



Créez votre activité en aidant les entrepreneurs individuels
à développer leur présence sur internet

Internet, service compris ! 2010 Nicolas Boussion. Tous droits réservés.

Important : Ce livre numérique, comme toute œuvre de l'esprit, fait l'objet de droits d'auteur. Son contenu a été déposé le 1 juin 2010 chez un huissier qui pourra témoigner officiellement et légalement de son antériorité en cas de litige.



Décharge de responsabilité

Veillez noter que le contenu de ce document a pour unique vocation de vous informer.

Toutes les informations contenues dans ce rapport ont été soigneusement vérifiées à l'issue de leur rédaction, mais sans aucune garantie d'exactitude, d'exhaustivité, de précision. Le lecteur (la lectrice) reconnaît et comprend que l'auteur ne s'engage aucunement en matière de conseil légal, financier ou professionnel. Il ne fait notamment aucune promesse en matière de gain financiers et autres.

En lisant ce document, le lecteur (la lectrice) accepte sans réserve et définitivement le fait qu'en aucune circonstance l'auteur et/ou le vendeur ne pourra (pourront) être tenu(s) responsable(s) des pertes, dommages, directs et indirects, qui résulteraient de l'utilisation de l'information contenue dans ce document, incluant et ne se limitant pas aux erreurs, oublis et imprécisions.

SOMMAIRE

INTRODUCTION	4
MONTER VOTRE BOUTIQUE	6
DÉVELOPPER ET AMÉLIORER VOS PACKAGES	11
.....	17
DEUX EXEMPLES TYPES D'OFFRES DE SERVICE WEB-MARKETING	18
PREMIER SERVICE : LE PPC (PAY PER CLICK VIA ADWORDS)	18
SECOND SERVICE : LE SEO (SEARCH ENGINE OPTIMISATION, OPTIMISATION DE SITE POUR LE REFERENCEMENT DANS LES MOTEURS DE RECHERCHE)	19
CONSTRUIRE VOTRE BASE DE DONNEES CLIENTS.....	21
LE PREMIER CONTACT	24
LA ROUTE DU SUCCES : VOTRE VOLONTE DE REUSSIR...OU PAS.	28
LE PROCESSUS DE NEGOCIATION.....	30
L'ACCORD DU CLIENT.....	34
CONCLUSION.....	35
<i>Modèle d'affaire et de tarification.....</i>	<i>36</i>
<i>Aspects techniques et évolution de la relation commerciale avec le client.....</i>	<i>37</i>
.....	39
EXEMPLE DETAILLE D'OFFRE DE SERVICE	40

INTRODUCTION

Lorsqu'il s'agit de lancer une activité commerciale sur internet, la plupart des entrepreneurs doivent souvent lutter pour arriver à tout faire...quand ils y arrivent. Le statut d'auto-entrepreneur par exemple permet à tout le monde de créer sa petite entreprise, notamment dans le e-commerce. Il faut dire que c'est assez facile...en théorie.

En parallèle de cela, si vous lisez cet ebook il y a de très grandes chances pour que le web-marketing vous soit familier à un niveau ou un autre. Mais avec l'abondance de sites d'aide au référencement, au design de site web, au développement d'applications, à la publicité et au marketing...arrivez-vous vraiment à faire votre trou ? Les ebooks, par exemple, tout le monde en vend ! Il devient de plus en plus difficile de se faire un nom et de générer de vrais revenus...

Et si je vous disais qu'il existe encore une sacrée possibilité d'affaire liée au web-marketing dans sa version la plus générale ? Et si je vous disais que vos connaissances particulières (conception de site, création de mailing-list, trafic, PPC, etc...) pourraient bien intéresser une nouvelle clientèle extrêmement abondante et facile d'accès ?

Et si vous étiez en fait capable de vraiment vous imposer quelle que soit votre offre liée au web-marketing ?

De l'optimisation de site pour le référencement au design de site, vous pouvez en fait trouver une base de clients considérable, avec une concurrence limitée, et sans trop d'effort.

En fait en suivant les stratégies que je vais vous expliquer dans ce rapport, vous allez pouvoir créer une vraie activité commerciale rémunératrice en moins de temps que vous pouvez l'imaginer...et ceci *en dehors* d'internet, plus *facilement* qu'avec internet.

Il s'agit d'une méthode exceptionnellement simple, lucrative, liée indirectement à internet et c'est ce qui en fait son originalité.

Tout ce que vous avez à faire c'est (1) déterminer le type de service que vous allez proposer, et (2) l'offrir à une population en attente et demandeuse, qui a déjà une activité sur le net.

Croyez-le ou non, il y a des dizaines de milliers de personnes qui ont lancé récemment leur activité sur internet mais qui *luttent pour réussir* et qui ne *connaissent rien au net*.

En leur offrant l'opportunité unique d'exploiter internet comme une vraie source de nouveaux clients, non seulement vous leur vendez un service spécifique, mais ils viendront en plus vous *demander encore de l'aide*, plus tard. Trop beau pour être vrai ? Non. Juste évident et je vais le montrer de façon certaine.

Vous allez pouvoir monter votre activité de service en deux temps trois mouvements. Et gagner de l'argent aussi vite.

Le web-marketing n'a rien de nouveau pour vous ? Tant mieux.

Ne perdons pas de temps : allons-y !

MONTER VOTRE BOUTIQUE

Lorsqu'il s'agit de construire votre futur empire, mieux vaut avoir une bonne idée du type de service que vous voulez offrir.

Voulez-vous proposer un service de création de site web ?

Un service de marketing ?

D'optimisation de site pour le référencement ?

De création de mailing-list ?

De trafic web ?

Tout cela en même temps ?

Il n'y a que l'embarras du choix en fonction de vos compétences. Mais vous devez avoir une vitrine et pour cela un site d'aspect professionnel est indispensable. Dans ce site vous allez clairement montrer le service ou l'ensemble de services que vous allez proposer. Vous pouvez aussi préciser vos tarifs, insérer des formulaires de capture d'emails, de demande d'information supplémentaire, etc...

La création d'un site sérieux est fondamentale car vos prospects doivent se rendre compte que vous savez de quoi vous parlez. Vous allez les aider à construire leur site, à faire de la pub sur internet, à référencer leur site...alors autant être crédible. Vous ne savez pas comment faire un site d'aspect professionnel ? Voilà mon premier

secret : il existe des services sur le net qui permettent de mettre un site en ligne en quelques minutes, hébergement et nom de domaine compris. [Exemple cliquez ICI](#).

Si votre but est de d'offrir un service de design internet, intégrez à votre site un portfolio de vos œuvres afin que vos prospects puissent constater par eux-mêmes la qualité de votre travail. Si vous vous focalisez sur des campagnes marketing, spécifiez précisément le contenu de vos packages et proposez des études de cas.

(Si ce genre de service vous semble un peu étranger...ne stressez pas, j'ai quelque chose pour vous, nous verrons cela plus tard !).

