

Booster sa visibilité WEB /CMS - SGC - stratégie de référencement

Classe virtuelle

Session : 3/3

27 avril 2021



Stratégie de diffusion





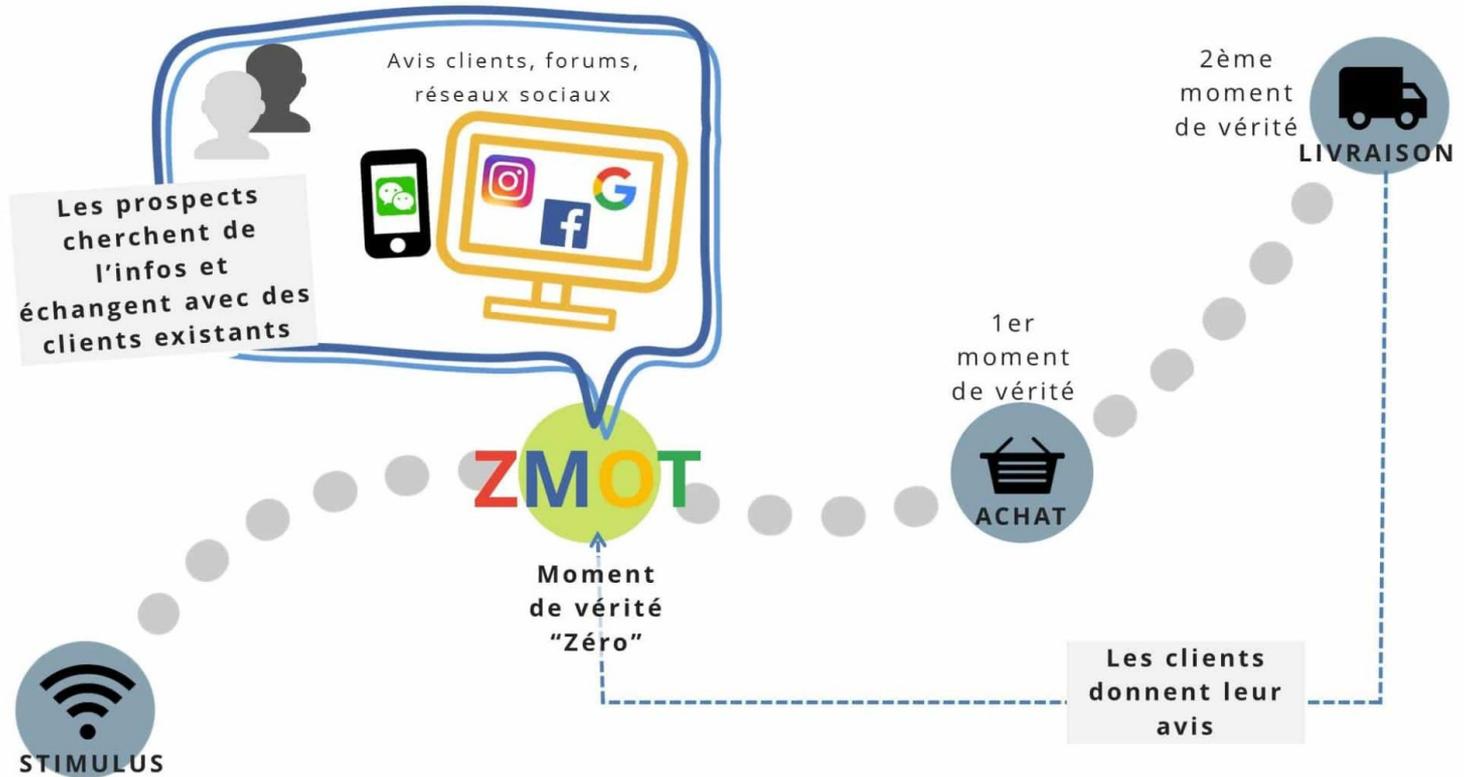
Stratégie Marketing

« Pour une entreprise, ne pas réaliser de publicité c'est comme faire de l'œil à une fille dans le noir. Vous savez ce que vous faites, mais personne d'autre ne le sait. »

