

**Document- Animez efficacement votre site grâce à ces 12 idées de contenus à proposer**

Pour susciter l'intérêt de vos lecteurs, la variété des contenus est importante. Voici des idées de contenus pour y parvenir.

Pour attirer des visiteurs, il est primordial de créer un contenu de qualité varié. Voici quelques conseils qui vous aideront à trouver des formats de contenus différents pour retenir l'attention de vos lecteurs.

Au cœur de toute bonne **stratégie digitale** actuelle, le content marketing constitue une véritable opportunité pour se démarquer, créer de la valeur ajoutée, gagner en notoriété et obtenir un trafic qualifié. Pourtant, savoir susciter l'intérêt du plus grand nombre n'est pas chose facile et nécessite de savoir se renouveler tant sur le fond que sur la forme.

Produire du contenu, c'est bien. [...] Mais les varier, c'est encore mieux pour susciter l'intérêt du plus grand nombre et améliorer votre audience. Suivant vos visiteurs, le support par lequel vous leurs proposerez votre message sera plus ou moins impactant pour eux et se partagera donc différemment. Certains apprécieront lire des études précises et détaillées tandis que d'autres préféreront visionner une vidéo. Pour vous aider, voici quelques formats qui vous seront utiles.

**Les vidéos**

Certes, ce n'est pas le support le plus simple à mettre en place mais c'est certainement le plus attractif que vous puissiez proposer. La vidéo vous permet de faire passer des messages simples et concis qui se partagent très facilement.

**Les infographies**

Ce type de contenu se partage 3 fois plus que les articles classiques. Comme disait Confucius " une image vaut mille mots". Elles permettent de communiquer beaucoup d'informations en une seule image.

**Les livres-blanc**

Vous souhaitez traiter un sujet de fond ? Le livre-blanc ou le e-book est le format qu'il vous faut. Certes, il demande du temps de réalisation mais contribue fortement à renforcer votre expertise et peut facilement se télécharger.

**Le slide-share**

L'avantage principal de ce type de support est leur facilité de création, de lecture et de partage. Surtout accès sur le visuel, vous pouvez le combiner à des mp3 ou encore automatiser leur défilement pour en faire de véritables webinars.

**Le jeu concours**

Organiser un concours est un excellent moyen de **booster votre trafic**, augmenter votre notoriété et augmenter le nombre de vos contacts. Attention tout de même, il y a quelques règles à respecter avant.

La liste (comme l'article que vous êtes en train de lire). Relativement simple, rapide à faire et très en vogue, ils se composent d'une introduction, d'une liste de points plus ou moins détaillés et d'une conclusion. Leur structure simplifie leur lecture et en font des articles très appréciés des internautes.

**Le "how-to"**

Comment faire un gâteau au chocolat ? Tout est là. Ces contenus sont les plus courants sur les blogs et permettent d'améliorer votre visibilité avec des titres formulés sous forme de questions à la manière de ce que recherche les internautes.

**Les quiz/sondages**

Très pratiques pour animer vos communautés et relativement simples à mettre en place, ils vous permettent de collecter des informations pertinentes que vous pourrez exploiter ensuite.

**L'étude de cas**

Très bon moyen de prouver votre compétence tout en faisant parler de vous, l'étude de cas montre de manière détaillée comment vous avez solutionné un problème et les résultats obtenus. Vous vous placez ainsi en expert et rassurez vos prospects.

**Les définitions**

Vous connaissez parfaitement bien votre domaine. Cependant, vos lecteurs sont-ils tous aussi connaisseurs ? Eclairiez-les sur les termes les plus techniques en leur proposant des définitions détaillées et pertinentes.

**Les interviews**

Si vous avez l'opportunité d'interroger une personne qui puisse partager son expérience, qui soit reconnue dans son secteur ou qui soit relativement influente, profitez-en pour le faire sous forme d'interview.

**L'article d'opinion**

Que ce soit pour commenter une actualité, pousser un coup de gueule ou simplement donner votre avis sur un livre, le faire de manière argumentée dans un article est un bon exercice pour susciter l'intérêt de vos lecteurs (qu'ils partagent ou non votre point de vue) et vous placera en professionnel.

