

38

# CONSEILS POUR BOOSTER LA FRÉQUENTATION DE VOTRE BLOG



Avec les exemples décryptés d'acteurs majeurs





# SOMMAIRE

<b>Introduction</b>	<b>1</b>
<b>Avant de démarrer</b>	<b>2</b>
<b>A- EST-CE QU'ON TROUVE MON BLOG ? (le référencement naturel)</b>	<b>3</b>
1/ Optimisation technique de votre SEO	3
2/ SEO : Focus éditorial clair	4
3/ Des backlinks explicites	6
4/ Référencement croisé entre articles	8
5/ Améliorer le référencement d'articles déjà bien positionnés	9
<b>B - EST-CE QU'ON LE LIT, VOTRE BLOG ? (le contenu)</b>	<b>9</b>
6/ Des infographies	9
> Groupama Rhône Alpes et les cartes d'identité des départements	10
> La Fondation MAIF avec un baromètre de l'usage du smartphone au volant	11
> La MACIF sur les systèmes de chauffages écologiques	12
7/ Des prises de parole vidéo du PDG	13
8/ Des interviews d'influenceurs	14
9/ Du contenu différemment : via les simulateurs	16
10/ Syndication payante d'articles	18
11/ Enquêtes, sondages	19
12/ Un contenu hyper long, une bible	21
alternative - peu de contenu mais rare, différenciant et à haute valeur ajoutée	22
13/ Du contenu différemment : pourquoi pas un serious game ?	23
<b>C - EST-CE QUE VOUS L'EXPLOITEZ ? (les relais online et offline)</b>	<b>25</b>
<b>SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX</b>	<b>25</b>
14/ Des publications Facebook ou LinkedIn "organiques"	25
15/ Contacts en 1:1 twitter	26
16/ Employés ambassadeurs (employee advocacy)	27
<b>CHEZ LES AUTRES</b>	<b>27</b>
17/ En commentaires sur d'autres publications	27
18/ En article invité (Guest Blogging)	28
19/ Sur les sites de questions / réponses	29
20/ Sur les forums	30
<b>PAR EMAIL</b>	<b>32</b>

21/ Dans vos newsletters	32
22/ Dans un workflow de marketing automation	33
23/ Via des emails personnalisés	33
EN VERSION PUBLICITAIRE	33
24/ Google Ads en bassin d'audience affiné	33
25/ En publicités YouTube	34
26/ Des publications boostées Facebook ou LinkedIn	35
27/ Des publicités en reciblage	35
ET AUSSI	36
28/ Dans la signature de vos emails	36
29/ Des relais sur votre page Google My Business	36
30/ En auto édition (Amazon ou autres)	39
31/ Dans les autres publications de l'entreprise	40
32/ Des Quiz plutôt que des sondages	40
SANS OUBLIER L'OFFLINE	41
33/ Sur les posters	41
34/ Relais via les commerciaux	42
35/ Distribution de print	43
36/ A l'occasion des évènements	44
<b>D- EST-CE QU'IL CONVERTIT ? (comment le faire convertir)</b>	<b>45</b>
Un objectif clair pour votre blog	45
Des CTA percutants	45
Un Analytics au Top	48
Google Analytics installé correctement sur tout le site	48
Des objectifs clairement définis	49
Search Console intégré pour optimiser le référencement	49
Les pixels de remarketing pour les publicités reciblées	49
Un reporting solide pour analyser rapidement les tendances	49
Un parcours d'embasement sans accroc	50
<b>BONUS- 2 TECHNIQUES QUE VOUS N'AVEZ (PEUT-ÊTRE) PAS ENCORE ESSAYÉES</b>	<b>50</b>
37/ Dans les petites annonces de recrutement	50
38/ Des cours en ligne plutôt que des eBooks	52



# Introduction

*Content is NOT KING. C'est Neil Patel, l'un des experts américains le plus écouté en [SEO](#) qui le dit. Pourquoi ? Car si vous vous contentez d'ouvrir un blog B2B et de publier article après article, vous aurez certes une augmentation de votre trafic SEO et ...c'est tout ! Pas de trafic très qualifié, et surtout pas de conversions.*

*Si tel est votre objectif, il faut donc impérativement :*

- 1) Revoir votre stratégie de publication : ré-angler le fond sur vos enjeux business, et diversifier la forme (vidéo, infographie, simulateur, livre blanc, témoignage, fiches conseils, serious game...) car du contenu ce n'est pas qu'un article de 600 mots.*
- 2) Être dans une logique d'engagement et de conversation perpétuelle digitale. Il ne sert à rien de publier si on s'arrête là. Chaque bloc de « contenu » doit être la porte ouverte à initier le dialogue ou à le poursuivre avec votre prospect.*



*Dans ce Livre Blanc, nous allons reprendre tous les éléments de visibilité et de conversion de votre blog, avec ces 4 sections :*

- Est-ce qu'on le trouve ?*
- Est-ce qu'on le lit ?*
- Est-ce que vous l'exploitez ?*
- Est-ce qu'il convertit ?*

# Avant de démarrer

FÉLICITATIONS ! Vous avez un blog. Et vous l'utilisez pour... Mais au fait, quel est l'objectif de votre blog ? De convertir, bien sûr ! Et ça fonctionne ?

Dans notre article "[Comment améliorer la transformation de votre blog assurance](#)", nous traitons justement les écueils de *l'inbound marketing*, qui promet d'attirer les nouveaux clients, presque sans effort. Avec ce guide, nous reprenons les éléments en détail, et en exemples.

Ce guide est dense. Voici le résumé en 1 page des éléments clés pour booster la fréquentation de vos blogs... et transformer l'essai.

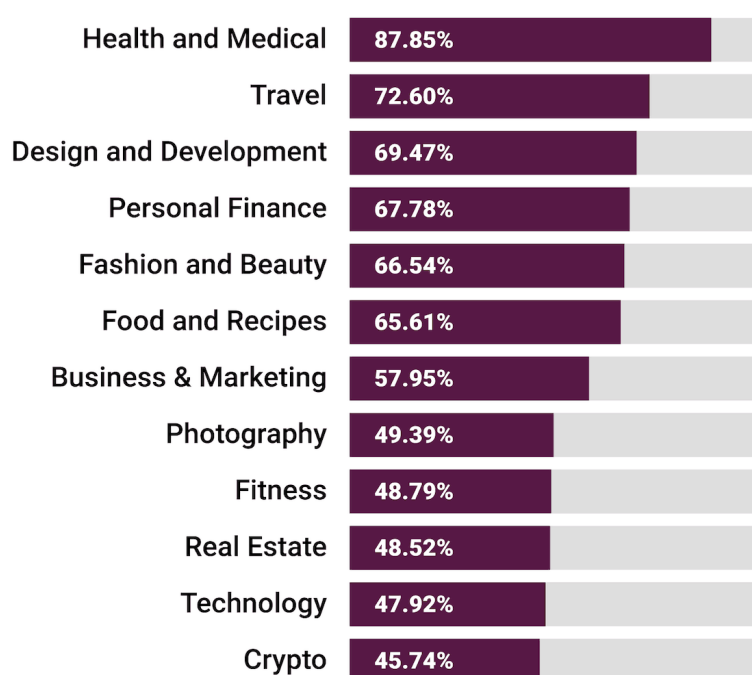
- 1- Vous avez choisi de publier du contenu, soyez clairs sur vos **objectifs** : notoriété ou conversion, marque, produits ou comportements plus généraux. Et déclinez ces objectifs dans vos outils de mesure - [plus de détails dans la 4e section](#)
- 2- La clé de votre stratégie de contenu, c'est **l'organisation**. A commencer par le **planning éditorial** (rédaction, publication) jusqu'au **tableau de bord** qui permettra de valider / modifier la stratégie
- 3- Démultipliez les **formats** - ne vous contentez pas d'articles mais pensez vidéos, infographies, simulateurs, sondages, ... [8 idées à prendre dans la 2e section](#)
- 4- La mise en ligne n'est que la première étape, pour que le contenu soit vu, il doit être **diffusé**, le plus largement possible - *c'est tout l'objet de la [3e section, avec 23 possibilités online et offline](#)*
- 5- La stratégie de contenu est un **processus itératif**. Un bon contenu peut être amélioré, notamment au niveau du **référencement naturel** - [nous en parlons dans la 4e section](#).

# A - EST-CE QU'ON TROUVE MON BLOG ? (Le référencement naturel)

Première étape pour booster la fréquentation de votre blog : qu'il soit visible, bien sûr ! Selon [cette étude de GrowthBadger](#), 45 à 88% du trafic provient du moteur de recherche Google, chiffres variables selon les secteurs.

## Niches Most Reliant on Google

*% of Traffic from Search*



1

## Optimisation technique de votre SEO

Comme expliqué dans notre article "[Référencement Assurance et Mutuelle](#)", le SEO est la pierre angulaire de votre stratégie de référencement. Au niveau du contenu, bien sûr. Mais aussi au niveau technique.

Parmi les points de vigilance, citons :

- L'optimisation du site
- La surveillance de tous les paramètres (meta, HN, balises, extraits, crawl, temps de chargements...)
- La liste de mots
- Le netlinking, backlinks

- Les cocons sémantiques

Avec bien sûr un reporting mensuel après audit du site pour mesurer les améliorations.

Toujours sur le plan technique, vous pouvez être amenés à choisir de placer du contenu dans un **répertoire** ou un **sous-domaine**. D'après l'expert [Neil Patel](#), Google préfère de loin le contenu placé dans des sous-répertoires.

## 2 SEO : focus éditorial clair

Sur quel(s) sujet(s) souhaitez-vous être le plus visible ? Quelles sont les requêtes les plus courantes de vos clients et prospects ? Avant même de rédiger les articles, vous devez définir votre stratégie éditoriale. Et souvent le mot-clé ici est le FOCUS : choisir les sujets et les questions les plus pertinents.

Et ce focus commence par le **titre de votre blog**. Un titre simple, rattaché à la marque, comme [Le blog de l'Olivier](#).



Ou une promesse plus concrète comme [Conseils santé bien-être](#) de Mutuelle Bleue.





Votre blog, c'est aussi l'occasion de rappeler qui **vous êtes** et les **valeurs** que vous portez. Notamment quand le blog n'est pas hébergé directement sur votre nom de domaine, comme par exemple le [blog mieux-être](#). A ce titre, les **pages "à propos"** sont un élément clé de votre visibilité.

Ensuite, pour l'optimisation, vous pourrez travailler sur deux niveaux.

1. Tout d'abord les **mots-clés** et **pages** associés aux produits, tels que "Complémentaire santé", "assurance auto", "responsabilité civile", ... qui pourront amener rapidement vers l'obtention d'un devis, voire la souscription en ligne.
2. Vous devrez aussi travailler le **contenu**. Ainsi la recherche "Pourquoi une complémentaire santé" produit des résultats très différents de la recherche précédente "Complémentaire santé". Vous pourrez ainsi travailler toutes les recherches connexes afin d'optimiser le trafic vers votre site.

Voici par exemple les résultats pour une recherche générique "mutuelle santé" :

#### Complémentaire santé - Devis Gratuits en 2 min - LeLynx.fr

<https://www.lelynx.fr/mutuelle-sante/comparaison/complementaire/> ▼

★★★★★ Note : 8,2/10 - 179 votes

Comparez les **complémentaires santé** sur LeLynx.fr, comparateur d'assurances. Trouvez votre **complémentaire santé** pas chère !

#### Mutuelle santé pour les particuliers - Harmonie Mutuelle

<https://www.harmonie-mutuelle.fr> > Particuliers > Santé > Complémentaire santé ▼

Découvrez la mutuelle santé Harmonie Santé Particuliers, une offre avec 6 niveaux de garantie distinct afin que vous puissiez parfaitement répondre à vos ...

#### Mutuelle santé - MAAF - La mutuelle santé efficace et pas chère

<https://www.maaf.fr/fr/mutuelle-sante> ▼

Avec VIVAZEN, la **complémentaire santé** MAAF, vous bénéficiez de garanties adaptées sur cinq niveaux en Soins courants, Hospitalisation et Optique-Dentaire ...

#### Comparateur mutuelle santé - Devis mutuelle gratuit - LesFurets.com

<https://www.lesfurets.com/mutuelle-sante> ▼

★★★★★ Note : 7,1/10 - 1 731 avis

Il y a 4 jours - Si la France a l'un des meilleurs systèmes d'Assurance maladie au monde, la **complémentaire santé** n'en demeure pas moins un produit ...

#### Complémentaire Santé | Découvrez les Offres APRIL

<https://www.april.fr/complementaire-sante> ▼

★★★★★ Note : 4,2 - 1 650 votes

Découvrez les offres de **complémentaire santé** APRIL. Obtenez un devis ou souscrivez en ligne une assurance santé adaptée à votre situation.

Et un focus sur la recherche “Pourquoi une complémentaire santé” :

### Peut-on se passer de mutuelle santé ? - LesFurets.com

<https://www.lesfurets.com> > ... > La souscription d'une mutuelle santé ▼

★★★★★ Note : 7,1/10 - 1 729 avis

10 nov. 2017 - Est-il raisonnablement envisageable de vivre sans mutuelle santé ? ... que votre mutuelle ou votre sur-complémentaire est trop chère, pourquoi ...

### Santé : à quoi sert une mutuelle ? - LeLynx.fr

<https://www.lelynx.fr/mutuelle-sante/soins/prise-en-charge/> ▼

★★★★★ Note : 7,2/10 - 183 avis

C'est pourquoi votre comparatif mutuelles LeLynx.fr vous propose de faire le point ... Ainsi, une mutuelle ou une complémentaire santé sert à rembourser cette ...

### LMDE - Mutuelle - Votre mutuelle complémentaire pour être bien ...

<https://www.lmde.fr/mutuelle-sante/bien-choisir/pourquoi-une-complementaire-sante> ▼

Parce que la Sécurité sociale ne suffit pas, une mutuelle complémentaire est indispensable. ...

Complémentaire · Bien choisir ma garantie mutuelle; Pourquoi une mutuelle santé ? ... Les bonnes raisons d'adhérer à une mutuelle santé LMDE.

