



PROCESS COMMUNICATION

Le Blogging

**VERITABLE OUTIL DE MARKETING LE
BLOG VA TE PERMETTRE DE PROUVER
TON EXPERTISE**

JENNYB-ART.COM



LE BLOG UN ATOUT POUR VOTRE IMAGE DE MARQUE

Pour se démarquer de la concurrence, votre entreprise doit être présente sur internet. Et, faire des ventes en ligne passe par une grande visibilité sur la toile. Le blog d'entreprise est un des outils marketing à votre disposition pour publier du contenu indirect sur les produits ou services de votre société. La publication d'articles de blog améliore la visibilité de votre entreprise sur le web, ainsi que votre référencement naturel. Ainsi, votre blog professionnel peut vous permettre d'apparaître comme une référence dans votre domaine d'activités. Le but affiché du blogging d'entreprise est de capter l'attention du lecteur et de l'inciter à passer à l'action. Pour cela, le blog d'entreprise est un moyen efficace de développer votre chiffre d'affaires. En effet, il permet à votre société d'être populaire sur le web et bien classée dans les moteurs de recherche.

PROCESS

ETAPE 1

Garder en tête votre client final, Pour qui écrivez vous ?

ETAPE 2 :

Choisissez la thématique de votre article
que voulez vous transmettre à vos lecteurs ? avec quoi
souhaitez vous qu'ils repartent ?

ETAPE 3

Est elle en lien avec la problématique de votre client final ?
ex : trouver des clients quand on est entrepreneur
retrouver de la sérénité quand on est une maman active
brainstormez plusieurs titres : ces titres sont la pour vous
donner une ligne directrice pour votre article. une fois l'article
écrit vous pourrez choisir le titre final.
ex : 17 facons de trouver des clients
comment trouver des clients qd on ne sait pas par ou
commencer
17 techniques pour trouver des clients
comment se libérer de la charge mentale ?
3 exercices pour se libérer de la charge mentale et retrouver
la sérénité

ETAPE 4

C'est le moment de capter l'attention de vos lecteurs. pour
cela, vous pouvez :
commencer par une question
raconter une histoire en lien avec la problématique traitée
partager votre point de vue ou expérience sur la thématique

PROCESS

ETAPE 5

- Structurer votre article

pour être visible, votre article doit contenir des sous titres et des paragraphes

vous pouvez également mettre en gras les mots clés ou phrases importantes. Pensez aussi à insérer au moins 3 liens vers d'autres pages ou articles de votre blog pour améliorer votre référencement

ETAPE 6

Choisissez vos images, insérer le titre de votre article; pensez à respecter les formats des différents réseaux.

La conclusion : dans la conclusion vous pouvez reprendre les points importants et finir avec un appel à l'action.

que voulez vous que vous lecteurs fassent ensuite : commentez, partagez, téléchargez cette fiche gratuite, contactez moi...

ETAPE 7

Choisissez votre mot clé ou phrase clé pour le référencement, finalisez votre titre.

Assurez vous qu'elle apparaisse dans le titre, le lien de l'article, les balises ALT des images, la métadescription de l'article et plusieurs fois dans le corps du texte.

Sous wordpress, vous pouvez utiliser le plugin SEO BY YOAST qui vous guidera pour optimiser votre article.

ETAPE 8

Publier, diffuser largement...

INSPIRATIONS

Vous ne savez pas quoi dire ?

Partagez les étapes importantes de votre chemin en lien avec votre activité :

Les expériences que vous avez vécues.

Les leçons que vous avez apprises.

Les peurs que vous avez dépassées.

Les trucs et astuces qui vous ont aidé.

Les déclics, les tournants de votre vie et les changements qu'ils ont apportés.

Partagez ce qui vous inspire :

les livres ou les films que vous avez adorés, qui vous ont fait réfléchir, avancer, guidé.

Les blogs qui vous inspirent.

Les citations que vous préférez.

Les TEDx talks que vous recommandez.

Les experts que vous suivez.

Les rituels que vous avez mis en place.

Partagez l'envers du décor de votre entreprise :

Ce que vous faites pour vos clients : parlez de vos préparations de séances, de conférences ou d'ateliers, les exercices, fiches, check-list que vous créez.

Les formations que vous suivez et ce que vous en avez retiré pour votre activité.

Les salons, réseau, conférences où vous allez et pourquoi.

Les rencontres que vous faites, les co-créations qui vous inspirent.

Les projets sur lesquels vous travaillez.

INSPIRATIONS

Vous ne savez pas quoi dire ?

Pensez à vos prospects et partagez :
Ce qu'ils veulent obtenir / accomplir.
Ce qui leur fait peur.
Les obstacles qu'ils rencontrent.
Les doutes qu'ils ont.
Leurs envies.

Pensez à vos clients et partagez :
Leurs réussites.
Les difficultés ou obstacles qu'ils ont dépassés.
Les expériences qu'ils ont vécues avec votre produit ou service.
Les leçons que vous avez tirées de votre travail avec eux.
Les freins qu'ils avaient avant de sauter le pas.

À SAVOIR

L'essentiel du blogging

Votre message clé :
problématique de votre client avec leur vocabulaire
pourquoi je fais ce que je fais
comment mon activité les aide à résoudre leur problématique

Votre thème de communication :
la problématique du client
vos offres
votre message clé
l'envie du moment

Que veulent vos clients :
connaître le résultat
une stratégie, une recette, une structure spécifique à vous-même
gagner du temps,
un effet levier, ingrédients clés du succès,
se reconnaître dans votre énergie, motivation
toucher leur âme, leur cœur (émotions)
connaître votre vérité

À SAVOIR

L'essentiel du blogging

articles structurés (titres, sous titres, 300 mots minis)

mots clés bien définis (outil Buzzsumo ou Ubbersuggest) - un par article - 5 à 10 pour le blog

article en rapport avec vos offres et vos thèmes et les besoins de vos clients

contenu avec une réponse pour votre lecteur - apporter quelque chose, de la valeur

diffuser l'article largement - article invité - groupes Facebook
l'article a un rôle dans le circuit de vente, a un appel à l'action

choisir ses médias : article, vidéo, audio, images
titre percutant (question, chiffres, tuto, comment faire..)
insérer des liens reliés à d'autres articles du blog et vers la page de vente

visuels adaptés aux réseaux, à la ligne éditoriale
avoir cinq titres d'avance et programmer la publication
donnez votre point de vue, le lecteur veut lire votre opinion
pas une vérité objective et sentir que l'auteur est investi.
les commentaires sont importants et augmentent le référencement naturel

trouvez le bon mélange entre contenu froid et newsjacking (actualité)

CHECK LIST

Avant de publier

est-ce que ma publication est alignée (contenu, endroit, audience)

est-ce qu'il y a un marché pour mon contenu

est-ce qu'il y a assez de portée pour que je puisse miser dessus

est-ce que mon audience est présente à cet endroit

est-ce que mon contenu peut s'adapter à cet endroit

est-ce qu'il y a déjà des influences avec qui je peux bosser pour diffuser mon contenu à cet endroit

Optimisation SEO

Créer un titre efficace!

Optimiser ses images pour le web

Renommer ses images et remplir le texte alternatif

Ecrire une conclusion engageante

Ajouter des liens internes

Ajouter une image à la une

Ajouter une image Pinterest Friendly

Citer ses sources éventuelles

Relire son article

Et publier !