

DÉTAIL AUDIT MARKETING ET RECOMMANDATIONS POUR OFFRE LOGICIELLE

1. Positionnement marketing

- A. Valeurs de l'offre
- B. Cibles
- C. Principaux concurrents
- D. Différenciateurs
- E. Rôle du marketing

Recommandations sur le positionnement marketing de votre offre et sur les objectifs du marketing opérationnel

2. Site Internet

A. SEO, structure technique

- Balise titre
- Meta Description
- Balises de titre HTML
- Titres et Attributs ALT des images
- Liens cassés
- Redirection WWW
- Présence des fichiers Robots.txt et Sitemap XML
- Les URLs
- Facteurs bloquants

B. Positionnement des expressions clés

- Cohérence des expressions clés choisies
- Implémentation des expressions clés sur le site

C. Ergonomie du site

- Ergonomie technique
- Ergonomie du contenu
- Ergonomie du marketing
- Design ergonomique

D. Contenu du site

- Analyse du contenu
- Organisation du contenu



- Promotion du contenu
 - E. Netlinking du site
- Analyse des domaines référents

Recommandations sur le contenu du site Internet, son organisation et son positionnement naturel sur le web

3. Présence sur les médias sociaux

- A. Analyse de vos comptes sur les médias sociaux en fonction de votre secteur d'activité (LinkedIn, Viadeo, Twitter, Facebook, YouTube, etc)
- B. Veille éditoriale
- C. Contenu multimédias (vidéos, infographies, etc)
- D. Outils de planification et de promotion sur les médias sociaux

Recommandations sur l'utilisation des médias sociaux et sur l'organisation de la veille

4. Positionnement web payant

- A. Positionnement payant sur Google AdWords
- Audit du compte Adwords : paramètres, campagnes, groupes d'annonces, mots clés et annonces
 - B. Positionnement payant sur les réseaux professionnels comme LinkedIn et Viadeo
- Analyse de la présence de votre cible sur LinkedIn ou Viadeo.
- Audit de vos campagnes publicitaires
- Audit de segmentation

Recommandations sur la mise en œuvre ou non d'un positionnement payant sur le web, sur les plateformes à utiliser et l'optimisation des campagnes

5. Campagnes emailing et leur délivrabilité

- A. Objectifs des campagnes emailing
- B. Organisation et segmentation de base de données d'adresses email



C. Contenu des emailings

D. Audit de délivrabilité, Configuration technique

Recommandations sur les campagnes email, notamment, sur les objectifs, le contenu, les outils à utiliser

6. Organisation / participation à des événements

A. Evènements organisés

B. Objectifs

C. Promotion des évènements

D. Participation

E. Traitement des opportunités

Recommandations sur les évènements à organiser, leurs objectifs et les outils à utiliser

7. Analyse et contrôle des actions marketing

A. KPI

B. Utilisation et paramétrage Google Analytics

C. Suivi des conversions

Recommandations sur les KPI à contrôler et sur l'organisation du suivi

NOUS CONTACTER :

R2B - Route To Business
574 chemin de Wette Fays
69300 Caluire et Cuire
Tél : 04 78 72 52 64

Alesya YUNUSOVA
alesyayunusova@route2business.fr

