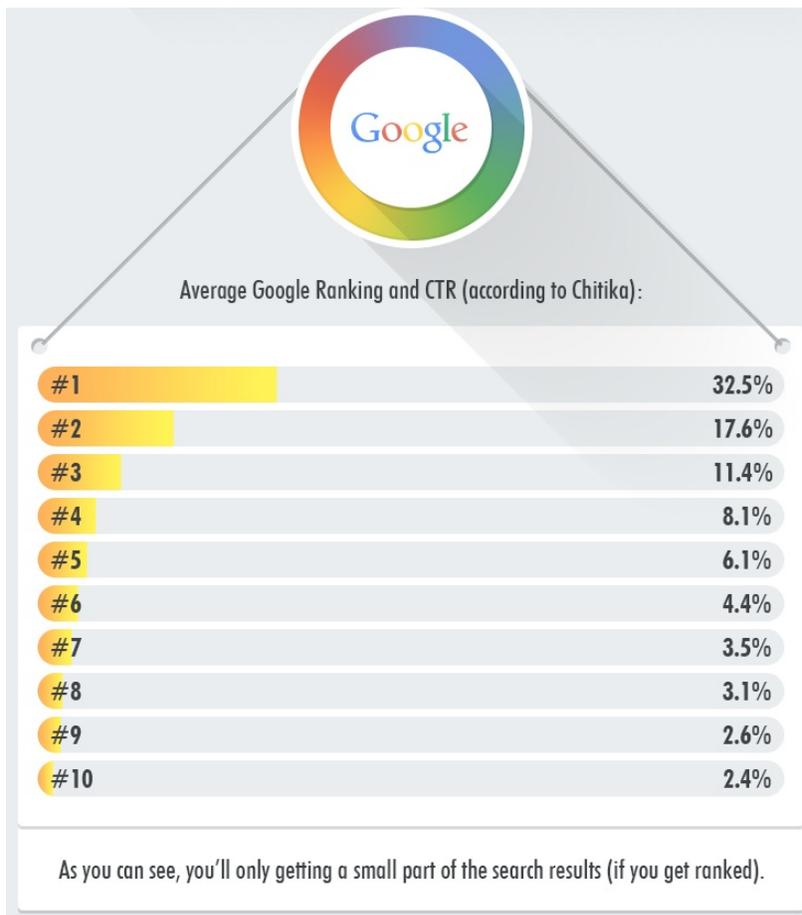
Exemple avec le [reportage de Rue89 sur Facebook et les Djihadistes](#)

5. La viralité de l'information (votre contenu a une propension à être facilement partagé et bénéficie du bouche-à-oreille)

Exemple avec le [post ultra-court publié dans Upworthy](#) classé en 11ème position pour le mot "tatouage" aux États-Unis

Vous positionner sur les bons mots-clés

Sur Google, les meilleurs qui réussissent à positionner leurs contenus dans les premières positions prennent tout le trafic. La première position rapporte ainsi 32,5% des clics d'une requête.



Lorsque vous créez un contenu, ciblez les mots-clés que les gens tapent vraiment. Répondez à leurs questions, leurs attentes, en utilisant leurs propres mots. Étant donné que vous voulez la plus grosse part du gâteau, ne produisez que des contenus qui ont une chance d'être dans les 3 premiers (voire les 10 premiers).

Pour cela, vous devez créer des contenus d'excellente facture. Pas juste bons. **Excellents.**

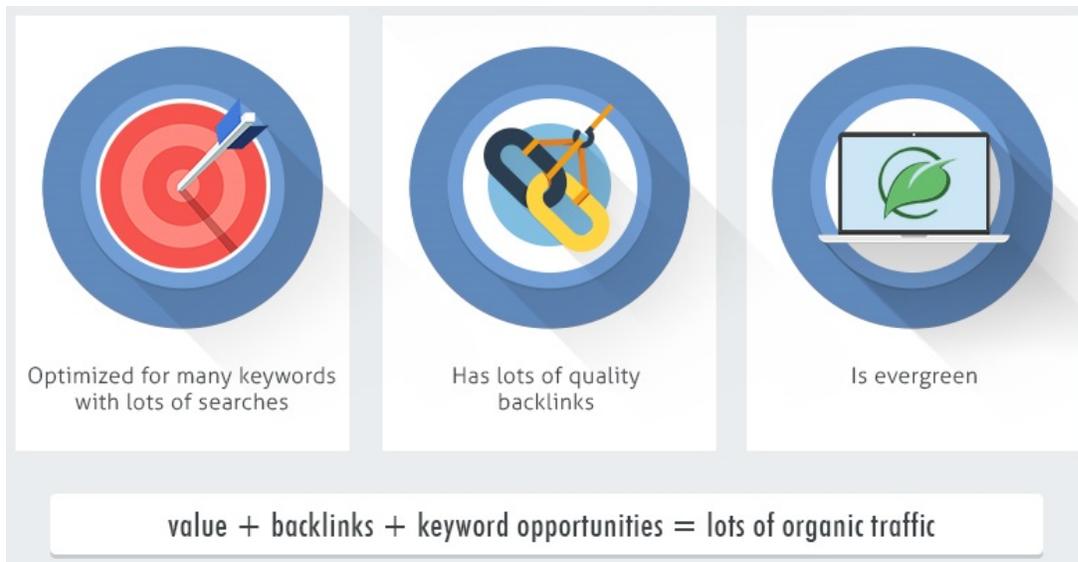
En vous concentrant sur la création de contenus exceptionnels, vous aurez des résultats bien plus impressionnants en terme de trafic qu'en écrivant des dizaines d'articles médiocres.

Lors du choix des mots-clés, vous aurez alors deux stratégies possibles :

1. Essayer d'acquérir tout le trafic pour des mots-clés et expressions faiblement tapées mais avec une concurrence faible ou inexistante (la "longue traîne")
2. Essayer de partir à la conquête de mots-clés plus concurrentiels mais avec une perspective de jackpot

Les contenus de qualité ne suffisent pas

Malheureusement, des contenus de qualité ne suffisent pas toujours pour obtenir les premières positions sur Google et bénéficier de ce flot de visiteurs potentiels.



Pour que vos contenus génèrent du trafic, ces derniers doivent :

1. **Être optimisés** pour être référencés sur de nombreux mots-clés et expressions.
2. **Recevoir de nombreux liens** pour espérer être classés premier, les backlinks étant toujours un **facteur majeur de positionnement dans Google**
3. **Être "Evergreen" (toujours vert)** donc non périssables et toujours d'actualité (exemple : un tutoriel de cuisine aura une durée de vie de 5 ans minimum quand une information sur le nouvel iPhone sera caduque en à peine 1 semaine)

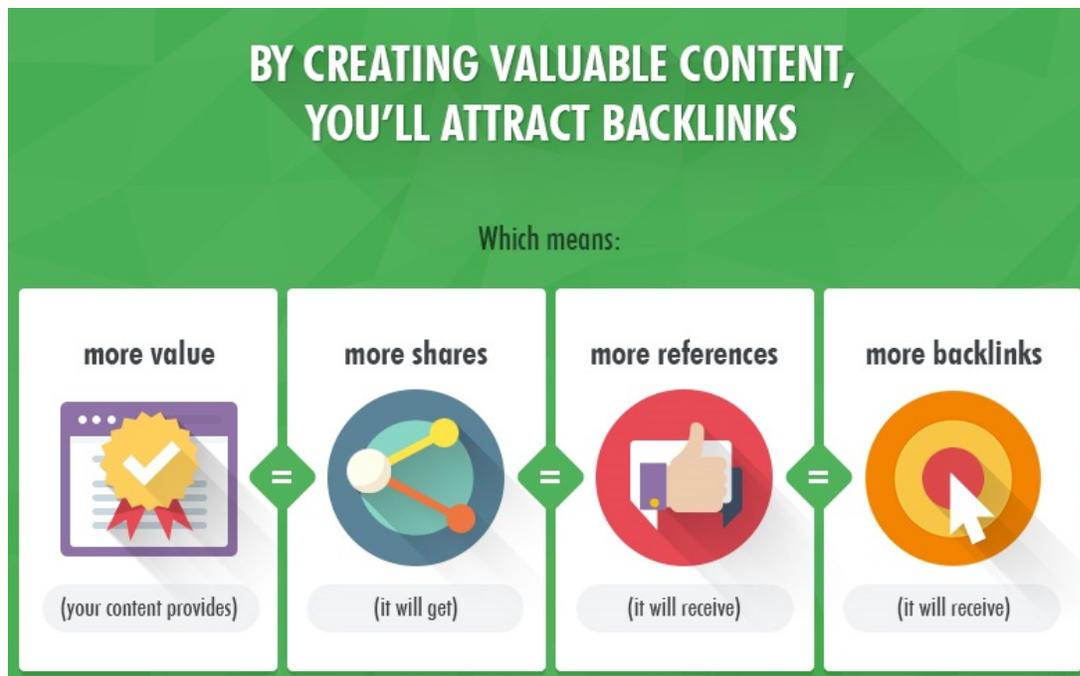
Si vous êtes capables de produire des contenus de qualité, optimisés pour le référencement positionnés sur des mots-clés à fort potentiel et que vous avez des liens qui pointent vers votre contenu, vous avez tout en main pour attirer des visiteurs.

Concentrez-vous sur la qualité. La quantité a aussi un impact mais si vous écrivez des 100aines d'articles moyens, mal optimisés pour le référencement ou positionnés sur des mots-clés trop concurrentiels ou pas réellement tapés par les utilisateurs, vous ne recevrez de fait peu ou pas de liens (qui voudrait mentionner un article mauvais dans son site Internet ou son blog ?).

En créant des contenus de qualité :

1. **Vous créez de la valeur** aux yeux de vos lecteurs et des moteurs de recherche
2. **Vous obtiendrez plus de partages** sur les réseaux sociaux et par email
3. **Vous obtiendrez plus de références et de mentions**
4. **Donc plus de liens entrants**

Comment les liens entrants sont la base d'un bon référencement, vos contenus monteront dans les classements de Google.



Si vous n'êtes pas capables d'aller au bout de la démarche et de prendre le temps de produire des contenus ou d'écrire des articles pointus, documentés, illustrés, alors vos efforts ne seront malheureusement pas récompensés et vous abandonnez en prétendant que cette stratégie ne fonctionne pas.

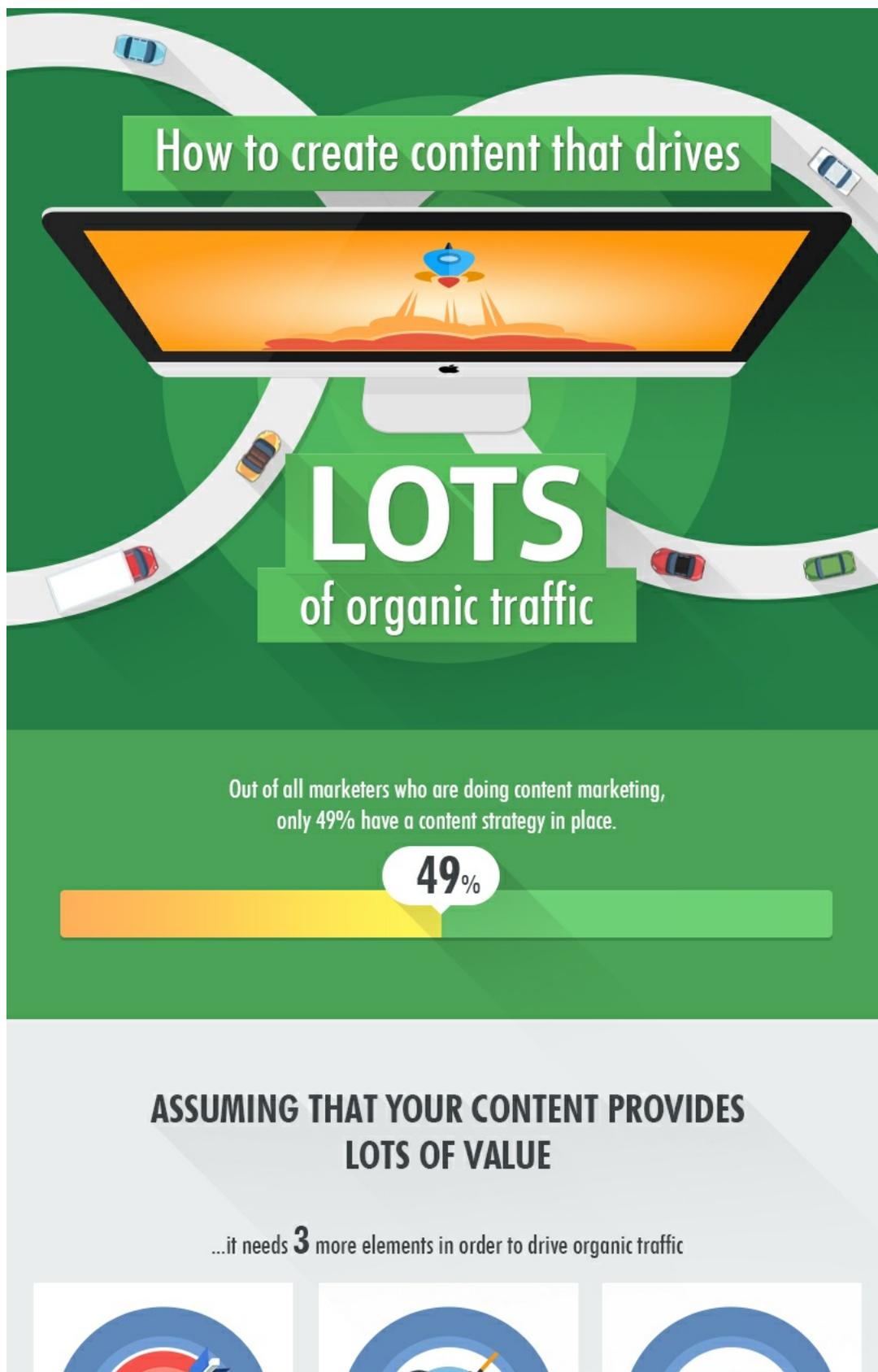
Quels contenus reçoivent le plus de liens ?

Selon Neil Patel qui a fait son étude empirique sur 3 blogs réputés (Quicksprout, Hubspot et Social Media Examiner), les contenus qui attirent le plus de liens sont :

1. Les données exclusives et les études de cas
2. Les ressources, guides et listes
3. Les perspectives uniques sur un sujet populaire ou un partage d'une connaissance rare

Vous avez désormais en main toutes les clés pour créer des contenus qui génèrent des visiteurs vers votre site.

Si vous souhaitez être accompagné pour **créer du trafic vers votre site Internet**, réservez votre entretien de découverte.





Optimized for many keywords with lots of searches



Has lots of quality backlinks



Is evergreen

value + backlinks + keyword opportunities = lots of organic traffic



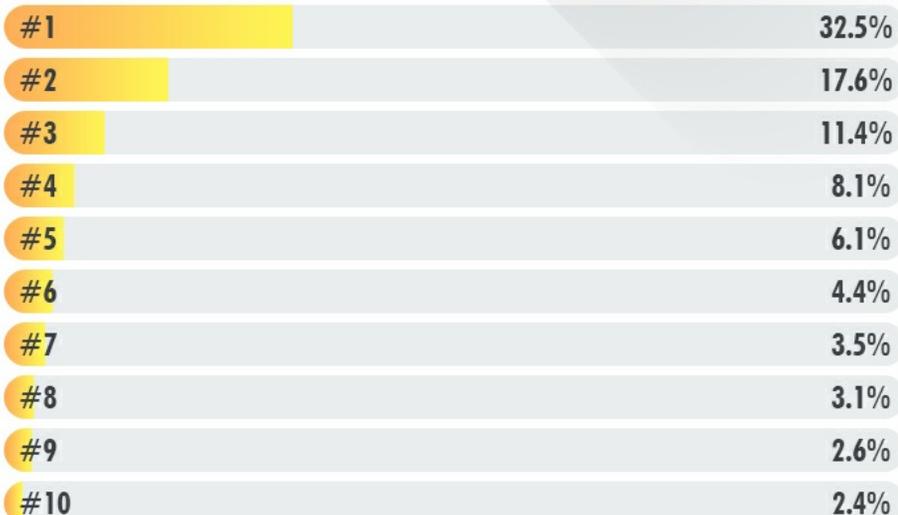
CASE STUDY

By creating an article that has all 3 elements (value, backlinks, and keyword traffic potential), Brian Dean increased his organic traffic by **110%** in 14 days.

Why you need to make sure to create content based on keywords with lots of search volume?



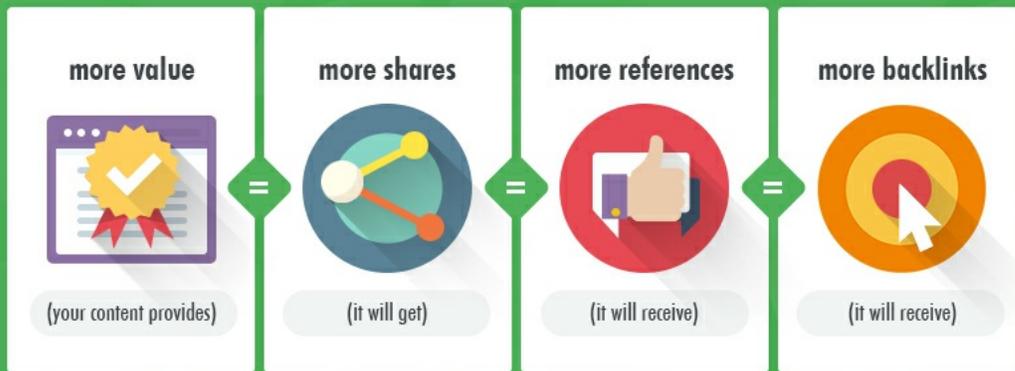
Average Google Ranking and CTR (according to Chitika):



As you can see, you'll only getting a small part of the search results (if you get ranked).

BY CREATING VALUABLE CONTENT, YOU'LL ATTRACT BACKLINKS

Which means:



The type of content value other sites like to link to:

-
- ✓ Exclusive data and case studies
 - ✓ Comprehensive resources, lists, and guides
 - ✓ Unique perspective on popular topic or unconventional knowledge

Example 1

After analyzing top 10 most linked to posts on Hubspot

5

5 posts contain exclusive data and case studies

3

3 posts are comprehensive resources

2

2 posts are unique perspectives or unconventional knowledge

Example 2

After analyzing top 10 most linked to posts on Quicksprout

1

1 post contains exclusive data and case studies

7

7 posts are comprehensive resources/guides

2

2 posts are unique perspectives or unconventional knowledge

Example 3

After analyzing top 10 most linked to posts on Social Media Examiner

6

6 posts contain exclusive data and case studies

2

2 posts are comprehensive resources/guides

2

2 posts are unique perspectives or unconventional knowledge

Writing evergreen topics and keeping it updated so it stays evergreen can increase organic traffic over time.



