

# 50

## CONSEILS POUR CONSTRUIRE SA PRÉSENCE EN LIGNE

**afnic**  
Réussir en 



au programme

## ÊTRE SUR INTERNET, *plus qu'un atout, une nécessité.*



**Le numérique est une chance à saisir. Il représente un formidable levier de croissance pour toutes les TPE et PME en France.**

Car un site internet, c'est un commercial actif 24h/24, 7j/7, au service de votre promotion. Ce guide a pour objectif de vous aider à construire pas à pas la meilleure présence en ligne possible. Libre à vous de suivre rigoureusement nos conseils ou de piocher parmi ceux qui vous semblent les plus utiles ou les plus urgents à mettre en place. L'important reste de vous lancer maintenant !

étape 1

**SE LANCER  
SUR INTERNET**  
p.4/19

Réfléchissez d'abord à vos objectifs et aux moyens à votre disposition. Sur des bases solides, vous aurez plus de chances de concrétiser rapidement vos ambitions.

étape 2

**COMMUNIQUER  
SUR SON ACTIVITÉ**  
p.20/33

Utilisez votre présence en ligne pour valoriser votre activité et échanger avec vos clients et fournisseurs. Vous allez ainsi devenir de plus en plus visible sur le web.

étape 3

**FAIRE LE BILAN  
DE SES ACTIONS**  
p.34/44

Constatez l'efficacité de vos actions grâce aux chiffres et aux retours clients. Comprenez ainsi ce qui fonctionne dans votre stratégie et ce qui doit être redéfini.



# étape **1** SE LANCER SUR INTERNET

*Posez pas à pas les bases  
de votre présence en ligne*



1

## Fixez vos objectifs

**Il y a de nombreuses raisons d'investir le web. L'idéal est de comprendre à l'avance vos motivations.**

Vous pouvez vous lancer sur internet pour :

- accroître la notoriété de votre entreprise
- améliorer vos ventes
- offrir un meilleur service à vos clients
- être plus à l'écoute pour améliorer vos prestations
- réduire vos coûts de communication en impression, etc.

Ces objectifs posés, il sera plus facile de mesurer vos performances et peut-être, de réorienter votre stratégie. N'oubliez pas que développer une présence en ligne est un travail de longue haleine qui nécessite pragmatisme et patience. Afin de déterminer le temps que vous y consacrez, demandez-vous aussi qui s'en occupera (vous, l'un de vos employés, un prestataire...).

### NOTRE CONSEIL

N'hésitez pas à chiffrer vos objectifs en veillant à rester réaliste (exemple : augmenter mon chiffre d'affaires de 5%)

2

## Observez vos concurrents

**Regardez autour de vous pour trouver l'inspiration mais aussi vous démarquer.**

Si vous n'avez pas d'idées précises sur les objectifs réalisables ou les outils à mettre en place, pourquoi ne pas jeter un œil sur vos concurrents ? Il ne s'agit pas de copier leurs actions, seulement de s'en inspirer et d'observer comment vous différencier. En marketing, on parle de « benchmark ». Observez la configuration de leur site internet, les réseaux sociaux qu'ils utilisent, leur façon d'interagir avec leurs clients... Notez toutes les bonnes idées. Cela vous aidera par la suite.

### NOTRE CONSEIL

Ne vous limitez pas seulement à vos concurrents directs – même secteur ou zone géographique que vous – mais voyez plus large !

3

## Définissez votre budget

**Au-delà des moyens humains, ce sont vos finances qui déterminent votre périmètre d'action sur le web.**

Demandez-vous : « Combien suis-je prêt à investir dans ma présence en ligne ? » Il s'agit de définir un budget pour la création de votre site, mais aussi pour la publicité ou d'autres outils comme une newsletter. Ne vous inquiétez pas si votre budget vous semble léger, il est toujours possible d'en tirer le meilleur parti. Définissez-le simplement en amont pour mieux délimiter ce qu'il vous sera possible de faire ou non. Il n'existe en revanche pas de plafond maximal. Tout dépend de votre ambition et surtout de vos moyens !

*Ne vous inquiétez pas si votre budget vous semble léger. Il est toujours possible d'en tirer le meilleur parti.*

### NOTRE CONSEIL

Dans l'idéal, prévoyez un budget minimum de 250/300€ pour la première année.



1

## SE LANÇER SUR INTERNET

2

COMMUNIQUER SUR SON ACTIVITÉ

3

FAIRE LE BILAN DE SES ACTIONS

4\*

Voire site web

## Créez votre site internet

**Au regard de votre budget, déterminez comment vous allez créer votre site web : faire appel à un prestataire ou avoir recours à une plateforme spécialisée.**

Peu de personnes disposent des compétences informatiques nécessaires pour créer leur site web. C'est pourquoi deux méthodes s'imposent pour y parvenir :

- Faire appel à une entreprise spécialisée. Ce peut être une agence de communication proche de chez vous capable de vous créer un site professionnel clé en main selon vos exigences. Cette méthode se facture entre mille et plusieurs milliers d'euros.
- Utiliser une plateforme de création de site web comme Jimdo ou 1&1. Vous disposez de « templates », des sites pré-paramétrés et personnalisables qui ne nécessitent aucune compétence spécifique. Si elle est moins onéreuse, cette méthode demande plus d'investissement personnel et de patience.

5

## Choisissez votre nom de domaine

**Lors de la création de votre site internet, vous devez choisir un nom de domaine, autrement dit votre adresse sur le web.**

Le nom de domaine permet aux internautes de vous retrouver facilement, d'où la nécessité d'y prêter une attention particulière. Nous vous conseillons d'opter pour un nom strictement personnel où le nom de la plateforme d'hébergement que vous utilisez n'apparaît pas. Cela confère plus de crédibilité et une meilleure visibilité. Gardez en tête que le nom de domaine est un véritable outil marketing pour communiquer sur votre activité. Il doit donc être percutant. Évitez d'inclure des chiffres, peu appréciés par les moteurs de recherche.

### NOTRE CONSEIL

Optez pour un nom de domaine court qui fait référence à votre métier par un mot clé.

6

## Optez pour une extension en .fr

**Un nom de domaine comprend une extension : son suffixe placé à droite, juste après le point. Le .fr est la plus judicieuse des extensions pour votre activité en France.**

L'engagement financier pour un nom de domaine est minime - à partir de 5€ par an - selon le bureau d'enregistrement auprès duquel vous déposez votre nom et l'extension choisie (.fr, .paris, .net, .info, etc.). Un nom de domaine s'achète avec un engagement d'un an renouvelable chaque année ou pour plusieurs années. Avec un nom de domaine en .fr vous bénéficiez du crédit et de la proximité accordés à la marque France.

*87% des Français trouvent qu'une adresse en .fr donne confiance.*

\*Source : reussir-en.fr, 2017

### NOTRE CONSEIL

Vérifiez la disponibilité du nom de domaine que vous souhaitez enregistrer sur [www.reussir-en.fr](http://www.reussir-en.fr)

\* 7

## Adoptez une adresse email personnalisée

Une fois votre nom de domaine enregistré, configurez une adresse email personnalisée afin de gagner en crédibilité professionnelle.

