



Gagner de l'argent sur internet «Ebooks Droits de revente» «Logiciels» «Outils» «Formations»

**Trucs et astuces secrets des
Articles de Marketing !**



Chapitre 1 : ⌚ Introduction au marketing d'articles ? ⌚ Qu'est-ce que le marketing d'articles ? ⌚ Importance de la commercialisation d'articles ? ⌚ Qu'est-ce que le marketing viral ? ⌚ Comment fonctionne le marketing viral ? ⌚ Portée et importance du marketing viral ?

Chapitre 2 : ⌚ Comment développer une stratégie de marketing d'article efficace ? ⌚ Étape n° 1 : Création d'un article approprié ? ⌚ Étape n°2 : Soumission de l'article ? ⌚ Étape n°3 : Mesurer l'efficacité ?

Chapitre 3 : ⌚ Qu'est-ce qu'un article réussi ? ⌚ Un article réussi ? ⌚ Mise en garde ?

Chapitre 4 : ⌚ Comment créer un contenu d'article efficace ?

Chapitre 5 : ⌚ Tactiques pour générer du trafic Web ?

Chapitre 6 : ⌚ Conseils pour booster le classement SEO ? ⌚ Le classement SEO et sa signification ? ⌚ Lignes directrices pour améliorer les classements SEO ?

Chapitre 7 : ⌚ Créer des liens de retour et sa signification ? ⌚ Qu'est-ce qu'un lien de retour ? ⌚ Importance des liens de retour ? ⌚ Stratégies pour créer des liens de retour de qualité ? ⌚ Promouvoir le marketing d'article via les flux RSS ? ⌚ Qu'est-ce que le RSS ? ⌚ Avantages de l'utilisation du RSS ? ⌚ Comment ?

Chapitre 8 : ⌚ Promouvoir le marketing d'article via les flux RSS ? ⌚ Qu'est-ce que le RSS ? ⌚ Avantages de l'utilisation du RSS ? ⌚ Comment fonctionne le RSS ?

⌚ Promouvoir le marketing d'article via les flux RSS et son importance ?

Chapitre 9 : ⌚ Conseils pour développer une boîte de ressources d'auteur convaincante ? ⌚ Qu'est-ce qu'une boîte de ressource d'auteur et sa signification ? ⌚ Conseils pour développer une boîte de ressources convaincante ? ⌚ Mots de mise en garde ?

Chapitre 10 : ⌚ Conseils de soumission d'article pour générer une exposition maximale ? ⌚ Sites Web connexes ? ⌚ Éditeurs de contenu en ligne ? ⌚ Les publier sur des blogs populaires connexes ? ⌚ Forums ? ⌚ Sites de distribution d'articles ? ⌚ Répertoires d'articles ?

Chapitre 11 : ⌚ Profitant des annuaires d'articles ? ⌚ Avantages des annuaires d'article ? ⌚ Tactiques pour extraire un avantage maximum ?

Chapitre 12 : ⌚ Automatisation du marketing d'articles ? ⌚ Qu'est-ce que l'automatisation du marketing d'article ? ⌚ Avantages de l'automatisation du marketing article ?

Chapitre 13 : ⌚ Avantages du marketing d'article ? ⌚ Il nécessite l'investissement le plus bas ⌚ Vous aide à développer votre crédibilité et votre confiance ⌚ Il vous aide à améliorer votre expertise ⌚ Il offre une existence à long terme ⌚ Sauvez et réinvestissez dans votre travail ⌚ Utiliser les articles de diverses autres manières ⌚ Vous manquez de temps ou de connaissances ? C'est pas grave ça marche toujours !

Chapitre 14 : ⌚ Stratégies promotionnelles d'entreprise par le biais du marketing d'article ?

Chapitre 15 : ⌚ Mesurer l'efficacité d'une campagne de marketing d'articles ? ⌚ Pourquoi mesurer l'efficacité d'une campagne de marketing d'article ? ⌚ Façons de mesurer l'efficacité ? ⌚ À faire et à ne pas faire du marketing d'article ? ⌚ Dos du marketing d'article ? ⌚ À ne pas faire de l'article Marketin ? ⌚ A ne pas faire du marketing d'article ?

Chapitre 17 : ⌚ Différence entre le marketing d'article et la rédaction d'articles ?

Chapitre 18 : ⌚ Article Marketing - dans une vue à vol d'oiseau

=====

Chapitre 1

Introduction au marketing d'articles

« Vous pouvez avoir des idées brillantes, mais si vous ne pouvez pas les faire passer, vos idées ne vous mèneront nulle part. »

C'est un fait bien connu que les entreprises ont besoin de marketing pour survivre. Peu importe la qualité de votre produit ou l'excellence de vos services ou de vos idées, vous devez toucher les masses afin de générer des ventes, sinon vous n'irez nulle part. L'importance du marketing a également été soulignée par le PDG de Nike, Phil Night, qui a dit un jour que,

« La chose la plus importante que nous faisons est de commercialiser le produit. Nous en sommes venus à dire que Nike est une entreprise axée sur le marketing et que le produit est notre outil marketing le plus important ».

==> PDG de Nike

Comme nous le savons tous, les produits et services évoluent avec la demande, tout comme les techniques de marketing.

Auparavant, la presse écrite, la radio et la télévision étaient considérées comme les sources de marketing, mais maintenant avec l'avènement d'Internet, le marketing en ligne s'épanouit

de jour en jour et devient la source de partage d'informations la plus rapide et la moins chère presque partout dans le monde. Alors qu'Internet évolue en tant que site Web social avec une communication interactive, le marketing Internet a gagné en popularité.

Diverses statistiques révèlent que la publicité en ligne a atteint des dizaines de milliards de dollars par an, en quelques années seulement.

Selon un rapport publié par Price Water House Coopers (PWC), qu'en 2006, 16,5 milliards de dollars US devaient être dépensés pour le marketing en ligne aux États-Unis.

Toujours au Royaume-Uni, l'Internet Advertising Bureau (IAB) a signalé que le marketing Internet a prospéré ces dernières années, devenant une industrie de plusieurs millions de livres. Selon une étude réalisée par les dépenses de publicité en ligne au Royaume-Uni pourraient atteindre 1 milliard de livres pour la première fois, alimentées par une utilisation accrue du haut débit.

Ces chiffres prônent l'importance croissante du marketing Internet !

« Les derniers résultats réaffirment l'importance croissante d'Internet pour les spécialistes du marketing »

d'intégrer la publicité en ligne dans leurs plans médias globaux. »

C'est la raison pour laquelle les entreprises s'engagent constamment dans l'adoption de diverses stratégies de marketing Internet réussies afin d'atteindre leurs marchés cibles et le marketing d'article est l'un des plus efficaces de tous.

