Maestria Rédac’

7 problèmes de votre entreprise sur Internet

Voici comment les résoudre

↪️ Besoin de planter des graines de visibilité ?

↪️ Envie de faire mûrir vos prospects ?

Mais vous ne savez pas comment vous y prendre ?

Cet *e-book* est fait pour vous. Il vous donnera des pistes d'action pour démêler les 7 problèmes ci-dessous.

1 - Perdu sur la toile !

2 - Le syndrome de la recherche par le nom

3 - L'art de vous confondre

4 - Votre crédibilité de PLS

5 - Du contenu bricolé

6 - La guerre des coquilles

7 - Un taux de conversion anémique

Si vous rencontrez un autre problème, nous pouvons en discuter autour d'un macaron.

1 Perdu sur la Toile !

Quand vous manquez de visibilité sur Internet.

Ding ! 🔔

C'est l'alerte hebdomadaire de votre hébergeur pour synthétiser vos dernières statistiques web.

Étonnant ! Sur les 7 derniers jours, vous êtes à + 300 % de trafic.

Avant de sortir le champagne pour fêter cela avec vos collègues, vous parcourez le détail.

Ah. 😐 En fait, vous êtes passé de 1 à 4 visiteurs. C'est une avancée, mais de là à tirer le bouchon…

Non, sur Internet, l'invisibilité n'est pas un super pouvoir.

Problèmes ?

- Concurrence accrue ;
- Stratégie de marketing fragile ;
- Faible présence en ligne.

Solutions ?

- Optez pour une stratégie de contenu efficace.

Alimentez régulièrement votre blog ou section « Actualités » avec des articles pertinents. Gardez une bonne fréquence de publication pour que votre nom de domaine gagne en autorité aux yeux des moteurs de recherche. Grâce à un astucieux maillage interne, ces *posts* constituent autant de passerelles vers d'autres pages de votre site.

Rappelez-vous que Google valorise ces paramètres. 🚀

- Optimisez vos pages web.

Remplissez vos balises *meta* de manière attrayante et cohérente.

Enrichissez en mots-clés vos contenus.

Passez à l'action afin que votre site charge plus vite.

Pour partir à la recherche des clics perdus, appliquez bien mes conseils. 😉

Finie la malédiction de la page 2 de Google !

2 Le syndrome de la recherche par le nom

Quand les internautes ne vous trouvent qu'en tapant votre nom dans la barre de recherche.

Vous êtes sur Google et souhaitez savoir si votre entreprise est visible. Vous tapez son nom dans la barre de recherche : « Sweden Immo' ».

Bingo, vous êtes en première position ! 🥳 Logique, vous avez déposé votre nom à l'INPI.

Vous creusez un peu…

Votre nouvelle requête : « Expert immobilier Suède ». Et là, c'est le drame.

N'apparaissent que vos concurrents directs. C'est la douche froide, à la suédoise. 🥶

J'appelle cela de la timidité digitale.

Problème ?

- Une mauvaise optimisation de votre référencement naturel (SEO).

Solutions ?

- Faites un rapide audit de vos principaux concurrents.

Quels mots-clés exploitent-ils ? Comment arrivent-ils à se différencier ? D'où viennent les liens externes qui redirigent vers leurs sites (*backlinks*) ?

Analyser la stratégie de vos concurrents vous aidera à rectifier le tir. 🎯

- Trouvez des requêtes Google avec un volume de recherche moyen.

De cette manière, vous attirerez des internautes ciblés sans vous noyer dans la masse.

Il ne vous reste plus qu'à agrémenter votre sémantique pour optimiser votre classement sur ces requêtes. 🥇

3 L’art de vous confondre

Quand vous ne vous démarquez pas de vos concurrents.

Émilie est CEO d’une PME proposant des solutions digitales pour les entreprises.

Désireuse de réussir autant que ses concurrents, elle les prend pour exemple. Tous publient des articles traitant des mêmes sujets. Elle en déduit que c’est la bonne chose à faire.

Elle tombe dans le biais cognitif de la preuve sociale… Devient un clone de son secteur d’activité… 🐑

La concurrence finit par l’éclipser.

Problèmes ?

- Manque de notoriété ;
- Concurrence intense ;
- Absence d’identité propre.

Solutions ?

- Prenez le temps d’étudier la concurrence.

De ce constat, je vous préconise de faire ressortir vos éléments différenciants. Révélez votre identité de marque. Tirez profit de vos valeurs, qualités et caractéristiques uniques.

Faites briller votre singularité et diffusez votre ADN. 🧬

- Définissez une stratégie de contenu en adéquation.

Page à propos originale, *storytelling* saisissant, fiches produits exclusives, contenus savoureux pensés pour votre cible… Il existe de nombreux outils à employer pour sortir du lot. ✨

Votre ligne éditoriale mettra en évidence pourquoi et pour qui vous écrivez.

La différence paie.

4 Votre crédibilité en PLS

Quand vos prospects ne sont pas convaincus.

« - D'accord, merci pour toutes les informations concernant vos services. Nous ne manquerons pas de vous rappeler. » ⏳

Une semaine passe…

Deux semaines passent…

Trois semaines passent… ⏳

Malgré une relance, vous n'avez plus de nouvelle.

Méfiance, suspicion et scepticisme…

Problème ?

- Manque de preuves de la qualité de votre expertise.

Solution ?

- Offrez à vos prospects du contenu convaincant. 🎁

Vous avez les compétences, vous le savez. Mais ce n'est pas suffisant. Vos clients potentiels éprouvent le besoin d'être rassurés.

Démontrez votre expertise à travers un contenu qualitatif qui répond à leurs questionnements. Cela peut passer par :

  - Des articles de blog.