Exit les adresses Gmail ou Hotmail, trop génériques et pour lesquelles vous faites de la publicité. Créez une adresse email qui reprend votre nom de domaine dans son intitulé. Par exemple : contact@bertrandplombier.fr. Souvent, lorsque vous enregistrez votre nom de domaine auprès d'un bureau d'enregistrement, celui-ci vous propose gratuitement une ou deux adresses email personnalisées. Dans tous les cas, le coût est très faible : moins d'un euro par adresse.

### NOTRE CONSEIL

Créez autant d'adresses email qu'il y a de personnes dans votre entreprise.

\* 8

## Déterminez les informations qui figureront sur votre site

Avant de bâtir votre maison, vous réfléchissez à son architecture extérieure mais aussi aux pièces à l'intérieur. Pour un site web, c'est pareil !

Est-ce que les internautes verront vos réalisations ? Vos tarifs seront-ils visibles ? Voilà autant de questions à vous poser. Heureusement, la comparaison avec vos concurrents vous permet d'envisager plus facilement cette étape. Le plus important est de présenter clairement votre activité et d'intégrer une rubrique « contact » pour que vos clients présents et futurs puissent vous joindre facilement. Ce peut être une adresse email, un numéro de téléphone avec vos horaires, un formulaire de contact intégré, ou même ces trois options réunies.

### NOTRE CONSEIL

Privilégiez le formulaire de contact. Grâce à lui les internautes n'ont plus qu'à entrer leur message pour vous contacter.

*Votre site web*

\* 9

## Pensez design et ergonomie

Une fois seulement le contenu de votre site établi, travaillez son apparence.

Avec une fibre artistique, il est tentant d'oser les designs les plus fous ! Mais n'oubliez pas que votre site est le reflet de votre entreprise, pas de vos goûts personnels. Les internautes recherchent des informations claires et facilement accessibles.

Alors faites simple, épuré, et mettez-vous à la place de vos clients. Donnez-leur facilement les renseignements qu'ils peuvent rechercher sur votre entreprise et vos produits ou services.



\* 10

## Adaptez votre site à tous les écrans

Optez pour un site en « responsive design » : capable de s'adapter automatiquement à toutes les tailles d'appareils.

En 2017, 2 Français sur 3 se sont connectés à internet sur leur mobile\*. Pour ne pas perdre ces utilisateurs, vous devez vérifier que votre site s'adapte bien aux écrans d'ordinateur, de smartphone et de tablette. Généralement, la plupart des plateformes de création de site web intègre automatiquement le responsive design dans leur paramètre.

\*Source : Mediamétrie - L'Audience Internet Mobile en France en avril 2017



*En 2017,  
2 Français  
sur 3 se sont  
connectés à  
internet sur  
leur mobile.*

*Votre site web*

\* 11

## Rédigez vos mentions légales

**Obligatoires d'un point de vue juridique, les mentions légales informent les visiteurs d'un site sur l'identité de son responsable.**

Il n'existe aucune règle sur l'emplacement où doivent figurer les mentions légales, ni sur la façon dont elles doivent être rédigées. Seule compte la mention des points suivants :

- Pour une « personne physique » (micro-entrepreneur, entreprise individuelle, EIRL) : votre nom et votre prénom ; votre adresse email ; votre numéro de téléphone ; l'adresse postale de votre domicile ; les coordonnées de l'hébergeur de votre site.
- Pour une « personne morale » (sociétés, SARL, EURL, SAS, SA, etc.) : votre dénomination ou raison sociale ; l'adresse de votre siège social ; le nom du directeur de la publication (celui qui ordonne et/ou publie sur le site) ; un numéro de téléphone ; le montant du capital social ; les coordonnées de l'hébergeur de votre site.
- Si votre activité est commerciale, faites figurer en plus votre numéro d'inscription au registre du commerce et des sociétés (SIRET, RCS) ainsi que votre numéro de TVA intracommunautaire.
- Si votre activité est artisanale, affichez aussi votre numéro d'immatriculation au répertoire des métiers (SIRET, RM).
- Si votre profession est réglementée, il est conseillé d'afficher votre numéro de déclaration simplifiée effectuée auprès de la CNIL.

\* 12

## Protégez votre site

**Face à la menace du piratage informatique, la protection des données concerne autant les grandes entreprises que les TPE et PME.**

Si vous avez utilisé une plateforme pour créer votre site internet, la protection de vos données est directement assurée par celle-ci. Veillez néanmoins à utiliser un mot de passe de connexion à votre CMS complexe plutôt qu'une suite de lettres ou de chiffres. Il découragera plus facilement les pirates informatiques qui tentent d'y accéder. Si vous avez fait appel à un prestataire, assurez-vous que votre site est bien protégé et n'hésitez pas à lui demander des précisions sur les attaques dont vous pouvez faire l'objet.

### NOTRE CONSEIL

Pour un mot de passe efficace, utilisez des chiffres, des lettres et des caractères spéciaux.

\* 13

## Gérez et sauvegardez vos données

**Pour être plus réactif et anticiper les dommages d'une panne ou d'une attaque informatique, il est préférable de sauvegarder régulièrement ses données.**

Au cas où vos serveurs ou votre site deviennent inaccessibles, vous devez pouvoir récupérer rapidement vos données afin de ne pas pénaliser l'activité de votre entreprise. Évaluez d'abord le périmètre de toutes les données essentielles (fiches clients, contacts des fournisseurs, comptabilité...) et le temps qu'il vous faudra pour les récupérer, puis optez pour une solution dédiée.

- Si votre entreprise traite des milliers de factures et de commandes par mois, adressez-vous directement à un intégrateur de solutions logicielles pour concevoir un système de sauvegarde personnalisé.
- Sinon, préférez une solution en cloud (stockage dématérialisé) très efficace et sécurisée. Le prix d'un stockage en cloud dépend du volume des données et démarre à 20€ par mois environ.



*Vendez facilement  
n'importe quand et  
proposez l'intégralité  
de votre catalogue en un  
coup d'œil... partout en  
France et dans le monde !*



15

## Rédigez vos conditions générales de vente

À l'image des mentions légales, les conditions générales de vente (CGV) sont juridiquement obligatoires si vous lancez votre site e-commerce.

