



nicolas-fougerousse.com



Vos objectifs / mes prestations ▾

Réalizations

Qui suis-je ?

Contact

Blog

Chercher

Rechercher

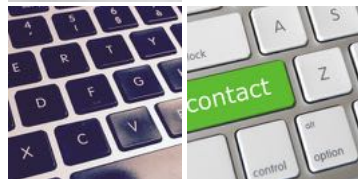
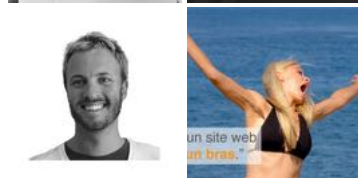
Newsletter

1 envoi par mois :

Votre adresse e-mail ici...

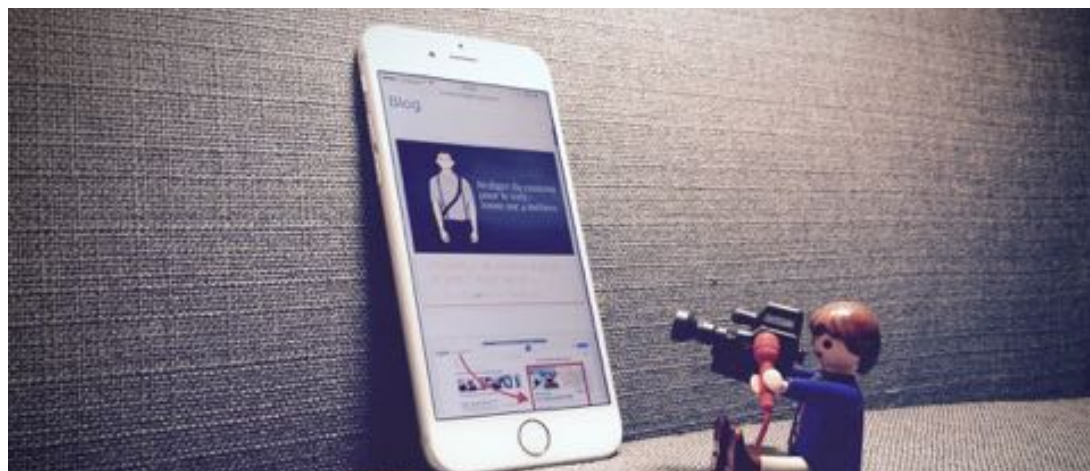
S'abonner

Les + vus



Catégories

- > Blog (20)
- > Communication (2)
- > Community management (6)
- > Création de sites web (2)
- > Management (3)
- > Moteurs de recherche / SEO (6)
- > Rédaction de contenus web (13)
- > Vente en ligne (12)



Publicité en ligne pour les TPE/PME : quelles solutions en 2016 ?

Modifier

14 Jan, 2016 par Nicolas Fougerousse

Pour une entreprise, il est vital de se faire connaître. Et jusqu'à présent, n'a jamais rien inventé de mieux que la publicité (étymologie : du latin *publicus*, ce qui est rendu public). Tous les moyens sont bons pour faire la publicité, y compris en ligne, sur internet. Essayons de voir quelles possibilités s'offrent à nous quand on est une petite entreprise et qu'on veut faire de la pub sans y laisser un bras.

La publicité en ligne et les internautes : **le sujet qui fâche !** Quoi de plus déplaisant, en tant qu'internaute, de tomber sur un site web qui nous balance une fenêtre pop-up plein écran, et avec une voix bien tonitruante s'il vous plaît. Ou alors de voir sur son site web favori de e-commerce des dizaines de bandeaux rouges, jaunes, clignotants, annonçant -70% et des promos « à prix fracassés »...

SCANDALE! RDV TOUTES LES 3H POUR DE NOUVELLES OFFRES
8H - 11H - 15H - 18H

Personnalisation, AdBlockers, et Business Model du web...

« Mais non, il abuse... », diront certains. Effectivement, maintenant quand je consulte mes sites web habituels **mes dernières recherches en e-shopping** (une paire de tongs par exemple...) **apparaissent un peu partout...** même si l'achat a déjà été effectué depuis 2 semaines... pas très smart...