Chris Fielden's was able to increase his post's organic traffic from 5/month to 8129/month ...in 20 months

All by writing an evergreen post, which is optimized for targeted keywords, while constantly updating it.

8129/month

5/month

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20
months months

QUICKSPROUT

References

Backlinko // bit.ly/1npGbzh

Chitika // bit.ly/KvLZXc

Buzzergy // bit.ly/1pLAKqG

The Moz Blog // bit.ly/1pwoFXd

Comment Créer un Article de Blog de Qualité ?



Comment créer un article de blog de qualité ? Comment créer un post de blog avec du potentiel pour créer du trafic ? Quelles sont les bonnes pratiques à suivre pour créer un post de qualité ? Je profite de l'excellente infographie publiée par [iSpionage](#) pour reprendre les éléments clés qui permettent de rendre un contenu riche, structuré, lisible et partageable.

La notion d'article de qualité

On parle constamment de "contenus de qualité". Cette notion veut tout et rien dire. Vous pourrez écrire un article intéressant mais qui ne rencontrera pas d'audience. Inversement, un article de mauvaise qualité pourra malgré tout être consulté (voire vous faire du tort). Je voudrais donc commencer par définir ce qu'est à mon sens un post de qualité.

Un article de qualité :

1. Fait progresser votre audience
2. Transmet des émotions

3. Donne de passer à l'action
4. Démontre votre expertise
5. Reflète vos valeurs
6. Crée du trafic
7. Participe à vos ventes

J'insiste sur les points "créer du trafic" et "générer des ventes". Une stratégie de contenu qui ne se focalise pas sur le trafic n'est pas du marketing mais du journalisme. De même, du trafic qui ne convertit pas n'a pas d'intérêt si ce n'est développer un peu plus la notoriété de votre entreprise à de nouvelles personnes.

Personnellement j'adore partager avec vous mes expériences et transmettre mes connaissances en marketing. J'éprouve évidemment une satisfaction personnelle à penser que j'aide directement ou indirectement des centaines d'entrepreneurs chaque année à avancer.

Mais les 382 articles publiés sur Webmarketing Conseil depuis sa création m'ont surtout permis d'atteindre un trafic de 215 000 visiteurs par mois pour 860 000 pages vues et c'est grâce à ce trafic qu'aujourd'hui je recrute mes clients dans le cadre de mes **prestations de coaching**.

Consultez le tutoriel pour **créer du trafic avec votre blog**



Identifier le problème de votre blog

Si votre stratégie de contenus ne participe pas aujourd'hui à l'amélioration de votre trafic et à l'augmentation de vos ventes, prenez le temps d'identifier si votre situation correspond à l'un de ces cas de figure :

1. Vous n'avez pas défini de client idéal que vous souhaitez attirer grâce à vos contenus
2. Vos articles ne génèrent pas de trafic car ils ne répondent pas aux problèmes de vos clients
3. Vos contenus ne sont pas "actionnables" donc n'incitent pas à passer à l'action après lecture
4. Vos posts ne sont pas assez riches pour devenir une ressource qui sera citée en référence
5. Vos articles ne suscitent pas assez d'émotions pour obtenir des partages sur les réseaux sociaux
6. Vos contenus ne sont pas alignés sur les offres que vous voulez pousser

Sans ces 6 ingrédients, vos efforts pour proposer les meilleurs contenus possibles n'auront qu'un impact marginal sur la croissance de votre entreprise.

Remettre à plat votre stratégie de contenus est un levier plus puissant que vous ne l'imaginez et vous évitera de vous lancer dans la rédaction de 10aines d'articles inutiles.

Créer des articles de qualité

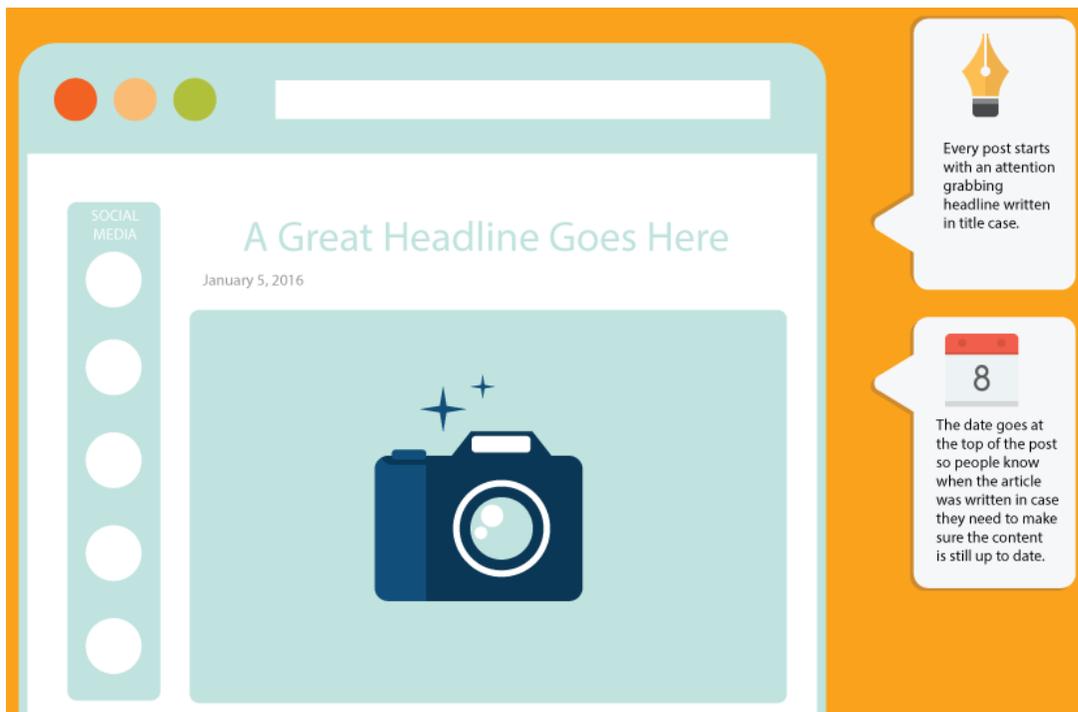
Comment créer un article de qualité pour votre blog ? Comment structurer vos articles ? Comment les rédiger pour qu'ils donnent leur plein potentiel.

1. Choisissez un titre qui capte l'attention

80% des clics sur votre article se joue sur le copywriting de votre titre. Sans un titre qui attire l'œil, vous manquez des opportunités de montrer vos excellents contenus à votre audience.

Buzzfeed teste plusieurs variations de ses titres jusqu'à trouver celui qui génère le plus de clics et de partages sur les réseaux sociaux. Sans vous décrédibiliser, il est possible d'utiliser en B2B des titres du type "Comment Dominer sur Facebook : 8 Leçons tirées de l'Analyse d'1 Milliard de Posts".

Consultez le tutoriel pour [créer des titres efficaces pour vos articles](#)



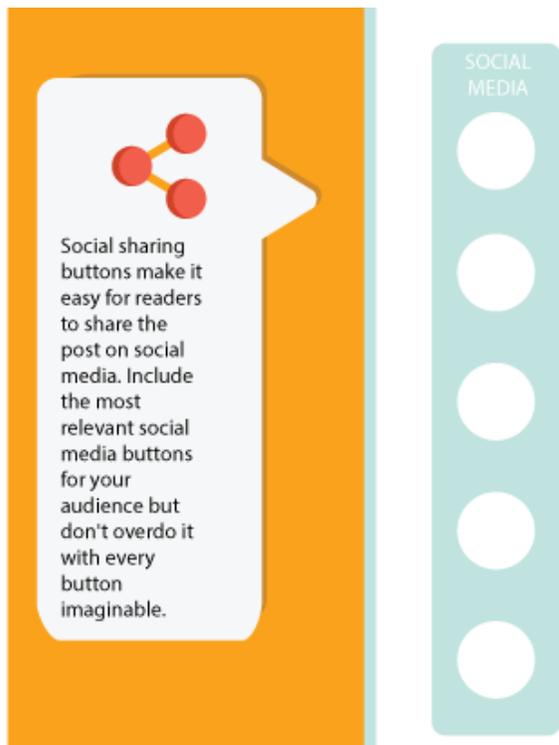
2. Mentionnez la date de publication en haut d'article

La date permet à votre audience de savoir si le contenu est encore à jour. Rien ne vous empêche de remettre à jour vos meilleurs contenus de manière régulière et de republier vos articles.

3. Intégrez des boutons de partage

Les boutons de réseaux sociaux rendent bien évidemment plus facile le partage de votre post sur les réseaux sociaux. Incluez vos boutons avant et après l'article. Utilisez également une barre flottante comme ici à gauche.

Enfin, ne mettez pas nécessairement tous les boutons de partage mais seulement ceux qui ont du sens pour vous.



4. Ajoutez une image au début de chaque post

Les images permettent de capter l'attention du lecteur afin de l'amener à entrer dans votre contenu. Vous ferez ainsi **baisser vos taux de rebond** et augmenter le temps moyen passé sur votre site.

Par ailleurs, l'image ajoutée sera intégrée aux partages de l'article sur les réseaux sociaux augmentant d'autant sa portée.



5. Utilisez une bonne accroche en introduction de vos articles

Vous avez capté l'attention grâce à un titre prometteur et une photo pour fixer le regard, vous devez maintenant embarquer votre lecteur dans votre

récit en présentant concrètement ce qu'il va retirer de cette lecture, en commençant par une expérience personnelle ou encore en adressant les problèmes de votre audience afin que chaque lecteur comprenne que l'article le concerne.



6. Assumez vos positions dans vos articles

Les articles sans personnalité sont légion. N'hésitez pas à exposer votre personnalité et distinguez-vous en prenant des positions fortes. Si votre démarche reste empreinte d'humilité et que vous êtes transparent sur vos échecs, vous constaterez que les retours négatifs sont finalement assez rares. Dans le pire des cas, vous créerez un véritable débat avec votre audience.

7. Écrivez vos articles sur un mode conversationnel

Un article de blog ne doit pas être un cours théorique. Il s'agit d'une conversation entre moi et vous. Utilisez le "je" pour parler de vos expériences, succès et échecs. Abusez du "vous" pour parler directement au lecteur et non pas comme si vous parliez à une foule.

Utilisez la richesse de la langue française et la contradiction ("cependant", "néanmoins", "en effet", "malgré tout"...) pour montrer le cheminement de votre pensée. Enfin, racontez une histoire et étonnez votre lecteur en disséminant des informations tout au long de votre article.

8. Utilisez une typographie et un design agréable à lire

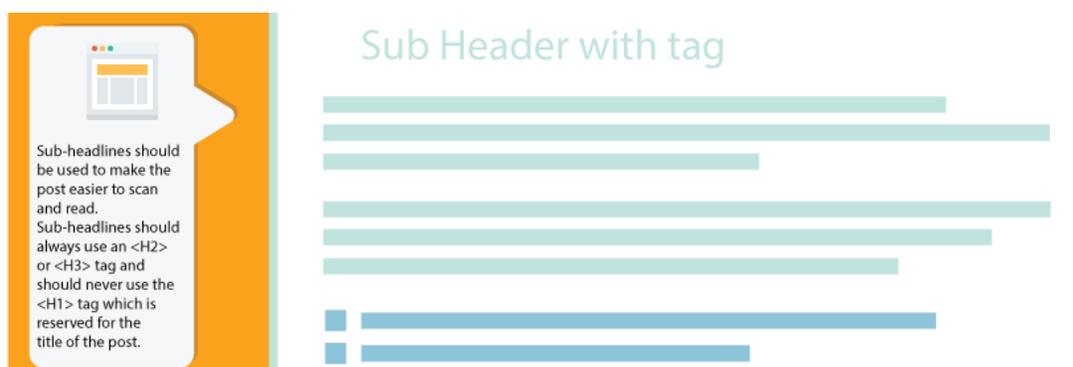
Un article structuré et aéré donne plus envie d'être lu que des blocs de texte compacts.

La taille idéale pour votre typographie se situe entre 14 et 16 pixels pour plus de lisibilité. Utilisez les espaces entre vos lignes pour faire respirer votre texte. iSpionage parle d'un espace entre 50 et 60 pixels avec un maximum de 75px. Effectivement, au-delà l'espacement rallonge trop vos contenus et vos lecteurs n'aiment pas les longs paragraphes.

Enfin, utilisez des paragraphes courts de 2 ou 3 phrases grand maximum pour faciliter la lecture.

9. Structurez vos articles avec des sous-titres

Les sous-titres d'une part permettent de scinder vos posts en plusieurs parties bien identifiables tandis que l'utilisation des balises <h2> et <h3> permettent d'enrichir la manière dont Google comprend vos contenus.



10. Utilisez les bullets points pour clarifier votre propos

Utilisez les listes à point et les numérotations :

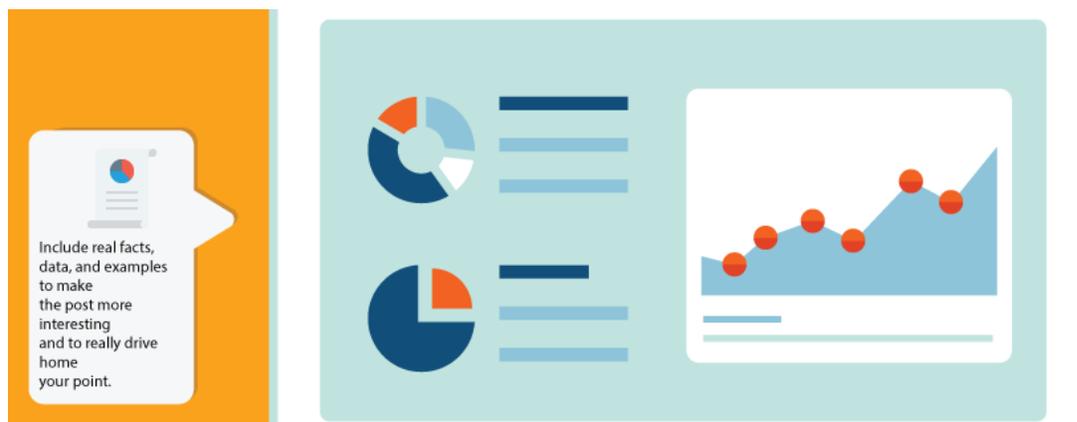
- Synthétiser votre pensée (ex : la liste des tâches à effectuer pour réaliser telle action)
- Expliquer des process (ex : les étapes pour écrire un article de blog)
- Permettre des pauses dans votre article : varier vos façons d'écrire permet à votre audience de s'accrocher jusqu'au bout



11. Incluez des données dans vos articles

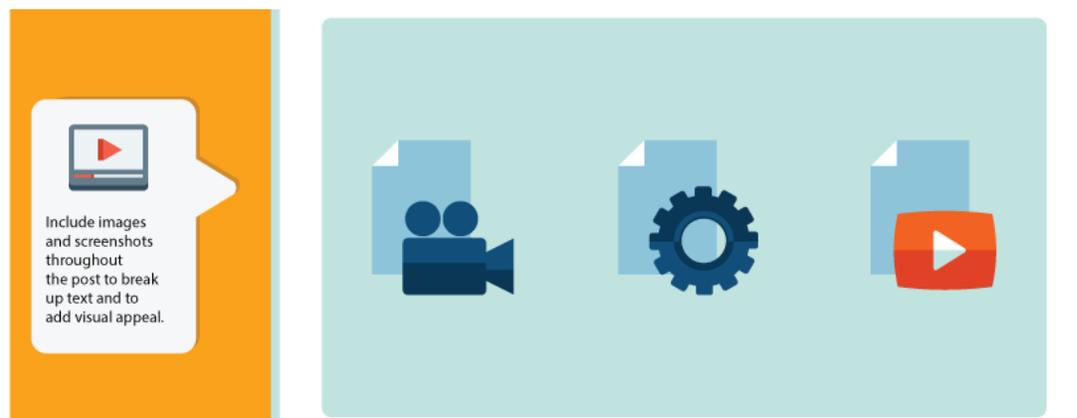
Après chaque passage théorique, il est primordial d'apporter des exemples

tirés de votre expérience ou d'études sur le sujet, d'apporter des chiffres et des données pour illustrer votre démonstration. Les business cases sont un excellent moyen de montrer l'application concrète de ce que vous expliquez.



12. Intégrez des éléments visuels

Ajoutez des contenus visuels quand elles ont du sens (photos et copies d'écran), des vidéos mais aussi pourquoi pas des diaporamas Slideshare ou des podcasts. Les médias permettent d'enrichir vos articles de blog mais également d'augmenter le temps que vos visiteurs passent sur votre site. Ce qui est bon pour vous mais est également un indicateur de qualité pour Google.



13. Apportez de la valeur

Assurez-vous que votre article apporte suffisamment de valeur et de détails pour qu'il soit véritablement intéressant à lire. J'irais plus loin : vous devez surprendre votre lecteur avec la masse d'information que vous leur donnez. Emmenez vos lecteurs d'un point A à un point B.

Si vos articles sont une véritable ressource, vous obtiendrez plus de

partages sur les réseaux sociaux et de liens entrants. Par ailleurs, vous deviendrez aux yeux de vos clients potentiels une entreprise ou un expert capable de résoudre leurs problèmes.

14. Pensez au référencement

Dans les premiers jours après leur rédaction, l'essentiel du trafic de vos articles proviendra des réseaux sociaux, de votre liste email et éventuellement des liens que vous obtiendrez si votre article est cité par un média plus gros que vous.

Cependant, la véritable source de trafic reste celle que vous obtiendrez lorsque vos articles commenceront à se positionner dans les moteurs de recherche. Le plein potentiel peut prendre 2 semaines à 3 mois selon les sujets et la concurrence. Certains de mes articles ont commencé à ranker véritablement au bout d'un an à force de mises à jour régulières. Une fois que votre article prend des positions intéressantes, les visites peuvent rapidement se compter en 1000iers de visites sur un seul article.

Consultez le tutoriel pour [classer ses articles en premier sur Google](#)
Consultez le guide du [référencement](#)

15. Terminez votre article avec une véritable conclusion

Une conclusion synthétisant les enseignements permet à votre lecteur de se projeter. Incitez-le à passer à l'action. Ne sous-estimez pas la force d'un bon call-to-action pour apporter l'énergie nécessaire à votre audience pour agir dès aujourd'hui.

16. Ajoutez un module de commentaire

Les commentaires sont un lieu d'interaction particulièrement intéressant. En créant la discussion (et en la faisant vivre), vous créez un premier contact avec des personnes qui deviendront peut-être vos clients.

Commencer dès maintenant à écrire sur votre blog

Aujourd'hui, les difficultés techniques pour ouvrir un blog ont sauté. Un blog Wordpress s'installe en 1 heure. Pour autant, beaucoup de mes clients ont des blocages pour écrire liés au manque de confiance ou au manque de

pratique de l'écriture.

Est-ce que ce que je suis crédible ?

Est-ce que je ne vais pas dévaloriser l'image de mon entreprise si mes articles sont moyens ?

1. Votre expérience a de la valeur : vous en savez plus que 99% de votre audience puisque vos visiteurs viennent justement sur votre blog pour obtenir des réponses à leurs questions.