Ce texte est dédié à vous donner des informations détaillées sur le marketing d'article. Si vous voulez devenir un spécialiste du marketing en ligne à succès et que vous souhaitez vous démarquer de vos concurrents en incorporant des tactiques de marketing d'article efficaces.

ce E-book vaut essentiellement la peine d'être lu pour vous et vous aidera à explorer ce qu'est le marketing d'article, son importance, sa portée, ses avantages , comment créer une stratégie d'article efficace et utiliser de précieuses tactiques de marketing d'article et bien plus encore.

Mais avant d'entrer dans les détails, commençons par une introduction sur le marketing d'article et comment il est associé au marketing viral, un autre phénomène de marketing en ligne.

Qu'est-ce que le marketing d'articles ?

Le marketing d'article est une forme de marketing en ligne que les entreprises intègrent pour annoncer des produits et services sur le marché potentiel.

Le terme marketing d'article n'est pas nouveau pour nous, bien que sa forme ait été considérablement modifiée.

Traditionnellement, le marketing d'article se faisait par le biais de la presse écrite, car c'était le seul moyen de communication de masse.

Les entreprises ou les entreprises dans le but d'augmenter leur clientèle avaient l'habitude de fournir gratuitement un contenu utile sous la forme d'un article aux principaux journaux.

Les journaux publient à leur tour ces articles et impriment en retour les coordonnées de l'entreprise avec l'article.

Par exemple, les consultants en visas peuvent soumettre un article sur les dernières réglementations en matière de visas et le journal peut publier cet article avec le nom et les coordonnées des consultants en visas.

C'est donc une situation gagnant-gagnant pour les deux joueurs.

Aujourd'hui, le marketing d'article a pris la forme d'un marketing d'article sur Internet.

Les entreprises d'aujourd'hui, afin de commercialiser leurs services et produits auprès des clients et de créer une notoriété de la marque, s'engagent dans des activités de marketing d'article via divers annuaires d'articles en ligne comme ezine et bien d'autres.

En publiant leurs articles dans divers annuaires d'articles et en liant des articles aux pages de leurs propres sites Web, les entreprises peuvent générer des prospects pour leurs entreprises afin de prospérer.

Certains spécialistes du marketing en ligne essaient souvent, afin de maximiser les résultats de leur campagne de marketing d'article en ligne, de soumettre leurs articles à plusieurs répertoires d'articles.

Importance de la commercialisation d'articles

Comme nous l'avons mentionné précédemment, Internet devient une source de communication plus large.

Ce fait est en soi suffisant pour manifester l'importance croissante du marketing d'article en ligne. Aujourd'hui, les

entreprises lancent largement des campagnes de marketing d'articles pour développer de plus en plus de prospects pour leur entreprise.

Avant d'explorer davantage le marketing d'article, il est essentiel de mentionner que le succès du marketing d'article dépend énormément des stratégies utilisées par un spécialiste du marketing pour développer et exécuter une campagne de marketing d'article en ligne et qu'Internet devient de plus en plus un média social.

Le marketing viral devient essentiel pour tout type de campagne de marketing en ligne, y compris le marketing par article.

Les spécialistes du marketing qui souhaitent commercialiser leurs produits et services en créant et en publiant des articles en ligne doivent mettre en œuvre une campagne de marketing viral efficace pour améliorer l'affectivité de leurs efforts de marketing d'article.

Dans le reste de ce chapitre, nous explorerons le marketing viral, sa portée et son importance.

Qu'est-ce que le marketing viral ?

Le marketing viral est essentiellement un marketing de bouche à oreille généré par le biais de sites Web sociaux. Il est défini comme une technique de marketing qui utilise des réseaux sociaux préexistants comme You Tube, Face Book, Twitter, etc. pour accroître la notoriété de la marque, améliorer les ventes et atteindre d'autres objectifs marketing grâce à des processus viraux auto-répliquants.

Le marketing viral est une dernière stratégie marketing qui peut vous apporter des milliers de nouveaux abonnés sans encourir des coûts énormes.

C'est un phénomène de marketing qui se caractérise par un taux de transmission élevé d'une personne à l'autre car il est lié d'un profil à l'autre.

Ainsi, en raison de sa nature auto-répliquante, il facilite et encourage les gens à faire passer un message marketing plus rapidement et plus largement à un plus grand nombre d'audience.

C'est la raison pour laquelle il est appelé viral, car le terme viral est analogue à virus et les messages via le marketing viral se propagent aussi rapidement que la propagation de virus ou de virus informatiques.

Comment fonctionne le marketing viral ?

Le marketing viral est une question de connexions et de développement de liens. Plus une entreprise peut établir de relations de qualité, plus elle peut générer de prospects.

Plus ils créent de prospects commerciaux, plus il y a de chances que le prospect finisse par acheter un bien ou un service.

Aujourd'hui, de nombreuses organisations embauchent des services de marketing viral (VMS) pour obtenir leur point de vue professionnel sur la technologie Internet avancée et leur expertise dans des stratégies de marketing efficaces.

En incorporant un système de collecte de profils sociaux, une société VMS crée des interconnexions avec des sites Web et des groupes de médias sociaux spécifiques au marché cible de leurs clients.

Non seulement aux sites Web de médias sociaux courants comme Facebook, Twitter, etc., Internet abrite plus de 300 000 fournisseurs de services Web de communauté sociale, qui compte une énorme communauté d'utilisateurs actifs.

Par conséquent, en maintenant activement une base de données analytique étendue de ces connexions, une société VMS peut lier avec succès une entreprise à ses clients cibles.

Il est également essentiel pour un spécialiste du marketing de créer et de développer un message qui suscite l'intérêt du public.

Ce message peut être n'importe quoi allant d'un article, un e-mail, un eBook, une vidéo, un jeu Flash ou même à un logiciel qui peut être téléchargé. C'est le partage de l'un d'entre eux qui rend l'élément "**viral**".

La plupart des sites Web offrent des informations commerciales gratuites en ligne sous forme de livres électroniques, de revues, d'articles, etc. à leurs abonnés.

Dans un tel cas, le matériel gratuit fourni doit être viral et si l'on l'aime, le message peut se propager considérablement parmi les autres. Par conséquent, en incorporant des outils de marketing viral, on peut mettre en œuvre une stratégie de marketing efficace et promouvoir tout type de marketing par exemple, le marketing d'article, le marketing de livre électronique, etc.

Portée et importance du marketing viral

Le marketing viral a le potentiel de générer rapidement du buzz sur votre entreprise.