« Ouai, ok, enfin moi j'utilise un **module AdBlocker** (bloqueur de pubs) et ça marche très bien... », diront d'autres. Si ce n'est qu'on se retrouve avec de gros blocs blancs un peu partout sur le site... Et si ce n'est qu'en terme, c'est le **business model du web qui s'en trouve menacé** : car pour pouvoir être gratuit (aux yeux des internautes), le web (et ses acteurs) a quand même besoin de ressources financières pour exister et être ré

Mots-clé

achat **article** articles astuces avantages
avis client **blog** bénéfices
caractéristiques carnet de course **client**
commerce en ligne compte-rendu
conseils **réactionnels**
descriptif e-commerce entreprise
exemple expérience fiche-conseil
google héros **idée** information
management mise en avant
personnage principal **produit** récit
rédacteur web
rédaction rédaction d'articles
rédiger référencement **réseaux**
sociaux SEO service site web
sondage storytelling **stratégie** test test en
conditions réelles test terrain **travail**

Bref, entre **publicités complètement généralistes** qui ne nous concernent pas (pubs à la télé, pubs dans magazines, pubs dans la rue, certes de plus en plus belles et intelligentes, mais peu ciblées), et **pubs personnalisées selon nos critères de recherche dans les pages web**, en passant par **l'obligation de visionner la pub de 10 secondes avant LA vidéo** qu'on veut absolument voir, il y a encore un gap pour réconcilier les internautes et la pub.



Before

After

Sans bloqueur de pub, et avec. Le problème des bloqueurs de pub, c'est qu'ils sont bien obligés de faire de la pub pour se faire connaître, non ? :-)

Publicité en ligne : les tendances 2016

L'excellent site Webmarketing-com.com nous dit que la publicité en ligne en 2016 sera « vidéo + mobile + / + user ». Si comme moi, vous ne savez pas ce que sont les « AdTech », voici la définition donnée par Technopedia.com :

« Le terme Ad Tech (raccourci de Advertising Technology...) se réfère aux différents outils numériques et analytiques (souvent complexes) utilisés dans le milieu de la publicité. Concrètement, les technologies de la visent à améliorer l'expérience utilisateur par le biais de bannières de publicités de plus en plus personnalisées, pertinentes, et respectueuses. »

Donc **en 2016, le marché de la pub sur le web** sera :

- en **vidéo**
- sur **smartphone** (donc au format vertical, pour éviter de tourner son téléphone...)
- centré sur l'expérience **utilisateur**
- **pertinent** et **respectueux**

Oui, mais **quid des TPE et des PME qui ne disposent pas forcément d'un budget** pour faire de la pub et qui sont assez loin de ces préoccupations auto-centrées du marché de la pub ?



Le marché de la pub en 2016 devrait être mobile, vidéo, pertinent, et respectueux...

Publicité sur internet : 10 solutions pour les TPE et les PME

Solutions traditionnelles, solutions gratuites (plus ou moins), solutions payantes, les petites et moyennes entreprises ont tout un éventail de possibilités pour communiquer auprès de leurs clients :

1. Le bouche-à-oreille

Le fameux bouche-à-oreille, ne l'oublions pas ! C'est LE moyen marketing le plus efficace aujourd'hui pour vendre un produit. Qui n'a jamais succombé aux bienfaits de tel produit vanté par une amie ou un membre de sa famille ?

2. Le réseautage classique

Réunions, soirées, recommandations, syndicats professionnels, conférences, débats, etc. Rien de tel pour obtenir un conseil, ou l'adresse de notre site web, ou une carte de visite, à une connaissance rencontrée lors d'une rencontre de réseautage, par exemple.

3. L'échange de bons procédés

Vous vendez des marteaux en ligne sur votre site web www.marteaux-en-ligne.com ? Équipez gratuitement des personnes de votre entourage de votre marteau. En échange, ces 10 personnes s'engagent à parler de votre produit auprès de leurs connaissances...

4. La presse économique locale

Votre journal économique local a un site web ? Pourquoi ne pas le contacter directement et lui proposer une campagne publicitaire pour votre produit dans divers endroits de son site web (encart dans une barre latérale, bannière en page d'accueil, article complet consacré à votre produit, etc.) ?

5. Les Pages Jaunes (.fr)

Pour beaucoup de clients, le site web Pagesjaunes.fr reste un entrant classique pour accéder à une liste de plombiers, par exemple.

