

Astuces Web Marketing #1

Le Pay Per Clic, c'est quoi?

Comme vous le savez probablement déjà, être listé dans les moteurs de recherche, c'est gratuit.

Oui c'est gratuit, mais ça ne vous garantit pas une position #1!

Dans les débuts de l'Internet, les répertoires et moteurs de recherche réussissaient à tirer des revenus astronomiques, uniquement par la vente de bannière publicitaire. Ce temps est révolu et les sites ont dû s'adapter au marché et trouver d'autres façons de vendre leur espace publicitaire. Comme ils ont réalisé que ce que les visiteurs recherchent le plus est du contenu de qualité, et que ce que les annonceurs recherchent le plus sont de bonnes positions dans les moteurs, plusieurs moteurs ont choisi de vendre de la publicité extrêmement ciblée. Le concept a été utilisé pour la première fois par Goto.com, aujourd'hui Overture.com . L'idée géniale est la suivante : l'annonceur sélectionne une liste de mots-clés ciblés et achète de la pub sur ces mots-clés. Ainsi, son site sortira dans les résultats de recherche quand le visiteur tapera un mot clé qu'il avait préalablement choisi. Comme ce concept apporte plusieurs annonceurs pour les mêmes mots clés, il fallait trouver une façon de facturer les annonceurs selon l'ordre dans laquelle ils allaient apparaître dans le moteur lors d'une recherche.

Le concept de paiement au clic au clic a donc été inventé, et plutôt que de demander un taux fixe, le tarif est fixé sous forme d'encan. Ainsi, les annonceurs se battent entre eux afin d'obtenir les meilleures positions, ce qui fait grimper les revenus publicitaires des moteurs!

Aujourd'hui, il existe littéralement des centaines de moteurs de recherche qui fonctionnent en totalité ou en partie avec le pay per clic.

Pour voir une liste complète : <http://www.payperclicksearchengines.com/>

Il existe deux principaux modèles soit celui utilisé par Overture.com et celui utilisé par Google.

Overture intègre les résultats payant directement dans les résultats de recherche, alors que Google présente plutôt les résultats dans des petites boîtes individuelles à la droite de l'écran, donc séparé des résultats de recherche gratuits.

Lequel est le meilleur, vous me demanderez?

Personnellement, je préfère celui de Google, appelé Adwords, car il est très efficace, moins coûteux et je peux contrôler plus de variables.

Mais la solution idéale est d'utiliser Adwords pour faire ses tests puis, une fois qu'on a les meilleures annonces et les mots-clés les plus rentables, il est facile d'utiliser ensuite plusieurs moteurs pay-per-click pour étendre notre campagne publicitaire.

Certains sont très dispendieux, il faut donc magasiner un peu! Il ne faut pas avoir peur d'utiliser des moteurs moins connus, car ils vous coûteront moins cher par clic. Vous me direz que certains ne donnent pas beaucoup de trafic, mais ça ne change rien! Rappelez-vous que vous ne payez que lorsque quelqu'un clique sur votre lien alors, rien ne vous empêche de lancer une campagne dans 10 moteurs en même temps! Vous ne dépasserez pas votre budget publicitaire puisque vous le fixez vous-même!

Astuces Web Marketing #2

Le pay-per-clic : Combien il faut payer?

Cette question vaut des milliers de dollars, et je vous explique pourquoi.

Si vous jetez un coup d'oeil aux tarifs payés par les annonceurs, vous verrez que les premières positions, dans certains domaines, sont parfois vendues 10\$ le CLIC !!!

Pensez-y, cela veut dire que cet annonceur paie 100\$ pour 10 visiteurs sur son site... serait-ce rentable pour vous?

Dans certains cas, la réponse est oui, mais c'est rare!

La majorité des entreprises paient trop cher pour leur référencement payant pour la simple et bonne raison qu'elles ne calculent pas leur marge de profit avant d'établir le maximum à payer au clic.

Comment faire le calcul?

