



Dans les blogs comme celui-ci, vous apprendrez surtout “l’opérationnel”, des techniques pour avancer dans votre visibilité en ligne. Mais n’oublions pas que 50% de notre succès en Marketing Internet reposera avant tout sur notre stratégie.

Car **les techniques marketing que vous choisirez ne sont rien comparées à l’importance de votre stratégie.** Vous n’aurez pas plus de clients par le fait d’utiliser telle ou telle plateforme emailing ou tel ou tel réseau social. L’important, c’est la stratégie que vous choisirez. Alors, prenez 5 minutes pour (re)penser la manière dont vous gérez votre stratégie marketing. Le reste en découlera ensuite naturellement.

Bref au menu d’aujourd’hui, un retour aux sources... Ou plutôt **aux fondamentaux du Marketing Internet (et du Marketing en général !).**

LES FONDAMENTAUX DU MARKETING INTERNET :

- > Une cible
- > Un positionnement
- > Une offre irrésistible
- > Un circuit de vente

1. A qui s'adressent vos services ?

Positionnez-vous ! **Parler à tout le monde, c'est ne parler à personne.** Plus vous aurez une cible spécifique, plus vos prospects viendront à vous, car ils se reconnaîtront dans ce que vous avez à leur offrir. Cibler, ce n'est pas se priver. ☐ Votre cible, ce n'est pas votre marché. Rassurez-vous, cibler votre communication pour être plus efficace ne vous empêchera pas d'attirer des clients à qui vous ne vous adressiez pas en 1er plan ☐

2. Définissez votre client idéal

Demandez-vous donc : « Qui est votre client **IDEAL** ? ». Votre coeur de cible.

Dressez son portrait robot :

Qui est-il ? Quels sont ses revenus ? Ou habite-t-il ? Est-ce un homme ou femme ? Quel âge a-t-il ? A-t-il des enfants ? Est-ce qu'il passe plus de temps au travail ou à la maison ? Que fait-il pour s'amuser ? Qu'est-ce qui compte le plus dans sa vie ? De quoi travaille-t-il ? Quelles sont ses responsabilités ? Quels sont ses objectifs ? Quelles sont ses valeurs ?

Quelles sont ses autres sources d'information ?

3. Savez-vous où aller chercher votre client idéal sur Internet ?

Une fois que vous visualiserez parfaitement votre client idéal, vous pourrez alors vous poser la question : **“Où est en ce moment ce client idéal ?”**

Sur quels blogs (sur la même thématique que vous ou pas) ? Quels réseaux sociaux ? Quels groupes à l'intérieur de ces réseaux sociaux ? Quels magazines (en ligne ou non) lit-il ? Que fait-il pendant son temps libre ? A quelles communautés d'intérêt appartient-il ? etc.

Si vous ne savez pas, regardez où sont vos concurrents, cela vous donnera peut être une idée ☐

4. Qu'est ce que les gens viennent chercher sur Internet ?

Les gens viennent sur Internet chercher des solutions à leurs problèmes. Proposez donc une solution à l'un des problèmes de votre client idéal. En effet, peu importe les outils que vous leur proposer, **ce que cherche votre client, c'est un BÉNÉFICE**. Ne perdez pas votre temps à présenter les caractéristiques de vos produits / services. Vous devrez vous positionner comme un bénéfice, en apportant une solution à l'un de ses problèmes. Par exemple, si vous vendez des amplificateurs de signal Internet, ne vous attardez pas sur les caractéristiques de votre service, mais tout ce que votre client va pouvoir gagner grâce à lui : gagner du temps, se simplifier la vie etc.

> **Le secret le mieux gardé des entrepreneurs pour vendre sur Internet** ou pourquoi

les services non ciblés n'ont aucune visibilité sur le web...;)

5. Avez-vous une offre irrésistible pour ce client idéal ?

Pour cela, demandez-vous : A quel problème pouvez-vous lui apporter une solution : Gagner du temps ? économiser de l'argent ? se simplifier la vie ? être plus reconnu ? cultiver sa santé ? etc.

Vous ne savez pas encore ? Téléphonnez à votre client idéal ou l'un de vos anciens clients et demandez-lui !