Prouvez-leur que vous connaissez leurs besoins en y répondant grâce à des informations à forte valeur ajoutée. Il s'agit d'un format qui nécessite une publication régulière. Ainsi, balayez plusieurs problématiques clés au fil des articles.

  - Des livres blancs.

Votre cible rencontre un problème ? Adoptez une approche pédagogique pour l'outiller. Ce support lui fournira une information riche et pragmatique. Vous devenez alors pour vos lecteurs un référent sur la thématique.

Il nous suffit maintenant de trouver les bons sujets ! 🥰

5 Du contenu bricolé

Quand le directeur s'improvise rédacteur.

Jérôme est directeur associé chez Sécuris&Vous. En réunion, son associée lui rappelle qu'ils doivent toujours agrémenter leur blog.

Pas de problème, Jérôme va s'en charger.

Avant sa pause méridienne, il y consacre un peu de temps. Il commence par le titre de l'article : « Il est très important de mettre une alarme chez soi pour se protéger ».

Il rédigera la suite vendredi matin, entre ses deux réunions.

Jérôme demandera ensuite à sa commerciale, Céline, de relire l'article. C'est elle qui fait le moins de fautes à l'écrit.

La prose du patron en manque d'inspiration…

Problèmes ?

- Impression de faire des économies ;
- Négliger vos contenus.

Solution ?

- Consacrez-vous à votre cœur de métier. 💼

Tout faire vous-même est loin d'être la meilleure idée. Vous êtes probablement un as dans votre domaine, mais pas forcément en rédaction web.

Rédiger vos contenus vous prendra du temps. Or, le temps c'est de l'argent. Alors, si vos pages souffrent d'un manque de qualité, le jeu n'en vaut pas la chandelle. De plus, l'image que vous renvoyez sera détériorée.

Faites appel à un rédacteur web professionnel pour métamorphoser votre présence en ligne. 🪄 Le retour sur investissement n'en sera que meilleur !

6 La guerre des coquilles

Quand l’orthographe part en vacances.

« Vôtre premier investissement… Résidence principal ou appartement a loué, c’est toujours une sacré étape. Nous vous accompagnons dans votre projet avec une offre sûr mesure selon vos besoin. »

😱 Bref, vous l’aurez constaté, ça pique les yeux. Vous ne prêtez même plus attention au fond, trop concentré à corriger les fautes.

Il ne faut pas que votre site se transforme en jeu des sept erreurs ! ❌

Problèmes ?

- Manque de compétences en interne ;
- Absence de temps pour relire correctement.

Solution ?

- Faites relire et corriger vos textes ! 🔎

Perte de crédibilité, image de marque affectée, compréhension limitée, réduction du référencement naturel et du taux de conversion… Montrer un manque de rigueur nuit à la notoriété de votre entreprise. Cela amenuise la confiance de vos prospects.

Que faire ?

Missionnez un professionnel de confiance pour reprendre vos textes. Il est nécessaire d’éradiquer les coquilles et fautes de langue, mais le travail va bien plus loin ! Il s’agit de gagner en dynamisme, cohérence et clarté.

Votre prestataire saura retravailler la structure de vos contenus et s’adapter à votre cible, éléments majeurs pour votre stratégie de marketing. ✍️

7 Un taux de conversion anémique

Quand les clients se font rares.

14 h, Ophélie offre à nouveau 30 minutes de visio à un prospect inquiet, sans signer.

14 h 35, elle envoie son cinquième devis à une entreprise B2B indécise.

14 h 45, toujours pas de commande aujourd'hui.

15 h, Ophélie remarque que 45 personnes se sont désabonnées de sa newsletter.

15 h 10, elle analyse pour la énième fois ses statistiques et constate une hausse du taux de rebond.

Le flop des conversions.

Problèmes ?

- Stratégie de marketing inadéquate ;
- Mauvaise communication ;
- Offre inadaptée.

Solutions ?

- Soyez plus convaincant.

L'art du *copywriting*, pour vendre efficacement. Cette technique requiert de connaître parfaitement sa cible. Saisissez-en les problèmes et les besoins.

Démontrez à votre audience que vous l'avez comprise à travers un message adapté et persuasif. 👌

Exploitez la puissance du *copywriting* dans vos :

↩️ fiches produits ;

↩️ pages de vente ;

↩️ pages « Services ».

- Créez un lien de confiance.

Les prospects achètent auprès des personnes qu'ils connaissent, qu'ils apprécient et à qui ils font confiance. Utilisez une stratégie de contenu adéquate pour répondre à ces trois éléments.

Fidélisez vos prospects grâce à une *newsletter*. Proposez-leur régulièrement un contenu gratuit et utile, de manière à devenir « *top of mind* ».

Partagez votre histoire, vos valeurs et votre expérience sur votre page à propos. Le *storytelling* consiste en une mise en récit, enrichie d'une dimension émotionnelle. Son utilisation apparaît comme un gage d'authenticité qui crédibilise votre discours.

En suscitant l'empathie, vos prospects s'identifient à vous.

La rédaction de contenu web, comme toute bonne stratégie de marketing, réclame du temps et de la technicité.

Faire appel à un rédacteur web indépendant vous apporte un regard extérieur pour transmettre un message clair, dynamique et accessible.

- Vous trouvez cela encore obscur ?
- Vous manquez de temps ?
- Je jette un œil gratuitement à votre site et je vous partage mes pistes d'amélioration.

Cliquez ici pour visiter mon site et me contacter.

Ensemble, pulsons votre entreprise avec du contenu frais et acidulé.

Maestria Rédac'