— **Stuart H. Britt**

Social Media Optimisation

Comprendre la notion de SMO : le ZMOT



Social Media Optimisation

Une Marque (ou une destination) joue un rôle d'accompagnateur pour vivre des expériences

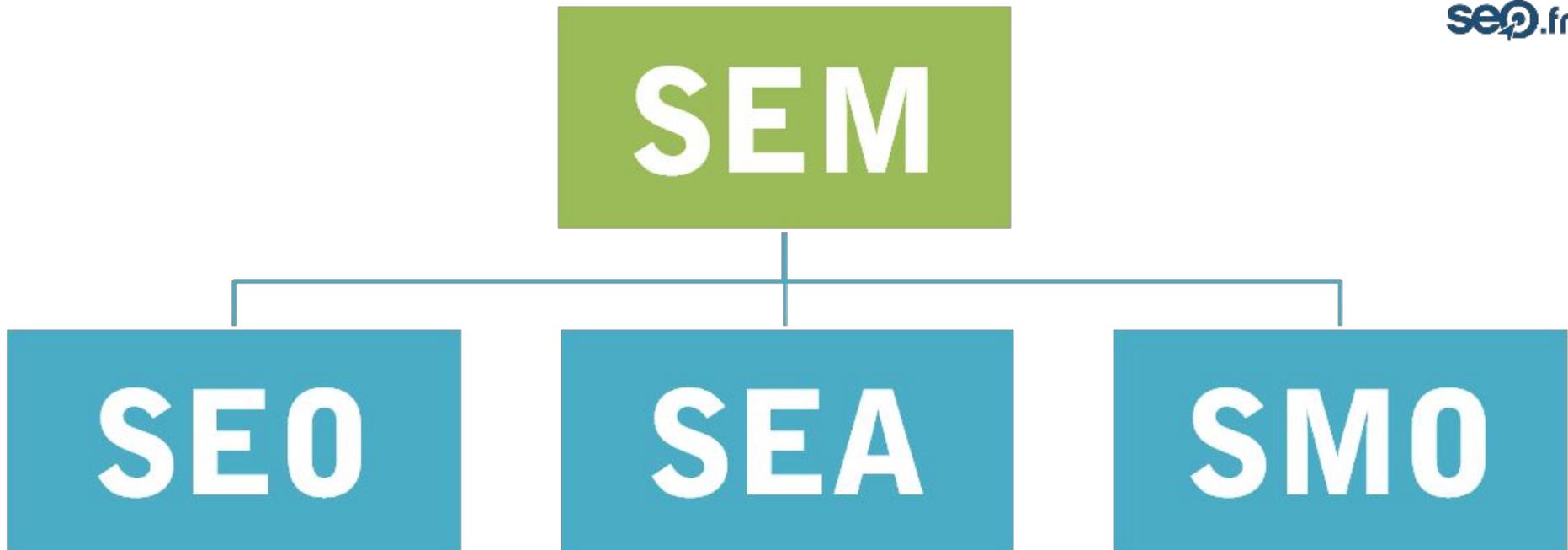


Booster sa visibilité WEB

SEO, SEA, SMO, on s'y perd un peu non ?

Le SEM (pour Search Engine Marketing) est un terme global prenant en compte toutes les techniques visant à améliorer la visibilité d'une entité (site, entreprise, personne..) sur les moteurs de recherche. Par conséquent, le SEM est un regroupement de techniques marketing et non une technique marketing en soi.

seo.fr



7 objectifs pour booster sa visibilité et son autorité

1. Générer du trafic vers votre site internet
2. Atteindre des clients potentiels
3. Améliorer votre e-réputation
4. Créer une communauté active
5. Valoriser vos contenus
6. Acquérir des backlinks
7. Améliorer votre SEO

10 règles d'optimisation

1. Créez du contenu qui se partage
2. Simplifiez le partage
3. Récompensez l'engagement
4. Favorisez la diffusion de votre contenu de manière pro-active
5. Soyez une ressource pour les internautes
6. Encouragez les utilisateurs à se réapproprier votre contenu
7. Participez aux conversations
8. Faites entrer dans votre stratégie SMO le processus de cocréation
9. Restez vous-même
10. Expérimentez de nouvelles choses



Newsletter



AGENCE CONSEIL ET ORGANISME DE FORMATION TOURISME

Bonjour Pierre, voici la liste des webinaires de la semaine

A LA UNE

Le 16/04/2021 à 09:30 Comment bien utiliser Facebook ads ?

