

Collection 100% Utile – Tome 3

Prochaine édition prévue pour Septembre 2010

Comment doper ses ventes...

comment-gagner-sur-Internet.com



Par Thierry Dubois

Tome 3 - Edition 2010

Présenté par Thierry Dubois
[Email](#)

Conditions d'utilisation

Cet ouvrage est protégé par un copyright et Thierry Dubois est détenteur des droits originaux et initiaux.

Vous n'avez aucun droit de revente.

Cet ouvrage est gratuit, donc il est logique et honnête qu'il en soit de même pour toutes autres personnes désireuses de le lire.

Toute reproduction ou modification totale ou partielle du présent contenu est absolument interdite sans l'autorisation expresse de l'auteur.



Toutefois, le simple fait de lire ce présent ouvrage vous donne le droit de l'offrir en cadeau à qui vous le souhaitez.

Vous pouvez aussi acquérir une licence appelée « Droit de personnalisation ».

[Pour en savoir plus, visitez la boutique du Club Stratégie : cliquez ICI](#)



L'auteur ne peut être tenu pour responsable des liens qui pourraient être éventuellement inactifs au sein de cet ebook. Ces liens, provenant de sociétés indépendantes, sont actifs au moment de la présente édition mais l'auteur n'a aucun contrôle sur leur pérennité.



L'auteur s'engage à rédiger tous les 6 mois une nouvelle version de cet ouvrage pour suivre l'évolution du Web.



Chaque mois, recevez la newsletter,
des informations 100% utiles
rédigées par les membres du Club.



NEWSLETTER

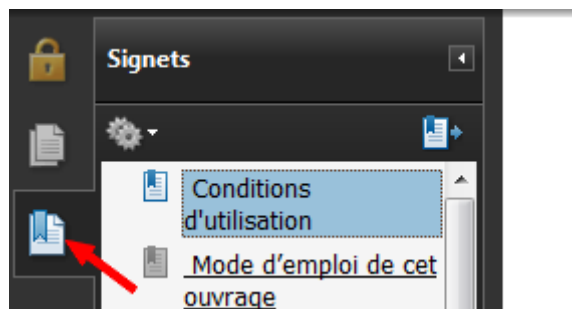
Mode d'emploi de cet ouvrage

L'outil essentiel pour apprendre sur Internet est :

L'ebook, version électronique d'un livre, un livre à lire sur votre ordinateur, le plus souvent au format Acrobat (PDF).

Ce livre est au format PDF pour vous apporter un confort de lecture et de navigation bien meilleur qu'avec un livre traditionnel.

- ✓ Pour naviguer et vous déplacer facilement dans ce livre électronique, vous pouvez utiliser la table des matières et cliquer sur le titre ou sur un sous-titre d'un chapitre, vous serez alors dirigé directement sur le sujet et à la page concernée.



- ✓ En cliquant sur un mot écrit en **bleu et souligné** vous serez dirigé vers un site Internet ou une page de téléchargement externe à cet ouvrage pour un complément d'information. Il en va de même pour les images dont certaines sont cliquables et vous dirigent donc vers un site extérieur à cet ebook.

Vous pouvez également redimensionner les pages de cet ebook en utilisant la fonction correspondante de votre outil de lecture de fichiers PDF préféré. Nous vous recommandons d'utiliser **Adobe Acrobat Reader** que vous pouvez télécharger gratuitement en quelques secondes.

Enfin, pour les lecteurs qui souhaitent pouvoir personnaliser cet ebook en y insérant leurs propres liens, un mode d'emploi leur sera fourni.

À Propos de l'auteur



Je m'appelle Thierry Dubois, j'ai 41 ans et depuis toujours, autonomie, indépendance sont selon moi les deux mots-clés d'une réussite professionnelle.

Initialement électromécanicien, je n'ai pratiquement jamais travaillé pour un patron. Toujours un projet en vue, toujours une idée à développer, toujours un voyage à préparer...

Créer, c'est selon moi, donner une forme à son destin, et lorsqu'on a l'âme d'un créateur il n'y a qu'une issue possible, plonger en envisageant l'avenir avec confiance et en s'engageant avec la volonté de réussir.

Mes débuts sur Internet remontent à 2001.

À l'époque, je passais d'un concept à un autre, en travaillant sans vraiment suivre une méthode de travail et sans aucune connaissance particulière. Je me suis vite rendu compte qu'il était impossible de connaître le succès sans connaissances !

J'étais tellement impatient de gagner de l'argent rapidement que je faisais les mêmes erreurs que 95 % des gens.

Après un grave accident, je me suis réfugié derrière Internet pour mieux appréhender ce média de masse.

J'ai COMPRIS que pour créer sa "Net-entreprise" il fallait avoir des connaissances approfondies telles que savoir faire passer des messages, réaliser un site attrayant et bien sûr le rendre visible...

Dès lors, j'ai décidé de suivre une formation diplômante de développeur informatique.

J'ai étoffé mes connaissances en me spécialisant dans le Web marketing afin d'avoir tous les outils pour créer ma "petite" entreprise...

Je ne suis nullement devenu un "gourou", simplement une personne qui a acquis une expérience, un savoir-faire.

En lisant sérieusement cet ouvrage et en suivant mes conseils avisés, vous allez profiter de mon expérience et ainsi **booster votre chiffre d'affaire** !

Je vous souhaite une très agréable lecture.

Thierry Dubois

Table des matières

Conditions d'utilisation.....	2
Mode d'emploi de cet ouvrage.....	4
À Propos de l'auteur.....	5
Table des matières.....	6
Introduction	8
Comment vendre par email.....	13
1. Le marketing par email.....	13
2. Comment bâtir une liste de contacts ?.....	14
2.1 Triple objectif à remplir : Attirer, Convaincre, Rassurer.	14
2.2 Établir une crédibilité.....	20
2.3 Développer une compétitivité.....	21
2.4 Conseils à suivre pour bâtir une liste de contacts	22
3. Outils à utiliser pour envoyer des emails.....	24
3.1 Deux types d'outils à intégrer sur votre site Internet	24
3.2 Pourquoi choisir un auto-répondeur ?.....	25
4 Fréquence d'envoi des messages	26
5. Les erreurs à éviter.....	28
Google AdWords.....	30
1. Pourquoi Google ?.....	30
2. Objectif d'une campagne Google AdWords.....	31
3. Retour sur investissement.....	33
4. Les erreurs à éviter.....	34
Les forums sur le Web	35
1. Le but d'un forum	35
2. Comment vendre avec les forums	36
2.1 Participer à des forums liés à son activité.....	36
2.2 Poster des messages de qualité.....	36
2.3 L'outil marketing : la signature.....	37
3. Les erreurs à éviter.....	38
Les petites annonces gratuites.....	39
1. Pourquoi utiliser les PA gratuites ?.....	39
2. Comment réussir sa petite annonce.....	40
3. Pourquoi organiser ses annonces ?.....	43
4. Signaler son annonce à la bonne "cible"	46
5. Sites Web pour passer des PA.....	47
6. Les erreurs à éviter.....	48
Votre propre programme d'affiliation	49
1. Quatre règles importantes à suivre.....	49
2. Gérer un système d'affiliation.....	52
3. Les plateformes d'affiliation.....	54
4. Les erreurs à éviter.....	56
Comment écrire pour le Web	57
1. Le Web, un média pas comme les autres.....	57
2. L'art d'écrire pour vendre	58
3. Les erreurs à éviter	59

Écrire des articles.....	60
1. L'utilité d'écrire des articles sur le Web.....	60
2. Comment écrire un article pour le Web ?.....	62
Hiérarchiser les informations	62
Style d'écriture à adopter.....	62
3. Comment structurer un article ?.....	63
4. Sites Web pour publier des articles.....	65
5. Les erreurs à éviter	66
Méthode pour optimiser un site Web	67
1. Pourquoi optimiser une page Web ?.....	67
2. Comment fonctionne un moteur de recherche ?.....	68
3. Comment optimiser une page Web ?.....	69
3.1 Les paramètres internes	69
3.2 Les paramètres externes	71
4. Le Page Rank et son importance ?.....	72
5. Le contenu et son importance ?.....	73
6. Les erreurs à éviter.....	74
Référencement d'un site Web	75
1. Référencement manuel ou automatique.	75
2. Référencer son site dans les annuaires.....	76
3. Référencer son site sur Google	78
4. Pourquoi se positionner sur Google ?.....	80
5. Les erreurs à éviter	83
Pourquoi choisir un référenceur ?.....	84
1. Référencement en interne ou en externe ?.....	84
2. Critères pour choisir son prestataire.....	85
Les échanges de liens	88
1. Un échange de bons procédés.....	88
2. Optimiser l'offre d'échange de liens.....	92
3. Les erreurs à éviter.....	93
Les échanges de bannières	94
1. Fonctionnement.....	94
2. Création d'une bannière.....	95
3. Système d'échange de bannières.....	96
4. Les erreurs à éviter.....	98
Acheter des emplacements publicitaires	99
Faire de la publicité hors ligne	100
Le marketing viral	101
Le Web 2.0 ou médias sociaux	102
1. Qu'est-ce qu'on appelle les médias sociaux ?.....	102
2. Les différentes catégories.....	103
3. Pourquoi utiliser les médias sociaux.....	104
Sur Internet, rien n'est gratuit	106
Aidez-moi à vous aider	108
Pour votre futur	109

Introduction

La première question que vous devez vous poser pour bien comprendre comment développer le trafic sur votre site Web, est :
« Comment les internautes trouvent-ils un site Internet plutôt qu'un autre ? »

Une étude (source : Forrester Research) a été menée afin de classer dans l'ordre suivant, les moyens préférés des internautes pour trouver un site :

Moyens utilisés	Exemples de promotions à engager
1. Moteurs de recherche	Référencement – Publicité AdWords
2. Message électronique	Newsletter, messages par auto-répondeur
3. Autres sites Web	Échange de liens, petites annonces
4. Bouche à oreille	Contenu de qualité, marketing viral
5. Forums, groupes de discussion	Écrire des articles
6. Publicité TV	-
7. Publicité dans la presse	Publicité dans des journaux gratuits
8. Bannières publicitaires	Publicité sur divers sites
9. Publicité radio	-

Faire connaître un site Web demande du temps et de l'argent.

Pour lancer et maintenir le trafic sur votre site, vous devez investir du temps dans sa promotion. Cela ne veut pas dire que vous devez utiliser tous les moyens cités dans cet ouvrage.

De plus, ce n'est pas parce que vous êtes mal référencé par les moteurs de recherche que votre affaire ne sera pas rentable. Par exemple, la promotion axée exclusivement sur le bouche à oreille peut rapporter de bons résultats.

Des centaines, voire des milliers d'initiatives en ligne de qualité luttent actuellement pour se maintenir financièrement à flot. Bien qu'elles offrent des produits attractifs, elles peinent néanmoins à créer un flux régulier de trafic de clients.

Savez-vous pourquoi ?

Souvent parce que ces entrepreneurs n'ont pas dépensé suffisamment d'énergie pour sensibiliser les gens à leur site. Et surtout parce qu'ils pensent que mettre un site en ligne et le référencer sur Google est suffisant pour pouvoir être vu par des milliers de personnes.

Faut-il faire de la publicité pour promouvoir un site Internet ?

Ma réponse est trois fois OUI !

Pour se développer dans un environnement concurrentiel, vous devez absolument comprendre que si vous ne faites pas de publicité autour de votre site Web, vous n'avez aucune chance de réussite.

« Oui mais on m'a dit que... »

Si vous succomez aux accroches du style « Gagnez rapidement de l'argent sans travailler, sans investir » ou « Devenez riche avec ou sans site », permettez-moi de vous dire que vous faites fausse route...

Quoi qu'il en soit, si vous ne faites pas savoir que votre site existe, personne n'y viendra.

Dans le monde réel, une entreprise traditionnelle doit investir dans la publicité pour faire connaître son entreprise. Dans le monde virtuel du Web, le principe est EXACTEMENT le même.

Conclusion

Si vous voulez lancer une affaire sur Internet, vous DEVEZ faire de la PUB.

Si vous désirez mettre votre affaire sur des rails de TGV, il vous faudra "amorcer la pompe" en utilisant un maximum de techniques énoncées dans cet ebook.



Quelles sont les techniques de "pub" à privilégier ?

Le bouche à oreille avant tout autre chose...

Votre premier travail est de présenter votre site Web à toutes les personnes que vous connaissez.

Vous connaissez bien une dizaine de personnes ?

Demandez-leur d'en parler aussi à leurs amis qui répandront également l'information. C'est simple, vieux comme le monde et ça marche !

C'est certain, si vous vous êtes lancé dans une opportunité du genre "comment gagner 5000 €/mois sans travailler", vous allez avoir du mal à en parler à vos proches...

Deux techniques **INDISPENSABLES** et indissociables :

Pour se lancer sur Internet, que ce soit avec un site Web ou juste une page de vente, il est indispensable d'utiliser ces deux techniques marketing :

- Vendre par email.
- Être visible sur Google.

Donc, pour réussir pleinement sur le Web, vous devez :

- Investir dans un auto-répondeur.
- Investir un minimum dans la publicité telle que Google AdWords.
- Investir du temps dans la publicité gratuite !

Comment faire connaître son site Web d'une manière **OPTIMALE** ?

Votre réussite dépend :

- de la qualité de votre site Web ou de votre page de vente,
- de votre budget,
- du temps que vous allez consacrer à la promotion de votre affaire.

Bien sûr, plus votre budget sera conséquent, plus vous aurez de chances d'être visible sur la toile. Mais votre budget n'est pas l'élément le plus déterminant. Ce qui déterminera votre réussite promotionnelle, c'est la manière dont vous allez procéder.

Internet constitue un support flexible et très souvent mal exploité par le marketing direct.

Les sites Web poussent comme des champignons, mais très peu utilisent et optimisent les ressources du Web.

Afin d'être informé de ce qui se passe dans le monde du marketing en ligne, il faut rester en contact avec les experts du Web.
Servez-vous des forums présents sur le Web.

Et le référencement d'un site Web dans tout ça ?

Rassurez-vous :-) ... Je ne l'ai pas oublié.
C'est le moyen de promotion Web par excellence.

Si vous démarrez votre affaire, ne comptez pas sur le référencement de votre site pour faire marcher votre business.
Il faut au MINIMUM UN AN pour bénéficier d'un bon trafic.

Référencer un site Internet sur les moteurs de recherche, avoir de nombreux liens entrants (sites qui pointent vers le vôtre), etc., ne se fait pas en un jour.
Cependant c'est l'une des clés pour RÉUSSIR sur le Web.

Dès votre lancement sur le Web, il est très judicieux de procéder de cette manière :

- 1** Mettez en ligne un site de vente (squeeze-page) axé sur la vente par email.
Ce site doit être conçu spécialement pour la vente.
- 2** Créez doucement mais sûrement un autre site Web axé sur un contenu de qualité.
Ce site permettra dans l'avenir d'augmenter rapidement le trafic de votre site de vente.

Une petite comparaison rapide pour que vous compreniez pourquoi il faut procéder de cette manière :

- Avec Google AdWords, cela vous coûtera environ 1 000 euros/mois pour obtenir 5 000 visiteurs (moyen : 0,2 € du clic)
- Avec un site Internet bien référencé, vous obtiendrez gratuitement un minimum de 160 visiteurs/jour soit environ 5 000 visiteurs/mois.

Les erreurs à éviter

Ne pas vouloir investir dans l'information.

- ✘ Vendre sur Internet demande du savoir-faire. Investissez dans des ouvrages écrits par des professionnels du Web (pas n'importe lesquels bien sur !).

Baisser les bras rapidement.

- ✘ Vous devez être persévérant. Le succès demande de la patience. Ne comptez pas réussir si vous abandonnez au bout d'un mois sans avoir fourni d'efforts.

Attendre de faire du chiffre d'affaire pour investir dans la publicité.

- ✘ C'est la publicité (gratuite ou non) qui générera votre CA et non le contraire.

Penser qu'investir dans la publicité ne sert à rien et coûte trop cher.

- ✘ Prévoyez un budget mensuel, même si vous ne souhaitez qu'un revenu complémentaire grâce à Internet. Il faut d'abord semer avant de récolter.

Ne pas vouloir investir de son temps dans la création d'un site de qualité.

- ✘ Plus votre site sera réalisé d'une manière professionnelle, plus votre site sera source de trafic. Il en découle donc une diminution de votre charge principale : la publicité.

Comment vendre par email

La meilleure méthode pour fidéliser un client potentiel via un site est la vente par email.

1. Le marketing par email

Pour vendre par email, il ne suffit plus d'acheter ou de louer un fichier et d'envoyer des millions d'emails.

Il vous faudra un budget de 3 000 € à 4 000 € pour louer un fichier et ce, pour un retour médiocre...



N'achetez jamais un fichier !

La plupart des personnes listées sur ces fichiers n'ont pas donné leur accord pour recevoir votre publicité.

Vous perdrez votre argent à coup sûr.

Le mailing de masse ne marche plus !

Si le client n'a pas sollicité l'envoi de votre email, il y a de fortes chances qu'il n'ouvre pas votre email. Votre message sera noyé parmi tous les messages promotionnels qu'il reçoit...

La confiance qu'il aura envers vous et la pertinence de votre offre seront les clés de la réussite de votre campagne d'emailing.

La solution passe par le marketing par email "double opt-in"

aussi appelé marketing basé sur la permission.

C'est à l'internaute de prendre la décision si oui ou non il veut recevoir vos messages d'informations ou promotionnels.

Votre but premier est de **capter un maximum d'adresses mail** via votre site et ce pour QUATRE RAISONS essentielles :

- Un visiteur achète très rarement lors de sa première visite. Avec son adresse mail, vous pourrez relancer votre prospect.
- Vous aurez la possibilité d'annoncer régulièrement à votre liste de contacts la sortie d'un nouveau produit...
- Plus vous aurez de membres dans votre base de données, plus vous ferez de ventes : c'est mathématique...
- Cette liste vous fournira des clients ciblés car ils auront adhéré volontairement à votre liste.

2. Comment bâtir une liste de contacts ?

Pour créer rapidement une liste d'abonnés rentable, votre site et vous-même devez inspirer la confiance.

En détenant la confiance de vos abonnés, ils vous offriront en contrepartie leur fidélité. Dans le cas contraire, vos ventes se feront difficilement.

La vente par email étant une forme de marketing direct, votre promotion a un...

2.1 Triple objectif à remplir : Attirer, Convaincre, Rassurer.

a) Pour inviter un visiteur à vous laisser son adresse mail.

Solution 1 : créer un site Internet qui inspire la confiance.

- **Créez un site Internet avec de l'information de qualité.**

Votre site doit être structuré, facile à lire.

Ne réalisez pas un site comme on en voit beaucoup qui proposent de nombreux produits en vrac...

Votre site, c'est votre produit phare ! Ne l'oubliez pas...

- **Présentez des produits utiles pour vos lecteurs "cible".**

Pour réaliser des ventes régulièrement, il est absolument nécessaire de proposer des produits ou services fiables et que vous connaissez bien.

- **Placez un formulaire d'inscription à votre newsletter.**

Positionnez ce formulaire bien en vue sur votre page d'accueil.

Ainsi, l'internaute n'aura pas à utiliser l'ascenseur (défilement horizontal) pour s'inscrire (insertion de son prénom et de son mail).

Pour le présenter, vous pouvez aussi utiliser un popup pas trop agressif (fenêtre qui s'ouvre devant votre site).

Pour la mise en place de ce formulaire et la gestion de vos newsletters, je vous recommande fortement d'utiliser un auto-répondeur (j'y reviendrai...).

- **Offrez un cadeau gratuit en échange d'une adresse mail.**

En échange de son mail, offrez à votre visiteur le téléchargement d'un produit numérique tel qu'un ebook, un jeu, un logiciel...

Le mot magique : Gratuit !

Cette solution ne sera efficace que si vous avez déjà un trafic établi.

Même si votre formulaire d'inscription est bien placé, votre taux d'abonnement (nombre de visiteurs qui s'abonnent à votre newsletter) variera entre 2 et 5 %, ce qui est faible. Vu sous cet angle, ce n'est pas suffisant !

Pour obtenir un taux de vente important, il est essentiel de créer un site Internet avec un contenu utile proposant des liens vers une ou plusieurs "landing page", vers une ou plusieurs "squeeze pages".

$$\text{Taux de vente (\%)} = \frac{\text{Nombre de visiteurs qui achètent}}{\text{Nombre total de visiteurs}} \times 100$$

Pourquoi cette solution est idéale pour booster votre chiffre d'affaire ?

