

GUIDE

#01

QUELS SUPPORTS DE COM'

SELON MES OBJECTIFS BUSINESS ?

DIRECTION SUCCÈS : SUIVEZ LE GUIDE !

Parce que la communication est essentielle à votre activité, Nous vous accompagnons dans la définition de vos besoins à travers ces guides, une nouvelle collection de livrets, conçue pour vous permettre de ne rien laisser au hasard. Sélectionner les supports d'impression adéquats selon ses besoins et optimiser leur utilisation n'est pas toujours évident. Ce premier guide est dédié aux produits d'impression incontournables selon les objectifs de votre activité.

#1 SELON MES OBJECTIFS BUSINESS

Dans ce premier guide, nous avons voulu aborder plusieurs thématiques rencontrées par les acteurs du BtoB dans leur quotidien.

Quels supports de com' selon mes objectifs business ? C'est la question que nous nous sommes posée, parce qu'il est fondamental de se mettre à la place de celui qu'on épaula. Que vous démarriez votre activité, que vous ayez besoin d'augmenter votre clientèle, que vous participiez prochainement à un salon ou que vous vouliez tout simplement fidéliser vos clients déjà acquis : ce guide est fait pour vous !

Cet outil est destiné à vous donner des idées d'applications, de supports et des conseils pratiques à travers une sélection non-exhaustive des produits indispensables à la réussite de vos objectifs business.

N'hésitez pas, à nous demander conseil pour découvrir toutes nos possibilités d'impression, car au-delà des produits que vous choisissez, c'est une multitude de formats, finitions ou supports qui s'offre à vous et à vos cibles.

Bonne lecture !

SOMMAIRE

4 Renforcer son image de marque



9 Communiquer auprès de ses clients



11 Augmenter sa visibilité dans sa zone de chalandise



14 Réussir son salon professionnel



18 Réussir ses opérations promotionnelles



20 Fidéliser ses clients



RENFORCER SON IMAGE DE MARQUE

Définir le territoire de votre marque et la manière dont vous souhaitez communiquer est la première étape pour positionner la personnalité de l'entreprise. Elle permet notamment de se positionner sur le marché et de faire face à ses concurrents en apportant une différenciation visuelle forte. Une des clés à considérer est la cohérence de votre image de marque à travers les différents supports utilisés. Différenciez-vous, apportez du relief à vos messages et à vos valeurs d'entreprise !



DONNEZ UNE VALEUR AJOUTÉE À VOS COURRIERS, PAPIERS À LETTRE ADMINISTRATIFS OU PUBLICITAIRES

La tête de lettre est l'occasion d'appuyer votre identité visuelle. Accordée au plus près de votre charte ou évocatrice discrète de votre logotype, elle sera l'occasion d'annoncer la couleur et de **personnaliser vos envois** en l'associant à une enveloppe arborant fièrement votre identité visuelle.



EMBELLISSEZ VOS SUPPORTS QUOTIDIENS

C'est aussi ça le chic de la communication ! Outil commun et basique de la bureautique, le bloc autocopiant reste un **incontournable de la communication institutionnelle**. Apposez votre logo et vous voilà équipés d'un support corporate pour vos documents de relation clients.



VALORISEZ VOTRE PRÉSENTATION

La carte de visite est souvent l'aboutissement d'un premier contact. Elle représente ainsi un élément majeur dans la perception de l'image de marque. Profitez de cet instant privilégié pour appuyer les valeurs de qualité et de créativité avec des finitions adaptées.



PROPOSEZ DES MISES EN SCÈNE AUDACIEUSES

Les lettres & logos personnalisés vous permettent de déployer votre identité de marque sur des supports variés (bois, plexy, 3D PVC, végétal etc...) adaptés à vos locaux. Créativité et originalité !



TRANSFORMEZ VOS ESPACES

On ne saurait passer à côté ! Le lino personnalisé apporte une originalité qui ne laissera jamais un visiteur indifférent sur son passage. C'est aussi un bon moyen d'apporter une touche de décoration pour égayer l'ambiance de vos espaces de vente et bureaux, sans altérer les lieux d'origine.