Une fois qu'un spécialiste du marketing lance une campagne virale, sa nature auto-répliquante diffuse le message à des masses de prospects et la nature virale en fait une campagne marketing à faible coût et à faible entretien.

En plus de cela, il est également considéré comme une source plus fiable, car votre message ou vos produits sont transmis aux gens et non à vous, par conséquent, il est généralement plus fiable par vos prospects et construit une image de marque positive et développe de meilleures perspectives pour votre entreprise.

De plus, avec l'amélioration constante de la technologie, la portée et le succès du marketing viral se sont également améliorés.

Les statistiques révèlent que près des deux tiers de la population Internet mondiale visite désormais un réseau social ou un site de blog chaque semaine.

Une dernière étude de Pew Internet montre également que les réseaux sociaux sont en train de devenir une source d'information populaire et que près de 89 % des personnes

transmettent des nouvelles, des événements et des informations spécifiques aux fournisseurs aux personnes de leur réseau.

En présence de telles statistiques, il est évident que les entreprises, grandes ou petites, ne peuvent pas supporter l'importance croissante du marketing viral et elles doivent intégrer une stratégie de marketing viral pour assurer le succès de leur campagne de marketing en ligne et, par conséquent, cela s'avère être l'un des outils efficaces.

Pour le succès des efforts de marketing d'article.

Après avoir discuté du rôle du marketing viral, explorons d'autres connaissances sur le marketing d'article dans le reste du livre.



Chapitre 2

Comment développer une stratégie de marketing d'article efficace

Le marketing d'article joue un rôle crucial dans le succès de toute entreprise en ligne. C'est un moyen efficace d'élargir la présence en ligne de votre entreprise.

En utilisant une stratégie de marketing d'article appropriée, les entreprises peuvent non seulement profiter des avantages d'un trafic accru sur leur site Web et générer des prospects et de nouveaux clients, mais peuvent également renforcer la notoriété de la marque et la réputation de l'entreprise en ligne.

Dans ce chapitre, nous allons explorer comment créer une stratégie de marketing d'article efficace.

Les différentes étapes impliquées dans l'élaboration d'une stratégie de marketing d'article efficace sont les suivantes :

==> Étape 1 : Création d'un article approprié :

Si je vous pose une question très simple, qu'est-ce qui est impliqué dans le marketing d'article ?

Même si vous n'y connaissez rien, vous pouvez toujours répondre à cette question. La réponse est bien sûr un

article. Vous devez avoir du contenu, des écrits qui vous aideront à vous faire connaître.

Un article efficace avec des informations appropriées qui intéresse votre public cible avec le placement de mots clés appropriés pour optimiser le référencement est la clé du succès.

Vous pouvez soit écrire vos propres articles, soit faire appel aux services d'écrivains en ligne pour développer un article efficace.

Mais pourquoi externaliser, ici dans ce texte, nous vous donnerons des conseils impressionnants qui amélioreront vos compétences en rédaction d'articles et vous aideront à créer des articles sonores pour attirer du trafic vers votre site et générer des prospects commerciaux.

==> Étape 2 : Soumission d'article

Une fois que vous avez créé un article sonore, l'étape suivante consiste bien sûr à le diffuser devant les yeux de votre marché cible.

Pour ce faire, vous devez soumettre vos articles à divers annuaires d'articles. Mais qu'est-ce qu'un annuaire d'articles ?

En termes simples, un annuaire d'articles est en fait un site Web contenant des centaines d'articles.

Par conséquent, les annuaires d'articles sont le meilleur endroit pour soumettre votre article, en particulier les annuaires populaires pour générer du trafic.

Vous devez en fait rechercher des répertoires populaires, puis vous devez créer votre profil et vous y inscrire.

Une fois que vous avez terminé de vous inscrire, vous pouvez vous connecter à ces répertoires d'articles à tout moment et soumettre vos articles.

Mais est-ce si simple ?

Bien que cela semble simple, mais en réalité, ce n'est pas si facile. Pensez juste que faire si vous souhaitez publier vos articles dans un certain nombre d'annuaires peuvent être des centaines ?

Allez-vous vous inscrire pour tous ? Existe-t-il un moyen plus simple ?

La réponse est oui et plus loin dans ce texte, nous explorerons ces voies. Nous discuterons également de conseils de soumission d'articles plus précieux dans les prochains chapitres.

==> Étape 3 : mesurer l'efficacité :

Mesurer l'efficacité de votre article en campagne marketing est-il vraiment essentiel ? Les spécialistes du marketing qui réussissent croient toujours à l'évaluation et à l'auto-évaluation ou à l'évaluation de leurs techniques.

Bien que souvent ignoré, il est essentiel de mesurer l'affectivité de votre technique, afin qu'un spécialiste du marketing puisse visualiser si la campagne a été en mesure de développer des prospects commerciaux ciblés et ainsi vous aider à améliorer vos méthodologies et tactiques de marketing.

Chaque spécialiste du marketing qui souhaite mettre en œuvre une campagne de marketing d'article doit utiliser la stratégie ci-dessus et suivre ces étapes de base pour atteindre des objectifs commerciaux.

Mais n'oubliez pas que chacune de ces étapes est vraiment cruciale et exige qu'un spécialiste du marketing suive certaines techniques, par exemple des techniques pour améliorer le contenu de votre article, optimiser le référencement, développer des liens.

Rechercher des annuaires d'articles appropriés ne sont que quelques-uns des nombreux problèmes auxquels

un spécialiste du marketing doit faire face pour développer une stratégie de marketing d'article efficace.

Plus loin dans notre texte, nous discuterons et examinerons toutes ces techniques pour vous aider à améliorer vos connaissances.

=====

Chapitre 3

Qu'est-ce qu'un article réussi ?

Le mot « Article Marketing » en lui-même explique l'importance d'un « Article » pour commercialiser et promouvoir votre produit.

La toute première base d'une campagne marketing efficace est un article de qualité. Nos prochains chapitres sont dédiés à vous donner un aperçu complet de ce qu'est un article à succès en ce qui concerne le marketing d'article et comment un spécialiste du marketing peut-il créer un article de qualité bien ciblé.

Voyons d'abord ce qu'est un article réussi.

==> Un article réussi

Un article réussi en référence au marketing d'article est celui qui est bien pris par vos éditeurs ainsi que votre public cible et qui crée un intérêt aux yeux du lecteur et vous aide à générer des prospects.

➤ **Le concept AIDA** : Afin de développer l'intérêt de vos lecteurs, il est important d'intégrer le principe AIDA lors de la rédaction d'un article. Le terme AIDA signifie :

A : **ATTENTION** – pour attirer l'attention

I : **INTÉRÊT** - susciter l'intérêt

D : **DÉSIR** - créer le Désir

A : **ACTION** - pour stimuler l'action

Le concept a été introduit par un pionnier américain de la publicité et des ventes, E. St. Elmo Lewis, 1898.

