
6 outils pour attirer des visiteurs qualifiés sur votre site ! Contenu-Gratuit.com

6 outils pour attirer des visiteurs qualifiés sur votre site !

Dans les articles précédents vous avez appris à améliorer votre visibilité en optimisant votre site internet, puis à augmenter le nombre de vos visiteurs via une politique de référencement optimisée et enfin en faisant venir à vous les internautes grâce au Buzz Marketing.

Maintenant nous allons voir 6 méthodes pour augmenter le trafic en visiteurs de qualité pour votre site grâce aux services gratuits ou payants d'autres sites internet.

1- Ecrivez pour d'autres sites !

Ecrire pour d'autres sites est un très bon moyen d'attirer des visiteurs qualifiés: non seulement vous serez présent sans payer, mais en plus vous avez l'occasion de démontrer vos connaissances à un public qui est naturellement intéressés par vos produits et services.

En plus avec un article sur un site internet vous bénéficiez d'une visibilité sur le long terme.

Il existe deux types de sites qui peuvent être intéressés par votre contenu: les sites proposant du contenu proche de votre activité ou les sites proposant du contenu gratuit.

Dans les sites liés à votre secteur d'activité

Ecrire pour d'autres sites internet liés directement ou indirectement à votre activité est un excellent moyen pour gagner rapidement en notoriété, puisque vous accédez directement à une base de

lecteurs potentiellement intéressés par vos services.

Généralement il faut proposer l'échange d'articles car les deux sites sont gagnants. Pour cela il vous suffit d'envoyer un simple email pour proposer un échange d'article ou un échange de visibilité sur vos sites/newsletters respectifs (voir notre article sur les 5 étapes pour mettre en place un partenariat).

Il ne faut pas hésiter à proposer son contenu aux sites leaders en échange d'une simple signature au bas d'un article, la course à la visibilité ne doit pas être votre but...

L'objectif est d'acquérir de la crédibilité et de la notoriété. Pour proposer votre contenu à vos partenaires n'hésitez pas à préparer un argumentaire et démontrer la qualité de vos articles, que vous possédez un fond de textes important, que vous faites des mises à jour régulières...

Les sites sont d'autant plus exigeants que les producteurs de contenus sont de plus en plus nombreux depuis l'émergence des Blogs.

Bien entendu, vous allez dire que vous ne savez pas écrire ou que ce n'est pas votre métier... Qu'à cela ne tienne, voici quelques conseils pour créer rapidement un contenu riche et de qualité:

- Parlez tout simplement de votre secteur d'activité, de votre actualité, de l'évolution de votre marché, de trucs et astuces que vous connaissez... après quelques années dans un secteur d'activité vous devenez forcément un expert !

- Faites en une synthèse de plusieurs articles avec toute une série de liens. Votre article deviendra une

6 outils pour attirer des visiteurs qualifiés sur votre site ! Contenu-Gratuit.com

référence.

- Faites des listes: 100 conseils pour..., les 10 erreurs à ne pas commettre, les 10 secrets...

- ...

Soignez bien entendu la présentation (images, aération des paragraphes...), sachant qu'il faut compter 2 à 3 heures de travail pour un article d'une à deux pages.

Pour les images, vous pouvez utiliser des cliparts de Microsoft ou achetez des images sur www.Fotolia.fr (0,83 € / image).

Attention: il ne faut pas se lancer votre campagne d'emailing, il faut tout d'abord identifier QUI contacter en priorité et personnaliser ses messages...

Pour cela vous devez identifier les influenceurs (= les prescripteurs), et leur niveau d'influence sur vos clients:

- Les influenceurs de Niveau 1 : ils sont en contact immédiat avec vos clients et ils sont directement touchés dans leur activité par le choix de vos produits ou ceux des concurrents. Ils vont donc inciter le client à prendre une marque plutôt qu'une autre.

Ex: Pour un éditeur de logiciel de comptabilité, les experts comptables sont des influenceurs de niveau 1 car dans 1/3 des cas ce sont eux qui influent sur le choix du logiciel de gestion. Ex: Pour un fabricant de médicaments, les médecins et les pharmaciens.

- Les influenceurs de Niveau 2: ils sont en contact avec vos clients et ils sont en mesure d'influer sur leur choix, mais le choix de votre produit aura un impact mineur sur leur activité.

Ex: Un fabricant de voiture (prescripteur niveau 2) aura tendance à privilégier une marque d'huile de moteur plus qu'une autre pour améliorer le rendement du véhicule, mais sans vraiment qu'un produit

soit vraiment fortement conseillé. Par contre le garagiste lui est important (prescripteur niveau 1)

- Les influenceurs de Niveau 3: ils sont en contact direct (ou indirect) avec vos clients et ils peuvent d'influer sur le choix, mais celui-ci n'aura pas d'impact direct sur leur activité.