**Les comparatifs et tests utilisateurs**

Ce type d'article rejoint un peu le précédent mais en lui donnant un aspect plus technique. Vous accompagnez ainsi les novices en leur proposant des recommandations justifiées. Une nouvelle fois, vous vous placez en tant que professionnel légitime de votre domaine.

Vous l'aurez compris, une fois que vous savez quoi communiquer et à qui, il suffit de trouver la manière de le faire. Dans tous les cas, le fond prime sur la forme mais si vous souhaitez pouvoir apporter une réelle valeur ajoutée à votre sujet, pourquoi ne pas l'aborder de plusieurs manières.

## 1- Quels grands principes retenir pour une animation efficace et quels contenus publier ?

### Document-lafabriquedunet.fr- : optimiser-site-vitrine-objectifs-organisation-contenu

Chaque site vitrine est différent et varie en fonction des objectifs que l'on s'est fixés. Néanmoins, **certains éléments se retrouvent sur tous les sites vitrines (ou presque). La page d'accueil** tout d'abord. En plus de servir de hub dirigeant vers les autres pages, elle contient en général toutes les informations importantes. Une page d'accueil (homepage en anglais) de qualité contribue beaucoup à la qualité globale d'un site vitrine. **On doit trouver sur cette page : le nom et le logo de votre entreprise, une synthèse en quelques mots de votre offre, éventuellement un slogan, les informations utiles (contact, horaires, etc.).** L'organisation de la page d'accueil variera en fonction de l'objectif que vous poursuivez. Pour qu'elle soit réussie, elle doit constituer une synthèse de votre site. Derrière votre vitrine figurent les produits ou services que vous proposez. **Un site vitrine doit contenir un listing des services proposés. Il faut qu'à chaque services/produits ou type de services/produits corresponde une page**, notamment pour des raisons de référencement.

**Un site vitrine, surtout si vous souhaitez à travers lui améliorer votre image de marque, doit présenter vos références.** Cela permet de crédibiliser votre entreprise : indiquez sous forme de pictogrammes toutes les recommandations et labels de qualité que vous avez obtenus, si vous avez travaillé avec des clients prestigieux, mentionnez-les. [...].

Un site vitrine permet de se faire mieux connaître, de communiquer ses valeurs, son expertise, son histoire, etc. Il est donc important de bien soigner **la rubrique « A propos » ou « Qui sommes-nous ? »**. Ces rubriques permettent de crédibiliser votre activité mais aussi d'établir un lien humain avec l'internaute. Créez également **une page « Mentions légales »**, indiquant les informations juridiques sur votre entreprise. Bien sûr, tout site vitrine qui se respecte propose aussi **une page « Contact »**. **Du point de vue des internautes, les sites vitrines servent dans une écrasante majorité des cas à obtenir vos coordonnées (adresse et téléphone).**

Cette page « contact » doit être bien conçue. Vous pouvez intégrer un formulaire de contact, ce qui vous permettra de récupérer des adresses mails.

[...] Un point important qui n'a pas encore été abordé : le blog. Tous les sites vitrines n'ont pas de blog, loin de là même. Pourtant, [...] leur rôle est très important. En créant un blog, vous enrichissez le contenu de votre site vitrine.

**Pour que votre site vitrine soit efficace, vous devrez créer un contenu riche.** Et cela non seulement dans une optique de référencement, mais aussi dans une optique de transformation.[...]

**Enrichissez au maximum vos différentes pages en contenus.** Une page qui ne comporte que des animations Flash, des images, des vidéos, des pictogrammes ou des logos ne ressortira pas dans Google. Placez des zones de texte partout sur vos pages !

**Créer une Foire aux questions (FAQ)** peut remplir les mêmes fonctions qu'un blog. Si vous n'avez pas le budget nécessaire pour alimenter mois après mois un blog, créer une FAQ peut être une alternative.

**Le contenu de votre site vitrine ne doit pas uniquement être conçu dans une optique de référencement. Le contenu doit aussi être pensé dans l'optique de l'amélioration du taux de conversion**

**Le texte n'est pas le seul élément à prendre en compte : le design et l'ergonomie sont tout aussi importants.** Quelques conseils : évitez d'utiliser plus de trois ou quatre couleurs sur votre site vitrine, cela nuit à la lisibilité du site ; **choisissez un thème graphique en phase avec l'identité visuelle ou les valeurs de votre entreprise** ; choisissez un thème responsive design pour que votre site vitrine soit accessible correctement depuis mobile.