Si vous n'avez pas encore beaucoup d'exemples d'illustration, passez quand même un peu de temps à générer du contenu présentable. Au pire proposez à des amis de faire leur site !

Pour conclure ce paragraphe, on peut dire qu'un package complet peut contenir : le design et la conception d'un site, la rédaction du contenu, de l'objectif du site, la mise en place d'un auto-répondeur et d'un formulaire d'inscription, et l'optimisation pour le référencement et le positionnement. Vous savez faire tout cela ? Proposez-le à des auto-entrepreneurs qui n'y connaissent pas grand-chose à internet et vous gagnerez pas mal d'argent.

Si vous arrivez à convaincre des auto-entrepreneurs qu'ils trouveront dix fois plus de clients avec un site internet, ce package partira très facilement à 150 euros l'unité. Faites-en 10 par mois et vous obtenez déjà un bon complément de revenus. N'oubliez pas qu'il y a plus de 500 000 auto-entrepreneurs à la mi-2010...

Attention : ce tarif de 150 euros est un exemple très très pessimiste. Faites une recherche sur le net et vous verrez que la simple construction d'un site complet est

rarement proposé à moins de 250 euros. Alors proposer un package complet à 150 euros, c'est une vraie affaire pour vos clients mais pas forcément quelque chose de réaliste. Nous verrons à la fin de ce rapport quelques exemples de tarification réalistes.

D'après mon expérience personnelle, je vous suggère aussi cette tactique :

Commencez par proposer la conception/réalisation d'un site web. Cela peut se faire très rapidement avec des sites comme [CELUI-CI](#).

Dans un second temps, une fois que votre client s'est habitué à vous, proposez des services complémentaires, tels que ceux que nous avons déjà décrits (marketing de base, création de rétro-liens, optimisation pour le référencement naturel, soumissions à des annuaires, voire campagnes PPC type Adwords, toutes techniques qui améliorent l'exposition et génèrent du trafic).

Essayez de présenter les choses simplement et placez-vous toujours du côté de la personne qui n'y connaît pas grand chose. Votre offre doit être claire, focalisée exclusivement sur les avantages qu'elle procure au client.

Bien des termes un peu techniques comme SEO, PPC ou rétro-liens sont inconnus à vos prospects : prenez le temps de les expliquer et surtout dites en quoi ils peuvent rapporter de l'argent.

Il est important de développer une approche de communication qui élimine toute confusion.

Parlez clairement et simplement, dites pourquoi le fait d'avoir un site internet permet de trouver des prospects puis de les transformer en clients. Donnez tous les

avantages liés à une présence online, même (surtout !) pour une activité offline (plomberie, couture, etc...).

Dites que vous pouvez faire le travail fastidieux à leur place : demander et enregistrer un nom de domaine, concevoir le site, le faire héberger, l'administrer, l'exposer.

N'oubliez pas d'intégrer votre prix : celui-ci sera basé sur vos compétences et expériences personnelles.

J'oubliais...: **que vous sachiez faire tout cela ou pas n'a pas forcément beaucoup d'importance. Si vous savez le faire, tant mieux.**

Sinon, ...nous allons voir qu'il est tout à fait simple de mettre en place une entreprise de services internet rémunératrice, et de sous-traiter ces services à des vrais professionnels ou d'utiliser des logiciels automatiques qui se chargeront du travail.

Vous gagnerez alors de l'argent en tant qu'intermédiaire, ou en utilisant des logiciels simples. Et vos clients n'ont même pas à le savoir, d'ailleurs ils ne s'en apercevront même pas.

L'un des secrets réside dans le prix que vous allez demander. Les besoins d'un auto-entrepreneur et terme d'internet ne sont pas les mêmes qu'une PMI ou qu'une multi-nationale. Et son budget n'est pas le même non plus ! En gros, une personne

qui vend des paniers en osier voudra juste construire un site et y apporter des visiteurs afin de gagner des prospects qu'elle ne trouverait jamais "dans la vie réelle". Elle veut pouvoir mettre en ligne des photos de ses paniers et donner une adresse où la contacter. Rien de bien compliqué pour vous mais bien souvent une tâche insurmontable pour elle ! Vous pouvez même faire cela gratuitement en quelques minutes avec des sites comme wordpress ou blogger. Vous le savez, mais la plupart des auto-entrepreneurs ne le savent pas. Mais que vous utilisiez de telles plateformes gratuites ou bien des services payants, vous pouvez facilement proposer la mise en place d'un site à 100 euros pourvu que vous proposiez un service personnalisé. Pour cela rien de mieux qu'un coup de téléphone pour être certain que tout le monde se comprend et pour rassurer votre futur client. **Je suis en mesure de dire qu'il est possible de générer 100 euros pas jour simplement en proposant cet unique service.** C'est l'idéal pour générer un revenu complémentaire, et vous pouvez faire cela en toute légalité grâce justement au statut d'auto-entrepreneur. Il vous faudra en tout et pour tout une dizaine de jours après inscription sur le site dédié pour obtenir votre numéro de SIRET et pouvoir commencer à vendre vos services. Qui dit mieux ? Bien évidemment si vous soustraites il faudra tenir compte des coûts dans votre chiffre d'affaire, c'est pourquoi je vous recommande de tout faire vous-même.

Il est important de créer un compte marchand de type PAYPAL pour faciliter les transactions, mais vous pouvez proposer un autre mode de paiement comme les chèques.

DÉVELOPPER ET AMÉLIORER VOS PACKAGES

Une fois que vous avez un client, pour la création d'un site par exemple, il faut veiller à le fidéliser. C'est l'une des clés de la réussite sur le net : chaque client doit vous rapporter de l'argent régulièrement.

Voici quelques exemples de services récurrents qu'il est conseillé de proposer : marketing online, créations de rétro-liens (par exemple 20 par mois), optimisation de site pour le référencement, maintenance et mise à jour de site, campagne PPC.

Là encore il est prudent de proposer sur votre site une description précise des services que vous proposez afin que vos clients ne se méprennent pas. La clarté et l'honnêteté sont impératives.

Une fois que vous avez gagné la confiance d'un client, il est facile de le convaincre de continuer à acheter chez vous sur une base mensuelle. L'important est de bien délivrer la qualité de service que vous avez proposé.

Si vous garantisiez une première page dans Google pour 2 ou 3 mots-clés, il faut vous y tenir. Si vous garantisiez ce résultat en un mois il faut y arriver.

Soyez réaliste : positionner un site en première place de Google sur un mot-clé concurrentiel est une promesse pas forcément judicieuse ! Mais assurer une première page pendant un an est un objectif raisonnable sur des mots-clés standards.

Les gens vous respecteront plus si vous êtes réalistes : ne leur proposez que ce que vous êtes capable de faire. Ne leur vendez pas du rêves, sinon les vôtres ne se réaliseront jamais.

Et puis c'est une source de pression et de stress dont vous n'avez pas besoin ! Le but est de gagner de l'argent dans la tranquillité, sans s'éreinter au travail.