### Pourquoi une complémentaire santé ? - Mutuelle Entrenous

[mutuelle-entrenous.fr/particulier/pourquoi-une-complementaire-sante/](https://www.mutuelle-entrenous.fr/particulier/pourquoi-une-complementaire-sante/) ▼

Votre mutuelle est un organisme privé à but non lucratif, aussi appelée « complémentaire santé ». Elle est indispensable pour compléter les remboursements ...

Vous pouvez déléguer la rédaction de contenu spécifique à votre secteur à un rédacteur spécialisé SEO et Assurance/Mutuelle par exemple.

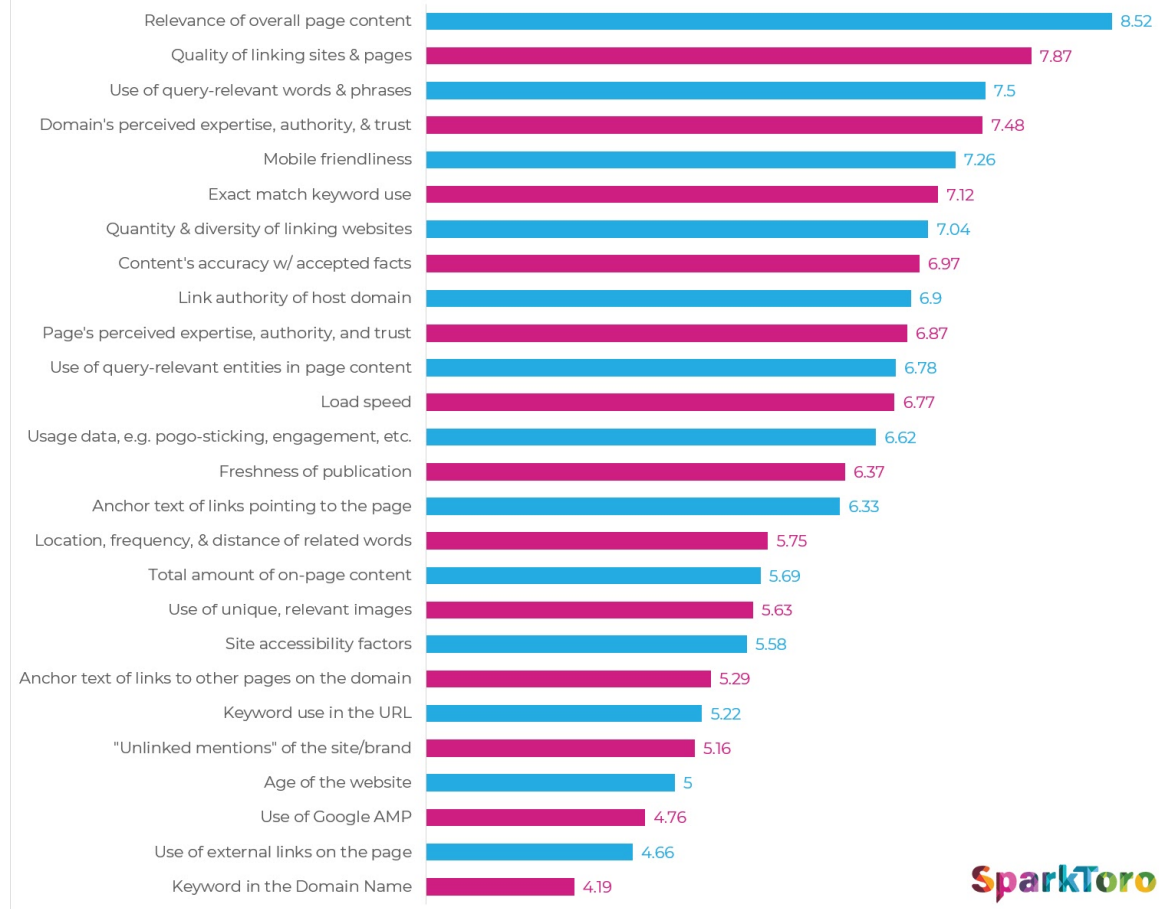
Pour un référencement optimum, préférez des articles de 600 mots et plus.

## 3 Des backlinks explicites

Qu'est-ce qu'un backlink de qualité ? Et d'abord, pourquoi faut-il des backlinks ? Parce que **les liens restent parmi les premiers critères de ranking de l'algorithme Google**. Les liens, et la qualité des sites qui hébergent ces liens.

## 26 Google Ranking Factors Ranked

(1,584 aggregated opinions, mean values, data collected August, 2019)



Par “Backlinks explicites”, nous entendons que le lien est en plus fait **sur les mots-clés qui vous importent** : votre marque, votre catégorie de produits et services (complémentaire santé, épargne retraite, assistance, ...), plutôt que “cette page” ou “cette société”.

Le site [Nature Digitale](#) liste pas moins de **24 techniques pour des backlinks de qualité**. En voici quelques-unes :

- Analyser vos concurrents > notez leurs backlinks et voyez si vous pouvez les obtenir également
- Compléter des articles dans votre thématique > écrivez aux auteurs pour proposer des informations complémentaires - utilisez votre veille et faites valoir votre expertise
- Inscription dans des annuaires de qualité > eh oui, les annuaires existent encore - cherchez plutôt les annuaires sur votre thématique que des généralistes
- Écrire des articles invités > nous en parlons plus loin, c’est un bon moyen d’obtenir des liens retour vers votre site

- Vous faire Interviewer
- Créer une Infographie > qui va générer du partage
- Acheter un Nom de Domaine Expiré > car en rachetant le nom de domaine, vous aurez aussi les liens
- Transformer des erreurs 404 en liens > dans la lignée des articles invités - repérez des pages inexistantes sur des sites dans votre thématique et proposez du contenu
- Demander à vos fournisseurs et vos partenaires > tout simplement, parfois un échange de bons procédés

## 4 Référencement croisé entre articles

Mais bien sûr, le [maillage interne](#) ! Son but est double : fluidifier la navigation à l'intérieur du site, et bien sûr optimiser le référencement.

Pour la navigation : vous permettez à vos visiteurs de passer plus facilement d'une page à l'autre en leur offrant des passerelles. Vous l'utilisez souvent aussi pour passer d'un article à une page devis, et ainsi transformer le lecteur en prospect. C'est aussi le moyen d'amener vos visiteurs, et les robots d'indexation, vers des pages potentiellement cachées de votre hiérarchie.

Pour le référencement : le maillage interne transfère la popularité de la page d'accueil vers les pages plus profondes.

Le conseil supplémentaire de [WebRankInfo](#) : variez les textes des ancres pour améliorer encore plus votre référencement.

### Analyse de la diversité des ancres de liens (maillage interne)

	URL	Balise title	Ancre via attribut ALT	Ancre via lien texte	Nb de backlinks internes avec cette ancre	Exemple d'URL source
1						
2	<a href="https://www.example.com/blog/bande-led/">https://www.example.com/blog/bande-led/</a>	[aucune]	[aucune]	une bande led	3	<a href="https://www.example.com/blog/bande-led/">https://www.example.com/blog/bande-led/</a>
3	<a href="https://www.example.com/blog/bande-led/">https://www.example.com/blog/bande-led/</a>	[aucune]	[aucune]	avec des bandes LED	4	<a href="https://www.example.com/blog/bande-led/">https://www.example.com/blog/bande-led/</a>
4	<a href="https://www.example.com/blog/bande-led/">https://www.example.com/blog/bande-led/</a>	[aucune]	[aucune]	bandes LED	8	<a href="https://www.example.com/blog/bande-led/">https://www.example.com/blog/bande-led/</a>
5	<a href="https://www.example.com/blog/philips-hue/">https://www.example.com/blog/philips-hue/</a>	[aucune]	[aucune]	un éclairage spécial	5	<a href="https://www.example.com/blog/philips-hue/">https://www.example.com/blog/philips-hue/</a>
6	<a href="https://www.example.com/blog/philips-hue/">https://www.example.com/blog/philips-hue/</a>	[aucune]	[aucune]	HUE	5	<a href="https://www.example.com/blog/philips-hue/">https://www.example.com/blog/philips-hue/</a>
7	<a href="https://www.example.com/blog/philips-hue/">https://www.example.com/blog/philips-hue/</a>	[aucune]	[aucune]	Philips Hue	5	<a href="https://www.example.com/blog/philips-hue/">https://www.example.com/blog/philips-hue/</a>
8	<a href="https://www.example.com/blog/avantages-led-economies/">https://www.example.com/blog/avantages-led-economies/</a>	[aucune]	[aucune]	économies d'énergie	8	<a href="https://www.example.com/blog/avantages-led-economies/">https://www.example.com/blog/avantages-led-economies/</a>
9	<a href="https://www.example.com/blog/avantages-led-economies/">https://www.example.com/blog/avantages-led-economies/</a>	[aucune]	[aucune]	ampoules classiques	8	<a href="https://www.example.com/blog/avantages-led-economies/">https://www.example.com/blog/avantages-led-economies/</a>
10	<a href="https://www.example.com/blog/avantages-led-economies/">https://www.example.com/blog/avantages-led-economies/</a>	[aucune]	[aucune]	avantages	8	<a href="https://www.example.com/blog/avantages-led-economies/">https://www.example.com/blog/avantages-led-economies/</a>
11	<a href="https://www.example.com/blog/avantages-led-economies/">https://www.example.com/blog/avantages-led-economies/</a>	[aucune]	[aucune]	diminuer la consommation d'électricité	8	<a href="https://www.example.com/blog/avantages-led-economies/">https://www.example.com/blog/avantages-led-economies/</a>
12	<a href="https://www.example.com/blog/avantages-led-economies/">https://www.example.com/blog/avantages-led-economies/</a>	[aucune]	[aucune]	incandescents	8	<a href="https://www.example.com/blog/avantages-led-economies/">https://www.example.com/blog/avantages-led-economies/</a>
13	<a href="https://www.example.com/blog/avantages-led-economies/">https://www.example.com/blog/avantages-led-economies/</a>	[aucune]	[aucune]	lampes à incandescence	8	<a href="https://www.example.com/blog/avantages-led-economies/">https://www.example.com/blog/avantages-led-economies/</a>
14	<a href="https://www.example.com/blog/avantages-led-economies/">https://www.example.com/blog/avantages-led-economies/</a>	[aucune]	[aucune]	dans cet article	8	<a href="https://www.example.com/blog/avantages-led-economies/">https://www.example.com/blog/avantages-led-economies/</a>
15	<a href="https://www.example.com/blog/norme-indice/">https://www.example.com/blog/norme-indice/</a>	[aucune]	[aucune]	l'indice de protection	3	<a href="https://www.example.com/blog/norme-indice/">https://www.example.com/blog/norme-indice/</a>
16	<a href="https://www.example.com/blog/norme-indice/">https://www.example.com/blog/norme-indice/</a>	[aucune]	[aucune]	voir la norme	4	<a href="https://www.example.com/blog/norme-indice/">https://www.example.com/blog/norme-indice/</a>
17	<a href="https://www.example.com/blog/norme-indice/">https://www.example.com/blog/norme-indice/</a>	[aucune]	[aucune]	Norme : indice de protection	4	<a href="https://www.example.com/blog/norme-indice/">https://www.example.com/blog/norme-indice/</a>
18	<a href="https://www.example.com/blog/norme-indice/">https://www.example.com/blog/norme-indice/</a>	[aucune]	[aucune]	vérifiez l'indice indiqué	3	<a href="https://www.example.com/blog/norme-indice/">https://www.example.com/blog/norme-indice/</a>





## 5 Améliorer le référencement d'articles déjà bien positionnés

Vous avez des mots-clés pour lesquels votre contenu est déjà bien positionné ? Prenez ces mots-clés et mettez-les dans un outil tel que [Ubersuggest](#). Vous allez obtenir une liste d'autres mots-clés, voire questions, que vous pourrez intégrer dans vos pages déjà performantes.

D'après Neil Patel, ce changement permet d'**augmenter le trafic vers ces pages en 30 à 60 jours**.

Mais attention à ne pas juste remplir la page de mots-clés. Il s'agit bien d'améliorer votre contenu.

## B - EST-CE QU'ON LE LIT, VOTRE BLOG ? (le contenu)

Les articles, sur un blog, c'est important, c'est même capital. Vous devez avoir un socle, avec des articles de fonds de 600 à 800 mots, qui respectent la ligne éditoriale définie en amont.

Et ensuite, vous pouvez faire tellement plus !

Dans cette section nous vous proposons 8 formats complémentaires :

- Des infographies
- Des vidéos (dirigeants, influenceurs)
- Des simulateurs
- Des enquêtes ou sondages
- Des serious games

Sans oublier la syndication d'articles, et du contenu hyper-long


## 6 Des infographies

Voici 3 exemples d'infographies produites par des assurances ou mutuelles sur des sujets connexes.

- Groupama Rhône Alpes et les cartes d'identité des départements

Avec des url aussi assez explicites : fan-du-74 ou fan-du-38 ! Malheureusement plus en ligne à la publication de ce livre blanc.

<https://www.groupama.fr/web/gra/fan-du-74>

*Haute-Savoie* **CARTE D'IDENTITÉ** 

**LA HAUTE-SAVOIE**

**790 000**  
habitants

**4388** km<sup>2</sup>

préfecture  
**Annecy**

**281**  
communes

**PRINCIPAUX SECTEURS D'ACTIVITÉ**

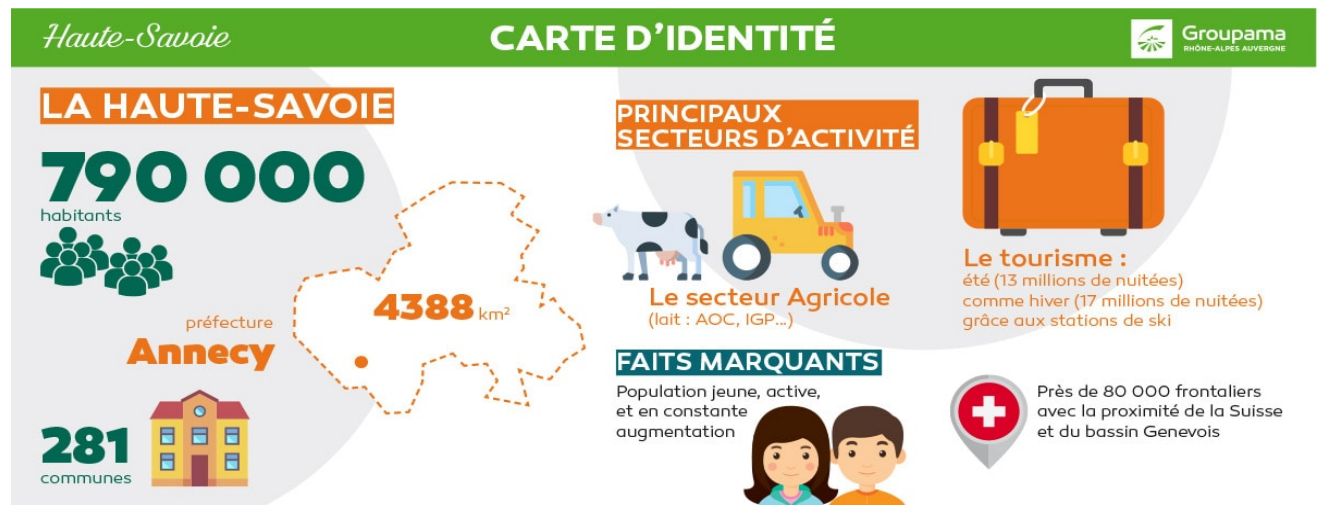
**Le secteur Agricole**  
(lait : AOC, IGP...)