2. Apprenez en écrivant : Il faut écrire de manière régulière afin de prendre l'assurance suffisante pour trouver votre style. La personne que vous serez dans 1 an aura sans doute honte de ce que vous aviez écrit à l'époque (c'est mon cas parfois !) mais il n'y a pas d'autre voie pour apprendre. Un blog porte aussi la marque de l'évolution de son (ou ses) auteur(s).

3. Organisez votre processus d'écriture : généralement, nous perdons la faculté d'écrire des rédactions lorsque l'on quitte les études. Pour reprendre ces habitudes, recréez-vous des routines :

- Trouvez le moment dans la journée où vous êtes le plus efficace, pour certains ce sera tôt dans la matinée, pour d'autres en fin de journée
- Au lieu de partir sur une page blanche, commencez par écrire le titre de vos articles puis vos sous-parties.
- Remplissez les 3 éléments clés que vous estimez importants dans chaque sous-partie.
- Une fois que vous avez votre plan, remplissez les trous, ajoutez des exemples et des illustrations. Voilà votre article est prêt.

Lancez-vous dès aujourd'hui ou **faites-vous accompagner** pour prendre les raccourcis.

Oubliez ce que je vous ai dit et testez

Pour terminer, je voudrais insister sur le fait qu'il n'y a pas de recette définitive pour créer un bon article de blog. Ce qui fonctionne aujourd'hui ne fonctionnera pas nécessairement demain.

Pour une raison simple : à mesure que les bonnes pratiques se diffusent, la concurrence devient plus forte et votre audience immunisée. S'adapter et se réinventer est donc primordial pour survivre et doubler vos concurrents.

Exemple : BuzzFeed a déferlé à partir de 2011 avec ses articles de listes superficiels (mais divertissants) conçus pour profiter au maximum des partages sur les réseaux sociaux grâce à des titres optimisés pour attiser la curiosité et attirer les clics. Ces pratiques ont depuis essaimé et désormais la majorité des titres de presse traditionnelle - le Huffington Post notamment - ont ouvert leurs colonnes à des articles plus viraux et légers, des choix de titres plus à même d'être partagés sur les réseaux sociaux.

Les recommandations que je vous ai données ont vocation à vous éviter de dépenser votre énergie à écrire des articles qui n'ont que peu de chances de vous ramener du trafic mais ces conseils ne dispenseront jamais de tester vos propres idées.

Appuyez-vous sur ce qui fonctionne mais testez en parallèle de nouvelles façons de faire pour embrasser les évolutions : la vidéo, le podcast, les nouvelles plateformes...

Si vous souhaitez être accompagné afin d'**améliorer vos stratégie sur Facebook**, réservez votre entretien de découverte.

Infographie : l'anatomie d'un post de blog parfait





 Social sharing buttons make it easy for readers to share the post on social media. Include the most relevant social media buttons for your audience but don't overdo it with every button imaginable.

 The first few sentences need to act as a hook and convince people to continue reading.

 Be sure to take a stand with your posts, even if you end up being wrong. It's better to firmly be on the wrong side than to be wishy washy and never make a point.

 Include real facts, data, and examples to make the post more interesting and to really drive home your point.

 Sub-headlines should be used to make the post easier to scan and read. Sub-headlines should always use an <H2> or <H3> tag and should never use the <H1> tag which is reserved for the title of the post.

 It's good to use bullet points and numbered lists when possible to break up long blocks of text.

 Every post starts with an attention grabbing headline written in title case.

 8
The date goes at the top of the post so people know when the article was written in case they need to make sure the content is still up to date.

 Include a feature image at the beginning of posts so an image will be included in social shares to make your post more appealing.

TEXT TIP
 >14-16 px
Font size should make the post easy to read, preferably between 14 to 16 px, possibly larger.

 Blog posts are a conversation between the author and the reader so write conversationally. Your post should sound more like a conversation at a coffee shop than a professor blathering uninterrupted about ancient Greek history. Feel free to start sentences with "and" or "but," to use contractions, and to address the reader in second person. You can also attempt to lighten the mood by surprising and delighting the reader with your wit, wisdom, and charm.

 Studies have shown that online readers are intimidated by long paragraphs, so short paragraphs of two to

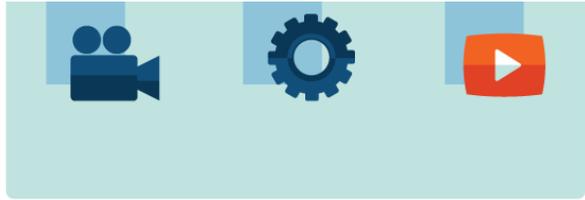

Include images and screenshots throughout the post to break up text and to add visual appeal.

TEXT TIPS

Be careful about making your text width too wide. Not only do online readers not like long paragraphs, but they also don't like text that is too wide. The Baymard Institute recommends lines with 50 to 60 characters with 75 being acceptable.

Use the Golden Ratio Typography Calculator to determine the optimal line height for your text based on the text width and font height.


Find an easy-to-use comment system so readers can provide feedback and join the discussion, or consider leaving off comments so you don't have to spend time managing and monitoring them since sometimes the work required to monitor comments doesn't outweigh the benefit.



Another Sub Header

Placeholder text consisting of several lines of varying lengths, with a magnifying glass icon overlaid on the text.

Placeholder text consisting of several lines of varying lengths.

 Placeholder text consisting of several lines of varying lengths.

 Placeholder text consisting of several lines of varying lengths.



iSpionage is a competitive intelligence tool that makes it easy to find profitable PPC and SEO terms by downloading competitor keywords, ads, and landing pages. Visit www.ispionage.com TODAY to spy on your competitors for FREE!

References: <http://www.pearsonified.com/typography> // <http://baymard.com/blog/line-length-readability>

Content written by: @josephputnam

three sentences should be used for easier reading. One sentence paragraphs can be used for emphasis, and slightly longer paragraphs can be used on occasion.


Remember to include enough details in your post to make it substantial and worth reading. The internet has enough "me too" content produced to spam search engines. Put some thought and enough details in your post so you do more than skate on the surface and actually produce something worth reading and sharing.


Always include a strong conclusion to wrap up the post in a good way. Consider using a call to action to get people to take whatever next step you'd like them to take.

Pourquoi Personne ne Partage votre Contenu ? (et comment le rendre enfin intéressant)



Pourquoi Personne ne Partage votre Contenu ?

Guide Complet

Pourquoi personne ne partage votre contenu ? En quoi un article va être plus partagé qu'un autre ? Tout le monde peut écrire un article, mais bien peu savent écrire un article que les lecteurs partagent. Je peux me permettre ? Voici une vérité un peu honteuse : vous avez masqué le comptage des partages car en réalité, vous avez rarement plus de 10 tweets. Plutôt embarrassant.

Note de Rudy : Cet article a été écrit par André Dubois du site [Traficmania](#). André partage avec ses meilleures stratégies en matière d'acquisition de trafic et de marketing de contenu. Si vous êtes expert en marketing, vous pouvez proposer vos articles en me [contactant](#) sur la page dédiée.

La raison pour laquelle personne ne partage

vos articles

Rien n'y fait. Votre article fait autant de vagues qu'une mamie pendant son cours d'aquagym. Dans la grande piscine d'internet, votre contenu n'est qu'un petit clapotis parmi les autres.

Pourtant vous n'êtes pas stupide.

Vous avez lu mille articles de gourous expliquant comment **écrire un article viral**. Vous savez qu'il faut un **titre accrocheur**, des photos, du contenu de qualité, des appels à l'action, s'adresser au lecteur bla, bla, bla.

Vous pensiez qu'en appliquant ces recettes, les likes et les tweets allaient pleuvoir, vous ramenant un torrent de trafic, d'inscrits, de ventes, pour que vous aussi puissiez encaisser les pépètes depuis une plage Thaïlandaise.

Tout ceci n'est qu'un mensonge. Du moins en partie, car oui, le titre, les images, le bon contenu, c'est crucial. Mais ce ne sont que des boosters, comme le sel et le poivre. Mais il vous manque le steak.

En réalité :

1. Vous n'avez pas la moindre idée de ce qui motive les gens à partager, et vous devriez me copier cent lignes.
2. Vous n'avez pas la moindre idée de qui sont ces gens qui vous lisent, et vous devriez m'en copier mille.

Quoi, personne ne vous a dit que c'est important ?

C'est ballot, parce que ce sont les principales choses auxquelles vous devriez penser si vous voulez qu'on partage votre contenu.

La situation est grave, mais pas désespérée. Si vous voulez que vos articles fassent des vagues comme une bombe du gros Bébert depuis le plongeur de 3 mètres, lisez ces quelques lignes.



Pourquoi Personne ne Partage votre Contenu ?

Guide Complet

Oui, les lecteurs qui partagent pensent aux autres

Mais ils pensent aussi beaucoup à eux...

Le réputé New York Times à publié une **étude** révélant les motivations des « partageurs » du net.

- 94% se demandent si l'information sera vraiment utile aux destinataires.
- 84% soutiennent une cause, ou des problèmes qui leur tiennent à cœur.
- 78% partagent de l'information car cela leur permet de rester connectés avec des gens qu'ils ne pourraient pas contacter autrement.
- 73% se connectent à ceux qui ont les mêmes centres d'intérêts.
- 69% partagent car ils se sentent plus impliqués dans la société et le monde.
- 68% montrent aux autres qui ils sont et ce qu'ils pensent.
- 49% informent les autres sur des produits, ou pour changer leurs opinions et les inciter à agir.

Conclusion : soit on partage parce qu'on trouve votre contenu utile...
soit on partage pour se créer un réseau ou montrer une image de soi.

Quand aux produits que vous voulez-vendre, 51% s'en foutent d'entrée de jeu.

A votre avis, vous devez taper dans quelle catégorie pour être liké et tweeté ?

Clair. Dans la catégorie « utile pour les destinataires ».

Comment créer du contenu « utile »

Vos lecteurs sont fatigués, un œil sur la télé, un autre sur la tablette, le bain à donner aux enfants et n'oublie pas de sortir le poulet du four.

Vos lecteurs ne veulent pas d'un cours. Parce que franchement, les cours ça prend la tête. Comparez les audiences de TF1 et d'Arte si vous en doutez. Si vous les barbez, ils fileront sur Youtube, à regarder des chatons dans des paniers ou des automobilistes russes qui se bastonnent.

Ils ne veulent rien acheter non plus. Ils ont bossé dur toute la journée, et ce n'est pas pour dépenser une blinde dans votre formation qui est le remède à tous leurs problèmes, sans efforts, et en moins de 10 jours.

C'est les « 5C », comme je disais dans mon ancien job : c'est con, mais c'est commes çà.

Vous devez l'accepter.

En revanche, ce que vous pouvez faire, c'est leur donner des articles qui leur collent les yeux à l'écran, et jusqu'à la dernière ligne. Vous aurez sorti vos lecteurs de leur train-train. Comme par magie, ils auront trouvé votre post « utile », et ils le partageront.

Vous comprenez la nuance ?

Ce qui doit être « utile », ce n'est pas l'information que vous donnez. Ce qui est « utile », c'est l'effet que vous faites à votre audience.

Voici cinq pistes pour coller l'œil de vos lecteurs jusqu'à la dernière ligne, et les faire sortir de leur train-train pendant quelques minutes.

1. Bottez leur les fesses :

Dans ce monde politiquement correct, dire la vérité toute nue, brutale, c'est rare. Mettez vos lecteurs devant des faits, remuez-les, et ils vous suivront comme une légion au combat.

2. Soyez encyclopédique :

Soyez malin, profitez de la paresse de vos compétiteurs. Peu d'entre eux auront le courage ou le talent de traiter une question de A à Z dans un

article référence de 5000 mots. Soyez précis, scientifique et offrez votre immense solution sur un plateau.

3. Balancez du piment rouge :

90% des articles de blogs contiennent des informations utiles, détaillées, organisées...et sont d'un ennui mortel. Alors arrêtez d'écrire comme un manuel de physique/chimie et lâchez-vous. Vous êtes libre d'écrire ce que vous voulez, pourquoi être austère comme un directeur du Trésor de la 4^{ème} République ?

4. Brisez les idées reçues :

Galilée, vous connaissez ? Ah oui, si vous prouvez que ce que tout le monde pense est faux, vous ouvrirez les portes de la gloire. Et aujourd'hui, vous ne risquez même plus le bûcher, par-dessus le marché. Soyez celui qui amène un souffle nouveau, et on parlera de vous.

5. Donnez-vous du mal :

J'ai dit plus haut que 90% des articles donnent des informations utiles. Mais bon sang, qu'est ce qu'ils sont mal écrits. Donnez-vous du mal, écrivez mieux. Pitié pour vos lecteurs. Un article, c'est dix à vingt heures de travail. Ouah.

Est-ce ça marche vraiment ?

Oui.

A ce jour, le 7^{ème} article que j'ai écrit sur mon blog TraficMania a eu 116 partages, le 8^{ème} en a eu 231, et le 9^{ème}, publié hier, 124.

Vous avez saisi l'idée ? Maintenant, voyons comment choisir des sujets viraux comme la grippe espagnole.

Le secret pour créer du contenu viral

Donnez-leur ce qu'ils attendent.

C'est tout.

Bon d'accord. Attendez...

Euh... Le savez-vous au moins, ce qu'ils attendent ?

Si vous ne connaissez pas les besoins de votre audience, vous êtes peut-être en train d'apprendre à Alain Prost comment on conduit une voiture. Vous êtes à côté de la plaque.

La même étude du New York Times a défini 6 profils de « partageurs » :

1. Les altruistes : toujours prêts à renseigner, ils vont partager des articles sur l'allaitement avec leur cousine enceinte.
2. Les carriéristes : ceux qui n'échangent des informations que pour développer un business.
3. Les hipsters : ceux qui partagent comme ils respirent, parce qu'ils ont eu un compte Twitter avant d'avoir de l'acné.
4. Les boomerangs : il faut que ça chauffe, ils partagent surtout des contenus polémiques pour faire réagir.
5. Les connecteurs : comme ceux qui partagent une offre promotionnelle avec leurs proches. Bon plan sur Groupon les amis !
6. Les spécifiques : précis, ils ne partagent qu'une information spécifique pour une personne spécifique.

Votre audience, c'est laquelle ?

Consultez le tutoriel pour [plus de partages sur vos articles](#)

C'est facile de le savoir. Il suffit de leur demander.

Vous voulez savoir ce qui est utile pour vos lecteurs ? Voici 3 tactiques très simples pour le découvrir :

1. Utilisez les commentaires

Listez les emails de ceux qui laissent des commentaires dans un fichier Excel. Envoyez leur un petit message, tout simple, où vous leur demanderez quelle est « leur plus grand problème avec (votre thématique) ».

Vous verrez que beaucoup d'entre eux seront ravis de pouvoir se confier, de trouver une oreille attentive.

Au fur et à mesure de vos échanges, vous allez voir apparaître des points communs, des similitudes.

2. Faites un petit sondage

Utilisez Survey Monkey ou Google Forms pour créer un petit sondage que vous allez intégrer dans un article. Quelque chose de rapide. Demandez à nouveau à votre audience « leur plus grand problème avec (votre thématique) ».

3. Offrez du coaching

Proposez à 5 ou 10 lecteurs 20 minutes de consultations téléphonique gratuite. Vous en saurez beaucoup plus sur les besoins de votre audience. (Note : je le fais sur [TraficMania](#)).

Voilà vos sujets. Voilà de quoi vous devez parler. Voilà les problèmes qu'il serait « utile » de traiter. Et que vos lecteurs partageront.

Nous y sommes presque, les amis.

Il manque le dernier ingrédient

Il ne manque plus qu'un petit coup de pouce.

Le meilleur article du monde ne sera jamais partagé s'il n'est pas lu.

Admirez la logique implacable de ce raisonnement.

Vous pouvez ricaner tant que vous voulez, mais c'est une vérité absolue sur Internet. Au démarrage, vous aurez besoin que des gros comptes Twitter ou Facebook relayent votre précieux article. Quand Rudy Viard tweete un de mes posts à ses 27 000 et quelques abonnés, cela aide.

Mais pourquoi diable Rudy accepte-t-il de relayer les demandes d'un blogueur qui n'a publié que 9 articles, et qui n'a rien foutu à part la plage de mi-juillet à mi-septembre ?

Je vais m'avancer, et j'imagine qu'il y a trois raisons à cela :

1. Nous parlons tous les deux de marketing sur Internet. C'est certain que ma recette de tarte aux fraises (bien que délicieuse), ne l'intéresse pas ici.
2. J'essaye de toujours créer un texte digne d'être partagé. Si Rudy devait mourir de honte en tweetant mes daubes, et bien, devinez quoi, il ne le

ferait pas.

3. Ce dernier point est le plus important : j'ai fait l'effort de lier connaissance avec Rudy bien avant d'oser lui demander un retweet, et nous nous apprécions. Cela m'a évité de me pointer la gueule enfarinée, mon premier article sous le bras, en face d'un mec qui se serait demandé qui je peux bien être.

C'est étonnant, mais bien que nous soyons seuls en face de notre écran le plus clair de notre temps, nous ne pouvons pas y arriver sans l'aide des autres.

Encore une histoire de partage.

Faites-le et obtenir 100 ou 200 partages sera aussi facile que d'ouvrir un robinet.

Faites-le, et article après article, les likes et les tweets se mettront à pleuvoir, gonflant la rivière de votre trafic, de vos inscrits et de vos ventes.

André Dubois est l'auteur du blog [TraficMania](#). Téléchargez son ebook gratuit pour créer des titres viraux : « 124 titres irrésistibles à télécharger ».

Si vous souhaitez être **accompagné dans votre stratégie de contenus**, demandez votre entretien de découverte

Quels Contenus pour 4x Plus de Partages et de Liens ?

Les Contenus à **Publier** pour **4x Plus** de Partages et de Liens

Guide Complet

Quels sont les contenus les plus partagés ? Quels contenus reçoivent le plus de liens ? Selon le type de contenu publié, les résultats en terme de partages sur les réseaux sociaux et de liens pointant vers l'article varient de 1 à 10. **Moz a analysé** en collaboration avec Buzzsumo plus d'1 million d'articles afin d'identifier les contenus les plus rentables en termes de viralité et de backlinks.

Obtenir plus de partages et de liens

L'étude de Moz a pour objectif de comprendre la corrélation entre **partages et liens** sur les articles afin de comprendre quels formats de contenus obtiennent généralement de meilleures performances.

