

Acquérir de nouveaux clients

Guide pratique sur l'optimisation web



ET accès
uveau
itesse
venir
CONNECTER
PARTAGER
EQUIPE
réseau
INTELLIGENT
ACCÈS
PREMIER
TÉLÉCHARGER
SOLUTION
ACCÈS
nouveau
STILINO
PRÊT
nouveau
SECURISE
CONNECTION
PRÊT
EQUIPE
RAPIDE
FIABLE
avenir
INTELLIGENT
TÉLÉCHARGER
PARTAGER



ACQUÉRIR DE **NOUVEAUX CLIENTS**

Guide pratique sur l'optimisation web	01
Qu'est-ce que l'optimisation web?	01
L'importance des moteurs de recherche dans l'optimisation web	02
Transformer votre site web en machine à conversion	02
Les cinq clés d'une optimisation web réussie	03
Commencer par le début	03
Orientation	04
Déterminer votre budget	05
Mesurer vos résultats	06
Obtenir l'aide d'un partenaire	07
Rogers peut vous aider	08

Que vous souhaitiez créer un nouveau site web ou que vous en ayez déjà un, l'optimisation web est essentielle à son succès. Ce guide explique pourquoi l'optimisation de votre site est si importante et vous fournit cinq clés qui vous permettront de connaître le succès en renforçant vos efforts de marketing et de vente sur Internet.

QU'EST-CE QUE L'OPTIMISATION WEB?

Pour la plupart des entreprises, un site web vise principalement à accroître le nombre de clients potentiels et à augmenter les ventes. L'optimisation web est un terme général qui fait référence à un ensemble de mesures prises dans le but d'aboutir à ces résultats. Parmi ces mesures, on retrouve l'optimisation pour les moteurs de recherche, le marketing du paiement par clic et la génération d'occasions de vente, mais peu importe le terme ou le moyen utilisé, l'objectif demeure toujours le même : améliorer votre rendement sur le web et tirer davantage profit de votre investissement dans le marketing en ligne.

Il y a deux grandes activités d'optimisation web. La première consiste à optimiser votre visibilité dans les résultats des moteurs de recherche, qui sont la principale source de trafic pour la plupart des sites web. Et la deuxième est de faire en sorte que votre site web soit à même de transformer ce trafic en occasions de vente et en clients.

Pour la plupart des entreprises, un site web vise principalement à accroître le nombre de clients potentiels et à augmenter les ventes.

L'optimisation web est un terme général qui fait référence à un ensemble de mesures prises dans le but d'aboutir à ces résultats.



L'IMPORTANCE DES MOTEURS DE RECHERCHE DANS L'OPTIMISATION WEB

Les recherches constituent un aspect essentiel de l'optimisation web. Depuis presque deux décennies, les moteurs de recherche sont le point de départ de la plus grosse partie du trafic web, et ils jouent un rôle de plus en plus grand dans les achats. De nos jours, près de 90 % des clients les utilisent pour s'informer sur les produits et services avant d'effectuer un achat.¹ De plus, les consommateurs vont en ligne pour trouver des endroits où magasiner : 97 % d'entre eux consultent le web pour dénicher des entreprises locales.²

La place qu'occupent les moteurs de recherche aujourd'hui ressemble en quelque sorte à celle des *Pages Jaunes*^{MC} il y a vingt ou trente ans. À cette époque, les entreprises savaient que leur inscription dans les *Pages Jaunes* était essentielle pour se faire connaître des clients. Les moteurs de recherche font aujourd'hui partie intégrante du marketing; pour se tailler une place, les entreprises doivent y être solidement représentées!

Il existe bien sûr d'autres outils pour vous permettre d'augmenter le trafic et les ventes sur votre site web, y compris le marketing par médias sociaux et la publicité en ligne. Toutefois, l'importance des moteurs de recherche en fait le meilleur point de départ pour beaucoup d'entreprises.