Les CGV définissent la politique commerciale de votre société et encadrent le processus de vente. Les points suivants doivent y figurer :

- Pour une « personne physique » : nom, prénom et adresse du lieu de résidence ; adresse email ; numéro de téléphone ; numéro d'inscription au Registre du commerce et des sociétés ou Répertoire des métiers ; numéro individuel d'identification fiscale.
- Pour une « personne morale » : l'adresse de la société, sa raison sociale, ses coordonnées téléphoniques ainsi que son adresse email, son numéro d'inscription au RCS ou Répertoire des métiers et numéro individuel d'identification fiscale.
- Les modalités de passation d'une commande en ligne, de l'enregistrement de la commande et les motifs pouvant l'invalider.
- Les moyens de paiement acceptés (CB, PayPal...), les règles encadrant les mensualités multiples et le mode de sécurisation de l'achat.
- La date limite à laquelle vous vous engagez à livrer le bien ou à exécuter la prestation de service, ainsi que l'existence d'un droit de rétractation, ses exclusions éventuelles et le délai de remboursement si le droit de rétractation est exercé.

Une case informant que le client accepte les conditions du contrat doit être présente lors de la finalisation de la commande et a valeur de signature manuscrite.



14

## Et pourquoi pas une e-boutique ?

**Captez une cible en progression constante en vendant directement vos produits et services sur le web.**

Vous l'avez peut-être remarqué : de plus en plus de personnes utilisent internet pour leurs achats au quotidien. Un site e-commerce relève de nombreux avantages par rapport à une boutique « physique » : pas de loyer à payer, ni de gestion des produits en rayon ou d'horaires d'ouverture. Vous vendez facilement à tout moment et proposez l'intégralité de votre catalogue en un coup d'œil... partout en France et dans le monde ! Seuls s'ajoutent des frais de livraison.

Pour lancer un site e-commerce, c'est très simple. Comme pour un site web traditionnel, vous pouvez confier sa création à une agence spécialisée ou utiliser une plateforme clé en main. Vous disposez alors d'une interface personnalisable, tant au niveau du design que du contenu.

### NOTRE CONSEIL

Comme pour votre site, votre e-boutique doit être simple et épurée pour mettre en valeur vos produits.

16

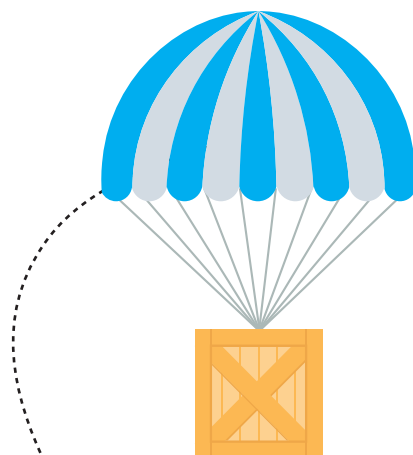
## Soyez clair sur les fiches produits

**Plus vous serez précis sur les fonctions et les avantages de vos produits, plus vos clients seront enclins à passer commande.**

Vous avez l'opportunité de rédiger des fiches descriptives pour tous les produits ou les services que vous vendez. Alors ne faites pas les choses à moitié ! Un maximum de détails aide l'internaute à mieux cerner ce que vous lui vendez et lui donne davantage confiance en vos prestations. Ainsi, en plus d'un texte descriptif complet, pensez à proposer différentes photos de vos produits.

### NOTRE CONSEIL

Indiquez les mesures du produit, ses couleurs, toutes ses fonctionnalités, ses conditions d'utilisation, son lieu de fabrication...



17

## Facilitez les modes de paiement et de livraison

**Pour satisfaire tous vos clients, acceptez différents modes de paiement et de livraison.**

3 visiteurs sur 4 d'un site e-commerce ne finalisent jamais leur commande.\* En cause : des fiches produits mal renseignées mais également des moyens de paiement et de livraison restreints. Pour éviter cela, dites « oui » au paiement par : virement, carte bancaire, mobile ou PayPal ! Soyez ensuite précis sur le montant de la livraison. Indiquez-le le plus tôt possible dans le parcours d'achat. Cela évite les mauvaises surprises pour vos clients.

\*SaleCycle – Les chiffres clés de l'abandon de panier, 2017

### NOTRE CONSEIL

Pourquoi ne pas proposer une réduction ou la gratuité de la livraison en cas d'un certain montant d'achat ? Vous encouragez ainsi vos clients à remplir leur panier !

18

## Evitez les paniers abandonnés

**Il faut parfois relancer les clients avec des paniers abandonnés pour finaliser un achat.**

Malgré tous vos efforts et votre volonté, vous n'éviterez pas quelques paniers abandonnés. Pourquoi ? Parce qu'il existe aussi des personnes désireuses d'acheter, mais plus tard. Et elles finissent par oublier leur panier sur votre site. Dans ce cas, envoyez un email de relance quelques jours plus tard pour rappeler cet achat non conclu. Des solutions existent pour automatiser ce système de relance par email et vous éviter un travail qui peut être fastidieux.

### NOTRE CONSEIL

Offrez une remise à vos clients pour les convaincre de finaliser leur achat !





19

## Lancez-vous sur les réseaux sociaux

**Idéal pour améliorer votre visibilité en complément d'un site internet, les réseaux sociaux instaurent une relation de proximité avec vos clients.**

Vous n'aurez ni le temps ni les ressources pour être présent de manière efficiente sur tous les réseaux. Alors choisissez-en un ou deux qui correspondent à vos objectifs et aux contenus que vous souhaitez publier. Il y a bien sûr Facebook avec ses deux milliards d'inscrits à travers le monde en 2017 mais aussi Twitter, très utile pour les entreprises qui souhaitent dialoguer directement avec leurs abonnés et toucher une cible jeune. Et pour le partage d'images (Instagram, Pinterest) ou de vidéos (YouTube, Dailymotion), vous trouverez aussi de quoi comblent vos envies. Testez, itérez, trompez-vous, c'est la meilleure façon d'apprendre ! Pas à pas, votre communauté deviendra un atout majeur pour faire connaître votre activité et activer le bouche-à-oreille.

*Testez, itérez,  
trompez-vous, c'est  
la meilleure façon  
d'apprendre !*

### NOTRE CONSEIL

**Demandez directement à vos clients quels réseaux sociaux ils utilisent. Vous aurez alors une idée de ceux qui sont le plus intéressants pour vous.**

20

## Créez votre blog

**Le blog crée une identité autour de votre entreprise et de votre activité, tout en révélant votre expertise.**

Comme les réseaux sociaux, un blog vous permet d'améliorer votre référencement dans les moteurs de recherche car il parle de votre entreprise. Mais attention ! Ne parlez pas seulement de vous au risque de désintéresser votre audience. Présentez aussi votre savoir-faire et donnez quelques conseils à vos lecteurs (à travers des tutoriels, par exemple). Avec un ton bienveillant, et même un peu d'humour, votre cible aura une image positive de votre entreprise, compétente et « sympa » ! De nombreux outils disponibles gratuitement sur internet permettent aujourd'hui de créer un blog, des infographies, de faire du montage vidéo... Avec un peu de patience et d'huile de coude, vous apprendrez à les maîtriser et deviendrez rapidement capable de produire différents types de contenus originaux pour fidéliser votre audience.