Les Contenus à Publier pour 4x Plus de Partages et de Liens

Guide Complet

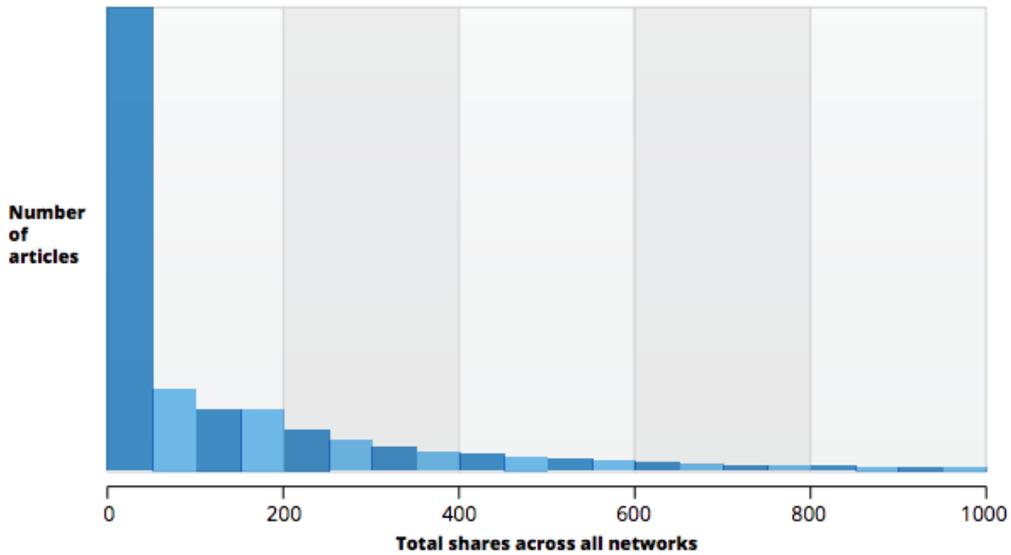
Moz nous apprend que :

1. La majorité des contenus publiés sur Internet sont complètement ignorés en matière de partages et de liens.
2. La principale raison est que ces contenus ne valent pas la peine d'être partagés et ne sont jamais mentionnés car ils n'apportent qu'une faible valeur ajoutée.
3. La seconde raison est que les personnes à l'origine des contenus échouent à amplifier leurs contenus pour les faire connaître suffisamment.

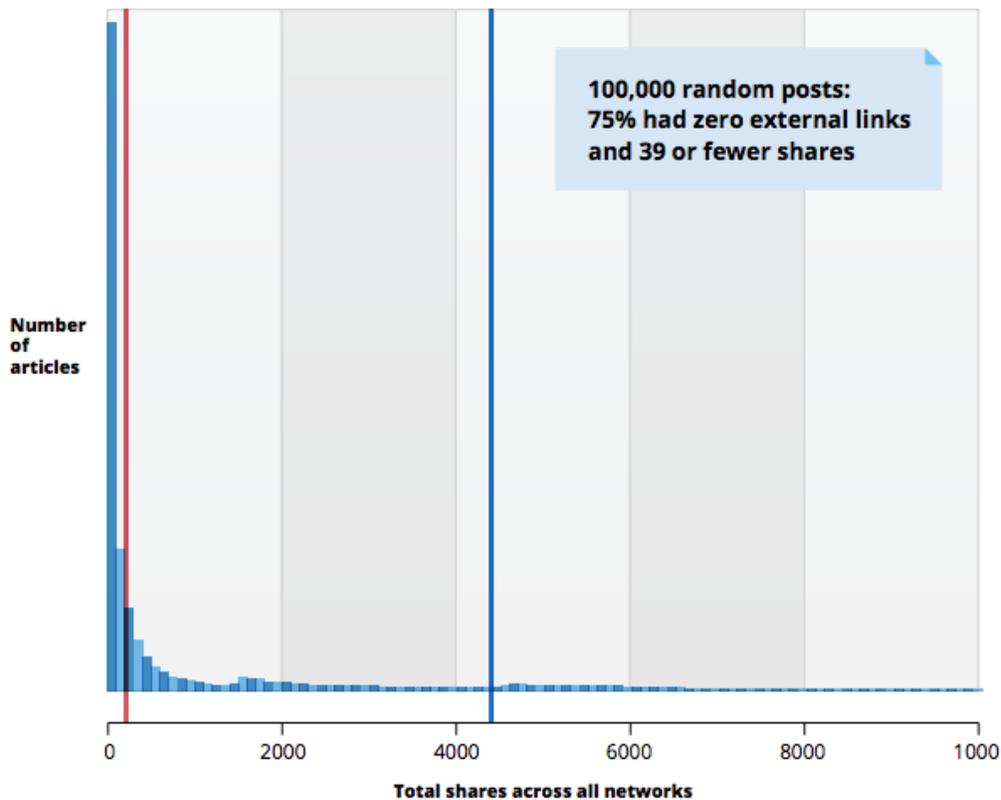
Par ailleurs, on s'en serait douté, certains contenus réussissent parfaitement à obtenir des partages sur les réseaux sociaux et des liens. Cependant, obtenir des liens entrants est plus difficile que d'obtenir des likes, des retweets ou +1.

Etat des lieux des contenus partagés sur Internet

a. La majorité des posts reçoivent peu de partages et encore moins de liens. Sur une sélection de 100 000 posts, 50% avaient 2 interactions maximum sur Facebook (partage, like ou commentaire) et plus de 75% avaient 0 liens externes. Cela suggère comme le dit Moz que beaucoup de ces posts sont des articles de très faible qualité mais également que les personnes ont beaucoup de difficulté à amplifier leurs contenus.



b. Sur un échantillon plus grand de 750 000 posts bien partagés sur les réseaux sociaux, Moz a identifié que 50% de ces posts avaient 0 liens entrants. Cela suggérerait donc que, bien que de nombreux posts ont un nombre conséquent de partages, ils rencontrent plus de difficultés à acquérir des liens.



c. Certaines publications obtiennent de très hautes performances en matière d'acquisition de liens et de partages mais la majorité des contenus n'ont ni partages ni liens. 75% des articles provenant de l'échantillon pris au

hasard de 100 000 posts avaient 0 liens externes et moins de 1 domaine référent.

d. A travers le million d'articles étudié dans l'article, aucune corrélation n'a pu être démontrée entre partages et liens, ce qui signifie que les utilisateurs partagent ou posent un lien pour des raisons différentes.

e. Il y a cependant des types de contenus qui ont une corrélation forte entre partages et liens. Notamment les contenus présentant des résultats d'études et d'une recherche basée sur des chiffres (comme l'étude de Moz par exemple) et les articles de prises de parole journalistique (telle que les édito et les tribunes). Ces formats reçoivent à la fois plus de partages et plus de liens de manière significative.

f. 85% du contenu publié (en excluant les vidéos et les quiz) ne dépasse pas les 1000 mots. Cependant, les contenus long formats de plus de 1000 mots reçoivent plus de partages et de liens que les contenus plus courts. Selon Moz, soit les gens ignorent cet état de fait soit il est simplement trop complexe pour eux d'écrire des contenus de qualité long format.

g. Le format de vos contenus a un impact. Les formats tels que les vidéos de divertissement et les quizz sont bien plus partagés qu'ils n'obtiennent des liens. Certains quiz et vidéos obtiennent des centaines de milliers de partages mais aucun lien.

h. Les articles listes et les vidéos obtiennent une moyenne de partages plus importante que les autres formats de contenus. Cependant, en terme de liens, les posts listes ("les 100 moyens de ...") et les "why posts" (les posts donnant une réponse à une question "pourquoi xxx ?") dominent en moyenne les autres formats d'articles.

Les contenus les plus partagés

Au-delà des articles présentant le résultat d'une étude et des articles d'opinion qui reçoivent à la fois des partages et des liens, les types de contenus les plus partagés sur les réseaux sociaux sont :

1. Les articles listes
2. Les vidéos
3. Les quiz
4. Les "why" posts (les articles "pourquoi")

5. Les "how to" posts (tutoriels)

6. Les infographies

Content Type	Number in sample	Average Total Shares	Average Referring Domain Links	Correlation of total shares & referring domain links
List post	99,935	10,734	6.19	0.092
Quiz	69,757	1,374	1.6	0.048
Why post	99,876	1,443	5.66	0.125
How to post	99,937	1,782	4.41	0.025
Infographic	98,912	268	3.67	0.017
Video	99,520	8,572	4.13	0.091

La longueur des contenus impacte les performances. Des articles plus longs récoltent plus de partages et de liens.

Length (words)	Total Shares Average	Referring Domain Links Average
<1,000	2,823	3.47
1-2,000	3,456	6.92
2-3,000	4,254	8.81
3-10,000	5,883	11.07

Les contenus obtenant le plus de liens

En revanche, pour obtenir des liens vers vos pages, privilégiez :

1. Les articles listes
2. Les "why" posts
3. Les "how to" posts

4. Les vidéos
5. Les infographies
6. Les quiz

Ces résultats sont un instantané. Il est évident que des opportunités sur certains types de contenus vont amener de plus en plus de personnes à les utiliser et donc à la rendre moins efficaces. Concentrez-vous sur la qualité et continuez à tester de nouveaux types d'articles.

Si vous souhaitez **améliorer vos contenus pour augmenter votre trafic**, demandez votre entretien de découverte

10 Stratégies pour Augmenter le Trafic de votre Blog de 372%

Augmenter le Trafic de mon Blog de 342%

Guide Complet

Comment créer du trafic ? Comment augmenter votre trafic ? Comment développer votre audience ? Vous avez du mal à attirer des visiteurs sur votre blog ? Pourtant, vous avez suivi à la lettre les recommandations des blogueurs pour générer du trafic. Malgré cela, vous ne réussissez pas à améliorer la visibilité de vos articles malgré le temps passé à rédiger des contenus de qualité et à les promouvoir sur les réseaux sociaux ? Vous vous dites peut-être qu'une stratégie de blog n'est finalement pas un moyen aussi facile et rentable de créer du trafic et trouver des clients. Je vais vous montrer 10 stratégies qui fonctionnent pour augmenter votre trafic.

Augmenter votre trafic

Lorsque j'ai commencé à sérieusement vouloir développer l'audience de ce blog fin 2013, je n'avais qu'une idée en tête : "monter ma boîte".

Comment Augmenter mon Trafic ?



Comment améliorer mon trafic ? Comment augmenter mon trafic ? Comment optimiser mon trafic ? Comment utiliser Google Analytics pour augmenter le nombre de visiteurs sur mon site ? [Quicksprout](#) nous gratifie d'une nouvelle excellente infographie pour identifier des potentiels de croissance.

Comment augmenter mon trafic

Google Analytics est un outil essentiel pour suivre précisément l'évolution de votre trafic et évaluer l'impact de vos actions marketing.

Je sais que 90% des lecteurs du blog connaissent ou utilisent Google Analytics. Mais je sais aussi que bien souvent certains de mes clients confessent qu'ils ne vont jamais mettre leur nez dans leurs statistiques (ou alors 3 fois par an).

C'est malheureusement indispensable si vous souhaitez augmenter rapidement le trafic de votre site Internet ou de votre blog.

En étudiant votre trafic, vous serez capables :

1. D'identifier les sources de trafic qui fonctionnent le mieux pour vous : référencement naturel, liens entrants, publicité...
2. D'analyser **quelles stratégies** et **quels contenus** permettent de créer du trafic et, au-delà, de générer plus de conversions
3. Donc de concentrer vos ressources en temps et en budget sur les actions marketing qui fonctionnent le mieux pour vous
4. De renforcer celles qui méritent plus de ressources pour devenir de vraies sources de trafic et de leads
5. D'arrêter les actions ayant peu ou pas d'impact afin de libérer du temps pour tester de nouvelles pistes de croissance



1. Analyser votre référencement sur Google

Quelle est la position de mon site dans Google ? Pour connaître votre positionnement sur Google et identifier des opportunités de trafic, commencez par :

- **Installer Google Analytics** sur votre site Internet ou votre blog si ce n'est déjà fait
- **Créer un compte Google Webmaster Tools** (désormais appelé Search Console)
- **Connecter votre compte Google Analytics à Google Webmaster Tools**

Vous pourrez ainsi connaître vos positions dans les résultats de recherche de Google pour chaque mot-clé où votre site apparaît (donc pas uniquement pour les mots-clés qui vous apportent déjà du trafic mais aussi pour les expressions où vous êtes classés 17ème, 23ème ou 100ème et qui pourraient devenir des sources).

Vous pourrez également connaître l'évolution de vos positions (donc mesurer l'impact de vos optimisations)

Using GA to Increase Your Traffic

Increase organic traffic using SEO queries and landing page reports

STEP 1



Connect Google Analytics with Google Webmaster Tools.

STEP 2



Use the SEO report within Google Analytics to see keyword rankings, clicks, and impressions.

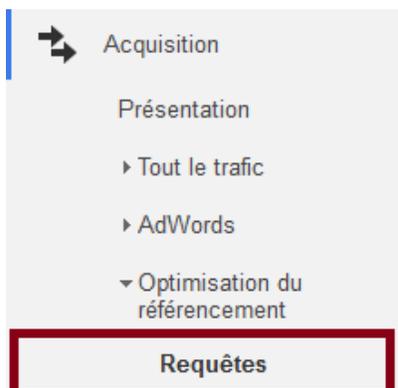
STEP 3



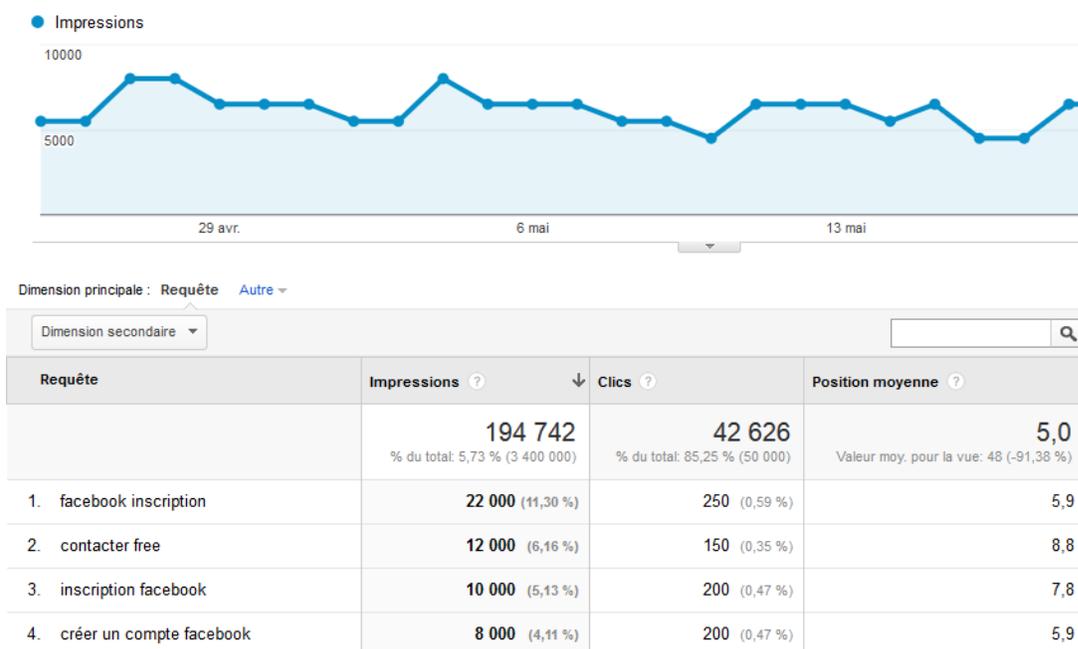
Look for keywords with the most impressions.

Accédez maintenant à votre rapport de mots-clés dans Google Analytics :

1. Cliquez sur "Acquisition" puis sur "Optimisation du référencement" en colonne gauche
2. Sélectionnez "Requêtes"



Votre rapport SEO devrait ressembler à cette courbe et ces 3 colonnes montrant vos impressions, vos clics et votre position pour chaque mot-clé :



En comparant le mois actuel avec le mois précédent, vous pourrez savoir quels contenus ont perdu des places sur Google par exemple.

2. Créer plus de trafic grâce au référencement

Identifiez les 20 expressions obtenant le plus d'impressions ainsi le contenu qui leur est associé dans la liste de vos mots-clés du rapport Google Analytics.

Pour chacun de ces contenus, identifiez les contenus les moins performants en terme de taux de clics :

- Un contenu positionné entre la position 1 et 4 devrait avoir minimum 20% de taux de clics
- S'il est positionné en 5ème ou 6ème position environ 8%
- S'il est positionné en position 9 ou 10 environ 3%.

Pour toutes vos pages n'obtenant pas ces chiffres, procédez à l'étape suivante d'optimisation.

Por optimiser vos contenus et obtenir plus de trafic :

1. Améliorez le titre des pages en question et leur description.

En effet, le titre et la description tels qu'ils apparaissent dans les résultats de Google impactent fortement le choix de l'utilisateur de visiter votre site (ou non). En choisissant un titre qui répond idéalement à sa question (dans notre cas "comment être premier sur google"), vous obtiendrez des taux de clics plus importants et vos simples "impressions" deviendront du trafic.

Etre Premier sur Google : le Guide Complet

www.webmarketing-conseil.fr > Growth hacking > Acquisition ▾

5 oct. 2014 - Référencement : Comment être Premier dans Google ? Le Guide Complet pour être classé premier dans le moteur de recherche Google.

Consultez le tutoriel pour **mettre en place pas à pas cette technique**

Neil Patel de Quicksprout suggère lors de l'optimisation de vos contenus :

1. De conserver des titres autour de 55 caractères (afin que Google ne vous les coupe pas dans les résultats de recherche)
2. D'utiliser des meta descriptions autour de 156 caractères maximum
3. De bien réfléchir à "l'intention" de l'utilisateur lorsqu'il tape ces mots-clés afin de faire coller vos titres, descriptions et contenus au véritable besoin de l'internaute.
4. De ne pas hésiter à utiliser des techniques de copywriting dans le titre afin d'inciter au clic (exemple : "17 Stratégies pour Améliorer votre Trafic" plutôt que "Comment Améliorer votre Trafic").

Vous noterez que je n'utilise pas trop ce procédé, je préfère aller droit au but mais ça fonctionne. Rien ne vous empêche d'ailleurs d'avoir des titres H1 très direct "Améliorer votre Trafic" mais d'utiliser le plugin SEO Yoast par exemple sur Wordpress pour que le titre qui apparaît dans Google soit plus agressif pour générer des taux de clics importants dans les résultats de

recherche (à faire également sur les réseaux sociaux pour augmenter l'engagement).

STEP 4



Improve the CTR of those keywords by improving the targeting of page titles and descriptions.

You can increase your CTR by using the following techniques on your copy:

- 1 Keep title tag around 55 characters and meta descriptions around 156 characters.
- 2 Make sure the information you provide matches the intention of the keyword(s) you're getting the most traffic from.
- 3 User benefit driven copy. Basically describe how the information on that page can benefit the type of user coming through those keywords.

20%↑ Keywords ranked in spots 1-4 have a target CTR of 20% or higher	8%↑ Keywords ranked in spots 5-6 have a target CTR of 8% or higher	3%↑ Keywords ranked in spots 7-10 have a target CTR of 3% or higher
--	--	---

3. Cinq opportunités pour augmenter votre trafic

Neil Patel donne 5 idées pour générer du trafic. Pour cela, reprenez votre rapport de mots-clés et identifiez les 10 mots-clés générant le plus de clics (et non d'impressions cette fois-ci) :

1. Optimisez vos contenus qui vous rapportent déjà du trafic avec les mots-clés sur lesquels ils sont déjà positionnés (exemple : si votre article sur l'acquisition de trafic génère des clics grâce à l'expression "obtenir du trafic") en utilisant l'expression ciblée dans les balises titres et description des images de votre article.