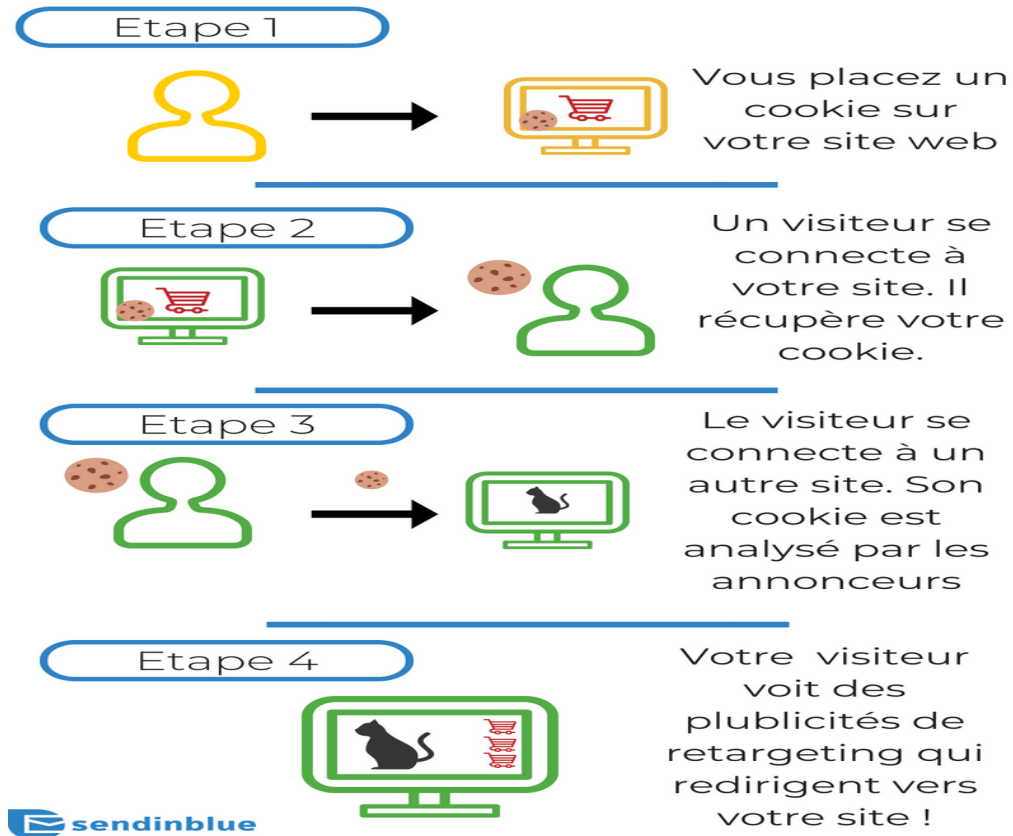
Pour finir, on peut insister sur un point particulier : **un site vitrine sera d'autant plus performant qu'il sera vivant, dynamique.** Un site vitrine qui, une fois créé, n'est plus alimenté en contenus non seulement aura du mal à être visible mais finira par perdre ses positions dans Google.

2- Comment optimiser un site vitrine ?

3- Qu'est-ce qu'un cookie ? A quoi sert-il ?

Video [https://www.youtube.com/watch?v=g6c1WGKD3\\_Y](https://www.youtube.com/watch?v=g6c1WGKD3_Y)

#### 4- Un exemple d'utilisation de cookie : le retargeting



#### 5- Qu'est-ce qu'une page d'atterrissage ? Quel est son objectif ?

Vidéo : Qu'est-ce qu'une landing page ?

