

Réussir en ligne sa stratégie numérique et internet.

Pour **réussir son activité sur internet et sa stratégie numérique** : il faut au préalable une stratégie commerciale claire, efficace, et imparable.

Il faut tout d'abord élaborer une stratégie numérique, en définissant les **objectifs de son entreprise en ligne** :

(que souhaitez-vous obtenir en établissant votre présence en ligne : augmenter vos ventes ou améliorer la reconnaissance de votre marque, par exemple ?)

Ensuite, il faut rédiger pour la réussite de votre projet numérique, une déclaration de mission qui consiste à définir : la raison d'être de l'entreprise, ses buts fondamentaux, ses valeurs, ainsi que sa vision. Il faut déterminer les voies et moyens de parvenir à ses buts fondamentaux et d'être en phase et en adéquation avec la raison d'être de son entreprise numérique. Les missions et prestations de votre entreprise en ligne peuvent aussi figurer dans la déclaration de mission de l'entreprise numérique et digitale.

Après avoir rédigé la déclaration de mission, il convient de trouver l'argument de vente unique, qui est par définition la phrase qui synthétise la raison d'être de l'entreprise, ses ambitions commerciales, et ses avantages concurrentiels, ainsi que ses atouts et forces face à la concurrence. Votre argument de vent unique sera mis en valeur et relayé dans votre espace numérique, il figurera aussi sur tous vos supports de communications en ligne et hors ligne. (Site web, réseaux sociaux, carte de visite etc.)

Une fois ses trois actions fondamentales effectuées, il convient de lancer son site internet et de créer une campagne ciblée de marketing numérique et de référencement naturel et de gagner ainsi votre clientèle.

Par ailleurs, un argument de vente unique pertinent peut vous permettre d'attirer de nombreux clients en ligne. Le fait de proposer une offre unique est aussi un moyen efficace de se démarquer, dans un marché déjà saturé. L'étude de la concurrence sur internet permet grâce au branding, par exemple, et aux mots-clés sectoriels, de se faire sur internet, une idée du marché et de la concurrence présente en ligne. Une analyse FFOM (Forces/Faiblesses, Opportunités/Menaces) lui permettra, d'identifier les opportunités de développement de son business en ligne, mais aussi les points faibles auxquels elle pourrait remédier.

Faites aussi des recherches en ligne sur les produits, services et métiers de vos concurrents, regarder aussi la concurrence dans votre zone géographique par rapport à votre activité numérique. Et, cherchez à vous démarquer de vos concurrents, apprenez d'eux, regardez comment ils se démarquent et de quelles façons ils captent leurs clientèles.

Pour finir, votre site internet offre de nombreux points de contact avec vos clients. Toutes les pages internet, vos formulaires de contact, les CGV de votre site internet sont autant des points de contact et d'entrées pour vos clients. Il vous faudra développer les points de contact de votre site web, améliorer ceux existants, et analyser l'audience de votre site web. Segmenter cette audience et l'adapter à vos clients et prospects selon leurs profils. L'analyse du parcours du client est un indicateur important pour connaître ceux-ci et leurs goûts et centres d'intérêt sur votre site internet, jusqu'à l'acte d'achat. Ce parcours bien analysé vous aide à communiquer, on line et off line, avec vos

clients et à leur proposer les produits et services ciblés qui sont adaptés à leur goût et à leur personnalité et affinités.

<https://www.testet-et-booster-mon-site.fr>

TESTER ET BOOSTER MON SITE