Si votre article n'est pas classé premier sur l'expression, alors ces optimisations positionneront mieux votre contenu. S'il est déjà classé premier, vous consolidez votre position.

Je vous conseille de faire tourner et varier les expressions pour ne pas spammer l'article avec les mêmes mots-clés (donc n'hésitez pas à insérer "obtenir plus de trafic", "générer du trafic" ou "créer du trafic" plutôt que sans cesse utiliser la même expression-cible).

2. Téléchargez des photos dont le nom de fichier comporte les mots-clés qui vous intéressent (ex : obtenir-traffic.jpg)

3. Assurez-vous que votre titre utilise bien les mots-clés en question. Vous pouvez répéter également les expressions qui rapportent déjà du trafic dans vos meta description. En effet, si l'expression tapée par utilisateur dans Google est présente dans votre description, celle-ci apparaît en gras. Votre article aura ainsi plus de chance d'être cliqué et d'apparaître comme la réponse la plus évidente à sa question.

Si je reprends mon exemple, les termes "être premier" et "Google" sont affichés en gras et viennent soutenir le titre déjà très clair.

Etre Premier sur Google : le Guide Complet

www.webmarketing-conseil.fr > [Growth hacking](#) > [Acquisition](#) ▾

5 oct. 2014 - Référencement : Comment être Premier dans Google ? Le Guide Complet pour être classé premier dans le moteur de recherche Google.

4. Utilisez des liens internes entre vos articles afin de créer un réseau de contenus liés ensemble de manière logique. Posez vos liens vers les articles en utilisant des expressions variées pour **éviter toute pénalité**. L'idée est de créer un "réseau d'articles" logiquement et sémantiquement reliés entre eux.

Chaque contenu se renforce ainsi l'un l'autre et permet à Google d'identifier vos pages non pas comme des cas isolés mais comme une source d'autorité sur un thème en particulier.

Exemple : dans cet article sur "comment augmenter mon trafic", j'ai posé plusieurs liens vers des articles complémentaires. Les liens sont posés de manière naturelle sur des expressions pertinentes et varient d'un article à l'autre.

5. Créez plus de contenus sur les mots-clés qui créent déjà beaucoup de trafic. Répétez ce qui fonctionne : si vous générez une audience forte sur certaines expressions, n'hésitez pas à pousser votre avantage, cela signifie que vous avez soit une crédibilité pour en parler soit qu'il existe un vrai besoin sur cette niche.

BONUS : allez j'en rajoute un, reprenez vos anciens articles qui n'ont pas vraiment fonctionné et essayez de comprendre pourquoi. Que manque-t-il à vos contenus pour vraiment **mériter la première place dans Google** ? Votre article est-il suffisamment long ? Suffisamment dense ? Suffisamment utile ? Suffisamment illustré ? Suffisamment beau, lisible, intelligible, pratique ? Répond-il à la question ? Est-il trop large ? Trop élitiste ? Trop compliqué ?

J'ai parfois repris des articles de fond en comble et permis à ces derniers de vivre une seconde vie. Je vous conseille à ce propos la vidéo de Moz pour **arrêter de faire de simples "articles de qualité"** recommandées par toutes les agences et pour aller plus loin.

Consultez le tutoriel pour **créer du trafic grâce à vos contenus**

Increase organic traffic using traffic sources: keywords report

FIRST, FIND THE TOP 10 KEYWORDS CURRENTLY DRIVING TRAFFIC.

Here are the 5 optimization opportunities to get more traffic:

OPPORTUNITY 1

Use them as alt tags for images.

OPPORTUNITY 2

Update the image titles with those keywords as well.

OPPORTUNITY 3

Ensure your descriptions and page titles include the same keywords to help improve ranking.

OPPORTUNITY 4

Use them as anchor text for internal links (rotate them properly to avoid penalization).

OPPORTUNITY 5

Create more content based on keywords that are driving the most traffic.

4. Augmenter votre trafic grâce aux liens entrants

Dans mon cas, Google représente environ 80% des visiteurs du site. Pour autant, le référencement naturel n'est pas la seule source de trafic que vous pouvez optimiser.

Les "sites référents" (donc tous les journaux en ligne, blogs, forums, liens dans les commentaires, réseaux sociaux qui pointent vers votre site) peuvent contribuer selon le type de site à une part non négligeable du

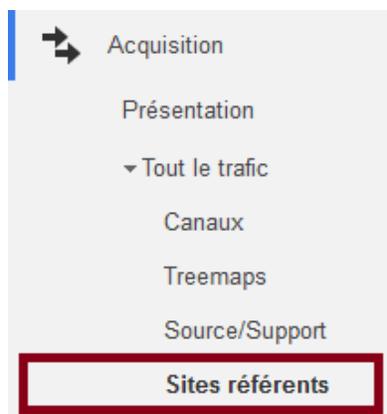
trafic. Un site comme BuzzFeed, très axé sur les contenus viraux, **déclarait en 2014** recevoir 75% de son trafic des réseaux sociaux.

Optimiser le trafic généré par les liens entrants a plusieurs avantages :

1. D'une part, il s'agit d'une source de trafic généralement de qualité puisque le lien est souvent une extension, une valeur ajoutée, un complément, du contenu que l'utilisateur est en train de lire et qu'en publiant un lien, son auteur "recommande" votre contenu.
2. D'autre part, les liens restant un **critère essentiel du positionnement** d'une page dans les résultats de Google, travailler les liens vers votre site de manière intelligente pourra renforcer le trafic issu des moteurs de recherche.

Pour obtenir votre rapport de trafic référent dans Google Analytics :

1. Cliquez sur "Acquisition" puis sur "Tout le trafic" en colonne gauche
2. Sélectionnez "Sites référents"



Neil Patel suggère plusieurs tactiques intéressantes pour optimiser ce trafic :

1. Identifiez les 5 sites communautaires et forums qui pointent déjà naturellement vers votre site ou blog :

- Passez plus de temps à répondre aux topics où votre site ou blog est cité
- Essayez d'apporter des réponses concrètes aux questions posées par les utilisateurs dans les discussions ouvertes
- Une fois accepté dans la communauté, partagez vos contenus en évitant de passer pour un spammeur ou un poseur de liens, en gardant toujours en tête d'apporter le maximum de valeur aux membres.

2. Identifiez les 5 blogs qui font déjà naturellement des liens vers votre site ou blog :

- Entretenez la relation avec ces blogueurs (rencontres physiques, échanges d'emails ou discussions sur Twitter...)
- Trouvez des opportunités pour promouvoir mutuellement vos 2 sites / blogs (exemple : partages sur les réseaux sociaux, promotion croisée dans vos newsletters respectives...)
- Neil Patel suggère de monter à 3 ou 4 guest posts mensuels. Les articles invités, lorsque de qualité (et ce n'est pas toujours le cas), permettent de satisfaire les deux parties en apportant du bon contenu au blogueur (donc du trafic) et de permettra à l'auteur de bénéficier de l'audience déjà en place du blogueur et en retour d'un trafic qualifié vers son propre site.

3. Identifiez les principaux réseaux sociaux qui génèrent du trafic naturellement :

- Passez plus de temps sur les réseaux sociaux les plus efficaces
- Analysez quelles tactiques et types de posts fonctionnent le mieux et sont véritablement à l'origine du trafic
- Adaptez votre contenu en fonction de vos observations et conclusions

Consultez le [guide des réseaux sociaux](#)

Spend more time focused on driving additional traffic from your top sources by using the traffic sources top referrers report.

For top referring community sites such as niche forums and sub-Reddits:



Spend more time on replying to threads.



Spend more time looking for topics that you can provide value to.



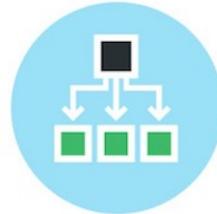
Share more of your content to the community in a non-spammy way.

For top referring blogs:



Continue nurturing your relationships and find more cross promotional opportunities.

Double down on your guest posts. If you're doing 1 post per month, see if you can scale it up to 3-4 per month.



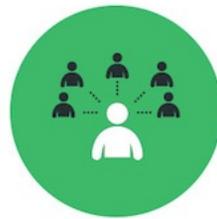
For top referring social sites:



Spend more time on the social media channel that is working the best.



Find which exact posts/tactics are driving traffic. Once you figure it out, do more of it.



Double down on growing fans and creating content for that channel.



For any unknown referral sources you don't know, find out exactly where it is and see why it's driving traffic. Then see how you can duplicate that.

5. Augmenter votre trafic grâce à vos contenus

Il n'existe que 2 voies pour créer du trafic :

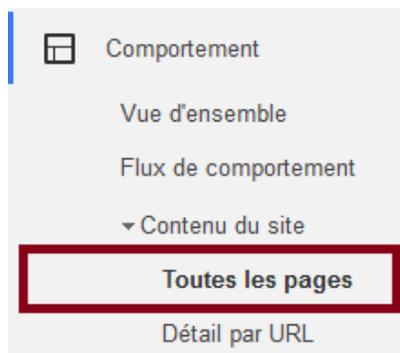
1. Soit vous avez de l'argent (et les compétences pour bien dépenser votre budget) : cela s'appelle une **campagne de publicité sur Internet**
2. Soit vous avez du temps (et un site ou un blog opérationnel, des qualités rédactionnelles, des connaissances à partager, des émotions à transmettre...) : cela s'appelle **l'inbound marketing** qui consiste à créer des contenus répondant aux questions que se posent vos clients.

Neil Patel propose un plan en 3 étapes pour optimiser votre création de contenus :

1. Trouvez les 20 contenus qui obtiennent déjà du trafic sur votre site ou votre blog

Pour obtenir le classement des pages obtenant le meilleur trafic à ce jour dans Google Analytics :

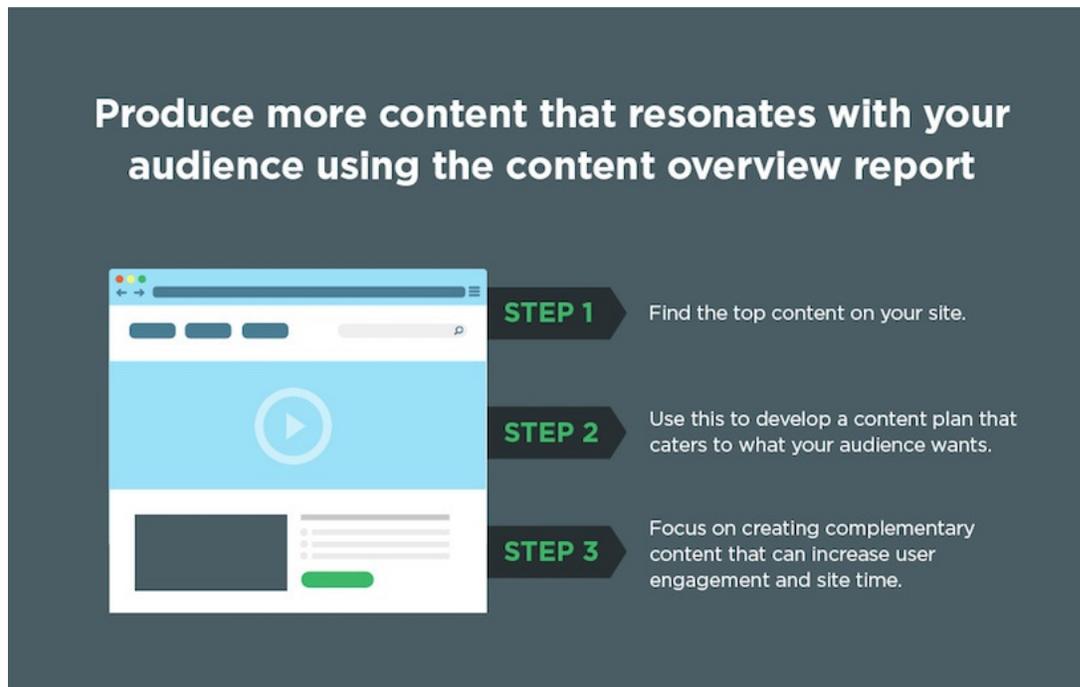
1. Cliquez sur "Comportement" puis sur "Contenu du site" en colonne gauche
2. Sélectionnez "Toutes les pages"



Une variante est non pas de sélectionner les pages générant le plus de trafic mais celles générant le plus de conversions afin de vous concentrer non pas sur ce qui attire les visiteurs mais sur ce qui génère des leads et du chiffre d'affaire.

2. Mettez en place un **planning éditorial de création de contenus** en prenant en compte ce qui fonctionne déjà et en tenant compte non pas de ce qu'il vous semble opportun d'écrire mais de ce que votre audience veut.

3. Concentrez-vous sur la création de contenus complémentaires pour augmenter l'engagement et le temps passé sur le site. En effet, certains articles sont des "portes d'entrée" vers votre site ou votre blog. Ils s'adressent à des utilisateurs qui n'ont pas encore de besoin très défini. Grâce à ces contenus, vous pourrez les faire venir sur votre site mais en suggérant des contenus liés, vous pourrez peu à peu les amener à lire des articles plus précis et amener un certain nombre à entrer dans votre tunnel de conversion (et donc à les transformer en clients)



Le timing reste important. Certains jours sont moins favorables que d'autres pour promouvoir vos contenus.

Sur Webmarketing Conseil, le vendredi, samedi et dimanche sont des jours plus calmes que les autres (les gens sont soit en train de boucler leur semaine soit pensent à autre chose qu'au marketing). Le lundi est en revanche un jour de pointe en terme de trafic et d'activité forte sur les réseaux sociaux.

Consultez vos courbes de trafic pour poster au meilleur moment.

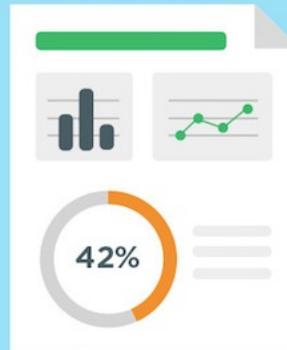
Use the visits report



Find optimal times to post by finding the most trafficked days to increase engagement.



Promote more on social media on the respective channels that are sending the most traffic.



Si vous souhaitez être accompagné dans votre **stratégie de création de trafic**, réservez votre entretien de découverte.

L'infographie de Quicksprout



of retailers are using Google Analytics incorrectly.

actionable data that can be used to increase traffic and improve conversion rates.

Using GA to Increase Your Traffic

Increase organic traffic using SEO queries and landing page reports

STEP 1



Connect Google Analytics with Google Webmaster Tools.

STEP 2



Use the SEO report within Google Analytics to see keyword rankings, clicks, and impressions.

STEP 3



Look for keywords with the most impressions.

STEP 4



Improve the CTR of those keywords by improving the targeting of page titles and descriptions.

You can increase your CTR by using the following techniques on your copy:

- 1 Keep title tag around 55 characters and meta descriptions around 156 characters.
- 2 Make sure the information you provide matches the intention of the keyword(s) you're getting the most traffic from.
- 3 User benefit driven copy. Basically describe how the information on that page can benefit the type of user coming through those keywords.

20%↑

Keywords ranked in spots 1-4 have a target CTR of 20% or higher

8%↑

Keywords ranked in spots 5-6 have a target CTR of 8% or higher

3%↑

Keywords ranked in spots 7-10 have a target CTR of 3% or higher

Increase organic traffic using traffic sources: keywords report

FIRST, FIND THE TOP 10 KEYWORDS CURRENTLY DRIVING TRAFFIC

CURRENTLY DRIVING TRAFFIC:

Here are the 5 optimization opportunities to get more traffic:

OPPORTUNITY 1

Use them as alt tags for images.

OPPORTUNITY 2

Update the image titles with those keywords as well.

OPPORTUNITY 3

Ensure your descriptions and page titles include the same keywords to help improve ranking.

OPPORTUNITY 4

Use them as anchor text for internal links (rotate them properly to avoid penalization).

OPPORTUNITY 5

Create more content based on keywords that are driving the most traffic.

Spend more time focused on driving additional traffic from your top sources by using the traffic sources top referrers report.

For top referring community sites such as niche forums and sub-Reddits:



Spend more time on replying to threads.



Spend more time looking for topics that you can provide value to.



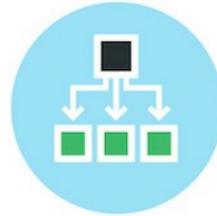
Share more of your content to the community in a non-spammy way.

For top referring blogs:



Continue nurturing your relationships and find more cross promotional opportunities.

Double down on your guest posts. If you're doing 1 post per month, see if you can scale it up to 3-4 per month.



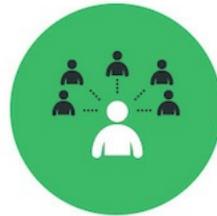
For top referring social sites:



Spend more time on the social media channel that is working the best.



Find which exact posts/tactics are driving traffic. Once you figure it out, do more of it.

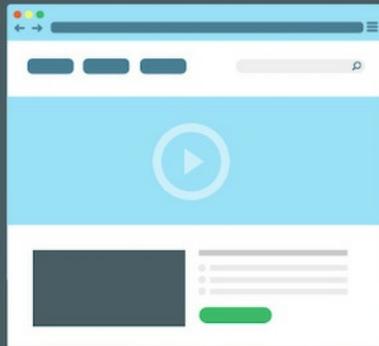


Double down on growing fans and creating content for that channel.



For any unknown referral sources you don't know, find out exactly where it is and see why it's driving traffic. Then see how you can duplicate that.

Produce more content that resonates with your audience using the content overview report



STEP 1

Find the top content on your site.

STEP 2

Use this to develop a content plan that caters to what your audience wants.

STEP 3

Focus on creating complementary content that can increase user engagement and site time.

Use the visits report



Find optimal times to post by finding the most trafficked days to increase engagement.



Promote more on social media on the respective channels that are sending the most traffic.



Using GA to Increase Your Conversion Rate

Remove bottlenecks through users flow report

STEP 1



Narrow the report by traffic source, location, device, etc.

STEP 2



Highlight traffic to a specific conversion page.

STEP 3



Analyze the average drop off point in the funnel from landing to conversion.

STEP 4

Use conversion optimization methods to improve the weak link.

- 1** Setup in page surveys at the high drop off points using tools like Qualaroo to find out why the users are dropping off.
- 2** Based on the feedback, set up A/B tests to address the objections.
- 3** Do the same for all high drop off points in the funnel.

Optimize for mobile UX through mobile report



Analyze whether your mobile visitors have a significantly higher bounce rate and time on site.

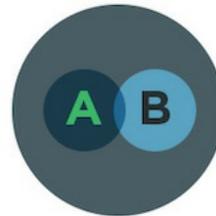
Use this data to determine if mobile usability can be improved.