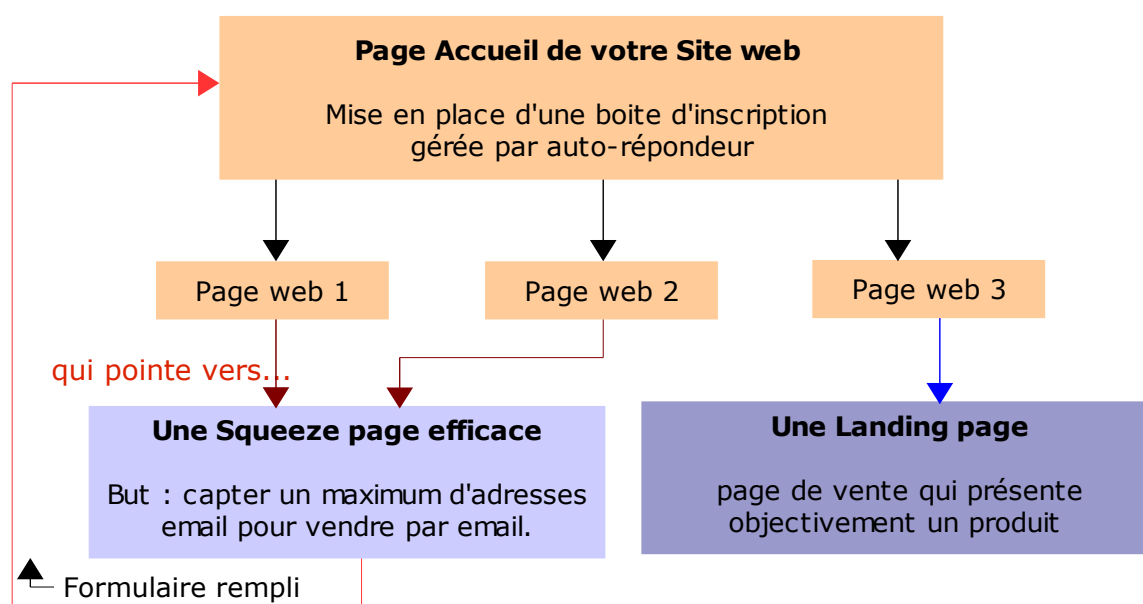
Vos abonnés seront amenés à visiter régulièrement votre site Internet pour dénicher de l'information utile.

De ce fait, vos abonnés et visiteurs achèteront plus facilement chez vous plutôt que chez vos concurrents.

Non seulement votre site Internet dirigera des **visiteurs gratuitement** vers vos "landing pages", vos "squeeze pages", mais aussi il vous donnera une **crédibilité supplémentaire**.

Ces deux avantages valent bien que vous preniez la décision d'investir de votre temps dans la réalisation d'un site d'allure professionnelle. Et ce n'est pas aussi difficile que vous le pensez. Loin de là...

Exemple d'une structure simplifiée d'un système rentable :



Le client peut ainsi accéder à vos produits et services par trois chemins différents : par votre site principal, par la squeeze page ou par la landing page (3 noms de domaines différents).

Solution 2 : élaborer une squeeze page efficace (page de capture).

Pour capturer un maximum de mails, ne donnez pas plusieurs choix au visiteur.

C'est-à-dire ?

Votre visiteur ne doit avoir que deux possibilités lorsqu'il arrive sur votre squeeze page :

1. Télécharger votre produit gratuit en laissant son mail.
2. Sortir de votre site.

En procédant de cette manière, votre taux d'abonnement va exploser. Il n'est pas rare de voir des taux d'abonnement bien supérieur à 20 %.

$$\text{Taux d'abonnement (\%)} = \frac{\text{Nb de visiteurs qui donnent leurs mails}}{\text{Nombre total de visiteurs}} \times 100$$



Votre squeeze page doit être la plus sobre possible. Évitez d'utiliser une squeeze page toute faite, déjà présente sur le Web en milliers d'exemplaires. Personnalisez-la à vos couleurs et faites agir le prospect tout de suite !

Exemple d'une squeeze page efficace :

Bon

Pour en savoir plus sur le moyen secret de mieux réussir sa vie
"Comment Ecrire une Lettre qui Vend"
- tous les secrets de l'écriture qui enthousiasme et fait agir -
GRATUITEMENT.
et savoir comment gagner + en écrivant des lettres, des pages web, des publicités ou tout autre texte qui rapporte.

- OUI, je veux en savoir plus sur votre fameuse méthode,
- comprendre comment cela peut m'aider à avoir une affaire bien à moi,
- et voir le genre de revenu qu'ont obtenu d'autres personnes avec cet outil de réussite.

Mon prénom:

Mon adresse email:

Qu'en pensez-vous ?

Le titre est fort et attire l'attention n'est-ce pas ?

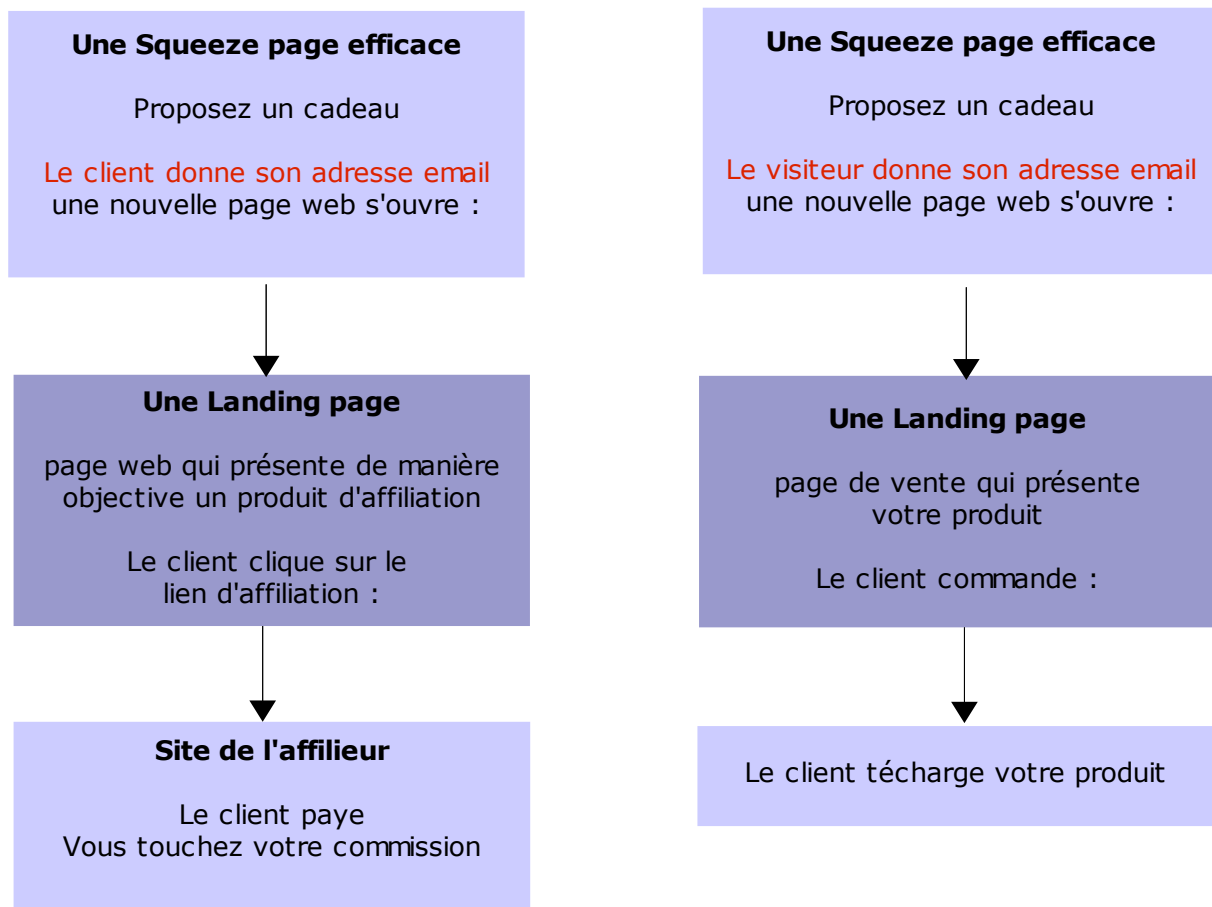
Les termes employés sont très forts de sens : secret, réussir sa vie, gagner +, outil de réussite... et pousse le lecteur à passer à l'action.

Christian Godefroy, copywriter renommé, auteur de cette squeeze page, aurait pu à mon sens ajouter deux autres éléments :

- **Une belle image** pour présenter la couverture de son ebook. Montrer une image réussie augmente la valeur perçue du produit et incite le client à agir.
- **La garantie** que les adresses mail ne seront pas divulguées pour des utilisations peu scrupuleuses (spam).

Vous voyez, cette squeeze page est sobre, pas de chichis, pas de vidéo, uniquement un message de qualité !

Si votre site Internet n'est pas fini, vous pouvez dans un premier temps procéder de cette manière :



Solution 3 : élaborer une landing page efficace (page de vente classique).

Une page de vente classique n'a aucun processus pour capturer les adresses mail de vos visiteurs.

Une "solution" pour bâtir votre liste de contacts est d'installer un script du type "dites-le à un ami". Les amis recevront un email envoyé directement par le client, de personne à personne.

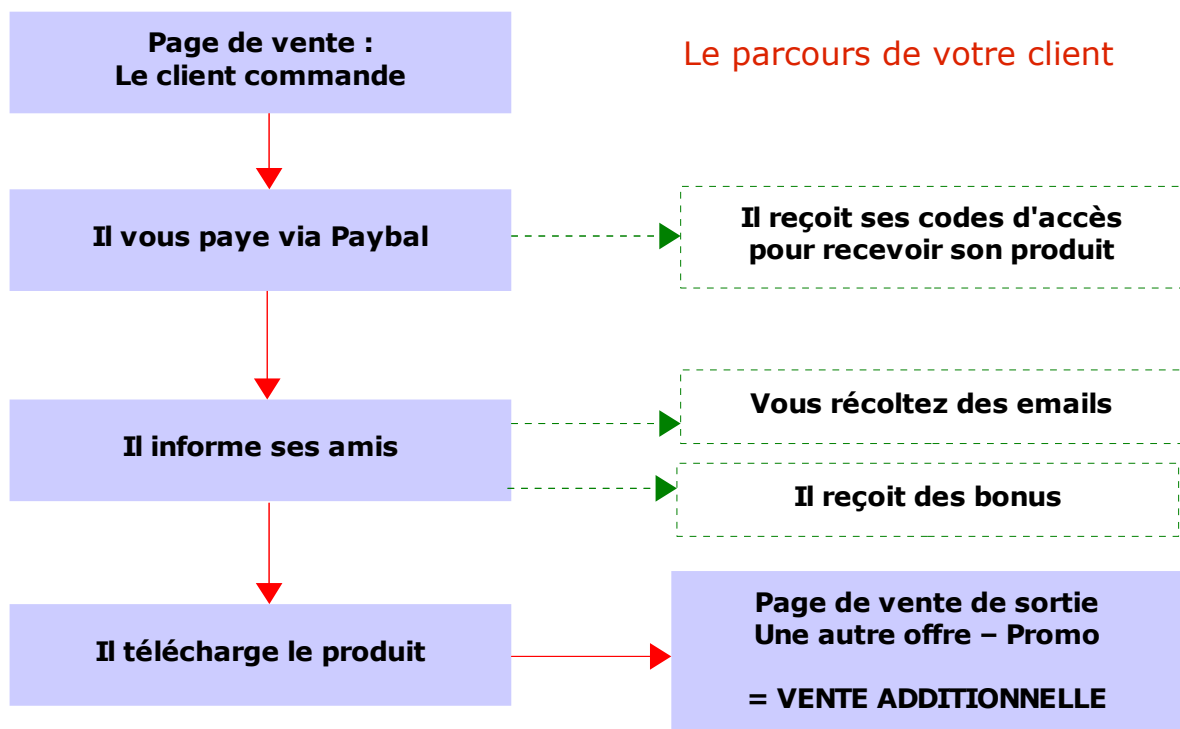
Votre client entre son nom et son adresse mail, puis indique les coordonnées d'au moins trois de ses amis pour recevoir un bonus.
De cette manière, vos clients génèrent pour vous de nouveaux abonnés.

Petit bémol :

Certaines personnes indiquent des adresses mail inconnues ou plusieurs adresses mail leur appartenant pour recevoir leur bonus...

Personnellement, je n'utilise pas ce type de script.

Voici en images un processus de vente efficace :



Ce processus de vente décrit ci-dessus est entièrement géré par [Vendromatic](#).



Voici un programme de vente automatisé via PayPal !
Vous n'avez plus qu'à faire une page de vente.
Vendromatic se charge du reste...
Toutefois, il n'est pas simple à installer.

En général, je n'aime pas les programmes clés en main mais pour celui-ci je ferais une exception : [découvrez-le !](#)

b) Pour convaincre votre visiteur d'acheter vos produits.

- **Proposez des produits en ligne que vous avez testés.**

La plus grande erreur que l'on rencontre sur le Web, ce sont les sites qui présentent des produits banals et/ou chers.
N'intégrez pas des produits sur votre site en pensant uniquement en termes de profit.

- **Offrez à vos clients des messages de qualité.**

Exactement de la même manière que pour créer le contenu d'un site Internet : pensez comme un éditeur et non comme un publiciste.

Ne présentez pas uniquement des produits à vendre...

Vos abonnés vous feront doublement confiance s'ils sentent que vous maîtrisez votre sujet.

Ex. : formation gratuite, articles intéressants, vos nouveautés...

- **Soyez honnête avec vos clients.**

Les internautes donnent difficilement leur confiance.

Soyez précis et le plus honnête possible en présentant vos produits.
Plus vous serez honnête, plus vos clients vous feront confiance, plus le bouche à oreille va opérer (recommandations)...

c) Pour rassurer vos abonnés.

- **Donnez la possibilité à vos abonnés de ne plus être inscrits sur votre liste à tout moment.**

Sur chaque email envoyé, un lien de désinscription doit figurer en bas de page. Vous devez respecter la volonté de vos abonnés, sans chercher à les tromper.

- **Accordez des garanties afin de stimuler vos ventes.**

Pour tout achat et sans condition, votre abonné doit avoir la possibilité d'être remboursé de son achat.

Attention! Certains mettent des conditions douteuses...

Personnellement, je n'accorde plus de garantie de remboursement sur les modules de la formation du Club Stratégie.

Pourquoi ? De nombreuses personnes achètent et demandent systématiquement leur remboursement.

2.2 Établir une crédibilité

Si vous voulez réussir en tant que vendeur sur Internet, vous devez être capable de renforcer votre crédibilité en vous positionnant en tant que connaisseur sur votre marché.

Lorsque vous parlez par exemple de gagner de l'argent sur un lancement de produit, vous devez faire en sorte que vos abonnés admettent votre crédibilité dès qu'ils s'inscrivent ou juste après qu'ils se soient inscrits sur votre liste.

Voici deux conseils pour vous aider à établir votre crédibilité :

- **Parlez de votre expérience en ligne et hors ligne.**

Si vous avez travaillé dans une entreprise dite "brique et mortier", utilisez cet atout pour établir votre crédibilité en tant qu'entrepreneur.

Si vous avez été dans un service de ventes ou de marketing, utilisez cet autre atout pour vous crédibiliser en tant que marketeur.

- **Demandez à vos clients de rédiger un témoignage sur la qualité de vos prestations, de vos produits.**

Une publicité sous la forme de témoignages est un moyen publicitaire très efficace.

Utilisez les formations en ligne pour établir votre crédibilité sur le long terme.

Tout le monde ne sera peut-être pas impressionné dès votre premier envoi et plusieurs emails seront sans doute nécessaires pour que les gens reconnaissent vos capacités.

Une des solutions pour bâtir votre crédibilité sur le long terme est de proposer une formation en ligne ou une newsletter que vous enverrez à vos abonnés à une fréquence qui peut aller de quelques jours à quelques semaines. Le sujet doit être formateur, correspondre à quelque chose qui puisse vous positionner en tant que spécialiste de votre secteur.

Vous pouvez programmer un auto-répondeur pour envoyer un nouveau cours chaque jour, tous les deux jours ou chaque semaine. À partir du moment où votre abonné vous lit régulièrement pendant quelques temps, vous pouvez progressivement vous imposer à lui et lui donner une forte impression sur vos capacités.

2.3 Développer une compétitivité



La chose la plus importante à faire pour avoir du succès en ligne est de **consolider vos relations avec vos abonnés.**

Comme dans la vraie vie, si vous deviez choisir entre un ami réparateur de voitures et un étranger offrant le même service au même prix, vous choisiriez l'ami en moins de temps qu'il n'en faut pour le dire.

Pourquoi ? Parce que vous préférez vos amis aux étrangers.

Le marketing par email est un monde dans lequel la compétition peut être rude. Lorsque deux concurrents offrent le même produit, celui qui entretiendra de bonnes relations avec ses clients emportera le marché.

Prenons un exemple :

Lors d'un grand lancement, pendant lequel un grand nombre de vendeurs vont envoyer des emails à un grand nombre de clients, la plupart des vendeurs proposeront des avantages susceptibles d'attirer les clients vers eux et vers leur lien.

Il arrive que plusieurs vendeurs proposent le même service au même prix, et la question que vous devriez vous poser, si vous étiez à la place de votre client, est : « pourquoi choisir d'acheter chez VOUS plutôt que chez votre concurrent ? ».

Si vous avez réussi à établir de bonnes relations avec vos abonnés, ils vous rejoindront, vous plutôt qu'un autre.



Conseils pour établir de bons rapports avec vos clients :

- **Restez en contact avec les abonnés de votre liste.**

Ne limitez pas vos communications à la seule promotion de vos produits.

- **Renseignez-vous sur leurs besoins et leurs attentes.**

Utilisez des questionnaires et impliquez-les.
Demandez-leur ce qu'ils veulent que vous leur fournissiez pour les aider dans leurs activités de vente sur Internet.

- **Envoyez-leur de temps en temps des cadeaux.**

Ces cadeaux peuvent être des rapports gratuits, des maquettes de blogs, des images ou même des adhésions gratuites !

- **Personnalisez vos messages.**

Laissez-leur savoir qui vous êtes.
Vos emails seront plus sympathiques que tous ces emails qui ne parlent que de lancements de produits à longueur de journée.

- **Soyez instructif.**

Lorsque vous communiquez quelque chose à forte valeur ajoutée à vos abonnés, ils auront tendance à vous considérer comme un guide et écouteront ce que vous dites.
Ce qui sera tout à votre avantage lorsque vous voudrez qu'ils vous écoutent pour acheter votre produit.

2.4 Conseils à suivre pour bâtir une liste de contacts

- **Faites de la publicité régulièrement.**

Utilisez un maximum de moyens publicitaires présentés dans cet ebook. Plus vous générerez de trafic vers votre site, plus votre liste d'abonnés sera grande, plus votre affaire prendra de l'ampleur !

- **Inscrivez-vous sur des forums pour partager des conseils.**

Dialoguez avec les internautes afin de mieux cibler leurs désirs et leurs besoins. À la fin des messages que vous postez, insérez un lien vers votre site, de manière à ce que les visiteurs prennent connaissance de votre activité.

- **Fournissez à vos abonnés des moyens de promotion.**

Fournissez à vos abonnés les moyens nécessaires à la vente de vos produits.

C'est très important pour attirer leur attention et qu'ils deviennent vos vendeurs potentiels. De cette manière, vos ventes vont se démultiplier.

- **Proposez des partenariats.**

Réservez un emplacement sur les newsletters des webmasters qui ont une belle liste de contacts.

Proposez une relation gagnant-gagnant : en général ces webmasters vous demanderont une forte commission sur vente.

Vendre par email demande de la patience !

Avec de la patience, vous pouvez bâtir une liste d'abonnés conséquente.

Exemple : vous possédez une liste de 3 000 abonnés.

Vous vendez un produit ou service de qualité qui vous rapporte 30 euros/vente.

Si seulement 2 % de vos abonnés achètent ce produit, vous gagnez en 24 h :
 $60 \text{ abonnés} \times 30 \text{ €} = 1\,500 \text{ euros}$.

N'est-ce pas là une preuve concrète que le travail que vous allez fournir maintenant sera vivement récompensé par la suite ?...

Certains doivent se dire : 3 000 abonnés c'est énorme !

Je réponds tout simplement à ces personnes qu'en suivant et en appliquant une organisation de travail, quelques méthodes de marketing présentées sur cet ebook, un objectif de 3 000 abonnés est loin d'être insurmontable.
Bien au contraire...

Nombre d'abonnés* par jour	En un an	En deux ans
5	1 825 abonnés	3 650 abonnés
10	3 650 abonnés	7 300 abonnés
15	5 475 abonnés	10 950 abonnés

*moyenne entre les entrées et sorties (désabonnements) des abonnés

Exemple :

Depuis septembre 2009, j'obtiens en moyenne 5 abonnés/jour pour le téléchargement de cette collection en faisant très peu de promotion !

3. Outils à utiliser pour envoyer des emails

L'objectif est de choisir un outil facilement intégrable sur votre site Internet pour adresser des emails à vos visiteurs sans jamais être accusé de faire du "spamming" (répréhensible !).

3.1 Deux types d'outils à intégrer sur votre site Internet

a) **Script newsletter :**

Pour envoyer manuellement une lettre d'information à une **petite liste d'abonnés** (pas plus de 100), ce procédé suffit.

b) **L'auto-répondeur :**

Si votre but est de vendre des produits ou services avec plusieurs relances possibles, ce procédé de marketing est à choisir impérativement !

Selon les marketeurs, il faut pour faire des ventes, relancer un prospect un minimum de 7 fois dont 3 ou 4 uniquement pour la première semaine.

Rédigez vos différents emails à l'avance et non au dernier moment. Intégrez-les sur votre auto-répondeur, pour un envoi programmé selon une fréquence que vous aurez préalablement déterminée.

Gérer votre liste d'abonnés en interne ou en externe ?

Sans trop entrer dans les détails techniques, la gestion en interne des emails (sur votre propre hébergement) est très complexe à gérer.