Ce principe fonctionne bien dans la création d'un article en veillant à ce que le contenu attire l'attention, suscite l'intérêt, crée le désir et stimule l'action.

➤ Il est également impératif de mentionner ici qu'un spécialiste du marketing peut concevoir le contenu de

l'article en gardant à l'esprit plusieurs objectifs que l'article peut servir. Habituellement, les articles créés pour le marketing article peuvent servir le but suivant. Tels qu'ils peuvent être considérés comme :

1. Source d'information :

Lorsque l'auteur donne des informations et diffuse ses connaissances sur quelque chose, par exemple, une entreprise qui produit des compléments alimentaires peut écrire un article expliquant pourquoi il est important de perdre du poids si vous êtes en surpoids.

Ces articles visent principalement à résoudre les problèmes des clients ou à plusieurs problèmes et à accroître la crédibilité de l'entreprise, ce qui augmente à son tour les chances de transformer les prospects en acheteurs de votre produit.

2. Source de promotion :

Peu d'articles sont spécifiquement ciblés pour promouvoir les ventes et contiennent les attributs et les avantages d'un produit ou d'un service et obligent les gens à acheter le produit par plusieurs remises ou offres, etc.

3. Source d'opinion :

Les articles peuvent également servir de sources d'opinion lorsque l'auteur partage son point de vue ou son opinion sur un événement ou un problème.

Ces articles sont très spécifiques et l'auteur doit vérifier et étayer son hypothèse sur la base de plusieurs références et raisons.

Encore une fois, le succès de ces articles augmente la crédibilité de l'auteur (le distributeur) et de l'entreprise.

Par exemple :

Si vous êtes un consultant financier et que vous publiez constamment des articles basés sur votre opinion sur, par exemple, les récentes réformes économiques gouvernementales ou les réglementations fiscales, vous augmentez non seulement la sensibilisation du public, mais augmentez également votre crédibilité aux yeux de vos clients potentiels.

Ainsi, un commerçant d'article doit identifier quel devrait être le but de l'article et doit suivre le concept AIDA pour améliorer l'efficacité de l'article.

Dans le prochain chapitre, nous explorerons les moyens de développer un article efficace.

=> Mot prudence

Il est essentiellement important de noter que les articles qu'un spécialiste du marketing écrit à des fins de marketing sont entièrement différents de ceux publiés par les articles traditionnels.

Certaines personnes le confondent avec la rédaction d'articles. N'oubliez pas que la rédaction d'articles est un domaine totalement différent et que les articles écrits par des auteurs dans le domaine de la rédaction d'articles ne visent pas à améliorer le trafic Web ou à générer des ventes.

En fait, ces articles ne sont pas du tout orientés vers le marché. Ne confondez donc jamais le marketing d'article avec la rédaction d'un article. Plus loin dans ce texte, nous discuterons en détail de la différence entre la rédaction d'articles et le marketing d'articles.

=====

Chapitre 4

Comment créer un contenu d'article efficace ?

Comme le dit bien Samuel Johnson, un célèbre auteur britannique : « ***Ce qui est écrit sans effort est généralement lu sans plaisir*** »

La même chose est vraie pour le marketing d'article. Un article bien développé et ciblé est la base de votre succès.

Un spécialiste du marketing responsable déploiera des efforts et effectuera des recherches appropriées pour développer un contenu efficace ; sinon, toute votre campagne marketing ne vaut rien.

Sans un contenu unique et authentique, vous ne pouvez pas générer d'intérêt pour votre marché cible. Dans ce chapitre, nous explorerons les moyens de créer un contenu efficace. Voici quelques conseils pour vous aider.

==> La même chose est vraie pour le marketing d'article.

Un article bien développé et ciblé est la base de votre succès. Un spécialiste du marketing responsable de déployer des efforts et d'effectuer des recherches

appropriées pour développer un contenu efficace ;
sinon, toute votre campagne marketing ne vaut rien.

Sans un contenu unique et authentique, vous ne pouvez pas générer d'intérêt pour votre marché cible.

Dans ce chapitre, nous explorons les moyens de créer un contenu efficace. Voici quelques conseils pour vous aider.

Recherchez et planifiez votre article

Tout le monde peut écrire des articles, mais les spécialistes du marketing efficaces mènent des recherches, présentent des problèmes brûlants et donnent des informations fiables et tentantes au public. Vous devez être un bon lecteur et rechercher en profondeur des informations précieuses et authentiques qui apportent de la valeur à votre lecteur.

Non seulement cela, tout en faisant constamment des efforts pour étudier votre sujet, vous rendra expert dans votre domaine et perfectionnera vos compétences en rédaction et vous remboursera en augmentant votre crédibilité aux yeux de votre lecteur.

Plus vous faites de recherches, plus votre écriture sera efficace. Comme encore une fois cité par Samuel

Johnson;

"La plus grande partie du temps d'un écrivain est consacrée à la lecture pour écrire. Un homme va retourner la moitié d'une bibliothèque pour faire un livre"

- **Connaissez votre public**

Il est essentiel de donner à vos lecteurs ce qu'ils veulent. Identifiez leurs besoins, leurs intérêts. Ne vous contentez pas de les bombarder d'informations parfois un peu complexes et techniques à comprendre.

Il est essentiel pour un spécialiste du marketing de comprendre que les gens arrivent sur votre site Web avec l'intention de résoudre un problème, d'obtenir une réponse à une question ou d'avoir une opinion sur un sujet spécifique.

Soyez donc concentré et ne vous éloignez ***JAMAIS DE VOTRE MARCHÉ CIBLE.***

- **Restez simple, informatif et spécifique**

Essayez toujours d'utiliser un langage simple pour que votre lecteur puisse vous comprendre et être précis.

A quoi bon votre article si personne ne le comprend ?
C'est inutile. Fournissez toujours des informations authentiques à votre lecteur.

N'écrivez jamais quelque chose qui est faux ou faux juste pour rendre votre article tape-à-l'œil.

N'oubliez pas que votre lecteur n'est pas un imbécile et qu'il doit également visiter des centaines d'autres articles et qu'il n'y a rien de plus nocif dans le marketing en ligne que de perdre votre crédibilité.

Une fois que vous l'avez perdu, vous ne pouvez plus jamais le gagner et vous pouvez perdre votre prospect pour toujours.

- **N'écrivez pas, parlez toujours à votre lecteur**

Ne soyez jamais vague avec votre lecteur. Essayez d'utiliser le temps actif dans votre écriture comme si vous parliez à votre lecteur.