SIGNALISEZ VOS ESPACES

Ne laissez pas vos clients se perdre dans les couloirs de vos locaux ! Une signalisation claire et harmonieuse est le reflet d'une organisation interne bien rodée.



MARQUEZ LES ESPRITS

Optez pour des supports qualitatifs, résistants et sur-mesure pour des bureaux à votre image. Plaques acryliques, laiton, plexy transparent ou encore aluminium, à vous de choisir !

- ❶ Tête de lettre + dorure argent + Enveloppe standard
- ❷ Bloc autocopiant couverture quadri ❸ Carte de visite de luxe vernis 3D + dorure argent

- ❹ Lettre & Logo végétal ❺ Vinyle adhésif mural
- ❻ Lino ❼ Plaqué aluminium

RENFORCER SON IMAGE DE MARQUE

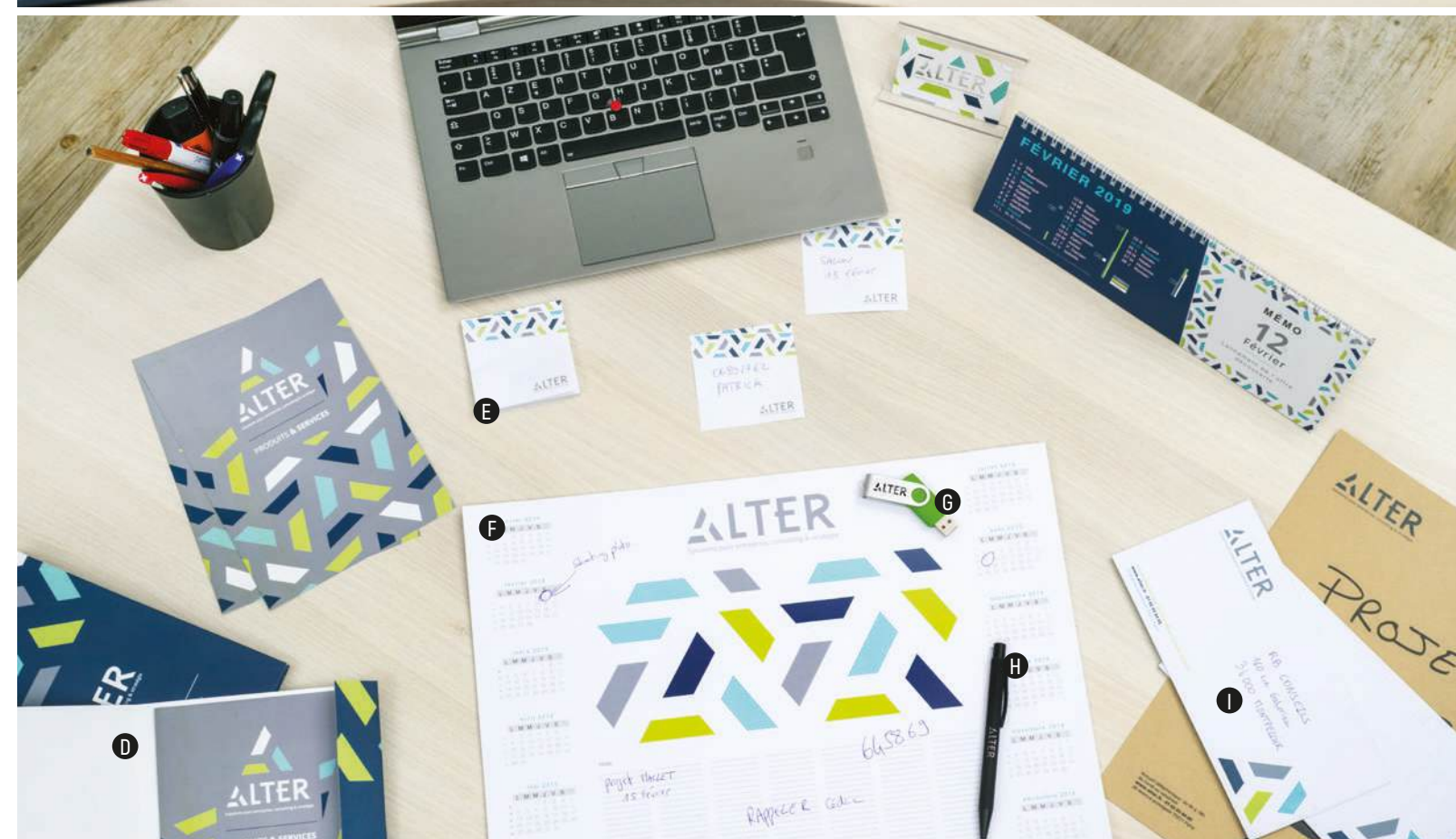
La carte de visite est le support de la première impression. Elle donne le ton sur la crédibilité de votre entreprise. Ne la négligez pas ! Elle facilite le contact avec un client potentiel, elle se glisse aisément lors d'une discussion et marque le coup lors d'un rendez-vous. Pour qu'elle soit réussie, pensez aussi à l'aspect pratique de ce support et misez sur un format qui entrera dans un portefeuille. Pour vous démarquer, optez pour un papier texturé, recyclé. Privilégiez des finitions haut de gamme comme la découpe laser, la dorure à chaud, le gaufrage ou le vernis 3D. Il faut susciter l'intérêt de vos clients tout en restant cohérent avec les valeurs de votre entreprise.



