

Vous avez une vague idée des prestations digitales dont vous auriez besoin ?

N'hésitez pas à prendre quelques minutes pour les sélectionner, nous en parlerons ensuite pour en déterminer ensemble la pertinence par rapport à vos attentes concernant votre stratégie de marketing digital

Analyse de votre audience cible

- Identification de ses besoins et attentes par rapport à votre offre
- Formalisation des requêtes/mots-clés qui seront utilisées par les internautes sur Google
- Ciblage de votre audience parmi les internautes qui ne connaissent pas votre marque
- Ultra personnalisation des contacts et des messages adressés à l'audience cible

Connaissez-vous vos différences par rapport à vos concurrents ?

- Votre capacité à fidéliser vos clients et à générer le bouche-à-oreille
- Un service à la clientèle irréprochable
- Un marché de « Niche » (segment spécifique de votre marché)
- Le Design / l'esthétique
- L'Innovation et les performances techniques
- Votre proposition de valeur (écologie, économie durable, etc.)
- Une offre personnalisée pour chaque segment de clientèle
- Des délais plus performants
- Des meilleurs Tarifs

Comparaison concurrentielle

- Benchmarking interne
- Evaluation et comparaison des différentes données (trafic SEO, positionnement des différents sites sur les mots-clés core business, etc.)

- Identification, analyse et comparaison des meilleures pratiques concurrentielles de l'offre digitale, en termes de politique de prix, d'étendue d'une gamme de produits, de type de services, de promotions, etc.
- Identification des tendances du marché et des lancements de produits/ services concurrents

Vous n'avez pas encore de site web ou vous voulez refaire l'actuel ?

Mettre en ligne un site web et le rentabiliser ne s'improvise pas, vous devrez choisir le bon nom de domaine, la bonne extension, etc.

Développement de site WordPress

- Vitrine - (P)
- Générateur de prospects/clients - (P)
- Réservation et enregistrement du nom de domaine
- Choix de l'hébergeur
- Création des adresses mails
- Mise en place du CMS WordPress
- Réglage du menu général
- Implémentation du thème NEVE et des Plugins (sécurité, référencement, etc.)
- Site responsive (s'adaptera à tous les types d'écran) (Proposé d'office)
- Le CONTENU de départ: vos données de contact, la présentation de vos principaux produits (jusqu'à 5 pages et CTA)
- Le RGPD et les mentions légales
- Un référencement naturel avec Yoast SEO
- Optimisation des Métadonnées
- Stratégie d'acquisition de liens (Netlinking)
- Installation de Google Search Console & Google Analytics 4

Maintenance de votre site web

- Mise à jour plugins/Thèmes - (P)
- Audit de sécurité & anti-piratage - (P)
- Ergonomie (UX, Chargement des pages) - (P)

Référencement naturel WordPress / Yoast SEO - (F&P)

Intégration

Intégration des pages en HTML5 et CSS3 en respectant les standards du web -

Vérification de la comptabilité avec les navigateurs (chrome, Mozilla, etc.) - (F&P)

RGPD | Mentions légales | Cookies & tracking - (F&P)

Landing page

Entonnoir de conversion

CTA (Call-to-Action)

Formulaire... - (F&P)

Suivi de performance du site avec [Google Analyitcs 4](#)

[Google Search Console](#)

WordPress et le SEO – [Yoast SEO](#) - (F&P)

**Profitez d'1/2 heure d'appel gratuit pour
discuter de votre projet sans engagement**

www.yourbso.com - info@yourbso.com - +32 (0)477669201

Vous avez déjà un site web et vous souhaitez le maintenir sur le plan des contenus et du référencement naturel SEO