6- Comment optimiser sa landing Page ? A l'aide des deux exemples ci-dessous trouvez les fondamentaux d'une landing page



Le Plessis-Trévisé - VAL DE MARNE (94)

VILLA  
— — —  
GLYCINES

**GRANDE  
OUVERTURE**  
28, 29, 30 septembre  
& 1er octobre 2017

1 **LE MEILLEUR CHOIX** du studio au 4 pièces

2 **Frais de notaire OFFERTS** (1<sup>er</sup> MR)

3 **RÉSERVEZ** avec équipement 1 500 €<sup>1</sup> (2)

LOI  
PINEL

0%  
TA

DEVENEZ PROPRIÉTAIRE  
ENTRE VILLE ET NATURE



**Le Plessis-Trévisé (94)**  
Villa des Glycines

- 39 appartements de standing du studio au 4 pièces
- Espaces extérieurs généreux
- Parking en sous-sol
- Vues dégagées
- À 10 minutes du centre-ville

**OFFRES DE LANCEMENT**

Pour profiter des offres  
ou pour plus d'informations  
**INSCRIVEZ-VOUS**

↓

\*champs obligatoires

Vous souhaitez :

- Télécharger la plaquette, voir les prix et accéder à la visite 3D
- Être appelé(e) ou prendre rendez-vous

Je ne suis pas un robot

**ENVOYER**

Coordonnées à la clé de l'édification en France - loi n° 833 du 30 juillet 1983 modifiée. Sous réserve d'un état d'ordre et de régularité des autorisations des plans constructifs en vigueur. Cette demande à adresser à [www@polycities.com](mailto:www@polycities.com)

**Renseignements et vente**  
**06 58 57 55 36**  
Espace de vente :  
3 avenue Gonzalve - Le Plessis-Trévisé

(1) Offre limitée aux 10 premiers résidents (2) Selon la disposition en vigueur à la date de distribution (3) Voir conditions sur l'espace de vente - Illustrations basées à la fois sur l'interprétation de l'architecte - Septembre 2017 - Collection - Simy-system.com



Tarifs Aide En savoir plus - Vous êtes enseignant ? Se connecter

**Recommander** Vous aimez et 21 K autres personnes recommandent ça

**Le permis. 2x moins cher**  
Passez le permis de conduire **pour 749 €** avec un taux de réussite de 76%

Votre code postal  COMMENCER





Service agréé  
n°E1507500110



Enseignants  
diplômés d'état



Leçons assurées  
par AAA

## 7- Qu'est-ce qu'un contenu premium ? Quel est son rôle ?

Document-

Un **contenu premium** est un contenu numérique à forte valeur ajoutée (**livre blanc, rapport, webinar, outil, étude de cas, ...**) proposé en téléchargement gratuit en échange des **coordonnées de l'internaute** (adresse mail, téléphone, nom, entreprise...), qui sont généralement saisies sur une **landing page** (page d'atterrissage).

La collecte de ces informations est un excellent moyen de vous constituer une base de données qualitative. C'est de cette manière que commence la conversation avec les **prospects** sur le principe du « give and get ». A travers ce type de **contenu**, l'entreprise recherche à démontrer son expertise, asseoir sa légitimité auprès d'une cible bien identifiée et instaurer un climat de confiance avec ses potentiels clients.

Par exemple, lorsque vous naviguez sur un **site web** et que vous êtes à la recherche d'une information précise sur un secteur d'activité, un produit, un service, vous remarquerez qu'on vous propose souvent de télécharger gratuitement un guide, un **livre blanc** ou autre contenu de qualité (**podcasts, vidéo explicative**) contre vos **coordonnées**. Ces contenus ont pour but de vous aider dans votre réflexion.

En réalité, le contenu n'est pas tout à fait gratuit. L'entreprise a investi du temps et des ressources pour le créer, le publier et le promouvoir. Il semble donc logique qu'elle ait quelque chose en échange, comme les coordonnées. En revanche, pour que vos cibles soient prêtes à vous laisser leurs coordonnées, votre **contenu premium** doit apporter une réelle plus-value.

Ne misez cependant pas tout sur ce type de contenu non plus. Publiez aussi des **contenus gratuits**, en libre accès, que ce soit sous forme d'articles de blog, d'infographies, de vidéos, de pillar pages sur votre site web ou encore de contenus partagés sur les réseaux sociaux... C'est ce savant **mélange entre contenus gratuits (ungated content) et contenus premium** (gated content) qui fera le succès de votre stratégie de **content marketing**.

