



VOYAGE AU CŒUR DE

Marketing de contenu

Votre voyage au cœur du marketing de contenu commence. Avec l'équipement adapté, une stratégie planifiée et axée sur les utilisateurs, vous obtiendrez d'excellents résultats en marketing de contenu!

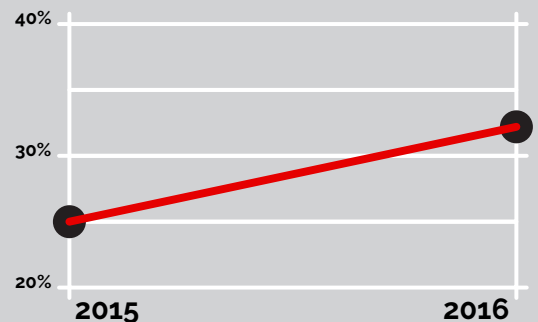
★ KIT DE VOYAGE

Pour ce voyage, votre kit inclut des données, idées, histoires en adéquation avec votre stratégie de marketing de contenu et votre budget.



LES BUDGETS EN MARKETING DE CONTENU AUGMENTENT.

En 2016, 32% du total des budgets marketing s'orientent vers le marketing de contenu, contre 25% en 2015.



32% des entreprises ont une stratégie de marketing de contenu étayée, et 48% une stratégie strictement verbale.



Seules 37% des sociétés répondent aux intérêts spécifiques de leurs publics cibles, tandis que 56% utilisent des sujets pertinents à leur échelle.



CONSEIL VOYAGE DE PRO

Pour faire approuver et financer votre plan de marketing de contenu, optez pour une stratégie documentée aux objectifs centrés sur le public cible.

★ VOTRE PLAN

Vous savez où aller, mais savez-vous comment?

Votre carte doit inclure différents formats et stratégies de contenu vous menant à destination.



UNE SEULE STRUCTURE UTILISE 13 STRATÉGIES DIFFÉRENTES DE MARKETING DE CONTENU.



Les meilleures stratégies de marketing de contenu **B2B** sont les contenus sur réseaux sociaux (**surtout LinkedIn**),



études de cas, blogs, newsletters, événements en face à face, articles sur site Internet, vidéos et illustrations.



La stratégie la plus efficace pour les entreprises **B2C** est l'envoi de newsletters



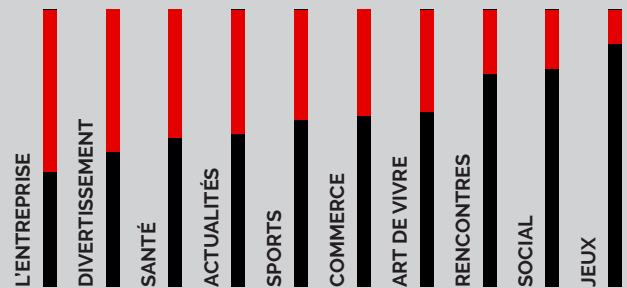
- 67% des experts en marketing le confirment.





Multipliez les supports pour transmettre votre message et concentrez-vous sur le contenu mobile.

La majeure partie des contenus est plus souvent consommée sur mobile que sur ordinateur. **Le temps passé sur mobile augmente constamment.**



TRAFIC VIA BOUTONS DE PARTAGE MOBILES OBSERVÉS:

WhatsApp: 69%
Twitter: 16%
Facebook: 15%
Google+: 0%



**CONSEIL
VOYAGE
DE PRO**

La solution unique n'existe pas. Testez plusieurs stratégies de marketing de contenu pour trouver la meilleure pour votre marque et public. Privilégiez aussi un contenu mobile réactif et des boutons de partage pour Whatsapp et autres.

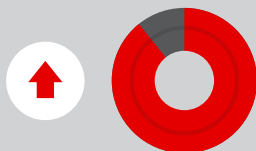
★ VOTRE SUPER VOYAGE

Utiliser vos meilleurs designs et compétences en UX facilitera l'aventure.



Des visuels colorés
augmentent les chances
de lecture d'un contenu de


80%




Le contenu avec des
images pertinentes apporte

94%

plus de vues.

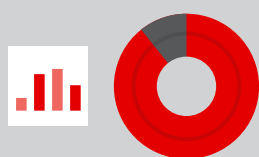

61%
des consommateurs
sont plus susceptibles
d'acheter chez une entreprise
aux contenus personnalisés.

CONSEIL VOYAGE DE PRO

Les superbes illustrations ou vidéos ne sont pas à la portée de tous, mais la médiocrité n'est pas une alternative. Engagez des freelances compétents si nécessaire.