### NOTRE CONSEIL

**Sur votre blog, relayez des articles qui vous semblent intéressants ou présentez vos collaborateurs et partenaires à travers des visuels, des photos ou des vidéos de qualité.**

## Focus LA CNIL

La Commission nationale de l'informatique et des libertés est une autorité administrative indépendante. Elle veille à ce que l'informatique ne porte pas atteinte « ni aux droits de l'homme, ni à la vie privée, ni aux libertés individuelles ou publiques ». Elle veille à l'application de la loi, peut prononcer des sanctions graduées, et se charge, entre autres, de conseiller le gouvernement sur l'adaptation de la loi aux évolutions des technologies informatiques. Pour connaître l'ensemble de vos droits, mais aussi vos devoirs en la matière, rendez-vous sur le site de la CNIL. Clair et pratique, il s'adresse autant aux particuliers qu'aux professionnels.  
[www.cnil.fr](http://www.cnil.fr)



# étape 2

## COMMUNIQUER SUR SON ACTIVITÉ

*Utilisez votre toute  
nouvelle présence  
en ligne pour parler  
et faire parler  
de vous*



21

## Utilisez des supports hors ligne

**Mettez à contribution vos supports de communication habituels pour promouvoir votre présence en ligne.**

Ce n'est pas parce que votre présence en ligne est « numérique » que vous ne pouvez pas user d'une communication « physique » pour la promouvoir ! Cartes de visite, dépliants, flyers, affiches, kakémonos... affichez sur chacun de vos outils de communication l'adresse de votre site, celle de votre blog et/ou les noms des réseaux sociaux que vous utilisez. De la sorte, vous indiquez qu'il est possible de vous retrouver sur le web, et à quels endroits. Encore mieux, parlez-en directement lors des salons ou à vos clients et fournisseurs !

### NOTRE CONSEIL

Inscrivez l'adresse de votre site et de votre blog en toutes lettres sur votre carte de visite et utilisez des pictogrammes pour les réseaux sociaux.

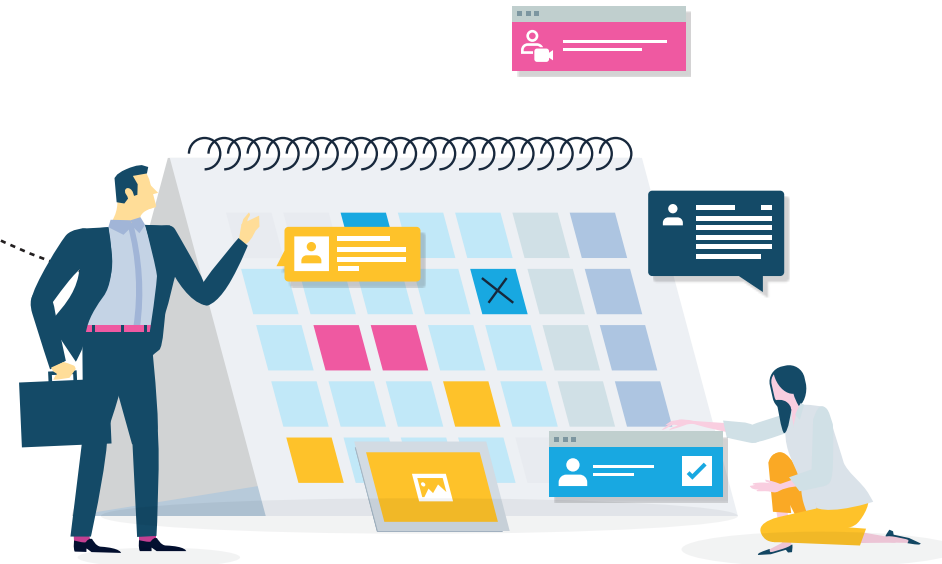
22

## Créez un système de réservation

**Très pratiques, les systèmes de réservation en ligne désengorgent votre standard téléphonique et facilitent la prise de rendez-vous pour vos clients.**

Imaginez : vos clients ou vos fournisseurs n'ont plus besoin de vous appeler pour convenir d'un rendez-vous. Il leur suffit à tout moment de réserver un créneau horaire parmi vos disponibilités, directement sur votre site internet. Pour y parvenir, de nombreuses solutions intégrées sont aujourd'hui accessibles aux petites entreprises. Elles mettent automatiquement à jour votre agenda et sont facilement paramétrables suivant vos journées de travail.

*De nombreux systèmes de réservation en ligne sont aujourd'hui accessibles aux petites entreprises.*



23

## Fixez-vous un calendrier éditorial

**Anticipez vos prochaines publications pour être certain d'avoir toujours de nouveaux contenus à publier.**

Être actif et publier régulièrement du contenu est la clé du succès sur le web. Cela permet d'être bien référencé sur les moteurs de recherche – qui aiment les utilisateurs consciencieux – et d'inciter les internautes à vous suivre. Pour ne pas être pris au dépourvu, fixez-vous un calendrier éditorial. Prévoyez par exemple de publier entre 2 et 8 articles par mois et de les mettre en ligne chaque lundi et jeudi sur votre blog, par exemple. Vous aurez ainsi le temps de préparer vos contenus.

### NOTRE CONSEIL

Utilisez des outils de planification de contenu comme Hootsuite pour prévoir à l'avance vos publications sur les réseaux sociaux.

24

## Testez vos publications à différents moments

**Pour savoir à quel moment poster sur les réseaux sociaux, il faut en essayer plusieurs.**

Il n'existe pas de moment précis pour publier sur les réseaux sociaux car les habitudes ne sont pas les mêmes suivant le contenu, la plateforme ou la cible choisie. Vous devez tester différents instants pour connaître celui où votre audience sera la plus susceptible de réagir. Observez le nombre de « like » et de commentaires que vous récoltez pour une même publication. Vous aurez une idée de ce qui vous est le plus favorable.

### NOTRE CONSEIL

Facebook, Twitter, LinkedIn, Instagram et Pinterest disposent d'outils pour analyser la performance de chacune de vos publications.

25

## Variez votre communication

**Afin de capter votre audience sur la durée, mélangez l'image, l'écrit et la vidéo dans vos publications.**

Evidemment, il est plus facile de rédiger des articles pour alimenter votre communication numérique. Cela nécessite a priori moins de temps et de matériel. Pourtant, la vidéo et les images sont très prisées sur les réseaux sociaux et les blogs. Ils sont plus partagés par les utilisateurs. Alors pourquoi ne pas acheter ou emprunter du matériel pour varier un peu la forme de vos contenus ? Faites par exemple des infographies ou des tutoriels pour mettre en avant votre expertise.

### NOTRE CONSEIL

Intégrez directement vos vidéos sur Twitter et Facebook.

