



Chaque mois, retrouvez dans les *Dossiers du Directeur Commercial et Marketing* une présentation synthétique d'un thème sur lequel CEO Europe vous fait partager son expertise.

*Dossier réalisé par
Phil Morettini,
iCEO #9064, USA*

Retrouvez-nous
sur le web :

www.ceo-europe.com

+33 (0)970 448 419

De l'utilisation de la rédaction d'articles comme outil de stratégie Marketing

De nombreuses sociétés sont très attentives au e-Marketing aujourd'hui, pour des raisons évidentes. L'Internet s'est emparé de la plupart des marchés et est devenu la principale source d'information pour une majorité d'entreprises. Pour beaucoup d'entre elles, c'est aussi devenu, très vite, un véritable centre de revenus, via les activités e-commerce sur leur site et les boutiques en ligne.

Cependant, comme la plupart des méthodes marketing, la concurrence restreint très vite les moyens d'accéder directement aux clients. Ceci est particulièrement vrai pour les marchés à évolution rapide tels les logiciels et les hautes technologies. Alors que chaque entreprise essaie de s'imposer comme le leader d'un marché embryonnaire, le temps d'accès du marché au client est primordial. En conséquence, il devient de plus en plus difficile d'arriver en tête des moteurs de recherche, et les prix d'une publicité sur les sites de référencement comme Google ou Yahoo ne cessent de grimper. Les Livres blancs à télécharger fonctionnent bien pour les marchés B2B, s'ils sont bien écrits et bien ciblés, mais la concurrence est importante également dans ce domaine. Et tout le monde est bien conscient du déclin économique des e-mails directs, avec les parades des SPAM et des e-mails bloqués. Les entreprises recherchent donc constamment de nouveaux créneaux pour pouvoir atteindre leur base de prospects en ligne.

L'une des pratiques en vogue du e-Marketing est ce que l'on appelle : l'Article marketing. C'est un nouvel outil au coeur d'une très ancienne stratégie marketing : écrire des articles en tant qu'expert dans votre domaine. Alors quelles sont les raisons pour envisager une campagne d'articles marketing en ligne ?

1/ CONSTRUIRE VOTRE CREDIBILITE

En tant qu'expert, il y a des avantages évidents à construire votre propre crédibilité ou celle de votre entreprise sur le marché. Si vous êtes considéré comme un expert dans votre domaine, cela se reflète comme un véritable halo sur les produits ou les services de votre société. Ils seront reçus avec beaucoup d'intérêt par les clients de votre industrie. Votre entreprise et vous-mêmes serez mieux connus, encore plus respectés, et vous serez les premiers auxquels vos clients potentiels penseront lorsqu'ils auront besoin du type de produits que vous proposez.



2/ DU CONTENU POUR VOTRE PROPRE SITE WEB

Après la crédibilité, c'est la deuxième bonne raison d'écrire des articles marketing. Les moteurs de recherche aiment l'information. Les articles traitant de solutions à des problèmes, ou fournissant l'avis d'experts sont très prisés par ces moteurs – et seront donc rapidement indexés et bien placés. Les sites « commerciaux » perdent de leur attrait quand les moteurs de recherches trouvent ces contenus d'experts. En ce qui concerne la publication, les moteurs de recherche privilégie les blogs, qui sont juste une structure dans laquelle écrire et publier vos articles. Un blog peut être un excellent additif à votre site, et rendra votre site beaucoup plus attractif pour les moteurs de recherche en tant que source d'information. Si vous utilisez un blog pour publier vos articles, assurez-vous qu'il soit hébergé dans votre nom de domaine, pour être sûr que votre site bénéficie entièrement de ces articles d'expert, et qu'il remonte ainsi dans le classement des résultats des moteurs de recherche.

3/ CREER DU TRAFIC POUR VOTRE SITE WEB

En plus de créer du contenu pour vos sites, c'est également une bonne idée de publier vos articles ailleurs sur le Web. Tout le monde n'a pas recours aux moteurs de recherche pour trouver ce qui l'intéresse sur Internet, et même si c'était le cas, votre site ne sera malheureusement pas toujours en première position à chaque recherche. Je vous recommande donc vivement de publier vos articles sur d'autres sites, avec un lien vers votre propre site inclus dans la biographie de l'auteur à la fin de l'article. C'est toute une activité artisanale qui a ainsi surgi pour la soumission d'articles à des sites Web, des logiciels et des services pour vous assister dans cette direction. Les personnes qui cliqueront sur ces liens créeront un trafic additionnel vers votre site.

4/ OPTIMISATION DES MOTEURS DE RECHERCHE A TRAVERS VOS BACKLINKS (LIENS DE RETOUR)

Ma quatrième raison pour écrire et publier des articles en ligne tourne également autour des liens établis sur les autres sites Web qui publient vos articles. Nous appelons ces liens des « liens en retour » parce qu'ils ramènent sur votre site. En plus de créer du trafic en dirigeant les gens qui cliquent sur ces liens directement sur votre site, ils assurent une autre fonction très importante. L'optimisation des moteurs de recherche pour un site Web est très complexe et en perpétuelle évolution. Mais vous pouvez les réduire à deux principaux éléments : le Contenu et les Liens de retour. Si vous avez un très bon contenu sur votre site et que beaucoup d'autres sites ramènent au vôtre, vous vous classerez en bonne position dans les moteurs de recherche, et en retirerez en conséquence un énorme trafic. Tous les liens vers votre site qui apparaissent sur des sites tiers publiant largement vos articles sur Internet vont accroître vos « scores de connexions » qui sont si importants pour le classement des moteurs de recherche.

*Dossier réalisé par
Phil Morettini,
iCEO #9064, USA*

Retrouvez-nous
sur le web :

www.ceo-europe.com

+33 (0)970 448 419



5/ TECHNIQUES D'ARTICLES MARKETING

Comme vous pouvez le voir, les Articles marketing Internet sont une excellente technique pour créer du trafic vers le site Web de votre entreprise. Il existe plusieurs façons de procéder.

Voici une approche pas à pas :

1. Créer des articles ayant un l'intérêt pour votre domaine d'activité. Ecrivez les comme si vous les soumettiez à un journal, puis relisez l'article pour être sûr que son contenu est riche en mots clés.
2. Publiez ces articles dans votre propre site Web. Des logiciels de blogs, disponibles gratuitement sur Internet, sont des outils de publication très simples. Type Pad et Blogger sont deux des plus populaires, mais il en existe beaucoup d'autres.
3. Faites figurer vos articles dans la Newsletter de votre société.
4. Laissez vos articles les plus récents en ligne uniquement sur le site Web de votre société pendant un certain temps, en tant que contenu exclusif.
5. Diffusez largement les articles plus anciens sur Internet, en passant par un site de diffusion d'articles ou un autre service. Ezine Articles, Submit your article et iSnare sont des services très efficaces. Là encore il existe un choix très important.
6. Soyez patient – un seul article ne fera pas grand chose, à moins que vous ayez beaucoup de chance. Au fur et à mesure que votre base d'articles augmentera, vous devriez voir de réels effets positifs sur le trafic de votre site Web.



Phil Morettini

*Dossier réalisé par
Phil Morettini,
iCEO #9064, USA*

Retrouvez-nous
sur le web :

www.ceo-europe.com

+33 (0)970 448 419