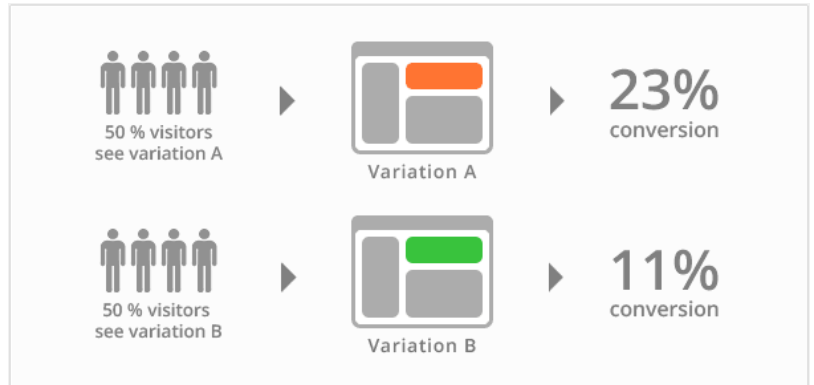
<https://www.ideagency.fr/blog/contenu-premium>

## 8- En quoi consiste l'A/B testing ?

### Document- A/B testez votre landing page !

L'A/B Testing est une technique de web-marketing qui consiste à proposer plusieurs variantes d'une même page afin de déterminer la version qui donne les meilleurs résultats auprès des consommateurs. Ce sera par exemple la mise en place simultanée de deux pages d'accueil différentes, pour voir laquelle génère le plus de contacts (mail/achat/téléchargement...) ou de ventes. Ces 2 pages peuvent avoir beaucoup ou très peu d'éléments différents : ce pourra être uniquement un argument de vente modifié, la position d'un bouton d'action ou bien un design complètement revu.

On scinde les visiteurs en deux groupes (d'où le nom A/B), on leur affiche une version de page différente, puis on suit le parcours des deux groupes en temps réel, et on regarde laquelle des deux donne le meilleur résultat par rapport à un objectif donné.



*Schéma explicatif d'un test AB. Source : Christian posta*

## 9- Quelles sont les différentes sources de trafic d'un site et pourquoi s'y intéresser ?

Vidéo : Utiliser Google Analytics pour comprendre d'où viennent vos visiteurs

## **Document- Newsletter et RPD**

« **Règlement Général pour la Protection des Données personnelles** » ou « **RGPD** » l'acronyme est sur toutes les lèvres. Et pour cause, le RGPD est entré en vigueur le vendredi 25 mai 2018. Ainsi, **toute organisation**, qu'elle soit privée ou publique collectant de la donnée personnelle **doit s'y conformer**. Comme la plupart des organismes, vous utilisez la newsletter comme moyen d'information auprès de vos abonnés. Vous leur proposez des articles, les dernières nouveautés, les actualités de la structure, etc. Cette communication périodique envoyée par e-mail à une liste de destinataires nécessite la récolte d'informations personnelles.

En premier lieu, En France, le fichier servant à stocker les données relatives aux destinataires d'une lettre d'information doit être déclaré à la CNIL (commission nationale de l'informatique et des libertés).

Désormais **chaque donnée collectée** doit être **nécessaire à votre activité**. En effet, le temps des « je récupère des données en prévision de » est révolu. Désormais, vous devez **justifier votre collecte**.

De façon à vous mettre en conformité avec le règlement, vous avez désormais **l'obligation d'informer vos utilisateurs de chaque traitement des données** que vous allez effectuer. Ils doivent pouvoir accéder à leurs informations personnelles, les rectifier ou les supprimer. Par conséquent, chaque collecte doit expliquer via des mentions :

1. ce que vous collectez : mail, adresse, âge
2. dans quel but et quel objectif : exemple recevoir la lettres d'informations, recevoir des offres promotionnelles
3. le processus de désinscription, d'oubli, d'effacement des données
4. qui a accès aux données
5. combien de temps elles seront conservées
6. ce qui est effectué pour les sécuriser

**Un petit conseil** : afin d'éviter de noyer votre utilisateur dans des mentions juridiques indigestes, vous pouvez donner un premier niveau d'information seulement (les points 1, 2 et 3 par exemple) et renvoyer vers [votre page de politique de confidentialité](#).

