



Propulser votre projet grâce au marketing de contenu

Voici ce qu'il faut retenir.

**Vous êtes maintenant prêt à déployer
votre stratégie de marketing de
contenu!**

ASTUCE D'UN PRO

« Pour mieux déterminer le type et le format des contenus à offrir, vous devez préciser la promesse que vous faites à vos utilisateurs. »

- Frédéric Therrien, M361

POURQUOI FAIRE DU MARKETING DE CONTENU ?

- Attirer du trafic sur votre site Web.
- Améliorer votre référencement dans les moteurs de recherche.
- Générer une attitude favorable envers votre marque.
- Outiller les utilisateurs dans leur processus décisionnel.
- Vous différencier de vos concurrents.

3 ÉTAPES POUR IMPLANTER UNE STRATÉGIE DE MARKETING DE CONTENU

1 Étudiez vos utilisateurs.

Gardez toujours en tête leurs buts, attentes et comportements. Vous pourrez leur offrir une expérience de contenu optimale, centrée sur leurs véritables besoins.

2 Définissez votre promesse de marque.

Vous pourrez baser votre production sur une ligne éditoriale et un ton bien circonscrits.

3 Choisissez le type de contenu à créer.

Optez pour du contenu utile et attractif pour vos utilisateurs, mais facile à créer si vous commencez (ex. : le blogue).

CONSEILS À RETENIR POUR UNE STRATÉGIE EFFICACE DE MARKETING DE CONTENU

- C'est sur la connaissance de vos utilisateurs que doit reposer toute votre stratégie marketing. Au final, vos contenus n'auront de force que s'ils sont accessibles, pertinents et utilisés.
- Pensez aussi à séduire les moteurs de recherche par une stratégie d'optimisation efficace.
- Pour gagner temps et énergie, planifiez la fréquence, le format et le style de vos contenus en fonction de votre lectorat et des objectifs à atteindre.
- Pour avoir le maximum d'impact, mettez en place une stratégie de commercialisation de vos contenus qui tient compte des habitudes de consommation de vos utilisateurs.
- En procédant à l'envoi d'infolettres pertinentes et adaptées aux besoins de vos utilisateurs, vous obtiendrez un des meilleurs retours sur investissement en matière de commercialisation de contenus.



VOTRE PLAN DE MATCH

Voici quelques questions qui vous permettront de bien planifier votre stratégie de contenu.

Quelles sont les caractéristiques de votre lectorat? Comment adapter votre contenu pour lui plaire davantage?

Quelle est votre promesse de marque? Est-elle reliée aux aspirations de votre lectorat?

Quelles sont les habitudes de consommation de votre utilisateur type?

Avez-vous des objectifs SMART (spécifiques, mesurables, atteignables, réalistes, temporellement définis)? Quels sont-ils?

Quels moyens avez-vous mis en place pour faire l'acquisition de courriels de qualité?

Quels indicateurs de performance suivrez-vous pour bien mesurer la progression de votre stratégie?