LES ERREURS À ÉVITER :

- Choisir une carte au format trop extravagant qui sera probablement égarée, jetée ou pliée
- Inverser le sens de lecture entre le recto et le verso
- Commander un papier trop fin ou bas de gamme qui ne garantit pas la pérennité du support
- Choisir un papier glacé ou un pelliculage sur les deux faces (si le prospect veut écrire il faut lui laisser cette possibilité)
- Mettre trop d'informations, allez à l'essentiel : Qui êtes-vous ? Que faites-vous ? Comment vous joindre ?

- ⑧ Carte vernis 3D + dorure argent ⑨ Carte pelliculage mat Soft Touch + vernis 3D
- ⑩ Carte papier de création irisé nacré ⑪ Carte Triplex standard
- ⑫ Carte papier recyclé, 4 coins arrondis ⑬ Carte de visite forme libre



- Ⓐ Support Plume Dispa® Ⓑ Toile de peintre Ⓒ Calendrier chevalet
- Ⓓ Chemise à rabats texturée Ⓔ Bloc papier repositionnable Ⓕ Sous-main
- Ⓖ Clé USB Ⓗ Stylo Ⓘ Enveloppe standard et pochette kraft

RÉUSSIR MA BROCHURE OU MON CATALOGUE

1

DÉFINIR LES OBJECTIFS DE COMMUNICATION

Quelques exemples non exhaustifs d'objectifs :

- Présenter ses produits et services
- Présenter son organisation, ses valeurs
- Éduquer les clients sur une thématique
- Afficher une expertise métier...

CHOISIR LE FORMAT ADÉQUAT

Plusieurs formats et orientations s'offrent à vous, par exemple :

A4 à la française : favorable au rangement et facile à placer sur un présentoir, idéal pour un catalogue produit ou plaquette commerciale

A5 à l'italienne : économique et facile à transporter, recommandé pour les brochures touristiques et livrets publicitaires

2

3

ÉTABLIR LE CHEMIN DE FER

Le chemin de fer doit inclure :

- la sélection et l'ordre des produits
- les besoins en textes et photos
- le nombre de pages
- le sommaire : chapitres, idées générales

TRAVAILLER LE CONTENU ET LA MISE EN PAGE

Respectez la charte de votre entreprise pour garder une cohérence graphique. Équilibrez le ratio textes / photos, tout en variant la mise en page avec des ruptures graphiques pour favoriser une lecture dynamique.

4

5

DÉTERMINER LE PAPIER / GRAMMAGE

Grammage < 135g

Faible coût pour l'envoi
Faible coût de production
Courte durée de vie

Grammage > 135g

Qualité / solidité
Pas de transparence
Longue durée de vie

Papier mat

Pas de reflets
Rendu élégant
Plus résistant

Papier brillant

Éclat des photos
Rendu lumineux
Couleurs vives

💡 Pour la couverture, premier contact avec le client, optez pour une finition agréable comme le pelliculage mat Soft Touch ou le vernis sélectif 3D.

