

Etre vu pour exister sur le web !

Avoir un site web, c'est indispensable... mais cela ne fait pas tout !

Vous avez passé du temps à définir votre stratégie, rédiger les contenus, concevoir l'arborescence, élaborer le graphisme... Vous êtes satisfait de consulter votre site internet enfin en ligne... il ne s'agit en fait que du commencement!

Voici quelques pistes pour optimiser la visibilité d'un site internet :



Référencement naturel (SEO)

C'est un processus long qui s'intègre dans une stratégie à moyen/long terme, pour se positionner au mieux et gratuitement sur les moteurs de recherche.

Quelques points à vérifier :

- **Technique et sémantique** : organisation du site, contenu éditorial, balise title, balise description, hiérarchisation du contenu des pages, url, langage de programmation utilisé, vitesse de chargement, robot.txt, site map, [richsnippet](#), fonctionnalité de partage sur les réseaux sociaux, ...
- **Editoriale** : contenu qualitatif et non dupliqué, mise à jour régulière, utilisation du multimédia.
- **Off-page** : Google local, liens entrants, réseaux sociaux, réputation, réseaux de liens (échanges qualitatifs, [guest-posting](#), annuaires populaires et thématiques, flux rss,...),

Liens sponsorisés (SEA)

Les campagnes de liens sponsorisés permettent de se positionner sur les espaces « publicitaires » des moteurs de recherche, de sites internet ou réseaux sociaux.

Effet immédiat permettant de compléter le processus long du référencement naturel au lancement d'un site web, ou pour une mise en avant d'évènements particuliers.

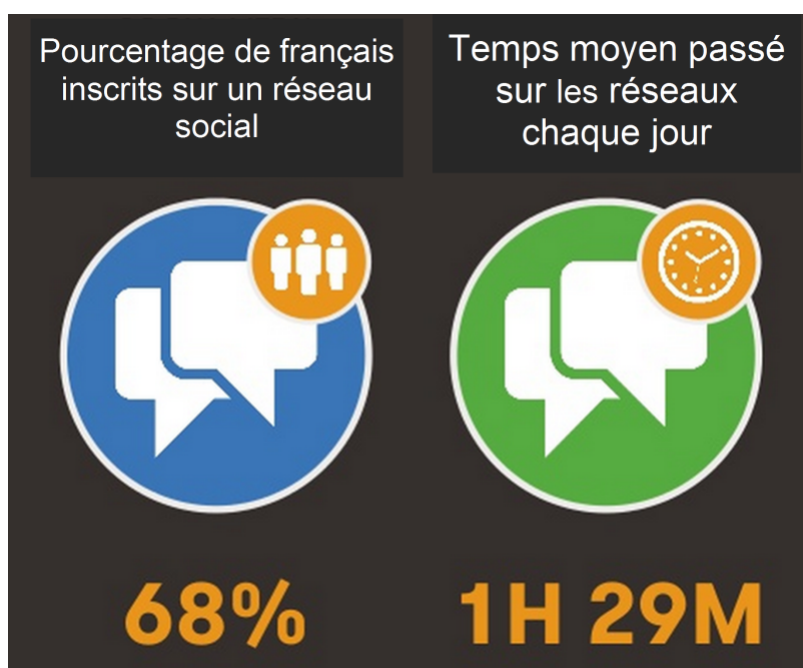
- Régie Google (Google Adwords)
- Régie Bing/Yahoo
- Facebook Ads
- réseaux d'affiliation
- etc

Médias sociaux

Ces médias donnent une visibilité à votre entreprise/marque et

vous offre la possibilité d'engager votre communauté. Investir du temps dans les réseaux sociaux permet une large diffusion des contenus, profitant de la viralité.

- intégrer les plateformes les plus adaptés à votre cible,
- rassembler et animer une communauté,
- diffuser des contenus engageants et créatifs,
- écouter et analyser.



Source *médiamétrie* 11/2014

Emailing

Malgré les réseaux sociaux, cet outil de marketing direct est toujours très prisé des entreprises. Il favorise votre communication d'entreprise et génère du trafic sur votre site web. Une stratégie d'emailing s'avère efficace pour atteindre différents objectifs : informer, fidéliser, prospecter, promouvoir, accompagner le client dans le déroulement d'un achat/service,...

Une stratégie de contenu pour être visible durablement...

Le meilleur moyen de se rendre visible est de proposer des informations à montrer et à échanger : un **contenu qualitatif et viral** !

Elles peuvent être proposées sous différentes formes : actualité, article de fond, infographie, vidéo, slider, étude de cas, quizz ...

Un contenu mis à jour régulièrement permet de fidéliser vos lecteurs !

Auteur: Elodie GRAND

Vous souhaitez que certains points abordés dans cet article soient approfondis ? Vous avez des questions, des contributions ?

N'hésitez pas à réagir en utilisant le formulaire ci-dessous « laisser un commentaire » !