26

## Constituez votre base clients

**Ce fichier, regroupant diverses informations au sujet de vos clients et prospects, est utile pour cibler votre communication.**

La base de données clients se présente comme un fichier Excel et regroupe les noms, prénoms, adresses email, numéros de téléphone de vos clients. Grâce à cette dernière, vous pouvez mener des campagnes de communication ciblées et étoffer votre carnet d'adresse. Plus la base est étoffée en critères, mieux c'est ! L'important est de récolter uniquement les contacts de personnes qui s'intéressent à votre activité : celles qui utilisent votre formulaire de contact, s'inscrivent à votre newsletter, commandent sur votre e-boutique, etc. Attention, cette activité est soumise à la loi informatique et liberté. Prenez connaissance de vos obligations en la matière sur le site de la CNIL.

27

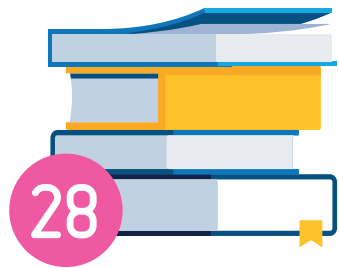
## Lancez votre newsletter

**Elle récapitule les événements marquants de votre entreprise susceptibles d'intéresser votre clientèle.**

Il existe des outils simples et pour certains gratuits pour lancer votre newsletter. Créez d'abord sur votre site un formulaire d'inscription pour celle-ci. Décidez ensuite de la fréquence à laquelle l'adresser. Si votre actualité est riche d'événements marquants (promotions, ouverture d'une nouvelle boutique, etc.), envoyez une newsletter toutes les semaines, ou au moins une fois par mois. Grâce à elle, les clients et prospects qui ne consultent pas régulièrement votre site restent alertés de vos nouveautés.

### NOTRE CONSEIL

Utilisez un éditeur de newsletter responsive design car les emails sont très souvent ouverts sur mobile.



28

## Inscrivez-vous sur les annuaires en ligne

**Utiles au référencement, les annuaires en ligne contribuent aussi à gagner en visibilité auprès d'une clientèle locale.**

Les annuaires se sont aujourd'hui déplacés du papier vers le numérique. Il est donc nécessaire de figurer dans ces nouveaux annuaires professionnels en ligne. Sélectionnez-en plusieurs, en lien avec votre secteur et votre lieu d'activité. Entrez à chaque fois une courte description de votre entreprise, votre adresse postale, votre site internet ainsi qu'un numéro de téléphone. Enfin, inscrivez-vous également sur Google My Business qui vous fait connaître au niveau local avec des informations accessibles dans la recherche Google et Google Maps.

### NOTRE CONSEIL

Pour chaque annuaire, écrivez un court résumé de votre entreprise, à chaque fois différent. Cela boostera votre référencement.

\*29

*Votre référencement*

## Travaillez votre référencement

**Le référencement est indispensable pour être visible sur le web et augmenter le trafic sur son site.**

Si votre site n'apparaît pas dès les premiers résultats d'une recherche sur Google – lorsque cette recherche implique votre secteur et votre zone géographique – il y a très peu de chance que vous soyez visible aux yeux des internautes. Pour exister sur le web, il est nécessaire de bien se positionner sur les moteurs de recherche. Heureusement, deux techniques de référencement complémentaires permettent d'optimiser votre visibilité et d'augmenter le trafic sur votre site.



\*30

## Le référencement naturel

**Plus long à mettre en place que le référencement payant, il est gratuit et offre des résultats plus durables.**

Comme son nom l'indique, le référencement naturel place votre site parmi les premiers résultats naturels de Google. C'est une stratégie au long cours mais qui générera du trafic de qualité sur votre site. Elle dépend en grande partie des mots que vous utilisez mais aussi de la régularité et de la pertinence des contenus que vous publiez. Plus vous publiez souvent sur votre site, plus votre référencement naturel augmentera. Idem, si vous employez régulièrement des mots-clés liés à votre activité, comme « fleurs livraison Paris ». Il faut compter environ six mois pour observer les premiers résultats d'un référencement naturel.

### NOTRE CONSEIL

Dans le CMS de votre site, remplissez la rubrique « tag » avec des mots-clés. Ceux-ci n'apparaîtront pas à l'écran mais boosteront un peu plus votre référencement naturel.

\*31

## Le référencement payant

**Une technique qui apporte des résultats immédiats pour un coût variable.**

Le référencement payant consiste à faire de la publicité sur les moteurs de recherche, en faisant remonter votre annonce dans les premiers résultats de Google par exemple. Cela passe par l'achat de mots-clés à la régie publicitaire de Google (Google Adwords) selon un système d'enchères. L'entreprise qui emporte l'enchère voit son lien apparaître au-dessus des résultats de recherche quand les mots qu'elle a choisis sont entrés par un internaute. À chaque clic sur votre lien, vous êtes ensuite facturé. Il faut donc bien comprendre sa cible et ses comportements sur le web pour tirer profit de cette technique.

### NOTRE CONSEIL

Utilisez une combinaison de mots correspondant aux recherches de vos clients sur le web. Si vous êtes fleuriste à Paris, achetez le mot-clé « fleurs livraison Paris », plutôt que le seul mot « fleurs » par exemple.

1

SE LANCER  
SUR INTERNET

32

## Publiez sur les sites d'annonces

**Vous toucherez une cible qui n'aurait pas eu connaissance de vous autrement.**

De nombreux sites d'annonces entre particuliers sont dotés d'une section destinée aux professionnels. C'est le cas par exemple de leboncoin.fr. Même si vos produits ou services seront présentés comme ceux d'un professionnel, les internautes s'y intéresseront peut-être si vos prix sont attractifs. Il s'agit dans tous les cas d'une façon astucieuse d'accroître un peu plus votre visibilité sur le web, d'autant que la publication d'annonces est bien souvent gratuite.

### NOTRE CONSEIL

Visiez les sites d'annonces qui concernent directement votre domaine. Il y en a pour toutes les activités !

2

COMMUNIQUER  
SUR SON ACTIVITÉ

33

## Achetez de la publicité en ligne...

**Très efficace, la publicité en ligne permet de bien cibler ses clients et prospects.**

Quel que soit le format – bannière ou vidéo –, le « display » consiste à diffuser un message publicitaire de façon ciblée suivant différents critères que vous définissez (sociodémographiques, géographiques, etc.). Pour cela, adressez-vous à des sites très visités comme Google ou PagesJaunes. Le choix dépend de vos objectifs : si vous recherchez la notoriété au niveau local, visez plutôt les sites de journaux locaux ou des blogs qui traitent de votre région. Vous pouvez payer au coût par clic (dès qu'on clique sur votre annonce), au coût par mille (dès que votre annonce apparaît mille fois) ou au coût par action (dès qu'un internaute accomplit une action sur votre site). Là encore, tout dépend de vos objectifs et du budget que vous souhaitez investir.

### NOTRE CONSEIL

Investissez entre 1 et 6% de votre chiffre d'affaires brut de l'année passée en publicité.