TRANSFORMER VOTRE SITE WEB EN MACHINE À CONVERSION

Jumelée à une stratégie basée sur les moteurs de recherche, l'optimisation web vise à ce que votre site convertisse efficacement le trafic en résultats commerciaux. Pour ce faire, votre contenu et vos offres doivent être intéressants, mais vous devez aussi permettre aux visiteurs de faire facilement tout ce que vous voulez qu'ils fassent. Un site web doit être conçu en fonction des objectifs précis qu'on lui donne, que ce soit que les clients vous appellent, qu'ils vous fournissent leurs coordonnées, qu'ils téléchargent du contenu ou qu'ils effectuent un achat. Afin qu'un site web soit optimisé pour la conversion, il doit encourager le visiteur à passer à l'action et lui faciliter la tâche, les coordonnées de l'entreprise doivent être bien en évidence et les formulaires doivent être faciles à remplir. Le nombre d'étapes à réaliser pour qu'un visiteur devienne un client doit également être réduit au minimum. L'objectif de votre présence sur les moteurs de recherche est d'attirer des visiteurs à vous; l'objectif de votre site web est de faire en sorte que ces visiteurs deviennent des clients.

Il existe bien sûr d'autres outils pour vous permettre d'augmenter le trafic et les ventes sur votre site web, y compris le marketing par médias sociaux et la publicité en ligne.

Toutefois, l'importance des moteurs de recherche en fait le meilleur point de départ pour beaucoup d'entreprises.

¹ <http://fleshmanhillard.com/2012/01/31/2012-digital-influence-index-shows-internet-as-leading-influence-in-consumer-purchasing-choices/>

² www.google.com/placesforbusiness

LES CINQ CLÉS D'UNE OPTIMISATION WEB RÉUSSIE

Que doivent faire les entreprises intéressées par l'optimisation web, par où doivent-elles commencer? Bien qu'il n'y ait pas de méthode unique, voici cinq lignes directrices qui vous guideront et qui feront en sorte que vos efforts d'optimisation web donnent de bons résultats.

1. COMMENCER PAR LE DÉBUT

L'optimisation web peut comporter certaines mesures tactiques complexes, si bien qu'il vaut souvent mieux commencer par la base. Vous pourrez ensuite surveiller les résultats et les utiliser à titre de référence lorsque vous passerez à des programmes d'optimisation web plus complexes.

Les étapes ci-dessous sont relativement simples. Les suivre est un bon moyen de vous assurer que la base de votre site web sera assez solide pour vous permettre d'accroître vos efforts d'optimisation par la suite :

- Google est le moteur de recherche dominant au Canada (près des deux tiers des recherches y sont faites³!), il s'agit donc de l'endroit tout désigné pour commencer à renforcer votre présence en ligne. Si vous ne l'avez pas encore fait, **inscrivez-vous gratuitement sur Google**. En entrant vos renseignements de profil, assurez-vous de respecter les meilleures pratiques en matière d'optimisation pour les moteurs de recherche. Par exemple, utilisez des mots-clés cibles dans les champs de description et de catégorie. Et n'oubliez pas d'indiquer votre numéro de téléphone et de charger des photos. En créant des **pages d'affaires Google+** distinctes, vous augmenterez vos chances d'avoir un meilleur classement dans l'énorme moteur de recherche, tout particulièrement dans le cas des recherches locales. Vérifiez également votre classement local sur Yahoo! et sur *bing*^{MC}.
- Assurez-vous que votre entreprise est inscrite dans les principaux annuaires en ligne, y compris les annuaires nationaux et ceux propres à votre industrie. L'inscription de base est gratuite dans la plupart des annuaires. Profitez-en pour multiplier vos sources de trafic web. L'inscription à des annuaires peut également vous aider à améliorer votre classement dans certains moteurs de recherche.
- Mettez à jour les coordonnées de votre entreprise dans votre site web. L'une des mesures les plus simples pour faire de votre site web une machine à conversion, c'est de placer vos coordonnées à l'avant-plan. Au lieu de n'indiquer vos coordonnées que sur la page prévue à cet effet, assurez-vous qu'au moins votre numéro de téléphone figure dans la partie supérieure de la page d'accueil de votre site web.