**Le tourisme :**  
été (13 millions de nuitées)  
comme hiver (17 millions de nuitées)  
grâce aux stations de ski

**FAITS MARQUANTS**

Population jeune, active,  
et en constante  
augmentation

Près de 80 000 frontaliers  
avec la proximité de la Suisse  
et du bassin Genevois



<https://www.groupama.fr/web/gra/Fan-du-38>

*Isère* **CÔTÉ TERROIR** 

**LES INCONTOURNABLES**

- Les grottes de Choranche

**CÉLÉBRITÉS**

- Hector Berlioz
- Olivier Giroud

**SPÉCIALITÉS**

- Noix
- Chartreuse
- Saint-Marcellin

**ÉVÈNEMENTS**

- Jazz à Vienne
- Festival Berlioz
- Foire de Beaucroissant
- la Foulée Blanche

**EXPRESSION**

«Quand même !»



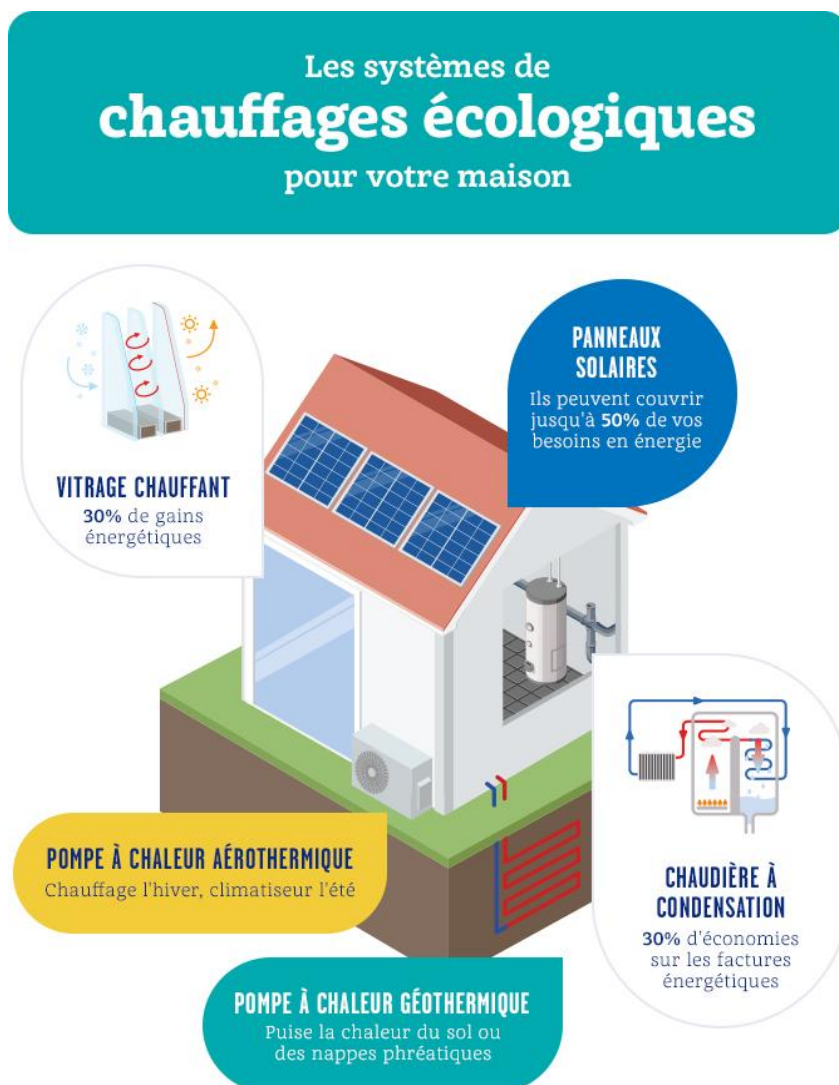
- La Fondation MAIF avec un baromètre de l'usage du smartphone au volant



<https://www.fondation-maif.fr/pageArticle.php?rub=10&id=1092>

À noter que cette infographie est basée sur une étude faite avec l'Inserm et l'Ifsttar. Elle bénéficie donc d'une exposition multiple sur les sites et réseaux sociaux des différents participants - avant d'être reprise.

- **La MACIF sur les systèmes de chauffages écologiques**



<https://lessentiel.macif.fr/4-technologies-pour-se-chauffer-sans-ruiner-planete>



## 7 Des prises de parole vidéo du PDG

Qui incarne mieux la marque que les personnes qui la portent au quotidien ? Les agents, les conseillers, les opérateurs de centre d'appel. Et bien sûr l'équipe de direction.

Sur le réseau LinkedIn, on trouve très souvent des posts de dirigeants (MAIF, Groupama, AXA, Allianz, MAAF...) mais pas (encore) de vidéos. Or la vidéo représente 84% du trafic internet mondial en 2020. Et sur ce même réseau LinkedIn, **un post avec vidéo déclenche jusqu'à 70% d'engagement supplémentaire** par rapport à du texte avec une image, selon une enquête de [LinkedInsights](#).

Dans un premier temps, le format vidéo semble limité aux interviews

The screenshot shows a Google search for "interview video assurance". The search bar contains the text "interview video assurance" and has a microphone icon and a search icon. Below the search bar, there are navigation options: "Tous", "Actualités", "Vidéos", "Images", "Maps", "Plus", "Paramètres", and "Outils". The search results show "Environ 73 300 000 résultats (0,38 secondes)". The first result is "Le métier d'assureur : Interview de Franck PAYEN - YouTube" with a URL and a video thumbnail. The second result is "Vidéo - Horizon #1641 - Interview Journal de l ... - Horizon Assurances" with a URL and a date. The third result is "Interview de Nathalie Broutèle, Directeur Général de Natixis Assurances" with a URL and a date.

Et c'est justement l'occasion de vous différencier, en proposant non pas une interview, mais une prise de parole directe, face caméra, qui interpelle le lecteur.

Ces vidéos seront bien sûr diffusées sur vos réseaux sociaux, et dans vos articles de blog. Leur présence dans les articles aura le double effet de dynamiser les articles, et d'augmenter leur visibilité.

## 8

## Des interviews d'influenceurs

Nous en avons déjà parlé dans notre Guide de référence *“27 leviers pour gagner de nouveaux clients avec le digital”*, tous les secteurs d'activité ont leurs influenceurs, y compris celui de l'assurance !

L'intérêt pour booster la fréquentation de votre site réside aussi dans le référencement et la promotion qui vont être croisés entre vous, l'annonceur, et l'influenceur.



Ainsi la campagne “Les Objectifs de Cyprien” du CIC a cumulé près de 12 Millions de vues sur 3 saisons.

En parallèle des influenceurs “traditionnels,” certains assureurs ou mutualistes ont su développer leur présence en ligne et leur voix pour devenir incontournables

En octobre 2018, le magazine Fintech Mag a publié une liste de 31 [“influenceurs fintech français à suivre”](#), parmi lesquels Céline Lazorthes, fondatrice de Leetchi et Mangopay, Yves Tyrode et Pierre-Philippe Cormeraie chez BPCE, Romain Liberge, chez MAIF, et Alban Jarry chez AXA. Au dernier pointage (février 2020), ce dernier compte 70 000 followers sur Twitter, et plus de 100 000 abonnés sur LinkedIn. De quoi donner à chacune de ses publications une visibilité plutôt élevée !

← **Alban Jarry**   
74,1 k Tweets



**Alban Jarry**   
@Alban\_Jarry Vous suit

CDO en Asset Management (Axa IM) ▶ Digital Innovation ▶ Finance Assurance ▶ VP @EPA\_Association ▶ Speaker HEC & TEDx ▶ Cofondateur #i4emploi ▶ Ambassadeur U-Report Unicef

📍 France, Paris, Bretagne, Mayenne [linkedin.com/in/albanjarry](https://www.linkedin.com/in/albanjarry)  
📅 A rejoint Twitter en novembre 2012

**30,1 k** abonnements **69,3 k** abonnés

Plus récemment, le comparateur LeLynx a reçu la Youtubeuse CindyChitis pour [répondre aux questions de sa communauté liées aux offres energie](#). La vidéo a été réalisée et mise en ligne par la Youtubeuse sur sa chaîne, qui compte 136000 abonnés.



ASTUCES ECONOMIES D'ENERGIE | + LE DEPART / CINDYCHITIS

22 729 vues · 15 juin 2019

👍 944 🗣️ 54 ➦ PARTAGER 📄 ENREGISTRER ...

 **Cindy Chitis**  
136 k abonnés

**S'ABONNER**

Au niveau des marques, la MACSF réussit même l'exploit d'intégrer le [Top 10 des influenceurs santé en France](#) publié par l'agence Clark Influence. Pas en tant que marque, mais avec son compte Instagram [les infirmieres macsf](#) qui compte 27 000 abonnés au dernier pointage !



## 9 Du contenu différemment : via les simulateurs

Dans le monde de l'assurance, un simulateur peut répondre à plusieurs besoins. Parmi les plus courants, on va trouver des [simulateurs d'épargne](#) (1M de résultats). Et en haut du panier, les simulateurs [d'assurance-vie](#) avec 5 millions de résultats !

Preuve que le sujet est d'importance, sur cette dernière recherche, on trouve pas moins de 6 annonces payantes, et quantité d'acteurs :

- 4 annonces hautes : MAIF, GMF, Yomoni, Binck
- 2 annonces basses : Fortuneo, MACIF
- Sites généraux (mes-placements, cbanque)
- Comparateurs
- Banques
- Courtiers



Environ 4 600 000 résultats (0,30 secondes)

**Simulateur Assurance Vie MAIF | Un Simulateur pour vous guider**  
(Annonce) www.maif.fr  
 Effectuez un Placement Sûr, Responsable & Solidaire avec l'Assurance Vie MAIF. Faites des Economies. Contrat Souple & Evolutif. Sécurité du Remboursement.

<b>Plan d'Epargne Retraite</b> Epargnez pour votre retraite et Réduisez votre revenu imposable !	<b>Assurance Décès</b> Votre famille à l'abri du besoin. Capital décès non plafonné !
-----------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------

**Epargne Assurance Vie GMF | Simulation Gratuite | GMF.fr**  
(Annonce) devis-assurance-vie.gmf.fr  
 9 € de Frais d'ouverture de Dossier | Conseils Sur-Mesure & Personnalisés. Trophée d'Or Le Revenu 2018, Catégorie "Contrats Vie des Mutuelles" Personnalisé & Evolutif. Assurance Multisupport.

**Simulation d'assurance-vie | Site officiel Yomoni | Retraits faciles**  
(Annonce) www.yomoni.fr/Assurance\_Vie/Simulateur 01 75 85 98 91  
 Secouez votre épargne pour assurer vos projets. 0€ frais d'entrée et d'arbitrage. Bien épargner peut...

**Simulateur Assurance Vie | Jusqu'à 150€ offert +2,25% net | binck.fr**  
(Annonce) landing\_av.binck.fr 0 800 94 09 80  
 Contrat Multisupport. Fonds Euro Netissima +2,25% nets en 2018. Fiscalité avantageuse. Gestion...

4 annonces hautes

- Simulateur d'Epargne en Assurance vie - Simulez votre épargne**  
https://mes-placements.fr/assurance-vie/simulateur  
 ★★★★★ Note : 8,1/10 - 365 avis  
 Simuler vos placements d'épargne et établissez vos plans d'épargne selon vos objectifs avec mes-placements.fr, conseiller en gestion de patrimoine depuis 20 ...
- Simulateur assurance vie, simulation et calcul assurance vie ...**  
https://www.boursorama.com/patrimoine/assurance-vie/simulateur  
 Retrouvez le simulateur d'Assurance Vie Boursorama, l'outil parfait pour la simulation et le calcul de votre Assurance Vie sur Boursorama.
- Simulateur d'assurance vie en ligne - E-Patrimoine**  
https://epatrimoine.fr/simulateur  
 Calculez le montant de votre capital et de vos intérêts selon la durée de placement de votre choix.
- Simulateur d'assurance-vie en ligne - BforBank**  
https://www.bforbank.com/Assurance-vie  
 Le simulateur d'assurance-vie vous permet de simuler un investissement dans le cadre d'un contrat d'assurance-vie en fonction de vos objectifs personnels .
- Assurance Vie | Comparateur & Simulation Gratuit ...**  
https://www.lecompareurassurance.com/86936...vie/86897-simulation-assurance-vie  
 ★★★★★ Note : 9/10 - 695 votes  
 Vous souhaitez souscrire à un contrat d'assurance vie et effectuer une simulation ? Mais difficile de s'y retrouver parmi la multiplicité des offres. Heureusement ...
- Assurance Vie : Simulation d'investissement - Calculs et fiscalité avec ...**  
https://www.planete-patrimoine.com/...de.../Simulation-Calculs-Assurance-Vie.html  
 Simulation d'assurance vie : calcul de la valeur de rachat, des retraits réguliers, des versements à effectuer initial et périodique, en fonction des objectifs.
- Simulateurs - Groupe Revue Fiduciaire**  
www.grouperf.com/calculettes/  
 Aller à Le simulateur d'assurance vie - Simulateur d'assurance vie. Il permet de calculer l'évolution de la valeur de rachat, les retraits ...
- Simulation et calcul epargne, assurance vie et defiscalisation**  
https://www.empruntis.com/ Banques et Epargne  
 ★★★★★ Note : 9,4/10 - 2 214 avis  
 Simulez et calculez vos placements en épargne, assurance-vie et les leviers pour défiscaliser avec empruntis.com.
- Assurance vie : Simulateur épargne - Cardif**  
https://www.cardif.fr/placement-epargne/simulation-epargne  
 Estimez votre capacité d'épargne en toute simplicité grâce à notre simulateur d'épargne. C'est rapide et sans engagement !
- Assurance vie - Simulation d'un placement en Assurance-vie - cBanque**  
https://www.cbanque.com/assurance-vie/simuler-placement.php  
 Calculatrice pour la simulation d'un placement de type Assurance Vie. Gestion des éventuels frais de versement, de gestion et des prélèvements sociaux.