Même si on vous propose un logiciel qui respecte les règles de permission marketing, un bon nombre de vos messages seront bloqués, filtrés et iront tout droit dans la corbeille "spam".

Optez donc pour une gestion externe de vos emails en choisissant des prestataires qui utilisent des serveurs d'envois déclarés chez les fournisseurs d'accès et les principaux hébergeurs.

C'est ce que l'on appelle le "white listage" : une déclaration préalable de l'adresse IP du serveur d'envoi.



Envoyez des lettres d'information riches en contenu. Ce procédé peut très vite devenir un excellent vecteur de marketing.

En effet, tous les membres inscrits qui la reçoivent sont forcément intéressés par son contenu et l'attendent avec impatience.

Il est d'ailleurs également bon de leur permettre, grâce à un archivage, de pouvoir récupérer les précédentes... !

3.2 Pourquoi choisir un auto-répondeur ?

C'est le moyen le plus efficace pour développer son chiffre d'affaire tout en fidélisant sa clientèle !

Grâce à l'auto-répondeur, vous allez pouvoir récolter légalement les informations de vos clients et leur expliquer par envois successifs d'emails tout ce qu'ils doivent savoir pour avoir envie d'acheter chez vous plutôt qu'ailleurs.

Un auto-répondeur va vous permettre de :

- construire jour après jour votre liste de mails,
- envoyer automatiquement des emails personnalisés (avec les prénoms) et ciblés,
- communiquer avec vos clients régulièrement pour leur proposer vos offres,
- faire un suivi personnalisé et automatisé de vos clients,
- multiplier par 10 la rentabilité de vos campagnes publicitaires !
- fidéliser vos clients...

De plus, un auto-répondeur est vraiment très simple d'utilisation. Si vous connaissez le copier/coller, vous saurez vous en servir parfaitement.

Avec un auto-répondeur, vous pourrez gérer plusieurs listes de mails : très pratique si vous souhaitez promouvoir divers produits d'une manière différente.

Pour l'instant, je n'ai pas trouvé d'auto-répondeur francophone fiable. Je vous conseille donc de choisir dès le départ un auto-répondeur anglophone : [AWeber](#).



Dans ce guide gratuit, je vous présente :

- Les avantages d'un auto-répondeur face à un script de newsletter classique.
- Les critères pour choisir son auto-répondeur.
- Un comparatif entre les différents prestataires...

[Comment bien choisir son auto-répondeur ?](#)

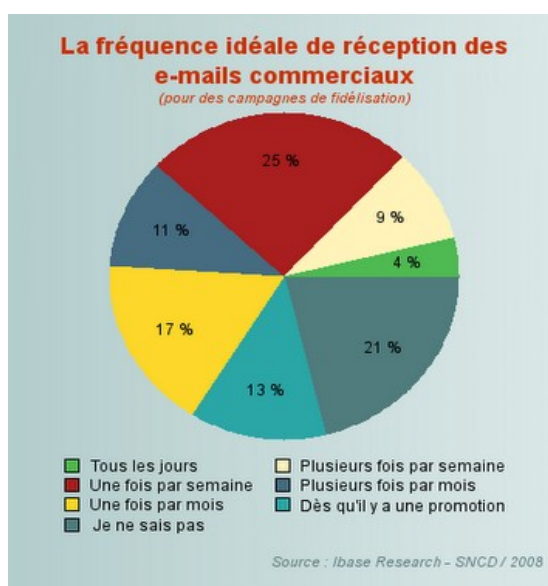
4. Fréquence d'envoi des messages

Quelle est la fréquence d'envoi des messages ?
Sur cette question, les avis sont très partagés.

Un internaute ne réagit pas de la même manière à une campagne d'emailing.
Il est impossible de présenter une fréquence idéale de relance par email.

Outre le fait que vos emails doivent être réalisés professionnellement, vos envois ne doivent pas être trop rapprochés pour ne pas incommoder inutilement vos destinataires. Si tel était le cas, la réaction de vos destinataires sera sans appel : désabonnement.

Selon une étude du [Journal du Net](#), les internautes ont des avis partagés en ce qui concerne la fréquence d'envoi d'emails de la part des annonceurs.



- 1 internaute sur 4 (25 %) préfère ne recevoir qu'un email par semaine.
- 1 internaute sur 5 (21 %) n'a pas d'idée sur la question.
- 1 internaute sur 6 (17 %) aimerait ne recevoir qu'un email par mois.
- 1 internaute sur 8 (13 %) est prêt à être sollicité plusieurs fois par semaine.

On en déduit par ces chiffres que plus la fréquence d'envoi est élevée, plus les risques de désabonnement sont élevés.

« Il en ressort qu'un rythme de 1 email par semaine ou 4 emails dans le mois est considéré comme une fréquence pertinente pour les internautes. »
indique [le PDG de Directinet](#).

Par ailleurs, le fait de préciser une communication mensuelle donne le sentiment à l'internaute d'entrer dans une relation sur la durée.

Il faut de même préciser que ces chiffres concernent uniquement une campagne de fidélisation.

Votre but étant de vendre rapidement, vous devez donc rapprocher vos relances par email pour maintenir l'attention et l'intérêt du prospect :

3 ou 4 relances pendant la première semaine
et passer rapidement à un processus de fidélisation.

Prévoyez si possible des cadeaux utiles pour vos relances. ;-)



Vos commentaires



5. Les erreurs à éviter

Créer un popup agressif pour présenter sa "boîte" d'inscription.

- ✘ Mettez votre formulaire d'inscription à l'intérieur de vos pages ou sur un popup qui peut se fermer par un simple clic.
À mon humble avis, l'agressivité commerciale n'a jamais été une très bonne manière d'attirer un client.

Créer des messages uniquement à caractère commercial.

- ✘ Fournissez de l'information utile avant de penser à vendre quoi que ce soit. Personne ne voudra rester sur votre liste si tout ce que vous proposez c'est vendre, vendre, vendre...
La raison pour laquelle vos clients se sont inscrits sur votre liste, est qu'ils souhaitent en tirer des bénéfices.

Ne pas offrir des privilèges exclusifs à ses abonnés.

- ✘ Vos abonnés doivent sentir qu'ils ont tout intérêt de continuer à lire vos messages.
Si par exemple, vous avez un nouveau produit à vendre, il est très judicieux d'octroyer un tarif préférentiel à vos abonnés.
Vous pouvez aussi faire de temps en temps des cadeaux, fournir une ressource gratuite intéressante que vous avez trouvée sur le Web, un petit ebook... En un mot : bichonnez-les !

Ne pas personnaliser le sujet de ses messages.

- ✘ En personnalisant le sujet de votre message avec le prénom du destinataire, votre email aura un taux d'ouverture bien supérieur.
Tous les auto-répondeurs proposent cette fonction : juste un petit code à insérer dans le champ "sujet"...

"Spammer" sa liste de diffusion !

- ✘ Même si vos abonnés vous ont donné l'autorisation de leur envoyer des emails, ce n'est pas une raison pour leur envoyer des emails ou une proposition d'achat tous les jours.
Apprenez à envoyer vos emails à la bonne fréquence.

Ne pas honorer ses promesses !

- ✘ Si vous indiquez à vos visiteurs que vous rédigez une newsletter toutes les semaines, faites-le !
Ne perdez pas votre crédibilité face à vos abonnés...

Ne pas s'appliquer sur ses emails.

- ✘ Lorsque vous lancez une promotion, une des erreurs est de ne pas vous appliquer dans la rédaction de vos emails au point que vos abonnés y découvrent des fautes grossières.
Un grand nombre de fautes dans votre texte vous fera passer pour un amateur.
Mal orthographier un nom peut être mal pris ; même chose lorsque {nom} apparaît à la place du nom de votre abonné, ou encore pire, lorsque vos liens d'affiliation sont mauvais, cassés.

Ne pas envoyer d'emails régulièrement.

- ✘ C'est le contraire du spam. Si vous n'êtes pas en contact régulier avec vos abonnés, ils finiront par oublier qui vous êtes.
Cet oubli détruira irrémédiablement votre relation avec vos abonnés.

L'importance de la confiance !

- ★ Obtenir la confiance peut prendre beaucoup de temps, la perdre ne prendra que quelques minutes !
- ★ Mettez-vous toujours à la place de vos abonnés.
Donnez autant que vous pouvez et améliorez ainsi vos chances de succès.

Qu'est ce qu'une campagne de liens sponsorisés ?

Une campagne de liens sponsorisés vous permet, en tant qu'annonceur, d'acheter votre position dans les résultats publicitaires d'un moteur de recherche.



2. Objectif d'une campagne Google AdWords

L'objectif d'une campagne Google AdWords est de répondre à vos besoins :

- **d'acquisition de trafic,**

Lorsque les internautes effectuent des recherches sur Google à l'aide de l'un de vos mots-clés, votre annonce apparaîtra à côté des résultats de recherche. Votre publicité est donc diffusée auprès d'un public qui s'intéresse à vos produits et services.

- **de nouveaux clients,**

Lorsque les internautes cliquent sur votre annonce, ils peuvent visualiser votre site et obtenir plus d'informations sur votre activité.

- **tout en vous proposant une audience ciblée.**

AdWords permet de cibler votre annonce afin de la diffuser uniquement dans certaines zones géographiques.

Exemple :

Vous êtes un boulanger à Toulouse et vous paramétrez votre annonce sur Toulouse.

Votre annonce sera visible sur Google, uniquement pour les habitants de Toulouse.

Une campagne publicitaire Google AdWords est très avantageuse pour deux raisons :

- **Paiement à la performance :**

Avec le modèle de tarification au coût par clic (CPC), en tant qu'annonceur, vous ne payez que si un client clique sur une de vos annonces. Donc, vous ne payez que pour du trafic et des visiteurs QUALIFIÉS !

- **Positionnement immédiat :**

Votre annonce sera visible dans les secondes qui suivent sur la première page de résultats du moteur de recherche Google, suivant les mots-clés que vous aurez définis à l'avance.

À titre de comparaison :

Beaucoup de petites entreprises, ne connaissant pas la puissance d'Internet, utilisent les journaux gratuits pour atteindre une clientèle de proximité.

C'est vrai, les journaux gratuits constituent un média de proximité (deuxième après le prospectus) et les particuliers à la recherche de bonnes affaires leur font confiance.

Malheureusement, ce support publicitaire n'est pas du tout adapté aux petits budgets, c'est la raison pour laquelle de nombreux entrepreneurs n'obtiennent pas le retour sur investissement prévu.

Si vous souhaitez utiliser ce support pour vous faire connaître, il faut prévoir au minimum un petit encart et être présent tout le long de l'année.

Et ça coûte très cher !!!

Type de publicité	Taille	Budget moyen pour 1 mois de parution	Nb de clients potentiels
Petite annonce	4 lignes	80 €	???
Encart	1 colonne x 30mm	450 €	???
Encart	1/8ème de page	3000 €	???

Avec Google AdWords, vous connaissez à l'avance le nombre de personnes qui sont susceptibles d'être intéressées par votre publicité.

Et l'impact est beaucoup plus important ! C'est le jour et la nuit...

Budget *	Nb de clients potentiels
80 €	800
450 €	4500
3000 €	30000

* Avec AdWords (estimation 0,1€ du clic)

3. Retour sur investissement

L'exemple MINIMALISTE présenté ci-dessous illustre l'autofinancement des annonces AdWords et l'augmentation du retour sur investissement qu'elles permettent d'obtenir :

- Vous investissez 50 € /mois dans des annonces AdWords avec un CPC moyen de 0,1 €.
Vous obtenez (50 € / 0,1) : **500 clients potentiels.**



Certaines personnes vous diront que vous pouvez proposer un CPC (coût par clic) maximum à 1 centime d'euros. Il n'en n'est rien ! En faisant une enchère inférieure à l'estimation de l'enchère de première page, votre annonce ne sera pas prise en compte. Comptez dans vos prévisions un minimum de 0,1 €. Pour certains marchés comme l'immobilier, la bourse, etc., il faut prévoir bien plus : au alentour de 1 €/clic.

- 0,4 % de ces 500 clients potentiels achètent votre produit, soit 2 ventes.



Si vous voulez convertir vos visiteurs en clients, les mots-clés utilisés dans vos annonces doivent avoir un rapport direct avec le contenu de la page Web de destination. Si le contenu de votre site est en adéquation avec ce que recherchent vos visiteurs, alors vos ventes exploseront.

Vous vendez un produit qui vous rapporte 50 euros/vente.
Votre investissement initial de 50 € vous rapportera 100 € (2 ventes x 50 €), soit **50 euros de bénéfice** ! Vous avez doublé votre investissement initial.

Dans ce cas, il est logique d'investir 50 euros tous les mois, voire d'opérer à plus grande échelle en réinvestissant une partie des bénéfices dans votre budget AdWords.

- Faites maintenant le calcul avec un budget de 100 euros/mois et un produit qui vous rapporte 80 euros/vente.
Avec un taux de conversion très bas : 0,3 %.

Clients potentiels : 1 000.
Clients qui achètent : $1\ 000 \times 0,3\ \% = 3$.
Ventes : $3 \times 80 = 240$ euros – 100 € (budget AdWords) = **140 euros.**

Pas mal pour un taux de conversion de 0,3 % !

Vous comprenez MAINTENANT pourquoi tous ceux qui gagnent réellement de l'argent sur Internet... (et je dis bien **TOUS** !) utilisent Google AdWords.

4. Les erreurs à éviter

Écrire des annonces banales avec des expressions trop générales.

- ↪ Soignez les titres, textes et liens de vos annonces.
- ↪ Pour chaque produit ou service, dressez une liste thématique de mots-clés. Vous devez rechercher les qualités ou fonctionnalités de vos produits / services (préférez les mots précis).
- ↪ Créez autant de groupes d'annonces que de thématiques, dont au moins un mot-clé se retrouve dans l'annonce (si possible dans le titre !).

Faire pointer systématiquement l'annonce sur la page d'accueil de son site.

- ↪ Choisissez la page la plus pertinente : AdWords évalue la qualité de votre page de destination et sa cohérence avec votre groupe d'annonces.

Ne pas suivre les résultats de ses annonces.

- ↪ Focalisez-vous sur les mots-clés qui fonctionnent le mieux.
- ↪ Affinez vos annonces en excluant des mots-clés.
- ↪ Créez plusieurs variantes de vos annonces et jetez celles qui ne sont pas rentables.

Penser que Google AdWords c'est facile...

Pour éviter les erreurs coûteuses, cibler votre trafic, augmenter vos ventes, gagner plus de clients...

Je vous conseille de suivre cette [formation Google AdWords](#).

Vos commentaires



1. Le but d'un forum

Avant même d'utiliser un forum pour faire la promotion de votre site Internet, il est bon de vous rappeler son réel but, ses règles de conduite.

Un forum est avant tout un véritable lieu d'échange, où les personnes peuvent dialoguer entre elles sur un thème donné. Les discussions ne se déroulent pas en temps réel. Chaque participant peut lire et envoyer des messages quand il le souhaite.

Gardez à l'esprit qu'un forum n'est pas un espace publicitaire !

Vous devez participer en posant des questions ou en répondant à des messages pour aider les autres sur une problématique commune.

Si vous voulez obtenir la confiance des participants d'un forum, commencez à donner avant même de penser à recevoir. C'est la condition *sine qua non* pour faire d'un forum un bon outil de marketing !

Pourquoi utiliser les forums ?

Utilisez les forums Internet pour les mêmes raisons que leurs participants.

Sans penser en terme de ventes, un forum bien ciblé et avec un fort trafic peut vous apporter une aide précieuse pour obtenir :

- des réponses sur des thèmes de votre projet Web que vous maîtrisez mal,
- des avis, des critiques constructives sur votre site Internet afin de l'améliorer,
- des opinions sur des produits pour savoir si oui ou non vous devez les acheter,
- des informations sur les opportunités du Web (valable ou arnaque...),
- de nouvelles relations qui partagent vos centres d'intérêt,
- de nouveaux contacts pour des partenariats futurs.

Et surtout pour faire connaître vos produits ou services au plus grand nombre...

2. Comment vendre avec les forums

2.1 Participer à des forums liés à son activité

Il est important de bien choisir ses forums pour acquérir un trafic ciblé vers son site Internet.

Votre sélection doit se porter uniquement sur des forums ayant de nombreux membres actifs. Si la dernière discussion date de l'année dernière, évitez tout simplement ce forum.

Pour trouver des forums, faites une recherche par mots-clés :

"forum" + "mot-clé"

Ex. : Vous recherchez les forums parlant du marketing.
Tapez dans le navigateur de Google : "forum" + "marketing".

Voici huit forums particulièrement intéressants sur le webmastering :

[Forum Marketing](#)

[Webrankinfo](#)

[Marketing Etudiant](#)

[Tonwebmaster](#)

[Forum Webmaster](#)

[Forum des entrepreneurs](#)

[Seosphere](#)

[Forum référencement Google](#)

2.2 Poster des messages de qualité

Un bon message ne veut pas dire que vous devez écrire comme un journaliste. Vous devez simplement poster des messages qui ont soit un intérêt pour tous les visiteurs, soit un intérêt particulier pour une personne cherchant une réponse à sa question.

Sur Internet, que ce soit sur un forum ou autre, l'internaute recherche de l'information pertinente.

Donc, si vous lancez une nouvelle discussion, apportez impérativement de l'information utile et surtout ne faites pas la bêtise de promouvoir un produit de A à Z.

De plus, le titre que vous allez donner pour lancer un sujet doit être attractif.



Si vous n'êtes pas trop fort en orthographe, écrivez votre texte dans un éditeur tel que Word ou OpenOffice et servez-vous du correcteur orthographique.

Vous n'aurez plus qu'à faire un copier coller de votre texte pour poster votre message. Ce ne sera pas parfait, mais ce sera toujours mieux qu'un texte non corrigé qui vous discréditera.

Lors de votre inscription, vous aurez à donner un pseudonyme afin que les visiteurs du forum puissent vous identifier.

À mon sens, il est plus judicieux d'utiliser son réel prénom ou un pseudonyme ayant un sens que de se présenter derrière un pseudonyme quelconque. Certains mêmes choisissent leur nom de domaine pour identifier clairement leur site Internet.

C'est à vous de choisir ; il n'y a pas de règles bien précises à suivre.



Aspect important :

Lorsque vous postez un message d'information lié à votre business, rédigez-le d'une manière incomplète en indiquant à vos lecteurs qu'une réponse plus détaillée est présente sur votre site Internet.

2.3 L'outil marketing : la signature

Je ne vais pas vous parler d'une signature dans le sens strict du terme. Rassurez-vous, vous n'aurez pas à signer de chèque pour le forum :-).

Une signature sur Internet, ce sont quelques lignes qui vont être incluses automatiquement à la fin de chacun de vos posts (vos messages).

En d'autres termes, c'est votre signature qui sera la passerelle entre le message que vous avez posté et le lien vers votre site Internet.

Une bonne signature est composée en général de :

- vos prénom et nom,
- d'un texte "accrocheur" d'une ligne pointant vers l'adresse de votre site (URL).

Rédigez cette accroche avec le plus grand soin, elle doit inviter au clic !

Exemple d'une accroche courte, précise, qui incite à l'action :

Prénom Nom

Comment gagner plus d'argent de chez soi

Exemple d'une accroche longue, vague, qui n'incite pas à l'action :

Prénom Nom

Une solution efficace pour gagner de l'argent depuis votre domicile

Ne négligez pas les forums comme moyen de communication.
Bien utilisés, ils rapportent un trafic ciblé.
Qui dit "ciblé" dit ventes !

3. Les erreurs à éviter

Utiliser sa signature d'entrée de jeu !

- ✘ Prenez le temps de découvrir le forum, de poser des questions, de vous rendre utile. Lorsque vous aurez déposé au moins 10 messages, intégrez votre signature.

Insérer un ou deux messages par forum.

- ✘ Soyez actif et reconnu sur un forum plutôt qu'inactif sur 12 000 forums. Si vous faites un seul message pour vendre votre produit, vous n'aurez jamais de résultat. C'est tout de même un peu plus subtil que ça.

Penser uniquement à vendre ses produits.

- ✘ Savoir donner avant de recevoir. Si vous n'avez pas de temps à consacrer aux autres, ce moyen de communication n'est pas fait pour vous.

Vos commentaires



Les petites annonces gratuites

Si vous voulez lancer une affaire sur Internet, vous DEVEZ faire de la PUB.

Et pourquoi pas avec des petites annonces (PA) ciblées qui ne vous coûteront que très peu voire rien du tout ?

1. Pourquoi utiliser les PA gratuites ?

Étonnamment, la forme la plus efficace de publicité individuelle pour présenter votre site Web d'affiliation ou autre, sou pour sou, c'est la modeste petite annonce de 2 à 3 lignes qui renvoie le prospect vers votre site ou mail personnel.

Pourquoi ?

Pensez-y. Les vieilles habitudes se perdent difficilement.

Pendant des années, toutes les fois que les gens ont voulu acheter quelque chose, vendre quelque chose, trouver un travail ou s'informer sur les nouveaux débouchés qui pointaient à l'horizon, ils se sont tournés vers les petites annonces.

Ils le font toujours. Même avec tous les supports publicitaires exotiques disponibles, la petite annonce reste toujours la reine. C'est le média ciblé par excellence.

