

# L'inbound marketing : une stratégie e-commerce gagnante pour doper ses ventes

Comment se faire connaître et se démarquer dans un univers ultra-concurrentiel ? D'après la Fevad, il y a plus de 157 300 e-commerces actifs en France et leur nombre est en constante progression.

Alors que **70 % des clics dans les moteurs de recherche se font uniquement sur les 3 premières positions**, il n'est plus envisageable de se positionner uniquement par rapport à Google (Adwords, référencement naturel). Cette stratégie est beaucoup trop risquée !

Désormais, il est beaucoup plus intéressant de se focaliser sur des stratégies plus élaborées et plus horizontales, afin de diversifier les méthodes d'acquisition de trafic et de clients.

La plus efficace d'entre elles reste l'inbound marketing : il s'agit de faire venir le client à soi plutôt que d'aller le chercher.

*"Si vous voulez me convaincre, vous devez penser avec mes pensées, ressentir mes émotions et parler avec mes mots" (Cicéron)*

Daniel Ibarrart, le fondateur de [ID AGIR Webprospection](#), vous explique comment fonctionne cette stratégie, que son agence applique aussi bien à ses clients... qu'à elle-même !



## Attirer

Pour vendre, il faut commencer par attirer les clients potentiels en étant visible et en diversifiant les canaux d'approche.

Plusieurs outils peuvent être utilisés dans ce but : les infographies, les livres ou les eBooks, un blog, les guides pratiques, le référencement, les médias sociaux....

Le conseil d'ID AGIR Webprospection : *"Ne commettez pas l'erreur de communiquer via de multiples supports sans avoir au préalable défini une véritable stratégie éditoriale ! Le webmarketing est avant tout du marketing : il faut être cohérent."*

## Séduire

Il s'agit d'éveiller la curiosité des internautes en brisant la monotonie d'une communication linéaire.

Il faut également rester en éveil et profiter de la puissance des réseaux sociaux pour réussir à [surfer sur les buzz](#) aux bons moments.

Vous pouvez par exemple utiliser les réseaux sociaux, un chat, l'advergame (jeu vidéo publicitaire), proposer une formation ou des bons plans...

Le conseil d'ID AGIR Webprospection : *"Il faut créer de l'imprévu, de l'inattendu. Mais il ne faut pas le faire n'importe comment ! L'humour est par exemple très efficace, mais il faut qu'il soit parfaitement compris par votre cible. Sinon, vous risquez un bad buzz...."*

## Convertir

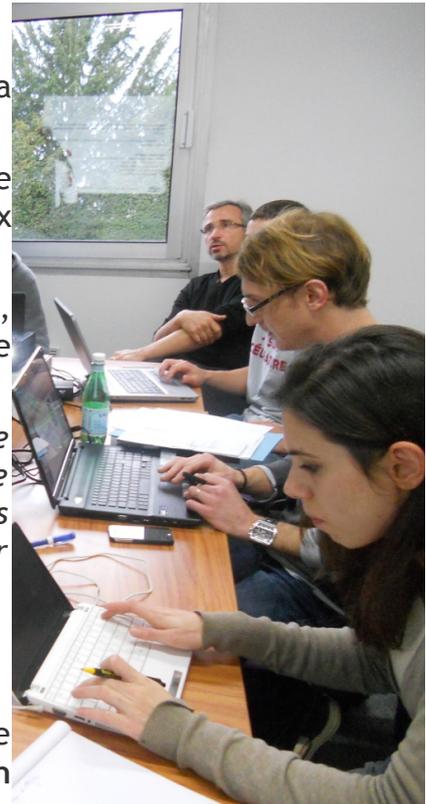
A ce stade, vous devez avoir mis en place une stratégie pour transformer les visiteurs de votre e-commerce en prospects et en clients.

Cela passe par du community management, la mise en place de landing pages, l'envoi de newsletters, l'insertion de call to action...