3 sites généraux

**Assurance Vie Fortuneo | 200€ Offerts à l'Ouverture**  
(Annonce) www.fortuneo.fr/Assurance/Offre\_Speciale  
 Un des meilleurs taux du marché | 0€ de frais d'entrée, de sortie & de versement. Compatible Samsung Pay. Trophée Or 2019. Paiement Mobile. Nouveau : le PEA-PME. Changez Simplement. Paiement sécurisé. Live Trader Gratuit. Compatible FiBR Pay. Meilleure Relation Web.  
 Gold MasterCard Offerte - Assurance-Vie 2,80% nets - Passage d'Ordre dès 1,95€  
 CB Gold Mastercard - 0,00 € - Pour une 1re ouverture - Plus >

**Assurance Vie Macif | Simulation en ligne**  
(Annonce) www.macif.fr  
 Un Contrat d'épargne Simple et Adaptés pour tous vos projets de vie ! Remboursements élevés. Téléchargeable en ligne. Pas de contrat en plus. Soutien à Domicile. Couverture d'assurance: Garantie emprunteur, Tarif Habitation, Assurance scolaire.  
 Contrat Loyer Impayés - Garantie Emprunteur - Sociétaire non occupant - Offre Logement Prem's  
 Meythet - 21 Route de Frangy | Anancy - 9 Avenue d'Albigny

2 annonces basses

Recherches associées à simulateur assurance vie

- simulateur assurance vie **axa**
- simulateur assurance vie **societe generale**
- simulation assurance vie **bnp**
- simulation assurance vie **credit mutuel**
- cbanque** simulateur assurance vie
- simulateur assurance vie **generali**
- bforbank** simulateur assurance vie
- calcul interet assurance vie **quinzaine**

En matière d'assurance, **la notion de simulateur ne concerne pas seulement les calculateurs** mentionnés plus haut. Elle peut englober également ces simulateurs "physiques" permettant d'améliorer la formation à la conduite, ou aux gestes d'urgence.

Avec deux opportunités au niveau contenu et conversions.

La plus classique : communiquer sur l'apprentissage via simulateurs dans les produits santé ou auto, voire [réduire la prime d'assurance en cas de bonne conduite](#).

La plus inattendue : sponsoriser les logiciels de simulation voire insérer des panneaux publicitaires au bord des routes virtuelles !

(Mais un simulateur, dans l'assurance, cela peut aussi être un allié pour l'assurance auto. Ainsi les cours de [conduite sur simulateur](#) pourrait être un moyen de faire baisser les coûts de leçons pour le permis, et d'améliorer les réflexes des jeunes conducteur.)



## 10 Syndication payante d'articles

Qu'est-ce que la syndication de contenu ?

Dans sa définition Wikipedia, il s'agit de la **mise à disposition de la liste des dernières informations** publiées sur un site, qui est ensuite réunie avec d'autres listes dans un logiciel spécifique appelé agrégateur. La production finale s'apparente

à une revue de presse, avec ou sans commentaires de la part de la personne qui partage.

L'un des services les plus connus pour partager ces liens et commentaires est sans aucun doute Scoop.it. Et on trouve quelques flux en rapport avec l'assurance, notamment [Assurance du futur](#), maintenu par JC Sudre ou [AG2R La Mondiale](#).

**AG2R LA MONDIALE**  
 Plus  
 AG2R LA MONDIALE, REUNICA et VIA SANTE s'unissent en 2015 pour devenir le groupe de référence en retraite et en assurance de la personne en France.  
<http://www.ag2r.lamondiale.fr/>  
 Follow @AG2RLAMONDIALE

48.5K views +1 today  
 People sharing AG2R LA MONDIALE's Interests  
 AG2R LA MONDIALE's Interests: Finance, Society, Well Being, Economy

Curated Topics | Curated Scoops | Followed Topics | Followed Scoops | AG2R LA MONDIALE's Community (437)

**Habitat, lien social & silver économie**  
 Veille sur l'habitat, le lien social, le maintie...

**Épargne & Retraite**  
 Veille autour des questions relatives à l'ép...  
 et la taille de l'entreprise, en 2015

Contrat	10 à 49 salariés	50 à 99 salariés	100 à 249 salariés	250 à 499 salariés	500 à 999 salariés	1 000 salariés et plus
Contrat à prestations définies	14,4%	12,0%	13,2%	22,4%	27,2%	27,2%
Contrat à cotisations définies	2,0%	2,0%	2,0%	4,4%	4,4%	2,0%
Autre	83,6%	86,0%	84,8%	73,2%	68,4%	70,8%

**Prévention Santé**  
 Veille sur la prévention et la santé : bien-ét...

## 11 Enquêtes, sondages

Si l'enquête va souvent être réalisée par des professionnels, son exploitation vous permet de communiquer de manière plus globale. Et de varier les supports, puisque vous pourrez décliner les résultats en vidéo, article de blog, communiqué de presse, slideshare, images partageables sur les réseaux sociaux, etc...



Le comparateur LeLynx a lancé avec le cabinet CSA un sondage fin 2019 sur [la fraude à l'assurance](#).

Cette étude a été largement relayée par les sites d'information, avec à chaque fois un lien vers le site du comparateur.

www.lelynx.fr › a-propos › communiqués › fraude-assurance-france ▼

### Les Français : rois de la fraude à l'assurance - LeLynx.fr

Il y a 6 jours - Paris, le 05 novembre 2019 – Alors que le budget **assurance** pèse lourd dans le portefeuille des Français, omettre de déclarer un sinistre ou faire jouer ...

www.lci.fr › Mon argent

### Assurance : 11% des Français reconnaissent avoir déjà ...

5 nov. 2019 - AVEU - Un Français sur dix reconnaît avoir déjà **fraudé** auprès de son **assurance** et un quart dit avoir déjà hésité à le faire, selon une étude **LeLynx.fr/CSA** ...

www.leparisien.fr › Economie › Votre-argent ▼

### Fraude à l'assurance : plus d'un Français sur dix admet avoir ...

5 nov. 2019 - Selon le tout premier baromètre sur la **fraude à l'assurance** que lance ce mardi 5 novembre le comparateur en ligne **LeLynx.fr**, un Français sur dix a déjà **fraudé**.

www.rtl.fr › actu › conso › fraude-a-l-assurance-une-pratique-repand... ▼

### La fraude à l'assurance, une pratique répandue dans le ...

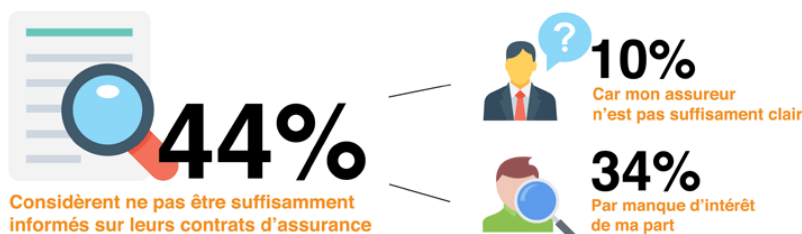
16 nov. 2019 - Un Français sur trois avoue avoir déjà **fraudé** son **assurance**, et l'automobile ... Selon une enquête signée **Le Lynx**, un tiers des Français avoue un jour avoir ...

www.lefigaro.fr › Économie › Consommation ▼

### Un tiers des Français envisage de frauder à l'assurance

5 nov. 2019 - Et pourtant, révèle le baromètre du comparateur en ligne **LeLynx.fr** sur la **fraude à l'assurance**, la pratique est on ne peut plus commune. Une personne sur dix ...

De la même manière, le site lecomparateurassurance.com a travaillé avec YouGov sur la [perception des Français vis-à-vis de l'assurance](#).



Cette enquête a également été relayée, avec en plus des angles d'entrée différents, qui font autant de possibilités de contenus.



[www.cieleden.com](http://www.cieleden.com) › comment-les-francais-percoivent-ils-les-assurances ▼

## Assurances : découvrez la perception qu'en ont les Français

24 mai 2019 - Le site **Lecomparateurassurance.com** a choisi l'entreprise de sondage YouGov afin d'interroger un échantillon de plus de 1 000 Français et leur poser des ...

[www.affiches-parisiennes.com](http://www.affiches-parisiennes.com) › les-francais-et-l-assurance-des-relations-...

## Les Français et l'assurance, des relations complexes

13 mai 2019 - Selon une enquête **LeComparateurAssurance.com** réalisée par YouGov, ... prise en charge d'un sinistre (8 %) et la **perception** d'indemnisation trop faible (6 %).

[www.lecomparateurassurance.com](http://www.lecomparateurassurance.com) › 86934-devis-habitation › 10538... ▼

## Assurance Propriétaire Non Occupant (PNO) ▷ Comparatif ...

28 sept. 2019 - ... et vous empêche de **percevoir** un loyer, vous percevez une indemnisation. ...  
(<sup>1</sup>)Tarif constaté sur **LeComparateurAssurance.com** le 03 mars 2019 pour un ...

[www.capital.fr](http://www.capital.fr) › L'actualité de l'automobile

## Assurance auto : ces Français prêts à tricher - Capital.fr

18 avr. 2019 - Un sondage YouGov pour **lecomparateurassurance.com** révèle qu'un automobiliste ... d'une franchise ou encore la **perception** d'une trop faible indemnisation.

12

## Un contenu hyper long, une bible

Vous en tenez une entre les mains : ces 38 conseils représentent une somme d'informations, rarement disponibles au même endroit.

Nous parlons ici de documents consultables "offline" pour la plupart, mis en page, et diffusés sous forme de PDF, souvent via des Landing Pages, et en échange de données de contact - mais pas toujours.

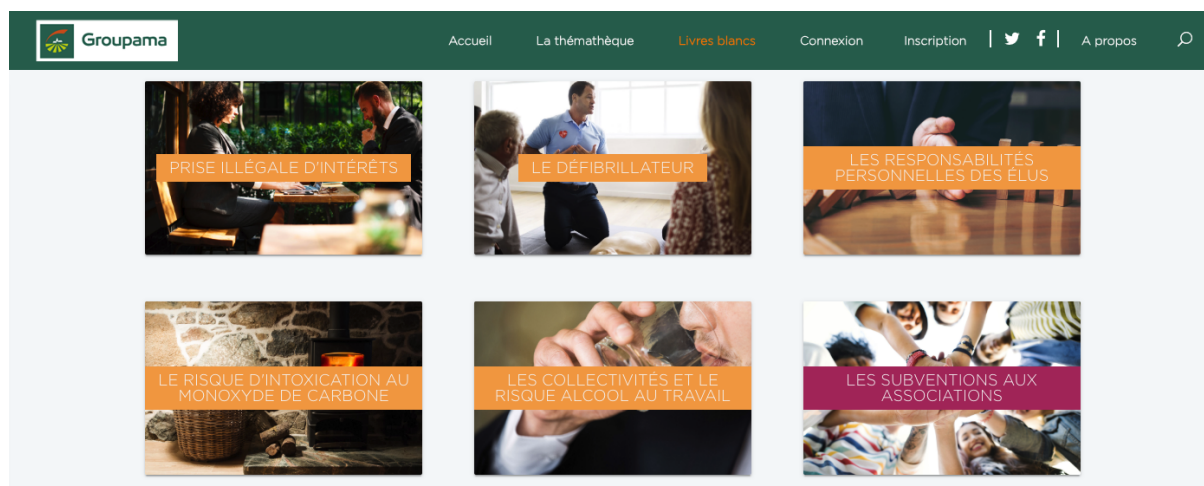
Par exemple, AXA publie régulièrement des longues notes de prospective. Le dossier "[2040: Explorer les défis futurs de la société](#)" est ainsi un PDF de 31 pages en téléchargement libre.

# Publications

FILTRÉ PAR : RECHERCHE ET PROSPECTIVE X

TOUTES	2021	2020	2019	2018	2017	PLUS
4 FÉVR. 2021	<b>2040 : Explorer les défis futurs de la société</b> PDF					
18 NOV. 2020	<b>Hidden costs: how Covid-19 is threatening women's health</b> PDF					
8 OCT. 2020	<b>Rapport sur la santé mentale et le bien-être en Europe</b> PDF					
6 OCT. 2020	<b>On the front line: the global economic impact of Covid-19 on women</b> PDF					

Sur son site [Territoires](#), destiné aux communes et associations, Groupama met à disposition une douzaine de [Livres blancs](#) en rapport avec les problématiques locales : défibrillateur, lutte contre les nuisances sonores, manifestations festives, ...



De format plus court (une dizaine de page chacun), ils sont également au format PDF, et également en téléchargement libre.

## Alternative : peu de contenu mais rare, différenciant et à haute valeur ajoutée

Vous pouvez aussi choisir de publier sur des contenus très spécialisés, là où votre valeur ajoutée sera clairement établie.

## 13 Du contenu différemment : pourquoi pas un serious game ?

Les marques se sont déjà emparées du sujet ! Ainsi le Crédit Agricole a fait tourner depuis 2015 le jeu [AgriManager](#) pour apprendre à gérer son exploitation agricole. La page Actualités était justement l'occasion de relayer les dernières informations de la banque.



[Amundi](#) propose depuis 2017 des formations à l'épargne salariale.