Ex: Pour une société vendant des assurances pour les étudiants, l'université est un prescripteur de niveau 3 car le choix entre plusieurs mutuelles n'a aucune importance pour l'université. Ils sont certes un maillon de la chaîne, mais ils ne peuvent quasiment pas influencer sur le choix des étudiants.

Bien entendu vous devrez absolument vous concentrer sur les influenceurs N°1 en priorité, et dans une moindre mesure au niveau 2, et ne pas perdre votre temps avec les influenceurs de niveau 3.

Comment se passe la recherche de partenaires ?

Il suffit d'utiliser Google pour repérer les sites internet et lancer votre mini campagne d'emailing ciblée.

Si possible appelez votre contact au téléphone en lui demandant s'il est intéressé par un partenariat (nb: préparez un script d'appel auparavant pour avoir les bons arguments...). C'est tellement peu utilisé vous êtes certain de marquer fortement votre interlocuteur.

Par contre attention: pour réussir un partenariat il faut trouver le bon interlocuteur, celui qui à le pouvoir de mettre en place un partenariat.

C'est pourquoi vous pouvez utiliser des sites de mise en relation (réseaux sociaux) qui vous permettront de contacter la bonne personne:

- Viadeo.com (ex viaduc): le leader historique des réseaux sociaux, avec de nombreux membres à contacter.

6 outils pour attirer des visiteurs qualifiés sur votre site ! Contenu-Gratuit.com

- LinkedIn.com : le challenger Français de Viadeo. Ce site a l'inconvénient et l'avantage d'être intégralement en anglais...
- 6nergies.net : le troisième réseau le plus important en France.
- Copainsdavant.com (payant) : plus orienté «camarades de classes», ce site reste tout de même intéressant grâce à son immense base de contacts et à ses nombreuses années d'existence.

Vous trouverez sur Placedesresaux.com une liste très complète de réseaux classés par thèmes.

Conseils Marketing : Attention à ne pas proposer tout de suite les propositions les plus impliquantes, réservez-les aux partenaires qui joueront vraiment le jeu et cela vous permet de garder sous le pied une marge de manoeuvre.

Par exemple www.conseilsmarketing.fr a été repris dans plusieurs newsletters: www.enviedentreprendre.com (grâce à ce site mon trafic a été multiplié par 2 pendant 3 jours), www.apce.com (j'ai eu plusieurs centaines de visites supplémentaires durant une semaine), Arkantos-Consulting.com et www.marketing-internet.com (plusieurs dizaines de visites dans les quelques heures), VisionaryMarketing.com...

Extrait de la newsletter www.Enviedentreprendre.com

Cette technique offre de très loin la meilleure avec un excellent rapport qualité / prix / temps passé. Néanmoins pour que cela fonctionne il faut du contenu original et de qualité.

A noter: lorsque vous diffusez un article sur un site vous laissez le droit au site de reproduire votre article cela vous fera de la publicité gratuite.

Dans les sites de mise à disposition de contenu.

Il existe des sites dont l'activité est de mettre à disposition du contenu gratuit.

Ce type de sites est relativement courant aux USA mais cette activité reste encore très peu répandue en France.

Voici quelques adresses de sites de diffusion de contenu:

- ContenuLibre.com : site canadien le plus professionnel.
- Contenu-Gratuit.com : site avec quelques dizaines d'articles.
- RedactionWeb.com : site canadien avec quelques articles.

Et voici d'autres sites publient gratuitement des livres en PDF (ebook)...

C'est l'endroit idéal pour publier vos articles, livres blancs, guides gratuits...

Le leader américain, avec quelques documents français est Scribd.com.

Il existe d'autres sites mais moins visités:

Livrepourtous.com : très peu de livres et une ergonomie un peu «simple».

Ebooksg gratuits.com : très peu de livres et plutôt grand public.

Slideshare.net : en anglais avec uniquement des powerpoint en partage.

Nb: Il existe aussi des sites de vente de contenu, les deux plus connus étant: www.oodoc.com et Oboolo.com. Mais l'intérêt est plus limité puisque vous ne pouvez généralement pas laisser votre signature dans l'article...

Si vous avez publié des «vrais» livres vous pouvez aussi utiliser le service Google Books qui permet de mettre en ligne votre livre (en entier ou en extraits), mais pour cela vous devrez avoir un code ISBN (l'équivalent des code-barres mais pour les livres), ce qui exclu tous les livres PDF (ebooks)...

6 outils pour attirer des visiteurs qualifiés sur votre site ! Contenu-Gratuit.com

Nb: pour publier vos articles n'oubliez pas les forums (par exemple www.commentcamarche.com) ou les sites de formation en ligne comme <http://tutmarks.com/> (très bon site !), les sites de vidéos <http://www.video-formation.fr> ...