Mais vous ne visez pas TOUT LE MONDE. Vous visez les personnes qui RECHERCHENT une occasion d'affaire, une activité ; ces gens lisent les petites annonces !

Diffusez vos annonces sur ces sites spécialisés et vous serez surpris des retours...

Pendant combien de temps devez-vous faire de la pub ?

Une question pour vous :

Si vous étiez conducteur d'une locomotive à vapeur et que vous rouliez à 100km /heure, devriez-vous vous arrêter de pelleter du charbon dans le fourneau parce que le train roule à la vitesse désirée ?

Faire de la publicité, c'est le charbon qui entretient le moteur en marche. Plus vous en mettez, plus le train ira vite. Plus LONGTEMPS vous alimenterez en combustible, plus longtemps le moteur fournira le service.

2. Comment réussir sa petite annonce

Il est toujours bon d'écrire et de placer une annonce classée pour obtenir des commandes sur Internet. Mais il faut développer une grande variété d'annonces classées.

Une grande partie du secret de la publicité réussie est de procéder par la méthode des essais et erreurs. Vous devez trouver les annonces qui fonctionnent le mieux et celles qui fonctionnent le moins.

Comment écrire une bonne annonce classée ?

Voici quelques bonnes directives à suivre :

- Attirez votre lecteur avec des mots ou des expressions entraînant.
- Étudiez d'autres annonces classées.
- Gardez votre dossier d'annonces classées à jour.
- Utilisez des mots simples, courts.
- Dites aux lecteurs exactement ce qu'ils obtiendront.
- Utilisez une ponctuation énergique, telle que des points d'exclamation.
- Ne vendez pas le produit dans l'annonce : invitez les personnes intéressées à répondre.

2 points importants pour écrire une annonce pertinente :

a) **Un titre attirant :**

15 titres testés

01. UNIQUEMENT pour personnes motivées !
02. Un revenu complémentaire en toute simplicité !
03. Devenez votre propre patron !
04. Discrète source de revenus à domicile !
05. VOTRE PROPRE AFFAIRE À DOMICILE !
06. VENDEZ UN PRODUIT QUI NE COÛTE RIEN À PRODUIRE !
07. NON AUX ARNAQUES !
08. Opportunité à ne pas manquer !
09. Quelques liquidités de plus ...
10. Prenez votre retraite plus tôt !
11. Recherche 3 personnes motivées !
12. Unique ! il est encore temps ...
13. Comment GAGNER avec le Net !
14. Infos pour tous les webmasters !
15. Comment profiter efficacement du Net ?

Une fois que votre titre a attiré l'attention de vos clients, votre prochaine tâche est de le convaincre de demander des informations supplémentaires : ceci doit être fait dans le corps de l'annonce classée.

Une annonce classée réussie suit une règle très simple : faire agir le client.

b) Une PA qui force vos clients à demander de l'information complémentaire :

Afin d'écrire une annonce classée pertinente, vous devez d'abord connaître votre but.

Puisque tous les sites qui vous permettent d'envoyer des annonces limitent votre espace, il n'est pas possible de présenter le programme au complet dans votre annonce classée.

Votre but est donc de convaincre vos clients potentiels de visiter votre page de captation (squeeze page) où demander de l'information supplémentaire de sorte que vous puissiez lui faire parvenir votre documentation par email.



Si vous n'avez pas d'auto-répondeur (page de captation) : une approche intéressante consiste à remplacer l'adresse de votre site par votre adresse mail.

Vos prospects vous donneront ainsi la permission de les contacter. Vous leur envoyez un email les invitant à visiter votre site personnel.

Cette approche offre un certain avantage : celui de préparer vos prospects à la visite de votre site.

10 annonces testées

01. DEVENEZ UN Web COMMERCANT ! Créez votre propre commerce rémunérateur ! Documentation simple et efficace. *votre email*

02. HONNÊTEMENT, vous voulez avoir un complément de revenu grâce au Net, alors faites confiance à ce nouveau concept IMPRESSIONNANT, SIMPLE et EFFICACE. Brochure d'informations sur simple demande. *votre email*

03. C'est tout neuf, ça démarre très fort, c'est le moment ...*Votre site*

04. Site REMARQUABLE, de nombreux services à votre disposition : création site Web, promotion, hébergement ... À voir ! *Votre site*

05. Site ÉTONNANT !, de nombreux services à votre disposition : création site Web, promotion, produits, hébergement ... avec la possibilité de gagner un revenu complémentaire. *Votre site*

06. TRAVAILLEZ AUTREMENT, les temps changent, le paysage économique évolue, soyez curieux(se) des nouvelles réalités d'avenir et devenez entreprenant ... Dossier gratuit et sans engagement !!!
vosre email

07. Devenez votre propre patron, sans charge, sans risque financier. Nous vous offrons l'opportunité de créer votre propre affaire depuis chez vous en travaillant à temps choisi ou complet. Formation assurée, aide au démarrage. Infos : *visitez le site http :*

08. Recherche des personnes motivées pour activité complémentaire. Pas de vente, ni de porte à porte, ni de réunions ennuyeuses ! Halte aux mauvais soupçons ; il ne s'agit pas des soi-disant gains à domicile sans bouger son petit doigt. Il s'agit d'une réelle opportunité. Brochure d'information gratuite sur simple demande ! *vosre email*

09. Proposition CONCRÈTE et SÉRIEUSE ! Gains intéressants ! Demandez notre documentation gratuite dès maintenant ! *vosre email*

10. Nouveau concept ! Tout le monde peut gagner de l'argent. Prenez position dès maintenant en vous inscrivant gratuitement. *Vosre site*

Si vous souhaitez réaliser une campagne de publicité AdWords rentable, vous devrez passer du temps pour optimiser vos titres, vos annonces.

Si vous passez des annonces Google AdWords non optimisées vous allez perdre de l'argent, nous sommes d'accord ?

Avec les petites annonces, c'est exactement la même chose.
En passant des annonces inefficaces, vous allez perdre votre temps...
Et le temps, c'est de l'argent.

Pour écrire des titres et annonces efficace, posez-vous les questions suivants :

- Quelles est ma cible, la clientèle visée ?
- Quel est l'objectif de mon annonce ?

Si vous manquez d'idées pour les écrire, parcourez le Web, les sites de petites annonces...

3. Pourquoi organiser ses annonces ?

Vous devez organiser vos annonces pour trois raisons essentielles :

- Remplacez votre annonce avant expiration.
- Évaluez celles qui fonctionnent bien et celles qui fonctionnent moins.
- Déterminez les sites de PA qui marchent bien et ceux qui marchent moins bien.

À noter :

Renouvelez vos annonces assez régulièrement car les premières annonces sont toujours beaucoup plus lues que les dernières ...

Comment tester vos annonces ?

Pour tester vos annonces et connaître celles qui vont générer le plus de clics vers votre "squeeze page", vous devez mettre en place un système de suivi.

Tracking-fr.com: principe de fonctionnement



Voici étape par étape comment vous allez procéder pour promouvoir un produit ou service *via* les PA :

- 1) Inscrivez-vous gratuitement à [Tracking-fr](http://Tracking-fr.com).
- 2) Rédigez 3 corps d'annonces et 3 titres différents soit 9 annonces au total.

Vous les numérotez de 1 à 9.

- | | | |
|----------------------|----------------------|----------------------|
| 1. Annonce 1 Titre 1 | 2. Annonce 1 Titre 2 | 3. Annonce 1 Titre 3 |
| 4. Annonce 2 Titre 1 | 5. Annonce 2 Titre 2 | 6. Annonce 2 Titre 3 |
| 7. Annonce 3 Titre 1 | 8. Annonce 3 Titre 2 | 9. Annonce 3 Titre 3 |

- 3) Allez sur le site tracking-fr et créez 9 liens hypertextes différents qui pointent tous sur la même "squeeze page".

De cette manière, vous allez pouvoir connaître le nombre de clics générés pour chacune de vos 9 annonces.

4) Cherchez et choisissez 20 sites de petites annonces correspondant à votre cible.
Prenez les sites qui sortent en premier dans les recherches de Google.

5) Établissez sur Word ou Open office un tableau comme ci-dessous :

Pour l'annonce N°1 :

Date 1 (où l'annonce a été placée) : / /

Date 1 + 10 jours : vous comptabilisez le nombre de clics

Site de PA	Nombre de clics	Site de PA	Nombre de clics
1		11	
2		12	
3		13	
4		14	
5		15	
6		16	
7		17	
8		18	
9		19	
10		20	

Faites 9 tableaux pour chacune de vos annonces.

6) Vous placez votre annonce N°1 sur les 20 sites.

7) Trois jours plus tard (date 1 + 3 jours), placez votre annonce N°2 sur les 20 sites. Et ainsi de suite, pour toutes vos annonces.

Annnonce 1 à la date 1

Annnonce 2 à la date 1 + 3 jours

Annnonce 3 à la date 1 + 6 jours

Annnonce 4 à la date 1 + 9 jours

Annnonce 5 à la date 1 + 12 jours

Annnonce 6 à la date 1 + 15 jours

Annnonce 7 à la date 1 + 18 jours

Annnonce 8 à la date 1 + 21 jours

Annnonce 9 à la date 1 + 24 jours

Attention, respectez la même durée d'affichage lorsque vous comptabilisez le nombre de clics.

J'ai choisi 10 jours mais vous pouvez tout aussi bien choisir une autre durée.

Le but de cette manœuvre est de supprimer les annonces qui marchent moins bien pour ne garder que les meilleures.

Éliminez donc 6 annonces et gardez uniquement les trois meilleures.

De plus, tous les sites de petites annonces ne donnent pas les mêmes résultats.

Éliminez-en 5 et gardez-en 15.

Vous avez optimisé trois annonces !

8) Vous pouvez recommencer le même principe sur 20 autres sites.

Vous gardez vos 3 annonces efficaces et vous en créez 6 nouvelles.
À la fin de la deuxième période de test, vous faites de même en gardant les 3 meilleures annonces et les meilleurs sites.

C'est important de tester régulièrement de nouveaux titres, de nouvelles annonces si vous voulez optimiser au mieux vos résultats.

Mais en attendant, maintenant que vous avez 3 annonces EFFICACES, ne serait-il pas intéressant d'automatiser le passage de ces annonces ?

Il existe un logiciel qui est capable de passer vos annonces tout en pilote automatique !



Comprenez bien que sur les sites de petites annonces, ce sont les premières pages de résultats qui sont lues.
Donc pour être efficace, vous serez obligé de ressaisir votre annonce tous les deux à trois jours et ce, sur tous les sites.
Imaginez le travail !

Si vous pensez qu'en passant une vingtaine d'annonces par semaine, ça suffira pour récolter de bon résultats, permettez-moi de vous dire que vous vous trompez lourdement.

Si vous voulez réellement avoir des résultats, prévoyez de passer un MINIMUM de 50 annonces tous les deux à trois jours.

Avec [Speed-annonce](#), votre travail est de :

- choisir une liste de sites de petites annonces,
- soumettre vos annonces une seule fois sur les sites souhaités,
- choisir la fréquence d'envoi pour chacun des sites,

et puis c'est TOUT !



**L'essayer
c'est l'adopter.**

4. Signaler son annonce à la bonne "cible"

Exemple : diffusion d'une petite annonce "business à domicile".

Pour qu'elle soit optimale, vous devez attirer des personnes :

- déjà impliquées dans le commerce *via* Internet,
- qui annoncent déjà sur Internet, qui cherchent un emploi,
- qui veulent un revenu supplémentaire,
- qui veulent devenir travailleurs autonomes,
- intéressées par l'informatique, les services Internet.

Rubrique adaptée pour diffuser vos annonces :

Pour signaler votre annonce, utilisez les rubriques suivantes :

- Occasion d'affaire.
- Commerce électronique à paliers multiples (MLM).
- Informatique (rubrique Service).
- Offre d'emploi (rubrique Travail à domicile, Informatique, Télétravail, Vente/marketing).

Pour prospecter sur le Net, répondez aux annonces déposées par :

- Les demandeurs d'emploi (tout type de demandeurs d'emploi).
- Les personnes qui proposent des "opportunités".
Votre prospection doit se faire en deux temps : commencez par leur demander des infos sur leur business puis dans un second email proposez votre activité.

Vous pouvez surfer sur de nombreux sites et déposer des emails à beaucoup de personnes.
Mais attention ne faites pas de "spamming".



Prenez toujours soin de dire à la personne où vous avez eu son adresse : ajoutez l'adresse URL comme preuve et dites-lui pourquoi votre offre pourrait l'intéresser.

Si vous avez pris son adresse par exemple dans un C.V. vous dites : cherchez-vous toujours du travail ?
Vous serez toujours dans la loi en agissant ainsi. Ce n'est pas la quantité de courrier qui compte à mon avis mais la qualité.

5. Sites Web pour passer des PA

Voici quelques sites intéressants :

[Top petites annonces](#)

[petites annonces Vivastreet](#)

[Travail à domicile](#)

[Missive](#)

[1000 annonces](#)

[top-annonces-gratuites](#)

Il existe énormément de sites Internet qui proposent un service de petites annonces gratuites.

Faites par exemple votre recherche sur Google :

Cochez "Pages francophones" et dans la case de recherche, écrivez par exemple "petites annonces" + "business" ou "forum travail" et cliquez "Recherche Google".

Type de recherche sur toute une phrase :

"Petites annonces" + "mot-clé"



Votre Marché

Quel type de produit vous vendez ?
pour qui ?



Pas de petites annonces trompeuses, mensongères ou qui indiquent un revenu chiffré, même si vous gagnez ce montant. C'est illégal si vous ne pouvez pas garantir le revenu en question.

Vos commentaires



6. Les erreurs à éviter

Diffuser peu d'annonces et attendre que la mer gèle...

- ✘ Diffusez votre annonce régulièrement sur un grand nombre de sites (minimum 100).
- ✘ Sur les sites d'annonces très fréquentés, ressaisissez votre annonce tous les 2 à 3 jours.

Ne pas être régulier dans la diffusion de ses annonces gratuites.

- ✘ Diffusez un minimum de 100 nouvelles annonces et ce, tous les mois.

Ne pas tester ses annonces gratuites.

- ✘ Optimisez vos titres et vos annonces.
- ✘ Continuez sans cesse à tester de nouveaux titres et annonces.

J'insiste ;-)

En quelques clics, grâce à un logiciel très simple d'emploi, vous pouvez :

- créer vos annonces,
- les renouveler automatiquement.

Et ce, sur les sites Internet que vous avez défini à l'avance.

Pour RÉUSSIR, vous devez PASSER DES ANNONCES régulièrement. Alors... imaginez une machine qui fait le travail à votre place !

Exemples :

pour 16 euros/mois vous pouvez passer 100 annonces, les renouveler tous les jours sur 100 sites Web que vous aurez préalablement choisis, juste en appuyant sur un bouton.

Pour 50 euros/mois vous pouvez passer 500 annonces. 500 annonces jusqu'à une fois par jour pendant 30 jours, cela nous donne 15000 annonces.
 $50 \text{ €} / 15000 = 0.003 \text{ € l'annonce.}$

[Un outil révolutionnaire indispensable](#)

Votre propre programme d'affiliation

J'explique dans le Tome 1 de cette collection qu'il est judicieux d'avoir son propre produit pour augmenter ses revenus *via* le Web.

Si votre objectif est de lancer un produit ou service sur Internet, cette partie vous concerne plus particulièrement.

Le nerf de la guerre, comme vous le savez déjà, c'est de développer ses ventes régulièrement.

En ayant votre propre système d'affiliation, vous pouvez :

- **Booster vos ventes de manière exponentielle.**
Chaque affilié est un vendeur potentiel.
Plus d'affiliés = augmentation des ventes.
- **Avoir un moyen de marketing efficace** demandant peu de frais de mise en place.
La rémunération d'un affilié est proportionnelle à ses ventes.
Pas de ventes = 0 euro.

1. Quatre règles importantes à suivre

a) **Proposer un produit ou un service de qualité :**

On en revient toujours à la même chose. Le produit est Roi.

Si votre produit n'intéresse pas les internautes, les affiliés feront peu de ventes et se détourneront petit à petit de votre programme d'affiliation.

Pensez comme si vous étiez l'affilié.

Posez-vous la même question : « Quel serait mon intérêt de promouvoir ce produit plutôt qu'un autre ? »



b) Choisir un système d'affiliation fiable :

Votre système d'affiliation doit être aussi bien pour vos affiliés que pour vous.

Les programmes d'affiliation sont généralement basés sur un système de cookies.

Lorsqu'un internaute clique sur une bannière ou sur un lien d'affiliation, un cookie est déposé sur son ordinateur.

Grâce à ce cookie, d'une durée de 30 jours en règle générale, une rémunération est accordée à l'affilié si l'internaute achète en ligne. Sans cookie, un programme d'affiliation n'est pas fiable !

c) Élaborer une stratégie gagnante pour les deux parties :

De nombreux affiliaires (annonceurs) proposent comme moyens de promotion à leurs affiliés des liens texte, des bannières, des popups ou popunder... C'est déjà bien me direz-vous.

Et bien moi, je vous dis que ce n'est pas assez :

- Un lien texte sans un descriptif accrocheur du produit n'est pas suffisant.
- Une bannière est efficace si votre site reçoit de nombreux visiteurs.
- Les pop..., agacent les internautes (publicité trop agressive...).

En général, ces affiliaires ont des sites à fort trafic générant une multitude d'affiliés.

Leur système d'affiliation n'est pour eux qu'un moyen supplémentaire parmi d'autres de se faire connaître.

Pour vous et moi, c'est différent, nous devons proposer de nombreux moyens complémentaires à nos affiliés, à nos vendeurs potentiels :

- Rédigez deux, trois articles sur vos produits : pour leurs sites.
- Rédigez des lettres de ventes : pour leurs emailings.
- Rédigez des annonces AdWords : pour leurs publicités sur Google.
- Rédigez un plan de travail : pour qu'ils s'organisent.
- Aidez-les, établissez une relation de partenariat avec vos affiliés.

La grande majorité des affiliés s'essoufflent vite.

Prenez conscience de cette réalité et donnez-leur les moyens nécessaires pour qu'ils puissent vendre vos produits/services facilement.

d) **Élaborer une stratégie de rémunération :**

Si vous souhaitez faire un maximum de ventes, invitez les internautes à s'inscrire à votre programme d'affiliation.

De quelle manière ?

De la manière la plus simple, proposez à vos visiteurs un plan de rémunération **généreux**, une belle commission sur vente.

Uniquement 5 % à 20 % de vos affiliés s'investiront réellement dans la vente de vos produits.

Il est donc de votre intérêt de récompenser vos meilleurs affiliés.

Par exemple, vous pouvez leur proposer :

- Une commission progressive selon le nombre de ventes réalisées.
- Un bonus mensuel ou annuel selon le nombre de ventes réalisées.

Ce sont eux qui vont vous aider à faire tourner votre "boutique". Pensez-y...

Beaucoup d'affiliés proposent une commission peu convaincante à leurs affiliés en pensant que c'est de cette manière qu'ils feront plus de bénéfices.

Prenons un exemple : en tant qu'affilié, vous vendez un produit à 60 € et vous proposez une commission de 25 %.

Vous avez 10 affiliés qui font chacun 5 ventes soit 50 ventes.

Vous empochez 2250 € (3000 – 750) après le paiement des commissions.

Maintenant considérons que vous proposez 50 % de commission à vos affiliés. En donnant une commission bien plus élevée, vous allez obtenir non pas 10 affiliés mais 20.

Vous avez donc 20 affiliés qui font chacun 5 ventes soit 100 ventes

Vous empochez 3000€ (6000 – 3000) après le paiement des commissions.

Avec le temps, avec une commission plus élevée, vous allez gagner plus d'affiliés, faire plus de ventes, avoir plus de clients potentiels pour acheter vos autres produits, obtenir plus de trafic vers votre site Web car vos affiliés seront heureux d'obtenir de beaux chèques...

Le processus viral est lancé.

Avant de lancer votre programme d'affiliation, rappelez-vous de ceci :

Une forte réduction sur vos bénéfices est plus rémunératrice qu'une réduction de 100 %, ce qui sera le cas si votre affilié ne fait aucune vente.

2. Gérer un système d'affiliation

Pour lancer votre système affiliation, il existe des logiciels développés en PHP/MySQL que vous pourrez installer sur votre site après un transfert du programme sur le serveur de votre hébergeur.

Vous aurez à votre disposition une partie administration vous permettant de configurer votre ou vos campagnes d'affiliation.

Malheureusement, il n'existe pas à ma connaissance d'entreprise francophone qui proposent ce type de logiciel.

Mon choix se portera donc sur leur facilité d'utilisation et surtout sur la fiabilité de leur système de tracking pour assurer un bon suivi des liens d'affiliations des affiliés.

Cependant, sachez que vous devez avoir de bonnes bases en HTML et quelques connaissances en PHP pour les intégrer sur votre site Internet.

a) [AmemberPro](#)

Vous pouvez :

- Créer un programme d'affiliation de 1 à 2 niveaux.
- Intégrer plusieurs modes de paiement.
- Mettre votre interface côté affilié en français.

Ses inconvénients :

- L'interface de gestion est très basique, pas très professionnelle.
- Fonctionnalités : très limitées.
- Le prix.

Son avantage : facile à mettre en place.