**Des thèmes**  
Gestion Financière  
Retraite  
Épargne Salariale  
Actionnariat salarié

**JKL FINANCES**

Amundi ESR Formation Online  
Innovations Françoise Martin  
► Mon compte  
► Se connecter  
Innovations, Membres, Espace

**LES CLÉS DE LA GESTION FINANCIÈRE**

- 1 - Acteurs
- 2 - Marchés
- 3 - Principes
- 4 - Fonds
- 5 - Approches
- 6 - Reporting
- 7 - Risque/Performance
- 8 - Fonds de votre plan

COMMENT JOUER  
FORUM  
GLOSSAIRE  
BIBLIOTHÈQUE & RESSOURCES

VOTRE PROGRESSION  
075% ☆☆☆

VOS DÉPIS  
100 POINTS (CLASSEMENT - N.C.) [Voir le détail](#)

INTRODUCTION

Dans le monde de l'audit et du conseil, [PwC](#) a créé un jeu pour aider au recrutement, et identifier via les activités les Soft Skills des candidats.

Aux Etats-Unis, la banque SunTrust a lancé le onUp challenge pour développer l'éducation financière de ses épargnes :

<https://onupmovement.suntrust.com/onupchallenge/>.

Elle affiche même près de 5M de participants à ses différents programmes d'aide à la "confiance financière"

The onUp Challenge

Log In | Sign Up

What it's all about

Values Challenge

- 1 Confidence Clearing: Start your savings
- 2 Organization Oasis: Build your budget
- 3 Lender's Ledge: Scale past your debt
- 4 Risky River: Create your safety nets
- 5 Wealth Waterfall: Invest for your future
- 6 Home Buying Hollow: Manage your home
- 7

4,718,702 Participants\*

JOIN THE ONUP MOVEMENT

THE onUp CHALLENGE

The onUp Challenge: Game on!

Take your financial confidence to the next level. Accept The onUp Challenge, where you'll travel through the seven lands of Confidence Island to learn how to improve your financial life. Start by completing the Values Challenge below

En juin 2020, le magazine spécialisé Atlas Magazine a même publié un long article sur le thème de [L'assurance dans les jeux publicitaires et sérieux](#).



# C - EST-CE QUE VOUS L'EXPLOITEZ ? (les relais online et offline)

Vous avez créé du contenu de qualité, différenciant. Vous avez optimisé votre référencement naturel. Il est temps maintenant de diffuser ce contenu plus largement en le faisant connaître.

## SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX

### 14 Des publications Facebook ou LinkedIn “organiques”

Parlez à vos prospects là où ils se trouvent. Sur Facebook, sur LinkedIn, et pourquoi pas sur Instagram ou sur TikTok ?

Multipliez les formats : un visuel clé, un chiffre percutant, une citation, sans oublier l'incontournable vidéo. Les posts vidéos sur LinkedIn génèrent 2 à 3 fois plus d'engagement que leurs versions texte !





## 15 Contacts en 1:1 twitter

Notre Community Manager Alexandre interpelle régulièrement les marques ou personnes citées dans nos articles, Livres Blancs ou Infographies. Un bon moyen de partager nos créations et de remercier celles/ceux qui y ont contribué, de manière directe ou indirecte.

Outre Twitter, vous pouvez citer les personnes et marques dans les posts LinkedIn, comme ici pour notre capsule Assurance et l'interview de Ségolène de Dianous, Groupe MACSF.



## 16 Employés ambassadeurs (employee advocacy)

Comment vous appuyer sur une base d'employés loyaux et motivés pour démultiplier vos efforts de communication ? C'est toute la promesse de ces programmes d'employés ambassadeurs ou Employee Advocacy. Selon [bpifrance](#), l'employee advocacy présente 4 avantages :



Des exemples dans l'assurance ?

Cet [article d'Agefi](#) qui cite des employés du Crédit Agricole, BPCE, Allianz et AXA, qui ont mis en place des programmes. Avec une bonne préparation en amont, car il ne s'agit pas de relayer des infos "corporate", mais bien de partager.

Ainsi, les 1054 "ambassadeurs" du groupe Crédit Agricole ont accès chaque jour à des dizaines de contenus qu'ils peuvent partager avec leurs contacts.

Allianz s'appuie sur une dizaine de curateurs de contenu, et met ainsi à disposition des collaborateurs 700 à 800 contenus par an.

Pour accompagner les salariés, des guides, des MOOCs et des webinaires ont été élaborés.

Dernier effet de bord de ces programmes d'employés ambassadeurs : une fidélisation accrue des talents.

## CHEZ LES AUTRES

### 17 En commentaires sur d'autres publications

Ce n'est pas un grand secret, les algorithmes des réseaux sociaux aiment les commentaires, qu'ils considèrent comme des indicateurs forts d'engagement. Dans la

lignée des programmes d'employés collaborateurs, des commentaires pertinents sur des publications en rapport avec votre activité vont améliorer votre visibilité.

Et bien sûr, un commentaire qui se termine par une question est de nature à relancer la conversation.

## 18 En article invité (Guest Blogging)

Et si vous parliez de votre activité, de vos produits sur un autre site que celui de votre entreprise ? C'est le principe de [l'article invité](#), où un blog va héberger du contenu produit par des tiers. Bien évidemment, ce contenu doit être en lien avec la ligne éditoriale du blog. Mais il vous permet de toucher un public plus large que vos lecteurs habituels.

Quelques exemples :

2 articles proposés par bonne-assurance.com sur 2 sites d'entrepreneurs ([baselunaire](#) et [Freelance Life](#)).

Dans le 1er, la source n'est pas clairement identifiée, alors que dans le deuxième l'auteur apparaît dès le début de l'article.

Rédigés et mis en page dans des styles différents, ces deux articles ont en commun d'aider les communautés de ces deux sites à choisir leurs produits d'assurance.

The screenshot shows a blog post on the 'Freelance Life' website. The title is 'ENTREPRENEURS ET MICRO-ENTREPRENEURS, QUELLES ASSURANCES CHOISIR ?' with a sub-headline '8 minutes de lecture'. The author is identified as 'Par Invité de La Base Lunaire' and the category is 'Entrepreneuriat'. The main text begins with 'Assurances pour entrepreneur ou micro-entrepreneur, quel choisir ? Il y a de quoi s'arracher les cheveux quand on débute ! Je vous explique tout.' Below the text, there is a section titled 'Micro-entrepreneur : s'assurer pour développer son business avec sérénité' dated 'Posté le décembre 21, 2018 by Freelance Life Blog'. The article features a top-down photograph of a person's hands typing on a laptop on a desk with a coffee cup and headphones. Social media sharing icons are visible on the right side.

Sur le site [motorlegend](#), un article invité Allianz sur l'assurance auto.

Si la notion d'article invité apparaît dès le titre, la source n'est pas visible, hormis dans le seul lien présent dans l'article qui renvoie vers la page Assurance Auto Allianz.



















The screenshot shows a blog post on the 'Motorlegend' website. The title is 'Les nouvelles formules de l'assurance auto'. The article is dated 'Article invité le 21/06/2019'. The page features a navigation bar with categories like 'MAGAZINE', 'ANNONCES', 'AVIS', 'COMMUNAUTÉ', 'PHOTO', 'VIDEO', 'MARQUES', 'BLOG', 'MOTORGREEN', and 'TOP 5 CARS'. A prominent advertisement for the 'NOUVEAU MAZDA MX-30 ÉLECTRIQUE' is displayed at the top, with a price tag of 'À PARTIR DE 329€/MOIS'. Below the article title, there is a photograph of a yellow and orange car. A sidebar on the right contains the Mazda logo and the text 'MAZDA MX-30 ÉLECTRIQUE'.

Quant au rédacteur du site [Emprunter Malin](#), il propose ses services de rédaction sur les sujets immobilier, finance et assurance.

## 19 Sur les sites de questions / réponses

Sur [Quora](#), le sujet “Assurance” contenait 405 questions fin 2019, puis plus de 700 deux mois plus tard ! Beaucoup de questions liées au système de santé, un certain nombre répondues par les mêmes personnes. Néanmoins cette croissance récente témoigne de la vitalité à la fois du site de questions / réponses et du sujet.

On note également une évolution sur les sujets similaires et leurs nombres d’abonnés :

Fin 2019	Février 2020
<p><b>Sujets similaires</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li> <b>Assurance</b> 531 abonnés</li> <li> <b>Compagnies d'assurances</b> 48 abonnés</li> <li> <b>Gestion des risques et assurance</b> 169 abonnés</li> <li> <b>Assurance maladie</b> 668 abonnés</li> <li> <b>Accidents de voiture et de circulation</b> 251 abonnés</li> <li> <b>Assurance vie</b> 281 abonnés</li> <li> <b>Accidents et blessures</b> 1,1 k abonnés</li> </ul>	<p><b>Sujets similaires</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li> <b>Compagnies d'assurances</b> 55 abonnés</li> <li> <b>Assurance vie</b> 381 abonnés</li> <li> <b>Assurance maladie</b> 966 abonnés</li> <li> <b>Gestion des risques et assurance</b> 193 abonnés</li> <li> <b>Assurance auto</b> 425 abonnés</li> <li> <b>Services financiers</b> 164 abonnés</li> <li> <b>Accidents de voiture et de circulation</b> 474 abonnés</li> <li> <b>Assurances santé</b> 3 abonnés</li> <li> <b>Assurance habitation</b> 74 abonnés</li> <li> <b>Banques</b> 21,1 k abonnés</li> <li> <b>Sécurité sociale</b> 675 abonnés</li> </ul>

Sur ce sujet précis, le site OnCrawl consacre un [article complet](#) sur l'utilisation de Quora pour votre marketing digital. Au-delà de la réponse aux questions déjà posées, le site vous encourage même à utiliser Quora comme un mini-blog fournissant du contenu de qualité à vos lecteurs.

## 20 Sur les forums

Contrairement à certaines rumeurs, les forums sont encore très actifs.

En ce qui concerne le monde de l'assurance, on peut les regrouper en 3 catégories :

- 1- Les forums des sites de défense des consommateurs (60 Millions, Que choisir)
- 2- Les forums de sites spécialisés, notamment comparateurs (minute-auto)
- 3- Les forums "généralistes" avec des sections dédiées ou des questions précises

Sur les forums de [60 Millions de Consommateurs](#) ou [Que choisir](#), on peut trouver des échanges virulents au sujet des assurances. Mais on remarque aussi la présence des assureurs pour répondre rapidement aux points soulevés.

**Re: ALLIANZ, un assureur comme on ne les aime pas.** CITER

□ par **Mondial Assistance** > 07 Août 2018, 09:47

Bonjour [redacted],

Je suis sincèrement navrée de votre expérience avec nos services, la satisfaction de nos clients étant au coeur de nos préoccupations.  
Pouvez-vous m'indiquer votre numéro de sinistre en message privé svp? Cette référence m'est indispensable afin de me rapprocher du service Traitement des réclamations.  
Merci pour votre retour.

À bientôt,  
Audrey

Community Manager  
Mondial Assistance

**Mondial Assistance**  
Professionnel



Message(s) : 539  
Inscription : 24 Septembre 2013, 18:11  
Localisation : Saint Ouen

**Re: Pacifica assurance tous mobiles à déconseiller!** “

□ par **Pacifica** >

Bonjour [redacted],

Je m'appelle Laurent et travaille chez Pacifica.  
Votre message m'interpelle, je vous propose de transmettre votre dossier à notre service consommateurs.  
Le cas échéant, je vous remercie d'écrire un mail à "service.consommateurs@ca-pacifica.fr" en précisant :

- votre prénom
- votre nom
- votre numéro de contrat Pacifica
- votre numéro de téléphone
- un résumé de votre situation.

Je reste à votre disposition.  
Laurent - Pacifica

**Pacifica**  
Représentant d'une marque  
Messages : 3




En revanche, dans la logique de mettre en avant des publications, on remarquera que Que Choisir pousse la modération de contenu jusqu'à la suppression de tous liens sortants.

Parmi les autres forums très actifs également au sujet de l'assurance, on trouve [Minute Auto](#) et son forum Assurance Auto, et [Sports-Sante](#), avec son forum Finance.

À noter que ce dernier forum contient des encarts pour des liens sponsorisés, entre les posts des participants.

Liens sponsorisés



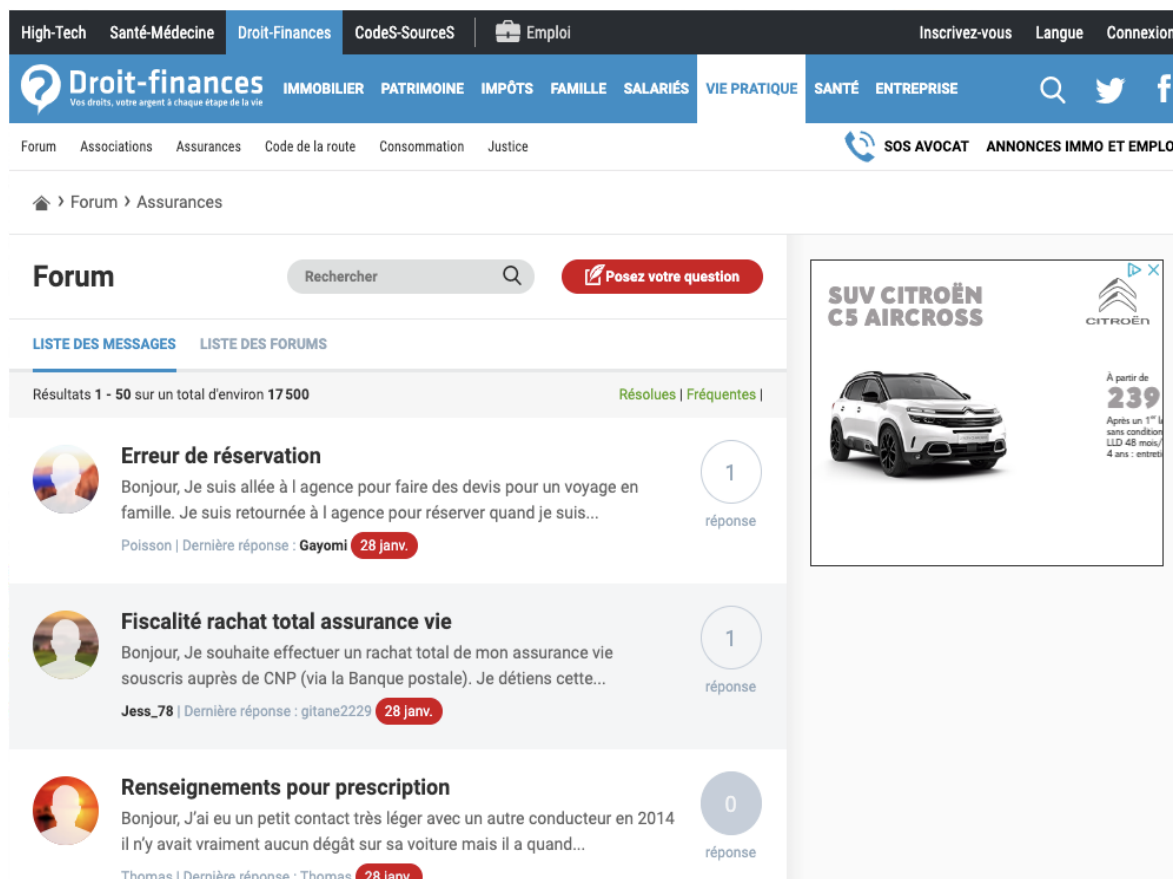
**Mutuelle Santé Pas Chère**

Offres dès 8.02 € / mois

Comparez les mutuelles santé en ligne et économisez. Faites le bon choix !  
c-mon-assurance.com

**OUVRIR**

Dernier forum, l'espace [Droit-Finances](#) de Comment ça marche, avec une section dédiée Assurances.



