

W comme ... Web

Le web est un réseau mondial qui permet de mettre en relation tous ceux qui le désirent avec non seulement les autres personnes présentes mais aussi avec de plus en plus d'objets dits « connectés ».

Il s'agit donc d'une opportunité extraordinaire pour une entreprise de montrer qu'elle existe et d'exposer ses savoir-faire.

Mais la concurrence étant très forte puisque par nature tout le monde peut être connecté, il faut être en mesure de se rendre visible.

C'est donc la raison pour laquelle toute entreprise qui souhaite être présente sur le web ne doit pas le faire au hasard et intégrer cette démarche dans sa stratégie.

Le Web pour l'entreprise qu'est ce que c'est ?

Concrètement, pour une entreprise le web est à la fois un moyen de se montrer, un moyen de communiquer avec ses clients ou ses prospects, un moyen de voir ce que fait la concurrence, mais également un moyen de rester en relation avec ses salariés quelque soit l'endroit où il se trouvent, et un moyen de faire participer ses clients au développement de ses produits.

Le web permet donc un nombre de choses presque sans limite. Mais il est clair qu'une PME ne peut pas tout faire et doit donc choisir un ou deux axes principaux de développement.

Cas pratique

Le cas le plus fréquent est de montrer au monde, et donc à ses clients potentiels, qu'on existe. Pour cela, le plus simple consiste à disposer d'une page d'accueil sur le web qui présente son activité et qui permette une interaction de base avec ses lecteurs en y ajoutant une page permettant à ceux-ci de contacter l'entreprise.

Le plus important est alors d'utiliser la technologie la plus universelle pour être certain que la page sera vue par la majorité des personnes visées et d'offrir un contenu fréquemment renouvelé pour que les visiteurs aient envie de revenir fréquemment.

ABECEDAIRE PRATIQUE DE L'ENTREPRENEUR

Le dernier point important est de créer un lien fort avec ses clients. Par exemple, lorsqu'une demande vous arrive via votre formulaire de contact, il faut répondre quasiment instantanément et de manière pertinente.

L'autre façon de procéder, et qui peut venir en complément de la première, est de développer sa présence sur le web via les réseaux sociaux ou les blogs et articles. Le but en procédant ainsi est, à terme, d'acquérir l'image d'un expert dans son domaine.

En effet, commenter ce qui se dit ou s'écrit sur le web dans son domaine de compétence, permet de montrer à tout le monde qu'on connaît son sujet et qu'on est donc le plus à même d'apporter des solutions aux problèmes des gens.

Là encore, il faut être présent régulièrement et fournir des réponses ou des informations très pertinentes sous peine de tomber sur un véritable expert qui aura vite fait de vous décrédibiliser ...

Dans les deux cas, il faut bien prendre conscience du fait que tout ceci prend du temps et ne fournit pas de résultat immédiat. Ce qui compte c'est bien d'être présent sur la durée. D'ailleurs, c'est cette longue présence sur le web qui est souvent une garantie de qualité.

Alors, comment bien gérer sa présence sur le Web ?

Pour bien gérer sa présence sur le web il faut commencer par savoir à qui on veut s'adresser. En effet, selon la cible choisie, les moyens d'expression changeront.

Ensuite, il est très important d'apporter un contenu riche, original et régulier. Non seulement cela permettra d'acquérir une position d'expert dans son domaine mais en plus cela créera un lien fort avec sa communauté en l'habituant à venir voir ce qu'il y a de neuf très régulièrement.

Enfin, il faut savoir être patient : tout cela ne se fait pas en un jour et il faut être capable de tenir le rythme pendant plusieurs mois pour commencer à voir les résultats apparaître. D'ailleurs, cette persévérance peut être un véritable critère différenciant par rapport aux concurrents qui traitent cette présence sur le web à la légère.