Il faut faire des tests! Prenons un exemple :

Monsieur X vend des chaussures sur le web. Chaque paire se vend 100\$.

Si Monsieur X fait 50\$ de profit sur chaque paire vendue, il doit faire de la publicité sans toutefois dépasser ce montant.

Donc, Monsieur X a 50\$ pour faire de la pub...mais pas vraiment non plus! Il doit aussi lui en rester dans les poches une fois la publicité payée!

Alors, disons que Monsieur X décide d'allouer 25\$ par vente à la publicité.

Budget : 25\$.

Sur son site, Monsieur X sait qu'il fait UNE vente pour chaque 100 visiteurs. Son taux de conversion est donc de 1%.

Alors, si Monsieur X paie 1\$ par clic dans un moteur payant, il lui en coûtera 100\$ pour faire UNE vente.

$100 \text{ visiteurs} \times 1 \$ = 100 \$.$

Est-ce rentable? Bien sûr que non.

Mais si Monsieur X paie 0,08\$ par visiteur :

100 visiteurs x 0,08\$ = 8\$

Il lui en coûte maintenant 8\$ pour faire une vente. On est en business!

Je sais, vous me direz que 0,08\$ est très peu, alors je ne serai pas en première position, puisque les résultats sont par tarifs...

Oui et non. Google Adwords classe les annonces selon le prix payé mais aussi selon le taux de conversion de chaque annonce. Donc, si les gens clic souvent sur votre annonce, vous serez plus près des premières positions, sans avoir à payer le gros prix!

Alors, la question est la suivante, comment faire pour que mes annonces soient bonnes et que les gens clic dessus?

C'est plus simple que vous pouvez le penser, il s'agit de suivre des règles et de faire des tests.

J'utilise Adwords et j'ai des taux de conversion qui atteignent jusqu'à 40%! Cela veut dire que quelqu'un clic sur mon annonce presque 1 fois sur 2!

Quand on pense que la publicité par affichage de bannière produit en moyenne un taux de clic de moins de 1%...

Je vous laisse faire le calcul!

Astuces Web Marketing #3

La différence entre un moteur de recherche et un répertoire

Le moteur de recherche utilise un robot qui ira visiter et indexer TOUT le contenu de votre site pour l'ajouter à sa base de données.

Le répertoire quant à lui n'indexe pas le contenu de votre site. Il crée plutôt une multitude de catégories, puis il ajoute un lien vers votre site avec une courte description. Ce travail est généralement fait manuellement, par une vraie personne!

Comment bien performer dans chacun ?

Pour bien performer dans un moteur, il faut du contenu pertinent et optimisé sur votre site.

Sinon, sans contenu, le robot du moteur n'aura rien à indexer!

Pour les répertoires, il vous faut vous concentrer sur le titre de votre site et sur la description. Il est donc primordial d'inclure vos principaux mots-clés dans la description.

Mais n'essayez pas d'y écrire une pub! Les éditeurs qui acceptent/refusent votre site n'aiment pas du tout...

Astuces Web Marketing #4

La meilleure technique pour ne pas être indexé rapidement par Google?

Si vous faites vous-même la promotion de votre site Internet , vous savez qu'il existe plusieurs compagnies qui vous offrent de soumettre votre site à des milliers de moteurs de recherche.

Si vous avez écouté mon entrevue sur le référencement, vous savez que ces services sont inutiles, voire même nuisibles pour votre entreprise.

L'autre méthode connue, si vous effectuez le référencement, est de soumettre votre site vous-même, manuellement, sur Google.

L'adresse est la suivante : <http://www.google.fr/intl/fr/addurl.html>

Mais attention !

Peu de spécialistes du référencement vous le diront, mais c'est là une des pires méthodes pour faire indexer votre site dans Google!

Comment Google fonctionne Google est un moteur de recherche. Il envoie un robot appelé le Googlebot sur votre site afin d'indexer tout le contenu de vos pages.