FAIRE UN PROTOTYPE AVANT LE LANCEMENT

Un bon à tirer papier permet d'éviter les mauvaises surprises : relisez le prototype, annotez, corrigez. Assurez-vous que les textes soient lisibles, que les photos ne soient pas pixelisées et que le rendu des couleurs corresponde à vos attentes.

⚠ **Le rendu sera différent sur ordinateur et sur papier**

6

COMMUNIQUER AUPRÈS DE SES CLIENTS

Commençons par un simple rappel : vos clients ont des besoins différents qui nécessitent une communication adaptée. Certains seront par exemple plus réceptifs à une communication promotionnelle, d'autres apprécieront davantage des conseils pratiques et personnalisés. Il est donc essentiel de définir vos objectifs de communication avant de les décliner sur les supports adaptés.



TRANSMETTEZ VOS VALEURS ET VOTRE SAVOIR-FAIRE

La brochure d'entreprise est l'outil idéal pour présenter en quelques pages les valeurs et services de votre entreprise. Portez une attention particulière à la clarté des messages, à la cohérence visuelle et donnez de la place aux belles images. Utilisez une finition haut de gamme pour vos pages de couverture pour un effet qualitatif garanti.



LE DÉPLIANT, UTILE ET ÉCONOMIQUE

Vous proposez plusieurs services ou produits à vos clients ? Développez une communication dédiée sur les articles les plus importants grâce à une plaquette commerciale. Le format dépliant est idéal : simple à créer, il mettra en valeur les caractéristiques et atouts de votre offre.



PERSONNALISEZ VOS PUBLIPOSTAGES ET VOS PACKAGING PRODUITS !

Ciblez les bons clients et personnalisez vos messages sur un flyer promotionnel qui sera envoyé par courrier. N'oubliez pas que votre enveloppe est aussi un support à exploiter même si sa durée de vie est courte. Personnalisez-là aux couleurs de votre entreprise pour stimuler l'attention. Apposez une étiquette papier ou polypropylène pour parfaire votre message. Allez encore plus loin en personnalisant le packaging des produits que vous vendez, effet garanti !

- ⑭ Brochure 2 points métal
- ⑮ Dépliant 1 pli central
- ⑯ Flyer A5 + Enveloppe standard + Packaging standard



17

SOYEZ VISIBLES PAR TOUT LE MONDE ET EN TOUTES CIRCONSTANCES !

Jouez sur l'espace de vos sacs pour communiquer à 360°. Économisez votre budget d'impression en ajoutant une étiquette sur la première version de votre sac.



18

DIFFUSEZ VOS INFORMATIONS FACILEMENT

À l'aide d'affiches bien pensées et disposées stratégiquement, multipliez la visibilité de votre communication. L'affiche est idéale à exploiter dans des lieux de forte affluence comme les salons, événements professionnels ou l'accueil de vos points de vente.



19

SUPPORTERS N°1 DE VOS FLYERS

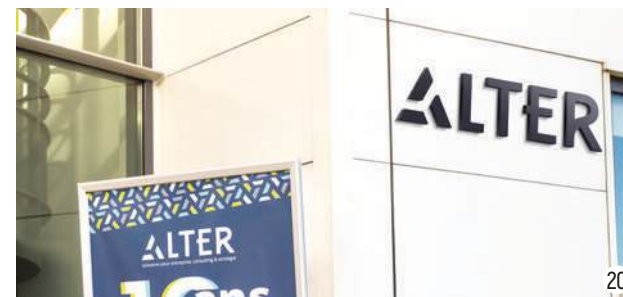
Les présentoirs donnent le ton de votre communication Sérieux ou divertissants, ils participent à l'ambiance de votre communication. Placés à l'accueil sur un comptoir bien en vue ou discrètement proposés sur une table, ils sont les garants d'une communication en libre-service pour affirmer votre image sans l'imposer.

17 Sac papier recyclable + étiquette couché permanent

18 Affiche 150g couché demi-mat 19 Flyer A5 + présentoir carton 20x21 cm

AUGMENTER SA VISIBILITÉ DANS SA ZONE DE CHALANDISE

La zone de chalandise de votre entreprise est aussi votre vitrine ! Il est donc important d'exploiter au mieux cet espace de communication afin d'augmenter la visibilité de votre entreprise et d'attirer plus de clients. Il conviendra de choisir judicieusement les supports à utiliser et ainsi privilégier ceux offrant une bonne lecture, même de loin ! Un message court et percutant est recommandé afin qu'il soit lu et compris en quelques secondes.



