

## 6.4. Attirer de nouveaux clients sur votre site grâce à l'Inbound Marketing

Comment faire connaître son site, augmenter sa notoriété et sa visibilité en ligne ?

### QU'EST-CE QUE L'INBOUND MARKETING ?

L'Inbound Marketing est une stratégie de création de contenu qui a pour but, dans un premier temps, d'attirer et guider les visiteurs sur votre site web, et dans un second, de les convaincre d'acheter vos produits.

En d'autres termes, vous créez une série d'articles sur votre site en lien avec votre activité et les problématiques de vos clients et vous mettez tout en œuvre pour les inciter à passer à l'action.

### POURQUOI OPTER POUR UNE STRATÉGIE D'INBOUND MARKETING EN E-COMMERCE ?

- Améliorer votre notoriété
- Instaurer la confiance avec vos clients
- Augmenter la visibilité de votre site sur les moteurs de recherche
- Accompagner vos clients tout au long de leur parcours d'achat

### COMMENT METTRE EN PLACE VOTRE STRATEGIE D'INBOUND MARKETING ?

#### 1) Définir et comprendre votre clientèle

Il est essentiel de savoir qui sont vos clients et comment ils interagissent sur internet lors d'un achat en ligne. L'objectif consiste à analyser et comprendre vos clients afin d'identifier du contenu qui pourrait répondre à leurs attentes et leurs besoins.

#### 2) Créer et publier du contenu

La création de contenu vous permet d'une part, d'améliorer votre visibilité sur internet et d'autre part, d'instaurer la confiance avec vos clients, notamment grâce à des conseils et bonnes pratiques. En effet, la majorité des internautes vont chercher à s'informer avant d'acheter en ligne. Il s'agit par conséquent d'un bon moyen de montrer votre expertise en proposant du contenu de qualité et pertinent.

Nous vous conseillons de rédiger du contenu en fonction des différentes phases du parcours d'achat :

##### *Phase 1 : découverte*

L'internaute réalise qu'il a un problème, un besoin et il commence à vouloir trouver une solution. Il va s'informer sur internet. Proposez-lui du contenu général qui répondra à ses questions.

Par exemple, vous vendez un logiciel pour envoyer des emails automatiquement à vos clients, vous pourriez publier des articles tels que : "Comment envoyer des emails automatiquement ?" ou "les avantages et inconvénients d'automatiser ses emails ».

##### *Phase 2 : considération*

L'internaute a compris son problème, il veut maintenant le résoudre et recherche sur internet les différentes solutions possibles pour y arriver. Vous devez lui proposer du contenu plus spécifique pour l'aider à faire son choix : "Quel outil utiliser pour automatiser mes emails ?" ou "Les critères d'un bon logiciel d'emailing" Dans ce cas-ci, vous pouvez également proposer une version d'essai du logiciel.

##### *Phase 3 : décision*

L'internaute a fait toutes les recherches nécessaires et est maintenant prêt à finaliser son achat. Il est assez mature pour recevoir une proposition de devis ou rencontrer un commercial.

Vous venez d'acquérir un nouveau client. Restez en contact avec lui et répondez à toutes ses questions. Un client satisfait est un client qui revient.

### 3) Mettre en place un site optimisé

Votre site doit offrir une expérience unique et personnalisée à vos clients et être orienté conversion ! Il est par conséquent nécessaire d'identifier les personnes qui consultent votre site et ce qu'ils recherchent. Pour y arriver, vous pouvez mettre à disposition du contenu téléchargeable à grande valeur ajoutée (livre blanc, tutoriel, guide pratique, ...).

En échange de ce document, vos visiteurs devront laisser leurs informations personnelles (nom, email, etc.). Vous pourrez ensuite leur envoyer des emails afin de capter leur attention, de les informer et au moment voulu de les inciter à acheter sur votre site, en envoyant par exemple un bon de réduction.

### 4) Utiliser un logiciel de marketing automation

Le marketing automation est un outil puissant vous permettant d'analyser les personnes qui visitent votre site et d'automatiser certaines actions marketing (principalement l'envoi d'emails). Vous pouvez ainsi envoyer un email de remerciement, de bienvenue ou relancer automatiquement les paniers abandonnés. Plusieurs logiciels existent sur le marché, comme par exemple:

- Hubspot ([www.hubspot.com](http://www.hubspot.com)),
- Marketo ([fr.marketo.com](http://fr.marketo.com)),
- ou Plezi ([www.plezi.co/fr/](http://www.plezi.co/fr/)).

### CONCLUSION

L'Inbound Marketing est une stratégie de contenu permettant d'attirer, d'identifier, de convertir et de fidéliser vos clients. Nous vous conseillons d'établir un plan d'action en détaillant les contenus que vous allez publier et les actions que vous allez entreprendre à chaque étape du parcours client. Enfin, il est primordial d'analyser constamment les interactions avec vos clients sur votre site afin d'identifier ce qui fonctionne et d'accentuer vos actions marketing dessus.

Dylan Antoine  
Consultant en e-commerce pour  
**RETIS**  
AIHE REVUE NR. 232 FVRIER-MARS2021