Pour trouver vos pages, le robot surf en suivant les liens disponibles sur votre site. Le robot peut aussi trouver, sur une de vos pages, un lien vers un autre site. Lorsqu'il trouve un lien de ce genre, il le suit car il se dit « Si votre site recommande cet autre site, c'est que ce dernier doit être intéressant. Je vais donc l'indexer pour ajouter du contenu de qualité dans Google ».

Et c'est ainsi qu'un second site est indexé.

Plus tard, quand il aura du temps, le Robot de Google indexera peut-être les sites soumis par la page « addurl.html »...

Voyez-vous ce qui se passe ici? Google PRÉFÈRE trouver des sites en suivant des liens, car selon lui ces sites sont assez intéressants pour être digne de mention.

La morale de cette histoire ?

Plutôt que de perdre du temps à soumettre votre site à Google, passer plutôt du temps à trouver des sites qui accepteront de faire un lien vers le vôtre!

Astuces Web Marketing #5

Alexa qui?

Les spécialistes du marketing internet ont plus d'un tour dans leur sac . Ils vous chargent généralement le gros prix pour faire la promotion de votre site.

Mais saviez-vous qu'ils utilisent fréquemment des outils très puissants, mais qui sont... gratuit?

Aujourd'hui, je vous en présente un que vous pourrez utiliser pour en apprendre plus sur vos concurrents!

Cet outil se nomme Alexa.

Allez-y, jetez un coup d'oeil : <http://www.alexa.com>

Que fait Alexa? Alexa utilise une « toolbar » que les internautes utilisent pour naviguer sur le web, ainsi que des données provenant de Google.

À l'aide de ces données recueillies, Alexa crée un classement mondial des sites web.

Attention : il ne faut pas prendre les données pour du cash! Il faut s'en servir comme ligne directrice, mais ce ne sont pas des chiffres réels.

La vraie utilité d'Alexa est de permettre la comparaison du positionnement de VOTRE site à celui de vos concurrents. C'est donc très utile pour comparer des pommes avec des pommes, mais pas des oranges avec des pommes!

Les données intéressantes :

1. Le ranking mondial : Cette donnée vous permet de voir si votre site est plus populaire que celui de vos concurrents, donc, d'avoir un aperçu du travail de positionnement que vous avez à faire!
2. Les liens : Alexa vous donne le nombre de liens qui pointent vers votre site ainsi que vers ceux de vos concurrents. Quand on connaît l'importance des liens, on saisit tout de suite la puissance de ces données!

Astuces Web Marketing #6

Comment avez-vous planifié le budget de votre site web

Si vous me connaissez personnellement, vous savez que j'effectue régulièrement des contrats de référencement/optimisation pour des boîtes de création web qui m'embauchent pour faire la promotion des sites de leurs clients.

C'est parfait, ça me permet de gagner ma vie aisément!

Mais je dois avouer que c'est loin d'être la situation idéale. (oups...je vais me faire haïr!) Pourquoi? La raison est toute simple, c'est comme de faire les choses à l'envers.

Si vous avez déjà un site Internet, prenez quelques instants pour vous rappeler comment vous avez établi le budget de votre site web.

Il y a fort à parier que vous avez demandé une soumission pour la création du site, et que cette soumission ne comprenait pas de référencement/optimisation/promotion. Et vous vous êtes dit que ce n'était pas grave, vous le feriez plus tard.

Il y a aussi fort à parier que la compagnie que vous avez embauchée ne vous a jamais conseillé sur la meilleure façon de faire votre site EN FONCTION des moteurs de recherche. Pourquoi? C'est simple, la plupart des entreprises qui font des sites sont des créateurs GRAPHIQUES, et ils ne connaissent rien au marketing. Pire encore, plusieurs compagnies sont spécialisées en infographie (version imprimé) et se sont improvisées webmestres...

Dans probablement 90% des cas, les gens se font faire un site et pensent ensuite (parfois) à en faire la promotion.

Et qu'est-ce que j'entends de ces entrepreneurs? On me dit que le web est une grosse dépense, que ce n'est pas rentable. C'est normal, c'est comme d'avoir une Porsche sans avoir les moyens de mettre de l'essence pour la faire rouler...