3

FAIRE LE BILAN  
DE SES ACTIONS

34

## ...et sur les réseaux sociaux

**Les réseaux sociaux sont également intéressants pour cibler les internautes avec de la publicité.**

Que ce soit sur Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn ou encore YouTube, vous pouvez sponsoriser vos publications. Elles apparaissent alors dans le fil de tous les utilisateurs que vous ciblez, même ceux qui ne vous suivent pas. Ces contenus sponsorisés servent à augmenter votre audience, à engager les utilisateurs ou à générer du trafic vers votre site internet. Grâce aux outils statistiques fournis, vous pouvez mesurer votre retour sur investissement.

### NOTRE CONSEIL

Sponsorisez un contenu avec un fort potentiel viral pour multiplier sa visibilité, comme l'annonce d'un jeu-concours par exemple !



35

## Répondez aux avis et commentaires

**Il est indispensable pour votre image de répondre aux avis laissés sur votre entreprise.**

Sur internet, les consommateurs sont libres de donner leur avis sur votre entreprise. Ces avis sont très importants car ils peuvent influencer la conduite d'achat d'autres consommateurs. Ne les laissez pas sans réponse ! Qu'ils soient positifs ou négatifs, répondez-leur toujours avec bienveillance et au cas par cas. Utilisez le véritable nom de votre entreprise, un message personnalisé et signez-le en utilisant votre nom, prénom et votre fonction dans l'entreprise. Essayez de comprendre le problème s'il y en a un et d'y apporter une réponse qui puisse satisfaire l'internaute, en résolvant le problème ou en offrant une remise sur un prochain achat pour vous excuser d'une gêne occasionnée.

*Ne laissez pas les avis sur internet sans réponse !*

### NOTRE CONSEIL

Par sûreté, invitez les clients mécontents à vous joindre directement par email ou téléphone. Vous réglerez le problème plus rapidement et éviterez les discussions interminables sur le web aux yeux de tous.

36

## Nouez des partenariats

**Grâce aux partenariats, gagnez gratuitement et facilement en notoriété.**

Sur internet, le partenariat désigne le plus souvent un échange de visibilité ou de recommandations. Vous affichez sur votre site un lien vers le site de votre partenaire qui en fait de même. Une pratique « gagnant-gagnant » qui améliore votre référencement sur les moteurs de recherche grâce à ces « backlinks » et qui fait croire votre visibilité auprès d'une cible proche de la vôtre. Pour cela, soumettez une demande de partenariat à une société liée à votre secteur d'activité suivant vos objectifs de développement. Si vous êtes hôtelier par exemple, engagez un partenariat avec des restaurateurs proches de chez vous afin d'attirer les voyageurs dans vos établissements.

### NOTRE CONSEIL

Si vous connaissez bien votre partenaire, ajoutez une remarque positive à son sujet. Il fera la même chose et vous mutualiserez ainsi la confiance de vos clients.

37

## Visez les influenceurs

**Populaires sur le web, les influenceurs peuvent jouer un rôle déterminant dans la réputation d'une entreprise.**

Les influenceurs disposent d'une large communauté sur le web, attentive à leur expertise (la mode, le tourisme, la restauration, etc.). Solliciter des influenceurs est un excellent moyen de booster votre e-réputation. Identifiez d'abord les bonnes personnes, liées à votre domaine et actives sur leur blog, YouTube, Instagram ou Twitter... Offrez-leur ensuite vos produits ou services pour qu'ils en parlent auprès de leur communauté. Si l'essai est concluant, votre cote grimpera !

*Solliciter des influenceurs est un bon moyen de booster votre e-réputation.*

### NOTRE CONSEIL

Prenez le temps de suivre les influenceurs qui vous intéressent et de partager leurs contenus sur les réseaux sociaux. Ils vous seront plus reconnaissants et attentifs.

38

## Pensez aux jeux-concours

**Organiser des jeux-concours fait croître votre popularité et stimule votre audience.**

Pour organiser un jeu-concours, posez d'abord ses modalités de fonctionnement, sa durée, et la manière dont seront promulgués les résultats. Optez par exemple pour un jeu avec instant gagnant où les internautes peuvent savoir immédiatement s'ils ont gagné, ou simplement un tirage au sort. Vous pouvez aussi axer votre jeu sur une action des internautes (faire une photo, écrire un commentaire) ou les inviter à remplir un formulaire avec leur adresse email. Vos récupérez de nombreux contacts à ajouter à votre base de données clients ! Pour attirer les joueurs, choisissez bien vos lots en vous associant, pourquoi pas, avec un partenaire.

### NOTRE CONSEIL

Pensez à communiquer en amont du concours sur votre site et vos réseaux sociaux pour attirer un maximum de joueurs.

39

## Fidélisez par l'emailing

**Comme la newsletter, l'emailing passe par l'envoi de courriers électroniques mais il diffère de celle-ci par son caractère ultra-ciblé.**

Utilisez l'emailing pour souhaiter un bon anniversaire à vos clients et leur offrir, par la même occasion, un code promotionnel. À travers ce genre de petites attentions, il devient possible de fidéliser rapidement. Définissez aussi des emails à envoyer automatiquement à vos clients qui ont effectué un certain montant d'achats sur votre site. Par exemple : pour 100€ dépensés, un code promotionnel ou un cadeau est envoyé. Ils se sentent privilégiés, sans effort supplémentaire de votre part.

### NOTRE CONSEIL

Pour gagner du temps, rédigez à l'avance des « messages types » pour les anniversaires ou d'autres occasions spéciales.

40

## Faites du SMS marketing

**L'envoi de SMS commerciaux ne cesse de faire ses preuves.**

La plupart des gens vivent en permanence avec leur téléphone portable. Un SMS a 89% de chance supplémentaire d'être ouvert par rapport à un email\*. Annoncez des offres promotionnelles, des ventes privées ou l'arrivée d'un nouveau produit avec un SMS pour communiquer de façon rapide et ciblée. Grâce à des solutions dédiées, vous avez en plus la possibilité de programmer la date et l'heure de votre choix pour un envoi.

\*Source : baromètre Wellpack 2017

### NOTRE CONSEIL

S'il est très pratique, utilisez avec parcimonie le SMS marketing pour ne pas agacer vos clients.

41

## Mettez à jour vos informations en ligne

**Au fil des évolutions de votre entreprise, gardez vos informations à jour pour ne pas perdre de nouveaux clients.**

Cela semble évident et pourtant, en cas de changement d'adresse, de numéro de téléphone ou de nouveaux services, pensez à mettre rapidement vos informations à jour sur internet. Votre site, vos réseaux sociaux, les annuaires et tous les sites sur lesquels vous apparaissez sont concernés. Vous risquez autrement d'induire en erreur des prospects qui se tourneront peut-être alors vers l'un de vos concurrents.

*Pensez à tenir à jour vos informations sur internet.*



étape

3

# FAIRE LE BILAN DE SES ACTIONS

*Analysez  
vos résultats  
pour gagner  
en efficacité !*



42

## Consultez régulièrement vos statistiques

Mesurez de manière hebdomadaire ou mensuelle l'activité sur votre site pour suivre pas à pas votre progression sur le web.