Check to see if your site is responsive and collapses without messing up the design.



See which devices have the highest bounce rate.



Find out where users are dropping off in the funnel on the mobile site. Then come up with an A/B test hypothesis.

Use custom reports for unique insights

STEP 1

Enables correlation insight not available on other reports.

STEP 2

Setup a report that tracks the use of a new feature.

STEP 3

Determine the per visit value of people using that feature.

STEP 4

Take action on results.

Optimize top referrals through referrals report

STEP 1

Partner with your top referrals to offer special deals.

STEP 2

Then reaffirm that deal by displaying it to those visitors upon arrival.

STEP 3

Create custom welcome messages for specific referral sources to improve conversions and engagement.

+6%

Build.com increased conversion rates by 6% using this data.

Personalize content and offers using the audience reports

STEP 1

Determine which audience segments prefer specific types of content and offers

STEP 2

Show each segment a dynamic, targeted experience



60%

59% of shoppers say they prefer personalized

QUICKSROUT

REFERENCES

econsultancy.com // bit.ly/1Lfivau

quicksprout.com // bit.ly/1vHVIV7

1stwebdesigner.com // bit.ly/1vjkKFH

blog.kissmetrics.com // bit.ly/1G5vd8N

searchenginewatch.com // bit.ly/17gPHPN

Comment Augmenter votre Trafic de 15% en 48 heures ?



Augmenter votre Trafic de
15% en 48h

Guide Complet

Comment augmenter le trafic de son site en seulement 48h ? Comment augmenter son trafic sur Internet avec un minimum d'effort ? Ce tutoriel explique comment augmenter le nombre de visiteurs de votre site sans créer de nouveaux contenus. Simplement en optimisant l'existant et au lieu de cravacher à produire toujours plus de contenus, améliorez vos taux de clic et améliorer la position de vos pages dans Google. Cette technique prend 30 minutes et je vous explique comment faire dans cet article.

Avant de débuter l'optimisation de votre trafic

La technique que je souhaite aborder avec vous nécessite d'avoir un minimum d'articles et/ou pages sur votre blog ou site Internet afin que ce travail d'optimisation ait un véritable impact.

1. Si ce n'est pas le cas, créez une 20aine de contenus de qualité en suivant les conseils contenus dans :

- Le guide pour [créer du trafic sur votre site web](#) grâce à vos contenus
- Le guide pour [positionner dans les résultats de Google](#)
- Le guide pour [optimiser le référencement d'une page](#)

2. Attendez 1 à 3 mois afin que vos contenus commencent à ranker sur Google avant de commencer l'optimisation telle que je vais vous la décrire.

Si au contraire, vous avez donc déjà une base de contenus à optimiser, la suite du tutoriel c'est par là :



Étape 1 : Installer Google Webmaster Tools

Google Webmaster Tools est un outil gratuitement mis à la disposition des propriétaires de sites web par Google pour optimiser votre référencement d'un point de vue technique.

L'outil offre entre autres des informations plus poussées concernant votre positionnement sur Google, informations qui n'apparaissent plus sur Google Analytics depuis l'arrivée du "Not provided".

<input type="checkbox"/>	Mot clé ?	Sessions ? ↓
		82 514 % du total: 76,32 % (108 111)
<input type="checkbox"/>	1. (not provided)	76 171 (92,31 %)
<input type="checkbox"/>	2. facebook inscription	156 (0,19 %)
<input type="checkbox"/>	3. contacter facebook	118 (0,14 %)

Google Webmaster Tools permet au contraire de connaître précisément quels mots-clés et expressions génèrent du trafic et des impressions (les impressions correspondent au nombre de fois où votre article ou page est affiché dans un résultat de recherche sans nécessairement être cliqué).

	Requête	Impressions	Clics ▲
☆	contacter facebook	3 849	1 389
☆	comment contacter facebook	1 461	553
☆	trouver une adresse mail	1 143	471
☆	comment s'inscrire sur facebook	1 113	443

Mieux : il permet également d'obtenir des informations sur les mots-clés et expressions qui n'obtiennent pas encore de clics mais qui pourraient à terme avec un coup de pouce devenir des sources de trafic.

Exemple : sur ce blog, le mot-clé "analyse référencement google" obtient 11 impressions par mois et 0 clics. En revanche, sa position moyenne est 28ème et j'ai gagné en 1 mois 9 places. A terme, cette expression pourrait m'amener un trafic régulier.

Impressions	Variation	Clics	Variation	CTR	Variation	Position moy. ▲	Variation
11	↑ 1 000 %	0	↑ ∞	0 %		28	↑ 9,0

Pour utiliser Google Webmaster Tools :

1. Rendez-vous sur le [site](#)
2. Connectez-vous avec votre compte Google (l'idéal étant d'utiliser la même adresse email que votre compte Google Analytics)
3. Ajoutez votre site en cliquant sur le bouton rouge

AJOUTER UN SITE

4. Il vous restera alors simplement à ajouter une ligne de code sur l'ensemble des pages de votre site. Sur Wordpress, il existe même un **plugin** pour faire le travail à votre place.

5. Une fois votre site vérifié, cliquez sur la vignette de votre site



www.webmarketing-conseil.fr

Aucun nouveau message ou problème critique récent.

Étape 2 : Analyser votre référencement naturel

Deuxième étape : Analyser les mots-clés sur lesquels vous êtes positionné sur Google. Pour cela ;

1. Dans le menu droit de Webmaster Tools, sélectionnez l'option "Trafic de recherche" puis "Requêtes de recherche"

▼ Trafic de recherche

Requêtes de recherche

Liens vers votre site

Liens internes

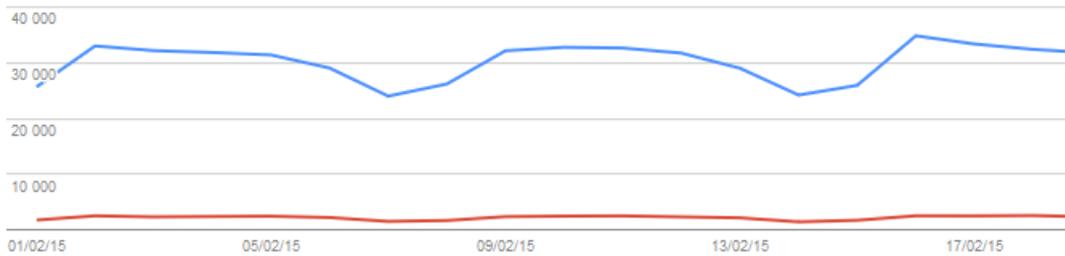
Actions manuelles

Ciblage international

Compatibilité mobile

2. Vous obtiendrez ainsi le tableau de bord statiques de votre positionnement sur Google :

Requêtes 8 564	Impressions 873 811 ↓ -2 % Valeurs affichées : 174 491	Clics 63 714 ↓ -5 % Valeurs affichées : 32 670
--------------------------	---	---



[Télécharger ce tableau](#)
[Télécharger les données du graphique](#)
[Affichage simple](#)
[Avec modifications](#)

Requête	Impressions	Clics ▲
☆ contacter facebook	3 849	1 389
☆ comment contacter facebook	1 461	553
☆ trouver une adresse mail	1 143	471
☆ comment s'inscrire sur facebook	1 113	443

Dans la copie d'écran ci-dessus, vous pouvez constater que la requête "contacter Facebook" a obtenu 3849 impressions (donc est apparue sur 3849 requêtes d'internautes) et a obtenu 1389 clics.

3. Cliquez maintenant sur le bouton "Avec modifications" afin de visualiser l'évolution de votre positionnement sur Google.

[Affichage simple](#)
[Avec modifications](#)

4. Vous obtenez désormais l'évolution lors des 30 derniers jours du nombre d'impressions de chaque mot-clés, de la variation du nombre de clics, du taux de clics lorsque votre page apparaît dans les résultats de recherche et enfin de la position moyenne dans les résultats de Google.

Impressions	Variation	Clics ▲	Variation	CTR	Variation	Position moy.	Variation
2 935	↓ -13 %	428	↑ 0 %	15 %	↑ 2,0	3,2	↑ 0,1
723	↓ -25 %	410	↓ -9 %	57 %	↑ 10	1,1	↑ 0,4

Dans la copie d'écran ci-dessus, la première ligne indique par exemple que le nombre d'impressions a chuté de 13% tandis que ma position moyenne est restée stable depuis un mois (environ en position 3,2) tandis que mon taux de clic a augmenté de 2% lorsque ma page a été présentée dans les résultats de recherche de Google.

5. Pour faire apparaître l'ensemble de la liste de mots-clés et d'expressions

:

Vous pouvez soit sélectionner plus de mots-clés dans le menu déroulant :



Une astuce est de rentrer carrément un chiffre comme 5000 par exemple dans l'URL pour obtenir l'ensemble des mots :



Enfin, vous pouvez faire un export au format CSV pour travailler les données de manière plus aisée sur Excel :

Télécharger ce tableau

Télécharger les données du graphique

Étape 3 : Augmenter le trafic de votre site

Vous avez désormais accès à vos données, il s'agit maintenant d'identifier des axes de progression.

1. Prenez pour commencer les 50 mots-clés et expressions de votre liste qui génèrent le plus d'impressions.

2. Identifiez maintenant vos mots-clés qui sous-performent par rapport à leur position sur Google. Pour rappel :

La 1ère position dans les résultats de recherche de Google devrait normalement générer en moyenne 34% des clics

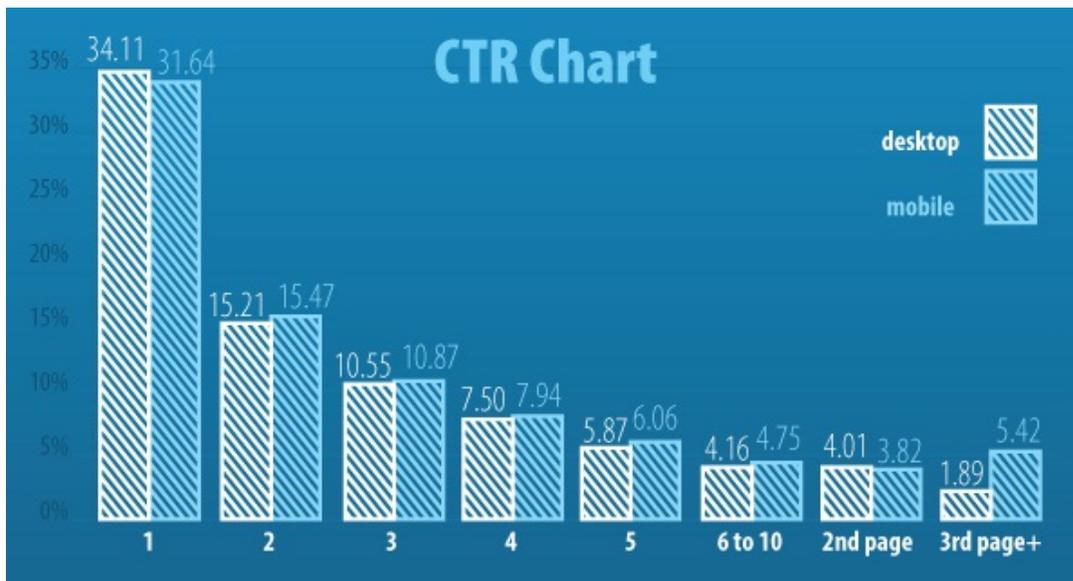
La 2nde position 15% de clics

La 3ème position 10% de clics

La 4ème position 7,5% de clics

La 5ème position 6% de clics

De la 6ème à la 10ème position 4 à 5% de clics



Consultez le tutoriel sur les [taux de clics selon la position sur Google](#) pour aller plus loin.

2. Identifiez les mots-clés en première position sur Google (donc dont la position moyenne est égale ou inférieure à 1) et ayant un taux de clic (CTR) nettement en-dessous de 34%.

La position moyenne est indiquée à la fin de la ligne de chaque mot-clé

CTR	Variation	Position moy.	Variation
44 %	↑ 8,0	1,8	↑ 0,2
15 %	↑ 2,0	3,3	

3. Faites la même chose pour les mots-clés avec une position moyenne égale ou inférieure à 2 et ayant un taux de clic (CTR) en-dessous de 15%, pour les mots-clés dont la position moyenne est égale ou inférieure à 3 et ayant un taux de clic (CTR) en-dessous de 10%. Et ainsi de suite jusqu'à la position 10 par exemple.

4. Vous obtiendrez ainsi la liste de mot-clé correspondant à toutes vos pages à optimiser et améliorer si vous souhaitez obtenir tout le trafic que votre position sur Google devrait vous apporter.

5. Pour obtenir la liste des pages à modifier, il vous suffit maintenant cliquer sur le mot-clé en question :

☆ contacter facebook	3 877
☆ comment contacter facebook	1 500

6. Mettez de côté les pages en question dans un document Excel (parfois pour un même terme vous aurez plusieurs pages) :

Page	Impressions	Variation	Clics ↕
/comment-contacter-le-support-client-facebook/	1 989	↓ -9 %	956
/comment-contacter-facebook-par-telephone/	1 885	↓ -9 %	432
/comment-ecrire-a-facebook/	2	↑ 100 %	1
/how-to-contact-facebook-support/	1	↑ ∞	0

Étape 4 : Augmenter vos taux de clics

Alors comment augmenter votre trafic optimisant vos contenus ?

Simplement en réécrivant le Titre de votre page ou article.

En effet, le titre de votre page n'a pas nécessairement à être le même que celui qui apparaît dans les résultats de recherche de Google. Par exemple, sur l'article "Comment contacter Facebook" j'ai choisi un titre simple taillé pour être référencé sur cette expression exacte.

Comment Contacter Facebook ?

Posté le février 5, 2015 par Rudy Viard — 639 Comments



Cependant, dans les résultats de Google, le titre est quant à lui optimisé pour générer des clics. Sur Wordpress, des plugins comme **Wordpress SEO Yoast** font cela très bien.

Car c'est bien ce titre (et sa description) qui feront prendre sa décision à l'utilisateur de cliquer ou non sur votre article plutôt qu'un autre mieux ou moins bien classé.

Environ 104 000 000 résultats (0,33 secondes)

Contacter Facebook : le Guide Complet (Mis à Jour)

www.webmarketing-conseil.fr > Tutoriels > Comment ▼

5 févr. 2015 - Contact Facebook : comment **contacter Facebook** si mon compte est piraté, bloqué, suspendu ? Contacter le service client Facebook par ...

Comment Contacter Facebook par Téléphone

www.webmarketing-conseil.fr > Tutoriels > Comment ▼

5 févr. 2015 - Comment **contacter Facebook** par téléphone ? Voici la liste des numéros de téléphone disponibles pour contacter le service client Facebook.

comment contacter le service client Facebook ...

<https://fr-fr.facebook.com/help/community/question/?id...> ▼

Comment **contacter facebook** ? Comment contacter le ... Comment contacter un administrateur facebook ? ... comment contacter le service client Facebook.

Reprenez donc la liste de vos articles et pages aux performances trop faibles :

1. Optimisez vos titres pour générer plus de trafic avec Google

Consultez le tutoriel pour **écrire de bons titres de pages** afin d'amener les utilisateurs à cliquer vos articles plutôt que d'autres.

2. **Améliorer la Meta Description de vos pages** afin d'amener des informations complémentaires à l'internaute. La Meta Description est ce bref passage placé juste en-dessous du titre et de l'URL de votre page dans les résultats de Google.

La Meta Description n'est plus considérée par Google comme un facteur de référencement donc inutile de la truffer de mots-clés. Pour autant, réutilisez vos mots-clés intelligemment car ils s'affichent en gras lorsque l'utilisateur les a tapés dans sa requête et incitez l'utilisateur à en apprendre plus en cliquant.

Résultats

En remplaçant vos titres et Meta description trop faibles par des titres plus engageants (vous n'êtes pas obligés d'utiliser des titres du style "Cet homme dit une phrase à sa femme et celle-ci font en larmes, vous n'imaginerez jamais pourquoi" hein. Quoique...), vous observerez si vous avez bien travaillé :

1. Une augmentation de votre trafic dans Google Analytics
2. Une augmentation de vos taux de clics observés dans Google Webmaster Tools

Clics ▲	Variation	CTR	Variation
520	↑ 6 %	44 %	↑ 8,0
424	↓ -1 %	15 %	↑ 2,0
414	↓ -44 %	38 %	↓ -10
400	↓ -14 %	57 %	↑ 8,0

3. Le plus beau : votre position dans Google s'améliorera également à mesure que vos taux de clics augmenteront.

Je ne peux pas vous démontrer de manière scientifique qu'une hausse de vos taux de clics amène une amélioration de votre référencement, il ne s'agit peut-être en effet que d'une **corrélation**. Pour autant, l'augmentation des taux de clics entraîne mécaniquement une nette amélioration de vos positions sur Google observable sur Webmaster Tools.

A mon sens, il n'est pas stupide que Google considère que de forts taux de clics associés à des pages tenant leur promesse (donc de bons taux de rebond, une durée de la visite et un nombre de pages visitées important...) soient considérées comme pertinentes et que ces critères soient donc intégrés à l'algorithme de classement de Google.

Vous avez désormais en main toutes les clés pour créer des contenus qui génèrent des visiteurs vers votre site.

Si vous souhaitez être accompagné pour **augmenter votre trafic**, réservez votre entretien de découverte.

Le Guide Complet du Marketing sur les Réseaux Sociaux

Le Guide du Marketing sur les Réseaux Sociaux



Guide Complet

Marketing sur les réseaux sociaux : le Guide Complet. Tous les tutoriels pour apprendre à utiliser les réseaux sociaux pour votre entreprise. Comment créer vos comptes, développer une masse critique d'abonnés et gérer par la suite vos réseaux sociaux de manière professionnelle afin de créer du trafic et augmenter vos ventes.

Le Marketing des Réseaux sociaux

Le **marketing sur les réseaux sociaux** est aujourd'hui un levier incontournable pour faire pousser vos contenus, faire connaître vos produits et fidéliser votre clientèle.

Le Guide du Marketing sur les Réseaux Sociaux



Guide Complet

La liste des réseaux sociaux

Quels sont les principaux réseaux sociaux ? Quels sont les plus gros réseaux sociaux en France, en Europe et dans le monde ? Un panorama pour se positionner face à l'offre existante.

Consultez la [liste des principaux réseaux sociaux](#)

Consultez le [classement des réseaux sociaux](#)



Choisir son réseau social

Quel réseau social est le plus adapté selon vos objectifs ? Quels sont vos objectifs sur les réseaux sociaux ?

Consultez le tutoriel pour [choisir vos réseaux sociaux](#)

Choisir votre Réseau Social selon le Profil de votre Entreprise



1. Le marketing sur les réseaux sociaux
2. Quel réseau social choisir pour votre marketing ?
3. Quel réseau social pour votre marketing ?