20

LA STAR DE LA SIGNALÉTIQUE

La gamme Lettre & Logo crée un lien visuel instantané avec le visiteur. Grâce à la diversité de ses textures, reflets et densités, le logo ou l'accroche de votre identité trouve ainsi une place de choix dans l'espace tout en s'intégrant à l'architecture et à la scénographie existante.



21

OUTILS DE COMMUNICATION EFFICACES

Les vinyles constituent une aide précieuse pour affirmer vos idées en gagnant de la place dans les espaces restreints, en utilisant vos vitrines, véhicules, murs... Grâce au format sur-mesure, oubliez les dimensions restrictives et allez au bout de vos idées.



22

GÉNÉREZ UN BUZZ ÉPHÉMÈRE

Recherchez l'efficacité en utilisant des emplacements de communication stratégiques pour attirer les prospects. L'affichage de rue permet de les toucher dans leur quotidien.

20 Lettre & Logo PVC 21 Vinyle adhésif véhicule

22 Affiche abribus 23 Flyer 10x21 cm



23

OPTEZ POUR LE STREET MARKETING

Un lancement d'activité, un nouveau produit, un événement à annoncer ? Le flyer, simple à concevoir, est l'outil qu'il vous faut ! Distribué au cœur de votre cible, sa force est sa proximité ! Utilisez une texture, un papier et des images percutantes pour plus d'efficacité.



ATTIREZ L'ATTENTION... EN GRAND

La bâche grand format extérieure s'accroche partout. Ce côté polyvalent lui permet de promouvoir une communication facilement et à moindre coût. Plusieurs missions peuvent lui être confiées : indiquer, informer, décorer...



IMPOSEZ VOTRE MESSAGE

Couplé au drapeau, le stop-trottoir est prévu pour protéger vos affiches des aléas de la météo. Grâce à ce produit malin, les entrées de vos points de vente ou locaux seront plus visibles que jamais !



SIGNEZ VOTRE ESPACE DE VENTE !

Marquez les esprits comme les espaces, vite montés et visibles de loin, les drapeaux permettent grâce à leur mouvements d'attirer le regard des prospects pour un maximum de visibilité sans craindre les intempéries.



INDIQUEZ LE CHEMIN À VOS CLIENTS !

Besoin de clarifier les directions pour se rendre dans votre point de vente ? La signalétique extérieure offre de belles possibilités pour palier à cela tout en jouant sur la forme et les couleurs.



- 24 EcoBâche 25 Drapeau aluminium
26 Stop trottoir 27 Forex® découpé à la forme

- A Vinyle adhésif blanc B Stop trottoir C Panneau Dibond® D Vinyle adhésif fluo
E Drapeau aluminium F Vinyle adhésif véhicule G Magnet véhicule

RÉUSSIR SON SALON PROFESSIONNEL

Participer à un salon professionnel nécessite un investissement financier important et il est primordial de mettre tous les atouts de son côté pour que ce soit un succès. Bien que l'emplacement de votre stand soit clé pour apporter du trafic, il doit aller de pair avec un stand original et accueillant. Il faut attirer les clients par vos supports de communication judicieusement disposés et les mettre à l'aise pour converser et échanger.



28

LE ROLL-UP, AIMANT VISUEL DE VOTRE ESPACE

Son rôle : se faire remarquer dans un premier temps et se démarquer dans un second. Le message doit être efficace et agréable à regarder. C'est le support qui va pousser le prospect à vouloir en savoir plus. Simple à transporter et à ranger, il demeure un allié indispensable.



29

CRÉEZ UN ESPACE DÉCONTRACTÉ

Apportez un esprit de détente tout en affirmant les couleurs de votre marque grâce à du mobilier personnalisé.



30

UNE TENUE 'PRO' POUR VOS ÉQUIPES

Définissez une identité commune pour les employés participant au salon grâce aux polos, t-shirts et chemises personnalisés à l'image de l'entreprise, ainsi facilement repérables. Munissez vos équipes de badges PVC nominatifs à sublimer avec un tour de cou à vos couleurs pour une présence qui en impose !