Votre objectif sera d'aider les gens à mettre en place ou améliorer leur système d'exposition online afin de gagner plus d'argent grâce à de nouveaux clients. C'est déjà beaucoup et c'est surtout tout ce qu'ils demandent. Tenez-vous-en là.

Par contre, restez toujours souples et ouverts aux demandes supplémentaires. Certaines personnes vous demanderont plus que d'autres : si vous pouvez répondre à leurs attentes, faites-le, sinon refusez poliment et expliquant pourquoi.

Voici une liste des services possibles :

- Optimisation de site pour les moteurs de recherche
- Marketing internet
- Maintenance et gestion d'un auto-répondeur d'emails
- Conception de site web
- Maintenance et mise à jour de sites
- Création graphique (logo, brochures...)
- Ecriture, rédaction (rapports, modes d'emplois...)

- Création vidéo
- Rétro-liens
- Recherche de mots-clés
- Analyse de mots-clés
- Création/optimisation de landing pages

Voici quelques détails qui peuvent vous donner des idées...

A propos de la création de site :

- Mise à jour/nettoyage/optimisation du code
- Optimisation des balises meta
- Refonte des graphismes
- Mise en place d'un formulaire d'inscription
- Ajout de vidéo, audio...

A propos de la création de landing page :

- Spécifique/optimisée pour des mots-clés donnés
- Insertion de formulaire opt-in
- Optimisation du taux de conversion

A propos de la création de contenu :

- Pour les pages d'un site
- Pour un blog

- Pour des articles
- Pour des messages emails
- Pour des rapports gratuits
- Pour des pages de capture
- Pour des communiqués de presse

Pour la création de vidéos :

- En tant que contenu pour illustrer un site
- Pour une page de capture
- Sous forme de fichier type powerpoint ou en "live"
- Pour une soumission à Youtube et consorts
- Pour l'aide au référencement d'un site

Pour le marketing d'article :

- Articles d'évaluation commerciale
- Articles pour les répertoires internet dédiés
- Pour le référencement de site

A propos des campagnes PPC :

- Campagne Adwords
- Campagne Bing
- Campagne Yahoo Search

- Réseaux de recherche et de contenu
- Campagnes texte/images/vidéo

Gestion des réseaux sociaux

- Mise en place de profils (Myspace, Facebook, Twitter, Viadeo, LinkedIn)
- Génération de contenu
- Création de groupes
- Ajout de contacts/followers...

A propos des campagnes de marketing email

- Création de rapports gratuits
- Mise en place des formulaires
- Mise en place d'un auto-répondeur
- Préparation d'une série d'emails

Et le service...:

- Coaching sur tout ce qui peut améliorer les affaires commerciales
- Guide et conseils sur les tactiques courantes
- Les meilleures stratégies expliquées

- Veille marketing : ce qui se fait de mieux à un moment donné dans une thématique donnée

Plus vous restez ouvert à des nouvelles idées et/ou suggestions, plus il est facile de créer des packages spécifiques à des demandes personnelles, en prenant en compte tous les besoins et en assurant un suivi optimal.

N'oubliez pas, vous n'avez pas besoin de tout faire vous-même. Vous pouvez sous-traiter tout ou partie des packages en fonction de votre temps libre et de vos capacités.

Prenez les commandes, trouvez votre équipe de free-lancers, et commencez votre activité en 72 heures seulement. Et voici un conseil perso : il existe de nombreuses plateformes de sous-traitance informatique sur le web mais vous n'avez pas besoin de faire le tour de l'intégralité des sites. En effet il ne vous en faut que deux ou trois pour constituer une équipe de professionnels qui couvrira tout vos besoins (développement et marketing) avec flexibilité.

Voici deux sites que vous pouvez utiliser et il y en a beaucoup d'autres :

<http://www.Guru.com>

<http://www.progonline.com>

www.guru.com est une référence mais il s'agit d'une plateforme en anglais. Faites une recherche "France" et vous trouverez toute une liste de spécialistes français avec qui vous pourrez donc échanger en français :

Une activité à la portée de tous : le service internet pour l'entrepreneur individuel

Guru | Employers
Find Freelancers at the world's largest online service marketplace.

My Account Hire Manage SafePay Inbox Guru Answers Find Freelancers

Repeat Business speaks louder than words

Guru's patent pending tools track repeat business data to sort Freelancer quotes

World's Top Talent Quality Price Security

Find Freelancers Post Projects Get Answers

France Find Freelancers

Skill Categories	Freelancer Profiles	Rate	Budget	Reviews	Earnings
Writing, Editing & Translation (195) Programming & Databases (106) Websites & Ecommerce (101) Graphic Design & Multimedia (54) Business Consulting (51) Illustration & Art (29) Photography & Videography (29) Engineering & CAD (27) Marketing & Communications (21) Admin Support (20) Broadcasting (19) Networking & Telephone Systems (19) Fashion & Interior Designs (12) Legal (7) Finance & Accounting (5) Sales & Telemarketing (5)	<input type="checkbox"/> www.Graphics-Manufacture.com <i>Whatever you can dream, we can illustrate.</i> Samples: Child Book Illustration, Comic Strip, Fantasy & Sci-Fi Illustration, Portrait Illustration, Real Life Painting	Paris France	Min. Rate: \$15 Min. Budget: N/A	Feedback: Read 38 reviews Earnings: \$34 724 (year)	45 quotes in last 30 days
	<input type="checkbox"/> iBazeTechnologies <i>THE LOOK BEYOND TOMORROW</i> Samples: Data Entry, Other - Admin Support, Research & Fact Checking, Virtual Assistants, Word Processing	Thiruvananthapuram India	Min. Rate: \$8 Min. Budget: N/A	Feedback: Read 45 reviews Earnings: \$27 555 (year)	25 quotes in last 30 days
	<input type="checkbox"/> TOP PRO <i>Programming's fun!</i> Samples: Programming, Web Programming, Database Design, Database Administration	Nice France	Min. Rate: \$30 Min. Budget: N/A	Feedback: Read 36 reviews Earnings: \$14 647 (year)	5 quotes in last 30 days
	<input type="checkbox"/> NathalieGavet <i>Illustration with lifelike characters!</i> Samples:	Paris France		Feedback: Read 2 reviews	

DEUX EXEMPLES TYPES D'OFFRES DE SERVICE WEB-MARKETING

Vous trouverez dans ce chapitre quelques détails complémentaires sur deux activités que vous pourriez proposer.

PREMIER SERVICE : LE PPC (PAY PER CLICK VIA ADWORDS)

Qu'est-ce qui compte pour le client ?

- Une liste très importante de mots-clés (plusieurs centaines, voire plusieurs milliers)
- Des groupes d'annonces choisis et mis en place clairement
- Des mots-clés séparés en thématiques pour faciliter l'optimisation des landing pages
- Deux publicités par groupe d'annonces
- Suivi quotidien du résultat des annonces
- Gestion des enchères
- Rapport d'activité et de résultats
- Discussion du coût par objectif (capture d'un email, vente etc...)
- Discussion sur la chaîne de vente (que faire de l'email après capture ? Quelles suites de messages mettre en œuvre dans l'auto-répondeur ?)