Facebook reste le réseau social avec la plus forte audience en 2021. Une présence digitale qui se respecte signifie généralement consa...

S'inscrire



Envoyer un e-mailing avec le logiciel Sendinblue

Le 14/04/2021 à 09:30

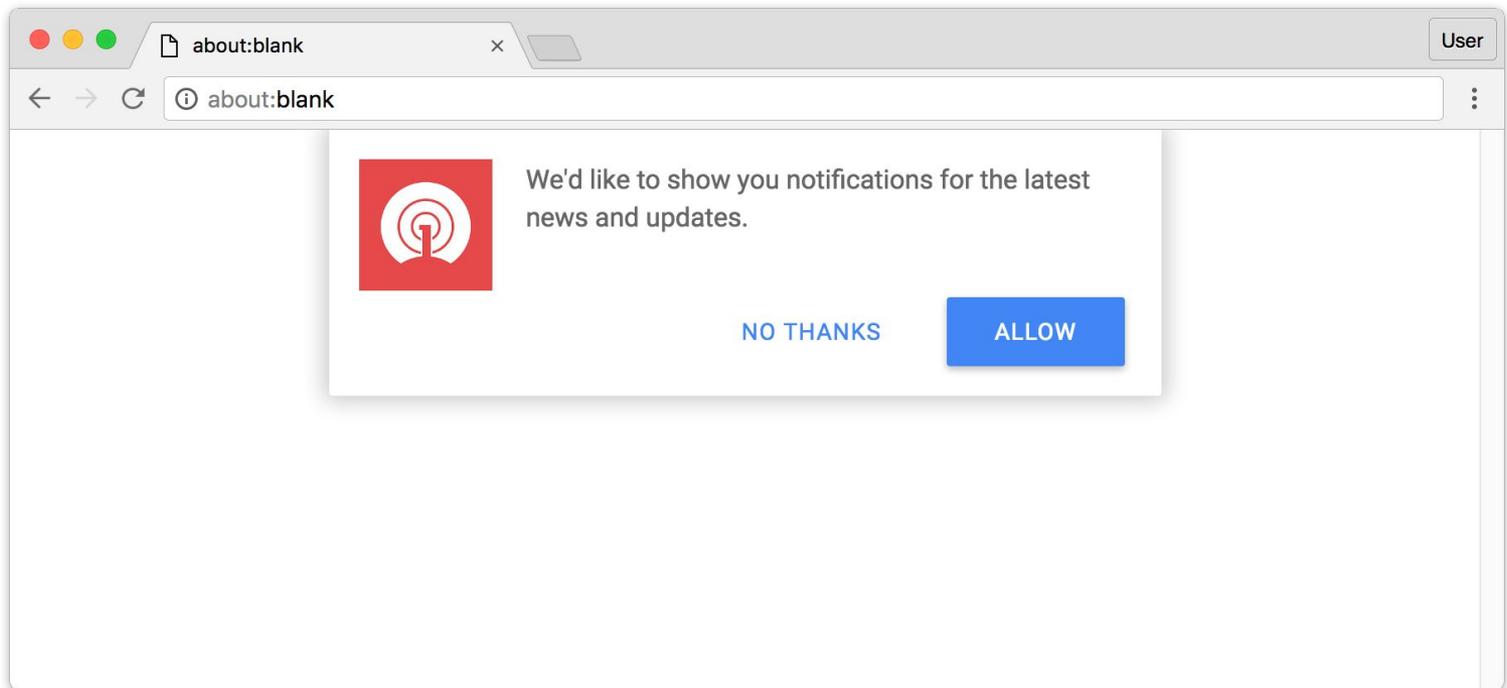
Gérer des campagnes e-mailings nécessite d'aborder plusieurs points : les cibles, le...