- **Relire et relire**

N'oubliez pas que vous devez publier votre article sur des sites Web ou dans des annuaires d'articles. Voulez-vous qu'il soit plein d'erreurs?

Le contenu de votre article doit être exempt de toute erreur, allant des erreurs grammaticales, de la redondance des mots, des fautes d'orthographe, donc de tout type d'erreurs.

Il est extrêmement important de relire votre contenu. Si possible obtenir l'aide d'un expert.

« ***Relisez vos compositions, et lorsque vous rencontrez un passage qui vous semble particulièrement bien, rayez-le*** »

Les conseils ci-dessus vous aideront à créer un contenu efficace pour votre article. Dans le chapitre suivant, nous explorerons les tactiques que vous pouvez intégrer lors de la construction de votre article et grâce auxquelles vous pouvez générer de plus en plus de trafic Web vers votre site Web.

=====

Chapitre 5

Tactiques pour générer du trafic Web

Le marketing d'article, s'il est mis en œuvre de manière appropriée, peut générer du buzz pour votre entreprise.

L'objectif du spécialiste du marketing devrait être d'optimiser les classements des moteurs de recherche et d'augmenter le trafic Web.

En utilisant les tactiques suivantes, les spécialistes du marketing d'articles peuvent atteindre un grand nombre de publics et augmenter ainsi le nombre de perspectives intéressantes pour leur entreprise.

Optimiser le classement SEO

Le score KC (mot clé de compétitivité) fourni par [Long Tail Pro](#) est l'un des meilleurs de l'industrie. Il vous permet de savoir quels mots-clés vous devez cibler en premier.

Un contenu bien écrit ne vaut rien sans des tactiques optimisées pour le référencement. La recette d'un article bien ciblé doit inclure divers ingrédients qui augmentent votre référencement Web et votre visibilité en ligne !

Par exemple une sélection et un placement efficaces de mots-clés au sein de votre article.

Des mots clés et des liens de retour appropriés sont essentiels pour l'optimisation des moteurs de recherche.

Lorsqu'ils sont mis en œuvre efficacement, les mots-clés vous permettront d'obtenir un classement élevé dans les résultats de recherche.

- **Lien abondant - Pour générer des liens de retour**

Plus vous générez de liens, plus vous avez de chances de réussir. L'un des principaux avantages du marketing d'article est en fait qu'il vous permet d'obtenir des millions de prospects si vous avez intégré une bonne stratégie de liens.

- **Profitez des flux RSS**

Afin de battre vos concurrents et d'améliorer l'accessibilité de vos sites Web, les flux RSS, une nouvelle technique de marketing, vous aideront à faire en sorte que votre article atteigne votre public dès que vous le publiez et augmente ainsi votre crédibilité et votre trafic Web.

- **N'oubliez jamais d'ajouter une boîte de ressources d'auteur**

L'un des outils qui peuvent aider à améliorer le trafic dans un article est la boîte de ressources d'un auteur, où vous pouvez utiliser un texte d'ancrage qui peut améliorer le trafic Web vers le site Web. Il est essentiel

d'ajouter une boîte de ressources convaincante à la fin de votre article.

- **Utiliser une stratégie de marketing viral**

Afin d'augmenter encore le nombre de visiteurs, le spécialiste du marketing d'articles peut utiliser une stratégie de marketing viral en publiant l'article sur les sites Web des réseaux sociaux.

Comme nous l'avons déjà mentionné précédemment, ces réseaux sociaux sont interconnectés et leurs utilisateurs se comptent par milliers chaque jour qui passe.

Jusqu'à présent, nous avons discuté des tactiques clés pour améliorer vos chances d'atteindre des millions de visiteurs en ligne, mais vous pourriez vous demander comment utiliser ces tactiques cruciales.

Nos prochains chapitres sont dédiés à vous donner un aperçu complet de toutes les tactiques ci-dessus et à vous guider sur la façon de mettre en œuvre ces stratégies.

=====

Chapitre 6

Conseils pour booster le classement SEO

L'optimisation du référencement est l'objectif clé de tout spécialiste du marketing en ligne.

La raison en est que dans l'industrie en ligne extrêmement concurrentielle d'aujourd'hui, un nombre élevé de téléspectateurs en ligne est essentiel au succès.

Ayons un aperçu complet sur l'optimisation du référencement et des conseils pour améliorer les classements SEO.

==> Classement SEO et sa signification

Le terme SEO est un acronyme de « *Search Engine Optimization* ».

Les moteurs de recherche populaires tels que Google, Yahoo, etc. évaluent et classent en permanence les sites qui ont une forte audience, des mots-clés populaires, un placement de mots-clés approprié, etc.

Étant donné que les classements des moteurs de recherche jouent un rôle majeur pour arriver en tête de la liste de recherche et générer du trafic Web vers votre site Web, les spécialistes du marketing suivent des tactiques pour garantir le respect de l'optimisation et du succès des moteurs de recherche.

==> Lignes directrices pour améliorer les classements SEO

Vous trouverez ci-dessous quelques lignes directrices pour optimiser les classements SEO et la visibilité du site Web afin d'assurer le succès du marketing d'article.

Développer des articles riches en mots clés

La création d'articles riches en mots clés peut vous aider à optimiser votre classement dans les moteurs de recherche. Les mots clés populaires peuvent aider les moteurs de recherche à mieux indexer et récupérer vos articles lorsque la recherche en ligne est effectuée avec des mots clés spécifiques par des personnes sur des moteurs de recherche populaires tels que Google, MSN et Yahoo, etc.

Les spécialistes du marketing peuvent suivre les étapes suivantes pour sélectionner les mots clés appropriés :

- Identifiez votre public cible et découvrez quels mots ou expressions utiliseraient-ils pour obtenir des informations connexes en ligne.
- Vous pouvez également rechercher des mots-clés populaires sur divers moteurs de recherche, car la plupart des moteurs de recherche utilisent de petits services appelés araignées (ou robots) qui recherchent régulièrement des mots-clés sur le Web et les stockent et les indexent dans leur base de données.
- L'alerte Google pour les mots clés est également un moyen efficace de générer des mots clés mis à jour que les gens utilisent couramment pour effectuer des recherches en ligne.
- **Utilisez des phrases au lieu de mots-clés à un seul mot**

Les gens d'aujourd'hui, afin d'économiser du temps et des efforts, deviennent de plus en plus spécifiques à leur recherche et utilisent normalement des phrases complètes pour accéder à la page souhaitée au lieu de mots clés à un seul mot.