Assurez-vous que votre entreprise est inscrite dans les principaux annuaires en ligne, y compris les annuaires nationaux et ceux propres à votre industrie.

L'inscription de base est gratuite dans la plupart des annuaires. Profitez-en pour multiplier vos sources de trafic web.

³ <http://www.marktheglobe.com/seo-canada/>

2. ORIENTATION

De nombreuses pages web ne connaissent pas de succès parce qu'elles essaient d'en faire trop. Ici, la règle du 80/20 s'applique souvent. Pensez aux produits et services que vos clients achètent le plus souvent, et créez votre site web en fonction de ceux-ci. En règle générale, ils correspondront à ce que les gens rechercheront le plus souvent. Vous aurez ainsi plus de chances d'augmenter votre trafic web. Consacrer une trop grande partie de votre site web à ce qui est moins populaire et à ce qui vend moins risque de nuire à sa capacité de générer du trafic à partir des moteurs de recherche.

Une autre option est de mettre l'accent sur les produits et services qui stimuleront la croissance de votre entreprise. Par exemple, si un dentiste vient tout juste de se procurer un appareil pour le blanchiment des dents, la page d'accueil du site pourrait mettre de l'avant les services de blanchiment de façon à promouvoir ce service. Un bureau d'avocats qui étend ses activités dans le domaine de l'immobilier pourrait en faire la promotion en intégrant un article à ce sujet dans sa page d'accueil.

Si vous souhaitez mettre de l'avant plusieurs éléments, utilisez des pages d'arrivée propres à chacun d'eux. Pour chaque produit ou service offert, créez une page web unique qui comporte beaucoup de mots-clés et de contenu sur le sujet. Comme les moteurs de recherche scrutent chacune des pages de votre site web individuellement, les pages d'arrivée vous permettent d'obtenir un meilleur classement pour plusieurs termes de recherche. Pour une recherche en particulier, au lieu d'afficher votre page d'accueil, le moteur de recherche dirigera le visiteur vers la page d'arrivée la plus pertinente. Les pages d'arrivée vous permettent non seulement d'améliorer votre classement de recherche, mais également d'augmenter votre taux de conversion : plus votre page d'arrivée correspond au terme de recherche du visiteur, plus votre taux de conversion sera élevé.

Pensez aux produits et services que vos clients achètent le plus souvent, et créez votre site web en fonction de ceux-ci.

En règle générale, ils correspondront à ce que les gens rechercheront le plus souvent. Vous aurez ainsi plus de chances d'augmenter votre trafic web.

3. DÉTERMINER VOTRE BUDGET

Avant de vous lancer dans l'optimisation de votre site web, vous devez établir votre budget. Cette tâche peut vous sembler compliquée puisqu'il y a de nombreuses façons d'aborder le projet. Définissez votre budget comme vous le feriez pour n'importe quel autre investissement : déterminez combien vous êtes prêt à payer pour un certain rendement.

Avant de demander des devis relatifs à l'optimisation web ou de décider du temps que vous consacrerez au projet, la réalisation d'un simple modèle par entonnoir vous permettra de déterminer si votre budget est adéquat. Commencez en calculant ou en estimant ce que vous rapporte en moyenne un client, pendant toute sa durée de vie. En d'autres mots, quels profits vous permet-il de réaliser tandis qu'il est votre client? En fonction de cet élément, calculez combien de nouveaux clients vous devez attirer pour rentabiliser le capital investi dans l'optimisation web. Vous pouvez ainsi estimer la quantité de nouveau trafic que votre programme d'optimisation web devra générer pour que vous atteigniez le nombre visé de nouveaux clients.

Par exemple, supposons qu'une entreprise réalise en moyenne 500 \$ de profits par client et que ses dépenses mensuelles moyennes liées à l'optimisation web sont de 1 000 \$. Ainsi, on sait que pour être fructueux, le projet d'optimisation web de l'entreprise doit attirer en moyenne deux nouveaux clients par mois.