6. Google My Business

Google My Business, c'est le Pagesjaunes.fr, mais à la sauce Google. Donc si vous souhaitez être visible sur les moteurs de recherche, adoptez Google My Business. Pour plus d'informations sur cet outil : <http://nicolas-fougerousse.com/google-my-business-comment-ca-marche/>

7. La création d'un site web / blog

Vous avez déjà un site web vitrine ? Pourquoi ne pas l'associer à un blog dans lequel vous rédigez des articles concernant vos produits ou vos services ? C'est également une excellente publicité pour votre entreprise. À ce sujet : <http://nicolas-fougerousse.com/blog-entreprise-en-quoi-est-ce-si-important/>

8. L'envoi d'une newsletter

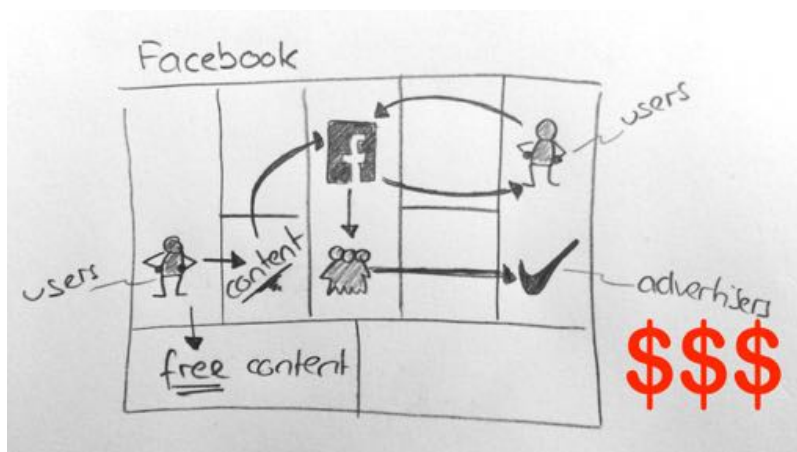
Vous avez probablement accumulé des adresses mail depuis la création de votre activité (cartes de visite, cartes directes ou indirectes, etc.). Rédigez une newsletter (de nombreuses solutions techniques gratuites existent, comme MailChimp par exemple) pour vos clients et vos prospects.

9. Google AdWords et Google Shopping

Vous souhaitez vous positionner sur les mots-clés « pneus » et « hiver » dans les pages de résultats des moteurs de recherche ? Lancez une campagne de pub Google AdWords, ainsi qu'une campagne Google Shopping, choisissez votre budget, et analysez le retour sur investissement.

10. Facebook for business

Les internautes sont sur les réseaux sociaux. Si les entreprises veulent toucher les internautes, elles peuvent également faire de la publicité en ligne sur ces réseaux sociaux. À lire à ce sujet : <http://nicolas-fougerousse.com/facebook-3-astuces-pour-developper-ses-ventes-en-ligne/>