High-Tech Santé-Médecine **Droit-Finances** CodeS-SourceS Emploi Inscrivez-vous Langue Connexion

**Droit-finances** Vos droits, votre argent à chaque étape de la vie

IMMOBILIER PATRIMOINE IMPÔTS FAMILLE SALARIÉS VIE PRATIQUE SANTÉ ENTREPRISE

Forum Associations Assurances Code de la route Consommation Justice

SOS AVOCAT ANNONCES IMMO ET EMPLOI

Forum > Assurances

Forum Rechercher Posez votre question

LISTE DES MESSAGES LISTE DES FORUMS

Résultats 1 - 50 sur un total d'environ 17 500 Résolues | Fréquentes |

**Erreur de réservation**  
Bonjour, Je suis allée à l'agence pour faire des devis pour un voyage en famille. Je suis retournée à l'agence pour réserver quand je suis...  
Poisson | Dernière réponse : Gayomi 28 janv. 1 réponse

**Fiscalité rachat total assurance vie**  
Bonjour, Je souhaite effectuer un rachat total de mon assurance vie souscrite auprès de CNP (via la Banque postale). Je détiens cette...  
Jess\_78 | Dernière réponse : gitane2229 28 janv. 1 réponse

**Renseignements pour prescription**  
Bonjour, J'ai eu un petit contact très léger avec un autre conducteur en 2014 il n'y avait vraiment aucun dégât sur sa voiture mais il a quand...  
Thomas | Dernière réponse : Thomas 28 janv. 0 réponse

SUV CITROËN C5 AIRCROSS

À partir de 239  
Après un 1<sup>er</sup> L  
sans conditions  
LLD 48 mois/  
4 ans : entre

## PAR EMAIL

### 21 Dans vos newsletters

Que communiquez-vous dans vos newsletters ? Des informations pratiques, des nouvelles de l'entreprise ? Elles sont évidemment l'endroit idéal pour relayer le contenu produit par ailleurs, sur votre site internet, votre blog, en vidéo ou en podcast. Intégrez les newsletters dans votre planning éditorial, et prévoyez un relai de contenu par newsletter.

La newsletter Eficiens "[L'assurance en effervescence](#)" est fidèle à cette stratégie : toutes les semaines nous partageons nos meilleures lectures issues de nos recherches sur la blogosphère :

- Levées de fonds et bourse
- Partenariats
- Innovations
- Et nous ajoutons un Chiffre du Jour qui est souvent complété par du contenu publié sur notre blog



Par exemple le 7 mai 2021, le chiffre du jour porte sur le changement climatique. Dans la newsletter, nous proposons 4 paragraphes de contenu, et un lien vers deux articles sur l'assurance climat et l'assurance paramétrique.

## 22 Dans un workflow de marketing automation

Des workflows, vous en avez sans doute plusieurs :

- Lors de la première inscription de vos assurés, pour leur présenter les services et leur espace connecté
- Aux dates anniversaire des contrats
- Suite à des devis non transformés en souscription
- Pour des évènements particuliers (salon, table ronde, assemblée générale, ...)

Pourquoi limiter les emails composant ces workflows à l'information brute ? Vous pouvez très bien insérer en bas de page un lien vers un article pertinent, une vidéo, un contenu que vous venez de mettre en ligne.

Très peu d'assureurs ou de mutuelles le font aujourd'hui, c'est un espace encore disponible.

## 23 Via des emails personnalisés

À l'ère des conversations optimisées par l'intelligence artificielle et de l'hyper-personnalisation, votre communication se doit d'être en phase avec les besoins de vos sociétaires.

Pour chaque nouveau contenu produit, vous pouvez identifier les "cibles" les plus pertinentes parmi vos clients, et leur partager l'information via un email dédié du type "*Ce nouvel article pourrait vous intéresser*".

## EN VERSION PUBLICITAIRE

### 24 Google Ads en bassin d'audience affiné

Il ne faut pas négliger le reciblage. À partir d'une audience de visiteurs de votre site (ou d'une certaine section de votre site), vous pourrez ainsi cibler des requêtes génériques qui vous auraient été inaccessibles précédemment.

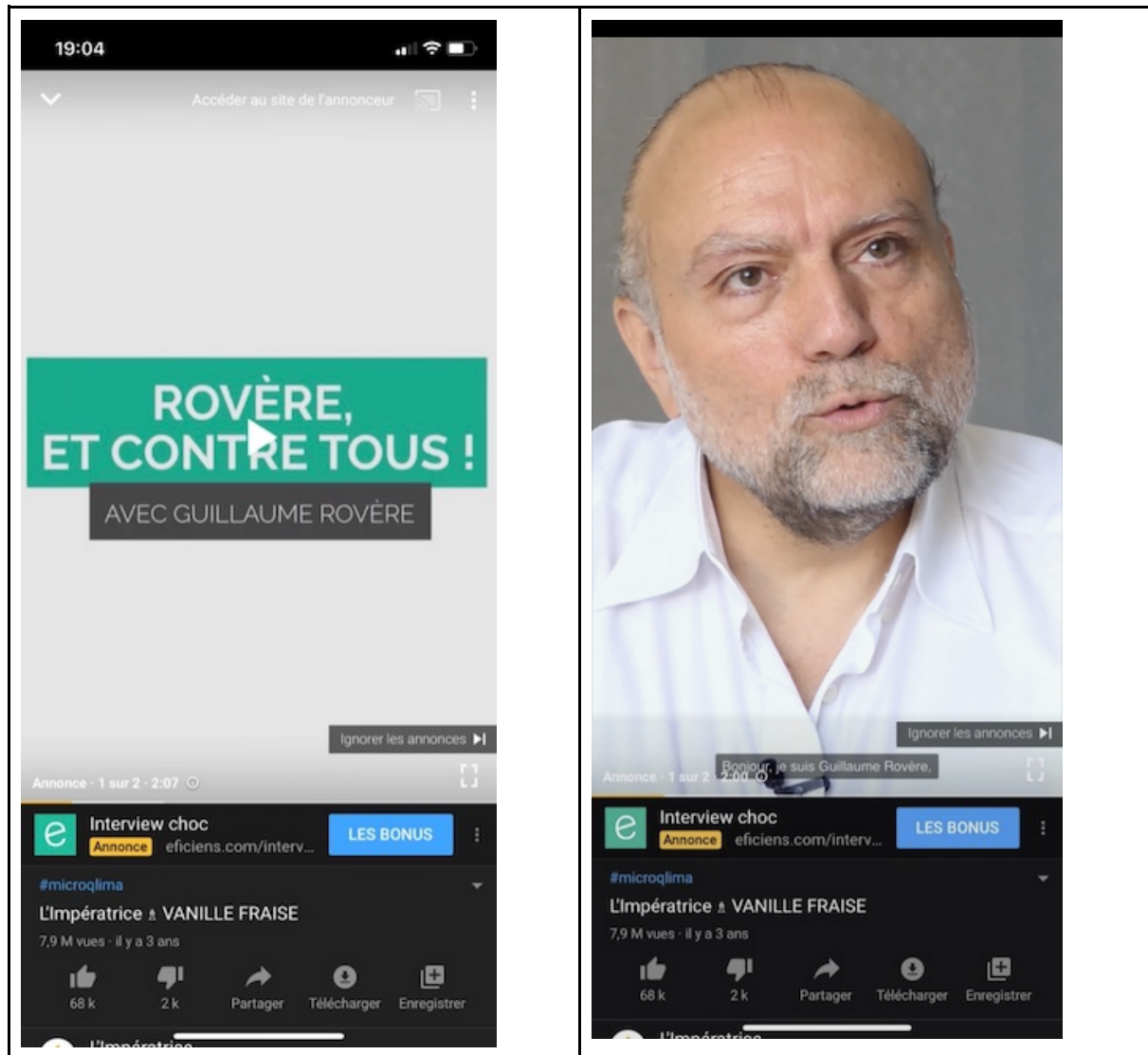
Prenons un exemple : vous êtes l'assureur métier de référence du petit commerce, et vous commercialisez aussi de l'assurance auto.

Si vous achetez directement le mot-clé “assurance auto” vous allez le sur-payer (jusqu’à 10€ le clic) et 98% du trafic acquis vous sera inutile. ROI compliqué dans ce cas pour une assurance auto à 300€ / an !

Mais si au contraire vous coupez votre campagne auto avec une audience de reciblage (appelées aussi RLSA), vous serez sûr de ne toucher que vos prospects potentiels pour de l’assurance automobile.

## 25 En publicités YouTube

Exemple concret avec nos capsules assurance, diffusées en première partie de vos vidéos, et optimisées pour les formats horizontaux et verticaux.



D’après Neil Patel, un vendeur automobile avait constaté un taux de conversion 4x supérieur avec la publicité vidéo.

## 26

## Des publications boostées Facebook ou LinkedIn

De nombreux formats sont disponibles sur les 2 réseaux. Sur [Facebook](#), vous pouvez privilégier le **poste sponsorisé « clic vers un site web »**.

C'est la superstar, le format historique, et cela reste, de loin, le vrai gagnant ! Simple et efficace, il prend la forme d'un post du fil d'actualité, mais n'est pas publié sur votre page (dark post) et, petite nouveauté, il supporte maintenant le GIF animé ! Le point clé de ce format : il combine redirection vers votre site via une sélection de boutons natifs ainsi que visibilité (image ou vidéo).

Son taux de clics moyen : 1,1%



## 27

## Des publicités en reciblage

Commencez par identifier les internautes qui sont allés jusqu'aux étapes de devis, voire de souscription, et n'ont pas terminé leur parcours - bien sûr en mode anonyme, dans le respect du RGPD.

Vous pouvez ensuite montrer à ces visiteurs des publicités hyper-ciblées qui vont s'intégrer dans leurs réseaux sociaux habituels, ou dans les espaces publicitaires des sites qu'ils visitent.

Le retour sur investissement est largement supérieur à une publicité non reciblée, puisqu'ici vous vous adressez à des prospects a priori (très) intéressés par vos produits et services.



## ET AUSSI

### 28 Dans la signature de vos emails

Quel est l'élément présent dans absolument tous les emails que vous envoyez à vos clients et prospects ?

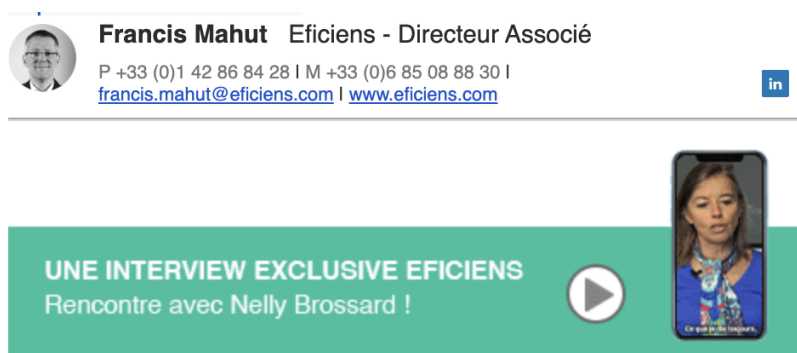
Votre signature.

Et si vous optimisiez cet espace pour aussi communiquer sur votre actualité ? Pas seulement commerciale, mais aussi contenu. Amener de la valeur en proposant de l'information complémentaire sans alourdir la conversation.

La signature email présente plusieurs avantages :

- Vous pouvez la modifier régulièrement, la gérer comme un espace de communication faisant partie de votre planning éditorial
- Elle peut être standardisée au niveau d'une organisation, et ainsi démultiplier les relais

La signature Eficiens est revue régulièrement pour intégrer nos dernières publications, comme ici avec la capsule vidéo de l'interview de Nelly Brossard.



### 29 Des relais sur votre page Google My Business

Votre page Google My Business est une vitrine importante pour plusieurs raisons :

- 1- Elle ressort systématiquement lors d'une recherche sur la marque
- 2- Chaque agence possède sa propre vitrine en ligne
- 3- N'importe quel internaute peut y laisser un avis

Environ 9 550 000 résultats (0,59 secondes)

www.groupama.fr ▾

**Groupama, assureur dans vos régions : vos devis d'assurance ...**

Vos devis d'assurance auto, habitation, santé... Et aussi nos assurances pour les pros et les agriculteurs. Souscrivez en ligne. Prenez rendez-vous avec un ...

**Les services de l'espace client**

Découvrez les services en ligne de l'Espace client Groupama ...

**Assurance auto**

Découvrez nos formules d'assurance auto, avantages ...

**Nous contacter**

Vous pouvez contacter Groupama par différents moyens : en vous ...

**Première visite sur l'espace ...**

Première visite sur l'espace client. Première visite sur ...

**Mutuelle Santé & Prévoyance**

Les points forts de la mutuelle santé Groupama Santé Active ...

**Groupama Rhône-Alpes**

Groupama Rhône-Alpes Auvergne ... Groupama Assurances ...

