

## Marketing Digital (suite)

### 2. La Promotion de votre présence en ligne



Vous avez mis en place votre boutique virtuelle et vous cherchez maintenant à attirer plus de clients vers votre site.

*Comment allez-vous vous y prendre pour que les clients vous trouvent en ligne ?*

Différentes possibilités s'offrent à vous en utilisant le numérique. Commençons par les moteurs de recherche. Lorsque les internautes saisissent quelque chose sur un moteur de recherche, ils lui font savoir exactement ce qu'ils recherchent. Si vous proposez des services et des produits pertinents, les moteurs de recherche afficheront votre entreprise dans les résultats de recherche. Il y a deux façons principales d'utiliser les moteurs de recherche.

La première est le référencement naturel, ou *Search Engine Optimisation (SEO)*, qui vous aide à promouvoir votre entreprise dans les résultats de recherche non rémunérés.

Le second est le référencement payant, ou *Search Engine Marketing (SEM)*, qui vous permet d'acheter de l'espace publicitaire dans les résultats de recherche.

Le *SEO* consiste à faire connaître votre site aux bonnes personnes qui recherchent vos produits et services. L'essentiel est de savoir quels mots les internautes saisissent réellement - les mots clés -. Ce sont les mots les plus pertinents pour votre entreprise. Les comprendre vous aidera à améliorer la façon dont vous apparaissez lorsque vous les recherchez.

Le **SEM**, en revanche, est le moyen par lequel les entreprises paient pour faire de la publicité auprès de visiteurs qui recherchent des mots clés spécifiques en ligne. La plupart des grands moteurs de recherche utilisent un système d'enchères, où de nombreuses entreprises rivalisent pour diffuser leurs annonces en faisant des offres sur les mots clés qu'elles souhaitent cibler.

La recherche est un excellent moyen d'atteindre les visiteurs, mais nous faisons beaucoup plus sur Internet. Nous lisons les nouvelles, vérifions les résultats sportifs, consultons des recettes, regardons des vidéos et, d'une manière générale, parcourons des tas et des tas de contenus intéressants sur le web. En parallèle de tout ce contenu, il est possible de visualiser des publicités. C'est ce qu'on appelle la **Display advertising**.

Ces publicités apparaissent partout en ligne et se présentent sous de nombreux formats, comme du texte, des images, des vidéos et des annonces sur lesquelles vous pouvez cliquer et avec lesquelles vous pouvez interagir. Elles peuvent être un excellent moyen de faire passer votre message et vous pouvez choisir les personnes auxquelles vous voulez adresser votre publicité, ainsi que les sites et les pages sur lesquels vous souhaitez qu'elle apparaisse.

Les sites de médias sociaux - comme Facebook, Twitter ou Google+ - constituent une autre option pour mieux faire connaître votre entreprise, et ils sont particulièrement utiles pour nouer des relations avec les clients. Sur la plupart des réseaux, vous pouvez créer des pages ou des profils pour votre entreprise. Vous pouvez alors entrer en contact avec de nombreuses personnes en engageant des conversations utiles et en partageant le contenu que vous avez créé tout en développant la vie sociale en ligne de votre entreprise.

Avant de conclure, citons un autre moyen important dont disposent les entreprises pour exploiter le numérique : l'e-mail marketing. Vous pouvez faire en sorte que les gens s'inscrivent, ou "**Opt in**" pour recevoir des courriels de votre part. Ensuite, le reste dépend de vous. Vous pouvez envoyer des coupons aux personnes qui ont visité votre site, annoncer des événements spéciaux ou promouvoir des articles en vente.

Connaître tous les moyens de trouver des prospects chauds en ligne et savoir comment ils peuvent vous trouver peut vous aider à lancer votre entreprise à grande échelle. Mieux vous comprendrez les différents types de commercialisation numérique, plus vous aurez de chances d'atteindre les meilleurs clients, peu importe où ils se trouvent dans le monde du numérique.

### **Testez vos connaissances.**

Le site web de Lyes ne reçoit pas autant de visiteurs qu'il le souhaiterait. Il a entendu dire que le Search Engine Marketing (SEM) peut l'aider, mais il n'est pas sûr de savoir comment cela fonctionne. Pouvez-vous lui expliquer ce que le SEM vous permet de faire ?