

WWW.



## Comment devenir plus visible sur Internet

**MARKETING** Vous n'êtes qu'à quelques clics de vos clients ? Encore faut-il qu'ils parviennent jusqu'à vous. À vous de baliser la route pour les conduire à la bonne adresse, en vous rappelant à eux au bon moment, au bon endroit et de manière adéquate.

PAR FANNY PERRIN D'ARLOZ

**A**voir un site vitrine ou voir son nom apparaître sur Google, c'était bien... avant. Avec l'ère du digital, cela ne suffit plus pour se démarquer d'une myriade de concurrents plus offensifs. Avoir une bonne visibilité sur Internet, c'est déjà être en mesure d'identifier où, quand et comment les clients effectuent

leurs recherches. Une analyse préalable qui vous permettra de définir une stratégie qui, sans être forcément chronophage ni hors de prix, peut faire la différence avec vos concurrents.

« Avant d'acheter un produit, de choisir un prestataire ou tout simplement de se déplacer, le premier réflexe des consommateurs est de consulter Internet. Disposer d'un site web utilisant la technologie "responsive design", dont l'affichage s'adapte automatiquement à la taille de l'écran des internautes

**« Disposer d'un site en responsive design est désormais devenu indispensable, quel que soit le secteur d'activité. »**

**Pascal Goupilleau, directeur général en charge de Solocal Habitat**

(ordinateur, mobile ou tablette), est devenu indispensable. Et ce, quels que soient le secteur d'activité et la taille de l'entreprise », affirme Pascal Goupilleau, directeur général en charge de Solocal Habitat. D'autant qu'il existe des outils pour faire soi-même son site et le rendre compatible aux différents formats de lecture. À condition, toutefois, d'y allouer du temps et de disposer d'un minimum de compétences techniques. « Malheureusement, les artisans ont souvent tendance à faire appel à un ami ou à un stagiaire qui, sur le long terme, risque de ne plus pouvoir effectuer les mises à jour du site », remarque Cyrille Cordelle, responsable commercial au sein de Fiducial Informatique.

### Réfléchir à son nom de domaine

Concernant votre nom de domaine, il vaut mieux privilégier l'extension ".fr" au ".com". La raison ? Une étude TNS Sofres d'octobre 2012 révèle que 86 % des internautes français lui font davantage confiance. Quant aux extensions récemment créées – près de 400 sur les 1 400 prévues ayant déjà été lancées au 30 septembre 2014 –, « elles sont pour le moment majoritairement anglaises, comme le "plumbing" (plombier en français), signale Davide Galastri, directeur com-

mercial chez Amen. En choisir une en anglais peut déstabiliser le client. Il vaut donc mieux attendre leur disponibilité en langue française, surtout si votre nom de domaine n'est pas explicite à la base. »

Par ailleurs, il convient d'avoir une stratégie réfléchie sur votre référencement dans Google. Première étape indispensable : disposer d'un site offrant une description complète de votre entreprise et de ses services. Mais cela ne suffira pas à s'assurer les convoitées premières places dans les résultats des moteurs de recherche. Ainsi, les campagnes de mots-clés, via Google Adwords, la régie publicitaire de Google, s'avèrent une réponse efficace pour être plus visible. L'inscription est gratuite et vous pouvez définir, à votre guise, le budget à y allouer. « Débuter avec 100 euros par mois est largement suffisant, indique Davide Galastri. Cela vous permet de tester les mots-clés les plus rentables au travers de l'outil statistique gratuit de Google (Google analytics) qui communique les taux de clics et de conversion de chacun. » Votre budget n'est décompté que lorsqu'un internaute clique sur votre annonce pour se rendre sur votre site web, ou pour vous appeler directement selon les options choisies. « Activer les deux options, paiement par clic et par appel, est un >>>



»» moyen de capter ceux qui font leurs recherches sur ordinateur et ceux qui pianotent depuis leur smartphone, alors qu'ils sont par exemple bloqués devant une porte d'entrée dont la serrure est cassée », soutient Davide Galastri. Si ce monde vous est totalement inconnu, la meilleure solution consiste à s'adresser à un prestataire spécialisé.

Toujours au niveau de Google, n'hésitez pas à miser sur son service de géolocalisation, Google Maps. C'est un outil très important, prisé par les prospects. Concrètement, il vous permet d'apparaître dans les premiers résultats dès lors que vous vous situez géographiquement proches de l'internaute. Pour ce faire, il suffit d'ouvrir gratuitement un compte sur Google My Business en détaillant votre activité. « Une fois cette étape terminée, vous recevez sous six semaines un courrier pour valider votre inscription », précise Isabelle Gabreau, consultante en stratégie de communication chez Com'Relais.