Tarif 2009 : 200 \$.

b) [Post Affiliate Pro](#)

Là c'est tout autre chose. Une vraie petite merveille ce logiciel :

- Programme d'affiliation de 1 à 10 niveaux.
- Interface en français.
- Panneau de configuration très complet, très professionnel ! Etc.

Post Affiliate Pro vous propose deux versions professionnelles :

Xpress :

Très bonne version si vous rémunérez vos affiliés uniquement à la vente.
Tarif 2009 : 119 \$.

Professionnel :

Même caractéristiques que leur système d'affiliation Xpress.
Vous avez en supplément des fonctionnalités intéressantes telles que :

- **Commissions récurrentes** :

Paiement de vos affiliés par un système d'abonnement mensuel.
Exemple : commission sur un service d'hébergement de site Web.

- **Récompense à la performance** :

Récompensez vos meilleurs affiliés.
Exemple : 10 ventes/mois = commissions majorées de 5%.

Tarif 2009 : 219 \$.

Ses inconvénients :

- La mise en place est délicate pour un débutant.

À noter : Post Afiliate peut configurer votre système d'affiliation sur votre site pour un supplément de 200 \$.

- Il gère très mal les campagnes d'affiliation récurrentes.

Son avantage : qualité / prix.

Je vous le recommande vivement si vous souhaitez uniquement réaliser des campagnes classiques (sans commission récurrente).

3. Les plateformes d'affiliation

D'emblée, je vous entends me dire : « Ce n'est pas adapté à ma petite entreprise. »

Personnellement, je dirais oui et non !

Si les grandes entreprises, les e-commerces reconnus ont choisi cette solution, c'est bien pour une bonne raison.

Elles ont tout à fait les moyens de gérer leurs programmes d'affiliation en interne.

Se lancer seul, avec un logiciel qui gère votre programme d'affiliation donnera moins de résultat, surtout au démarrage.

Si votre site n'est pas connu, ce n'est pas la mise en place d'un système d'affiliation qui fera la promotion à votre place.

Les avantages et les inconvénients d'une plateforme d'affiliation :

Avec une plateforme d'affiliation, vous pouvez :

- Augmenter votre diffusion grâce à son réseau de sites déjà établis et ce, dès votre lancement.
- Gérer votre affaire sans vous préoccuper du fonctionnement de votre système d'affiliation.
- Jouir d'un panel d'outils à la pointe de la technologie.

Pour ce qui est des inconvénients :

- Frais de mise en place souvent élevés (de 0 € à plus de 2 000 €).
- Commissions sur le montant versé aux affiliés (de 25 à 40 %).

L'inconvénient majeur c'est le prix, surtout pour les plateformes d'affiliation qui proposent un droit d'entrée gratuit mais en contrepartie demandent 40% de commissions.

Avant de choisir une plateforme d'affiliation :

Calculez si vous pouvez bien rémunérer vos affiliés après avoir soustrait la commission due à la plateforme d'affiliation.

Pour réussir et vous faire connaître, vous devez reverser à vos affiliés un bon commissionnement.

Exemple : vous proposez 40 % de commission à vos affiliés.

La plateforme vous demande 25 % sur le montant que vous versez à vos affiliés.

Total toutes charges incluses : $40 \% + (25 \% \text{ de } 40) = 50 \%$

Donc, si la marge bénéficiaire de votre produit vous le permet, il est judicieux d'opter pour la plateforme d'affiliation.

Vous devez prendre en compte d'autres critères tels que :

- Droit d'entrée ou non ?
- Taux de la commission.
- Dépôt minimum mensuel (garantie de paiement pour vos affiliés).
- Profil des affiliés (sont-ils dans le même secteur d'activité que le vôtre ?).
- Services annexes (création de bannières, gestion de votre campagne).
- Concurrents (sont-ils nombreux à avoir choisi cette plateforme d'affiliation ?).

Exemple de plateformes d'affiliation intéressantes :



Pour la création d'une campagne d'affiliation, Net Affiliation facture une participation aux frais de mise en place de 600 euros.

Ensuite, Net Affiliation est rémunérée à la performance : elle facture une commission allant de 25 % (avec l'exclusivité) à 29 % (sans exclusivité) sur le montant total facturé (montant versé aux affiliés).

Inscription : [Net Affiliation](#)



1TPE est une plateforme d'affiliation dédiée à la vente de produits numériques. Vous pouvez vendre votre ebook, votre logiciel, etc., sans aucun frais d'entrée.

1TPE prend 10 % de commission sur le prix de vente du produit et 1 euro de frais fixe par transaction.

Inscription : [1TPE.com](#)



Pour avoir une liste complète des plateformes d'affiliation, je vous recommande de visiter ce site : [Rentabiliser.com](#)

4. Les erreurs à éviter

Mettre un programme d'affiliation en place et attendre.

- ⚡ Vous devez absolument faire la promotion de votre site. Ce n'est pas uniquement votre système d'affiliation qui vous mettra sur la voie de la réussite...
- ⚡ Prenez le temps nécessaire afin d'être sûr que votre logiciel soit correctement paramétré.

Choisir sa plateforme d'affiliation trop rapidement !

- ⚡ Faites le tour des plateformes, prenez tous les critères en considération avant de choisir.
- ⚡ Voyez si votre interlocuteur s'implique et vous aide dans votre démarche.
- ⚡ Ne choisissez pas hâtivement votre plateforme en vous disant : « Celle-ci a plus d'affiliés, c'est la moins chère... »
- ⚡ Faites attention au fonctionnement de certaines plateformes d'affiliation et aux produits qu'ils vendent. C'est votre crédibilité qui est en jeu.

Vos commentaires



Comment écrire pour le Web

Écrire pour le Web n'est pas si simple.

Le Web est un média en tant que tel, qui a ses propriétés et ses règles. Plus votre site Internet aura un contenu de qualité, plus votre site sera visité.

Un bon contenu = une bonne promotion

1. Le Web, un média pas comme les autres

Lorsque vous lisez un livre ou un autre élément imprimé, vous parcourez les lignes généralement d'une manière linéaire.

En revanche sur une page Web, vous passez d'une page à l'autre avec des liens hypertextes en suivant votre propre chemin.

Pensez en premier lieu à bien organiser vos documents pour que votre lecteur puisse lire vos pages Web sans trop de contraintes.

La règle d'or de [l'ergonomie d'un site Web](#) est la simplicité.

En hiérarchisant, en organisant vos liens, vous obtiendrez un système de navigation agréable et compréhensible pour tous vos lecteurs.

Écrire pour le Web demande une organisation au sein même de votre document.

Avez-vous déjà essayé de lire une page Web qui présente un contenu éditorial composé de paragraphes (si il y en a...) de 30 lignes voire plus, sans titre ou sous-titre ?

Vous êtes d'accord, une page Web sans queue ni tête amène le lecteur à "surfer".



Les internautes se comportent de manière extrêmement instable ; pour être lu, il vous faut être bref, explicite, informatif.

Inspiré de mon expérience en tant qu'utilisateur, cet article, qui se veut très concret, résume une quarantaine de conseils pour bien [écrire pour le Web](#).

2. L'art d'écrire pour vendre

Se faire connaître est une chose, mais avant tout n'oubliez pas que le marketing est un ensemble de techniques permettant de faire correspondre l'offre produit avec les attentes des consommateurs pour optimiser vos ventes.

Il est donc très important que vous vous posiez la question suivante :
Quelles seront les attentes de mes visiteurs ?

Votre objectif : écrire pour vendre.

Pour transmettre un message marketing, il faut d'abord que les lecteurs soient attirés par un contenu de qualité.

Pour augmenter la durée de visite de vos lecteurs ou pour que vos lecteurs mettent votre site dans leurs favoris et qu'ils en parlent à leurs connaissances, vous devez penser comme un éditeur et non comme un publiciste.

Si vos pages Web sont envahies de publicités trop voyantes, vous ne capterez pas l'attention de vos lecteurs.

Les sites à succès dépendent du trafic généré par les visiteurs qui reviennent. Les visiteurs qui reviennent sont plus faciles à convertir en clients !

Le contenu est Roi.

Quel que soit le type de site, vente de produits, site d'informations généralistes ou techniques, forum... le contenu est la raison pour laquelle les internautes visitent un site.

Votre produit doit être irréprochable et dans le contexte Internet, votre "vitrine" c'est votre site Web ou votre page de vente !



Une référence pour tous les rédacteurs publicitaires.

"[Commet écrire une lettre qui vend](#)" est la méthode la plus complète de rédaction commerciale jamais écrite.

Vous apprendrez à rédiger vos pages de vente, à présenter les produits d'affiliation, à animer votre newsletter...

Disponible pour moins de 100 euros, elle a déjà fait le bonheur de plusieurs entrepreneurs du Net.

Vos commentaires

3. Les erreurs à éviter

Écrire à tout va..

- ✚ Prférez la qualité du contenu plutôt que la quantité. Plus vos pages Web seront écrites avec soin, plus vous gagnerez en crédibilité.
- ✚ Proposez un thème unique par page, c'est mieux pour le référencement naturel.

Ne pas écrire pour le Web.

- ✚ Faites des phrases courtes.
Si vous ne souhaitez pas perdre des lecteurs donc des clients potentiels, n'oubliez pas que vos visiteurs lisent vos textes sur un écran, un support bien moins adapté à la lecture qu'une version papier.
- ✚ Structurez vos documents avec des paragraphes courts, des titres courts et accrocheurs.
- ✚ écrivez naturellement comme si vous parliez à un ami.
- ✚ évitez les liens du style : "cliquez ici" ou "lisez la suite".
Libellez chacun de vos liens avec du texte ayant un rapport avec le contenu de la page visée.

Présenter un descriptif sans donner son avis personnel.

- ✚ Utilisez des mots, des expressions qui expriment réellement votre opinion.
- ✚ écrivez des commentaires sur vos différents produits en précisant leurs forces et leurs faiblesses.
- ✚ Testez vos produits, et précisez clairement à vos visiteurs leurs atouts et pourquoi ils devraient les acheter.
- ✚ Présentez des témoignages réels et plausibles de vos clients.

 crire des textes truffés de fautes d'orthographe et de syntaxe.

- ✚ Si vous n'êtes pas un auteur dans l' me, faites corriger vos fautes par un proche, [par une personne compétente](#), utilisez l'outil grammaire/orthographe de votre éditeur de texte.

Écrire des articles

Écrire des articles est un excellent moyen pour augmenter le trafic vers votre site, gagner de la visibilité gratuitement.

Avant même de penser à écrire un article, voyons ensemble son utilité et sur quel support l'insérer.

1. L'utilité d'écrire des articles sur le Web

Le but d'un article est d'être lu par un maximum d'internautes pour présenter des produits ou services.

Chacun de vos articles vous apporte une grande visibilité, un trafic qualifié par la création d'un ou plusieurs liens entrants (liens qui pointent vers votre site).

Par conséquent, plus vos articles seront présents sur différents supports, plus vos articles participeront au bon référencement de votre site Internet.

Pour diffuser un article sur plusieurs sites, il est indispensable d'avoir un vrai site Internet et non pas une simple page de vente qui propose le produit de monsieur X.

Pardonnez-moi d'insister : n'oubliez jamais que le premier facteur de promotion d'un site est son contenu !

L'avantage majeur d'un article virtuel est qu'il n'est pas statique comme sur un support papier.

Vous pouvez insérer dans votre article des liens hypertextes renvoyant le lecteur vers une page bien précise de votre site Internet.

Vous gagnez ainsi un visiteur qualifié !



Où placer des articles ?

Il existe plusieurs manières de présenter vos articles sur Internet :

1. Sur des sites partenaires :

Écrivez ces articles exclusivement pour vos partenaires.

Il est préférable pour obtenir un partenaire de qualité de lui proposer non pas un échange de liens classique mais un échange d'articles.

Voir le chapitre : Échange de liens.

De cette manière, vous allez profiter du trafic de ce partenaire et vice-versa.

2. Sur des sites présentant des articles libres de droit :

De nombreux webmasters sont à la recherche d'articles afin d'enrichir leurs sites.

Même si en général, les sites qui reprennent du contenu libre ont un trafic limité, il est toujours utile de les utiliser pour gagner quelques liens entrants ou une visibilité supplémentaire.

Donc, en écrivant un article libre de droit, vous donnez à ces webmasters l'autorisation d'insérer légalement votre article sur leurs sites. De leur côté, ils ont l'obligation d'indiquer le lien vers votre site.

Vos articles pour ce type de sites doivent être différents de ceux que vous écrivez pour vos partenaires.

3. Sur des sites présentant des communiqués de presse :

Un bon nombre de webmasters n'écrivent pas de communiqués de presse car ils pensent que leurs articles ne seront pas retenus. Il n'en est rien.

Il y a certaines règles de rédaction à connaître certes, mais ce n'est pas pour autant qu'il faut être un as de l'écriture pour accéder à ce type de sites.

4. En envoyant un communiqué de presse à des journalistes :

Ce type de communiqué de presse est intéressant pour annoncer :

- un nouveau produit ou service,
- un site Web,
- un événement,
- la création d'une nouvelle entreprise.

Cette action de communication peut vous amener un grand nombre d'internautes vers votre site Internet si vous rédigez votre communiqué de presse avec le plus grand soin.

Si vous avez vraiment du mal avec l'écriture, vous pouvez confier sa rédaction à un journaliste (comptez 150 à 200 euros).

Un journaliste publiera votre article de presse s'il le juge assez captivant pour ses lecteurs (conseils, astuces, produit original...).

Par conséquent, un communiqué de presse ne doit pas être écrit dans l'intention de vendre un produit : il sert avant tout à crédibiliser votre entreprise, à renforcer votre image vis-à-vis de vos concurrents.

2. Comment écrire un article pour le Web ?

Étant écrit pour le Web, votre article doit être rédigé comme une pyramide inversée et facilement compréhensible.

Hiérarchiser les informations :

Au départ de tout article se trouve l'information la plus visible, une information qui répond à un réel besoin pour l'internaute.

Avant d'écrire votre article, ciblez votre clientèle potentielle.

À qui est destiné votre article, vos produits ou services intéressent quels types de personnes ?

Définissez le profil de votre lecteur et essayez de vous mettre à sa place.

Au fur et à mesure que l'internaute poursuit sa lecture, cette première information doit être décrite d'une manière plus large en insérant de nouveaux détails.

Allez du générique vers le détaillé, des informations les plus importantes vers des informations plus spécialisées (d'où l'expression pyramide inversée).

La fin de votre article est consacrée à un appel à l'action : visite de votre site Internet ou prise de contact.

Style d'écriture à adopter :

En ce qui concerne le style à adopter, tout le monde doit pouvoir comprendre votre article :

- **Écrivez votre article avec des mots compris par tous**, évitez les effets littéraires ou un style trop original.
- **Écrivez concis** avec un vocabulaire simple.
- **Soyez le plus direct possible**, évitez les phrases longues, les mots de liaison inutiles.

Faites lire votre article à une personne de votre entourage qui ne connaît rien à votre activité.

Présentation à adopter :

Vous devez présenter votre article d'une manière claire :

- **Mettez en valeur votre titre et votre "chapeau"**
Taille de police plus importante, mise en gras.
- Créez des paragraphes courts, séparés les uns des autres par des sauts de ligne.

3. Comment structurer un article ?

Un article, quel que soit le support cité ci-dessus, doit être constitué de 4 ou 5 parties :

Le Titre (1ère accroche) :

Le titre d'un article a une importance capitale : il doit capter l'attention du lecteur, piquer sa curiosité. Il doit amorcer la lecture de l'ensemble de l'annonce et pousser le lecteur à aller plus loin.

Si votre titre est mauvais, votre article ne sera pas lu même si votre contenu est très bon.

Votre titre doit résumer d'une manière percutante les propos de votre article :

- Avec des mots courts (4 syllabes maximum) et peu nombreux (10 au maximum).
- Avec des mots simples : plus la formule est simple, plus elle attire l'attention.

Exemples de titres testés

1. Réduire facilement sa facture d'eau
2. Augmenter rapidement son pouvoir d'achat
3. Le Secret pour réussir est d'utiliser Les Bons Mots

Une bonne méthode pour attiser la curiosité du lecteur est de faire un titre sous forme de question. Le lecteur sera poussé à lire la suite pour obtenir la réponse à une question qui l'interpelle.

1. Comment devenir Un Expert Marketing en vente ?
2. Comment perdre 5 kg en un mois ?
3. Comment épargner Sur Le Coût d'une publicité ?

Le chapeau (2ème accroche) :

Le chapeau doit développer brièvement votre titre en donnant envie au lecteur d'en savoir plus.

C'est un petit paragraphe d'une à trois phrases qui résume l'information essentielle de l'article et qui annonce les principales informations développées dans l'article.

Le contenu de l'article :

Le corps de votre article ne doit pas être écrit comme un roman. Il doit être écrit dans un mode impersonnel comme si c'était une autre personne qui parlait de votre produit, de votre entreprise.

Plus le contenu de votre article sera précis et court (maximum 500 mots), plus vous aurez de chances que le lecteur lise tout le contenu de votre article.

N'oubliez pas l'objectif de votre article : séduire le lecteur en un minimum de temps. Un article à rallonge apporte bien moins de résultats qu'un article court, pertinent et bien structuré.

Dans les deux premiers paragraphes de votre article, il est primordial que vous répondiez aux questions les plus attendues de vos lecteurs :

Qui ? Quoi ? Pourquoi ? Où ? Comment ?

Chaque paragraphe doit :

- Avoir son propre titre.
- Ne contenir qu'une seule idée.
- Contenir (si possible) une phrase de transition pour passer au paragraphe suivant.

À propos de (nom de votre entreprise) :

Peu d'articles intègrent cette partie et pourtant elle peut avoir une grande utilité.

C'est l'endroit idéal pour donner des informations supplémentaires sur votre entreprise.

De cette manière, vous pouvez une fois de plus inciter le lecteur à visiter votre site en présentant le but de votre entreprise.

Exemple :

NomDeL'entreprise, fondée en 2008 est une Sarl au capital de ...
L'ambition de NomDeL'entreprise est de faciliter en proposant
.....

La fin de votre article (conclusion) :

Faites un appel à l'action : « Vous souhaitez de plus amples informations, visitez ce site : <http://.....> »

Au minimum : indiquez votre nom, votre n° de téléphone, et si possible une adresse mail.

4. Sites Web pour publier des articles

Rappel :

Présentez votre produit en énumérant ses avantages d'une manière objective. Donnez de l'information utile, sinon aucun webmaster n'utilisera ou ne lira votre article !

Sites Web pour placer vos articles libres de droit :

[Articles base](#)

[Contenu gratuit](#)

[Articles en ligne](#)

[Contenu libre](#)

[Articlopedie](#)

[Fruitymag](#)

Sites Web pour placer vos articles et vos communiqués :

[Article soumission](#)

[Kiwoui](#)

[Les news du net](#)

[Mes articles](#)

[Big annuaire](#)

[Médias libres](#)

[Businessportal](#)

[Nesdoo](#)

[Buzzibuzz](#)

[News eco](#)

[Categorynet](#)

[Pepsnet](#)

[Communique de presse](#)

[Presse-fr](#)

[Communique de presse gratuit](#)

[Publiciblog](#)

[Communiques presse](#)

[Site presse](#)

[Généralité](#)

[Webactusnet](#)

[EditoWeb](#)

[Webactuspro](#)

Sites Web pour présenter vos articles à des journalistes :

[Conférence virtuelle](#)

[Pressodebit](#)

5. Les erreurs à éviter

Écrire des articles uniquement pour promouvoir son entreprise.

- ✘ Ce type d'article n'intéresse personne. Mettez en avant de l'information, un avantage que vos concurrents n'ont pas, essayez de lier votre article à un évènement d'actualité.

Écrire des articles en employant un jargon technique.

- ✘ Écrivez le plus simplement du monde, sans chichis, avec des mots simples, compréhensibles par le plus grand nombre.

Écrire un article avec beaucoup d'informations.

- ✘ Trop d'information "tue" l'information. Écrivez "utile mais incomplet". Rappelez-vous que l'intérêt de votre article est de diriger le lecteur vers votre site Internet. Donnez les avantages de vos produits ou services sans entrer dans les détails.

Écrire un article comme une lettre de vente.

- ✘ Respectez un style rédactionnel INFORMATIF.

Écrire des articles uniquement pour le référencement de son site.

- ✘ Écrivez votre article avec un ou deux mots-clés sans les répéter à tout bout de champ.

Vos commentaires



Méthode pour optimiser un site Web

Maintenant, vous savez qu'il est impératif de créer un site Internet avec un contenu rédactionnel de qualité en répondant aux attentes de vos lecteurs.

Vous devez aussi savoir qu'il faut optimiser chacune de vos pages Web.

1. Pourquoi optimiser une page Web ?

Optimiser une page Web est essentiel pour deux raisons :

- **Pour gagner en lisibilité.**
Vos lecteurs pourront lire vos pages Web plus facilement.
- **Pour gagner en visibilité.**
Vous serez mieux référencé sur les moteurs de recherche.

L'intérêt majeur de l'optimisation d'un site Internet réside dans :

- **Une augmentation de trafic.**
Plus votre site est optimisé, plus vous aurez de visiteurs.
- **Un trafic plus utile.**
En choisissant les bons mots-clés, vos pages Web apparaîtront uniquement sur des requêtes pertinentes.
Il ne sert à rien d'avoir beaucoup de visiteurs si la plupart d'entre eux ne sont pas intéressés par le sujet de votre site...
- **Un meilleur positionnement.**
Le but est d'être dans les premiers résultats de recherche sur certains mots-clés afin d'être mieux placé que ses concurrents.