Quelles que soient les hypothèses ou les données auxquelles vous vous fiez pour établir votre budget, ne perdez pas de vue deux importants éléments. Tout d'abord, voyez l'optimisation web comme un investissement et évaluez-en le rendement en fonction de ce qu'elle rapportera à votre entreprise. Ensuite, vérifiez vos hypothèses et mettez-les à jour au fur et à mesure que le projet évolue. Plus vous en saurez au sujet de vos taux réels de conversion, des dépenses moyennes par client, etc., plus vous serez en mesure d'évaluer le montant de l'investissement continu.



4. MESURER VOS RÉSULTATS

Ce dernier point nous amène à l'importance de calculer les résultats. Le succès de l'optimisation web dépend de votre capacité à surveiller les résultats et à voir ce qui fonctionne et ce qui ne fonctionne pas.

Une trousse d'analyse web, par exemple Google Analytics, est probablement l'outil de calcul le plus important. L'analyse web fournit une foule de renseignements sur les activités liées à votre site : d'où proviennent les visiteurs, quels termes de recherche les ont menés à votre site et quelles pages ils ont visitées. Ces renseignements vous aideront à évaluer l'efficacité de votre présence sur les moteurs de recherche et de votre site web en tant que machine à conversion.

Parmi les autres outils importants, on retrouve les numéros de suivi que vous pouvez recevoir directement sur votre sans-fil, de même que les données de recherche concernant votre site web. Si votre site web dispose d'un champ de recherche, le registre des termes entrés par les visiteurs permet de mieux comprendre le contenu ou les produits qui les intéressent.

Lorsque vous examinez vos résultats et que vous évaluez votre programme d'optimisation web, il est important de prendre en compte la bonne période. Par exemple, pour plusieurs projets d'optimisation web – particulièrement ceux qui portent sur l'optimisation pour les moteurs de recherche – cela peut prendre de 45 à 60 jours avant que vos efforts commencent à porter fruit. L'optimisation web peut être un moyen rapide d'augmenter vos ventes, mais il s'agit également d'une stratégie à long terme qui exige une évaluation des résultats ainsi que des ajustements, le cas échéant, sur une base continue.

L'analyse web fournit une foule de renseignements sur les activités liées à votre site :

d'où proviennent les visiteurs, quels termes de recherche les ont menés à votre site et quelles pages ils ont visitées.

ROGERS PEUT VOUS AIDER

Certains propriétaires de petites entreprises ne savent absolument pas à quoi leur sert leur site web; l'optimisation web peut les aider non seulement à atteindre des résultats, mais également à bien comprendre à quoi cet investissement leur sert.

Si un programme d'optimisation web vous intéresse et que vous avez besoin de conseils ou d'aide, Rogers est là pour vous. Notre programme *OutRank*^{MC} accrédité par Google fournit un service complet d'optimisation web, en plus de nombreux avantages :

- *OutRank* est en quelque sorte votre équipe de marketing sur mesure; il vous offre tout ce dont vous avez besoin pour que votre site web stimule la croissance de votre chiffre d'affaires.
- Grâce à *OutRank*, votre site web se transformera en une vraie machine à conversion, générant de trois à quatre fois plus d'appels et de courriels en moyenne que le ferait un programme d'optimisation à réaliser soi-même.
- Avec *OutRank*, un spécialiste en marketing aura pour mission de comprendre en quoi consiste votre entreprise et d'obtenir les meilleurs résultats qui soient en fonction de votre programme.

Pour en savoir plus, consultez le [site web d'OutRank](#), ou [communiquez avec un représentant d'OutRank](#).

L'optimisation web peut les aider non seulement à atteindre des résultats, **mais également à bien comprendre à quoi cet investissement leur sert.**



ÉTACCÈS
uveau
itesse
venir
CONNECTER
PARTAGER
EQUIPE
réseau
INTELLIGENT
ACCÈS
PREMIER
TÉLÉCHARGER
SOLUTION
ACCÈS
nouveau
PRÊT
STILINO
SECURISE
EQUIPE
PRÊT
ACCÈS
CONNECTION
avenir
INTELLIGENT
TÉLÉCHARGER
PARTAGER
RAPIDE
FIABLE