Conseil Marketing : Généralement vous êtes cité en tant qu'auteur avec un lien et un petit message de présentation, il faut donc rédiger ce message comme une mini publicité qui donne envie au lecteur d'en savoir plus sur votre site.

2- Participez à un réseau d'échange de bannières de publicité! C'est un des outils les moins chers, un des plus rapide à mettre en œuvre... mais pourtant c'est un outil peu utilisé par de nombreux sites internet...

Bien entendu vous pouvez faire manuellement des propositions d'échanges de visibilité en identifiant des sites ayant à peu près le même nombre de visiteurs que vous et proposer des échanges de visibilité croisée (avec une limitation à X pages vues...).

Mais c'est difficilement gérable vu les problèmes de comptage des pages vues et surtout de «l'industrialisation» du process.

C'est pourquoi le mieux est de vous inscrire à un des nombreux réseaux d'échanges de bannières publicitaires.

L'échange de bannière de publicité une solution relativement efficace (et surtout peu onéreuse) pour attirer des visiteurs sur votre site.

Pour faire votre bannière de publicité vous devez respecter les formats standard du Web, dont le plus connu reste le bandeau avec une taille de 468 x 60 pixels.

Par contre les sites inscrits à ce genre de services s'adressent le plus souvent aux particuliers, et les

publicités que vous allez afficher sur votre site ne sont pas forcément de grande qualité... Il y a beaucoup de pubs pour des sites de rencontres, de blagues, de jeux en ligne... et donc ils peuvent nuire à votre image de marque.

Privilégiez toujours des services d'échanges de bannières qui vous proposent d'afficher que des bannières d'une certaine catégorie pour ne pas détruire votre image de marque.

N'oubliez pas non plus de faire un lien direct vers une page spécifique de votre site (une «landing page») qui reprendra l'offre exceptionnelle proposé au visiteur et qui l'incitera immédiatement à l'action (laisser son email, recevoir un ebook gratuit, passer commande...).

Je vous conseille de ne pas tenter de vendre directement, mais de faire une vente en deux temps: proposer un cadeau (ebook, cadeau, bon d'achat...) qui vous permettra d'obtenir un maximum de contacts et uniquement ensuite de vous de les relancer (email, téléphone...) pour proposer une offre commerciale.

Personnellement j'ai testé l'échange de lien sur un de mes sites destiné aux particuliers, et j'ai eu un taux de retour relativement intéressant (0,37%) grâce à une offre pour un livre gratuit à télécharger. Voici ci-dessous les statistiques de cette campagne:

Il faut noter que les sites d'échange de bannières proposent généralement des affichages gratuits lors de l'inscription (ratio de 1 bannière affichée chez vous pour 1 affichée chez le partenaire), mais qu'après c'est généralement un ratio de 1 pour 2.

Voici quelques sites qui proposent des programmes d'échanges de liens:

<http://www.promobenef.com> : un site pro qui propose de nombreuses bannières de qualité avec des

6 outils pour attirer des visiteurs qualifiés sur votre site ! Contenu-Gratuit.com

sites connus, et dans de nombreux formats
<http://france.bpath.com/> : un site qui offre de nombreux services (sondages, échange de bannières...), mais les pub échangées sont parfois de qualité très moyenne. On regrettera aussi qu'ils ne proposent qu'un format de pub (le bandeau).

<http://www.infodunet.com> : un site d'échange de bannière très classique, avec des bonus de visibilité si vous parrainez d'autres sites.

<http://pub.doyoono.com/> : il permet les échanges de bannières, mais un peu trop « amateur » (section sites « adultes », peu de catégories professionnelles...).

Les autres sites d'échanges de bannières:

www.trafic-express.com

www.regypub.com

www.tradeban.com (actuellement en maintenance...)

www.banniere-france.com (actuellement en maintenance)

www.echange-pub.com

www.clicbooster.com (payant...)

hipub.hiwit.org/

www.boomclic.com (échange de boutons)

i-promotion.net

www.clicpub.com/

www.baneo.fr

www.1-sponsor.com

www.abceexit.com: ce site vous propose d'ajouter un « pop under » (navigateur qui s'affiche automatiquement quand vos visiteurs quittent votre site).

www.banniere.fr

A noter : les pop-ups sont à déconseiller car elles sont bloquées par la plupart des navigateurs, ainsi que les pop-unders (page internet en dessous de votre page principale) car c'est trop intrusif et généralement les sites proposés sont de mauvaise qualité.

Pour réaliser votre Bannière de publicité voici quelques outils...

