

Propulsez votre croissance digitale : Les 10 piliers de votre stratégie webmarketing

Fondations et Objectifs

- Définir précisément vos buyer personas en combinant données démographiques, points de douleur, objectifs et habitudes de consommation.
- Établir des objectifs SMART (Spécifiques, Mesurables, Atteignables, Réalistes, Temporels) pour chaque levier d'acquisition.

Optimisation Technique et SEO

- Réaliser un audit technique complet : vitesse de chargement (Core Web Vitals), compatibilité mobile et protocole HTTPS.
- Effectuer une recherche de mots-clés basée sur l'intention de recherche (informationnelle, transactionnelle, navigationnelle) pour structurer le tunnel de conversion.

Mesure et Analyse

- Mettre en place un plan de tracking avec Google Analytics 4 et Google Tag Manager avant le lancement pour mesurer le ROI dès le premier euro investi.

Contenu et Présence Sociale

- Choisir les plateformes sociales selon la présence réelle des personas, en privilégiant la qualité de l'engagement sur un ou deux canaux.
- Développer une stratégie de contenu 'Content Hub' ou piliers de contenu pour renforcer l'autorité thématique (EEAT) aux yeux des moteurs de recherche.

Conversion et Automatisation

- Prévoir un budget dédié pour le test et l'apprentissage (A/B testing) des campagnes publicitaires avant d'allouer la totalité de l'enveloppe.
- Installer des outils de capture de prospects (lead magnets) adaptés aux différentes étapes du parcours client.
- Automatiser le suivi des leads via un CRM couplé à des séquences d'email marketing (nurturing) pour convertir les visiteurs non prêts à l'achat immédiat.