Pour parfaire une discussion avec un prospect ou un client, il est important qu'il puisse repartir avec de la documentation utile et personnalisée. Outre le fait que vous partagez ainsi des informations importantes, c'est surtout le moyen de garder un contact pour l'après salon.



31

BIEN EN VUE !

Affichez haut et fort vos couleurs au dessus des autres pour donner un repère aux lointains visiteurs. Une bache bien pensée attirera tous les regards !



32

DONNEZ DU CRÉDIT À VOS ÉVÈNEMENTS

Si vous organisez votre événement professionnel, il est nécessaire d'avoir des tickets d'entrée. Préférez des billets à coupon détachable sécurisé par un hologramme pour éviter toute fraude.



33

PENSEZ À REMERCIER VOS CLIENTS

Lors des événements et salons, offrez un sac dans lequel le client retrouvera des produits, un catalogue, les nouveautés de votre entreprise ... Il déambulera dans les allées et votre entreprise sera mise à l'honneur, tout en attirant la curiosité d'autres visiteurs.



34

IMMORTALISEZ VOS ÉVÈNEMENTS

Prenez des clichés de vos visiteurs devant un photocal. Ce sera le moment de partager les photos les plus sympas sur les réseaux sociaux et d'associer le réel au virtuel ! En prenant soin d'obtenir l'accord des visiteurs, droit à l'image et RGPD oblige !



A Roll-up **B** Stand parapluie courbe **C** Stand d'accueil **D** Tapis de sol personnalisé **E** Totem tubulaire
F Sac prestige **G** Dépliant 1 pli central **H** Porte brochure



RÉUSSIR MON SALON PROFESSIONNEL

NOMMER UN CHEF DE PROJET «SALON»

- Réservations : stand, hôtel, transport
- Sélection et formation de l'équipe
- Création des documents commerciaux
- Organisation des actions marketing
- Organisation de la logistique
- Invitation des clients

CHOISIR UN EMPLACEMENT STRATÉGIQUE

2

ATTIRER LE REGARD DES VISITEURS

- Soyez visible en diffusant un message clair et lisible de près comme de loin.
- Marquez les esprits en optant pour des animations interactives et ludiques : jeu concours, conférences ...
- Proposez un espace accueillant avec des personnes souriantes, des boissons, des collations et des assises confortables.

CAPTER LES LEADS DU SALON !

4

BIEN GÉRER LE PLANNING SUR PLACE

Anticipez les pics d'affluence, en réunissant votre équipe au complet lors des moments stratégiques de la journée. Effectuez des roulements pour les pauses repas et gravitez autour des autres stands pour analyser la concurrence.

FAIRE LA SYNTHÈSE DU SALON

6

⚠ Soyez réactifs, contactez vos visiteurs pour créer un véritable lien

RÉUSSIR SES OPÉRATIONS PROMOTIONNELLES

Les promotions, les réductions, les soldes sont des techniques régulièrement utilisées pour booster le chiffre d'affaires. Il est néanmoins nécessaire de leur donner un impact fort pour qu'elles ne se perdent pas dans la masse. Optez pour des supports hauts en couleur ou en hauteur ! Pensez au street marketing pour créer un lien direct avec vos prospects, vous cultiverez ainsi une image de proximité et d'originalité !



35

INVESTISSEZ LES RUES

Vous ne passerez jamais inaperçu(e) dans la rue, dans une foire ou au sein d'un salon professionnel avec le sac à dos X-banner. Celui-ci est aisément repérable et est un très bon outil pour engager une discussion avec un prospect ou visiteur !



37

COLLEZ ET DÉCOLLEZ VOS PROMOS !

Jouez avec des couleurs vives ou fluo et enjolivez vitrines ou cloisons de verre ! Vous pouvez également exposer vos slogans et punchlines sur les murs, au sol ou même sur des surfaces déformées, grâce à notre large choix de vinyles.



36

ANNONCEZ VOTRE PROMOTION !

Simple à concevoir le flyer permet de diffuser clairement son message. Pour augmenter l'efficacité de votre flyer, pensez à créer un effet d'urgence, via une offre limitée dans le temps. Distribuez-le avec enthousiasme, par courrier, à l'accueil de votre entreprise, dans la rue...