Grâce aux outils d'analyse directement intégrés, observez régulièrement les données de votre site ou celles de vos réseaux sociaux. Regardez le nombre de visites, les contenus les plus consultés, le temps moyen passé par internaute sur votre site, etc. Ces chiffres sont une vraie mine d'or à exploiter !

### NOTRE CONSEIL

Répertoriez ces données statistiques dans un tableau de sorte à pouvoir distinguer des tendances sur la durée.



43

## Veillez à votre e-reputation

Prenez le pouls de votre réputation en ligne pour savoir ce qui se dit de vous.

Plus votre présence en ligne prend de l'importance, plus les internautes sont susceptibles de parler de vous. Ce peut être des avis et commentaires comme nous l'avons déjà vu, mais aussi des articles de presse ou de blog. Effectuez une veille régulière sur le web (en entrant par exemple le nom de votre entreprise dans les moteurs de recherche) et voyez ce qui en ressort. Devenez ainsi apte à réagir plus rapidement si des informations erronées ou contrariantes circulent à votre propos.

### NOTRE CONSEIL

Utilisez l'outil Google Alertes. Très utile, il vous informe directement quand votre entreprise est citée sur le web.

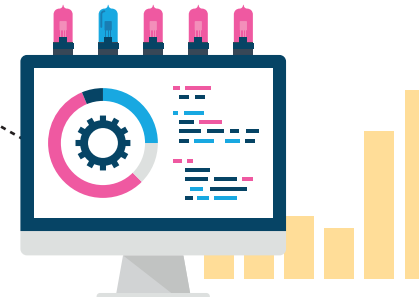


44

## Observez l'origine de votre trafic

Déterminez vos moyens de communication les plus efficaces.

Parmi les données à prendre obligatoirement en compte dans votre suivi statistique, il y a celles concernant l'origine du trafic sur votre site web, car c'est lui qui se trouve au centre de votre présence numérique. Est-ce que vos visiteurs y accèdent directement depuis une publicité en ligne ? Vos réseaux sociaux ? Votre blog ? Le site d'un partenaire ? Suivant la réponse, vous connaîtrez vos actions de communication les plus efficaces, celles sur lesquelles vous pouvez durablement vous appuyer.



45

## Recueillez les avis et les suggestions

Montrez-vous à l'écoute des retours sur vos outils numériques.

Vous avez passé du temps à mettre en place différents outils pour communiquer auprès des internautes. Mais ce sont eux les utilisateurs. Alors montrez-vous ouvert et intéressé par leur retour d'expérience. Posez-leur des questions sur Facebook ou Twitter, par exemple. Est-ce que l'interface leur plaît ? Naviguent-ils facilement dessus ? Ont-ils le sentiment d'être écoutés ? Leurs retours sont un vrai plus pour vous améliorer.

### NOTRE CONSEIL

Demandez aussi à vos clients en boutique ce qu'ils pensent de votre site, de votre e-boutique, etc. Leur avis est tout aussi précieux !

46

## Lancez votre questionnaire de satisfaction

Apprenez à mieux connaître vos clients et prospects grâce aux questionnaires personnalisés.

Rapides à créer et simples à utiliser, les questionnaires de satisfaction permettent de sonder efficacement vos clients pour comprendre leurs attentes. Adressez-leur par email ou déposez-le sur la page d'accueil de votre site. Un bon questionnaire doit être court (5 minutes maximum pour le compléter) avec des questions simples et en majorité fermées (choix parmi les réponses proposées). Prenez le temps d'affiner vos questions afin qu'elles traitent d'une thématique précise (par exemple le parcours d'achat sur votre e-boutique). Vous pourrez toujours créer un deuxième questionnaire plus tard si vous débordez d'interrogations.

### NOTRE CONSEIL

Insérez une partie « Remarques » à la fin de votre questionnaire pour les réponses ouvertes.

47

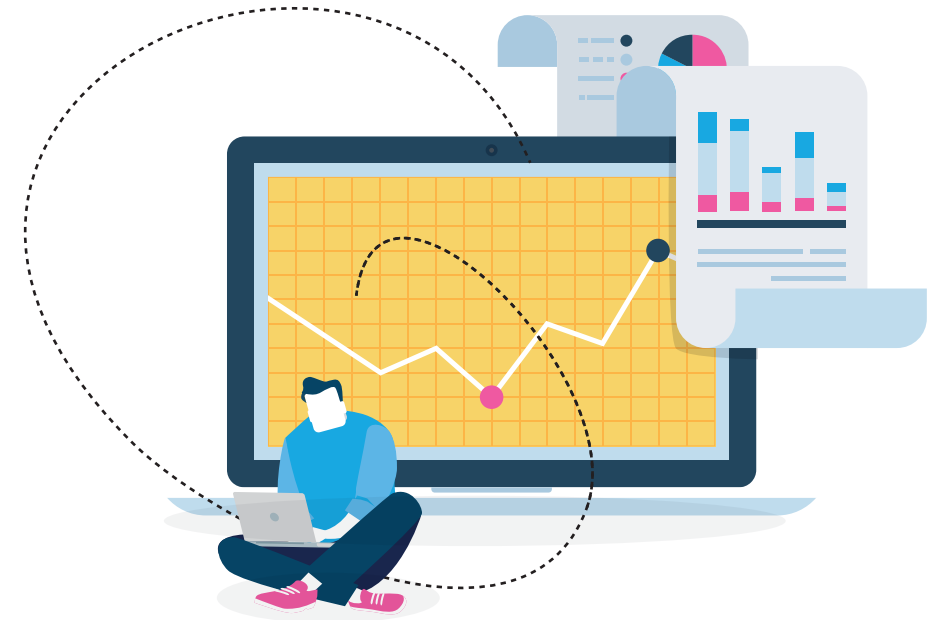
## Utilisez l'A/B testing

L'A/B testing permet de tester l'ergonomie d'un site web ou d'une newsletter pour l'améliorer selon le comportement des utilisateurs.

Le design et l'ergonomie d'un site web jouent un rôle important dans le comportement des consommateurs. L'A/B testing est une solution logicielle pour tester plusieurs versions d'une même page en modifiant différents paramètres et observer directement le résultat sur vos visiteurs (qui n'ont pas connaissance du test). Grâce à ces mesures, ajustez l'ergonomie de vos pages pour atteindre vos objectifs. Il s'agit d'une méthode scientifique peu coûteuse basée sur l'analyse de données.

### NOTRE CONSEIL

Avant d'utiliser l'A/B testing, définissez vos attentes. Par exemple : augmenter le taux d'achat sur votre site e-commerce ou améliorer le trafic sur une page.



48

## Dressez un premier bilan

Même en cours d'année, évaluez l'impact de votre présence en ligne sur votre activité.