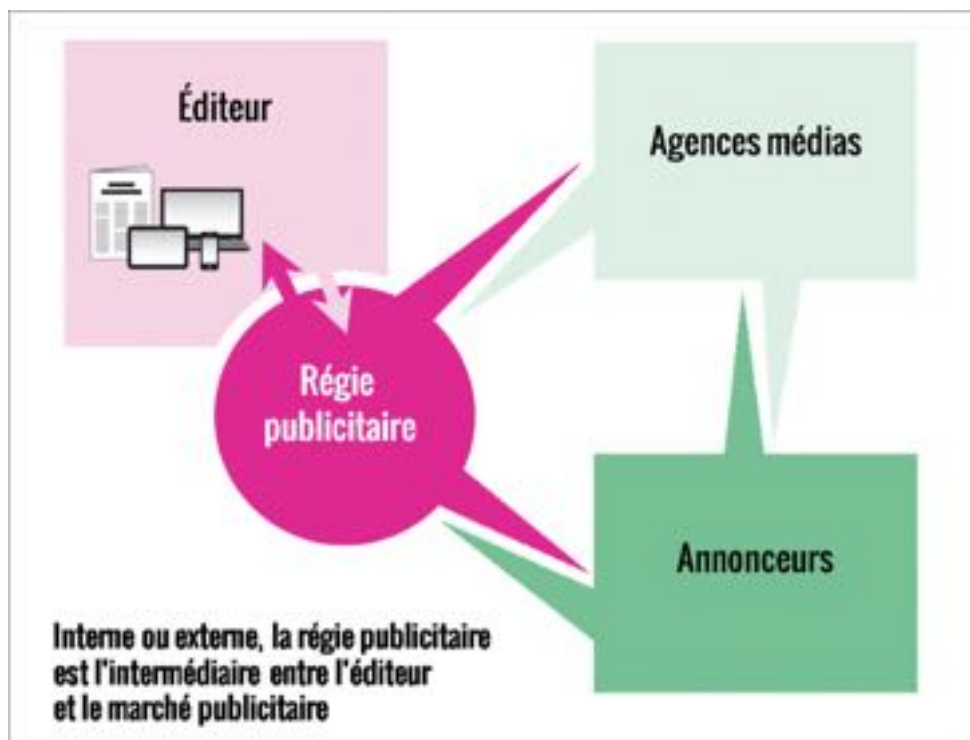


Le Business Model de Facebook.

L'annonceur, l'agence de pub, la régie publicitaire, et l'éditeur

En tant que client (c'est-à-dire annonceur), une autre possibilité est de faire appel aux différents acteurs de publicité en ligne traditionnelle :

- une **agence de publicité**
- une **régie publicitaire** en ligne
- **l'éditeur** directement



Crédit photo : Mistalmedia.fr

Conclusion

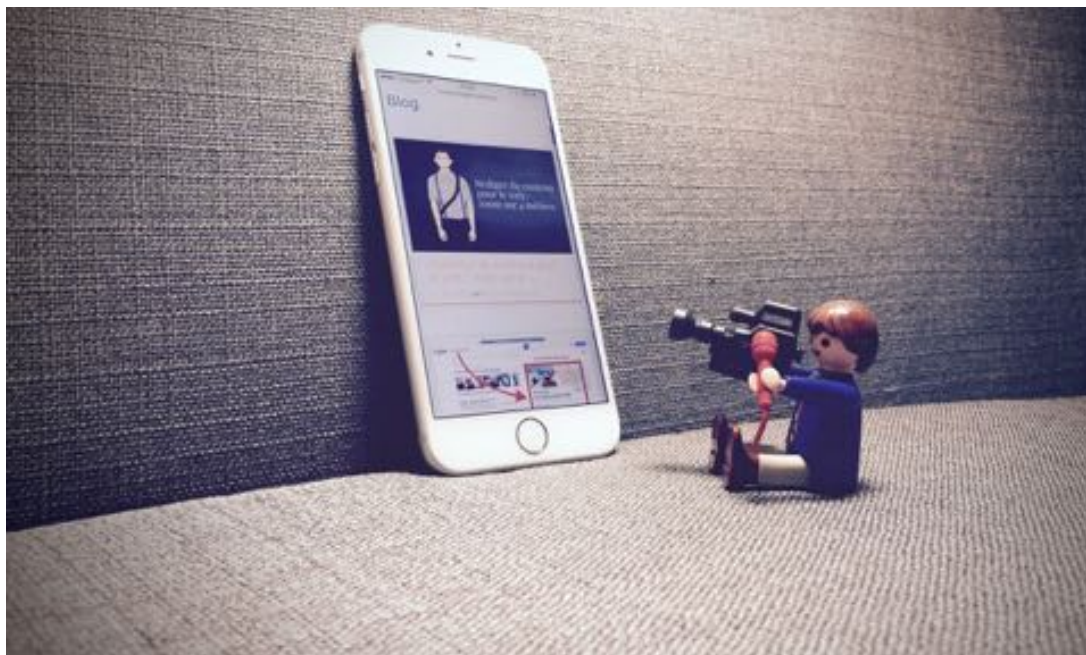
Nous ne sommes pas tous égaux face à la publicité en ligne : pour certains, avoir un site web vitrine, c'est LA bonne résolution de l'année 2016. Tandis que d'autres early adopters posent la question de savoir comment ils vont intégrer le format vertical des smartphones dans leur AdVideo strategy...

Une chose est certaine : il n'y a jamais eu autant de possibilités et de budgets différents pour se faire connaître. De quelques euros par jour, à plusieurs dizaines de milliers d'euros par mois, tout est possible. Et c'est là la démocratisation offerte par le web.