Choisir les réseaux sociaux pour son entreprise

Quel réseau social devriez-vous choisir si votre entreprise fait du B2B ou du B2C ? Quel réseau social est le plus adapté pour une marque, une agence, un commerce ? Dans quelles situations les réseaux sociaux peuvent vous permettre d'amplifier vos actions marketing ?

Consultez le tutoriel pour [choisir un réseau social pour votre entreprise](#)

Choisir votre Réseau Social selon le Profil de votre Entreprise



1. Quel réseau social pour mon entreprise ?
2. Quelle plateforme sociale pour votre entreprise ?

1. Le Guide pour maîtriser les réseaux sociaux

Pour commencer, je vous propose un guide généraliste pour établir une stratégie sur n'importe quel réseau social : de la définition de votre client idéal à la création des contenus en passant par l'optimisation de vos profils.

Consultez le guide pour [maîtriser les réseaux sociaux](#)



1. Maîtriser les Réseaux Sociaux
2. Les réseaux sociaux, lieu d'expression des émotions
3. La signification du like (ou du retweet)
4. Une rupture des niveaux hiérarchiques
5. Les réseaux sociaux sont devenus des médias
6. Mythe #1 : Les réseaux sociaux, c'est facile
7. Mythe #2 : Les réseaux sociaux créent du trafic et de la visibilité
8. Mettre en place votre stratégie sur les réseaux sociaux
9. Définir votre client idéal
10. Définir vos objectifs
11. Atteignez rapidement la taille critique
12. Comprendre ce que veut votre cible
13. Quels contenus publier sur les réseaux sociaux
14. Créer des contenus pour les réseaux sociaux
15. Optimiser vos posts sur les réseaux sociaux
16. Définir votre planning éditorial

[Que publier sur les réseaux sociaux](#)

Quels contenus publier sur les réseaux sociaux ? Quels contenus pour être plus visible et obtenir plus de partages ?

Consultez le tutoriel pour savoir [quels contenus publier sur réseaux sociaux](#)



1. Les éléments à prendre en compte pour plus de partages
2. Les contenus les plus partagés sur les réseaux sociaux
3. Créer des posts adaptés pour les réseaux sociaux

[Programmer vos publications sur les réseaux sociaux](#)

Comment programmer vos publications sur les réseaux sociaux ? Comment planifier vos publications ? Comment programmer vos posts à l'avance ? Automatiser vos publications permet de gagner du temps dans la gestion des réseaux sociaux, de publier aux meilleures heures et de répartir vos posts tout au long de la journée et de la semaine.

Consultez le tutoriel pour [programmer vos posts sur les réseaux sociaux](#)

Programmer vos Posts sur (tous) les Réseaux Sociaux



Guide Complet

1. Programmer vos posts sur les réseaux sociaux
2. Programmer vos publications sur Facebook
3. Programmer vos publications sur Twitter
4. Programmer vos publications sur Google+
5. Programmer vos publications sur LinkedIn
6. Programmer vos publications sur Pinterest
7. Programmer vos publications sur Instagram

Programmer vos vidéos sur les réseaux sociaux

Comment publier des vidéos sur tous vos réseaux sociaux en même temps ?

Consultez le tutoriel pour [poster vos vidéos sur les réseaux sociaux](#)

Publier vos Vidéos sur (tous) les Réseaux sociaux



Guide Complet

1. Publier mes vidéos sur tous les réseaux sociaux
2. Comment poster vos vidéos sur les réseaux sociaux

Les dimensions des images sur les réseaux sociaux

Quelles sont les dimensions des images sur les réseaux sociaux ? Quelles sont les dimensions des photos sur les réseaux sociaux ? Un guide complet des dimensions sur Facebook, Twitter, Instagram, Google+...

Consultez le guide des [dimensions des images sur les réseaux sociaux](#)



1. Dimensions des images sur Facebook
2. Dimensions des images sur Twitter
3. Dimensions des images sur Google+
4. Dimensions des images sur LinkedIn
5. Dimensions des images sur Pinterest
6. Dimensions des images sur Youtube
7. Dimensions des images sur Instagram
8. Dimensions des images sur Tumblr
9. Dimensions des images sur Snapchat
10. Dimensions des images sur Vine
11. Comment trouver des photos pour votre profil sur les réseaux sociaux ?

2. Le Guide du Marketing sur Facebook

Comment utiliser Facebook pour votre entreprise ? Comment augmenter le nombre de vos fans sur Facebook ? Comment augmenter votre visibilité et générer des ventes sur Facebook ? Facebook est devenu un canal monstrueux pour toucher quasiment l'intégralité de la population mondiale connectée. Ces fonctionnalités de ciblage en font un outil puissant pour toucher vos clients. Tous les conseils pour maîtriser Facebook.

Consultez le guide du [marketing sur Facebook](#)



Le Guide du Marketing sur Facebook

Guide Complet

1. Comprendre son marché grâce à Facebook
2. Débuter sur Facebook
3. Créer une page sur Facebook
4. Augmenter l'impact de vos publications sur Facebook
5. Créer sa communauté sur Facebook
6. Faire le buzz sur Facebook
7. Le référencement sur Facebook
8. Utiliser la publicité sur Facebook
9. Mesurer les performances de votre page Facebook
10. Surveiller la concurrence sur Facebook
11. Les applications mobiles de Facebook

3. Le Guide du Marketing sur Twitter

Comment utiliser Twitter pour une entreprise ? Comment utiliser Twitter efficacement ? Comment intégrer Twitter dans votre stratégie ? Twitter est un outil de veille extraordinaire et une plateforme taillée pour créer du réseau, pousser vos contenus et démontrer votre expertise. Vous trouverez dans le guide tous mes tutoriels pour maîtriser Twitter.

Consultez le guide du [marketing sur Twitter](#)

Le Guide du Marketing



Guide Complet

1. Créer un profil sur Twitter
2. Optimiser votre profil Twitter
3. Obtenir plus de followers sur Twitter
4. Obtenir plus d'engagement
5. Analyser son compte Twitter
6. Utiliser la publicité sur Twitter

4. Le Guide du Marketing sur LinkedIn

Comment utiliser LinkedIn pour son entreprise ? Comment utiliser LinkedIn efficacement ? Comment trouver des clients sur LinkedIn ? Comment générer des leads avec LinkedIn ? Comment publier sur LinkedIn et pousser vos contenus afin de vous positionner comme un expert sur votre marché ? LinkedIn est un mine d'or en terme de contacts professionnels et une base de données gigantesque de clients potentiels. Je vous présente dans le guide suivant les bonnes pratiques pour maîtriser LinkedIn.

Consultez le guide du [marketing sur LinkedIn](#)

Le Guide du Marketing



Guide Complet

1. Débuter sur LinkedIn
2. Augmenter l'engagement de vos publications sur LinkedIn
3. Optimiser votre profil LinkedIn
4. Identifier le meilleur moment pour poster sur LinkedIn
5. Les applications mobiles de LinkedIn

5. Le Guide du Marketing sur Pinterest

Comment utiliser Pinterest pour une entreprise ? Comment avoir des followers sur Pinterest ? Comment utiliser au mieux Pinterest pour générer du trafic, de la visibilité et des ventes ? Pinterest est l'un des réseaux sociaux les plus efficaces pour créer du trafic et présenter vos produits à des utilisateurs à la recherche de produits et d'idées. Vous trouverez dans le lien toute une série de guides pour mettre en place votre stratégie sur Pinterest.

Consultez le guide du [marketing sur Pinterest](#)



1. Débuter sur Pinterest
2. Optimiser votre profil Pinterest
3. Augmenter le nombre de vos followers sur Pinterest
4. Obtenir plus de partages sur Pinterest
5. Identifier le meilleur moment pour publier sur Pinterest
6. Faire de la publicité sur Pinterest
7. Utiliser les statistiques pour améliorer votre stratégie

6. Le Guide du Marketing sur Google+

Comment utiliser Google Plus pour votre entreprise ? Comment utiliser Google Plus dans votre marketing ? Google Plus n'est pas la plateforme la plus facile à maîtriser et à faire croître. Pour autant, son lien étroit avec les services de Google (dont son moteur de recherche et Google Maps) en fait un réseau social incontournable que vous le vouliez ou non.

Consultez le guide du [marketing sur Google+](#)

Le Guide du Marketing Google+

Guide Complet

1. Débuter sur Google+
2. Intégrer Google+ à sa stratégie marketing
3. Optimiser votre profil Google+
4. Augmenter l'engagement de vos publications sur Google+
5. Identifier le meilleur moment pour poster sur Google+
6. Faire de la publicité sur Google+

7. Le Guide du Marketing sur Instagram

Comment utiliser Instagram pour une entreprise ? Comment utiliser Instagram pour une marque ? Comment avoir des abonnés sur Instagram ? Comment publier des photos qui génèrent de l'engagement ? Je vous propose deux guides complémentaires pour créer votre communauté sur Instagram puis pour générer plus de likes sur vos photos et vidéos.

Consultez le guide du [marketing sur Instagram](#)



Le Guide du Marketing sur Instagram

Guide Complet

Comment Créer 1500% de Trafic en plus grâce à Facebook



1500% de Trafic en Plus
Grâce à Facebook

Guide Complet

Comment créer du trafic grâce à Facebook ? Comment générer plus de trafic vers votre site grâce à Facebook ? Bien que Facebook soit nettement moins efficace que par le passé en matière de création de trafic vers votre blog ou votre site, les **pages Facebook** n'en restent pas moins des outils performants pour attirer une audience ciblée pour peu que vous investissiez suffisamment de temps et de budget afin de créer une communauté digne de ce nom. Nous allons voir les moyens qui existent pour augmenter le nombre de vos visiteurs grâce à Facebook. J'ai une tactique pour vous qui m'a permis d'augmenter de 1900% ma portée et de 1500% mon trafic.

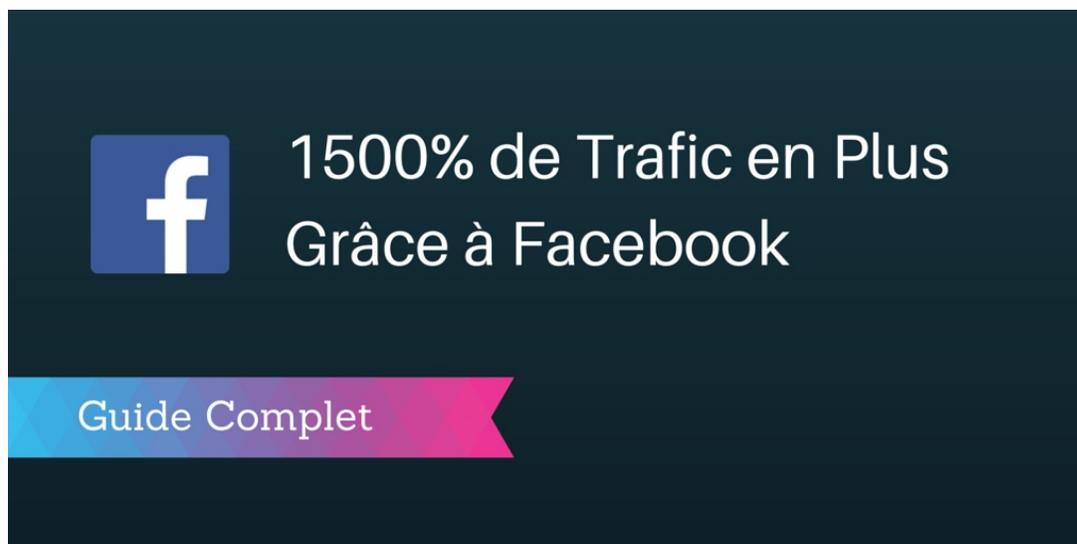
1. Le principal problème pour augmenter votre trafic

Pour commencer, je voudrais appuyer là où ça fait mal. Si vous n'arrivez pas à créer du trafic grâce à Facebook, c'est peut-être que vous n'avez pas

une communauté suffisante.

L'erreur classique (qu'on a tous faite) : vous allez créer une page Facebook qui va rapidement grandir jusqu'à atteindre 100, 500 ou 1000 fans jusqu'à atteindre les limites de votre communauté naturelle (amis, clients, fans de la première heure).

Si vous avez la chance que votre page ne stagne pas, celle-ci va ensuite, dans la très grande majorité des cas, **gagner des fans** à rythme de sénateur.



Le problème avec Facebook, c'est que lorsque vous commencez, vous ne pouvez plus vraiment arrêter d'alimenter votre page avec des contenus de qualité si vous voulez maintenir des performances correctes et garder le contact avec les premiers fans. La création des contenus et la gestion de la page prend du temps. Du temps qui n'est pas consacré à des tâches plus efficaces comme publier sur votre blog ou aller **chercher des clients**.

Si vous souhaitez donner à Facebook une place importante dans votre stratégie, votre priorité devrait donc être de réduire au maximum le temps que vous mettez avant d'atteindre une taille critique de fans afin que le temps que vous passez sur Facebook soit cohérent avec les retombées attendues.

En effet, si votre page dispose de 100 000 fans, passer 2 heures par jour à préparer vos publications ne vous semblera pas illogique. Voire même, vous accroîtrez les ressources disponibles pour pouvoir mieux la gérer. L'effort sera ridicule par rapport aux retombées attendues. En revanche, si vous passez 1 heure par jour à gérer une page Facebook de 163 fans, c'est aussi

inutile que d'optimiser à fond les taux d'ouverture de vos emails pour ensuite les envoyer à 13 personnes.

2. Atteindre rapidement une communauté respectable

Pour atteindre rapidement cette taille critique, il va vous falloir trouver un raccourci. Vous avez deux options :

1. Soit vous estimez que Facebook n'est pas prioritaire (c'est mon cas) :

- Concentrez-vous alors sur les contenus de votre blog ou de votre site
- Poussez vos contenus sur Facebook afin de leur donner plus de visibilité
- Drainez un maximum de trafic issu des moteurs de recherche grâce à vos contenus et aux liens que vous captez
- Profitez du trafic sur le site pour demander à vos visiteurs de s'abonner à votre page Facebook
- Une fois que votre communauté Facebook est suffisante, passez la seconde et investissez

2. Soit Facebook fait partie intégrante de votre stratégie pour propulser votre entreprise :

- Focalisez-vous sur l'obtention de fans à un prix correct en utilisant l'objectif "**Mentions J'aime sur une Page**" des campagnes Facebook
- Une fois votre nombre de fans gonflé à bloc, créez des partenariats avec des pages Facebook de taille équivalente afin de réaliser des promotions croisées ("je parle de vous si vous parlez de moi") et ainsi faire croître plus rapidement votre page.
- Identifiez précisément l'impact de Facebook sur votre ROI. Les posts incitant directement à acheter ont le plus souvent de mauvaises performances. Pour autant, en éduquant peu à peu votre audience et en les dirigeant vers des articles et contenus intéressants qui de, manière discrète, incitent à s'abonner à une newsletter ou à prendre contact pour plus d'information, vous devriez pouvoir à moyen terme augmenter votre chiffre d'affaire grâce à Facebook.
- Réinvestissez une partie de vos bénéfices dans l'accroissement de votre page jusqu'à créer une "business machine" : un processus vertueux où vous pourrez vendre plus, réinvestir une partie en publicité, établir des partenariats avec de plus gros acteurs...

- En mode de croisière, balancez votre budget Facebook entre acquisition de fans, publications sponsorisées pour pousser plus loin vos contenus et publicité directes pour vos produits afin de générer des ventes

Dans tous les cas, je vous conseille de tenir un blog. Vous aurez ainsi une réserve de contenus alignés avec votre cible à publier sur Facebook, ce qui vous évitera d'avoir à réfléchir à ce que vous devriez poster demain. Vous ne ferez que pousser votre contenu auprès de votre communauté afin de les faire revenir vers votre site.

3. Augmenter la visibilité de vos publications sur Facebook

Avoir une communauté n'est pas suffisant pour générer du trafic avec Facebook.

La majorité d'entre vous le savent : lorsque vous publiez un post sur votre page Facebook, tous les abonnés de votre page ne reçoivent pas la publication dans leur fil d'actualité.

Facebook utilise un algorithme de classement (le "newsfeed ranking algorithm" anciennement appelé "edgerank") pour diffuser sur le Newsfeed de chaque utilisateur uniquement des publications jugées pertinentes par rapport aux personnes et pages de qui il souhaite recevoir de l'information et aux types de contenus qu'il privilégie (textes, photos, vidéos...)

Les centaines de critères qui régissent la diffusion des publications posts auprès de vos fans peuvent se résumer brièvement en 3 points :

1. Le poids du contenu : le type de contenus (photo, vidéo, texte...) impacte la portée de vos publications. Par ailleurs, une publication avec de forts taux d'engagement (j'aime, commentaires, partages, clics, temps passé...) sera visible auprès d'un plus grand nombre de fans.

2. La proximité entre la page et l'utilisateur : à qualité de contenus égale, une marque ou une entreprise ne publiant que rarement et n'entretenant pas une relation régulière avec ses fans aura plus de mal à obtenir des portées importantes.

3. L'ancienneté de votre post : la visibilité d'une publication décroît à mesure que le temps s'écoule jusqu'à disparaître totalement sauf si la conversation se prolonge dans les commentaires.

Consultez le tutoriel pour [connaître le fonctionnement de l'edgerank](#)

Pour récapituler, si vous souhaitez que votre publication soit vue auprès d'un maximum de fans de votre page, vous devez :

1. Publier des contenus sur lesquels vos fans interagissent
2. Publier régulièrement
3. Maintenir l'effort dans la durée

A ces seules conditions, vos publications augmenteront en visibilité auprès de vos fans. Et c'est seulement si vos posts sont visibles que vous obtiendrez du trafic. Vous me suivez ?

Je ne reviendrai pas sur ce qui fait un post engageant dans cet article, pour aller plus loin je vous invite à lire les deux guides suivants.

Consultez le tutoriel pour [découvrir les contenus qui fonctionnent le mieux sur Facebook](#)

Consultez le tutoriel pour [augmenter la visibilité de vos publications sur Facebook](#)

1900% de portée en plus sur Facebook

Maintenant comment augmenter votre portée de manière importante ?

Voici 5 ans, j'ai créé une page Facebook pour un projet appelé Airsoft Squared autour de l'[Airsoft](#), un hobby proche du Paintball. Cette page atteint aujourd'hui 382 000 fans (ne vous inquiétez pas, à l'époque c'était possible, nous en avons profité).

Je ne suis cependant pas un très bon community manager et par exemple ce post "classique" n'a généré que 5 likes et n'a donc été "vu" que par 2667 personnes sur 382 000 (par "vu" il faut entendre qu'il a simplement été affiché dans le Newsfeed).

Airsoft
Publié par Rud Via [?] · 10 juin, 00:39 · 🌐

KWA G18c CQC action video by RBAirsoft



KWA G18c CQC action video by RBAirsoft
Airsoft KWA G18c CQC action video by RBAirsoft news Another fast paced CQB action video, using my trusted KWA G18c! Lost my front sight at these games but not a huge loss. Games wee fast and fun once again!
AIRSOFT-SQUARED.COM

2 667 personnes atteintes Mettre en avant

J'aime · Commenter · Partager 

 5 autres personnes aiment ça.