[Autres résultats sur groupama.fr »](#)



Horaires ▾

Trier par ▾

**A Agence Groupama De Crolles**

2,3 km · Crolles · 09 74 50 31 05  
Ouvert · Ferme à 12:30

[SITE WEB](#) [ITINÉRAIRE](#)

**B Agence Groupama De Domene**

7,4 km · Domène · 09 74 50 30 00  
Fermé · Ouvre à 09:00 (mar.)

[SITE WEB](#) [ITINÉRAIRE](#)

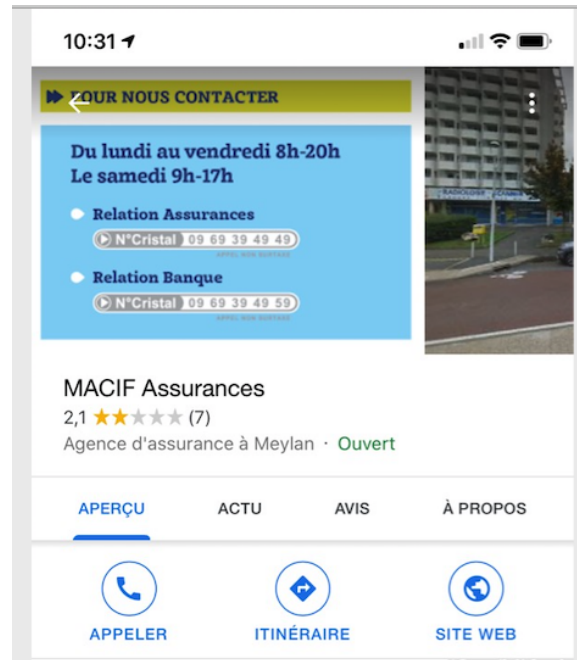
**C Agence Groupama De Meylan**

11,3 km · Meylan · 09 74 50 30 84  
Fermé · Ouvre à 14:00

[SITE WEB](#) [ITINÉRAIRE](#)

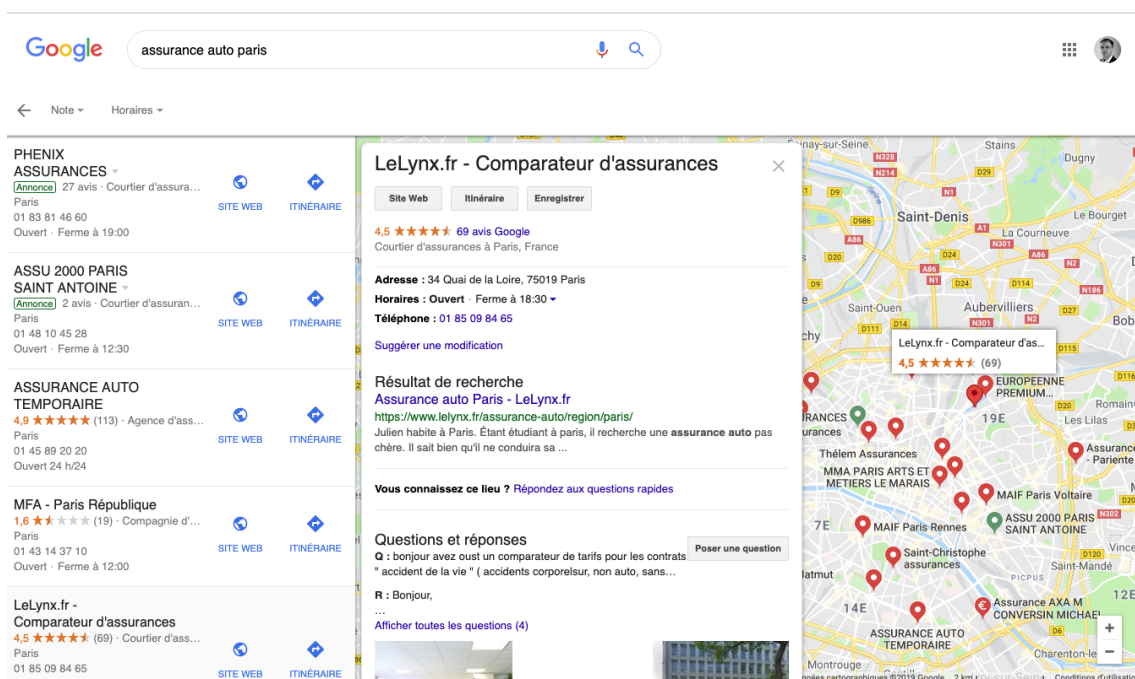
[☰ Autres adresses](#)

Dès l'aperçu des résultats, certaines agences en profitent pour afficher les horaires d'ouverture et les numéros de téléphone via les images du profil.



Voici quelques [conseils du Journal du Net](#) pour bien gérer votre page Google My Business :

- 1- Devenir propriétaire de votre fiche
- 2- Alimenter Google My Business, avec des images, des courtes vidéos, des posts...
- 3- Gérer l'interaction, les avis bien sûr, et aussi les questions/réponses qui vont nourrir la fiche
- 4- Penser complémentarité, avec votre site vitrine, et aussi les sites annuaires pour que les données soient toutes concordantes



## 30

## En auto-édition (Amazon ou autres)

Vous avez passé du temps à écrire des articles de qualité, rédiger des Livres Blancs pertinents. Et si vous les diffusiez sur des plateformes “officielles” ? Vous pouvez convertir vos contenus en livres électroniques et les rendre disponibles, voire les vendre sur les différentes librairies virtuelles.

On trouve par exemple sur Amazon le livre [Epargnant 3.0](#) d'Edouard Petit, en version dématérialisée et physique. Le livre est même assorti d'un site internet pour prolonger l'expérience.

Livres > Entreprise et Bourse > Bourse et Finance



[Voir les 2 images](#)

Suivre l'auteur



Edouard Petit

+ Suivre

### Epargnant 3.0 (Français) Broché – 21 novembre 2015

de [Edouard Petit](#) (Auteur)

★★★★☆ 295 évaluations

> [Voir les 3 formats et éditions](#)

Format Kindle

Emprunt abonnement [kindle](#)

Ce titre et plus d'un million d'autres sont disponibles sur [Abonnement Kindle](#). Le prix d'emprunt à la page est disponible [ici](#).  
4,99 € à l'achat

Broché

7,99 €

2 d'occasion à partir de 28,00 €  
3 neufs à partir de 7,99 €

Livré : 1 - 3 févr.

Livraison accélérée : ven. 31 janv.

Commandez dans les 5 h et 37 mins [Détails](#)

📍 [Entrez votre adresse](#)

Livraison GRATUITE (0,01€ pour les livres) en point retrait. [Détails](#)

Deuxième édition - Re septembre 2018 (données, fiscalité etc.)

Epargnant 3.0 vous montrera avec des mots simples, en moins de deux heures, qu'il est possible de révolutionner votre épargne et d'avoir une performance à faire pâlir les professionnels !

< [En lire plus](#)

Toujours dans cette logique de prolonger l'expérience inbound marketing, l'agence 1min30 a mis à la vente certains de ses livres blancs les plus emblématiques



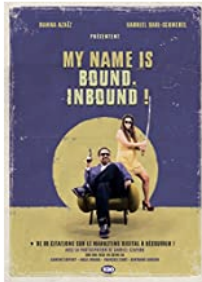
Marketing Automation, Faites plaisir à vos clients, accélérez votre business !  
de Stéphane Couleaud, Gabriel Dabi-Schwebel, et al. | 1 novembre 2019

★★★★☆ 3

Broché  
19,90€

✓prime Recevez-le demain le 30 janvier  
Livraison à 0,01€ par Amazon

Autres vendeurs sur Amazon  
15,22 € (12 offres de produits d'occasion  
et neufs)



My name is Bound : Inbound  
de Hanna Azaïz et Gabriel Dabi-Schwebel | 2 mars 2018

★★★★☆ 4

Broché  
18,90€

✓prime Recevez-le mercredi 5 février  
Livraison à 0,01€ par Amazon

Il ne reste plus que 3 exemplaire(s) en  
stock.

Autres vendeurs sur Amazon  
13,00 € (3 offres de produits d'occasion  
et neufs)

Alors que la recherche “conseils santé” regroupe plusieurs milliers de résultats sur les magasins en ligne Amazon ou FNAC, vous pourriez envisager de regrouper certains des articles phares de votre blog pour en faire un nouvel objet : un livre papier et/ou électronique. Que vous pouvez vendre ou offrir de manière promotionnelle.

Il peut aussi s’agir des contenus longs que nous avons évoqué au [point 12](#). Dans ce cas, les PDF sont peut-être déjà créés, vous avez l’opportunité de les diffuser sur de nouvelles plateformes. Et de travailler votre référencement une nouvelle fois, en optimisant résumés, visuels et mots-clés pour ces boutiques en ligne.

## 31 Dans les autres publications de l’entreprise

Vous produisez des notes de synthèse sur les marchés financiers ? Des vidéos d’experts sur l’évolution de l’automobile, de la santé ou du logement ? Tous les contenus peuvent se répondre, à condition que la plus-value pour les lecteurs soit réelle.

## 32 Des quiz plutôt que des sondages

Et si les quiz génèrent plus de prospects que des formulaires ? C’est l’opinion de [Neil Patel](#), preuves à l’appui : sur son propre site, il a augmenté de 281% ses prospects qualifiés.

Pourquoi ? Le côté ludique du quiz est un très bon générateur d’engagement.



Pour être efficace, Neil Patel donne 6 recommandations :

- 1- Avoir le bon outil
- 2- Donner de la valeur à la fin du quiz
- 3- Terminer sur une question permettant de qualifier votre prospect
- 4- Offrir un contenu personnalisé, basé sur les réponses
- 5- Garder en tête que le quiz n'est pas un sondage
- 6- Ne pas poser trop de questions (entre 7 à 13, avec 3-4 options)

## SANS OUBLIER L'OFFLINE

### 33 Sur les posters

Dans les salons et dans vos agences, les posters sont des espaces de communication idéaux pour mettre en avant vos contenus. Comme ils sont moins faciles à mettre à jour que des supports digitaux, privilégiez un lien stable : vers la page d'accueil de votre blog, ou mieux encore, un lien court qui ouvre directement le dernier article ? Vous pouvez également ajouter un QR Code pour faciliter la capture du lien, comme dans l'exemple ci-dessous :



D'autres exemples visibles en agence ou lors d'événements :



## 34 Relais via les commerciaux

En agence ou en clientèle, sur LinkedIn ou au téléphone, vos contenus sont autant de supports sur lesquels les commerciaux peuvent s'appuyer.

C'est d'ailleurs une extension des "employés ambassadeurs" dont nous avons parlé en début de cette troisième partie.



## 35 Distribution de print

Sur vos supports papier, vous avez bien évidemment un lien vers votre site internet ! Pourquoi ne pas ajouter une mention pour votre bibliothèque de contenu, ou votre blog. Ou un lien vers le formulaire d'inscription à votre newsletter.

Comme pour les posters en agence, le code QR peut être un bon moyen de simplifier l'accès à vos contenus.

**Rencontres santé**  
**MA SANTÉ AU FÉMININ**

**MUTUALITÉ FRANÇAISE**  
GRAND EST

**CORPS ET DÉSACCORDS :  
ÊTRE SOI-MÊME**  
MARDI 8 OCTOBRE

**MON CORPS ET MOI :  
LA VALSE DES HORMONES**  
MARDI 22 OCTOBRE

**CHARGE MENTALE :  
S'EN LIBÉRER**  
MARDI 29 OCTOBRE

**Les Conférences  
ont lieu à 19h30 à la  
Maison des syndicats  
1, Rue Sédillot  
à STRASBOURG**

Les partenaires :

Assurance Maladie  
CIDDFF  
agf  
Strasbourg.eu  
Les Diaconesses de Strasbourg

**INSCRIPTION CONSEILLÉE**  
Mutualité Française Grand Est  
06 49 85 62 31  
inscription@mfge.fr

INSCRIPTION EN LIGNE  
AVEC LE QR CODE

## 36 À l'occasion des évènements

Extension des 3 éléments mentionnés juste avant, les évènements que vous organisez, ou auxquels vous participez sont autant d'occasions de communiquer sur les contenus que vous produisez.

Par exemple, le [MAIF numérique tour](#) permet aussi de mettre en valeur les valeurs de la mutuelle, ainsi que la prévention avec la mascotte [Riskou](#) de Prévention MAIF.

The poster is for a digital day event. At the top left is the 'MAIF numérique tour' logo, and at the top right is the 'ECLA Jura Agglomération' logo. The main title is 'JOURNÉE DU NUMÉRIQUE' in large, bold, black letters. Below the title, it says 'Mercredi 3 octobre - Carcom'. A red circular badge with a hand cursor icon indicates the time 'de 9h à 17h'. To the right, it lists 'Fablab mobile' and 'Tables rondes, débats'. Below that, it says 'Programme sur [ecla-jura.fr](http://ecla-jura.fr)'. A red banner at the bottom contains the text '17h Conférence' and 'Gratuit'. The main topic of the conference is 'Qui contrôle internet et les médias sociaux ?' by Divina Frau-Meigs. At the bottom left, it says 'Sur inscription : [entreprise.maif.fr/internet-2018](http://entreprise.maif.fr/internet-2018)'. At the bottom right, there are logos for 'Lions de Saumur', 'Pays Léclorain SCOT', and 'MAIF'.

MAIF numérique tour

ECLA Jura Agglomération

Mercredi 3 octobre - Carcom

**JOURNÉE DU NUMÉRIQUE**

de 9h à 17h

Fablab mobile  
Tables rondes, débats

Programme sur [ecla-jura.fr](http://ecla-jura.fr)

17h Conférence **Gratuit**

**Qui contrôle internet et les médias sociaux ?**  
par Divina Frau-Meigs

Sur inscription : [entreprise.maif.fr/internet-2018](http://entreprise.maif.fr/internet-2018)

Lions de Saumur Pays Léclorain SCOT MAIF

# D- EST-CE QU'IL CONVERTIT ?

## (comment le faire convertir)

Vous avez produit du contenu pertinent et bien référencé. Vous avez des lecteurs intéressés. Mais est-ce que vous générez plus de devis et de souscriptions ? La prochaine étape est donc de transformer l'essai.

## Un objectif clair pour votre blog

Et d'abord, quel(s) objectif(s) souhaitez-vous atteindre ?

