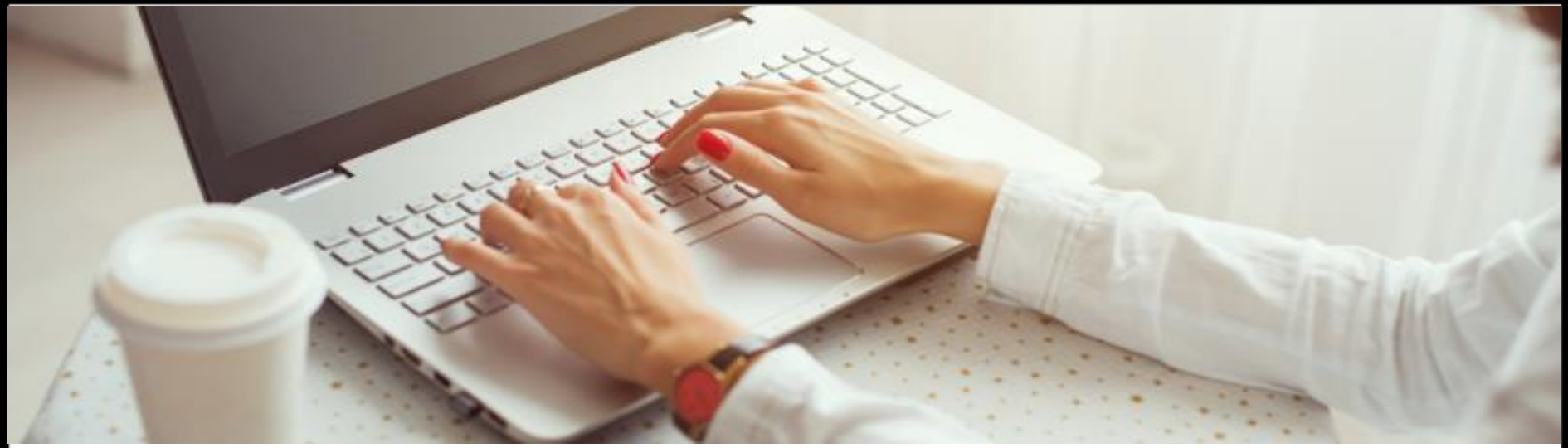

Démarrez votre présence web en 8 étapes

@valerialandivar

© 2020 Tous droits réservés

#1: Définissez votre objectif

Peu importe si êtes travailleur autonome ou si vous avez une entreprise avec de nombreux employés, il est très important de définir clairement vos objectifs. Analysez ce que vous voulez atteindre grâce à votre présence sur le web et définissez votre objectif.

Le but de la présence sur le web de mon entreprise est :

© 2020 Tous droits réservés

#2: Définissez votre public cible

Qui est votre public cible ? Pour définir cela travaillez avec les caractéristiques des personnes que vous souhaitez atteindre. Explorez! Vous ne voulez pas seulement savoir qui ils sont, mais où ils sont, ce qu'ils font, et quand est-ce qu'ils interagissent avec votre marque. Pourquoi se sont-ils intéressés à votre marque ? Que proposez-vous qui ajoute de la valeur à eux, et comment cela peut influencer sur ces décisions ?

Le public que je veux joindre avec ma présence web est :

© 2020 Tous droits réservés

#3: Choisissez les réseaux sociaux dans lesquels vous allez travailler

Ne vous concentrez pas sur la taille du réseau, focalisez-vous dans celui où votre public cible se trouve et qui vous aide à atteindre vos objectifs. Déterminez le temps que vous pouvez investir, on veut éviter de mal gérer le temps et faire des efforts inutiles.

Les réseaux sociaux dans lesquels nous allons travailler sont :

© 2020 Tous droits réservés

#4: Définir la voix de votre marque

Pour réussir en ligne, la façon dont vous communiquez doit refléter l'image de votre marque. Pendant le développement de votre activité sur les réseaux sociaux, il est important de vous assurer que toutes vos communications soient alignées et qu'elles expriment les valeurs de votre marque.

La personnalité qui aura ma marque :

_____

_____

_____

_____

_____

_____

Les valeurs que nous voulons refléter :

_____

_____

_____

_____

_____

_____

Je veux être perçu :

_____

_____

_____

_____

_____

_____

© 2020 Tous droits réservés

#5: Définissez le contenu que vous allez partager

Il est très important de développer un contenu approprié. Travaillez avec votre équipe pour évaluer le type d'information que les gens recherchent; vous devez déterminer les besoins de votre public. Rappelez-vous que le contenu doit être de valeur, et non une vente directe. Renseignez les gens afin qu'ils vous connaissent et aient la confiance nécessaire pour faire des affaires avec votre entreprise.

Les personnes en charge de la création de contenu sont les suivantes :

© 2020 Tous droits réservés

#6: Créez votre calendrier éditorial

Le calendrier éditorial est le cœur de la stratégie Web, cela vous aide à gérer le processus de création de contenu indépendamment de vos objectifs. Créez le document et définissez les responsabilités de chaque membre de l'équipe

Le calendrier a été créé et se trouve dans :

Les responsables de la création et ajout de contenu sont :

Les gens qui sont en charge de publier le contenu sont :

© 2020 Tous droits réservés

#7: Analyse de vos résultats :

Au début de votre campagne prenez note de l'état actuel de votre présence en ligne (abonnés sur vos réseaux sociaux, trafic actuel sur votre site, les résultats dans les moteurs de recherche, backlinks, commentaires en ligne de vos clients, les coûts d'acquisition par client, etc.) pour voir plus clairement l'évolution. Combien de personnes ont pris des mesures grâce à vos publications sur les réseaux sociaux ?

La portée de mes actions :

L'interaction produite :

Conversion :

© 2020 Tous droits réservés

#8: Promouvoir vos actions

Une fois que vous avez créé un excellent contenu, votre prochain objectif est de faire une bonne promotion. Si vous voulez vraiment attirer l'attention de votre public, vous devrez consacrer du temps à la promotion de votre contenu. Définissez les stratégies que vous allez exécuter, et ceux qui seront en charge de la promotion par courriel et avec les réseaux sociaux. N'oubliez pas d'ajouter des actions hors ligne si nécessaire.

Stratégies de promotion :

© 2020 Tous droits réservés