

OPTIMISATION DU TRAFIC

Numérisation des processus > Numérisation ventes & marketing > Optimisation du trafic



Les stratégies SEO sont efficaces mais demandent beaucoup d'efforts pour les déployer et les résultats ne sont pas visibles immédiatement, puisqu'ils dépendent de l'indexation du site par Google.

Pour obtenir un résultat immédiat et efficace, une stratégie SEA - Search Engine Advertising - en parallèle constitue la bonne combinaison.

Google Search

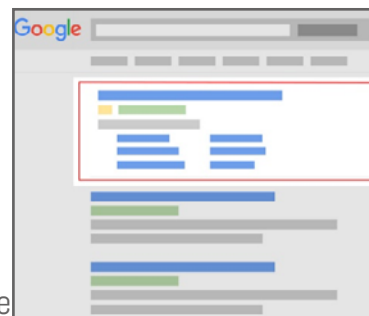
Google Search permet de diffuser des annonces pour le site Internet dans les résultats de recherche. Ces annonces sont affichées sur la première page de résultats de recherche avant les résultats « naturels ».

La première étape de la stratégie SEA est l'analyse de mots clés. Quels sont les termes recherchés par le public cible lorsqu'ils recherchent une solution identique sur les moteurs de recherche ?

Il faudra ensuite faire correspondre des annonces aux groupes de mots clés en veillant à bien mettre en évidence le contenu du site se trouvant derrière l'annonce. La pertinence de l'annonce par rapport à la page de destination est un élément clé de la réussite de la campagne SEA.

Pour obtenir un trafic de qualité, la campagne SEA peut être ciblée très précisément, sur les régions géographiques et la langue des visiteurs.

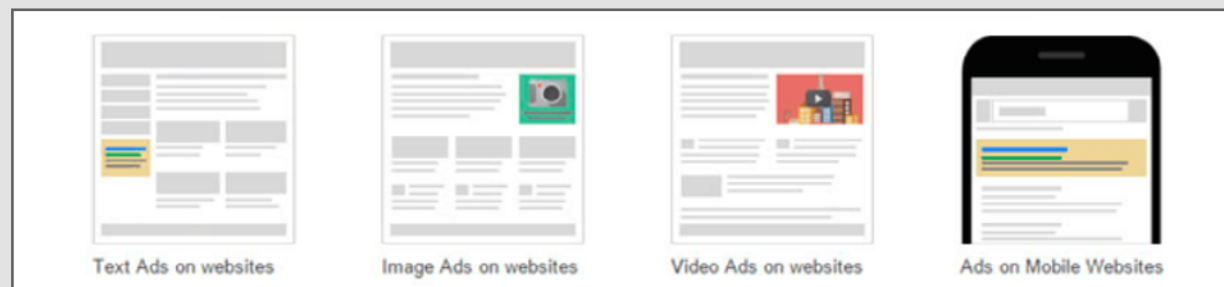
En fonction de la concurrence qu'il y a sur les mots clés à sélectionner, le coût par clic d'une campagne SEA varie entre 0,20€ et 1€.



Optimisation du trafic

Google Display

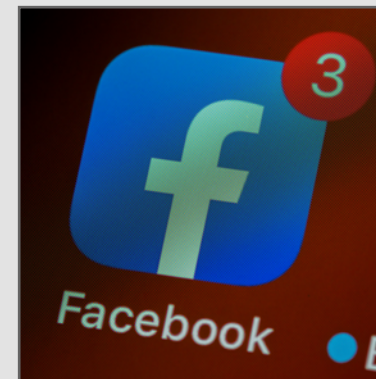
En complément de la campagne « Search » de diffusion d'annonces dans les résultats de recherche, il est opportun de planifier une campagne de Display. Il s'agit de diffuser des annonces, visuelles cette fois, sur le réseau de sites partenaires Google, en ciblant spécifiquement le profil des visiteurs.



Les annonces sont donc diffusées uniquement à un public potentiellement intéressé. Cette technique permet d'obtenir énormément d'impressions d'annonces et d'augmenter l'« awareness » auprès d'un public sélectionné.

Réseaux sociaux

Après le SEO et le SEA, un troisième levier d'action pour obtenir de la visibilité est la création d'une stratégie sur les réseaux sociaux (voir notre recommandation pour les réseaux sociaux). La stratégie de base est de relayer un maximum le contenu généré pour le site web: stratégie COPE (Create Once Publish Everywhere)



Re-marketing

L'utilisation d'un marqueur de suivi, le « pixel » sur le site permet un re-ciblage dynamique des internautes et de leur proposer un contenu sur les réseaux sociaux (post) ou sous forme d'annonce en Google Display.