2. Comment fonctionne un moteur de recherche ?

Pour apprendre comment optimiser une page Web, il est bon d'en savoir un minimum sur le fonctionnement d'un moteur de recherche et ce qu'il recherche.

Un moteur de recherche utilise un programme logiciel appelé "robot" pour indexer un site Internet, pour l'intégrer dans sa base de données.

Celui-ci fonctionne en 4 étapes :

- **Le crawling.**
Le robot parcourt toutes les pages Web, visite tous les liens présents dans sa base de données.
- **L'analyse.**
Il analyse toutes les pages Web en donnant plus ou moins d'importance à chacune des pages suivant le type de texte.
- **L'indexation.**
Le robot va associer chaque page trouvée à des mots-clés en fonction de son contenu.
- **Traitement des requêtes.**
Lors d'une recherche par l'internaute, le moteur de recherche va rechercher dans sa base de données, les pages qui sont indexées suivant les mots-clés tapés dans le navigateur.

Un point très important ! Il faut savoir que le robot de Google n'identifie pas tous les éléments d'une page Web :

Ce qu'il voit	Ce qu'il ne voit pas
Titre de la page	Éléments multimédia (images, vidéo...)
Balise meta description	Balises meta sauf description
Texte	Langage Action Script (Flash)
Liens hypertextes (URL)	Langage Javascript
Descriptifs des liens (title)	Langage Applet Java
Descriptifs des images (alt)	Commentaire dans le code

Dans un premier temps, vous voyez les langages à éviter !
Par exemple, n'utilisez pas des menus de navigation en Javascript que l'on trouve gratuitement sur le Web.

Si vous ne savez pas ce que sont les balises meta, [lisez cet article](#).

De plus, la balise "keywords" (balise meta pour les mots-clés) ne sert quasiment à rien pour le référencement. Google n'en tient plus du tout compte.

3. Comment optimiser une page Web ?

Un moteur de recherche va positionner votre site Internet selon deux types de paramètres :

- **Les paramètres internes** : pertinence de vos pages Web.
- **Les paramètres externes** : notoriété de vos pages Web.

3.1 Les paramètres internes

Un moteur de recherche va donner une importance particulière à chaque mot de votre page Web selon sa fonction et sa position.

Voici l'ordre de priorité :

1. **Le nom de domaine** (www.nom-de-domaine.fr) :

Choisissez un nom de domaine qui représentera (si possible) VOTRE "mot-clé principal", celui qui désignera le mieux VOTRE activité.

Intégrez directement vos mots-clés à l'intérieur de votre nom de domaine.

Ex. : restaurant-toulouse.com ou travail-a-domicile.fr.

Un nom de domaine ne pouvant pas contenir d'espace, les deux noms seront accolés ou séparés par un tiret.

Ex. : www.Websiteformation.fr ou www.Website-formation.fr.

La deuxième solution est à retenir car les moteurs de recherche ne savent pas séparer deux mots ainsi concaténés.

Je vous conseille dans le cas d'un nom composé de déposer les deux noms de domaines (avec et sans tiret) pour éviter des pertes de visiteurs ...

2. **L'URL des pages** (www.nomdedomaine.fr/index.html) :

La profondeur de vos URL doit être inférieure à 4.

Ex. : www.nomdedomaine.fr/repertoire1/repertoire2/page.html

Séparez les mots par des "-".

Ex. : www.nom-de-domaine.fr/ecrire-pour-le-Web.html

Chaque URL doit être unique pour chacune de vos pages.

Ex. : www.nomdedomaine.fr/index.html ou www.nomdedomaine.fr/accueil.html

C'est l'un ou l'autre mais pas une fois l'un, une fois l'autre.

Évitez les pages avec des sessions (avec un identifiant : id).

Ex. : www.nomdedomaine.fr/index.php?id=4d5k

3. **Le titre de la page** (balise title) :

Surtout évitez de mettre comme titre : "Accueil" ou "Home".
Adoptez un format standard pour tous vos titres.

Pour le titre de votre page d'accueil : **nom du site - descriptif du site**.
Pour les titres des autres pages, mettez : **nom du site - nom de la page**.
Le nom de la page doit comporter le mot-clé que vous souhaitez optimiser.

Exemple :

Le titre de la page d'accueil :

Website formation – Formation pour l'indépendance financière.

Pour une page du même site (www.Website-formation.fr/projet-Web.html) :

Website formation – Projet Web.

Lorsque vos pages seront bien indexées et vu que les premiers mots ont plus d'importance que les derniers, mettez le nom du site à la fin
Ex. : Formation pour l'indépendance financière - Website formation.

4. **Les titres selon leur importance** (h1, h2 ...h6) :

Pour hiérarchiser vos titres dans vos pages Web, vous devez utiliser les balises `<h1></h1>`, `<h2></h2>`

Vous devez respecter la sémantique des balises: h1 est plus important que h2, h2 est plus important que h3 etc...

Utilisez h1 (une seule fois) comme titre principal de votre page.

Utilisez donc les balises h2 à h6 pour ajouter des titres et sous-titres à vos différents paragraphes.

C'est très important car les robots d'indexation des moteurs de recherche pourront mieux interpréter le contenu de vos pages Web.



L'erreur la plus fréquente que l'on rencontre, est d'utiliser la balise paragraphe `<p>` pour présenter un titre.

Pour mettre en valeur ce titre, le webmaster applique des styles tels que : mise en gras, centrage, taille des caractères...

Le résultat visuel est celui d'un titre mais la sémantique n'est pas respectée.

La sémantique de cet élément n'est rien d'autre qu'un paragraphe !

5. **La mise en évidence du texte** (gras, italique) :

Pour accentuer les mots importants de vos textes, mettez votre texte en gras.

Avec la balise `` Mise en gras ``.

Et pour les citations : `` Mise en italique ``.

6. **Descriptif des liens et des images :**

Texte qui s'affiche au survol de vos liens :

Aussi appelé "infobulle", on peut insérer un complément d'information au survol d'un lien hypertexte grâce un paramètre nommé **title**.

```
<a href="google.html" title="découvrez google AdWords" >Nom du lien</a>
```

Texte alternatif pour les images :

Même si un moteur de recherche ne peut pas voir une image, on peut insérer un texte qu'il peut lire grâce à un paramètre nommé **alt**.

Au survol de l'image, un texte apparaît.

```

```

Ex. :

```

```

Il est donc intéressant d'inclure dans ces deux descriptifs le mot-clé que vous souhaitez optimiser.

3.2 Les paramètres externes

Un moteur de recherche va mesurer votre notoriété sur deux points :

- Ancienneté de votre nom de domaine.
- Indice de popularité appelé le Page Rank (PR).

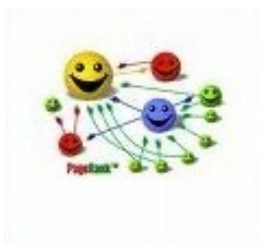
En ce qui concerne le premier critère, vous n'avez pas le choix : comptez environ 6 mois avant de voir le fruit de votre travail.

Voici les grandes lignes du fonctionnement du Page Rank :

- **Chaque page a son propre PR.**
Beaucoup de personnes pensent que le PR est attribué au site Web entier. Il n'en n'est rien...
- **Chaque lien donne 1 "vote" qu'il soit interne ou externe.**
Plus la page a de votes (liens) qui pointent vers elle plus le PR de cette page va augmenter.
- **Chaque lien d'une même page a la même importance.**
Si une page a plusieurs liens qui pointent vers des pages externes, chaque vote aura la même valeur.
- **Les "votes" sont mesurés par le Page Rank.**
Plus le PR d'une page est élevé, plus le "vote" est important.
- **0 < PR < 10.**
Plus la valeur tend vers 10, plus le PR de la page est élevé.
Ex. : 1 lien PR6 vaut 10 liens PR5 ou 100 liens PR4 ou 1000 liens PR3.

4. Le Page Rank et son importance ?

Beaucoup de personnes pensent qu'ils suffit d'avoir un maximum de liens entrants (liens qui pointent vers votre site) pour voir son PR s'envoler. Et bien ce n'est pas aussi simple !



Google analyse le type de chaque lien : est-ce un lien naturel, un lien de partenaire, un lien obtenu automatiquement ? Est-ce un lien issu d'une page de même thématique ?...

Ex. : vous pouvez obtenir un PR 5 avec 100 liens entrants sur un site et sur un autre site un PR de 4 avec 200 liens.

Le Page Rank (note de 0 à 10) n'a plus autant de valeur qu'autrefois dans le référencement de Google.

Plus votre site est populaire et plus la "valeur" augmente. Le PR n'est pas suffisamment important pour vous garantir un affichage supérieur à un site dont le PR est moindre que le vôtre si le contenu de son site est optimisé.

À retenir :

- Plus vous obtenez de liens provenant de sites abordant un des sujets de votre site, sans lien retour, plus votre site sera "populaire" pour les moteurs de recherche.
- Un lien entrant a plus d'importance qu'un lien bidirectionnel (échange de liens).
- Inscrivez votre site sur des sites ne demandant pas de liens en retour (annuaires, forums).

5. Le contenu et son importance ?

Si vous deviez ne faire qu'une seule chose pour bien référencer votre site, c'est de présenter votre site Internet avec du contenu !

Pour une raison bien simple :

Plus votre site aura de pages, plus vous aurez de pages indexées dans les moteurs de recherche, et plus vous allez capturer de visiteurs.

Voici quelques conseils pour une meilleure indexation dans les moteurs de recherche :

- Présentez un contenu créatif, original.
- Présentez un site structuré et organisé par thèmes.
- Mettez régulièrement à jour vos pages Web.
- Remplissez vos balises meta description pour le visiteur et non pour le référencement !



Au lieu de répéter 3 à 4 fois le même mot-clé dans la balise meta description en détournant son utilité première, faites une description précise pour aider le visiteur à mieux appréhender le contenu de la page visée. Pourquoi ? Les moteurs de recherche ne tiennent quasiment plus compte de cette balise.

Une révolution controversée :

[la personnalisation des résultats de recherche dans Google.](#)

Méthodologie d'optimisation d'un site Web

- Deux sites complets qui vous donneront un maximum d'infos sur l'optimisation d'un site : [Abondance](#) et [Webrankinfo](#).
- [Le Guide de l'optimisation](#) (gratuit) : vous explique ce que vous devez faire sur votre site pour augmenter de manière naturelle à la fois son positionnement et le nombre de vos visiteurs.

6. Les erreurs à éviter

Donner comme titre à une page : Accueil, index, nouvelle page ...

- ↩ La balise title est très importante (priorité N°2 dans les paramètres internes).
En oubliant de modifier cette balise et en la laissant telle quelle ("Nouvelle page"), vous partez dès le départ avec un lourd handicap...

Indexer correctement uniquement la page d'accueil de son site.

- ↩ C'est une grave erreur car en général ce sont les autres pages qui présentent le contenu le plus intéressant. Il est donc impératif de choisir un titre, une URL, des métas adaptés pour chacune des pages du site.

Créer un site en flash, avec du Javascript, avec des frames...

- ↩ Créez un site en HTML et CSS. Les frames sont à bannir !
(voir Tome 2)

Soumettre une page en construction.

- ↩ Attendez d'avoir fini totalement votre site pour commencer le référencement car les moteurs n'indexent pas les sites ayant affiché sur l'une de leurs pages "EN CONSTRUCTION".
- ↩ N'oubliez pas de renseigner le descriptif de vos liens (title) et de vos images (alt).

Mettre du texte de la même couleur que le fond.

- ↩ N'utilisez surtout pas cette "astuce" pour cacher des mots-clés dans votre site.
Considéré comme du "forcing", vous avez 99 % de chance d'être black-listé (rejeté) par les moteurs de recherche.

Vos commentaires



Référencement d'un site Web

Le référencement dit "naturel" doit être effectué directement dans les formulaires de soumission sur les moteurs de recherche. C'est une étape à intégrer le plus en amont possible, c'est-à-dire qu'il faut penser à son référencement au moment même de la création de la structure de votre site Internet.

1. Référencement manuel ou automatique ?

Le référencement manuel, c'est lent et fastidieux.
Le référencement automatique, c'est pratique et c'est simple.

Oui mais voilà, un référencement de qualité est avant toute chose un référencement manuel.

Pourquoi ?

Le référencement automatique dans les annuaires, qu'il soit gratuit ou payant n'est pas recommandé pour deux raisons :

- Inscription dans les mauvaises rubriques des annuaires : trafic non ciblé.
- Les annuaires sont souvent méconnus : trafic inexistant.

De plus, la notion de temps est très importante dans une phase de référencement.

Si vous référencez votre site "tout neuf" massivement et automatiquement, vous allez avoir l'effet inverse souhaité : la sandbox.

C'est quoi la sandbox ?

Cela correspond à la mise en quarantaine de votre site.
En d'autres termes, votre site ne sera pas référencé sur Google.
Rien de définitif, mais cela reste gênant. C'est une façon pour Google de mettre les nouveaux sites à l'épreuve...

Le référencement manuel est le "Graal" du référencement.

Il est le passage obligé pour vous permettre d'atteindre la première page des moteurs de recherche.

Vous l'avez compris, vous devez prendre votre courage à deux mains et vous mettre au référencement manuel !

2. Référencer son site dans les annuaires

Les annuaires sont un des moyens pour obtenir des liens entrants, pour augmenter votre popularité auprès des moteurs de recherche.

De plus, en prenant la peine de bien choisir la rubrique dans laquelle vous allez insérer votre demande de soumission, vos liens vont vous apporter un trafic de bonne qualité.

Organisation pour référencer son site dans les annuaires :

La soumission dans les annuaires prenant du temps, il est bon que vous prépariez dans un fichier texte tous les éléments suivants :

- **2 à 3 titres de votre site.**
 - Ne mettez que la première lettre du titre en majuscule.
 - Soyez concis : 50 caractères maximum.
 - Insérez les mots-clés de votre activité.
 - Optez pour un titre descriptif, informatif.
 - Faites coïncider vos titres avec le titre de vos pages (balise title).
 - Évitez de mettre votre nom de domaine dans vos titres.
- **Votre adresse mail, l'URL de votre site.**
(avec et sans le http:// devant).
- 2 à 3 petits **textes descriptifs** de votre site (150 caractères maxi).
- Une **liste de mots-clés** correspondant à votre site (5 maxi).

Vous pourrez ensuite procéder par copier/coller pour toutes vos soumissions aux différents programmes, en alternant vos différents titres et descriptions pour un meilleur référencement.

En procédant de cette manière, vous n'aurez pas à retaper 1 500 fois la même chose, vous allez gagner un temps considérable.

De plus, à chaque soumission, notez l'URL de l'annuaire afin de vous constituer une liste d'annuaires. Cette liste vous permettra de vous organiser lors d'une autre campagne de soumission et de ne pas faire deux fois le même travail.



Important ! Rédigez plusieurs titres.

Pourquoi ? Souvent le titre demandé sera le texte de votre lien entrant (de l'annuaire vers votre site). Le texte de votre titre devient donc un facteur important pour le positionnement de votre site.

Conseils :

- Soumettez votre site sur des annuaires qui n'exigent pas de lien en retour.
- Soumettez votre site à des annuaires qui proposent des liens en dur du type <http://www.monsite.com/index.html>, pointant directement sur votre site.
Les liens de redirection du type : www.annuaire.com/index.php?id=votresite ne seront pas des liens comptabilisés par les moteurs de recherche.
- Soumettez votre site à un maximum d'annuaires (comptez 2 à 5 minutes/annuaire).
- Limitez vous à 200 annuaires par campagne sur une période d'environ 10 jours.

Pour trouver des annuaires :

Utilisez les annuaires des annuaires tels que :

[annuaire-info](#) : plus de 4 000 annuaires pour le référencement manuel.

[les annuaires](#) : annuaires thématiques, régionaux...

[Annuaire 2004](#) : 14 000 annuaires francophones généralistes ou spécialisés.

[E-annuaires](#) : plus de 4 000 annuaires classés par thèmes.

[Lien en dur](#) : 1 800 annuaires sans lien de retour exigé.

Faites des recherches sur Google :

Affinez votre recherche en cherchant des annuaires thématiques sur votre domaine d'activité ou sur un secteur géographique bien déterminé (département, région...).

Tapez par exemple dans le navigateur de Google :

"mot-clé" + "proposer un site"
"mot-clé" + "suggérer un site"

3. Référencer son site sur Google

Vous venez de mettre votre site Web en ligne (fini et optimisé bien sûr...). Votre tâche maintenant est de le soumettre aux moteurs de recherche et aux annuaires.

Surtout, ne vous précipitez pour soumettre votre site Web à Google !

Soumettre son site sur Google :

Pour être indexé dans les meilleures conditions, voici les 5 points à réaliser avant de soumettre votre site sur Google :

1) Soumettez votre site sur Yahoo France :

La 1ère étape est de bien choisir la catégorie avant de soumettre votre site : [Annuaire des sites francophones sur Yahoo! France](#).

Choisissez une catégorie la plus spécifique possible. Posez-vous cette question : quelle est la rubrique la plus appropriée à mon domaine d'activité, au contenu de mon site ?

La 2ème étape est de s'assurer que les critères d'acceptation sont réunis : [Conditions d'acceptation](#).

Et enfin, soumettez votre site au [guide Web de yahoo!](#).

2) Soumettez votre site sur Dmoz :

Aussi appelé l'Open Directory, Dmoz est un annuaire libre. Google utilise la base de données de Dmoz pour faire sa partie annuaire. Procédez de la même manière que précédemment : [choix de la catégorie](#).

Ainsi, vous obtiendrez rapidement deux liens entrants émanant de sites à haut Page Rank.

3) Créez un "plan de votre site" avec l'outil de Google :

Inscrivez-vous gratuitement sur Google : [Google sitemaps](#). Un fichier "Sitemap" indiquant la liste de vos pages complétera de façon efficace la prise en compte de votre site par les différents moteurs.

4) Soumettez votre site à une cinquantaine d'annuaires en vous plaçant bien sûr dans la bonne rubrique.

5) Soumettez votre site sur MSN et sur Google :

[Soumission sur MSN](#)

[Soumission sur Google](#)



Et pour faire un grand bond en avant pour votre référencement, créez un lien qui pointe vers votre site à partir d'un site populaire (de même thématique que le vôtre) affichant un Page Rank supérieur à 5. Je sais ce n'est pas facile à trouver... Par exemple, vous pourriez proposer au webmaster un article, un ebook gratuit téléchargeable qui serait susceptible de lui plaire.

En respectant toutes les recommandations ci-dessus, en faisant des échanges de liens..., les robots des autres moteurs détecteront rapidement vos liens et indexeront vos pages dans la foulée.

Aujourd'hui, plus besoin de soumettre son site sur les différents moteurs de recherche. Ils vont vous trouver, soyez-en sûr !

Google, Yahoo! et MSN représentent à eux trois 96% des recherches sur le Web. Votre site sera bien présent sur la "toile"...

Autres principaux moteurs de recherche et annuaires :

[Exalead](#)

[Lycos France](#)

[Altavista](#)

[Abacho](#)

[Hotbot](#)

[Voila](#) (Orange et Voila)

[Francité](#)

[Indexa](#)

[AlltheWeb](#)

Toujours est-il qu'un bon référencement ne se fait pas du jour au lendemain.

Vous aurez aussi à surveiller régulièrement la position de votre site sur les différents moteurs de recherche (**Google ce n'est déjà pas mal !**) pour vos différents mots-clés.



4. Pourquoi se positionner sur Google ?

Pour une simple et bonne raison : [voyez par vous même en image](#) !

Le référencement d'un site s'articule autour de deux axes principaux :

- **L'indexation.**

Soumission d'un site sur un moteur de recherche.

- **Le positionnement.**

Consiste à positionner les pages d'un site Web dans les premiers résultats de recherche pour certains mots-clés.

Trouver les bons mots-clés :

Lorsque les internautes tapent des mots-clés liés à votre activité, le but est que votre site soit placé dans les 30 premiers résultats (trois premières pages).

L'idéal, vous vous en doutez, c'est d'être visible sur la première page de résultats, voire dans les 3 premiers liens, la partie de la page la plus lue par les internautes (appelée le [triangle d'or](#)).

Plus la concurrence est grande, plus le positionnement est difficile.

Nombre de mots que les internautes saisissent pour faire une requête (source RankStat.com) :

1 mots	14 %
2 mots	28 %
3 mots	27 %
4 mots	16 %
5 mots	8 %
6 mots	4 %
7 mots	2 %

Pour avoir un trafic ciblé et une bonne visibilité, trouvez plusieurs mots-clés pour décrire votre activité.

Pour vous aider, voici deux générateurs de mots-clés :

[Générateur de Google](#)

[Générateur Keyworddiscovery](#)

Il existe aussi un **logiciel d'aide au référencement** (tout en français !).



SEO Toolkit vous permet de maîtriser toute la chaîne du référencement de site : de la recherche des meilleurs mots-clés (ceux qui attirent des visiteurs intéressants pour vous) au suivi du positionnement (c'est -à-dire connaître la position de votre site dans les moteurs de recherche).