Le mieux est d'utiliser un logiciel spécialement conçu pour faire des bannières de publicité, et donc voici 2 sharewares particulièrement simples et pratiques:

- Ulead Gif animator (www.ulead.com), le leader historique, simple et pratique (nb: les images sont un peu lourdes !).

- Microsoft Gif animator (MS Gif animator), plus basique mais efficace.

Vous pouvez aussi faire tout simplement un bandeau de pub fixe (= une simple image en .gif de format 468 x 60 pixels) avec votre slogan publicitaire et un « cliquez ICI ».

Parfois une image fixe avec un message simple est plus efficace qu'une animation lourde et illisible.

Voici aussi ci-dessous un tutorial très complet qui vous explique comment faire un Bandeau de pub (dommage que l'image soit en 400 x 60 !) : www.joliespages.com

Si vous ne voulez vraiment pas mettre la main à la pâte, voici quelques sites qui offrent des modèles de bannières publicitaires, mais le résultat est souvent très moyen... attention donc à votre image !
www.crecon.com (en anglais, avec quelques modèles de bannières)

www.quickbanner.com (une centaine de bannières de qualité moyenne en anglais)

www.creation-banniere-gratuite.com (un choix parmi quelques bannières)

3 – Mettez en place un programme d'affiliation !

L'affiliation c'est mettre en place un réseau de sites partenaires qui vont faire de la publicité pour vous en échange d'une rémunération sur les ventes, sur les clics ou sur les inscriptions à votre newsletter.

L'intérêt c'est d'avoir très rapidement une présence publicitaire importante sans devoir dépenser beaucoup d'argent: vous payez aux résultats fournis et

6 outils pour attirer des visiteurs qualifiés sur votre site ! Contenu-Gratuit.com

vous pouvez refuser de payer les fraudeurs.

L'avantage majeur de l'affiliation c'est de savoir exactement combien va coûter la campagne avant son lancement (au contraire de l'achat de mots clés où tout peut dérapier si on laisse Google d'emballer..).

L'affiliation repose sur des sites affiliés qui diffusent de la pub d'un affilié (bandeau de pub, emailing, lien...), en échange de quoi il perçoit soit un pourcentage sur les ventes, soit un montant fixe par vente, soit un montant donné pour une inscription à une newsletter.... Ce montant (qui doit être attractif) est bien entendu défini par l'affilié.

Une entreprise peut mettre en place son propre programme d'affiliation et le gérer de A à Z, ou passer par des plateformes d'affiliation qui se chargent de gérer la logistique (mise en place, envoi des règlements, animation...) mais le gros intérêt d'un site d'affiliation réside dans sa base de données comprenant plusieurs milliers de sites affiliés prêts à passer votre pub...

Les plateformes d'affiliation

L'affiliation permet d'avoir:

- 1 – un référencement très rapide sur des milliers de sites pour quasiment rien, car le versement de la commission ne se fait que lors d'une vente.
- 2 – Un taux de transformation d'un clic très bon, la personne ayant cliqué étant généralement vraiment intéressée (au contraire d'Adsense où le taux de clics fraudeurs est important).

De plus avec l'affiliation l'entreprise est assurée d'avoir:

- Une bonne maîtrise de son coût de recrutement (par exemple on accorde 5% sur le CA à l'affilié).
- Une visibilité maîtrisée: les bandeaux, emailings... sont réalisés par l'entreprise et sont donc de qualité et sont à jour.
- Une bonne visibilité sur les sites: c'est tout l'intérêt de l'affilié de mettre en avant la publicité de son

affilié.

- De la publicité gratuite: tant qu'il n'y a pas d'achat sur le site de l'affilié, cela ne coûte rien (nb: c'est le principe de la Long Tail où beaucoup de petits sites avec peu d'audience peuvent finir par donner une grosse visibilité).

- Un ciblage relativement précis: l'affilié ne mettra sur son site que des publicités en rapport avec son contenu et le profil de ses visiteurs.

- Des clients mis en confiance: en effet l'affilié est l'entremetteur qui donne un peu de sa réputation lorsqu'il met une publicité sur son site.

Par contre il faut faire attention à prendre en compte dans votre coût d'acquisition non seulement le 1er achat, mais également les achats suivants (nb: selon les contrats d'affiliation vous pouvez définir que cela concerne que le 1er achat... au risque d'engendrer des mécontentements de la part de vos affiliés !). I

Il est intéressant de noter que la Loi de Pareto reste toujours valable pour l'affiliation: 80% des affiliés génèrent 20% du CA (ce sont généralement tous les blogs et sites perso), et 80% du CA est généré par 20% des affiliés (principalement les sites de contenus (ex: GameKult.com, les sites de marques (ex: alapage gère la boutique en marque blanche du routard.com), les sites communautaires, les guides d'achat (Edengo.com, Shopping.com, Kelkoo.com, Monsieurprix.com, Leguide.com, Bestofmicro.com...)).