Le conseil d'ID AGIR Webprospection : *"La conversion doit être travaillée de A à Z. Or beaucoup d'e-commerçants se contentent de prospecter sans avoir réfléchi aux actions à mettre en place pour finaliser les ventes... Résultats : ils perdent de nombreux clients (fort taux de rebond ou d'abandon de panier). C'est pour cela que nous proposons par exemple sous notre marque Shop-Anim, un CMS e-commerce qui intègre nativement un site web, une caisse de magasin et des outils de communication."*

## Permettre (= fidéliser)

Inutile d'envoyer des messages à ceux qui ne le souhaitent pas. La règle d'or est donc de fidéliser et de susciter l'envie de construire une relation durable avec votre boutique en ligne via une stratégie e-CRM, des conférences en ligne, des événements privés, des petits-déjeuners débats, les médias sociaux....



Le conseil d'ID AGIR Webprospection : *"Les e-commerçants sous-estiment le rôle des réseaux sociaux dans leur stratégie de fidélisation. Alors qu'il est assez facile de mettre en place une animation de type "Le conseil du jour" qui apporte une plus-value et donne envie de vous suivre. Tous nos conseils dans notre nouvel e-book : [Se lancer sur les réseaux sociaux](#)."*

### **Conclure (= maîtriser la relation client et l'automatiser)**

La Relation client, c'est tout le temps ! Il faut donc automatiser certaines tâches comme l'envoi d'e-mailing récurrents, relancer suite à un téléchargement ou la visite d'une page de votre site. Cela passe aussi par des relations presse pour faire parler de votre e-commerce.

Le conseil d'ID AGIR Webprospection : *"Formez-vous au webmarketing ! Il ne faut surtout pas improviser... Notre formation en e-mailing par exemple vous permet aussi d'apprendre à animer votre boutique en ligne et à fidéliser votre clientèle. Car il ne faut surtout pas que vos messages soient considérés comme du spam..."*

### **Suivre (= entretenir des relations constantes et régulières)**

Il faut créer une relation régulière avec vos clients, même en dehors de la relation de vente au sens strict. Vous devez mettre en place une stratégie de viralité en les valorisant, en leur offrant des avantages... Ils deviendront vos meilleurs ambassadeurs.

Le conseil d'ID AGIR Webprospection : *"Notre mission est de rendre les sites plus rentables. Par expérience et par conviction, nous savons que développer une stratégie d'inbound marketing est ce qu'il y a de plus efficace lorsque le site e-commerce est bien conçu (design, référencement...). Mais il ne faut occulter aucune étape, chacune a son importance".*

### **A propos d'ID AGIR Webprospection**



ID AGIR Webprospection a été créée en 2007 par Daniel Ibarrart, un passionné du web qui était indépendant dans le conseil aux techniques commerciales auprès des TPE. Son équipe d'experts du web accompagne les e-commerçants à chaque étape de leurs projets : formation, conseils e-commerce, création de site e-commerce, gestion de site e-commerce, optimisation, référencement et e-communication.

*« Les aspects d'efficacité commerciale sont indissociables des aspects techniques du web. »*

Daniel sait de quoi il parle : ce sont les premières missions "aux résultats" qui l'ont conduit à s'intéresser au web afin de doper le CA des clients de son agence. Au fil des années, c'est devenu une véritable méthodologie appelée Webprospection.

ID AGIR Webprospection est aussi une agence qui fait mentir les statistiques sur les travailleurs du Web : si cet univers est souvent qualifié de "macho", l'agence compte quant à elle 75 % de collaboratrices !

## Contact Presse

ID AGIR Webprospection

Aurelia Dostert

E-mail : [contact@idagir.fr](mailto:contact@idagir.fr)

Tel : 09 53 07 27 85

Site web : [www.webprospection.com](http://www.webprospection.com)

Twitter : [@idagir](https://twitter.com/idagir)

Facebook : [www.facebook.com/agence.ecommerce.yvelines](https://www.facebook.com/agence.ecommerce.yvelines)