Par exemple, si je souhaite connaître les avantages du marketing d'article, je tape la phrase entière elle-même, plutôt que de simplement taper la rédaction de l'article,

car la saisie de la phrase entière me fera gagner du temps et des efforts.

En outre, il est généralement observé que les mots-clés à un seul mot rencontrent trop de concurrence et réduisent vos chances d'atteindre les premières pages de recherche.

- **Placement et utilisation des mots-clés**

N'oubliez jamais de ne jamais surcharger votre article avec des mots-clés. Il est crucial de maintenir un équilibre dans l'utilisation des mots-clés et doit être efficacement placé dans votre article.

Surcharger votre article avec trop de mots-clés diluera la qualité de votre article et nuira à votre crédibilité.

- **Titre approprié**

L'un des endroits les plus importants pour votre mot-clé est dans le titre de l'article de contenu. Il est également important d'utiliser des expressions de mots clés intéressantes comme titre d'article.

Les titres ennuyeux pourraient rebuter les gens et tuer vos efforts.

En respectant les directives ci-dessus, vous obtiendrez un article optimisé pour le référencement efficace, mais

n'oubliez pas de toujours garder une approche équilibrée, car les spécialistes du marketing font parfois des compromis sur la qualité du contenu en chargeant les articles avec des mots-clés excessifs qui pénalisent la qualité de votre article.

Le score KC (mot clé de compétitivité) fourni par [Long Tail Pro](#) est l'un des meilleurs de l'industrie. Il vous permet de savoir quels mots-clés vous devez cibler en premier.

=====

Chapitre 7

Créer des liens de retour et leurs significations

Les liens de retour sont essentiels pour optimiser le classement des moteurs de recherche, la popularité et la crédibilité de votre site Web. Ils sont comme des armes pour attaquer votre marché cible à travers plusieurs positions et agissent comme la clé du revenu et du succès, comme l'a exprimé le célèbre expert américain en marketing, Jay Abraham :

"Si vous attaquez votre marché à partir de plusieurs positions et que vos concurrents ne le sont pas, vous

avez tout l'avantage et cela se traduira par votre succès et vos revenus accrus."

Compte tenu de son importance, ce chapitre est dédié à une connaissance approfondie de l'importance des liens de retour et des stratégies populaires.

Qu'est-ce qu'un lien de retour ?

"Dans la terminologie technique, un lien de retour est défini comme tout lien reçu par (une page Web, un répertoire ou un site Web) à partir d'un autre site Web ou blog"

De manière générale, les liens de retour sont essentiellement des liens entrants d'ailleurs vers un site Web ou une page Web. Souvent appelés liens entrants, ces liens sont d'une importance vitale pour l'optimisation des moteurs de recherche (SEO) et l'augmentation du trafic Web.

==> L'importance des liens de retour

Maintenant, la question est de savoir comment les backlinks améliorent le classement de votre site Web dans les moteurs de recherche et augmentent le trafic Web ?

Voici quelques raisons évidentes.

- **Le nombre de liens de retour vers un site Web indique la popularité ou l'importance de ce site Web ou de cette page.**

Il montre à quelle fréquence votre site Web est visité. Le nombre plus élevé de liens de retour montre que votre site est visité par un grand nombre d'audience, ce qui augmente la sympathie de votre site.

- **Les liens de retour sont essentiels pour l'optimisation des moteurs de recherche (SEO).**

Les moteurs de recherche considèrent souvent les liens de retour comme l'un des facteurs importants et utilisent le nombre de liens de retour d'un site Web pour déterminer le classement, la popularité et l'importance de ce site dans les moteurs de recherche.

- **De plus**, *les moteurs de recherche comme Google utilisent des liens de retour pour déterminer **le Page Rank d'une page Web***, de sorte qu'un nombre élevé de liens de retour peut améliorer la visibilité de votre site Web.
- Les liens de retour de qualité sont également une source de génération de trafic de qualité vers vos sites.

Par exemple, lorsque votre site Web est lié à des pages dont le contenu est lié à votre site Web, il y a de fortes

chances d'attirer un public cible authentique vers votre page Web, ce qui peut à son tour augmenter la crédibilité et les préférences de votre entreprise.

- Plus un site Web contient de liens de retour de qualité, plus les visiteurs feront confiance, verront et visiteront le site et finiront par se convertir en acheteurs et en sources de bénéfices pour votre entreprise.

==> Stratégies pour créer des liens de retour de qualité

Il est impératif pour un spécialiste du marketing de créer des liens de retour de qualité. Il existe plusieurs méthodologies, mais notre objectif dans ce texte serait de créer des liens de retour en référence au marketing d'article, car le marketing d'article est l'un des moyens les plus populaires d'obtenir des liens de retour de qualité.

Voici quelques stratégies constructives :

- **Développer un contenu de qualité – La manière naturelle :** Les articles servent d'« *appel à froid* » pour votre site Web.

Plus votre article serait informatif, plus il y a de chances que les gens l'aiment, vous fassent confiance et visitent votre site Web. Alors « *Ne faites jamais de compromis sur la qualité de votre contenu* ».

- **Boîte de ressources d'ancrage appropriée :**

La boîte de ressources d'ancrage est le meilleur moyen de générer des liens de retour. Il est essentiel pour un spécialiste du marketing de savoir comment créer un texte d'ancrage et une boîte de ressources appropriés. Un aperçu détaillé sera présenté dans l'un des chapitres suivants.

- **Recherche de sites populaires :**

Vous pouvez le faire en tirant parti de certains outils tels que les outils Back link Binder qui vous donnent une liste de sites populaires où vous pouvez publier vos articles gratuitement.

- **Mais pourquoi gratuitement ?**

C'est parce que ces sites web ont besoin de contenus de qualité. Vous y soumettez vos articles gratuitement et en retour, ils peuvent renvoyer vers votre site Web.

- **Être répertorié dans les annuaires d'articles :**

Il existe plusieurs annuaires d'articles populaires comme le magazine électronique où vous pouvez soumettre votre article. C'est un excellent moyen de récupérer plusieurs liens et de créer l'élan positif du trafic vers votre site Web.

Par conséquent, il est clair que plus le nombre de liens de retour est élevé, plus vos chances de succès sont grandes, mais ne faites jamais de lien vers des sites Web non pertinents ou non populaires. leur recherche. Par conséquent, il serait désastreux d'obtenir un bon page rank.



Chapitre 8

Promouvoir le marketing d'article via les flux RSS

L'influence du marketing d'article dans la promotion de la visibilité en ligne d'une entreprise peut également être renforcée via les flux RSS, une autre technique utilisée pour augmenter le trafic Web. Explorons en détail les flux RSS et leur importance.

Qu'est-ce que le RSS ?