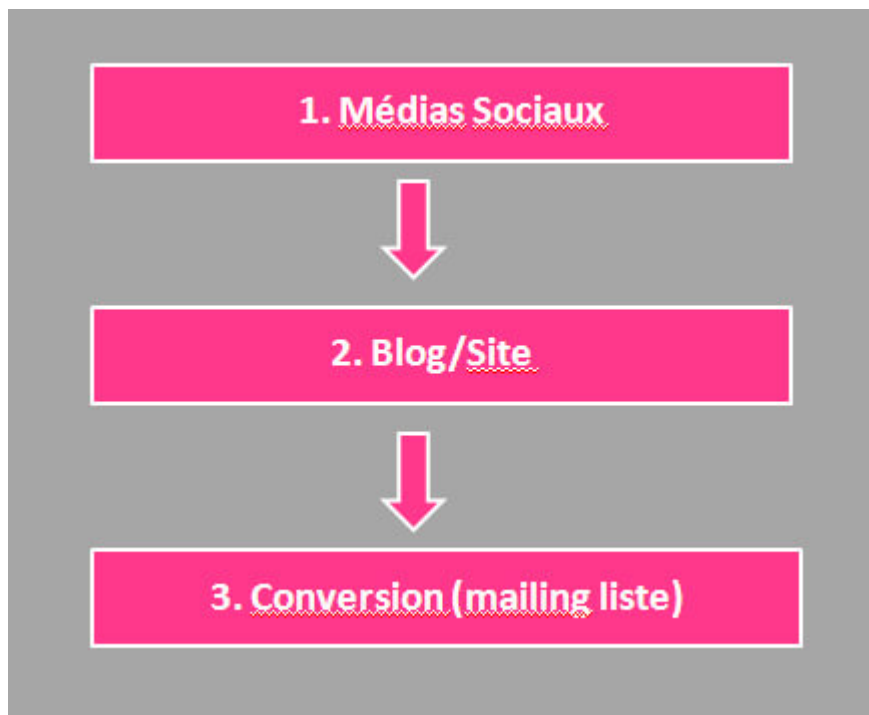
Une fois votre bénéfice trouvé, montrez-lui dans toutes vos communications que vous êtes là pour l'aider. Mettez-vous à sa place et parlez-lui directement (comme si vous parliez à un ami). Insistez sur le fait que vous allez lui enlever cette (fichue) épine du pied ☐

6. Avez-vous conçu un “circuit de vente” ?

Sur le web, il y a un ordre à respecter pour arriver jusqu'à la vente :

- **La pré-vente:** Se rendre visible pour générer des prospects et créer une relation avec ces prospects :

Cela passe par la diffusion de contenus sur les réseaux sociaux, un site bien référencé, qui convertit ses visiteurs en prospects (via un module d'inscription à votre mailing list)...



- **La vente:** La plupart du temps via la mise en place d'un scénario d'emails (via un auto-répondeur)

- **La fidélisation** de vos clients existants (Il est en moyenne 10 fois plus difficile de vendre quelque chose à quelqu'un qui ne vous connaît pas qu'à un ancien client.)

Bref, c'est le fameux **modèle de l'entonnoir** !

Une fois que votre circuit sera mis en place, il fonctionnera tout seul. Vous n'aurez plus qu'à l'animer ☐

7. Avez-vous ces 2 autres choses... ?

Une fois que vous aurez votre stratégie mise en place, vous saurez alors où est ce que vous allez avec les différents outils présentés sur ce blog (ou autre !). Vous choisirez alors ceux qui s'intégreront le mieux dans votre circuit de vente.

Et à une bonne stratégie webmarketing, vous n'aurez alors plus qu'à rajouter ces 2 ingrédients :

LA PASSION : Aimer ce que vous faites et les gens vous suivront naturellement ☐

LA PATIENCE : Car paradoxalement, cela ne marchera que si vous n'êtes pas pressé d'obtenir des résultats à court terme !

En effet, pour rappel, pour vendre sur Internet, vous aurez besoin:

- D'un nombre de visiteurs suffisamment important
- De savoir développer une relation avec une audience qui vous est fidèle
- Que d'autres blogueurs vous connaissent / des partenaires pour vous soutenir
- Que Google considère votre blog comme un blog sérieux

Et tout ça ne se fait pas du jour au lendemain... ☐

Sources : Beinweb