### Multiplier les entrées sur la Toile

Si les moteurs de recherche sont très importants, ils ne sont pas le seul levier à activer pour être visible sur Internet. Pensez également à vous inscrire sur les annuaires généralistes (PagesJaunes.fr, ComprendreChoisir.com,

el-annuaire.com, noogle.fr, annuaire.indexweb.info...) et spécialisés par région ou par secteur (Meilleurartisan.com, jobartisans.com, quali-artisans.fr). D'autant que leur coût est modique, voire nul. Sur ces plateformes, soyez exhaustif lorsque

**« Pour être visible sur les annuaires, privilégiez les expressions que les clients sont susceptibles de rechercher. »**

**Isabelle Gabreau, consultante en stratégie de communication chez Com'Relais**

## Il réalise la moitié de son chiffre d'affaires grâce à une place de marché

En mai, André Attal, serrurier et plombier en Île-de-France, s'inscrit sur Mesdepanneurs.fr, une plateforme de commande en ligne d'interventions de dépannage urgent. La raison ? « C'est un excellent moyen de me constituer une clientèle en profitant de la visibilité et de la notoriété de cette place de marché spécialisée. Ses fondateurs ont, en effet, investi massivement dans la publicité et ont conclu un partenariat avec Leroy Merlin et Castorama », explique l'artisan. Depuis, il reçoit en moyenne cinq demandes d'intervention par semaine, directement sur son smartphone grâce à une application dédiée. Une stratégie gagnante. De fait, entre 40 et 50 % de son chiffre d'affaires mensuel provient désormais de ce canal. « La plateforme Mesdepanneurs.fr prend une commission de 20 % sur le total de mes factures. Un montant qui ne m'oblige pas à faire grimper mes prix pour être rentable. À la fin du mois, je reçois un virement correspondant aux interventions réalisées, déduction faite du commissionnement », détaille André Attal. Cet indépendant l'avoue volontiers : ce service d'intermédiation rend également son travail plus confortable. « Non seulement j'ai pu réduire le nombre d'entreprises de dépannage avec lesquelles je collaborais et qui me sous-traitaient des chantiers, mais je choisis désormais librement mes horaires de travail », souligne-t-il. L'art de faire d'une pierre deux coups.



### Repères

<b>Raison sociale</b> André Attal	<b>Année de création</b> 2013
<b>Activité</b> BTP et construction	<b>Dirigeant</b> André Attal, 34 ans
<b>Ville</b> Saint-Brice-sous-Forêt (Val-d'Oise)	<b>Effectif</b> : 1 personne <b>CA 2013</b> : NC

**« Je reçois, en moyenne, cinq demandes d'intervention par semaine. »**

**André Attal, serrurier et plombier à Saint-Brice-sous-Forêt**

vous décrivez votre activité, en listant vos compétences et spécialisations, notamment si vous êtes détenteur d'une licence sur un produit spécifique. « Mettez en avant un argument marketing, tel que "Devis gratuit" ou "Intervention 7 jours/7", pour faire la différence. Et privilégiez les expressions que sont susceptibles de rechercher les clients : remplacement de radiateur, changement de ballon d'eau chaude, raccord numérique, etc. », précise Isabelle Gabreau. En outre, nouer des partenariats avec des artisans locaux est aussi une solution intéressante pour booster sa visibilité sur la Toile : « Il s'agit de présenter sur l'une de vos pages web vos partenaires, avec un lien cliquable redirigeant vers leur site internet », ajoute la consultante. Sachez aussi qu'il

existe des moyens pour vous dédouaner de ces actions si vous manquez de temps. « Des artisans misent sur des courtiers en travaux indépendants ou en franchise, comme Illico travaux. C'est un métier relativement nouveau qui consiste à confier à un tiers sa visibilité sur le Web et, ainsi, de profiter de sa notoriété pour décrocher des nouveaux chantiers », donne en exemple Cyrille Cordelle. Pensez enfin à vérifier les informations disponibles sur votre société dispatchées ici et là sur la Toile. « Restez vigilant sur les avis qui sont déposés en ligne, souligne Pascal Goupilleau. Il n'y a rien de pire que de laisser des avis négatifs sans réagir. Il est crucial de répondre vite et bien ! » Ne négligez donc pas votre e-réputation. ■