Et c'est là que je dis qu'il faut plutôt faire les choses dans le bon ordre.

Si je vous disais qu'il faut voir le web comme un INVESTISSEMENT plutôt que comme une dépense?

Une dépense est quelque chose qui ne vous rapporte rien. Un investissement vous rapporte des revenus supplémentaires.

Si vous avez alloué 100% du budget de votre site à la programmation et au design graphique, votre site est en effet une DÉPENSE, car il ne vous rapportera jamais un sou.

Pourquoi? Parce qu'il ne contiendra pas de textes vendeurs et/ou optimisés pour les moteurs de recherche, et ainsi, vous n'aurez pas de trafic ! Et sans trafic, comment comptez-vous faire des ventes?

Les entrepreneurs qui ont eu la chance de travailler avec un professionnel du référencement ou du marketing pour faire leur site ont eu plus de chance. Ils ont alloué une partie de leur budget au design et à la programmation, mais aussi une plus grosse part au marketing de leur site. Ces entrepreneurs ont aujourd'hui une longueur d'avance, car ils ont compris qu'en investissant dans le marketing Internet, ils obtiennent des revenus supplémentaires pour leur entreprise!

Pour quoi il faut faire les choses dans le bon ordre?

Pour obtenir du trafic des moteurs de recherche, il faut non seulement du contenu sur notre site, mais il faut que ce contenu soit optimisé pour les moteurs. Ensuite, pour convertir le trafic en ventes, il faut que notre contenu soit aussi vendeur. Puis, pour obtenir plus de trafic sur son site, il faut en faire la promotion.

Si vous mettez tout votre argent dans le design de votre site voici ce qui se produira : vous n'aurez pas de visiteurs, car votre site ne sera pas optimisé, et vous n'aurez pas d'argent de prévu pour faire la promotion de votre site.

Puis, le jour où vous réaliserez l'état de la situation, vous devrez faire réécrire tous les textes de votre site, ce qui pourrait être coûteux!

Alors, commencez donc par la bonne chose : déterminez un budget qui contient une grande part pour le référencement et la promotion, et vous obtiendrez donc un important retour sur votre INVESTISSEMENT!

Astuces Web Marketing #7

Petit outil utile

Aujourd'hui je serai brève, je veux vous parler d'un petit outil gratuit qui est à votre disposition sur le web.

Il s'agit de Google Rankings.

<http://www.googlerankings.com>

À quoi sert ce service? C'est simple, vous y entrez votre nom de domaine, ainsi qu'un des mots clés pour lequel vous tentez de vous positionner.

Vous cliquez ensuite sur le bouton "What's my Rank?" et... vous l'aurez deviné, vous obtenez votre position dans Google pour ce mot clé!

Génial n'est-ce pas ?

Bien que personnellement je ne m'attarde pas trop à connaître mon ranking dans les moteurs, j'aime bien à l'occasion aller vérifier l'état de la situation.

Pourquoi je dis que je ne m'attarde pas trop là-dessus? Parce que je préfère passer du temps à écrire de nouvelles pages pour mes sites plutôt que de rester inactive à regarder mes positions.

Mais tout de même, c'est intéressant pour voir l'évolution de son site, et pour savoir si on est arrivé à bien se positionner pour nos mots-clés.

Je vous conseille aussi d'essayer le "advanced search" car il vous permet de sélectionner la langue. Ainsi, vous pourrez savoir comment vous vous positionnez sur Google.fr, ce qui peut parfois varier par rapport à Google.com

Amusez-vous!

Astuces Web Marketing #8

MSN se renouvelle

Saviez-vous que Bill Gates préparait toute une compétition à Google et Yahoo? En effet, le géant de la technologie a décidé de remanier son moteur de recherche, MSN, pour en faire un moteur plus intelligent qui ressemble d'avantages à Google.

