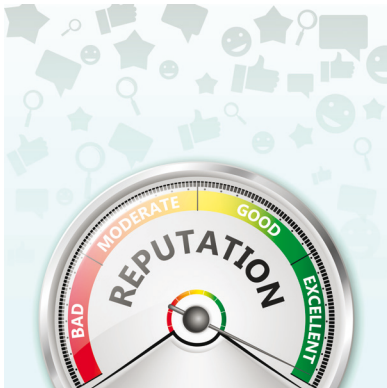




1 > Soigner son e-réputation

Chaque contenu, chaque action sur les réseaux sociaux engage l'e-réputation de l'entreprise.

Il est donc primordial d'être vigilant sur les contenus publiés, sur la régularité des publications (pas trop souvent mais suffisamment), sur le ton employé, et sur le rédactionnel (les fautes d'orthographe ou de langage sont interdites !).



2 > Attirer l'audience grâce au bon contenu !

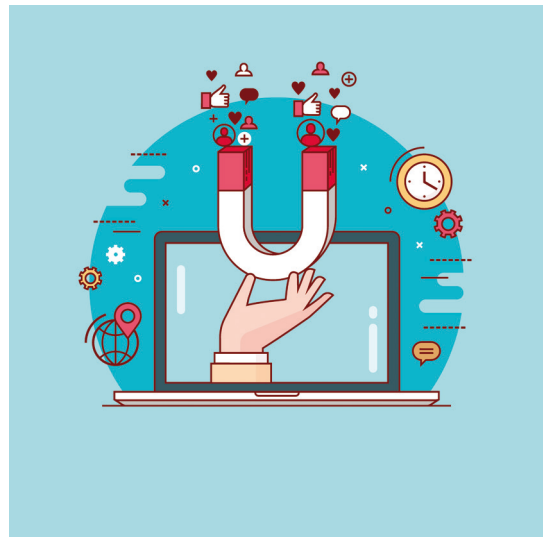
Le marketing de contenu est une stratégie qui consiste à créer et diffuser des contenus afin d'acquérir de nouveaux clients. Ces contenus doivent être informatifs, ludiques et utiles. Il peut s'agir d'actualités, de vidéos, de livres blancs, d'e-book, d'infographies, de photos...

Il est essentiel de bien connaître son audience afin de proposer des contenus ciblés en fonction de leurs problématiques ou leurs centres d'intérêt.

Il s'agira alors d'identifier ce qu'ils regardent, choisir le bon endroit pour publier, utiliser un langage naturel pour initier l'interaction.

Un bon contenu doit :

- Apporter de la valeur
- Répondre aux questions de l'audience
- Faire en sorte de les fidéliser
- Capter l'attention...



3 > Des outils au service d'un bon contenu

Rédiger ou poster un contenu n'est pas chose aisée pour plusieurs raisons : tout d'abord il faut savoir quel contenu poster ? Quand ? Avec quelle fréquence ?

Il est possible de se faire aider par différents outils :

- **Il existe des outils de génération** de mots-clés (ex. : Google Suggest), qui permettent d'établir une stratégie pertinente de contenu. Ils permettent d'identifier les mots clés les plus utilisés sur un moteur de recherche correspondant à une demande réelle. Ce qui permet de proposer un contenu adapté.
- **Il existe aussi des outils de planification de contenu** : qui permettent de préparer des contenus en avance afin de les poster avec une régularité prédéfinie.