

EUROPAGES

SOLUTIONS MARKETING BtoB



Créez une landing page ou page d'atterrissage à votre image

Les acheteurs BtoB passent un temps considérable sur internet, particulièrement au début du cycle d'achat, quand ils commencent à rechercher des options pour satisfaire un besoin ou trouver une solution à un problème.

C'est la phase amont de leur recherche, celle pendant laquelle ils affinent leurs spécifications, leurs cahiers des charges, leurs exigences et cette phase précède de loin le contact avec un fournisseur potentiel. Cela signifie que l'acheteur élabore sa short-list sans même entrer en contact avec vous, en se fondant sur les informations qu'il collecte sur internet. Pour attirer ces clients potentiels vers votre entreprise et vos solutions, vous devez tout d'abord retenir leur attention.

Considérez votre E*Page, au même titre que votre site internet, comme un commercial que vos prospects rencontreront en ligne et mettez-vous à leur place : réfléchissez aux informations les plus importantes dont les acheteurs potentiels, vos visiteurs, ont besoin pour prendre une décision d'achat et assurez-vous que ces informations leur sont accessibles.

En premier lieu, la description de votre entreprise. C'est là que vous pouvez vraiment décrire à vos prospects la façon dont vous pouvez satisfaire leurs besoins. Utilisez une sélection de mots-clés pertinents dans votre description et écrivez pour l'utilisateur. Privilégiez un texte qui

décrit précisément votre activité plutôt que des messages classiques de « Bienvenue » ou des textes par trop institutionnels ou génériques sur la qualité, la relation client...

En effet, votre E*Page est une page qui sera indexée par Google et les autres moteurs de recherche. La qualité et la précision de son contenu est déterminante. Son objectif est de vous faire trouver au début du cycle d'achat, lorsque l'acheteur explore les solutions disponibles. En plus d'être trouvé, vous avez, via votre E*Page, l'opportunité d'engager une interaction avec l'acheteur afin de le convaincre de short-lister vos solutions.

Les conseillers EUROPAGES vous assisteront dans cette démarche de conception et vos contenus seront traduits en 15 langues pour que vos prospects prennent connaissance de vos solutions dans leur langue maternelle.

Cette stratégie, nommée « inbound marketing » (« marketing entrant »), consiste à faire venir le client vers soi plutôt que d'aller le chercher avec les techniques de marketing traditionnelles. Ainsi, il faut attirer l'attention des prospects en produisant du contenu de qualité sur son site pour qu'il soit fortement identifiable et indexé par les moteurs de recherche et partagé sur les réseaux sociaux. L'objectif est de gagner l'attention du prospect.

(Source : Wikipedia)

E*PAGE VOTRE PROFIL D'ENTREPRISE

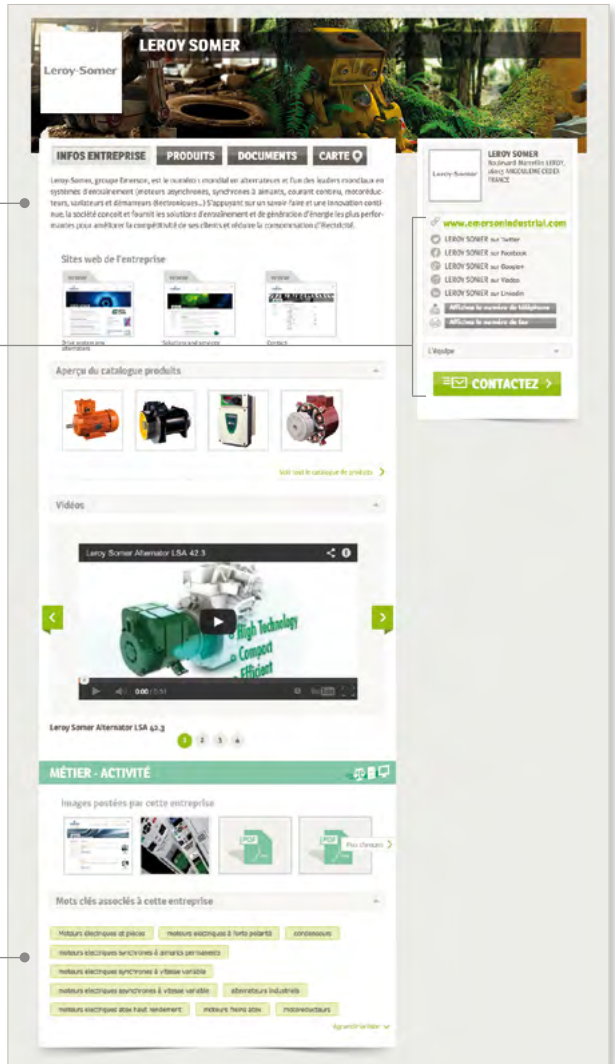


Début du cycle d'achat



Description de l'activité :

Contenu indexé & traduit en 15 langues



Interagir avec l'acheteur

Mots-clés / tags :

Contenu indexé & traduit en 15 langues

EUROPAGES

www.europages.com



127 avenue Charles de Gaulle
92200 Neuilly-sur-Seine - FRANCE



Tél : +33 (0)1 41 16 49 00



info@europages.com