- Cibler les mots-clés géographiquement en rajoutant le nom de la ville ou de la région
- Utilisation de logiciels adaptés (Adgrenade, Market Samurai, Adwords Editor...)
- Stratégie adaptative :
 - Peu de clics mais beaucoup d'impressions : améliorer les annonces
 - Mauvaise position des annonces : augmenter les enchères de 20%
 - Annonce en première position : réduire les enchères de 20%
- "Split-testing" quotidien des annonces avec élimination des annonces peu performantes et remplacement par d'autres versions

SECOND SERVICE : LE SEO (SEARCH ENGINE OPTIMISATION, OPTIMISATION DE SITE POUR LE REFERENCEMENT DANS LES MOTEURS DE RECHERCHE)

Qu'est-ce qui compte pour le client ?

- Ciblage par thématique, puis par mots-clés
- Trouver les trois mots-clés les plus pertinents et organiser le site autour
- Structurer correctement le site (balises meta, titres des pages, titres et sous-titres, contenu) avec ces mots-clés

- Assurer une bonne landing page pour ces trois mots-clés principaux
- Elaborer un plan d'acquisition/création de rétro-liens
- Générer les rétro-liens : blogs, forums, annuaires, réseaux sociaux etc...

CONSTRUIRE VOTRE BASE DE DONNEES CLIENTS

C'est là que ça devient intéressant.

Pour commencer, n'éliminez pas forcément les entrepreneurs qui ont déjà un site internet.

Personnellement, mon fond de commerce actuel, c'est les auto-entrepreneurs et il y en a 500000 au moment où je tape ces lignes. Je vous conseille ce créneau car il est porteur et je vais partager avec vous mes sources de prospects. Pourquoi ? Car la source est intarissable et il y a de la place pour tout le monde. Personnellement je n'arrive pas à répondre à toutes les demandes que je reçois...

Voilà donc où vous trouverez des clients :

1°) Viadeo.

Il s'agit d'un réseau de 30 millions de professionnels dans lequel vous pouvez présenter votre offre et vos produits. L'un des arguments du site est explicitement de trouver les prospects dans votre secteur et il faut dire que c'est très efficace.

<http://www.viadeo.com>

L'outil que je préfère c'est les "hubs", c'est-à-dire la possibilité de s'inscrire à des groupes de personnes qui partagent une activité commune quelle qu'elle soit. Il y a au moins 5 hubs exclusivement dédiés aux auto-entrepreneurs... inutile de dire que vous devez vous y inscrire. Vous ne le regretterez pas !

2°) Planète auto-entrepreneur

Ce site est non seulement une mine d'information si vous voulez devenir auto-entrepreneur, mais c'est aussi un excellent moyen de trouver des prospects. En effet,

en cherchant un peu sur le site, vous y trouverez des portraits et surtout un annuaire des auto-entrepreneurs. N'hésitez pas à le parcourir et à contacter directement. Vous trouverez tout ce qu'il vous faut et en particulier les sites internet de ces personnes. Voilà ce qu'il m'arrive de faire : je cherche au hasard dans l'annuaire et je me rends sur le site d'un auto-entrepreneur. Je fais une recherche de ce site dans Google avec les mots-clés en relation directe avec la thématique de l'activité considérée. Si ce site n'arrive pas en première page de Google, je contacte son propriétaire et lui propose mes services en lui disant qu'il passe probablement à côté de centaines de prospects car son site n'est pas optimisé. J'ai systématiquement une réponse et surtout un nouveau client dans un cas sur trois ou quatre environ. Facile non ?

<http://www.planete-auto-entrepreneur.com>

3°) Proposez une réduction à vos clients actuels ou passés pour tout parrainage : chaque commande générée grâce à eux, grâce à des clients qu'ils auront permis de recruter, leur donne par exemple 30% de réduction sur un service particulier, ou une réduction de 50 euros sur toute commande à venir, etc...

Il s'agit de proposer un "programme d'affiliation offline" qui permet de faire marcher le bouche à oreille, en motivant les gens pour promouvoir vos services.

Vous pouvez pour cela proposer des logos et des bannières que vos clients mettent sur leur propre site (qui vous aurez réalisé !) et qui tracent les clics. Il existe de nombreux scripts qui permettent de faire cela, comme par exemple le "7 dollars secret script".

Faites-moi confiance, dès que vous proposez de l'argent en échange de la promotion de vos services (même sous la forme de réduction) vous trouverez facilement des volontaires.

N'oubliez pas évidemment de parler de votre nouvelle activité à vos familles et amis proches. Peut-être qu'ils connaissent des personnes qui pourraient être intéressées par ce que vous avez à proposer.

Le bouche à oreille réel, hors internet, fonctionne très bien aussi.

Une autre astuce : vous avez sûrement dans votre région un journal local (type "Ouest-France"), et vous connaissez les journaux de type "Paru-Vendu". Vous pouvez faire paraître une annonce incluant l'URL de votre site et décrivant succinctement votre activité : c'est très peu cher et vous obtenez une belle visibilité. Vous pouvez le faire dans les versions papier de ces journaux ainsi que dans leurs sites. Je vous recommande aussi d'intégrer votre numéro de téléphone pour un contact direct. Cela rassure certaines personnes.

Il existe des services qui vous permettent d'obtenir un numéro de téléphone redirigé vers votre numéro perso, qui demeure invisible et donc protégé. Vous pouvez même définir des heures ouvrables et un répondeur hors heures ouvrables.

Bien sûr, vous devez aussi montrer que votre activité est légale, donc indiquez bien votre numéro de SIRET.

LE PREMIER CONTACT

Avant de commencer, il faut que votre "checklist" soit complète :

- Un nom de domaine

- Un site web

- Une description complète de vos services

- Une carte de visite (en vrai carton) avec vos coordonnées.

Gardez à l'esprit que les personnes que vous allez contacter sont souvent très occupées, et souvent elles n'auront pas beaucoup de temps à vous consacrer...au début.

Il est de votre ressort de définir clairement votre offre : ce que vous proposez, combien ça coûte, et ce que ça peut rapporter à votre client.

Si cette étape est bien faite : vos prospects trouveront vite du temps et de l'argent à vous consacrer.

Vous devez convaincre rapidement : pour cela il faut vous positionner en expert...mais pas trop. Il faut surtout montrer que vous savez vous adapter, que vous êtes à l'écoute, et que votre client aura un service personnalisé et un résultat optimal et réaliste.

Nous savons bien que la différence entre ne pas avoir de site du tout et avoir un site bien exposé générera des ventes supplémentaires. Dites le avec des mots simples et le message passera sans problème.

N'hésitez pas à présenter un business plan à long terme, et présentant les étapes évidentes : nom de domaine, puis hébergement, puis maintenance, puis optimisation, puis campagne PPC.