Le RSS communément appelé « *Really Simple Syndication* » est une technologie qui permet de distribuer et de publier facilement du contenu syndiqué à un grand nombre de personnes sur Internet.

La popularité du RSS augmente rapidement et un certain nombre de sites et d'entreprises Internet proposent désormais des flux RSS.

De nombreux éditeurs en ligne diffusent également leur contenu sous forme de flux RSS à quiconque le souhaite.

De nombreux sites afin de vous informer que le flux est disponible affichent une petite icône avec les acronymes tels que RSS, XML ou RDF.

Avantages de l'utilisation de RSS

L'objectif fondamental du RSS est la notification.

Cela peut être bien expliqué comme la dernière forme de notification de contenu nouveau et modifié sur divers sites Web. Quelques-uns de ses avantages sont répertoriés ci-dessous :

- C'est un avantage pour les personnes qui utilisent régulièrement le Web et qui souhaitent être informées des derniers contenus disponibles sur plusieurs sites Web. RSS vous avertit en récupérant le dernier contenu des sites qui vous intéressent.
- Cela fait gagner du temps car les lecteurs n'ont plus besoin de visiter chaque site individuellement et à plusieurs reprises, ce qui est un travail fastidieux en soi.

- Il garantit également la confidentialité du lecteur, en n'ayant pas besoin de lui pour s'inscrire à la newsletter électronique de chaque site.
- La technologie RSS est plus sophistiquée que le marketing par e-mail, car plusieurs notifications par e-mail provenant de plusieurs sites peuvent être confondues avec du spam et n'est pas non plus trop organisée par nature.

Cependant, via RSS, les notifications de plusieurs sites sont gérées facilement et bien mieux organisées que le marketing par e-mail.

Comment fonctionne le RSS ?

Maintenant, vous vous demandez peut-être comment fonctionne le RSS ?

Voici la réponse : RSS fonctionne en demandant à l'auteur du site Web de maintenir une liste de notifications appelée « Flux RSS » sur son site Web de manière standard.

La liste est développée à l'aide de programmes informatiques spéciaux appelés « agrégateurs RSS ».

Ces agrégateurs RSS agissent simplement comme un navigateur Web pour le contenu RSS et accèdent

automatiquement aux flux RSS pour les nouveaux éléments de plusieurs sites Web qui vous intéressent en votre nom et organisent les résultats pour vous.

Chaque élément de la liste se compose généralement d'un titre simple décrivant l'élément, sa description et un lien vers la page Web.

Si le titre et la description d'un article vous intéressent, en cliquant sur le lien, vous pouvez visiter la page Web correspondante pour la lecture.

Promouvoir le marketing d'article via les flux RSS et son importance.

Un moyen efficace de promouvoir vos articles est de créer le flux RSS de chaque article de votre auteur.

Une fois que vous avez votre propre flux RSS d'auteur, vous pouvez soumettre vos messages aux sites de soumission RSS populaires.

Vous pouvez ensuite accéder à la liste régulièrement et mettre à jour vos soumissions également en fonction du classement des pages des sites.

Il est également essentiel d'inclure un lien vers votre flux RSS sur chaque article que vous soumettez.

Cela peut inciter les internautes qui s'intéressent à vos articles à s'abonner à votre site. Cela aidera à attirer des clients potentiels sur votre site.

L'utilisation de flux RSS via le marketing d'articles constitue un complément efficace à une campagne de marketing par e-mail et peut vous aider à attirer un flux constant de clients potentiels sur votre site.

De plus, comme les flux RSS sont directement abonnés par vos téléspectateurs qui ont trouvé un intérêt pour votre article, cela vous aide à développer des clients fidèles, ce qui pourrait augmenter vos profits.

De plus, les flux RSS améliorent le classement de votre page Web, car lorsque vous utilisez des flux RSS pour informer les lecteurs des mises à jour de votre contenu, cela peut être bénéfique pour le classement de votre site Web dans les résultats de recherche.

Les moteurs de recherche populaires préfèrent généralement les sites qui ajoutent régulièrement du contenu frais à leurs pages.

Ainsi, les flux RSS sont un moyen efficace de promouvoir le marketing d'articles et vous donnent une meilleure chance de générer des prospects précieux pour votre entreprise.

Par conséquent, il est maintenant évident que les flux RSS deviennent populaires pour générer du trafic et améliorer le classement des pages Web.



Chapitre 9

Conseils pour développer une boîte de ressources d'auteur convaincante

Après avoir livré un article attrayant et informatif aux lecteurs, le spécialiste du marketing doit lancer un appel à l'action.

Une boîte de ressources d'auteur convaincante sert le but et possède l'impact le plus critique sur l'efficacité de votre article pour générer du trafic ciblé vers votre site Web central.

==> Qu'est-ce qu'une boîte de ressources d'auteur et sa signification

La boîte de ressource de l'auteur est une petite boîte qui apparaît généralement à la fin d'un article contenant essentiellement les informations essentielles suivantes sur l'auteur. La liste des articles comprend :

- 🕒 Le nom de l'auteur,
- 🕒 Une brève description de l'auteur,
- 🕒 Une brève description du site sponsor
- 🕒 Un lien vers le site de votre entreprise

La boîte de ressource de l'auteur est essentiellement un pont qui peut amener un lecteur de votre article à votre site Web.

Si les lecteurs aiment votre article, ils voudront peut-être savoir d'où vient l'article et en savoir plus. La boîte de ressource les incitera à aller sur le site et à rechercher davantage.

Conseils pour développer une boîte de ressources convaincante :

Comme l'article lui-même, la boîte de ressources doit également être accrocheuse et efficace pour stipuler l'attention et l'intérêt des lecteurs. Afin de générer plus de prospects, vous devez suivre les conseils suivants :

- 🕒 Assurez-vous de fournir des mots-clés appropriés qui devraient être liés à votre site.
- 🕒 Incluez une URL pour votre adresse d'abonnement ezine.

- 🕒 Une URL d'ancrage liée à un mot clé ou à une phrase clé pour laquelle vous souhaitez renforcer le référencement.
- 🕒 Proposition de vente unique (USP) : cela peut être fait en ajoutant 1 à 3 phrases qui résument l'essence de la description de ce qui vous rend unique, vous et votre offre.
- 🕒 Assurez-vous de fournir des mots-clés appropriés qui devraient être liés à votre site.
- 🕒 Incluez une URL pour votre adresse d'abonnement ezine.
- 🕒 Une URL d'ancrage liée à un mot clé ou à une phrase clé pour laquelle vous souhaitez renforcer le référencement.
- 🕒 Proposition de vente unique (USP) : cela peut être fait en ajoutant 1 à 3 phrases qui résument l'essence de la description de ce qui vous rend unique, vous et votre offre.

