



Primitivement destiné au monde politique, le livre blanc constitue aujourd'hui avec l'avènement du numérique une étape indispensable de l'inbound marketing. Dans l'optique d'une meilleure communication et visibilité, l'entreprise doit en effet nécessairement établir la stratégie la plus optimale. Comment un livre blanc permet-il alors de bénéficier d'une meilleure visibilité et générer plus de leads ?

UNE ÉTAPE INDISPENSABLE DE L'ENTREPRISE

Stratégie d'inbound marketing et génération de leads constituent les objectifs principaux de la rédaction d'un livre blanc. Particulièrement approprié au secteur marketing et de communication, le livre blanc reste l'outil idéal de promotion d'une entreprise quel que soit son secteur d'activité. Les entreprises du secteur du high-tech et du numérique sont ainsi particulièrement sensibles à la diffusion d'un livre blanc, car indispensable à leur visibilité. Celui-ci constitue en effet le meilleur moyen de diffusion de l'information à un public averti comme aux leaders d'opinion, afin de développer un produit ou un service en particulier et

appeler au call-to-action. Le livre blanc doit alors être rédigé judicieusement en tenant compte de nombreux paramètres comme l'orientation du marché et la concurrence. Véritable support informatif des entreprises en quête de visibilité et de prospection, le livre blanc est destiné à enrichir le fichier de prospects des entreprises, orienter les décisions des leaders d'influence et définir la meilleure stratégie marketing possible pour son entreprise.

RENFORCER SA STRATÉGIE D'INBOUND MARKETING

L'inbound marketing permet d'épargner un gain de temps considérable avec la rédaction pertinente d'un livre blanc. Une meilleure visibilité en résulte et permet d'attirer plus de prospects. Cette génération de leads supplémentaire est alors indispensable aux professionnels afin d'assurer la pérennité de leur business model. Le livre blanc doit ainsi être particulièrement bien rédigé pour renforcer la crédibilité d'une entreprise et de son offre, tout en offrant une visibilité optimale sur un marché spécifique. Il en résulte une communication idéale permettant aux entrepreneurs de démontrer leur savoir-faire, ce qui est particulièrement important pour toutes les PME et PMI qui fournissent des produits et services à haute valeur ajoutée.

EXPERTISE ET CRÉDIBILITÉ

Fournissant une vision claire et lisible de l'entreprise, le livre blanc constitue le moyen idéal de proposer une expertise complète de son business model. Destiné en priorité au B2B et à une audience professionnelle, ce support spécialisé doit aussi fournir des informations exhaustives et présenter des aspects concrets de l'entreprise. Procurant ainsi plus de visibilité à une marque, un produit ou un service, ce livre blanc est le moyen idéal d'augmenter son trafic sur Internet et procurer de la réputation. Généralement proposé en

version gratuite en téléchargement avec un formulaire de contact, le support marketing permet de générer plus de leads et ainsi attirer de nouveaux clients potentiels. Les réseaux sociaux, blogs et autres moyens numériques constituent également des supports optimaux pour assurer la promotion d'un livre blanc, ce qui permettra d'attirer plus d'internautes. Outil de communication et d'inbound marketing avant tout, un livre blanc doit pouvoir offrir un haut degré d'expertise. L'équipe de rédacteurs doit alors être composée après mûre réflexion et la rédaction doit être soignée. Véritable support pour une entreprise, ce dernier illustre l'image de marque de l'entreprise et démontre son savoir-faire.

Source: [Dynamic-mag](#)