Avant de vous engager sur le web, vous avez défini des objectifs. Il est temps de vous positionner vis-à-vis d'eux quelques mois plus tard. Vous espérez attirer 50 000 visiteurs en un an sur votre site vitrine ? Faites le total à mi-parcours et constatez le chemin réalisé. Êtes-vous à 10, 20, 60% ? Votre chiffre d'affaires a-t-il augmenté ? Si oui, quelle est la part de ventes en ligne sur ce total ? Chiffrez tous ces points pour dresser un bilan concis.

### NOTRE CONSEIL

Évaluez en pourcentage le bilan de votre activité numérique par rapport à vos objectifs de départ.

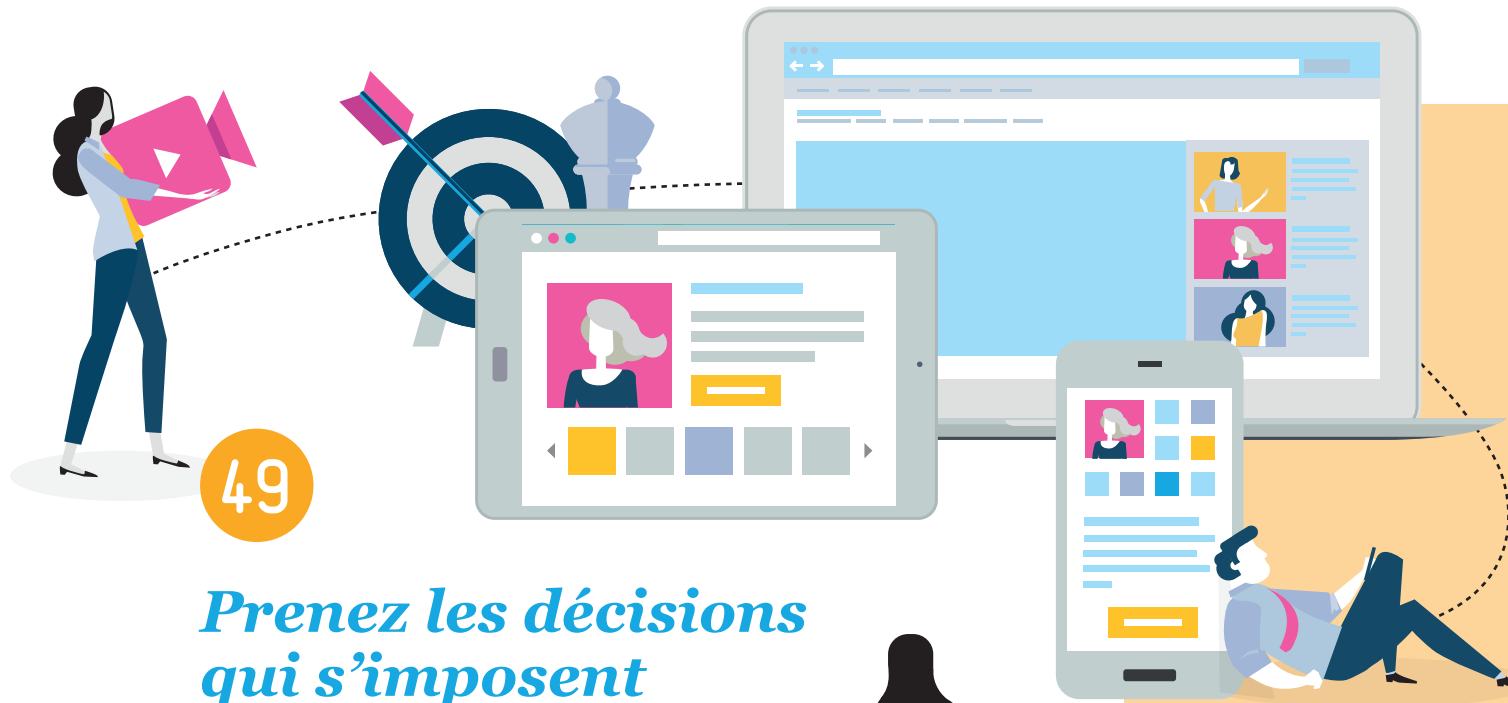
1

SE LANÇER  
SUR INTERNET

2

COMMUNIQUER  
SUR SON ACTIVITÉ

3

FAIRE LE BILAN  
DE SES ACTIONS

49

## Prenez les décisions qui s'imposent

**Utilisez votre premier bilan pour améliorer votre stratégie.**

Grâce à toutes ces données recueillies, vous connaissez les points forts et faibles de votre présence en ligne. Appuyez-vous en premier sur vos succès : les publications sur votre blog fédèrent une large audience ? Alors poursuivez ce travail, voire intensifiez-le ! Interrogez-vous ensuite sur les points négatifs. Par exemple, si votre compte Instagram enregistre trop peu d'abonnés, peut-être que votre cible ne s'y trouve pas. Dans ce cas, optez pour un autre réseau social ou changez votre cible. Soyez simplement pragmatique !

*Grâce à toutes ces données recueillies, vous connaissez les points forts et faibles de votre présence en ligne.*

Focus

## FAITES LE TEST

Réussir avec le **web**

Elaboré par des professionnels du web, ce test s'adresse à tous les dirigeants de TPE et PME. Il évalue la qualité de votre présence en ligne, vous situe face à vos concurrents et vous délivre des conseils personnalisés pour booster votre activité sur le web. Idéal pour identifier vos axes d'amélioration ! Cet outil d'autodiagnostic est gratuit et ne vous prendra pas plus de 10 minutes.

Rendez-vous sur [www.reussiravecleweb.fr](http://www.reussiravecleweb.fr)

50

## Soyez patient !

**Le travail et la régularité payent toujours sur le web.**

On vous le répète : c'est un facteur fondamental pour la réussite de votre présence sur internet. Si vous n'atteignez pas vos objectifs au bout de trois, six ou douze mois, rien n'est perdu ! Dans tous les cas vous apprenez au fur-et-à-mesure à cerner votre audience, à améliorer votre communication et à étendre votre notoriété sur le web. Des bénéfices invisibles pourtant bien réels. Et avec le temps ainsi qu'un travail régulier, vous continuerez de progresser pour atteindre vos objectifs. Courage, vous êtes sur la bonne voie !

vous accompagner



## AVEC LA BOX RÉUSSIR-EN.FR, *mettez toutes les chances de votre côté pour réussir sur internet !*

**Toute l'année, le site [reussir-en.fr](http://reussir-en.fr) recense conseils et bons plans pour développer votre activité sur internet.**

Ces conseils sont spécialement conçus pour les artisans, commerçants et dirigeants de TPE/PME. Et pour les compléter, des MOOC (cours en ligne) et douze formations gratuites animées par des entrepreneurs experts sont également mises à disposition sur le site. Enfin, la Box réussir-en.fr c'est aussi une newsletter mensuelle, totalement gratuite, qui reprend les dernières actualités du site. Grâce à elle, ne manquez plus aucune opportunité d'accélérer les performances en ligne de votre entreprise.

Rendez-vous sur  
[www.reussir-en.fr](http://www.reussir-en.fr) pour vous abonner !