On trouve généralement 4 catégories :

- Améliorer la notoriété de la marque (et le référencement du site)
- Augmenter le trafic qualifié sur votre site via du contenu autre qu'institutionnel
- Valoriser les expertises présentes dans l'entreprise
- Accélérer les ventes en capturant les leads

Ces objectifs définissent autant de métriques, qui vont permettre de déterminer l'efficacité de votre stratégie de marketing de contenu :

- Nombre de visiteurs, temps passé, nombre de pages vues par session
- Positionnement de vos mots-clés dans les résultats de recherche naturelle
- Reprise de vos publications sur d'autres supports (posts, articles)
- Nombre de leads capturés
- Nombre de leads transformés

Une fois ces objectifs clairement définis, vous pourrez mettre en place un tableau de bord.

## Des CTA percutants

CTA c'est quoi ?

Vos Call-To-Action, ces boutons qui vont encourager les lecteurs de votre blog à transformer l'essai. Que ce soit laisser son adresse email pour recevoir plus d'informations, ou faire une demande de devis, ou être contacté.

L'emplacement, la forme et le texte de vos CTA sont critiques.

Selon les experts du marketing de contenu [HubSpot](#), voici 8 types de CTA qui vont bien fonctionner :

1. À la fin de l'article, pour encourager vos visiteurs à aller plus loin après la lecture

2. Les liens vers vos réseaux sociaux (“Suivez-nous sur LinkedIn, Twitter, etc…)
3. Les citations “prêtes à tweeter”
4. L’inscription aux nouveaux articles
5. L’invitation à commenter - ce n’est même pas forcément un bouton ! Cela peut être une simple accroche du type “Comment faites-vous dans votre entreprise ?” et cela crée de l’engagement. Et souvent
6. Un CTA qui arrive avec un décalage (physique ou dans le temps)
7. Un lien dans l’article lui-même
8. Dans la barre latérale de votre blog

Sur le site [entreprendre autrement](#) d’AXA, on trouve dans la barre latérale un bouton de contact, et une inscription aux nouveaux articles :

**Deux jours pour faire accélérer votre projet entrepreneurial !**  
28/01/2020 Salon des

Futurs dirigeants, indépendants, startup, dirigeants et entrepreneurs, ne manquez pas le plus grand rassemblement d'entrepreneurs !

**L'événement entrepreneurial à ne pas manquer**

Vous souhaitez lancer ou accélérer votre business ?

Comme 65 000 entrepreneurs ou en devenir, participez pendant 2 jours à cette nouvelle édition du Salon des Entrepreneurs les 5 et 6 février 2020 au Palais des Congrès de Paris.

Retrouvez également sur place 2000 experts, 250 exposants sans oublier près de 200 conférences et ateliers.

Le + : l'inscription est gratuite !!

**Se lancer aux côtés d'une marque forte**

Notre partenaire AXA sera présent au stand 143 / Hall 1.

Alors si vous souhaitez en savoir plus sur les opportunités d'indépendants tout en étant adossé à une marque forte, n'hésitez pas à aller la rencontre des équipes AXA, elles seront ravies de vous présenter les différents métiers d'entrepreneurs soutenus par leur marque !

Pour en savoir plus, c'est [ICI](#) !

Si on parlait de votre projet ?

**INTÉRESSÉ(E)**

VOUS SOUHAITEZ RECEVOIR LES ACTUALITÉS DU BLOG ?

E-mail

**VALIDER**

De son côté, [Allianz Travel](#) privilégie les boutons dans le header du site, avec à la fois la souscription par téléphone et le bouton de devis en ligne. Et ajoute un CTA en bas de page pour encourager à l’appel.



## Avoir un job à l'étranger : l'immersion totale

Pas de miracle : pour avoir le privilège de travailler à l'étranger de façon temporaire ou durable, il vous faudra montrer patte blanche ! Mais toutes les destinations n'auront pas le même niveau d'exigence, et certains dispositifs peuvent vous faciliter la tâche.

### Sommaire

- Travailler dans un autre pays européen : Quelles conditions ?
- Hors europe : Quelles solutions pour travailler à l'étranger ?
- Quels types d'emploi sont disponibles à l'étranger ?

Comment préparer un contrat de détachement à l'étranger ?

Vivre à l'étranger

→ EN SAVOIR PLUS

Comment remplir son formulaire de visa Schengen ?

Vivre à l'étranger

→ EN SAVOIR PLUS

Tout savoir sur le formulaire S1

Vivre à l'étranger

→ EN SAVOIR PLUS

← 1 / 9 →

### Besoin d'information pour obtenir un devis ?

Appelez-nous du lundi au vendredi de 9H à 18H

+33 (01) 42 99 82 82



Pour revenir aux conseils HubSpot, suivant la sophistication de votre site, vous pouvez aller jusqu'à personnaliser les CTA en fonction du profil de vos visiteurs. Au minimum, différencier les premières visites de ceux qui reviennent vous consulter.

Comble du raffinement, sur une de leur page, ils affichent 3 CTA différents en fonction du profil des visiteurs : simple visiteurs, prospect ou client.

What Visitors See:

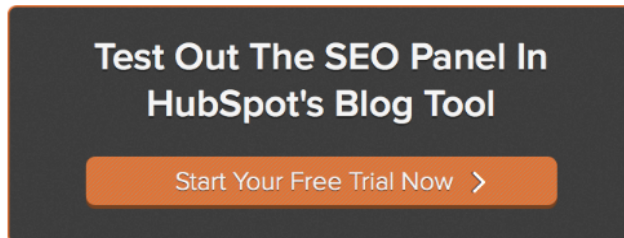


**Free Guide: 17 SEO Myths to Leave Behind in 2014**

Separate SEO fact from fiction & stop wasting your time on SEO strategies that don't work.

[Get My Free Guide](#)

What Leads See:



**Test Out The SEO Panel In HubSpot's Blog Tool**

[Start Your Free Trial Now >](#)

What Customers See:



*The SEO Optimization Worksheet*

a guide to

Optimizing Keywords, Increasing Traffic, and more!

[Download Now >](#)

Enfin n'oubliez pas de faire des tests A/B sur vos CTA. Sur un bouton vous pouvez faire varier la couleur, la taille, la position, le texte, les effets - et chaque élément aura un impact.

## Un Analytics au Top

Vous avez défini un/des objectif(s) pour votre blog. Vous avez agrémenté vos publications de CTA pertinents et bien placés. Comment savez-vous si tout cela convertit ? Sans Analytics vous ne saurez rien !

## Google Analytics installé correctement sur tout le site

Première étape, évidemment, installer Google Analytics sur toutes les pages. Soit en direct, soit via un gestionnaire de balises comme Google Tag Manager.

A minima, vous aurez les informations de fréquentation : qui, quand, quoi, où, par où, et combien de temps.

Ou en terme Analytics :

- Visiteurs, avec une partie de profil démographique et technique
- Dates
- Pages vues et temps passé
- Sources de trafic (SEO, SEA, direct, ...)

Pour avoir les clics sur vos CTA, il faudra ajouter des trackevents. Idem si vous souhaitez savoir si les articles ont été lus en entier ou juste le début.

## Des objectifs clairement définis

Dans Google Analytics, vous allez définir des macro- et micro-objectifs.

Un **macro-objectif** représente souvent la conversion de votre visiteur en client. Par exemple la souscription à un contrat d'assurance. Vous aurez un nombre limité de macro-objectifs.

Un **micro-objectif** est un signal plus faible qui indique l'intérêt de vos visiteurs, et dont l'accumulation les transforme en prospects, puis en clients. Par exemple l'inscription aux articles du blog, le clic sur une demande de contact, la lecture d'un article en entier, etc...

Tous ces objectifs vous permettront de piloter votre stratégie de contenu.

## Search Console intégré pour optimiser le référencement

Les premiers chapitres de ce Livre Blanc étaient consacrés à la visibilité de votre blog, et notamment son référencement naturel. Votre meilleur ami pour optimiser le référencement est l'outil gratuit [Google Search Console](#).

## Les pixels de remarketing pour les publicités reciblées

Les publicités reciblées citées en 3<sup>ème</sup> section fonctionnent parce qu'en amont vous avez pris soin d'identifier vos visiteurs. Pour cela, un pixel doit être posé sur toutes les pages de votre site. En direct, ou via un gestionnaire de balises comme Google Tag Manager.

## Un reporting solide pour analyser rapidement les tendances

Vous devez pouvoir visualiser rapidement si les objectifs définis en amont ont été atteints. Et pouvoir ensuite "creuser" le sujet avec un certain nombre d'indicateurs complémentaires. C'est tout l'objet du reporting que vous allez mettre en place à partir des données collectées sur votre site.

Pour la majorité des campagnes que nous menons avec nos clients, nous utilisons [Google Data Studio](#) pour produire des rapports efficaces qui permettent rapidement de comprendre et d'agir.



## Un parcours d'embasement sans accros

Si nous mettons tous les éléments précédents bout-à-bout, vous avez :

- Un objectif clair pour votre blog
- Des CTA cohérents avec cet objectif
- Un Analytics qui vous permet de mesurer l'efficacité de vos contenus et l'atteinte de vos objectifs

Il reste à travailler le chemin : que votre parcours soit le plus fluide possible, pour éviter les pertes à chacune des étapes. Mobile et Desktop.

## BONUS - 2 TECHNIQUES QUE VOUS N'AVEZ (PEUT-ÊTRE) PAS ESSAYÉES

### 37 Dans les petites annonces de recrutement

On parle beaucoup de marque employeur. Et les petites annonces sont également un endroit où vous communiquez sur la marque, les valeurs, et pourquoi pas votre actualité !

Voici un exemple tiré d'une annonce Eficiens publiée sur Indeed, avec un lien vers la page d'accueil du site :

# DIRECTEUR DE CLIENTÈLE GRANDS COMPTES (H/F)

Eficiens ★★★★★ 6 avis - Paris (75)

Postuler

Eficiens est une agence digitale indépendante. 15 ans d'expérience, 2 métiers (media et créa), 2 sites (Paris et Annecy), de grands clients et de beaux et inspirants projets.

Toutes les infos sur : <http://www.eficiens.com>

Et un exemple d'une offre publiée par AXA, toujours sur Indeed.

Publiez votre CV - Postulez à plus de 60 000 emplois depuis n'importe quel appareil

Emploi AXA France

Trier par : pertinence - date Page 1 de 497 emplois

**Conseiller Commercial AXA (F/H) - Côte d'Or (21)**

AXA France 3,9 ★

Dijon (21)

- Leader mondial de l'assurance et de la gestion d'actifs, AXA aide ses 100 millions de clients à traverser les petites et grandes difficultés de la vie et les...

il y a 27 jours · Sauvegarder

**CDI - Conseiller commercial AXA (F/H) - Nérac (47)**

AXA France 3,9 ★

Nérac (47)



- Vous recherchez une entreprise solide, dynamique et orientée digital où votre implication et votre niveau de performance commerciale détermineront votre...

il y a 26 jours · Sauvegarder

**Conseiller commercial AXA (F/H) - Dpt 60**

AXA France 3,9 ★

Compiègne (60)



**Conseiller Commercial AXA (F/H) - Côte d'Or (21)**

AXA France ★★★★★ 3,467 avis - Dijon (21)

CDI

Continuer pour postuler

Leader mondial de l'assurance et de la gestion d'actifs, AXA aide ses 100 millions de clients à traverser les petites et grandes difficultés de la vie et les accompagne dans la sécurisation de leurs projets. Pour aider ses collaborateurs dans leur mission, AXA se donne comme priorité de prendre soin d'eux.

Dans le cadre de notre développement, nous recherchons avant tout des commerciaux au tempérament accrocheur s'épanouissant dans le développement commercial terrain.

**Vous êtes autonome ? adaptable ? persévérant ? Vous aimez convaincre ?**

Rejoignez le réseau AXA Epargne et Protection.

Devenez un spécialiste en Epargne et Protection Sociale (prévoyance, dépendance, retraite) auprès d'une clientèle variée : professionnels, libéraux, artisans, commerçants et chefs d'entreprise.

Votre future mission chez AXA : En tant que conseiller commercial, votre rôle est de protéger nos clients dans tous les événements importants de leur vie et leur garantir accompagnement et sécurité.

Pour cela vous aurez pour missions de :

- Conquérir une clientèle variée : professionnels libéraux, artisans,



## 38 Des cours en ligne plutôt que des eBooks

Et si la prochaine frontière était la formation en ligne ? D'après l'expert en marketing Neil Patel, un bon moyen de recruter des lecteurs, puis des prospects, peut-être de leur proposer un cours en ligne. Gratuitement.

Vous diffusez ainsi vos informations sous forme plus digeste, et les adresses email collectées sont autant de points d'entrée pour de futures communications.

En 2015 et 2016, la GMF avait proposé avec "[J'assure en MOOC](#)" une formation en ligne gratuite pour réussir son projet immobilier dans la première version, puis apprendre à dynamiser son épargne et ses placements dans la deuxième version.



## À propos

En 2015 est une agence de communication et de publicité sur le secteur Assurance-Mutuelle.

Nous connaissons **votre métier** et nous sommes **actifs sur le digital** depuis 15 ans !

Nos services :

1. Conseil et accompagnement stratégique
2. Conseil et achat média
3. Dispositifs d'activation web

Nos références :

**Assurances et Banques** : Groupama, BPCE, Alptis, BNP Paribas Cardif, Galian...

**Mutuelles** : Groupe MACSF, Harmonie Mutuelle, Mutualia, Unéo, Intériale, MCEN, Mutuelle Bleue, La France Mutualiste ...

**Réassureurs** : CCR, APREF...

**Autres clients du domaine des services** : La Poste, Econocom, Éditions Législatives...

Découvrez tous nos cas clients sur notre [blog](#).

## AUTEUR



**Eric Bouchet**

Expert secteur Assurance

## CONTACT

Besoin d'en savoir plus ? Nous serons ravis d'échanger avec vous.

### **Eficiens Paris**

116 bd Diderot - 75012 PARIS  
+33 01 84 17 70 20

### **Eficiens Annecy**

105 av. de Genève - 74000 ANNECY  
+33 04 50 82 11 70

[contact@eficiens.com](mailto:contact@eficiens.com) – [www.eficiens.com](http://www.eficiens.com)