



FICHE TECHNIQUE WEBMARKETING

COMMENT METTRE EN PLACE UNE BONNE STRATÉGIE
WEBMARKETING POUR VOTRE ACTIVITÉ ?

1

SEGMENTER VOS VISITEURS PAR PROFILS ET INTENTIONS POUR ADAPTER VOTRE STRATÉGIE WEB

CIBLES

Les visiteurs qui
CHERCHENT

Les visiteurs qui
PARTICIPENT

Les visiteurs qui
SURFENT



STRATÉGIES

RÉFÉRENCEMENT
moteur de recherche

COMMUNITY MANAGEMENT
réseaux sociaux

COMMUNICATION VISUELLE
affichage web-papier

2

CRÉER SON DISPOSITIF WEB EN FONCTION D'OBJECTIFS DE CONVERSION PRÉDÉFINIS

Chaque objectif (vente, contact, prise d'info, etc.) sous-entend un dispositif web adapté à cet objectif de conversion

3

FAVORISER LA CONVERSION DE VOS PROSPECTS EN CLIENTS

- Optimiser vos pages web
- Proposer un objectif de conversion intermédiaire (ex: devis en ligne plutôt qu'un achat)
- Recontacter vos prospects grâce aux possibilités de ciblage offerte par l'outil web

PENSE-BÊTE

LE WEBMARKETING

Exploiter les possibilités de l'outil web, pour atteindre des objectifs business

ATTIRER

VOS PROSPECTS SUR VOTRE
DISPOSITIF WEB

CONVERTIR

CES PROSPECTS EN CLIENT