Comme je l'ai déjà dit, il y a plusieurs manières d'envisager votre rémunération : unique pour un service de création, et récurrent pour un service de maintenance. Essayez systématiquement de proposer un service récurrent. Un auto-entrepreneur qui a une vraie activité ne refusera pas de payer 50 voire 100 euros pas mois contre l'assurance d'avoir un site bien maintenu, optimisé pour les moteurs, avec création régulière de rétro-liens, gestion de trafic et de l'exposition etc... L'ensemble de ces services ne demande pas beaucoup de temps et une journée par mois suffit (soit huit heures au total, découpées en demi-journées ou en 4 séances de 2 heures, comme vous voulez). Il n'est pas nécessaire d'être un super pro pour gérer très facilement 30 clients de type auto-entrepreneurs. A 75 euros pas mois cela fait 2250 euros de revenus mensuels. Avec l'habitude, je sais qu'il ne faut pas consacrer plus de 8 heures pas mois...6 heures suffisent amplement. Voici par exemple un modèle d'activité que vous pouvez essayer : proposez la création/mise en place du site pour 150 euros (1&1 fournit tous les outils pour que cela ne vous prenne pas plus de quelques heures) en spécifiant bien que votre client doit en plus s'acquitter des frais mensuels 1&1. Dans un deuxième temps, proposez un service à 75 euros mensuels pour la maintenance du site en fonction de ce que veut votre client, le référencement et la gestion du trafic. Vous pouvez proposer cette maintenance pendant une durée limitée renouvelable, par exemple 6 mois dans un premier temps, puis 12 mois dans un deuxième temps. Cela fait 150 euros fois 30 soit 4500 euros le premier mois, puis $30 \times 75 = 2250$ euros les mois suivants. Pas mal ! Ensuite, à vous de gérer vos heures de travail en fonction de vos capacités, de votre temps disponible et de vos objectifs financiers. Vous pouvez exercer cette activité à temps partiel pour gagner un peu d'argent en plus de votre activité principale ou bien vous y plonger totalement. Il s'agit là d'un choix bien personnel...mais l'intérêt c'est que

vous avez le choix ! C'est vous qui choisissez le temps et l'énergie à consacrer, c'est vous qui décidez si vous sous-traitez tout ou bien si vous faites tout.

Sachez qu'une fois que vous avez acquis quelques clients, vous n'aurez aucune difficulté à en recruter plus; par contre rien ne vous empêche de vous fixer des limites.

Dans tous les cas, il faut que l'image que vous donniez de vous et de votre entreprise soit un minimum professionnel. L'impression que vous dégagez est importante. Vous devez donner envie de travailler avec vous !

Si vous rencontrez un prospect qui doute de vos capacités à cause par exemple d'une expérience précédente qui s'est mal passée, vous devez lui faire comprendre que ce que vous offrez est différent.

Vous devez clairement montrer COMMENT vous allez améliorer les performances de votre prospect et de son entreprise. Il faut juste avoir un discours toujours prêt : un véritable message de pré-vente précis et clair.

Ecrivez noir sur blanc les bénéfices liés à vos services, donnez des chiffres, illustrez par des exemples ou des études de cas.

Ces différents points, clairs et nets, vous permettront de renforcer votre confiance en vous et donc votre pouvoir de persuasion.

Vous devez parfaitement maîtriser votre discours au cas où vous choisissez de rencontrer directement vos prospects (et même par téléphone). En fait il s'avère

que c'est plus simple que rédiger une page de vente sur internet pour un ebook par exemple. Pourquoi ? Car les personnes que vous allez rencontrer n'ont dans la majorité des cas **aucune notion d'internet**. Elles seront donc faciles à convaincre et dans le cas contraire, passez votre chemin, n'insistez pas : il reste des personnes allergiques à internet.

Votre cible favorite sera une auto-entreprise ou un artisan qui n'a pas eu l'opportunité de développer une présence online, mais qui se doute que de nos jours, avoir un site internet et des prospects qui le visitent constitue un énorme potentiel.

Tout ce dont ce genre de personne a besoin c'est vous, c'est-à-dire quelqu'un qui leur donnera l'assurance de mener ce projet online à bien, simplement.

LA ROUTE DU SUCCES : VOTRE VOLONTE DE REUSSIR...OU PAS.

Ce chapitre est un peu en lien avec le précédent. Lorsque vous vous adressez à des "vrais personnes", en dehors du monde impersonnel du web, il faut savoir certaines choses.

Ce que vous allez vendre n'est pas "tangible", MAIS vos clients le sont.

Le contact direct impose un maximum de respect envers vos interlocuteurs.

Vous allez vous adresser à des clients potentiels, recueillir ce qui est important pour eux, puis leur expliquer pourquoi et comment une présence sur le net va booster leurs affaires.

Il vous faudra être à l'écoute afin de déterminer avec clarté ce qui est spécifique à chaque situation que vous allez rencontrer.

Le fait de montrer une réelle écoute personnalisée est l'un des secrets de la réussite. Vous devez montrer à chaque prospect que ce qui est le plus important, c'est lui. Et pas vous ou votre service !

Focalisez votre attention sur ce qu'ils ont déjà fait, sur leurs projets, sur leurs objectifs, sur les moyens dont ils disposent. Il vous sera alors aisé d'expliquer comment vous allez les aider à résoudre leurs problèmes.

Voici les points que vous devez évaluer :

- Ce qu'ils font actuellement pour promouvoir leur activité.
- Ce qu'ils planifient de faire, leurs idées, ce qui les intéresse dans le marketing

Le but pour vous est d'obtenir le maximum d'information de chaque client pour lui pré-vendre ENSUITE exactement ce qu'il recherche. C'est une stratégie bien connue; elle est efficace et demande peu d'expérience.

Important. Si vous écoutez avec attention ce que vous dit votre prospect à propos de ses projets et de son activité, vous lui ferez une offre qu'il ne pourra pas refuser car elle correspondra exactement à ces attentes. Demandez ce que le prospect veut puis offrez lui : il ne pourra refuser.

99% des personnes qui font de la vente ou du marketing sans réussir agissent à l'envers ! Au lieu d'être attentifs aux besoins spécifiques de chaque prospect, au lieu d'essayer de trouver ce qui ne va pas dans son attitude commerciale, ils préfèrent présenter une solution toute faite sans même connaître les objectifs à atteindre.

Ce n'est pas votre travail de dire ce que le prospect doit faire. Votre travail est d'être à l'écoute de son projet pour connaître ses objectifs. Votre travail est ensuite de lui donner les moyens de réussir à atteindre tout ou partie de ces objectifs.

Quand on n'y connaît rien à internet, il est difficile de trouver quelqu'un qui vous aide et qui vous explique comment faire pour profiter du web dans les affaires et gagner plus d'argent. Soyez cette personne et le succès vous ouvrira ses portes; la clé c'est l'écoute et le respect.