Vous pouvez voir la nouvelle version ici : <http://search.fr.msn.ca/>

Qu'est-ce que cela change pour vous et votre site? Pour l'instant, pas grand chose, si ce n'est que vous recevrez peut-être un peu plus de trafic en provenance de MSN. Mais pour cela, il vous faut être indexé.

En ce moment, vous ne pouvez pas soumettre votre site web gratuitement à MSN s'il ne s'y trouve pas. Pour soumettre un site, il faut passer par Overture, qui vous chargera un montant. Donc, la meilleure façon de se faire indexer sans payer est la suivante : assurez-vous que plusieurs bons sites pointent vers le vôtre, et comme MSN trouve les nouveaux sites de la même façon que Google, en naviguant d'un lien à l'autre, il finira ainsi par trouver le vôtre.

Astuces Web Marketing #9

La différence entre les sites

Cette semaine, je vais tenter de répondre à une question qui m'est venu d'un lecteur.

La question est la suivante :

Quelle est la différence entre le modèle économique des sites marchands francophones et américains?

Et voici ma réponse :

Je sais que plusieurs s'attendent à une énumération de différences marquées entre la façon de construire et de vendre sur un site francophone versus sur un site anglophone. Et bien, ce n'est pas le cas. En réalité, il ne devrait pas y avoir de différence entre un site francophone et un site anglophone!

La seule différence réelle entre les deux est la langue et ses nuances au niveau de la rédaction.

C'est tout.

Car ce qui vend en anglais vend tout aussi bien en français. Il n'y a pas de recette miracle, il faut tester sa lettre de vente autant en français qu'en anglais.

Les gens voient des différences entre les sites, mais en fait, ce sont plutôt des différences entre les sites qui font de l'argent et ceux qui n'en font pas, et ça, ce n'est pas une question de langue! C'est une question d'avoir du trafic sur son site, et de convertir son trafic en ventes. Ne vous arrêtez donc pas au modèle d'un site selon la langue, mais plutôt selon sa rentabilité.

Astuces Web Marketing #10

Tout est dans l'image?

Dans la vie, on entend toujours que l'image est très importante, qu'elle sert à se faire une première impression. On dit aussi qu'il faut souffrir pour être belle, mais ça c'est une autre histoire! Mais qu'en est-il sur le web? L'apparence visuelle d'un site est-elle importante? Devrait-on utiliser des images? Et surtout, devrait-on payer cher pour le design de son site?

Pour certains (comme mon associé Didier, pour ne pas le nommer...) un site n'a pas besoin d'être beau pour vendre. La preuve est faite, nous vendons déjà des livres sur ce site tout simple : <http://www.stephaniehetu.com/sys50.html>

Pour ma part, bien que je sois d'accord avec le point de vue de Didier, je me permets de nuancer un peu.

Il est absolument vrai qu'un site n'a pas besoin d'être beau pour vendre, l'important, c'est la lettre de vente.

La différence est que dans certains cas, il faut tout de même un minimum de qualité graphique pour donner un peu de crédibilité à son site. Par contre, contrairement à ce que plusieurs pensent, il n'est pas nécessaire de déboursier des milliers de dollars en design! Un template graphique peut très bien faire l'affaire.

Utiliser des photos? Uniquement si l'image sert à vendre. Un exemple : un site qui vend des voyages.

Quand il faut créer du rêve, l'image devient très utile.

Vous êtes toujours sceptique et croyez qu'un design dispendieux est très important ?

Comparons 2 de mes sites :

1. Le site d'une agence de voyages que je connais : <http://www.voyages-gaby.com>

2. Mon site sur les chiens : <http://www.cutepuppydog.com>

Le premier a un beau design fait par un graphiste, mais n'est pas entièrement optimisé pour les moteurs.

Le second est relativement laid visuellement, car je l'ai fait moi-même et je n'y connais rien en graphisme!

Eh bien, le second site reçoit 4 fois plus de trafic, et environ 5 fois plus de vente que le premier...

Voilà!

Partenaire de votre succès en ligne,

Stéphanie Hétu
(450) 240-5247