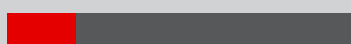
★ CARNET DE VOYAGE

Analysez votre dernier voyage pour améliorer le prochain. Les experts en marketing de contenu peuvent créer un carnet de voyage suivant les performances de leurs initiatives dans ce domaine.



77%

des experts en marketing croient **en leur approche basée sur les données.**

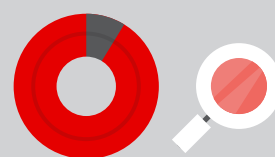
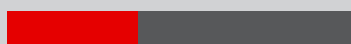


21%

DES EXPERTS EN MARKETING DISENT RÉUSSIR À SUIVRE LE RSI;

35%

DE CEUX AYANT UNE STRATÉGIE PROCLAMENT LEUR RÉUSSITE.



17%

des entreprises **mesurent l'impact des activités de marketing de contenu** en détail.

CONSEIL VOYAGE DE PRO

Comparez la performance actuelle avec ce que contenait la stratégie définie au préalable. Identifiez vos réussites et vos échecs et leurs raisons.

★ CHECK-LISTE DE VOTRE VOYAGE EN MARKETING DE CONTENU

Ces astuces pratiques vous emmènent au cœur de votre marketing de contenu.



CONSEILS POUR S'ÉQUIPER:

- ✓ Mesurez le potentiel d'une idée de contenu (*avec Google Keyword Planner p. ex.*)
- ✓ Obtenez des informations sur les contenus pertinents pour votre public cible (*avec BuzzSumo p. ex.*)

CONSEILS POUR PLANIFIER:

- ✓ Un sujet peut permettre de générer plusieurs contenus différents; développez-le peu à peu
- ✓ Testez et comparez plusieurs stratégies et formats de marketing de contenu

CONSEILS POUR PROFITER:

- ✓ Présentez votre idée de contenu et de design à un collègue
- ✓ Évitez les galeries de photos traditionnelles (*alternatives gratuites, p. ex. Pixabay*)

CONSEILS POUR RÉSUMER:

- ✓ Créez des liens traçables (*p. ex. avec Google's URL builder*)
- ✓ Mesurez constamment et identifiez les contenus performants à court et long terme



☆ **Quelle sera votre prochaine destination?**

Tournez-vous vers Webrepublic pour votre prochaine aventure de marketing de contenu.

web★republic

MARKETING DIGITAL

+41 44 542 90 60
digitalconsulting@webrepublic.com
@webrepublic
WEBREPUBLIC.COM

SOURCES:

La plupart des statistiques viennent du marché américain, mais peuvent s'appliquer au développement du marché suisse.

<http://contentmarketinginstitute.com/2015/10/b2c-content-marketing-research/>

http://de.slideshare.net/mprofs/2016-b2b-content-marketing-benchmarks-budgets-and-trends-report/10-10STRATEGY_ORGANIZATIONDoes_your_organization_have

https://www.namics.com/fileadmin/user_upload/bilder/Veranstaltungen/2015/Contentmarketing_Studie/NAM-Content-Marketing-Studie-Essenz.pdf

<http://contentmarketinginstitute.com/2015/09/b2b-content-marketing-research/>

<http://contently.com/strategist/2015/01/26/in-one-chart-the-story-of-how-facebook-came-to-take-over-the-media-and-marketing-worlds/>

<https://blog.bufferapp.com/outreach-strategies-for-more-social-shares>

<http://contentmarketinginstitute.com/2015/10/b2c-content-marketing-research/>

<http://www.office.xerox.com/latest/COLFS-02UA.PDF>

<https://blog.kissmetrics.com/visual-content-you-need-to-use-in-your-marketing-campaign/>

<http://www.customcontentcouncil.com/news/roper-finds-majority-consumers-value-custom-media>

<http://www.niemanlab.org/2014/11/heres-some-remarkable-new-data-on-the-power-of-chat-apps-like-whatsapp-for-sharing-news-stories/>

<http://www.mediamath.com/resource/the-global-review-data-driven-marketing-and-advertising/>

http://contentmarketinginstitute.com/wp-content/uploads/2014/10/2015_B2B_Research.pdf

https://www.namics.com/fileadmin/user_upload/bilder/Veranstaltungen/2015/Contentmarketing_Studie/NAM-Content-Marketing-Studie-Essenz.pdf

<http://www.adcolony.com/blog/2016/04/12/mobile-overtakes-desktop-across-key-content-categories>