LE PROCESSUS DE NEGOCIATION

Lorsque vous êtes en face d'un prospect ou lorsque vous l'avez au téléphone, vous devez vous débrouiller pour apprendre le maximum à propos de son activité.

Je vous conseille d'écrire une liste de questions au préalable, histoire de ne jamais rien oublier d'important.

Pour commencer vous devez savoir depuis combien de temps votre prospect a lancé son activité et ce qu'il fait pour promouvoir son activité.

Il est très important de construire une relation de confiance avec chaque prospect que vous rencontrez : soyez donc à l'écoute, attentionné et concentré pour bien comprendre la situation particulière de chacun de vos interlocuteurs. Vous y gagnerez en crédibilité et en confiance.

Montrez en permanence un réel intérêt pour ce que font vos prospects car c'est là-dessus que vous allez construire votre offre, c'est-à-dire répondre à leur besoins spécifiques.

N'oubliez pas de leur demander s'ils ont une liste de clients car cela fait vraiment une différence. En effet, il faudra contacter ces clients lors de la mise en ligne du site internet que vous allez créer pour votre prospect. C'est un atout majeur ! Et cela vous donnera aussi une indication sur le sérieux et la motivation de votre prospect.

Vous ne manquerez pas d'insister sur la nécessité absolue de générer une base de clients potentiels via un site internet dédié. Vous expliquerez l'importance d'un auto-répondeur et ferez une petite démonstration des atouts de cet outil indispensable.

N'allez pas imaginer en effet que tout auto-entrepreneur ou tout artisan qui débute et qui n'a pas de présence sur le web sait ce que c'est qu'une mailing-list. Bien souvent ils ignorent totalement à quel point il est simple d'en construire une. Ils savent encore moins comment l'exploiter pour générer encore plus de chiffre d'affaire.

Dans tous les cas, commencez par le plus basique.

Parfois il vous faudra plusieurs rencontres ou coups de fil avant de bien saisir les besoins de votre prospect en termes de web-marketing. C'est un peu fastidieux mais il faut essayer d'obtenir le maximum d'information.

A un moment donné votre prospect vous demandera ce qu'il peut attendre du service que vous allez lui fournir : quel chiffre d'affaire va générer son activité online, le nombre de personne que son formulaire d'inscription capturera par jour, le trafic quotidien sur son site etc... Veillez à donner des chiffre uniquement si c'est nécessaire et restez prudent sur vos prévisions.

Il est préférable de faire mieux que prévu afin de ne pas décevoir votre client. Veillez donc à donner des chiffres pessimistes, dans la fourchette basse, et que vous êtes à peu près sûr d'atteindre !

Il faut réussir à garder la tête froide même si la perspective de gagner un nouveau client vous met dans tous vos états.

Il faut être réaliste et honnête car vous ne savez pas si votre prospect a eu une mauvaise expérience par le passé : vous n'êtes peut-être pas le premier (la première) à qui il fait appel. Soyez donc sûr(e) de pouvoir tenir vos engagements.

Abordons maintenant un autre point crucial : celui du prix que vous allez demander. Le seul problème est celui de la perception du service que vous allez vendre. Vous devez justifier le prix que vous allez demander en donnant de la valeur tangible à votre offre. Et celle-ci dépend de ce que veut votre prospect ! S'il n'a jusqu'à maintenant aucun client il est évident qu'un site internet et une structure web-marketing de promotion va lui en apporter et faire décoller ses affaires. Il faut le dire ! A ce moment là vous avez tous les éléments pour justifier votre prix : il suffit de le comparer à ce que le prospect y gagnera concrètement.

Par exemple, "Avec un nouveau site, bien référencé, et une proposition de vente ciblée, avec une approche "marketing direct", vous pouvez facilement ajouter 350 euros de CA par semaine, soit 1400 euros en plus chaque mois".

En donnant des exemples précis de l'impact potentiel de votre offre sur le CA de votre prospect, vous lui parlez bénéfices et il n'y a que cela qui compte pour lui. Conseil : faites le calcul avec lui de ce que votre offre peut lui rapporter. Il ne faut pas lancer au hasard quelques chiffres mais au contraire travailler ensemble sur les perspectives d'augmentation de chiffre d'affaire. Il est toujours très bon d'impliquer le prospect (c'est-à-dire le rendre un petit peu actif) dans le processus de négociation.

Dans la majorité des cas, votre interlocuteur essaiera d'obtenir une réduction s'il ne prend pas conscience de ce que vous allez lui apporter.

Alors sans être trop optimiste comme je le disais plus haut, il est bon de quantifier avec votre prospect ce que vous pouvez lui apporter, histoire de limiter le risque perçu.

Si vous avez besoin d'utiliser des ressources ou des outils payants dans le cadre de votre offre, dites-le clairement.

Par exemple : "Je peux vous apporter 200 visites ciblées par jour en mettant en place une campagne Pay Per Click, mais cela vous coûtera 20 euros par jour, en plus du coût de mon offre".

Plus vos explications sont claires et limpides, mieux c'est ! N'hésitez pas à prendre le temps d'expliquer précisément ce que vous allez faire.

Pour finir, ne bradez pas votre offre. Si le prospect ne peut pas s'offrir vos services, tant pis pour lui ! Mais votre but à vous est de gagner de l'argent, pas d'en perdre...

L'ACCORD DU CLIENT

Il est bon de faire un devis détaillé de ce que vous allez faire, avec les délais nécessaires. Il faut écrire noir sur blanc tous les aspects importants de votre projet. Le contrat final (et la facture) reprendra l'intégralité de ce devis et sera signé par chacun d'entre vous.

Avec un contrat qui identifie les responsabilités ou les obligations de chacun, vous serez en position d'exiger une compensation si le client ne paie pas en temps voulu et inversement.

En effet, il est hors de question de passer 15 jours à peaufiner un site web et un argumentaire de vente, de réserver un nom de domaine etc...et ne pas être payé au final !

Vous devez donc protéger votre travail et votre temps surtout si vous sous-traitez une partie ou la totalité du projet.

Vous devez donc vous entendre avec le client sur la date de paiement et il faut que cela soit clair. Vous pouvez demander 50% à la signature du contrat et le reste à la "livraison" intégrale du service. Vous pouvez aussi exiger un paiement intégral à l'avance.

CONCLUSION

Vous avez maintenant une idée plus précise de la manière de créer une activité très rémunératrice simplement en faisant ce que la majorité des gens ne savent pas faire : construire un site, le mettre en ligne et générer du trafic.

Et il y a de la demande, croyez-moi.

Le statut d'auto-entrepreneur est un vrai succès avec plusieurs centaines de milliers d'inscriptions. Vous pensez que tous savent qu'internet peut leur apporter des clients ? Vous pensez que tous savent comment mettre un site web en ligne ? Oh que non...

Et le plus intéressant est qu'il suffit de rechercher sur Google pour trouver des annuaires entiers d'auto-entrepreneurs...alors vos clients à vous, vous les trouverez très facilement.