Débuter en SEO

Gagnez facilement une meilleure position sur Google grâce à ce module SEO

- Débuter en SEO sur Google - (F)
- Utiliser la Google Search Console - (F)
- Temps de chargement des pages - (F)
- La balise meta "description" - (F)
- Balises Schema.org et Rich Snippets - (F)
- La balise meta Title - (F)
- Les mots en gras - (F)
- Les attributs alt et title (liens, images) - (F)
- Les images - (F)
- Bien choisir son nom de domaine et l'extension - (F)
- Les sous-domaines - (F)
- Les intitulés d'URL - (F)

SEO

Stratégie de mots-clés

- Qu'est-ce qu'un (bon) mot-clé ? - (F)
- Quels outils pour vous aider à trouver vos mots-clés ? - (F)
- Comment choisir vos mots-clés ? - (F)

Le choix de vos mots et expressions clés sont stratégiques pour la visibilité de votre offre sur le web

- Mot-clé en longue traine - (F)
- Mot-clé Informationnel - (F)
- Mot-clé commercial - (F)
- Mot-clé navigationnel - (F)
- Mot-clé transactionnel - (F)

Rédaction Web SEO

Content is king

La rédaction de contenu est un des piliers les plus importants pour réussir votre référencement naturel

- Définition de l'audience cible et de ses requêtes - (F)
- Fixer un objectif pour chaque page web et suivre ses performances - (F)
- Quelles sont les caractéristiques d'un bon sujet - (F)
- Choisir ses outils d'aide à la rédaction web SEO - (F)
- L'accroche et la pyramide inversée - (F)
- Rédiger un chapô - (F)
- Rédiger un titre accrocheur - (F)
- Faciliter la lecture de vos textes pour mieux accrocher le regard de vos lecteurs - (F)
- Quels sont les critères de qualité d'un contenu - (F)
- Balisage html - (F)
- Optimisation : Titres, Méta balises, etc. - (F)
- Planification d'un calendrier éditorial - (F)
- Rédaction et publication de nouveaux contenus SEO sémantiquement optimisés - (F)
- Posts et articles pour les réseaux sociaux - (F)
- Autre demande rédactionnelle - (F)
- Newsletter - (F)

Le SEO Off-Page

Garantit l'autorité de votre site web

- Fiche produit - (F)
- Contenu pour attirer des prospects - (F)
- Contenu pour "éduquer", informer - (F)
- Contenu pour transformer en leads - (F)
- Contenu pour fidéliser - (F)

- Liens internes et externes, entrants et sortants - (F&P)
- Réputation d'une page distante - (F&P)
- PageRank - (F&P)
- L'attribut Nofollow ... - (F&P)
- Le spam et les pénalités sur les liens - (F&P)
- Netlinking - (F&P)

- Suivre les performances de votre stratégie SEO
- Maintenir les performances de votre stratégie SEO

Entonnoirs de conversions

Inbound marketing

- ✓ Attirer des visiteurs
- ✓ Générer du trafic
- ✓ Acquérir de la visibilité
- ✓ Développer sa notoriété
- ✓ Instaurer la confiance entre votre marque et vos utilisateurs

- Point sur votre audience cible**
 - ⇒ Quels sont les centres d'intérêt de votre public ?
 - ⇒ Quelles informations leur seraient utiles ?

- Entonnoir de conversion transactionnel
- Entonnoir de conversion non-transactionnel
- Suivre les performances de vos [entonnoirs de conversions](#)

- Quels types de mots-clés utiliser selon les différentes étapes (TOFU-MOFU-BOFU) de [l'entonnoir de conversion](#)
 - ⇒ Mot-clé d'intention Informationnelle
 - ⇒ Mot-clé d'intention Commerciale
 - ⇒ Mot-clé d'intention Navigationnelle
 - ⇒ Mot-clé d'intention Transactionnelle

- Quel type de contenu publier selon les différentes étapes (TOFU-MOFU-BOFU) de [l'entonnoir de conversion](#)
 - Articles de blog
 - Guide gratuit à télécharger
 - Étude de cas
 - Liste de contrôle (Checklist)
 - Infographie
 - Vidéo explicative

