

3. Analyser la stratégie de contenu actuelle (présence d'un blog, d'une newsletter, d'une landing page). Proposer des solutions (améliorer la structure des pages, ajouter du contenu, revoir les balises h1, h2...)

La stratégie de contenu est primordiale dans la stratégie de marketing, elle repose fondamentalement sur la pertinence des contenus.

Les types de contenus les plus pertinents et qui occasionnent de réels effets positifs à l'engagement et conversion des prospects en clients sont les suivant :

- Blog
- Fiches produits
- Livre blanc
- Emailing
- Marketing des médias sociaux
- Infographie (image, photo)
- Vidéo
- Etudes de cas
- Webinar

Tous autant attrayants les uns que les autres, ce serait le luxe de les avoir tous mais en commencer avec quelques-uns s'avère déjà efficace. Pour notre stratégie, on a choisi spécifiquement d'ajouter un blog, des fiches produits et d'améliorer les autres éléments déjà existants

Analyse	Bilans			Propositions de solutions
Les types de contenus	Bien présent : O	A améliorer : V	Inexistant : X	
Blog	X			Un blog améliore le référencement naturel général du site. Les articles du blog qui sont ces éléments essentiels doivent également être optimisés pour le SEO ; la recherche des mots-clés est importante pour enrichir les contenus afin qu'ils puissent correspondre aux besoins et demandes des potentiels clients. Illustrez les articles avec des images qui invitent subtilement les potentiels clients à faire des achats. Ajoutez des Call-to-Action afin d'inciter les visiteurs à une action plus conséquente.

		Ajoutez des champs où les visiteurs ou clients peuvent donner leur avis ou laisser des commentaires.
Fiches produits	X	Les fiches produits constituent la mise en avant de vos produits, ils en sont leur présentation et leur description. Aussi optimisée en SEO, la fiche produit contiendra des mots-clés caractéristiques de vos produits susceptibles d'être entrés par les internautes sur les moteurs de recherche. Y ajoutez également des Call-to-Action ainsi que les informations nécessaires à l'acte d'achat des clients, notamment le prix. Ajoutez aussi des champs où les visiteurs ou clients peuvent donner leur avis ou laisser des commentaires.
Livre blanc	X	Une belle alternative pour les stratégies à venir.
Emailing	X	Une belle alternative pour les stratégies à venir.
Infographie (image, photo)	V	Sous forme de galerie, les images et les photos en elles-mêmes sont de qualité mais ce sera plus pertinent de les traduire en fiches produits.
Le podcast	X	Une belle alternative pour les stratégies à venir.
Newsletter	V	Présent sous forme de demande de devis, ce sera plus pertinent et subtil de créer une vraie newsletter conforme.
L'interview, question/réponse	X	Une belle alternative pour les stratégies à venir.
Le webinar	X	Une autre belle alternative pour les stratégies à venir.
Les publications sur les réseaux sociaux	V	Animez régulièrement votre communauté. Déterminez et favorisez ceux qui constituent plus de trafics et suscitent plus d'intérêt pour la communauté à l'aide du calendrier éditorial déjà pré-élaboré à notre grand soin.

Quel type de contenu pour quel type de plateforme ?

Parmi les types de contenus favorisés et publiés sur les réseaux sociaux, tels que :

- L'infographie
- La vidéo live
- La vidéo
- Le storytelling
- Le podcast
- Le témoignage client
- Le jeu-concours ;

C'est la vidéo qui apporte plus de succès.

Analyse	Bilans			Propositions de solutions
Les types de contenus sur Facebook	Bien présent : O	A améliorer : V	Inexistant : X	
L’infographie (image, photo)	O			
La vidéo live	X			Apporterait plus d’interaction entre vous et votre communauté
La vidéo	V			Apporterait plus d’interaction entre vous et votre communauté Exprimez plus d’intérêts à la publication des vidéos Augmentez leur fréquence en publication
Le témoignage client	O			
Le jeu-concours	O			
Les types de contenus sur Instagram	Bien présent : O	A améliorer : V	Inexistant : X	Propositions de solutions
Des visuels promotionnels	V			Présenter vos produits en mettant en bien exposant ses caractéristiques et ses particularités
Des images ou photos moins subtiles mais réalistes	V			Présenter vos produits dans un image de contexte réel, montrant ainsi leurs intérêts ou nécessités dans la vie de tous les jours
Les contenus originaux et créatifs produits par les utilisateurs	V			Encourager la publication des contenus en relation avec vos produits ou votre marque par la communauté, votre marque bénéficierait de plus de visibilité.
Des images de tout ce qui se passe derrière la scène	V			Vous ouvrir et vous révéler plus à votre communauté montre votre humanité, cela renforcerait encore plus vos liens. Partager des photos de vous en train de confectionner l’article phare de votre nouvelle collection par exemple Montrer les exploits et travaux exceptionnels réalisées par vous et votre team derrière chacun de vos produits
Les citations	V			Postez des citations de temps en temps pour vous inspirer, vous motiver et faire pareil pour votre communauté, vous garderez le contact et rythme en même temps

Les hashtag	V	C'est toujours d'actualité, c'est influençant
-------------	---	---

La structure des pages est un point un peu plus technique mais il y a les principales à ne pas négliger :

- Le logo de la marque
- La barre de recherche
- Le menu
- Les contenus et les textes

Méthodologie	Observations	Recommandations
Le logo de la marque	Bien présente	
Présence de votre nom / société, adresse(s) et numéro de téléphone	Toutes les informations sont toutes présentes	
La barre de recherche	Il n'y a pas de moteur de recherche interne ou de barre de recherche	Le moteur de recherche interne permettra d'identifier les différentes recherches de votre audience et d'y répondre si vous n'avez pas encore traité le sujet et mettre en avant les sujets recherchés.
Le menu	Il est bien présent mais les éléments lui constituants sont insuffisants	Ce sera plus optimal d'avoir plus de 3 catégories pour ce genre de site, par exemple ajouter des catégories : <ul style="list-style-type: none"> - Pour les femmes - Pour les hommes - Pour les enfants - Les chaussures - Les accessoires - Articles divers Ainsi, le site serait plus intuitif
Naviguer de façon aléatoire sur le site	On se sent un peu perdu, on arrive toujours à un contenu assez monotone, heureusement, on peut toujours revenir au menu principal	Le menu doit permettre à une navigation plus fluide et plus intuitive d'où les recommandations d'ajouter des catégories au menu existant comme mentionné ci-dessus.
Les contenus et les textes		
Analyser les fautes d'orthographe	Pratiquement aucunes	
Analyser un article avec une mise en	Mots mis en gras presque inexistants	

gras des mots importants		
Identifier des textes copier / coller sur internet	Aucuns	
Identifier la date sur un article / page	Bien vérifié	Vous devez distinguer le contenu temporel et celui qui est intemporel, en fonction de cette déduction il faut mettre la date ou la retirer.
Vérifier la présence du nom de l'auteur	Bien vérifié	L'attribut author permet à Google d'identifier les différents rédacteurs, sur un site mais également sur l'ensemble d'internet. Celui-ci vient miser vos articles avec le nombre de thématiques que vous traitez, le nom de backlinks...
Repérer les pages avec une forte densité de liens externes	Les liens externes sont presque inexistants, c'est le contenu interne qui est bien privilégié	
Déterminer le niveau de profondeur des liens	On peut accéder à l'ensemble des contenus en moins de 4 clics ce qui est bien.	