38

UTILISEZ VOS STICKERS DE MANIÈRE CRÉATIVE

Détournez l'utilisation d'un sticker pour en faire un outil promotionnel efficace. Jeu de piste ou de découverte, il peut être exploité dans une stratégie de street marketing.



39

L'APPÂT DU GAIN

Proposez un support de communication inhabituel et suscitez l'excitation à l'idée de découvrir ce qui se cache derrière une encre à gratter. Jeux concours, bon de réduction, cadeau, calendrier de l'avent, invitation dans un lieu secret, dévoilez un visuel... une multitude de possibilités pour un même produit.



40

OPTEZ POUR UN SUPPORT LUDIQUE

Vous avez conservé votre âme d'enfant ? Vous n'êtes pas les seuls ! Jeux-concours, foires, kermesses et autres tirages au sort. Faites appel à vos souvenirs en vous appuyant sur le contexte de l'environnement (naturel, culturel ou social), placez vos campagnes sous le thème du ludique et créez un lien familial avec vos clients.



41

ADOPTÉZ LES PROMOTIONS EN PLEIN AIR

La communication extérieure, visible de tout le monde, permet d'interagir avec ses clients et potentiels partenaires où qu'ils soient. Simple et efficace, elle permet de créer une notoriété de marque bénéfique pour votre croissance.



42

PRENEZ DE LA HAUTEUR

Le kakemono s'accroche facilement à toute structure. C'est un très bon support pour toucher un maximum de personne lors d'événements professionnels. Il peut également être utilisé dans un point de vente ou hall d'accueil. Une multitude d'utilisations pour un même support efficace et résistant.

FIDÉLISER SES CLIENTS

Nous savons tous qu'il est plus coûteux d'acquérir un nouveau client que de développer l'activité de clients existants. Il est donc fondamental de développer des programmes de fidélité afin de maximiser le chiffre d'affaires. C'est aussi l'occasion de s'appuyer sur un autre levier primordial : la recommandation des clients via un programme de parrainage. Pensez également à jalonner le parcours de vos clients d'attentions et de petits cadeaux, cela renforcera la relation.



TENEZ-VOUS À JOUR

À spirale, souple ou contrecollé, le calendrier fait figure de totem d'entreprise. Objet facile à diffuser, en cadeau de clientèle ou en offre de bienvenue, c'est le support fédérateur longue durée par excellence ! Personnalisez-le avec des conseils pour lui donner une dimension supplémentaire.



VOTRE CATALOGUE PRODUITS ET SERVICES

Proposez-le gratuitement à vos clients afin qu'ils puissent se l'approprier. Le catalogue papier est un très bon moyen d'augmenter la fréquence d'achat de vos clients car c'est un support qui dure dans le temps. Par publipostage, en le joignant aux commandes de vos clients ou accessible sur le point de vente, faites votre choix !



INSTAUREZ UN CLIMAT DE CONFIANCE AVEC VOS CLIENTS

Carte de fidélité ou carte de parrainage ? Dans le premier cas, vous apporterez aux clients des avantages spécifiques qui les récompenseront pour leur régularité d'achat. Une carte de fidélité PVC personnalisée procure un sentiment d'exclusivité indéniable. Le parrainage avec une carte 2 volets pré-découpée sur laquelle figure le n° du parrain est par exemple un très bon moyen pour amplifier les recommandations clients.



FÊTEZ LA FIN D'ANNÉE COMME IL SE DOIT

La carte de vœux personnalisée, une opportunité à ne pas manquer pour surprendre vos clients. Dans notre société tout numérique, l'impact du papier n'a jamais été aussi important que pour cet événement. La communication papier est plus personnelle et démontre plus d'effort qu'un simple mail, et donc plus de reconnaissance. Faites plaisir à vos clients avec des finitions qui les séduiront et renforceront également votre image.



DÉPLIEZ TOUTES VOS POSSIBILITÉS

Sous forme de mailing postal ou de papier, fournissez régulièrement des conseils pratiques, des informations sur les nouveautés et événements à venir. Montrez à vos clients que vous restez présents et à l'écoute en créant un climat de confiance propice à de futures transactions.



