**QUESTIONNAIRE WEBMARKETING 2023**

**Ce questionnaire constitue une étape préalable indispensable pour comprendre les enjeux de votre stratégie d’entreprise et installer une visibilité pérenne sur les moteurs de recherche.**

**Avant de commencer, deux chiffres clés :**

* **En 2021, 80 000 requêtes sont faites chaque seconde sur Google dans le monde, soit 6,9 milliards par jour.**
* **En 2020, 93% de l’expérience digitale commence par un moteur de recherche.**

*Nom de l’entreprise :*

*Adresse postale :*

*Responsable projet site internet (nom / tél / email) :*

*Rédacteur web (nom / tél / email) :*

Site (si existant) : www.

1. **Nom de domaine envisagé ?**

**LES OBJECTIFS DE VOTRE SITE**

1. **Quel est l’objectif de votre site internet ? Vendre, informer, conseiller ?**
2. **Quelle est l’intention de votre visiteur (s’informer, acheter, prendre contact) ? Une commande, une demande de devis, une** **prise de contact ?**
3. **Quelle est l’activité principale de votre entreprise, son métier ? Votre activité est-elle soumise à une saisonnalité spécifique ?**
4. **Commercialisez-vous vos produits ou services sur une zone géographique précise ?**
5. **Certaines zones géographiques sont-elles plus pertinentes pour certains produits ?**

**LES PERSONAS DE VOTRE BUSINESS**

1. **Quelle(s) est (sont) votre (vos) cible(s), qui sont vos prospects, vos clients ? Quel est pour chacun leur profil (csp, âge, métier, revenus …) ?**
2. **Quels types de comportements fréquents avez-vous observé chez vos prospects / clients (en rapport avec vos produits et services) ?**
3. **Quelles sont les raisons principales qui les convainquent de faire appel à votre société ?**
4. **Quelles sont les raisons principales qui les dissuadent de faire appel à votre société ?**

**VOS OFFRES VERSUS LA CONCURRENCE**

1. **Quels sont les produits et les services proposés sur votre site internet ?**

**Énumérez les catégories (familles) de produits et services visés**

1. **Citez 3 à 5 concurrents directs sur le web (adresses de site) ?**
2. **Quelle est votre valeur ajoutée par rapport à vos concurrents ? Vos atouts ? Qu’est-ce que qui vous différencie d’eux ?**

**LE CONTENU ET L’ORGANISATION DE VOTRE SITE INTERNET**

1. **Avez-vous déjà une idée d’arborescence pour votre site ? Organisation des catégories de pages ?**
2. **Quels sont les aspects visuels ou organisationnels qui vous séduisent sur les sites de vos concurrents ? *(Il ne s’agit pas de reproduire ce qui est formellement interdit mais de comprendre les éléments que votre entreprise peut se réapproprier).***
3. **Quelles sont les actions que l’internaute pourra effectuer sur le site ? Une commande, un formulaire à remplir, un appel téléphonique, un tchat, une hotline, un téléchargement …**

**LES CHAMPS SÉMANTIQUES / LE CONTENU DE VOTRE SITE INTERNET**

1. **Quelles sont les thèmes et expressions clés (de 2 mots minimum) sur lesquelles vous souhaitez être** **visible (objectif 3 premières pages de Google) ?**
* Listez les thèmes principaux pour lesquels vous souhaitez être visible dans le top 30 de Google et donc développer du contenu de texte sur votre site :

Par exemple : Expertise métier (communication de crise, formations en langues…), loisirs, hébergement, territoires (lieu), patrimoine, séjour …

* Si vous êtes un professionnel du secteur touristique, quels sont les lieux ou activités incontournables pour votre territoire ?
* Listez vos expressions clés vitales (5 maximum)
Ce sont toutes les expressions qui caractérisent précisément votre territoire, ou entreprise ou organisation et son activité. Par exemple, “agence”, “association”, “OT”...
* Listez vos expressions clés importantes (15 maximum)

 Ce sont les mots qui, associés aux expressions vitales, forment une expression forte. On trouvera ici vos familles de produits et de services. Par exemple, “formation”, “marketing digital” pour former “organisme de formation”, “agence de marketing digital”, “Tourisme Provence Verte”

1. **Allez-vous rédiger les textes de votre nouveau site internet** ? **Nous travaillons sur la base d’un texte fourni par vos soins.En cas de rédaction totale, un poste de budget à part est déterminé en fonction du nombre de pages et de la longueur des textes.**
2. **Avez-vous besoin d’une formation initiale à la rédaction SEO d’un texte ? (1/2 journée à 1 journée selon profil)**
3. **S’il s’agit d’un site catalogue, avez-vous l’autorisation de récupérer les fichiers images des produits et leurs descriptions ?**
4. **Si vous possédez déjà un site … :**

Avez-vous installé un outil de statistiques (type Analytics) qui permet de suivre l’audience, et si oui lequel ? Quel est le niveau de visites mensuel atteint ?

**VOTRE VISIBILITE DIGITALE**

1. **En dehors de votre site, quelle est votre présence actuelle sur le web ?**

**A quelle** **adresse peuvent être consultés les comptes ?**

GoogleBusinessProfile / Maps

* Merci de me donner un accès sur l’adresse fv.web13@gmail.com

Réseaux sociaux (Facebook, Twitter, linkedin)

1. **Quels sont les leviers de webmarketing que vous avez utilisés pour promouvoir** **votre site ?**

Référencement naturel – Liens sponsorisés (Google Ads) – Pages Jaunes en ligne - Affichage publicitaire (bannières en ligne) – Affiliation – Développement de liens (annuaires, communiqués de presse, blogs, forums…)

1. **Quel est l’outil statistiques utilisé pour mesurer l’audience de votre site ?**
* Merci de me donner un accès sur l’adresse fv.web13@gmail.com
1. **Quel est l’outil statistiques utilisé pour mesurer l’audience de votre site ?**
2. **Avez-vous ouvert un compte sur la Search Console de Google ?**
* Merci de me donner un accès sur l’adresse fv.web13@gmail.com
1. **En interne, qui est responsable du suivi du projet de site internet ?**
2. **La pérennité de la visibilité de votre site nécessite un développement régulier de contenu additionnel, possédez-vous les compétences en interne pour créer ce contenu régulier ?**
3. **Merci de nous fournir sous format numérique (si possible) les documents qui** **présentent votre entreprise, vos produits, vos services, vos manifestations** **commerciales… Cette littérature permet une meilleure approche sémantique de vos contenus futurs et du positionnement dans les moteurs de recherche.**

**LE REFERENCEMENT PAYANT GOOGLE ADS**

1. **Si vous faites déjà du référencement payant sur Google ADS, quel est votre budget mensuel de référencement payant actuel (budget de clics) ?**
2. **Quels sont les formats de campagnes utilisés : campagne de recherche, campagnes de contenu, campagnes vidéos … ?**
3. **Quel est le calendrier de publication actuel ou souhaité (jours/semaine) ?**
4. **Quelle est la ou les zones visées ?**
5. **Quels sont les produits ou services propulsés dans les campagnes publicitaires ?**
6. **Quels sont les objectifs visés (leads, appels téléphoniques, ventes …)**
7. **Si vous aviez un prestataire Google Ads, quel type de rapport de performance receviez-vous et à quelle fréquence ?**
* Merci de me donner un accès à votre compte publicitaire sur l’adresse fv.web13@gmail.com

**Merci de votre participation ☺**

<https://www.linkedin.com/in/florence-viala-6978537>