Un gros travail pour l'affilié sera donc de repérer ces sites qui génèrent la majorité du CA (recherche sur google, forum des sites marchands...), et mettre en place avec eux des actions spécifiques pour développer le chiffre d'affaires.

Les clés pour réussir son affiliation sont les suivantes:

- Animer les affiliés: envoyer des infos sur vos nouveaux produits, une newsletter, de nouveaux bandeaux de pub... pour mieux vendre vos produits.
- Faire des incentives pour booster vos campagnes.

6 outils pour attirer des visiteurs qualifiés sur votre site ! Contenu-Gratuit.com

- Toujours recruter de nouveaux affiliés car de nombreux sites ferment ou ont une audience très limitée. De plus un affilié qui ne perçoit rien arrêtera très rapidement une campagne pour en mettre une autre sur son site.

- Il faut accepter qu'il faudra du temps avant de construire un bon réseau d'affiliés, en effet le plus souvent c'est le bouche à oreilles qui vous permet d'augmenter le nombre de vos affiliés.

- Il faut mettre à la disposition de ses affiliés des supports publicitaires, mais aussi des aides pour mettre en place vos pubs (FAQ, tutoriaux...) car nombreux sont ceux qui n'ont pas suffisamment de connaissances en informatique pour simplement ajouter une image sur leur site. - il faut des personnes dédiées pour gérer un réseau d'affiliés (réponses aux emails, recherche de sites potentiellement intéressants...). Par exemple chez Alapage.com c'est 2 personnes et des stagiaires qui sont chargés de cette mission.

- il faut mettre en avant votre programme d'affiliation auprès de vos clients, sur votre site internet...

Bien entendu pour se soulager de toute la partie administrative, il est recommandé de passer par une plateforme d'affiliation, dont voici les principales:

- network.first-coffee.com

- www.cibleclick.com

- 1st Affiliation

- www.tradedoubler.com

- www.netaffiliation.com

- www.publicidees.com

- www.wipub.com

- Commission Junction

- www.zanox.com

- www.affilies.biz

- ...

Fait intéressant, il semblerait que la plupart des affiliés intéressants soient inscrits sur plusieurs plateformes, et donc il ne faudra pas trop se fier aux sites qui annoncent un nombre d'affiliés plus importants que d'autres...

De plus attentions aux frais fixes de mise en place des campagnes et au 30% des versements aux affiliés qui sont perçus par la plateforme d'affiliation. Le seul problème majeur avec l'affiliation restant le faible nombre de leads générés par ce système (l'affiliation se construit dans la durée).

En complément à cette conférence voici les limites constatées:

- Un affilié qui ne fait pas d'argent avec votre campagne va la supprimer au bout de quelques semaines.

- Les affiliés doivent fournir au moins 5 liens avec des textes différents, et au moins 5 modèles d'images pour s'adapter à tous les types de sites internet (bandeau 468x60, bouton, vignette, skyscrapers, mini boîte...).

- Les produits proposés par les affiliés sont majoritairement des produits pour les particuliers, souvent bas de gamme... et donc les sites de qualité sont souvent rebutés par l'affiliation.

- Pour limiter le travail administratif, certaines plateformes d'affiliation proposent à l'affilié de sélectionner les sites sur lesquels il accepte ou pas de faire sa pub.

- L'animation du réseau est essentiel, et donc les bons affiliés envoient régulièrement (toutes les semaines) des nouvelles promos à mettre en avant.

Comment tester facilement l'affiliation ?

Tout simplement en faisant un simple bandeau de publicité avec un code de réduction spécifique.

Puis proposant à quelques sites dans votre secteur d'afficher cette publicité sur leurs sites. Une fois la campagne lancée il ne vous reste plus qu'à comptabiliser le CA généré par ce code opération, et de calculer le montant des commissions à verser.

Si le test est concluant, vous pouvez passer à seconde phase en mettant en place un vrai programme d'affiliation !

6 outils pour attirer des visiteurs qualifiés sur votre site ! Contenu-Gratuit.com

Voici quelques liens pour en savoir plus:

- www.rentabilisez.com
- www.webmasterclub.fr/
- www.comparatif-affiliation.com

Mettre vous-même en place votre système d'affiliation

Dans ce cas vous gérez tout le processus de A à Z: Réalisation des publicités pour les sites internet, réalisation du contrat d'affiliation, recherche et démarchage des sites affiliés, réponses aux questions techniques, statistiques de ventes, paiement des adhérents...

Cette solution est à privilégier si vous n'avez quelques quelques dizaines d'affiliés ou si vous voulez tester l'affiliation avant de la mettre en place à grande échelle.