S'inscrire

Les autres leviers

Les notifications push WordPress vous permettent d'avertir automatiquement votre public lorsque vous avez publié de nouveaux contenus sur votre site.



Les autres leviers

La signature email

Nadège Imbert
RESPONSABLE PROMOTION



Office de Tourisme

20 Place du 8 mai 65120 Luz-Saint-Sauveur
+ 33 (0)5 62 92 30 30

www.luz.org



<https://ga-dev-tools.appspot.com/campaign-url-builder/>

facebook

advertising



La publicité sur Facebook

Les campagnes



Les campagnes reflètent un **objectif commercial** (ou objectif publicitaire) concret

➔ Objectif de notoriété

➔ Objectif de vente

La publicité sur Facebook

Créer une campagne

Sensibilisation	Considération	Conversion
 Notoriété de la marque	 Trafic	 Conversions
 Couverture	 Interactions	 Ventes catalogue
	 Installations d'apps	 Trafic en point de vente
	 Vues de vidéos	
	 Génération de prospects	
	 Messages	

La publicité sur Facebook

Créer une campagne

- ❑ **Notoriété** : il s'agit des objectifs qui suscitent un intérêt pour votre produit ou service.
- ❑ **Considération** : il s'agit des objectifs qui incitent les gens à s'intéresser à votre entreprise et à rechercher des informations la concernant.
- ❑ **Conversions** : il s'agit des objectifs qui encouragent les personnes intéressées par votre entreprise à acheter ou à utiliser votre produit ou votre service.



La publicité sur Facebook

Ensembles de publicités : définir votre stratégie

- Indiquer une audience
- Sélectionner des emplacements
- Choisir votre budget et votre calendrier

The screenshot displays the Facebook Ads creation interface. At the top, there are two tabs: "Créer un ensemble de publicités" (selected) and "Créer plusieurs ensembles de publicités". Below the tabs, the "Nom de l'ensemble de publicités" is set to "FR - 18+", with an "Options avancées" button. A "Mode création rapide" button is also visible. A blue tooltip points to the "Mode création rapide" button, stating: "Passez à tout moment en mode création rapide à l'aide de ce bouton." The "Trafic" section is active, with "Site web" selected. The "Offre" section is currently "DÉSACTIVÉ". The "Audience" section is partially visible. On the right side, a "Taille de l'audience" gauge shows a needle pointing to the right, with a tooltip indicating "(31) Facebook" and "La sélection de votre audience est assez large." Below the gauge, the "Portée potentielle" is listed as "37 000 000 personnes". The "Résultats quotidiens estimés" section shows "Portée" as "7 900 - 27 000" and "Clics sur un lien" as "97 - 540".