[Testez-le gratuitement pendant 15 jours](#)

Avec ce logiciel vous pourrez :

- **Trouver les bons mots-clés,**
ceux susceptibles de vous apporter **de futurs clients** et non des visiteurs "lambda".
- **Optimiser les pages de votre site**
afin qu'elles se retrouvent en excellente position dans les moteurs de recherche.
- **Référencer votre site sur Internet :**
inscription manuelle et automatique dans de nombreux annuaires.
- **Suivre le positionnement**
de vos mots-clés, de votre site dans les moteurs grâce aux rapports de positionnement.
- **Surveiller vos concurrents,**
trouvez les mots-clés et les pages Web qui leur procurent le plus de trafic.

Ce logiciel de positionnement SEO Toolkit est capable de générer un trafic ciblé potentiellement extrême sur votre site.

Il permet de placer votre site, étape par étape, tout en haut des moteurs de recherche sur vos mots-clés, que ce soit en francophonie ou dans le monde entier.

Les logiciels incluent des manuels et des tutoriels.

De plus, le support technique se tient à votre disposition gratuitement par email, pour répondre à toutes vos questions.

Mon avis : il faut du temps pour s'habituer à ce logiciel.

Mais, après une période d'apprentissage, vous aurez entre les mains un bon outil pour réussir votre référencement !

La densité des mots-clés :

Les moteurs de recherche, avant de positionner votre site, se basent aussi sur un autre critère : la densité des mots-clés.

La densité est le nombre de fois qu'un mot-clé est répété par rapport au nombre total de mots dans une page.

$$\text{Densité (\%)} = \frac{\text{Nombre d'un mot-clé répété}}{\text{Nombre total de mots}} \times 100$$

Exemple :

Si une page HTML de 100 mots comporte dix fois le mot "formation", la densité du mot "formation" sera de 10 %.

Si la même page comporte 50 mots, la densité sera de $10/50 \times 100 = 20 \%$.

Pour le calcul de la densité, tous les mots dans le corps de votre page (body) et dans votre titre (title), dans les descriptifs de vos liens (title), de vos images (alt) et dans la balise meta description sont pris en considération.

Selon les référenceurs, la fourchette se situe entre 3 et 6 %.



Lorsque vous rédigez les textes de vos pages, ne pensez pas au référencement.

Sinon vous allez dénaturer le sens de vos textes.

Ayez toujours en tête que le principal c'est de fournir à vos visiteurs du texte de qualité !

Exemple :

Pour 100 mots dans le texte, vous souhaitez optimiser :

- un mot-clé composé d'**un seul mot** : "formation".
Votre texte doit comporter 3 ou 6 fois ce mot.
- un mot-clé composé de **deux mots** : "formation Internet".
Chacun de ces deux mots devra être répété 3 à 6 fois.
Donc, votre texte doit comporter de 6 à 12 fois ces deux mots.



Pour ne pas dénaturer le sens de vos textes, je vous conseille d'optimiser chacune de vos pages pour un ou deux mot-clés. À la rigueur trois mais pas plus !

Voici trois outils fiables pour calculer la densité de vos pages :

[Outil référencement](#)

[Outiref](#)

[Rank.NL \(payant\)](#)

5. Les erreurs à éviter

Référencer son site dans des annuaires sans aucune préparation.

↩ Suivez les conseils de préparation indiqués dans cet ouvrage.

Dépenser des sommes folles en référencement payant.

↩ Il existe des milliers d'offres de référencement payantes...
Soyez vigilant et ne succombez pas à la facilité !

Référencer son site massivement sur les annuaires.

↩ Inscrivez votre site progressivement sur les annuaires... Attention à la Sandbox.

↩ Utilisez la soumission automatique uniquement si vous avez la possibilité de désactiver la soumission sur les annuaires renommés.

↩ Privilégiez le référencement manuel :
pour cela fixez-vous un objectif, comme par exemple 5 soumissions par jour, ce qui vous prendra à peu près 1/4 d'heure en appliquant bien mes conseils, à savoir : préparer les éléments les plus fréquemment demandés et travailler en copier-coller.

Pour plus d'infos

Référencement 2.0

Ouvrage exceptionnel pour référencer un site Web.
Facile à lire, des explications claires, précises, des conseils concrets, réalistes et faciles à mettre en œuvre.

[Souhaitez-vous un bon référencement de votre site ?](#)

Vos commentaires



Pourquoi choisir un référenceur ?

1. Référencement en interne ou en externe ?

Avant de répondre à cette question, il faut bien comprendre que la conception initiale d'un site Web, sa structure et son développement comptent pour 80 % dans son référencement.

Le référencement d'un site est un métier qui demande des compétences pointues.

Choisir un prestataire de référencement est la meilleure solution pour réussir son référencement mais sachez d'ores et déjà qu'une prestation sérieuse peut coûter cher !

Faire soi-même son référencement :

Si vous avez créé votre site Internet, que vous avez de solides compétences dans ce domaine, vous pouvez référencer votre site vous-même.

Dans ce cas, prenez en compte les contraintes dues au référencement dès le départ.

De préférence, développez votre site en XHTML/CSS et optimisez-le pour les moteurs de recherche.

Quoi qu'il en soit, positionner un site Web sur des mots-clés concurrentiels est difficile !

Mon conseil :

Lorsque votre site Web est terminé et qu'il est prêt pour son référencement, faites appel à un expert du référencement pour des conseils et un suivi de positionnement.

Faire réaliser son référencement par un prestataire :

Si vous avez peu de connaissances dans le domaine du référencement et que vous avez besoin d'une bonne visibilité, optez pour un référencement professionnel.

Avoir un site c'est bien, être vu c'est mieux !

Dans ce cas, faites attention au choix de votre prestataire.

Il existe de nombreuses arnaques, des prestataires avec des offres très alléchantes du type :

- « Référencement sous 24 h »
- « Référencement dès 2,99 € »
- « Voulez-vous votre site en première position sur Google ? »
- « Référencement Pro à prix discount », etc.

En général, vous trouverez ce type d'arnaques sur des annonces telles que Google AdWords ou sur des sites qui proposent tout et n'importe quoi !

2. Critères pour choisir son prestataire

Pour choisir votre prestataire, voici quelques points à prendre en considération :

1. Les compétences de la société de référencement :

Le premier réflexe est de s'assurer que le prestataire a su placer son site en très bonne position sur le moteur de recherche Google.

Si ce n'est pas le cas, je ne vois pas pourquoi il en serait autrement avec votre site.

Deuxièmement, pour s'assurer du sérieux du professionnel, visitez l'adresse des sites de ses clients. Faites des recherches en tapant des mots-clés sur Google pour voir si leurs sites sont en bonne position.

Faites attention au soi-disant expert en référencement qui :

- **Présente des sites bien positionnés sur plusieurs mots-clés.**

Faites une vérification avec [Google Keyword](#).

En dessous de 2 000 recherches/mois, la concurrence est faible.

Ces résultats ne prouvent alors pas les compétences du référenceur.

- **Vous garantit une première place sur Google.**

Le référencement n'est pas une science exacte.

Sur un mot-clé par exemple, votre page Web peut passer de la 1^{ère} place à la dixième et vice versa...

Tout dépendra des actions menées par votre référenceur ainsi que par vos concurrents.

- **Vous propose un référencement discount.**

Du type : « 300 € pour un référencement dans 400 annuaires. »

Ce référencement sera obligatoirement en automatique et peut vous faire plus de tort que de bien...

2. Le contenu de la prestation proposée :

Un référenceur professionnel doit détailler sa proposition commerciale.

Un référencement ne s'arrête pas à la soumission de votre site dans les moteurs de recherche et les annuaires. Loin de là...

Une réelle méthodologie doit être appliquée :

- **Audit technique et préconisations de mise en conformité du site.**

Dans une démarche de référencement naturel, il est impératif que votre site Web soit conforme et optimisé pour être indexable et réactif.

- **Choix des mots-clés et optimisation du site sur ces mots-clés.**

Le référenceur doit vous indiquer sur combien de mots-clés votre site va être optimisé. Comptez maximum 3 mots-clés/page.

- **Inscriptions dans les outils de recherche.**

Ces inscriptions doivent être faites manuellement sur les principaux outils de recherche : Google, Yahoo!, MSN et Dmoz.

Si le référenceur vous propose un référencement sur 200 moteurs, ce n'est pas sérieux de sa part.

Cela n'a aucun intérêt car Google à lui seul comptabilise plus de 90 % des recherches effectuées.

Le référenceur doit aussi vous proposer une liste d'annuaires (50 à 100) afin de favoriser le linking (liens entrants).

- **Suivi du positionnement mensuel.**

Chaque mois et ce tout au long de votre contrat, le référenceur doit analyser le positionnement de votre site en fonction des mots-clés choisis au préalable.

Sans cette prestation, vous ne pourriez pas déterminer les actions correctives pour améliorer la visibilité de votre site et prévoir son évolution.

- **Propositions de solutions à long terme.**

Un référencement n'est jamais réellement acquis. Votre référenceur doit pouvoir estimer les actions à mener dans l'avenir pour améliorer sans cesse votre référencement.

Vos commentaires



3. Le prix de la prestation :

Un référenceur professionnel ne travaille pas pour des "clopinettes".

Un bon référencement demande du temps et beaucoup de travail.

En France, vous aurez du mal à trouver une prestation de qualité en-dessous de 3 000 euros/an. Mais sachez qu'un référencement cher n'est pas forcément synonyme de qualité...

Pour résumer, on peut dire qu'il est possible de faire beaucoup de choses en interne mais si vous souhaitez réellement un bon référencement, prévoyez de travailler avec une entreprise spécialisée.

Même en passant par un référenceur vous aurez, selon ses recommandations, à modifier certaines de vos métatags, votre texte, etc.

Un référenceur est là pour vous proposer une stratégie mais il ne fera pas tout le travail à votre place.

Deux entreprises de référencement fiables

Je vous recommande :

Brioude-Internet, un leader dans ce domaine.

Atouts :

Les prestations de référencement de Brioude-Internet sont entièrement personnalisées par rapport à vos besoins et objectifs, avec un suivi client sur mesure par téléphone et/ou physique, du conseil personnalisé haut de gamme à très haute valeur ajoutée, un extranet complet permettant de suivre au quotidien votre prestation, vos positions, votre trafic, votre retour sur investissement.

Inconvénients :

La qualité et le personnel dédié coûte cher. Comptez un minimum de 3 000 € H.T.

Iséom, filiale de Brioude-Internet domiciliée en Roumanie.

Atouts :

Vous pouvez obtenir un référencement d'aussi bonne qualité à moindre coût. Comptez 1 000 € pour une optimisation sur 90 mots-clés, soit 30 pages ! Et oui, en Roumanie, la main d'œuvre est 6 fois moins chère...

Inconvénients :

Avec Iséom, nous n'aurez pas un interlocuteur privilégié qui vous prendra par la main.

Cette solution de référencement est destinée aux personnes qui ont déjà de bonnes bases en référencement.

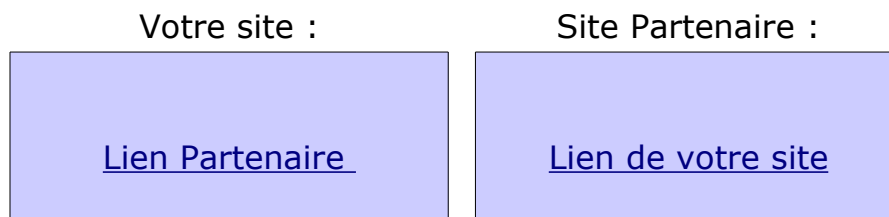
Vous devrez être réactif à leurs recommandations...

Les échanges de liens

Les échanges de liens sont un excellent moyen pour promouvoir son site, le rendre visible, générer du trafic et accroître son PR.

1. Un échange de bons procédés

Vous capturez des visiteurs du site partenaire et réciproquement.



Échange de liens = échange de visiteurs

Quand effectuer des échanges de liens ?

Au préalable, vos pages doivent être indexées dans les moteurs de recherche et les annuaires pour présenter un site avec un PR supérieur à 0.

Ceci étant fait, vous devrez particulièrement travailler sur ce type de référencement.

C'est un travail récurrent : plus vous échangerez de liens, plus votre indice de popularité augmentera.

À noter :

Tenez à jour la liste des webmasters que vous avez contactés pour faciliter vos relances ultérieures.

Vous ne devez donc jamais arrêter votre prospection d'échange de liens.



Comment procéder à un échange de liens ?

Le principe d'échange est applicable à beaucoup de vecteurs de promotion : les liens, les bannières, les clics, les affichages...

L'échange de liens est très efficace si vous l'utilisez à bonne escient, avec de bons partenaires.

Conseils :

- **Choisissez des sites qui traitent de sujets ayant des points communs avec le vôtre.**

C'est la condition indispensable à respecter pour améliorer votre référencement !

- **Analysez la page d'échanges de liens du site avec lequel vous voulez vous lier.**

La page où se situera votre lien doit si possible être accessible depuis la page d'accueil.

Elle ne doit pas comporter plus d'une trentaine de liens.

Évitez une page de liens constituée uniquement de bannières ou boutons publicitaires...

- **Choisissez des liens textes avec une URL standard**

(ex : www.votresite.com),

et non des liens du type : www.sonsite.com/page.php?id=votresite.php.

- **Faites attention au PR de la page où figurera votre lien.**

Si possible, choisissez un PR égal ou supérieur au PR de votre page.

- **Soyez sélectif**, cela renforcera le sérieux de votre site.

- **Menez différentes actions d'échanges de liens pour toutes les pages importantes de votre site Internet.**

Et pas uniquement pour votre page d'accueil...

Où placer les liens "partenaires" ?

Vous avez deux solutions pour obtenir des partenaires de qualité :

- Créez une page nommée par exemple "partenaires", accessible depuis le menu principal de votre page d'accueil.

- Spécifiez à votre partenaire que son lien figurera dans une de vos pages ayant un contenu étroitement lié au sien.



Évitez de présenter sur votre page "partenaires" des liens, les uns à la suite des autres comme on a l'habitude de voir...

Proposez à votre partenaire un descriptif + une photo ou logo pour mettre en avant son lien. Votre partenaire n'est pas un simple lien mais du contenu à proposer à vos visiteurs.

Comment allez-vous trouver des sites similaires au vôtre ?

- **En faisant des recherches sur Google.**

Tapez les mots-clés que vous utilisez pour le référencement de vos pages Web.

Tapez le (ou les) nom(s) de votre domaine d'activité ou celui (ceux) qui s'en rapproche(nt) le plus.

- **En consultant l'annuaire de [Webrankinfo](#).**

Exemple de courrier pour une demande d'échange de liens :

J'ai visualisé attentivement votre site www.nomdusite.com.
Traitant d'un sujet similaire au mien www.monsite.com, j'aimerais effectuer un échange de liens pour figurer sur votre page www.nomdusite.com.com/pagelien.htm.

Voici l'URL de la page sur laquelle je souhaiterais insérer le lien de votre site :

<http://www.monsite.com/pagelien.htm>.

En attendant une réponse favorable de votre part, veuillez prendre note du code HTML de ma page à inclure sur votre page de liens :

```
<a href="http://www.monsite.com/">slogan (mots clefs relatifs à votre page)</a>
```

Cordialement,
Nom, mail, téléphone.

À noter : au début, il est bien entendu que vous aurez un faible PR .

Il ne faut pas avoir peur de l'indiquer dans la lettre car de toute manière le webmaster cherchera à le connaître. Voici ce que vous pourrez rajouter sur votre lettre si vous démarrez tout juste votre référencement :

Mon site étant récent, le PR de ma page est de ..., mais rassurez-vous, je fais en sorte que celui-ci augmente rapidement.

Ceci étant, je vous propose un apport de trafic pour votre site car ...

5 étapes pour vérifier si l'échange de liens a bien été réalisé :

Étape N°1 :

Vérifiez que **votre lien est toujours visible** sur la page de votre partenaire.

Certains webmasters cachent votre lien de telle manière qu'aucun visiteur ne clique dessus ou tout simplement quelques jours après l'échange de liens, ils retirent votre lien de leur page.

Étape N°2 :

Cliquez sur votre lien présent sur la page de votre partenaire.

Un "petit malin" pourrait rediriger votre lien vers une page de son propre site.

Étape N°3 :

Vérifiez le code HTML de votre lien.

Faites un clic droit en vous positionnant sur votre lien.

Dans le menu déroulant, sélectionnez tout en bas : "Propriétés". Si votre lien n'est pas identique à celui que vous aviez transmis lors de l'échange, vous êtes tombé sur un tricheur.

Votre lien doit se terminer par .htm ou .html.

Des personnes malintentionnées utilisent cette méthode pour gagner un lien entrant unidirectionnel afin d'augmenter leur popularité.

Pour vous, c'est "chou blanc" vu que les moteurs de recherche vont totalement ignorer votre lien...

Étape N°4 :

Visualisez le code source de la page.

Faites un clic droit en vous positionnant n'importe où sur la page.

Dans le menu déroulant, sélectionnez : "Afficher la source".

Si vous voyez en haut une [balise meta](#) indiquant un nofollow ou noindex ou none, cela voudra tout simplement dire que tous les liens de la page ne seront pas pris en compte par les moteurs de recherche (page non indexée).

Étape N°5 :

Faites une vérification au bout de quelques semaines.

Pour vérifier que l'URL d'un site partenaire pointe vers votre site,

tapez sur le moteur de recherches Google : *link: www.votresite.com*

Vous pourrez ainsi visualiser l'URL du site partenaire parmi les liens (interne et externe) de votre site.

2. Optimiser l'offre d'échange de liens

Si vous souhaitez obtenir un partenaire de qualité, il vous faudra le convaincre.

Traitez vos partenaires potentiels différemment.

Solution 1 :

Une alternative à une simple page d'échange de lien est de présenter un "bloc partenaires" (ensemble de liens partenaires) dans la colonne gauche ou droite d'une page de votre site Internet.

Le but est de proposer à vos partenaires favoris une bonne visibilité. Chaque lien partenaire doit être affiché sur une de vos pages Web en fonction du thème de celle-ci.



Solution 2 :

La solution la plus attirante pour votre futur partenaire, est d'intégrer un article présentant ses produits ou services pour introduire son lien sur votre site.

Votre objectif est de lui démontrer qu'en échangeant un lien avec vous, vous lui donnez un moyen supplémentaire pour augmenter son trafic.

En agissant de cette manière, il sera moins focalisé sur le Page Rank de votre page et **pensera plus en terme de profit.**

Cependant, avant d'accepter ou de proposer quoi que ce soit à un partenaire potentiel, posez-vous la question suivante :

Quel est l'intérêt de ce lien partenaire pour vos visiteurs ?

Ce partenaire devra proposer un produit ou service complémentaire au vôtre. Pensez d'abord à vos visiteurs avant de penser au PR de votre page Web...

3. Les erreurs à éviter

Faire des échanges de liens avec n'importe quel site !

- ✘ Préparez votre campagne d'échanges de liens avec le plus grand soin...
- ✘ Le principe de précaution est de ne jamais laisser n'importe qui afficher n'importe quoi sur vos pages.
- ✘ Soyez très sélectif, car si c'est un bon moyen de générer du trafic gratuitement, il ne faudrait pas non plus que votre site soit "envahi" de liens partenaires comme sur certains sites que vous avez eu sans doute l'occasion de visiter...
- ✘ Si un lien vous est imposé (partenaire important) sur votre page d'accueil, privilégiez un lien "texte".

Intégrer ses liens dans une "ferme de liens" ou acheter des backlinks.

- ✘ Les backlinks (liens entrants) payants sont expressément interdits par Google.

Pour ceux qui ne connaissent pas :

Une ferme de liens est une méthode utilisée pour augmenter artificiellement l'importance d'un site ou d'un groupe de sites dans les moteurs de recherche. Le principe est de créer un certain nombre de sites se renvoyant les uns vers les autres. Apparenté à du spam, Google n'aime pas du tout...

Diriger tous ses liens externes vers sa page d'accueil.

- ✘ Choisissez une page de votre site adaptée aux mots-clés de la page partenaire sur laquelle vous voulez faire un échange de liens.

Chaque page de votre site a son propre PR.
Vos pages étant liées à votre page d'accueil, le PR de celle-ci augmentera de toute façon.

Vos commentaires



Les échanges de bannières

1. Fonctionnement

Dans ces programmes d'échanges de bannières, le principe est le suivant :

- Vous vous inscrivez gratuitement.
- Vous inscrivez l'URL de la bannière que vous voulez afficher.
- Vous inscrivez l'URL du site vers lequel la bannière doit pointer.
- Vous récupérez un code à insérer dans votre site qui permettra d'afficher les bannières des autres membres sur votre site.
En échange, chaque fois que vous afficherez la bannière d'un membre, votre bannière sera affichée sur le site d'un autre membre.

Un ratio d'échange c'est quoi ?

Le ratio décrit combien vous devez afficher de bannières d'autres membres sur votre site pour gagner un nombre d'affichages de votre propre bannière sur les sites des autres membres.

Le ratio d'échange peut varier d'un programme à l'autre.

Certains proposent un échange de 1 pour 1, noté 1:1.

D'autres demanderont que vous affichiez 2 fois pour être affiché une fois.

Dans ce cas on dit que le ratio est de 2:1.

Un système de suivi :

À l'ouverture de votre compte, vous aurez à votre disposition une interface pour :

- Visualiser les statistiques de fréquentation de votre site :
 - Bannières affichées et cliquées sur votre site.
 - Vos bannières affichées et cliquées sur les autres sites.
Pourcentage de clics, affichages...
- Modifier votre bannière, code HTML à insérer etc...