En effet la mise en place se fait simplement via un code promotion attribué à chaque site, et à des statistiques de ventes à la fin de mois (idem pour les newsletter il suffit d'indiquer un code parrain ou utiliser des formulaires différents selon les sites).

Par contre vous devez mettre à la disposition de vos affiliés un maximum d'outils d'aide à la vente, et surtout de nombreux formats de publicité: textes, bandeau, carrés, skyscrapers... V

Vous pouvez également mettre en place vous-même votre programme d'affiliation en utilisant un logiciel d'affiliation.

Les plus connus sont :
www.cyberdesign.fr (87 €, bientôt 175 € HT).
www.qualityunit.com (99 \$ HT)

Pour en savoir plus sur ces logiciels consultez le mini guide (13 pages) de Stéphanie Héту: «Lancer son programme d'Affiliation».

Faites de la coregistration

Cette technique ressemble beaucoup à de l'affiliation croisée: à chaque fois qu'un client s'inscrit chez vous vous leur proposez de recevoir la newsletter de votre partenaire en même temps... et votre partenaire fait de même. Bien entendu pour que cela fonctionne bien il faut valoriser l'intérêt de souscrire à la newsletter de votre partenaire (cadeaux, bonus...), que les centres d'intérêts soient proches et que les inscriptions soient nombreuses !

4- Faites de la publicité via les liens sponsorisés !

Si 70% des visiteurs proviennent du référencement naturel, il y en a tout de même 30% qui viennent via les liens sponsorisés.

Il y a donc un potentiel à exploiter, à condition de respecter quelques règles de base.

Tout d'abord comme vous payez au clic il est essentiel de définir combien vous rapporte un client (sur toute sa vie), et au vu de ce montant, combien vous souhaitez payer pour acquérir un nouveau client. Vous devez définir un ROI (Retour Sur Investissement) supportable pour l'entreprise.

Pour comparer cela à vos coûts d'acquisition actuels faites tout simplement le calcul suivant:

$$((CA \text{ nouveaux clients } N-A) - (Coûts \text{ actions commerciales de } N-1)) / Nb \text{ nouveaux clients acquis.}$$

Par exemple si un client vous rapporte 200 € de marge sur toute sa vie, et que vous savez qu'environ 1% des «clicqueurs» achètent vos produits, et que le coût d'un clic sur une pub sur google serait d'1 €, votre rentabilité sera de : $200 \text{ €} - (100 \times 1 \text{ €}) = 100 \text{ €}$ de marge restant pour chaque nouveau client acquis.

Vous pouvez estimer le nombre de requêtes par mois des différents mots clés avec les services sui-

6 outils pour attirer des visiteurs qualifiés sur votre site ! Contenu-Gratuit.com

vants:

- Google Adwords Keyword tools
- Miva Keyword Generator
- Overture

Pour améliorer la rentabilité de vos publicités (et éviter les clics de prospects froids) le mieux est de cibler ses publicités pour assurer un taux de transformation en commande élevé.

Pour cela vous devez:

- Choisir des mots clés précis (2 ou 3 mots, voire plus) pour lesquelles vos publicités sont affichées, ce qui vous permet de mieux cibler et ne pas afficher vos pubs pour rien. Evitez surtout les mots clés génériques (ex: «voiture» tout seul pour un garage...), ou alors mélangez des mots clés génériques avec des mots clés précis (ex: location voiture rennes).
- Cibler régionalement vos clients (au lieu de faire un affichage national).
- Afficher clairement dans vos publicités les éléments déclencheurs de ventes (ex: prix, localisation géographique...) afin de ne pas attirer des «chasseurs de prix» dont les budgets sont trop faibles pour vous.
- Accepter d'être en 2ième ou 3ième position et pas forcément en premier car la différence de prix peut atteindre 50% de surcoût.
- Mettre en places pages d'accueil (landing pages) spécifiques pour ces offres pour rassurer le client et le pousser à l'achat.
- Travailler votre annonce google pour en faire un slogan publicitaire irrésistible (éventuellement en testant la vente en 2 temps comme expliquée plus haut). Néanmoins ne vous contentez pas de plusieurs annonces et faites plusieurs annonces, si possible liées aux mots clés employés. Veillez à mettre les mots clés déclencheurs dans le titre de l'annonce, vous obtiendrez un meilleur taux de clic.
- Tester sans cesse de nouvelles accroches (avec le nom de votre marque, sans votre marque, avec le bénéfice client, avec le problème du client mis en exergue...).
- Analyser votre retour sur investissement et essayer de ne pas vous laisser entraîner dans une guerre

des enchères avec vos concurrents.