Maintenant un deuxième exemple : j'ai publié un second post (je vous explique comment j'ai fait dans quelques instants) qui quant à lui a été vu par 52 768 personnes et a généré 840 likes.

Soit une portée 19 fois supérieure que pour le post précédent avec la même communauté.

Airsoft
Publié par Rud [?] · 2 juin, 19:05 · 🌐

Look at this !



Assault Rifle Halo MA5D
Airsoft Assault Rifle Halo MA5D news The rifle will not fire until the magazine is inserted. It then show 95 rounds on the digital screen and count down with every shot. As soon as the counter

AIRSOFT-SQUARED.COM

52 768 personnes atteintes Mettre en avant

J'aime · Commenter · Partager 👤

👍 Aristotle Lisud, Keven Beaulieu, Tim Chadd et 840 autres personnes aiment ça. Plus pertinent ▾

Pourquoi ? Parce que la seconde publication traite d'un rêve de tout joueur d'Airsoft, jouer avec l'arme du jeu vidéo Halo.

Que retirer de cet exemple ? Provoquez des émotions grâce à vos publications (joie, rire, tristesse, motivation, émotion, colère, désir...) et jouez sur les **leviers de la viralité**

1500% de trafic en plus sur Facebook

Mais ce n'est pas tout : le post a généré également 15 fois plus de trafic provenant de Facebook que d'habitude. Ce n'est pas un cas isolé et les 4 publications que j'ai réalisées ont eu le même impact : des j'aime par centaines et des taux de clics bien plus importants que la normale.



4. Comment j'ai créé ce trafic monstre sur Facebook ?

Pour réaliser les mêmes performances sur Facebook, utilisez **Buzzsumo**.

The screenshot shows the Buzzsumo search results for the keyword "amusant". The search bar contains "amusant" and the results are sorted by "Facebook Shares". Two results are visible:

Article Title	Facebook Shares	LinkedIn Shares	Twitter Shares	Pinterest Shares	Google+ Shares	Total Shares
Rien de plus amusant que ces 40 images délirantes ! insolitebuzz.fr - More from this domain By Insolitebuzz - Aug 28, 2014	14.6k	0	467	0	1	15.1k
"CHARLIE HEBDO". Booba répond à Luz avec un dessin osé : choquant ou amusant ? nouvelobs.com - More from this domain By Audrey Kucinkas - Apr 22, 2015	7.4k	0	52	0	1	7.5k

1. Buzzsumo permet de voir quels contenus ont déjà été extrêmement partagés sur les réseaux sociaux
2. De faire des recherches par mot-clé
3. De filtrer les résultats en fonction du type de contenu : articles, images, infographies, guest posts, vidéos, interviews
4. De classer les contenus en fonction du réseau social où ils ont fonctionné

Trois manières de mettre à profit Buzzsumo pour votre page Facebook :

1. Vous pouvez vous inspirer des meilleurs contenus qui ont déjà fonctionné aux Etats-Unis par exemple pour produire un article de blog à votre sauce et avec votre propre expertise. Vous connaîtrez ainsi déjà le potentiel d'un article similaire avant de le publier sur Facebook
2. Vous pouvez également tout simplement relayer l'article original pour animer votre page et entretenir la relation avec vos fans lorsque vous n'avez rien d'intéressant à poster.
3. Vous pouvez vous en servir comme une source d'apprentissage pour mieux comprendre les mécanismes qui poussent les gens à partager et les

Un Guide Compréhensif pour Avoir plus de Trafic avec Twitter

Plus de Trafic avec twitter

Guide Complet

Comment avoir plus de trafic avec Twitter ? Comment créer du trafic avec Twitter ? On pense souvent que Twitter est parfait pour exploser la popularité de son blog, de son business. Imaginez... Des milliers de gens qui vous suivent... A qui vous pouvez envoyer une info ou un lien en quelques secondes...Et qui vont faire monter votre trafic dans la stratosphère.

Note de Rudy : Cet article est un article invité d'André Dubois du site Traficmania.com. Pour proposer vos articles, [contactez-moi](#) sur la page dédiée.

Comment avoir du trafic avec Twitter ?

Mouarf. N'importe quoi. Ceci est 100% éloigné de la réalité.

Honnêtement, vous avez combien de visiteurs grâce à votre compte Twitter ? 5, 50 ? Des miettes.

Sur les milliers de gens qui vous suivent combien cliquent sur le lien de vos tweets?

Combien de blogueurs s'empressent de publier leur contenu sur Twitter et ne récoltent qu'une dizaine de malheureux clics ?



C'est la réalité. En général, très peu de vos followers cliquent... Et je vais être franc, ce n'est même pas le pire ! Le pire, c'est que plus vous avez de followers, plus l'engagement baisse.

Si vous avez moins de 1 000 followers, 5 à 6 % des gens vont cliquer sur les liens que vous envoyez.

Si vous avez plus de 10 000 followers, moins de 0.5% des gens vont le faire.

Vous voyez le drame ?

Si vous avez 1000 followers et 6% de clics, cela fait 60 visiteurs.

Si vous avez 10 000 followers et 0.5% de clics, cela fait 50 visiteurs.

Comme c'est triste : vos tweets se diluent dans l'océan des gens qui vous suivent. Un peu comme un morceau de sucre dans une bassine d'eau.

Ce n'est pas que votre contenu soit nul ou que les gens ne s'intéressent pas à ce que vous dites.

La raison est beaucoup, beaucoup plus simple.

Quand vous tweetez, vous utilisez le réseau social de l'instantané. De l'immédiat. Un tweet c'est 140 signes. Une petite phrase qui se lit en 2

secondes.

Et vous balancez un lien pour lire un article de 1500 mots ? Vous croyez que les gens n'ont que cela à faire ?

Les gens consultent leurs tweets souvent sur smartphone. Ils font autre chose pendant ce temps là.

Vos followers sont au boulot.

Vos followers font leurs courses.

Vos followers vont chercher leurs gamins.

Vos followers sont avec leurs amis.

Vos followers regardent la télé.

Un tweet interrompt les gens dans ce qu'ils font. Personne ne reste collé à son fil Twitter en attendant que les messages tombent.

Non. Ce n'est pas comme cela que ça marche. En fait, cela marche exactement dans l'autre sens :

Votre tweet tombe, les gens arrêtent ce qu'ils font, regardent votre message et se disent qu'ils n'ont pas le temps pour cela. C'est pour cela que très peu de gens cliquent vos messages.

Le tweet est intrusif. C'est un sms. Les gens ne donnent pas de temps à Twitter.

Il est fondamental de comprendre cela.

Faisons une comparaison avec l'emailing :

Quand vous réalisez votre campagne d'emailing, votre audience est dans une autre disposition. Les gens se connectent à leur boîte mail. Ils ont réservé du temps pour traiter leurs messages. C'est pour cela que l'emailing marche si bien. ...

...Parce qu'à ce moment-là, les gens sont ouverts à la réception d'information. Ils savent qu'il va falloir se concentrer.

Votre message arrive entre une facture EDF et le rappel de l'anniversaire de Tata Jacqueline.

Votre audience est concentrée sur des messages importants, des tâches à accomplir. Donc votre mail contenant un lien vers un article va les

intéresse... Et vous pouvez avoir des taux de clics largement supérieurs à 20%.

Devez-vous pour autant jeter votre compte Twitter aux oubliettes ? N'y-a-t-il rien à tirer de Twitter en matière de trafic ?

Si à condition de faire les choses correctement. Voici comment tirer le maximum de Twitter pour votre blog.

Arrêtez de faire le concours de la plus grosse... liste :

Cela ne sert à rien d'avoir 20 000 followers. A rien. Ce qu'il vous faut, ce sont les BONS followers. Ceux qui aiment votre blog, votre ton. Il vous faut des fans...

Parce que les fans cliquent sur les liens que vous envoyez. Parce que les fans retweetent.

Alors stop aux techniques de croissance de liste. Cherchez plutôt à améliorer la relation avec vos followers. Parce que les gens vont vous aimer... si vous leur donnez exactement ce qu'ils veulent.

Plus besoin de leur demander de cliquer... Ils vont le faire.

Plus besoin de rédiger des accroches fortes (et souvent peu crédibles) comme « comment gagner 10 000 euros en deux jours... »

La question que vous vous posez, c'est comment faire.

C'est enfantin. Twitter, c'est quoi finalement ? C'est un réseau social. Ce n'est pas une régie publicitaire. Alors faites du social, et limitez la pub.

Allons-y :

Point 1 : Arrêtez de faire votre promo non-stop.

Je déteste les fils Twitter qui sont composés à 99% de messages qui m'envoient vers des pages de vente. Rappelez-vous. Ce serait comme regarder une chaîne TV qui n'aurait que des écrans publicitaires. Insupportable. Twitter n'est pas une régie publicitaire, c'est un réseau

social. Et il doit être utilisé comme tel.

Action : Limitez la pub à 10% de vos tweets. Renvoyez vers vos articles à 30%, et vers d'autres sources que vous aimez à 30%.

Oui. Les blogueurs sont toujours terrorisés de faire des liens vers d'autres sites, de parler d'articles écrits par d'autre... C'est n'importe quoi. Votre audience vous remerciera si les informations que vous donnez sont enrichissantes. Ce n'est pas parce que vous partagez l'article du blogueur machin que votre audience va disparaître. Au contraire.

Votre audience veut des infos enrichissantes. Alors donnez-en.

Les derniers 30% ? Utilisez-les pour faire la conversation. Voici comment :

Point 2 : Si vous allez sur Twitter, faites le bien et soyez poli.

Enfant, mes parents m'ont toujours dit de répondre aux gens qui me disaient bonjour. En ligne c'est pareil.

Etre sur un réseau social nécessite d'interagir avec les autres.

Action : Répondez aux gens qui vous approchent via Twitter

Posez des questions à vos followers, en direct. Ils répondent, vous verrez.

Changez de sujet. Ne parlez pas que de votre blog. Parlez un peu de votre quotidien, racontez des anecdotes.

Répondez aux questions qu'on vous pose. Utilisez un outil comme

TweetDeck pour vous aider à gérer votre flux de conversations



TweetDeck
by Twitter

The most powerful Twitter tool for real-time tracking, organizing, and engagement.

Start Tweeting like a pro. [Learn more.](#)

New to Twitter? [Sign up](#)

Cela prend du temps. Cela ne ramène pas un torrent de followers. Certes. Mais cela amène les bons followers. Ceux qui cliquent. Et c'est ce qui compte.

Point 3 : faites attention aux chiffres.

Vous suivez 2000 comptes et vous n'avez que 20 followers en retour ? C'est mauvais signe. Mais cela se soigne.

Ce que vous devez comprendre, c'est que c'est mauvais pour votre crédibilité. Regardez :

Si vous suivez 5 comptes et que vous avez 2000 followers, vous aurez l'image d'un leader d'opinion.

Si vous suivez 2000 comptes et que vous avez 2000 followers, vous passerez pour quelqu'un d'actif sur Twitter

Si vous suivez 5 comptes et que vous avez 6 followers (comme moi), vous passerez pour quelqu'un qui n'a pas encore démarré les réseaux sociaux à fond.

Mais si suivez 2000 comptes, et que personne ne suit en retour, cela montre que vous ne publiez pas, ou que vous publiez des choses inintéressantes. Dans les deux cas, c'est mauvais pour vous.

Action :

Si vous êtes dans ce cas-là, je vous conseille d'unfollow tout le monde et de

relire cet article.

Point 4 : restez calme, restez courtois.

S'il y a une chose que les gens détestent, ce sont les argumentations sans fin. Vous ne convaincrez pas quelqu'un qui ne pense pas comme vous. Vous devez l'admettre.

Internet est un défouloir. Des gens très bien dans la vraie vie y deviennent complètement excessifs. Vous verrez que vous serrés parfois agressés, critiqués sur Twitter.

Pas de problème. Acceptez-le. Ne rentrez pas dans un jeu dans fin d'échanges de tweets. Cela n'intéresse personne.

Action : Si on vous critique, expliquez votre point de vue une fois. Si l'autre revient à la charge, laissez tomber. Cela nuit à la qualité de votre compte. Passez à autre chose.

Point 5 : discutez avec votre audience.

Si vous vous contentez de promouvoir le contenu de votre site, les gens seront lassés. Les gens ne seront jamais lassés d'interagir avec vous. Jamais.

Imaginez un échange de SMS avec un de vos amis. C'est court, c'est bref, cela vous interrompt dans ce que vous étiez en train de faire, mais vous répondez avec plaisir.

Action : Utilisez Twitter comme un super générateur de SMS. Au lieu d'envoyer un court message sympa à une personne, vous pouvez l'envoyer à des centaines, des milliers. Ne dites pas au gens que vous avez écrit un article. Dites-leur qu'aujourd'hui c'est votre anniversaire. Dites-leur que vous avez vu Avengers et que vous avez aimé. Créez un lien.

Engagez la conversation. Comme si vous écriviez un SMS à un ami.

Ok, mais comment faire décoller votre liste d'abonnés ?

Idée 1 : Proposez aux gens qui s'abonnent à votre liste de vous rejoindre sur Twitter

Les visiteurs qui sont vraiment intéressés par votre message sont ceux qui s'inscrivent à votre newsletter. Rajoutez un appel à l'action sur votre page de remerciement et un bouton « follow » ! Regardez comment je procède sur mon site. cette page s'affiche dès qu'un visiteur a téléchargé mon ebook gratuit.

Votre guide est en route. Il va arriver sur votre boîte mail d'ici quelques minutes.

D'ici là, rejoignez moi sur Twitter. Retrouvez la petite bande et dites simplement bonjour.

Allez, c'est un super outil pour nous connecter.



A votre succès.
André.



Idée 2 : Organisez un petit concours sur Twitter

Les cadeaux sont toujours un excellent moyen d'attirer des visiteurs ou des followers. Annoncez sur votre site que vous allez offrir un cadeau en apport avec votre thématique à 5 de vos followers. Si vous bloguez sur la cuisine, offrez un livre de recette. Si vous bloguez sur les technologies, offrez un logiciel...

Le tout est de trouver un cadeau pointu, pour que les gens qui vous suivent soient vraiment des passionnés de votre thématique.

Le jour J, choisissez 5 followers, demandez leurs coordonnées et envoyez leur le petit cadeau. Un moyen efficace de booster le nombre de followers sans dépenser des fortunes

Idée 3 : Suivez des gens intéressés par votre thématique

Allez faire un petit tour sur les comptes twitter de vos concurrents et regardez qui sont ceux qui les suivent. Chaque jour, suivez quelques dizaines de ces personnes qui semblent aimer votre thématique. Certains vont vous suivre en retour. Puis, en fin de semaine, désabonnez-vous de ceux qui ne vous suivent pas. Un outil comme **who unfollowed me** vous donnera cette info. Attention à ne pas le faire de façon trop poussée, ce qui pourrait amener Twitter à suspendre votre compte.

Track Twitter Unfollowers

Who.Unfollowed.Me makes it easy to track unfollowers as well as new followers, people who don't follow back, & people you don't follow back. Giving you the option to unfollow, or follow, as you see fit.

Start Tracking Unfollowers

sign in w/ twitter

Consultez le tutoriel pour [augmenter le nombre de vos followers sur Twitter](#)
Consultez le tutoriel pour [obtenir rapidement des followers sur Twitter](#)
Consultez le tutoriel pour [créer une base de followers grâce à la publicité sur Twitter](#)

A vous !

Vous le savez, il existe des tas de moyens de faire grossir une audience sur Twitter. Mais la chasse aux fans ne sert à rien. Il vous faut des fans qui interagissent. Ces fans-là cliqueront sur vos articles. Ces fans-là cliqueront sur vos pages de vente.

Vous n'aurez pas la plus grosse liste de followers du monde. On s'en fout. Vous n'êtes pas Rihanna. Mais vous aurez une liste de gens qui vous apprécient.

Oui, le jeu en vaut la chandelle. Dans ce cas, Twitter apporte un plus à votre trafic. C'est vrai : cela demande du boulot. Cela demande du temps et de l'implication. Mais c'est ce qui fera la différence entre ceux qui ont juste des suiveurs, et ceux qui ont des fans.

Retrouvez André Dubois sur son blog, [Traficmania.com](#). Téléchargez son guide gratuit "124 titres irrésistibles à recopier"

Si vous souhaitez être accompagné pour [améliorer votre visibilité sur les réseaux sociaux](#), réservez votre entretien de découverte

Le Guide de la Publicité sur Internet



Publicité sur Internet : le Guide Complet. Tous les tutoriels pour mettre en place des campagnes de publicité en ligne et promouvoir votre entreprise et votre marque

La Publicité sur Internet

La publicité sur Internet est un levier puissant pour trouver des clients. Si vous avez un business modèle, vous n'aurez jamais de problème de trafic. En testant dans un premier temps les plateformes de publicité les plus adaptées pour votre entreprise avec des moyens limités, en testant vos annonces et vos ciblage et en **améliorant constamment vos pages de vente, de prise de contact ou de téléchargement** afin d'obtenir plus de vente avec moins de trafic, vous serez en capacité d'augmenter peu à peu vos budgets de publicité et créer un flux de trafic rentable et continu.



1. La Publicité sur les réseaux sociaux

Comment faire de la publicité sur les réseaux sociaux ? Comment réaliser des campagnes de publicité sur les réseaux sociaux ? Facebook, Twitter, Instagram, Pinterest, LinkedIn ou encore Youtube offrent des possibilités de ciblage extrêmement puissantes.

Consultez le guide de la [publicité sur les réseaux sociaux](#)



1. La Publicité sur Facebook
2. La Publicité sur Twitter
3. La Publicité sur Youtube
4. La Publicité sur Instagram
5. La Publicité sur Google+
6. La Publicité sur Pinterest
7. La Publicité sur LinkedIn

8. La Publicité sur Tumblr
9. La Publicité sur Flipboard
10. La Publicité sur Foursquare

2. La Publicité sur Google

Comment faire de la publicité sur Google ? Comment réaliser des campagnes de publicité sur Google ? Google Adwords, la plateforme de publicité de Google, est extrêmement riche en terme de types de campagnes et de formats de publicité. Google Adwords permet de promouvoir vos produits, services et applications mobiles sur Internet à la fois sur les services Google ainsi que sur les sites et applications partenaires.

Consultez le guide de la [publicité sur Google](#)



1. Créer une publicité sur Google
2. Créer des annonces Google efficaces
3. Créer une campagne sur Google Adwords
4. Bien gérer vos campagnes Adwords

Merci de m'avoir lu et si vous pensez que je peux vous aider à [améliorer vos campagnes de publicité](#), cliquez sur ce lien pour apprendre comment [augmenter votre trafic et vos ventes](#)

Si vous souhaitez [améliorer vos publicités en ligne](#), réservez votre entretien de découverte.

Vous voulez aller plus loin ?

Accédez à ma vidéo pour comprendre comment je suis passé de 0 à 215 000 Visiteurs par mois

Cliquez
ici

made with
Beacon