RÉCOMPENSEZ LES CLIENTS FIDÈLES

Le cadeau d'affaires est une pratique vieille comme le monde qui vise à marquer sa gratitude envers ses clients, employés, fournisseurs, partenaires... Personnalisé avec votre logo, il contribuera à renforcer votre relation avec vos clients.



FIDÉLISEZ PAR UN AVANTAGE EXCLUSIF

L'offre promotionnelle est une tactique de fidélisation performante lorsque le client en perçoit le caractère exceptionnel et exclusif. Communiquez-la par voie postale et personnalisez-la pour un meilleur impact.

43 Calendrier chevalet 44 Brochure 2 points métal

45 Présentoir carton + Carte PVC + Flyer 15x21 cm 46 Carte PVC 47 Carte 2 volets avec une pré-découpe

48 Carte découpe laser Fedrigoni argent 49 Dépliant A3 2 plis

50 Papier cadeau + Powerbank personnalisée 51 Flyer 14x14 cm + enveloppe standard



POUR ALLER PLUS LOIN

CE QU'IL FAUT FAIRE :

- Identifier les mots clés sur lesquels se positionner en fonction du volume de recherche et de la concurrence
- Définir les mots clés pour chaque page du site
- Utiliser les mots clés dans le contenu de chaque page avec une densité de 5%
- Inclure les mots clés dans l'URL, la balise titre, la balise H1 et H2, la balise meta description
- Ajouter des images avec une balise ALT incluant les mots clés de la page
- Intégrer des expressions de longue traine dans le contenu de vos pages
- Aérer le contenu : puces, saut de page
- Mettre en gras les mots clés
- Ajouter des liens internes vers d'autres pages du site
- Utiliser des balises canoniques
- Générer le sitemap du site web et le fichier robot.txt
- Intégrer le domaine sur la suite Google Console et Analytics

L'IMPORTANCE DU RÉFÉRENCIEMENT NATUREL OU SEO

Le SEO (Search Engine Optimization) est une méthode indispensable pour améliorer la visibilité de son site internet sur les moteurs de recherche comme Google ou Bing. Plus votre site s'affichera dans les premiers résultats de ces moteurs et plus vous aurez de visites sur votre site web. Pour cela, certaines règles simples sont à mettre en place.

CE QU'IL NE FAUT PAS FAIRE :

- Utiliser le même contenu sur plusieurs pages
- Utiliser le contenu d'un autre site web
- Avoir un contenu sans rapport avec les mots clés
- Oublier d'intégrer les mots clés dans les balises titre, H1 et description
- Ne pas corriger les URL erronés (erreur 404)
- Avoir un code HTML mal conçu comme des balises non fermées
- Utiliser un site en http au lieu de https
- N'avoir aucun site externe pointant vers votre site web

CONSEILS :

- Rédigez le plus naturellement possible dans un premier temps puis faites l'analyse SEO. Il n'y a pas de densité ou nombre de mots texte pré-requis/idéal. Ce sont uniquement des indications
- Placez votre mot clé dans les balises principales (balise titre et H1) et répétez-le quelques fois dans le texte de la page : environ 1 fois tous les 100 mots (astuce)
- Dans votre rédaction, le mot clé principal s'intégrera de manière naturelle au contenu. Faites-le ressortir visuellement avec une mise en exergue en gras et placez-le dans un de vos H2.



CE QU'IL FAUT RETENIR

Communiquer n'est pas forcément chose aisée. Dans le feu de l'action et dans un souci d'une rapide implémentation, l'entreprise a souvent tendance à brûler certaines étapes. Avant de se lancer dans un plan de communication, il est néanmoins judicieux de prendre un peu de recul et de se poser quatre questions clés :

Quel est l'objectif de communication : notoriété, engagement, achat ?

Quel est le message associé : valeurs de l'entreprise, expertise, bénéfices clients ?

Quelle cible est touchée : client ou prospect d'un secteur d'activité spécifique ?

Quels supports de communication : catalogue, flyer, réseaux sociaux, etc ?

Ce guide pédagogique ébauche des éléments de réponse en apportant des idées de supports de communication offline adaptés à 6 objectifs business :