La publicité sur Facebook

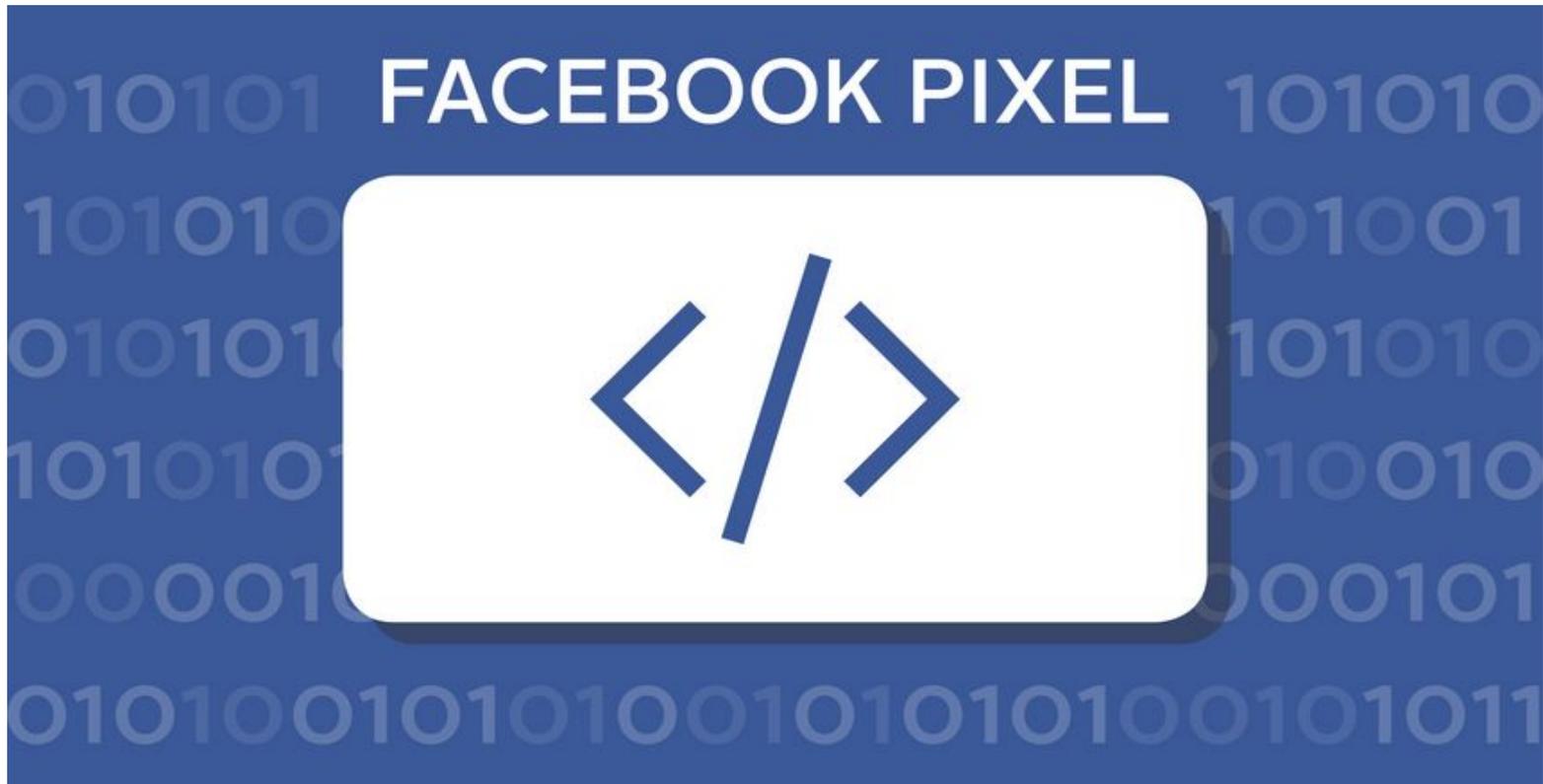
Stratégie de ciblage

- **Audiences principales** : ciblez vos publicités à l'aide de données Facebook.
- **Audiences personnalisées** : utilisez des données de votre système CMS, votre site web, votre application mobile ou d'autres sources pour cibler des personnes que vous connaissez déjà avec des publicités Facebook.
- **Audiences similaires** : faites émerger de nouvelles audiences en associant les audiences personnalisées au ciblage Facebook.



La publicité sur Facebook

Le pixel Facebook



La publicité sur Facebook

Publicités : exprimer votre créativité

Formats :

Votre objectif publicitaire et votre placement peuvent avoir un impact sur les formats disponibles. Les différents types sont les suivants :

- ✓ **Carrousel** : une séquence à faire défiler de 2 à 10 images ou vidéos
- ✓ **Image** : une photo ou un graphique unique
- ✓ **Vidéo** : une publicité ancrée par une vidéo unique
- ✓ **Diaporama** : une publicité vidéo en boucle, composée de jusqu'à 10 images ou cadres extraits d'une vidéo, auxquels vous pouvez ajouter des transitions et de la musique.
- ✓ **Collection** : une manière visuelle et immersive de promouvoir une entreprise ou des produits