Pour vous faire connaître, préparez un petit ebook qui explique tout l'intérêt d'avoir un site bien positionné, une mailing-list réactive, etc... et dites que vous pouvez faire tout cela au meilleur rapport qualité-prix.

Distribuez ce rapport par email, ou en téléchargement sur votre site. C'est un bon moyen pour commencer à se faire connaître. Lisez également tous les journaux de petites annonces locales...c'est une source inépuisable de clients potentiels.

Je vais maintenant vous donner un exemple très concret d'une offre que vous pourriez faire, et vous donner aussi une liste des tarifs généralement constatés sur le web pour les services qui nous intéressent.

Pour des prestations à la carte :

Design de site : 400 euros en moyenne

Landing page : 250 euros et plus

Création de contenu : 250 euros et plus

Création de vidéo : 250 euros et (beaucoup) plus

Marketing vidéo : 100 euros par mot-clé

Marketing d'article : 100 euros par article

Soumission dans des répertoires : à partir de 150 euros

SEO et génération de rétro-liens : 400 euros par mois

Gestion de campagne PPC : 100 euros par mois

Mise en place réseaux sociaux : à partir de 300 euros

Mise en place d'une campagne email-marketing complète : minimum 350 euros

Conseil en marketing – Soit à l'heure (60 euros et plus), soit au forfait (tout est possible).

MODELE D'AFFAIRE ET DE TARIFICATION

Comment construire une offre, sous quelle forme, et comment la présenter au prospect ? Nous allons voir cela maintenant. La manière la plus simple est de proposer des prestations à la carte, comme ce que je viens de montrer dans le paragraphe précédent. Essayez de faire bonne impression avec ce type de prestation : rien ne vous empêche de proposer des prix cassés si jamais vous sentez que le prospect est très intéressé. Vous pourrez ensuite lui proposer quelque chose de plus consistant sous la forme d'un package complet. Les offres à la carte ont l'intérêt d'amener facilement quelques liquidités et d'instaurer la confiance avec le client. Je vous conseille d'offrir des services pour lesquels vous avez de vraies compétences afin d'assurer une bonne qualité de prestation.

Le modèle d'affaire le plus courant reste malgré tout l'offre de package complet incluant une panoplie de services : SEO, campagne PPC, landing page et campagne d'email marketing par exemple. Le but de votre stratégie commerciale est d'amener le client à choisir cette option avec si possible un service récurrent (gestion mensuelle PPC ou référencement/positionnement de site) qui vous assurera un revenu pendant quelques mois. C'est ce genre de modèle commercial qui constituera le socle de votre activité et l'essentiel de vos revenus. Bien souvent, l'objectif d'un site internet est d'être vu, de générer des visites et de capturer des prospects. Vous pouvez ainsi proposer une tarification fonction du nombre d'emails que le site est capable de générer chaque jour. Vous pouvez même générer vos propres bases d'emails ciblés, suivant une thématique donnée, et les proposer directement à vos clients. Attention ! Il faut évidemment que les personnes qui constituent vos bases de donnée soient d'accord pour que vous diffusiez leurs emails à des tiers. Revenons maintenant un petit peu sur les modèles récurrents, c'est-à-dire sur les prestations "au mois" ou pourquoi pas "à la semaine". En fait, on pourrait parler d'abonnement puisque vos clients vous paieront régulièrement en contrepartie d'un service continu que vous allez assurer. C'est particulièrement intéressant pour vous car de cette manière vous êtes certain de recevoir de l'argent régulièrement sur une période donnée. Bien entendu vous avez toute latitude pour négocier vos tarifs en fonction du nombre de clients que vous souhaitez avoir et du temps que vous accordez à votre activité. L'activité la plus simple à ce niveau consiste à organiser le référencement et le positionnement du site de vos clients. Il y a un minimum de choses à mettre en place au début : l'optimisation du contenu et de la structure du site autour de mots-clés à choisir avec le client. Ensuite, vous proposez chaque mois l'écriture de deux ou trois articles, leur soumission dans les sites dédiés, la mise en place de blogs et la rédaction de messages (un ou deux par jour), l'inscription manuelle du site dans des annuaires etc...

ASPECTS TECHNIQUES ET EVOLUTION DE LA RELATION COMMERCIALE AVEC LE CLIENT

Votre objectif principal est de gagner de l'argent à long terme à travers une structure marketing/vente bien établie. Je vous propose de suivre l'exemple suivant, étape par étape. Vous n'arriverez pas forcément au bout du processus avec tous vos clients mais cela doit quand même rester votre but. Pour commencer gardez en tête que votre but est d'aider les commerçants de votre entourage ou les débutants sur internet à exploiter le potentiel du web pour gagner plus d'argent. Il ne s'agit pas seulement de faire un site et d'y amener du trafic, mais bel et bien de générer des achats et augmenter le chiffre d'affaire de vos clients. Vous devez leur faire gagner de l'argent. Mais soyez honnêtes avec vos clients : dites leur bien que l'objectif n'est pas garanti. Un internaute lambda a la possibilité de rechercher rapidement ce qui l'intéresse, il peut très vite voir la concurrence grâce à Google, et surtout il prend des décisions rapides, il cherche des sites qui inspirent confiance, avec des offres assorties de garanties solides. Dites bien cela à vos clients afin qu'ils mesurent l'amplitude du challenge et la difficulté de votre travail. Ils doivent sentir que vous maîtrisez votre sujet. Pour expliquer à vos prospects l'importance de ce que vous allez lui proposer, vous pouvez lui parler un peu du comportement des internautes. Faites-lui part des 4 questions que se pose un internaute quand il tombe sur un site en rapport avec ce qu'il cherche.

- Est-ce que c'est vraiment ce que je cherche (ex : un plombier près de chez moi) ?
- Qui est ce plombier ?
- Est-ce qu'il peut vraiment m'aider ?
- Est-il fiable ?

Dites-bien à votre prospect que l'un des objectifs de votre travail est de faire que tous les internautes qui vont arriver sur son site vont répondre "oui" à ces quatre questions. Pour cela, vous allez mettre une photo du client, mettre des infos à son sujet, présenter des articles que vous allez écrire à propos de son activité, insérer des témoignages, présenter des éventuelles récompenses, des références, ainsi que

les mentions légales. Dites que vous allez pouvoir faire une petite vidéo de présentation est l'inclure dans le site, etc...Les témoignages, sur un site, sont particulièrement importants : vous pouvez très bien les présenter sous forme de vidéo également.

Revenons maintenant à la structure de votre offre :

Etape 1 : Proposez un unique service "à la carte" et menez-le à bien avec la plus grande attention. Soyez à l'écoute du client et faites lui ressentir que vous allez consacrer toute votre énergie à son projet. N'hésitez pas à lui téléphoner de temps en temps pour lui poser des questions et lui dire où vous en êtes. Prenez le temps de bien lui expliquer le résultat de votre travail.