- Ne pas interrompre votre campagne de pub au risque de perdre votre positionnement dans le classement des pubs affichées.

- ...

Le leader incontesté reste Google.fr (80% de parts de marchés), mais il existe d'autres programmes de publicité :

- Yahoo Marketing
- Miva.com
- Mirago.com
- Microsoft Adcenter

Attention: Google propose Adwords (pub dans le moteur de recherche) et Adsense (pub sur les sites internet privés). L'expérience montre que les pubs Adwords ont un bien meilleur taux de concrétisation, donc au départ privilégiez Google Adwords.

Voici quelques sites qui vous donneront des informations supplémentaires sur Adwords:

- www.sem-expert.com
- www.outil-referencement.com
- Le guide PDF Adword de www.msm-consulting.de (en anglais)
- Le Blog d'Arkantos-Consulting.com

5 - Affichez vous sur les Compérateurs de Prix (ShopBots)

Si vous avez un site marchand c'est un endroit incontournable pour vous faire connaître sur le net.

L'intérêt des comparateurs de prix c'est une très forte notoriété qualifiée (ce sont des acheteurs potentiels), et le point faible c'est le coût important d'acquisition client...

Il y a 3 types de comparateurs de prix:

- Les généralistes qui proposent toutes sortes de produits.

6 outils pour attirer des visiteurs qualifiés sur votre site ! Contenu-Gratuit.com

- Les spécialistes qui sont spécialisés dans un type de produits.
- Les comparateurs de prix qui proposent en plus des avis clients.

Le leader incontesté des comparateurs de prix est Kelkoo, mais à moins d'avoir un budget important ou des produits originaux vous n'êtes pas assuré d'apparaître dans les premières positions.

Le business modèle de ces sites peu sembler très intéressant (paiement au clic sur vos produits ou plus rarement un % sur le CA), mais cela peut très vite coûter très cher si votre offre n'est pas performante ou si des coûts cachés ou une mauvaise ergonomie font renoncer les prospects à commander...

De plus les plus gros comparateurs de prix (Kelkoo...) mettent en place un système d'enchères à la visibilité: plus vous payez cher le clic clients, plus vous êtes placé en haut de page ...

C'est pourquoi à moins d'être un mastodonte de l'e-commerce avec un budget colossal nous vous conseillons de vous tourner vers les comparateurs de prix spécialisés ou avec moins de marchands pour être assuré d'être en bonne position (ex: shopoon.com, icomparateur.fr...).

Bien entendu pour être assuré d'être vu il est indispensable de proposer quelques produits d'appels dans les rubriques promos des moteurs de recherche ou d'offrir des bons de réductions.

Selon les études actuelles, près de 50% des internautes comparent les prix sur internet avant d'acheter.

Les 10 premiers comparateurs de prix en France sont :

www.kelkoo.fr : C'est le leader historique avec plus de 1000 sites référencés. C'est aussi le 1er site e-commerce en France grâce à ses nombreuses boutiques blanches sur des sites Yahoo, L'internaute,

Free, O1net... A noter une formule de bienvenue avec 255 € de clic offerts (soit environ 1500 clics à 0,17 €).

www.leguide.com (www.webmarchand.com): qui compare les prix de plus de 8500 sites internet, et qui publie une newsletter hebdomadaire envoyée à plus de 380 000 abonnés. C'est un site à valeur ajoutée grâce à son forum et aux avis sur les produits. Par contre il est difficile de sortir du lot !

www.ciao.fr : c'est encore un des acteurs majeurs sur le marché, avec en plus des avis d'internautes sur les produits.

www.shopzilla.fr : c'est un des 10 premiers comparateurs de prix généraliste en France, avec une interface simple et claire, avec assez peu de boutiques présentes mais surtout des gros sites marchands (alapage, cdiscount...).

www.shopping.com : ici l'offre est très large, et les acteurs également nombreux. L'interface est plaisante et facile à utiliser.

www.achetezfacile.com : L'interface est simple et la comparaison des produits intéressante, mais les critères ne sont parfois pas assez nombreux et donnent accès à des pages et des pages de comparatifs.

www.touslesprix.com : un comparateur de prix généraliste, mais qui oblige l'internaute à créer un compte pour accéder aux comparatifs produits.

www.monsieurprix.com (racheté par Yahoo-Kelkoo): Il offre l'intérêt d'avoir des bons plans et la liste des marchands n'est pas trop importante, et surtout une navigation bien plus simple et plus pratique que ces concurrents.

www.clubic.com : c'est à la fois comparateur de prix et un magazine.

www.Bestofmicro.com (Pangora.com): mets en place les boutiques shopping d'Alice, Lycos, Alice...