La phase MOFU de l'entonnoir de conversion consiste à

Convertir vos visiteurs en prospects. Pour cela vous devez convaincre vos lecteurs que vous êtes le meilleur choix qu'il puisse faire

La phase BOFU de l'entonnoir de conversion consiste à

- ✓ Augmenter la valeur de vie de vos clients
- ✓ Transformer vos clients en ambassadeurs
- ✓ Augmenter le taux de rétention
- ✓ Augmenter la fréquence d'achats

- Mini-formationen sous forme de vidéos en ligne
- Webinaire
- Page de destination (Landing Page)
- Appel à l'action (call-to-action)
- Newsletter
- Demande de devis (via un formulaire)
- Témoignages d'experts
- Démonstration de produits

- Proposer une offre plus attractive que la concurrence (Benchmark)
- Cas concret
- Success stories
- Présentation / Démo de vos produits / Services
- Avis clients
- Témoignages vidéos
- Offre d'essai
- Réduction première commande
- Offre personnalisée
- Organisation d'événements / rencontres

Cocon sémantique
Plan de taggage

- Créer un cocon sémantique
- Pourquoi et comment faire un plan de taggage
- Suivez-vous les performances de tous les points stratégiques de votre site web ?

Google Analytics 4 & Google Tag Manager

Vous ne connaissez pas la rentabilité de votre site web et vous n'imaginiez même pas qu'il pouvait être vecteur de croissance pour votre entreprise

Vous voulez connaître les points forts de votre présence en ligne ?
Ceux à améliorer ?
La rentabilité de votre site web ?

Cependant, l'outil Google Analytics vous paraît complexe
Alors ce module est fait pour vous



Informations sur la formation
Google Analytics 4 par Yourbso & Inscription

- Configuration de votre compte Google Search Console et Google Analytics 4 ([Gratuit par vision sur inscription](#))
- Présentation succincte de l'outil Google Analytics 4 ([Gratuit par vision sur inscription](#))
- Qui sont vos visiteurs ? D'où viennent-ils ? Comment trouvent-ils vos contenus en ligne ?
- Quels sont les contenus les plus consultés ? Combien de visiteurs avez-vous ?
- Obtenez-vous des clients grâce à votre site ?
Autant de questions et bien d'autres auxquelles ce module Google Analytics 4 répondra
- Identifier et interpréter les canaux et sources d'accès à votre site
- Analyser vos campagnes de publicités (liens commerciaux - Adwords - campagnes)
- Tirer des constats et proposer des pistes d'action pour améliorer la qualité de vos pages, mais aussi de votre stratégie digitale et taux de conversion
- Analyse des rapports Google Analytics 4, dimensions et métriques
- Analyse des explorations dynamiques Google Analytics 4, dimensions et métriques

- Les événements recommandés, personnalisés + Google Tag Manager
- Audit et définition de vos audiences cibles
- [Formation Google Analytics 4](#)
(Pour rappel que Google Analytics 3 ne traitera plus vos données à partir du 1/7/23)
- Mesurer vos entonnoirs de conversions
- RGPD
- Gestion des données

Objectifs SMART et KPI

- Mise en place de vos objectifs SMART Commerciaux à court, moyen et long terme (lead generation, awareness, etc.)
- Identification et suivi de vos KPIs afin de contrôler l'atteinte des objectifs et optimiser votre stratégie digitale
- Pourquoi et comment fixer un objectif pour chaque page web ?

Google Search Console

L'outil gratuit allié de votre SEO

- Où en est votre [référencement naturel](#) – SEO avec ([Google Search Console](#)) - (F&P)
- Quels sont les requêtes et mots-clés les plus populaires ou les moins bons ? - (F&P)
- Mesurer et optimiser les temps de chargement des pages - (F)
- Quels sont les problèmes techniques que rencontrent les pages web de votre site et comment y remédier ? - (F)

Audience cible

Créer vos audiences cibles et comprendre leurs besoins par rapport à votre offre
Quels contenus intéressent le plus votre audience cible ?