De plus, **le RGPD impose de prouver** que vos utilisateurs ont **validé la collecte et l'utilisation de leurs données**. Pour cela, **paramétrez** une procédure « **double opt-in** » (votre abonné s'inscrit et un mail lui est renvoyé pour confirmer son inscription) qui vous permettra d'être **en mesure de prouver que vos utilisateurs ont bien validé/cliqué** afin de recevoir votre newsletter.

Outre cette campagne, vous devez faire apparaître, dans votre module, des mentions spécifiques :

« *En validant votre inscription, vous acceptez que « mon entreprise » mémorise et utilise votre adresse email dans le but de vous envoyer mensuellement notre lettre d'informations.* ».

Si vous souhaitez ajouter un envoi d'offres promotionnelles, vous devez insérer une case à cocher supplémentaire. Attention cette case ne peut pas être pré-cochée. Pensez bien à insérer la fréquence d'envoi de votre newsletter.

Un lien expliquant la procédure de désinscription et votre politique de confidentialité doit être ajouté également.

**Attention**, si vous souhaitez envoyer des offres promotionnelles ou des bons plans, vous devez l'avoir spécifié dans votre module. Votre internaute doit avoir le choix de ne pas accepter de les recevoir. Vous ne pouvez pas envoyer des mails promotionnels ou toute autre information à un internaute qui s'est inscrit **seulement** à votre newsletter.

<https://com6-interactive.fr/>

### **10- Qu'est-ce qu'une newsletter ?**

### **11- Quelles pratiques légales doivent être mises en place ?**



## Trouvez votre look de l'été !

Tout à moins de 30 €

Voir toute la sélection →

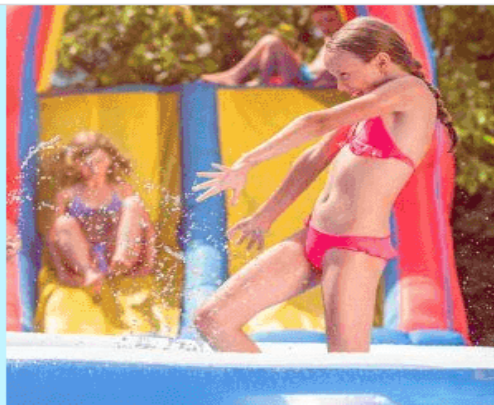


## Cet été tout baigne avec eBay

Jusqu'à - 30%\* sur une sélection de piscine

Tout voir →

\*Sur les prix de vente constatés et dans la limite des stocks disponibles.



eBay a envoyé ce message à Numa Des Borderies (numdesborderie\_0). Le nom que vous avez saisi lors de votre inscription est inclus pour montrer que ce message provient d'eBay. [Pour en savoir plus.](#)

Cet e-mail vous a été envoyé par [eBay Europe S.à r.l.](#). Vos préférences de notification indiquent que vous souhaitez recevoir des informations sur les promotions, les offres spéciales et certaines manifestations.

eBay ne vous demandera JAMAIS de fournir par e-mail des informations personnelles telles que votre mot de passe, numéro de compte bancaire ou de carte de crédit.

Vous êtes inscrit(e) en utilisant l'adresse [numa.desborderies@gmail.com](mailto:numa.desborderies@gmail.com) indiquée lors de votre inscription sur eBay enregistrée sur [www.ebay.fr](http://www.ebay.fr)

Cliquez [ici](#) si vous ne souhaitez plus recevoir de propositions commerciales de notre part.

Si vous avez des questions, consultez nos [conditions d'utilisation](#) et notre [Règlement sur le respect de la vie privée](#)

Copyright © 2017 eBay Inc. Tous droits réservés. Les marques et marques commerciales mentionnées appartiennent à leurs propriétaires respectifs.

## INSCRIVEZ-VOUS À NOTRE NEWSLETTER

Valider

Vous acceptez de recevoir nos derniers articles de blog par email

Vous acceptez de recevoir des publicités de nos partenaires

Vous affirmé avoir pris connaissance de notre [Politique de confidentialité](#). Vous pouvez vous désinscrire à tout moment à l'aide des liens de désinscription ou en nous contactant à l'adresse [xxx@company.com](mailto:xxx@company.com)