Et voici quelques challengers :

www.shopoon.com : Bien que généraliste, ce site est bien connu et il permet de bien mettre en valeur vos offres produits, y compris vos promos spéciales.

www.i-comparateur.com : ce site est un peu austère,

6 outils pour attirer des visiteurs qualifiés sur votre site ! Contenu-Gratuit.com

mais il offre néanmoins les fonctionnalités essentielles des comparateurs de prix. Un autre intérêt c'est qu'il y a peu de sites inscrits, ce qui vous donne une bonne visibilité.

www.endengo.com : ce site regroupe une centaine de sites marchands, avec quelques gros poids lourds.

www.shopping.fr

www.twenga.fr

www.acheter-moins-cher.com : Spécialisé dans les prix les moins chers, il y a seulement 9 catégories et les prix sont vraiment classés du plus cher au moins cher ! La rémunération peut être effectuée au clic ou au % du CA.

www.pricerunner.fr : Ce site est assez original car (en théorie) il indexe à la fois les produits des sites qui se sont inscrits dans le site, mais en même temps il liste aussi les produits des autres sites et des enseignes qui on pignon sur rue.

www.twenga.fr : la navigation est facile avec un système d'onglets, et les objets mis en vente extrêmement nombreux !

www.monmeilleurprix.com

www.dilouprix.com

fr.bizrate.com

www.acheter-pas-cher.com

www.boursoprix.com

www.wikio.fr/shopping: c'est la boutique Shopping de Wikio, avec en plus des avis d'utilisateurs sur vos produits. Actuellement seuls les leaders du marché sont présent sur ce site.

Voici quelques uns des nombreux comparateurs de prix spécialisés:

- Dans informatique et high tech: www.infomoins-cher.net, www.prixdunet.com, www.prixmateriel.com, www.rue-montgallet.com,

- Dans les fleurs : www.aaz-fleurs.com

- Le Bio : www.vitalprix.com

A noter que Google a commencé à envahir le marché avec Froogle (<http://froogle.google.com/>) mais pour l'instant ce la ne concerne pas la France... et les résultats sont très moyens.

6 – Utilisez les sites d'enchères et les places de marchés

Une autre solution pour gagner de la visibilité sur internet c'est d'ouvrir une boutique spécialisée sur des sites d'enchères ou des places de marchés.

En France www.Ebay.fr est un leader incontournable.

En effet non seulement vous bénéficierez d'une structure prête à l'emploi pour vendre vos objets, mais en plus vous profitez de l'audience d'Ebay et de ses accords avec certains comparateurs de prix.

L'inconvénient c'est que les acheteurs de ces sites cherchent surtout un prix, et donc il faut proposer soit des prix très bas, soit des produits très spécifiques.

Pour compléter votre visibilité vous pouvez également vendre sur les sites de ventes d'occasions comme www.priceminister.com et www.2xmoinscher.com qui permettent d'ouvrir des minis boutiques virtuelles.

our finir il y a aussi les places de marchés qui, malgré leur confidentialité, restent néanmoins un bon moyen pour toucher une clientèle très ciblée.

Voici une liste de places de marchés spécialisées:

La liste des places de marchés d'ebusiness.com

La liste des places de marchés de Yahoo.fr

Conclusion : Sisyphe et le référencement...

Voici la fin de ce dossier sur le référencement et la visibilité sur internet. Il est facile de faire une analogie entre Sisyphe et la lutte pour conserver sa visibilité sur les moteurs de recherches: tout comme cet personnage mythique vous devrez recommencer le travail de référencement tous les jours pour garder votre place...

6 outils pour attirer des visiteurs qualifiés sur votre site ! Contenu-Gratuit.com

Le référencement demande du suivi de ses mots clés recherchés, l'optimisation de son site internet, de tester de nouvelles astuces... C'est un travail de tous les jours (personnellement j'y consacre au moins 1 heure par jour !).

C'est pourquoi j'ai voulu finir ce dossier avec quelques informations sur le coût d'un service de référencement par un professionnel.

En effet seul un professionnel pourra assurer un suivi régulier des techniques de référencement, faire face aux problèmes de disparition de sites, de veille concurrentielle sur les annonces de vos concurrents...

Le budget pour un référencement par un professionnel débute à 500 € pour un référencement «one shot» basique (référencement sur les principaux moteurs + optimisation des pages).

Mais pour une réelle efficacité il faut absolument entretenir le référencement de son site, et donc plutôt souscrire à un contrat annuel dont les premiers prix débutent aux environs de 2000 €/an (source www.homofuturis.fr et www.arkantos-consulting.com).

Mais n'oubliez pas qu'il n'y a pas qu'internet dans la vie: il reste de très nombreux outils marketing «off line» pour se faire connaître: distribution de prospectus, distribution de cartes de visites aux influenceurs, salons, réseaux