Car si on remonte à 15 ou 20 ans en arrière, si on voulait faire de la publicité, il fallait forcément un budget déjà conséquent pour pouvoir se payer un encart dans un magazine, une affiche 4x3m dans la rue, sans compter les publicités nationales hors de prix à la télé ou à la radio...

Mieux ciblée, plus efficace, donc moins onéreuse, la publicité en ligne a un (très) bel avenir. Les technologies existent, tant mieux. Mais le principal défi auquel sont confrontés les annonceurs reste malgré tout la qualité intrinsèque de la publicité en elle-même : d'accéder à la pub, mais en tant qu'internautes, nous la voulons pertinente, intéressante, décalée, calme, et esthétique ! Il y a encore un peu de boulot...

Cordialement, Nicolas Fougerousse



Et vous, quelle sera votre stratégie de publicité en ligne ? Crédit photo : Nicolas Fougerousse.

Cet article vous a plu ? N'hésitez pas à le partager sur vos réseaux sociaux, ou à réagir en rédigeant votre commentaire ci-dessous ! Pour une lecture illimitée hors ligne, vous avez la possibilité de télécharger cet ar format PDF :

Laissez un commentaire

Connecté en tant que Nicolas Fougerousse. Se déconnecter ?

Commentaire

Laisser un commentaire

- Prévenez-moi de tous les nouveaux commentaires par e-mail.
- Prévenez-moi de tous les nouveaux articles par email.

Parcourir les billets

← Rédacteur de contenus pour le web : zoom sur 4 métiers

plan du site

- Contact
- Inscription à notre newsletter
- Mentions légales
- Questionnaire de Satisfaction Client
- Qui suis-je ?
- Réalisations
- Vos objectifs

nicolas-fougerousse.com

- Une agence web en Savoie-Mont Blanc :
- création de sites web (avec WordPress)
 - rédaction de contenus web (pages et articles)
 - optimisation pour moteurs de recherche (SEO)

chercher dans le site

mots-clé populaires

achat **article** articles astuces avantages avis clier
blog bénéfiques caractéristiques carnet de course
 commerce en ligne compte-rendu **conseils**
rédationnels descriptif e-commerce
 entreprise exemple expérience fiche-conse
google héros **idée** information manage

- > (Faire) rédiger du contenu pour un site web ou un blog
- > Créer un site web avec WordPress
- > Être bien positionné dans Google (SEO)
- > Être visible sur les réseaux sociaux (community management)
- > Intégrer un blog d'entreprise à mon site web
- > Pourquoi mes clients m'aiment bien ?

Rechercher

mise en avant personnage principal **produit** récit
rédacteur web rédaction rédac
d'articles rédiger référencement **réseau**
sociaux SEO service site web sondage
storytelling **stratégie** test test en conditions réelles 1
terrain **travail**

Votre agence web (TPE et PME) en Savoie-Mont Blanc



· © 2016 nicolas-fougerousse.com · Designed by Press Customizr · Powered by  ·

Bienvenue chez Nicolas-Fougerousse.com : votre agence web basée à Chambéry, en Savoie (73).

Mon métier ? J'aide les TPE et les PME dans leur stratégie web : création de sites web avec WordPress, intégration d'un blog d'entreprise, rédaction de contenus web (pages statiques, articles, etc.), référencement naturel et optimisation pour les moteurs de recherche (SEO), gestion des réseaux sociaux (community management).

Géographiquement, j'interviens sur les villes de Chambéry, d'Aix-les-bains, et d'Annecy. D'une façon plus large, sur les départements de la Savoie (73) et de la Haute-Savoie (74), appelée également Savoie-Mont Blanc, ainsi que sur la région Rhône-Alpes.

Pourquoi mes clients m'aiment bien ? Parce qu'ils peuvent rester concentrés sur leur cœur de métier, parce qu'ils peuvent faire des mises à jour eux-mêmes s'ils le souhaitent, et parce qu'être présent sur le web ne leur coûte plus un bras : mes tarifs sont adaptés aux budgets des TPE et des PME. Ah oui, et aussi parce qu'ils me trouvent compétent, réactif, et sympa. Merci à eux !

Un site web créé, rédigé, et optimisé par Nicolas-Fougerousse.com