Etape 2 : la confiance est installée car vous avez fait un bon travail et rendu un excellent service. Proposez d'autres services à la carte, puis un package complet

Etape 3 : Proposez un contrat de type "abonnement" pour vous assurer un revenu pendant quelques mois.

Etape 4 : Proposez un partenariat avec partage des bénéfices (vous fournissez les prospects, vous conservez X% des ventes).

EXEMPLE DETAILLE D'OFFRE DE SERVICE

Proposition pour Entreprise XYZ

Préparé pour : Monsieur XYZ

Préparé par : Vous-même, la société "Service Compris"

Date : aujourd'hui

Validité : 6 mois

Résumé

Objectifs

L'entreprise XYZ souhaite améliorer son trafic, ses revenus et son profit par la mise en place d'une campagne de web-marketing interactive et complète.

"Service Compris" travaillera avec "Entreprise XYZ" pour générer des une mailing-list, améliorer la réponse des prospects, le taux de conversion et étendre sa part de marché à travers plusieurs activités incluant : publicité Pay Per Click Adwords, optimisation du référencement et du positionnement du site dans les moteurs de recherche, extension de la presence sur internet. Un ciblage géographique sera également mené.

Bilan de la situation actuelle

- Campagne PPC limitée et inefficace

- Pas d'optimisation du site internet en matière de référencement
- Site internet ne présentant pas assez de contenu

Buts à atteindre

- Augmenter le trafic du site et le nombre de visites ciblées
- Améliorer l'efficacité de la campagne PPC et réduire les coûts
- Développer une présence sur le web

Services

Notre expertise dans les services internet et les techniques du marketing nous permet de vous proposer une offre personnalisée et adaptée à vos besoins.

PAY PER CLICK

- Mise en place d'une nouvelle campagne
- Analyse complète du site internet actuel
- Recherche de mots-clés
- Analyse de la concurrence
- Mise en place d'un outil de gestion de mots-clés
- Analyse de marché
- Segmentation des mots-clés
- Mise en place de la campagne Adwords
- Chaque mot-clé défini par un groupe d'annonces

- Deux annonces testées pour chaque mot-clé
- Construction d'une nouvelle "landing page" basée sur la définition de l'offre commerciale
- Etablissement d'un rapport sur le taux de conversion, le coût au clic et le budget

Gestion et optimisation de la campagne

- Test des publicités
- Test des landing pages
- Analyse statistique des performances
- Remplacement des publicités inefficaces
- Optimisation des enchères
- Suivi des conversions
- Suivi du positionnement des annonces dans Google
- Analyse de l'indice de qualité de la campagne

OPTIMISATION DU SITE WEB ("SEO")

- Analyse SEO et développement de la stratégie
- Recherche de mots-clés
- Analyse de la concurrence
- Analyse du marché
- Evaluation des pages du site et de sa structure
- Résolution des problèmes de structure

- Activités mensuelles
- Rédaction d'au moins quatre articles, soumis dans les répertoires adaptés (génération de rétro-liens)
- Rédaction de 5 messages sur blogs (génération de rétro-liens)
- Au moins 4 autres sources de rétro-liens
- Ré-évaluation des stratégies PPC et SEO : ciblage, mots-clés.
- Ré-évaluation de la structure du site
- Mise à disposition d'un rapport de progression

Services complémentaires

Au-delà de ces services de base la société "Service Compris" propose une série de services complémentaires susceptibles de vous intéresser :

Design de site internet

- Construction complète de votre site
- Offre comprenant 10 pages de contenu
- Optimisation pour les moteurs de recherche
- Personnalisation et choix du niveau de qualité des graphismes

MARKETING DIRECT

- Etude complète
- Exemple : mettre en œuvre la règle du 20%/80%
- Gestion de liste – ciblage de prospect

- Objectifs personnalisables en fonction de votre budget

Campagne FACEBOOK/TWITTER/VIADAO

- Construction du compte
- Mise en place de la campagne publicitaire

Services de base

Forfait initial	750 €
Gestion Campagne PPC, par mois	100 €
Gestion Campagne SEO, par mois	100 €
Gestion combinée PPC et SEO, par mois	150 €

Le coût des campagnes Google, Bing et Yahoo search reste à votre charge, en fonction de votre budget. La gestion des campagnes se fait sans engagement de durée. Le paiement se fait au mois.

Services complémentaires

Construction de site, mise en ligne	500 €
Marketing direct/gestion de liste	500 €
Campagne Facebook/Twitter/Viadeo	500 €

Projet prévisionnel - Etude de services de base et complémentaires

Semaine 1 Analyse du trafic actuel à l'aide de Google Analytics et autres outils (fichiers Log)

Semaine 1 Recherche de mots-clés

Semaine 2 Développement de la stratégie PPC

Semaine 2-3 Développement de la landing page

Semaine 3 Segmentation des mots-clés

Semaine 3 Mise en place de la campagne Adwords, des groupes de publicité, du texte des publicités

Semaine 4 Identification des cibles SEO

Semaine 4 Rapport sur le taux de conversion, le coût au clic et le budget quotidien

Semaine 4 Accord sur les campagnes PPC et SEO

Semaine 4 Lancement des campagnes PPC et SEO

Délivrables

Campagnes SEO et PPC

Catégorie	Etapes	Délivrables	Planification
<i>Recherche et prospection</i>	Etude de marché	Estimation des volumes de trafic et des coûts au clic	01/06/2010 – 14/06/2010

Une activité à la portée de tous : le service internet pour l'entrepreneur individuel

	Etude de la concurrence	Listes des sites concurrents et de leurs mots-clés ciblés	
	Recherche démographique	Cibles Facebook	
	Recherche de mots-clés/phrases clés	Cibles Adwords	
	Recherche géographique	Cibles Adwords/Facebook	
Préparation	Taux de conversion optimal défini	Documentation sur la conversion	14/06/2010 – 30/06/2010
	Définition initiale des campagnes Adwords/Facebook	Détail des campagnes	
	Budget des campagnes établi	Détails du budget	
	Définition des cadeaux prospects		
	Définition des landing pages/pages de capture d'email	Design des landing pages	
	Définition de la page Facebook	Design de la page Facebook	
	Sélection des mots et phrases SEO	Plan SEO initial pour les cibles choisies	
	Plan global	Réunion de présentation du plan	
Mise en place effective	Mise en place landing pages/formulaires de capture	Mise en ligne	30/06/2010 – 12/07/2010
	Mise en place compte Facebook	Compte Facebook actif	
	Développement des Cadeaux prospects	Cadeaux prospects	

Une activité à la portée de tous : le service internet pour l'entrepreneur individuel

	Mise en place campagne Adwords (Mots-clés chargés, mots-clés segmentés, deux pubs pour chaque groupe de mots-clés)	Campagne Adwords active	
	Mise en place campagne Facebook (publicités par critère démographique et géographique)	Campagne Facebook active	
	Début stratégie SEO	Première liste de rétro-liens	
Lancement de la campagne			12/07/2010