



Les moyens de communication en ligne sont devenus les premières vitrines visibles pour les entreprises !

Les moyens de communication en ligne sont devenus les premières vitrines visibles pour les entreprises. Certaines concentrent leurs forces sur ces moyens virtuels et d'autres jouent dans les deux cours de récré et proposent leurs services depuis un magasin physique et à travers un écran. Les objectifs sont évidents : être le plus proche possible de sa clientèle, le plus accessible possible et le plus attractif possible! La concurrence est considérable, le temps d'implication des clients est chaque fois plus court et la rapidité des flux d'information croissante. Votre entreprise doit se différencier.

IL EXISTE UN GRAND NOMBRE D'OUTILS QUI POURRONT JOUER **EN VOTRE FAVEUR ET AMÉLIORER LA PROXIMITÉ AVEC VOS CLIENTS.**

Rappelons-le : la relation avec votre clientèle est une des clés vers une réussite à long terme. La prospection à foison de nouveaux clients est révolue depuis un certain temps : priorité au maintien de nos clients existants et à la création d'une relation durable. Les objectifs de ventes et de rentabilité restent les principaux enjeux de toute entreprise et ce type de relation est une des clés pour réussir à les atteindre. Ce rappel justifie l'utilisation de certains des outils qui vont contribuer à la différenciation et à l'intérêt des consommateurs. Certains de ces outils, la plupart en réalité, pourraient être représentés par des parties de votre vitrine. Plus vous en utilisez, plus la surface de votre vitrine sera importante et plus vous aurez de visibilité. Parmi les outils, celui qui va nous intéresser tout au long de cet article, est le blog professionnel.

LE BLOG PRO EST UN DES OUTILS DE MARKETING EN LIGNE **LES PLUS**

EFFICACES.

Il est aussi fondamental pour la diffusion de contenu et pour attirer le regard des internautes. En parallèle aux réseaux sociaux, il permet de vous créer et de maintenir une image publique. Il y a quelques années encore, il était simple d'avoir un blog, de l'alimenter régulièrement et d'être lu. C'est une tâche aujourd'hui qui demande un plus grand investissement de temps et de créativité. Étant donné la concurrence que nous avons évoquée antérieurement, l'équilibre est essentiel pour ce qui est du contenu de qualité et de la régularité des publications.

L'objectif de votre blog professionnel est tout de même à identifier car vos actions et votre stratégie en dépendront. Vous pourriez vous centrer sur l'importance du contenu avec l'intention d'être pionnier dans votre domaine et ainsi accaparer le plus grand nombre d'internautes ou alors chercher à partager du contenu et renvoyer vers d'autres de vos réseaux sociaux, communiquer des offres, améliorer votre image en fonction de votre mission, etc. Une fois que l'objectif principal de votre blog est dans votre ligne de mire, vous pourrez orienter vos actions diverses. Des actions, qui elles, sont communes à tous les blogs professionnels actuels.

- **Un blog bien structuré est un blog apprécié** : gardez à l'esprit l'image de la vitrine. Quel regard s'attarderait sur une vitrine désordonnée ? Il en est de même pour votre blog. Un menu lisible, des catégories différentes, des articles classés en fonction de la date de parution ou de la thématique abordée. Une possibilité de recherche de mots a tendance à plaire également et à faciliter l'accès aux internautes.
- **Qui dit vitrine, dit visibilité** : choisissez l'avenue commerçante et piétonne dans une capitale pour installer votre vitrine et non pas l'impasse perdue dans un village fantôme. Votre référencement sur les moteurs de recherches n'est pas à négliger, bien au contraire. Votre blog professionnel est une des clés pour améliorer votre SEO. Voici quelques conseils :
- Ce n'est pas un hasard si vous voyez des images sur la grande majorité des articles publiés sur des blogs. En plus de colorer l'écran de l'internaute et d'attirer son attention,

les **images** sont perçues par les algorithmes des moteurs de recherches et aident au référencement de vos articles. Pensez à nommer l'image avec les mots clés de votre article. Les vidéos sont également recommandées.

- Renvoyer vers d'autres sites de qualité et connus est un atout pour votre article : **les liens hypertextes** vous aident aussi à améliorer votre positionnement sur les pages de résultats de votre moteur de recherche. Gare à ne pas en abuser ! En effet, un bon équilibre est à trouver pour ne pas être pénalisé et apparaître en deuxième page, rarement lue par les internautes.
- **La rapidité d'exécution** de votre blog paraît évidente mais nous remarquons que le taux d'abandon des blogs et sites internet lent est nettement plus élevé. Plus ce taux d'abandon est bas, plus votre référencement sera bon : prévoyez un hébergeur web de qualité.
- Profitez du **domaine de votre site internet** pour mettre à disposition votre blog de tout public. Il sera ainsi relié à votre site comme landing page, ce qui améliorera nettement le positionnement non seulement de votre blog mais aussi celui de votre marque entière.
- **Ils ne doivent pas vous oublier** : vos clients ne sont pas que vos clients mais aussi des clients d'autres entreprises. La tentation de scroller rapidement leurs écrans et passer à vos concurrents existe et une manière de la combattre est en proposant régulièrement du nouveau contenu. Une vitrine avec des toiles d'araignées paraît impensable : un blog non actualisé aussi. Ici aussi un équilibre est à trouver, vous imaginez bien qu'inonder vos clients de nouveautés les fatiguera rapidement et vous fera gagner l'étiquette d'indésirable.
- **Ils doivent pouvoir vous voir** : promouvoir vos articles et faites parler de vous. Les autres réseaux sociaux peuvent vous permettre d'inviter vos followers à consulter votre blog professionnel.

La création et l'entretien d'un bon blog professionnel n'est pas une mince affaire. En revanche, ce temps et cette créativité vous permettront de maintenir la relation de proximité recherchée avec vos clients et lecteurs. C'est un des outils marketing en ligne apprécié par les consommateurs. Lancez vous et créez une belle relation avec vos clients !

Source : Seolius, Catherine Duprez.