Où placer les bannières ?

Pour être sûr que votre échange de bannières fonctionne, vous devez les placer bien en vue sur une ou plusieurs pages de votre site. C'est un échange d'affichages il ne faut pas l'oublier.

Donc si personne n'ouvre la page sur laquelle vous avez inséré vos bannières, vos propres bannières ne seront à leur tour jamais visualisées.

À noter : en général, vous n'avez le droit de mettre qu'une seule bannière par page.

2. Création d'une bannière

Avant même de penser à faire des échanges de bannières, vous avez besoin d'une ou plusieurs bannières aux couleurs de votre site.

C'est quoi une bannière publicitaire ?

Une bannière est une image associée à l'adresse URL du site sur lequel l'internaute est dirigé lorsqu'il clique dessus.
C'est l'équivalent électronique d'un encart publicitaire sur un support papier.

Votre message doit être clair, simple et attrayant.
Un titre (accroche) et une à deux lignes suffisent et doivent être capables de détourner l'attention de l'internaute.

Différents types de bannières :

Il existe plusieurs tailles de bannières.
Pour les échanges de bannières, le format standard (468 x 60) est utilisé à plus de 90 %.

Une bannière peut être :

- Fixe : une seule image aux formats JPEG, GIF, PNG.
- Animée : succession d'images avec différents textes au format GIF.
- En Flash : animations bien plus spectaculaires qu'une simple bannière animée.

À vous de choisir celle qui vous conviendra le mieux pour faire passer votre message !

Création de bannières :

Vous pouvez créer très facilement vos propres bannières pour quelques euros. Si vous n'avez pas encore de [compte Allopass](#), c'est le moment ou jamais d'en ouvrir un, car il va vous être très utile (de nombreux programmes d'affiliation sont garantis par Allopass).

Pour un très faible prix, voici deux sites qui proposent des bannières d'excellente qualité en Flash ou en Gif :

[Générateur.net](#)

[Abracadaban](#)

3. Système d'échange de bannières

Critères pour choisir un bon système d'échange de bannières :

En général, on pense à choisir son système en fonction du ratio d'échange proposé.

Eh bien c'est une erreur courante, le ratio d'échange n'est pas le critère le plus important.

La première question que vous devez vous poser avant de choisir ce type de programme c'est le "ciblage" qu'il propose :

Sur quels sites votre bannière va-t-elle apparaître ?

Il ne sert strictement à rien d'avoir une de vos bannières sur un site parlant de la cuisine, si votre activité concerne le webmastering.

Le but est d'avoir un bon taux de clics...

Ma sélection de système d'échange de bannières :

Les systèmes d'échanges de bannières présentés ci-dessous proposent un ciblage par mots-clés ou par activités.

Le choix est très limité car dans ce type de programme, l'efficacité du ciblage prime avant tout :

[PROMOBENEF](#)

C'est plus qu'un simple échangeur de bannières au ratio 1:1, c'est une véritable régie publicitaire.

Étudiez bien la FAQ pour bien placer le code fourni pour chaque échange voulu. Cela vous évitera d'être refusé et de recommencer votre inscription.

Les conditions ne sont pas strictes mais précises afin de préserver la qualité des annonces et des affichages.

Atout principal : bon ciblage.

[INFODUNET](#)

Système identique à l'échange de bannières sauf que ce sont des liens que vous échangez.

Infodunet offre de nombreux avantages par rapport à un système d'échange de bannières :

- Lorsqu'un clic est généré sur votre site, celui-ci est affiché 100 fois sur les autres sites membres.
- Un lien texte est reconnu par les moteurs de recherche.
- Un lien texte a un taux de clics supérieur à celui d'une bannière.
- Publicité discrète mais efficace.
- Publicité à faible prix : 20 000 affichages pour 1,80 € !
- Système d'affiliation prometteur : 1 filleul = 20 000 affichages.

Atout : mon favori ;-)



L'échange de bannières est un moyen pour augmenter le trafic vers votre site. Mais ne vous attendez surtout pas au miracle : comptez 0,3 % de clics sur votre bannière.

Avec ce procédé, le taux de clics est très bas, car les bannières sont soit mal placées, soit atterrissent sur les sites de "monsieur tout le monde".

Ex. : pour 1 000 affichages avec un ratio 1:1, vous obtenez environ 3 visiteurs.

C'est toujours 3 visiteurs supplémentaires, vu que ce type de publicité est gratuit...

4. Les erreurs à éviter

Transformer sa page d'accueil en sapin de Noël !

- ✘ Ne vous laissez pas faire si l'on essaye de vous imposer l'affichage d'une bannière sur votre page d'accueil. Si un annonceur vous impose cela, cherchez-en un autre...

Utiliser un script de rotation de bannières.

- ✘ Prévoyez une bannière par page. Ce script ne vous fera pas gagner d'affichages supplémentaires étant donné que vos affichages seront divisés par le nombre de systèmes d'échanges de bannières que vous utiliserez.

S'inscrire dans de nombreux programmes pour gagner de nombreux affichages.

- ✘ Ciblez, ciblez. À quoi bon avoir de nombreux affichages s'ils ne sont pas utilisés à bon escient ?

Vos commentaires



Acheter des emplacements publicitaires

Est-ce efficace ?

Selon une enquête de l'EIAA (European Interactive Advertising Association), l'efficacité d'une bannière classique reste faible.

CPM (coût pour 1 000 affichages) : de 1 à 20 €.

Le taux de clics moyen est de 0,3 % (rapport entre le nombre de clics et le nombre d'affichages d'une bannière).

Pour augmenter son efficacité, son taux de clics, choisissez de :

- Créer des bandeaux créatifs sans pour autant abuser des techniques gênantes tel que les effets Flash.
- Rédiger avec soin votre message publicitaire (mots-clés choisis).
- Cibler des sites reconnus pour leur sérieux.
- Obtenir un emplacement de choix : affichage de votre bannière en haut de chaque page.
- Tester différentes bannières.

En suivant ces conseils, votre taux de clics sera supérieur...

Créer une campagne publicitaire rentable !

Vous en serez d'accord, il n'est pas aisé de répondre positivement aux cinq recommandations précitées.

Une agence de publicité créée par des marketeurs de renom propose une solution très satisfaisante afin de vous apporter des prospects ciblés, à moindre coût et très rapidement :

- Vos bannières seront toujours affichées en haut de chaque page.
- Des tarifs les plus bas du marché : de 0,2 à 1 € pour 1 000 affichages.
- Un taux de clics moyen très élevé : 1,53 %.
- Possibilité de mettre 5 bannières et de tester vos résultats.
- Être conseillé par des experts et ce, gratuitement !



Prenez la formule de départ pour tester vos bannières.
50 000 affichages pour 50 € : environ 766 prospects.

Vous aurez tout le temps de prendre une formule plus avantageuse par la suite...

[Agence de publicité Internet](#)

Faire de la publicité hors ligne

Pour faire fonctionner un business sur Internet, il n'y a pas qu'Internet !

Faire un tour à l'extérieur :

Sans vous connecter, vous pouvez aussi trouver des clients potentiels.

- Parlez de votre site à toutes les personnes que vous connaissez de près ou de loin.
- Demandez-leur de vous aider ; vos amis en parleront à leurs amis.
- Distribuez une carte de visite (sans donner d'explication) à chaque personne que vous rencontrez.

La [carte de visite](#) est un moyen efficace et bon marché pour faire de la promotion, avec tout simplement votre signature (prénom, nom, slogan, site).

Imaginez, vous distribuez vos cartes de visites à 10 personnes que vous connaissez bien.

Chacune de ces 10 personnes parlent de votre site Web à 3 personnes et ainsi de suite. Eh bien, sans le vouloir, vous avez lancé un processus viral autour de votre site.

Le bouche à oreille a toujours été une très bonne technique de promotion !

Les journaux gratuits :

Il existe des publications hautement valables et souvent sous-estimées dans presque toutes les villes ou régions, dans lesquelles il est possible de placer des PA gratuites ou à peu de frais (journaux publicitaires, revues d'associations...).

L'intérêt majeur de cette forme de promotion réside dans la proximité : vous avez la possibilité de rencontrer les personnes intéressées.

Un atout certain dans l'acte d'achat !



Le marketing viral

Rassurez-vous le marketing viral n'est pas une maladie, ni un virus de toute dernière génération.

Le marketing viral, c'est quoi ?

Le marketing viral sur Internet est l'équivalent du bouche à oreille dans le monde réel en opposition au monde virtuel dont il est question ici.

Le marketing viral se distingue d'un simple bouche à oreille par son ampleur et sa vitesse de propagation.

Pourquoi le Web peut-il se transformer en un bouche à oreille géant ?

L'email est désormais ancré dans le quotidien du consommateur. Un consommateur choisira plus facilement le "clic à oreille" pour recommander un produit ou un service à ses connaissances.

Depuis de nombreuses années, les responsables marketing exploitent ce phénomène de bouche à oreille pour promouvoir leurs marques, leurs offres commerciales.

Le marketing viral n'est pas réservé qu'aux grandes entreprises. Une petite entreprise peut appliquer des méthodes de marketing viral de façon méthodique afin de démultiplier son fichier clientèle.

De quelle façon ?

Pour transformer le consommateur en vecteur de communication, votre produit et votre message doivent procurer de l'intérêt auprès de vos lecteurs.

Voici quelques recommandations pour développer un effet viral autour de votre site Internet :

- **Soyez généreux.**
Proposez gratuitement des produits ou services de qualité tels qu'un ebook, un logiciel à télécharger, une e-card attrayante...
- **Développez des relations avec les autres.**
Grâce aux emails, aux systèmes de messageries instantanées, aux communautés virtuelles, aux forums.
- **Placez votre message partout où vous le pouvez.**
Utilisez les sites appartenant à d'autres internautes : écrivez des articles, faites des échanges de liens.
- **Utilisez des modules de recommandation.**
Pour chaque lettre d'information que vous envoyez par email, insérez un lien « Recommander cet article à un ami ».

Le Web 2.0 ou médias sociaux

1. Qu'est-ce qu'on appelle les médias sociaux ?

Il y a quelques années, un utilisateur consultait le contenu des sites Web sans pouvoir agir ni réagir.

Avec le Web 2.0, l'utilisateur devient actif, peut s'exprimer, donner son avis, laisser un commentaire...

Le terme Web 2.0 n'est quasiment plus utilisé. On parle maintenant de "médias sociaux".

Dans "médias sociaux", il y a deux mots :

- **Média**
Moyen de communication et de diffusion d'information.
- **Social**
Qui dit "social" dit échange de goûts, de points de vue...

Internet est devenu plus interactif et participatif. L'internaute est positionné au cœur du système.

Il peut échanger de l'information, s'exprimer dans le but de partager, de donner son opinion, etc.



2. Les différentes catégories

Souvent, lorsqu'on parle de médias sociaux, on pense aux réseaux sociaux tel que Facebook ...

Les réseaux sociaux ne sont qu'une catégorie des médias sociaux.

En fait, les médias sociaux peuvent être regroupés par catégories selon leur utilité.

On en trouve pour tous les goûts et pour tous les usages.

Je vais ci-dessous vous citer les plus connus selon certains critères tels que accès à un public large, utilisation facile, fonctionnalités intéressantes :

- **Réseau sociaux :**

Généraliste : [Facebook](#), [MySpace](#)

Professionnelle : [LinkedIn](#), [Viadeo](#), [Ziki](#)

Création de réseaux sociaux : [Ning](#)

- **La micro-publication :**

Outils : [Twitter](#), [FriendFeed](#)

- **La publication :**

Blogs : [Wordpress](#), [Over-blog](#), [Typepad](#), [Blogger](#), [Skyblog](#)

Wiki : [Wikipedia](#), [Wikia](#)

- **Partage de fichiers :**

Vidéos : [YouTube](#), [Dailymotion](#), [Google Vidéos](#)

Photos : [FlickrR](#), [Twitpic](#) (dédié aux utilisateurs de Twitter)

Diaporama : [Slideshare](#)

Musique : [Last.fm](#), [Deezer](#)

- **Partage de liens :**

Liens favoris : [Delicious](#)

- **Portails d'articles :**

[Digg](#), [Owni](#), [Suite101](#), [Newsvine](#), [Wikio](#), [Agoravox](#)

et les [Digg-like francophones](#)

À noter :

Les Digg-like sont apparus en France quelques mois après l'explosion du site [www.digg.com](#) aux USA.

Ces sites vous permettent de poster un lien vers votre site, plus un bref résumé de votre article sur leurs sites. C'est donc l'endroit idéal pour publier des articles à forte valeur ajoutée, communiquer sur une vidéo de buzz marketing, donner les résultats d'une étude...

Suite de l'article : [15 conseils pour se faire connaître grâce aux Digg Like.](#)

3. Pourquoi utiliser les médias sociaux

Si j'ai décidé d'inclure les médias sociaux dans ce tome, c'est parce qu'ils sont des outils de marketing efficaces pour faire connaître son site Web. Faute de temps, à la date où j'écris ces quelques lignes, je n'ai pas pris le temps d'interagir avec ces moyens de communication.

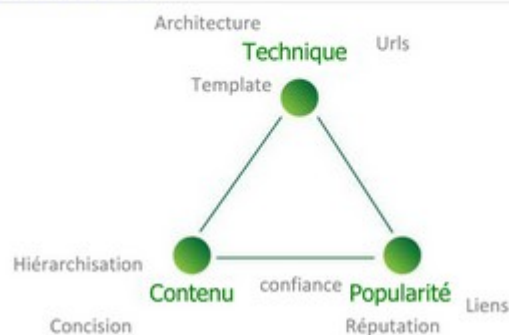
Je vais vous expliquer ci-après pourquoi j'ai prévu dans mon plan marketing les médias sociaux.

1) Les médias sociaux apportent un réel plus en termes de référencement :

- Création de backlinks (liens entrants) vers un site Web.
- Amélioration du positionnement sur les moteurs de recherche.
- Augmentation du trafic.
- Augmentation des ventes.

Le référencement s'articule sur 3 piliers indissociables : contenu, technique, popularité.

Le référencement aujourd'hui : 3 piliers indissociables



Source : activis.net

Il n'y a pas de stratégie marketing sans stratégie de contenu !

De nombreuses entreprises et individus s'empressent de mettre en ligne un blog, d'ouvrir un compte Twitter, un compte Facebook, etc., mais n'ont aucun contenu intéressant qui peut susciter l'intérêt du consommateur.

Ce n'est pas parce que de nombreuses personnes le font que les médias sociaux seront bénéfiques pour votre entreprise.

2) Les médias sociaux apportent des contacts ciblés :

- Augmentation du nombre des relations.
- Création d'une communauté autour de ses produits, de sa marque.
- Recrutement de partenaires.
- Amélioration de la marque.

Le marketing des médias sociaux est avant tout un marketing de l'écoute.

Par exemple, les réseaux sociaux permettent en quelque sorte une conversation entre vous et les autres membres du réseau.

Vous devez bien entendu partager vos connaissances, donner de l'information utile mais il est aussi important de savoir écouter ses interlocuteurs.

Et surtout, pour bien "réseauter", il ne faut pas oublier que les vrais relations ne se font pas uniquement derrière un ordinateur.

Petite vidéo :-) sur : [Comment s'enrichir avec Facebook](#).

On a l'embarras du choix pour ce qui est des médias sociaux.

Vous devez choisir les médias sociaux adaptés aux besoins de votre entreprise.

Les incontournables : Facebook, Youtube, Twitter, Viadéo.

Pour utiliser les médias sociaux pour votre business, vous devez :

- Définir vos objectifs.
- Identifier votre marché.
- Réaliser du contenu et le publier (sur votre site ou blog, sur les médias sociaux).
- Interagir avec les réseaux sociaux.
- Prendre connaissance de l'opinion des internautes qui lisent votre contenu.

Sur Internet Rien n'est gratuit

Vous avez vu à travers cet ouvrage qu'il existe un bon nombre de solutions pour faire connaître sa petite affaire.

Il n'y a pas de solution miracle comme je le disais dans le Tome 1 de cette collection.

Les moyens de promotion que vous mettez en place vous demanderont du temps ou de l'argent ou les deux.

Si on y réfléchit bien, le trafic gratuit n'existe pas !

Vendre par email coûte du temps, passer des petites annonces coûte du temps, écrire des articles coûte du temps, mettre des messages dans les forum coûte du temps, optimiser une page Web coûte du temps, cultiver une relation de confiance avec ses abonnés coûte du temps, etc.

Et le temps, c'est de l'argent !

Le marketing Internet, c'est obtenir un maximum de retours pour un même nombre de visiteurs.

Ce qui implique une organisation : apprenez à maximiser vos résultats.

Restez informé, n'hésitez pas à vous documenter, à demander des conseils aux professionnels du Web.

- ❶ Des articles, des conseils en marketing Internet, en référencement et en promotion de sites : [Ceriserouge](#).
- ❷ La communauté des professionnels de l'Internet marketing : [ABC Netmarketing](#).
- ❸ Un blog de conseils marketing gratuit : [Conseil Marketing](#).
- ❹ Les meilleurs conseils marketing de 2008 : [Ebook Gratuit](#).
- ❺ Les meilleurs conseils marketing de 2009 : [Ebook Gratuit](#).

De cette manière, votre petite entreprise sera florissante.

Internet est vraiment l'outil idéal pour développer un revenu, voire un très bon revenu.

Encore faut-il y croire et passer à l'action.

Connaissez-vous des entreprises qui se lancent sans objectif, sans avoir mis en place un plan d'action ?

Peut être que oui, mais sont-elles encore en activité ? J'en doute...

Si vous souhaitez gagner de l'argent grâce à Internet, augmenter votre pouvoir d'achat, il est indispensable que vous ayez :

des objectifs précis et un plan d'action pour réaliser ces objectifs.

Ne me dites pas : « mon objectif est de gagner de l'argent et le plus tôt sera le mieux ».

Arrêtez de faire l'autruche et ouvrez les yeux.

Ceux qui réussissent sont ceux qui prennent le taureau par les cornes, qui en veulent !

Vous avez un tout petit budget, ne vous inquiétez pas. Comme je disais au début de cet ouvrage, ce n'est pas l'élément le plus déterminant.

- Ayez réellement envie de réussir.
- Mettez en place un plan d'action et réinvestissez une partie de vos gains pour continuer le développement de votre petite entreprise.

Souhaitez-vous gagner de l'argent sur le Web en vendant des produits d'affiliations ou vos propres produits ?

Une entreprise sur le Net demande aussi un investissement financier, la mise en place d'un tableau de trésorerie, etc., etc.

Si votre objectif est de gagner 100 à 200 euros par mois, vous avez le droit d'être désorganisé et de perdre votre temps...

Parlons sérieusement !

Pour réussir, commencez à rédiger votre plan d'action !



Ouvrage à lire !

Toute création d'entreprise, qu'elle soit en ligne ou non demande à son dirigeant un minimum de connaissances en termes d'organisation et de gestion... De manière simple, vous apprendrez à vous fixer des objectifs, à élaborer un plan d'action réfléchi en adéquation avec vos objectifs visés...

« Un objectif sans plan s'appelle un vœu. »
Antoine de Saint-Exupéry

[Visitez la boutique du Club Stratégie](#)

Aidez-moi à vous aider

Le but de cet ouvrage est de vous aider à faire connaître votre site, à booster votre trafic.

De nombreux liens sont présents pour apporter à cet ouvrage de nombreuses informations complémentaires.

Si vous constatez que des liens sont brisés, c'est-à-dire que lorsque vous cliquez sur le lien :

- Un message d'erreur s'affiche.
- Le site est annoncé comme fermé.
- Le site est différent de celui décrit.

Merci de me prévenir en m'envoyant un email avec comme objet du message : « Erreur sur l'ebook intitulé ... »

Dans le message, indiquez la nature du problème et sur quelle page il se trouve.

Si vous souhaitez présenter votre produit ou service sur cet ouvrage, apporter de nouvelles idées, des critiques, des commentaires sur celui-ci,

n'hésitez pas à me contacter : contact@comment-gagner-sur-Internet.com

Vous avez aimé les trois tomes de la Collection 100 % Utile !
Alors soutenez-la en faisant un don.



D'avance merci pour votre aide !

Thierry Dubois

Pour votre futur

Bravo ! Vous avez lu ce livre jusqu'au bout et je suis ravi de vous avoir aidé.

Vous souhaitez certainement approfondir vos connaissances en matière de promotion, de référencement ou encore de marketing.

C'est possible, d'une façon simple et didactique, sans bouger de votre fauteuil ni dépenser un centime.

L'abonnement à ces deux newsletters gratuites est sans doute la façon la plus facile :

★ [La newsletter du Club Stratégie](#)

★ [Vendre par Internet](#)

De la même façon, je vous recommande de participer à la communauté francophone du marketing sur Internet :

★ [Forum marketing](#)

Si vous souhaitez apporter une critique ou remarque constructive à cet ebook, [n'hésitez pas à me contacter](#).

Thierry Dubois

Votre bien dévoué.



Souhaitez-vous bénéficier d'un pas à pas pour monter votre business sur Internet ?

Devenez membre du Club Stratégie et apprenez tout en gagnant de l'argent !

[Pour en Savoir Plus](#)