Mots de mise en garde :

- 🕒 N'incluez jamais de lien vers chaque site Web que vous possédez. Il est préférable d'inclure une URL liée au sujet de votre article, sinon cela diluera votre crédibilité.
- 🕒 Ne surchargez jamais votre boîte de ressources avec vos réalisations. Soyez précis et bref.
- 🕒 Évitez toute publicité directe de vos produits, en particulier celles qui ne sont pas pertinentes au sujet de votre article.
- 🕒 N'oubliez pas que la taille optimale de votre boîte de ressources ne doit pas dépasser 15 % de la taille totale de votre article. Des boîtes de ressources trop volumineuses finissent souvent par donner une image négative de vous et de votre entreprise.

Ainsi, les spécialistes du marketing ne devraient jamais sous-estimer le pouvoir de la boîte de ressources de l'auteur pour générer du trafic vers votre site et ainsi améliorer votre rentabilité.



Chapitre 10

Conseils de soumission d'articles pour générer une exposition maximale

Tout au long de nos discussions précédentes, nous avons exploré plusieurs façons de créer des contenus d'article efficaces qui sont essentiels pour garantir la qualité de l'article lui-même. Nous avons également discuté en détail de diverses stratégies qui peuvent améliorer le trafic Web et ainsi promouvoir les ventes.

Discutons de la deuxième étape du processus de marketing d'article, qui est la « **soumission d'article** ».

Le défi pour un spécialiste du marketing est maintenant de savoir où soumettre des articles pour assurer une audience maximale.

Même si vos articles sont très bien écrits et axés sur le référencement, ils doivent atteindre des plateformes précieuses pour augmenter les chances d'atteindre des

masses de clients potentiels et vous aider à générer un taux de réponse exceptionnel.

Maintenant, la question est de savoir où soumettre vos articles pour obtenir une exposition maximale ? Vous trouverez ci-dessous quelques-unes des précieuses plateformes sur lesquelles vous pouvez soumettre vos articles :

Sites Web connexes :

Il existe des milliers de sites Web disponibles qui fournissent des articles d'écrivains. Vous pouvez rechercher des sites liés à votre article et le soumettre à ces sites. C'est une bonne occasion d'atteindre vos clients ciblés.

Éditeurs de contenu en ligne :

Vous pouvez rechercher des éditeurs en ligne qui ont des publications dans les catégories pertinentes pour votre article et leur soumettre votre article.

Tout ce que vous avez à faire est d'écrire une lettre aux éditeurs pour leur demander s'ils seraient prêts à vous publier.

Afin d'obtenir leur acceptation, vous devez disposer d'un contenu de haute qualité, informatif et authentique et qui suscite l'intérêt de l'éditeur ainsi que des téléspectateurs.

Plus votre article est intéressant, plus les gens visiteront le site de l'éditeur et liront votre article et plus il y aura de chances qu'ils atterrissent enfin sur vos propres sites Web en cliquant sur le lien fourni dans cet article.

Publier également sur ces publications vous aidera à atteindre des millions de clients potentiels, car les personnes qui lisent vos articles se sont déjà abonnées et ont accepté de recevoir des contenus connexes.

Publiez-les sur des blogs populaires !

Il existe des millions de blogs disponibles sur Internet dans différentes catégories, et généralement environ 40 000 nouveaux blogs y sont ajoutés chaque jour.

La publication de vos articles sur ces blogs peut promouvoir correctement votre entreprise. Par conséquent, vous pouvez attirer des milliers de clients potentiels supplémentaires sur votre site Web, éventuellement quotidiennement.

Forum

Il existe de nombreux formulaires gratuits disponibles en ligne qui accueillent les nouveaux membres. Vous pouvez trouver ceux qui sont pertinents pour votre site Web et publier votre article.

Les forums sont un bon endroit pour obtenir une exposition maximale, mais encore une fois, pour renforcer la crédibilité, un contenu de qualité est essentiel.

Sites de distribution d'articles :

Vous pouvez également soumettre vos articles à divers sites de distribution d'articles gratuits ou payants.

Ces sites distribueront à leur tour votre article à un certain nombre d'éditeurs d'articles et de fournisseurs de contenu de premier plan.

Lorsque vous soumettez vos articles à ces sites de distribution, cela augmentera vos chances d'atteindre des millions de votre public cible car ces sites enverront votre article à des centaines de magazines en ligne, newsletters, groupes, sites Web et autres publications dans les catégories pertinentes.

Répertoires d'articles

Les annuaires d'articles sont les débouchés les plus populaires et les plus précieux pour vos articles.

La soumission de vos articles à des annuaires connexes et réputés peut générer des millions de trafic vers votre site Web.

Non seulement cela, cela vous aidera également à améliorer les classements SEO. Ci-dessus se trouvaient les quelques plateformes où vous pouvez soumettre vos articles.

De quel annuaire d'articles est le débouché le plus crucial et le plus précieux, nous explorerons plus en détail comment promouvoir le marketing d'articles en utilisant les annuaires d'articles dans le chapitre suivant.



Chapitre 11

Tirer parti des répertoires d'articles

Nous avons déjà mentionné dans le chapitre précédent, que la soumission d'articles à des répertoires d'articles est vitale pour générer une campagne de marketing d'article réussie.

Ci-dessous, nous discuterons des avantages des annuaires d'articles et de quelques tactiques pour tirer le meilleur parti des annuaires d'articles.

Avantages des répertoires d'articles

- La soumission d'articles aux annuaires d'articles peut aider les spécialistes du marketing à atteindre des millions de clients ciblés, car via les annuaires d'articles,

vos articles peuvent être envoyés à des milliers de publications, de sites Web et d'annuaires connexes.

- Les annuaires d'articles populaires sont également considérés comme des sites d'autorité par les moteurs de recherche, ce qui ne permet pas seulement aux articles soumis de recevoir un trafic gratuit substantiel. Mais peut également améliorer le classement des pages Web de vos sites Web par les moteurs de recherche populaires.
- Les annuaires d'articles peuvent rendre votre message viral en ligne, car la plupart des annuaires d'articles permettent à d'autres webmasters de republier ou de réimprimer n'importe lequel des articles de leur annuaire, généralement dans d'autres annuaires, blogs et sites Web de niche.
- La plupart des annuaires utilisent le titre de l'article comme titre de la page Web ; augmentant ainsi les chances d'un trafic Web ciblé atterrissant sur votre page Web.
- Le texte d'ancrage est la valeur principale des liens des répertoires d'articles, car la plupart des répertoires

d'articles permettent à l'auteur de sélectionner le texte d'ancrage du lien dans la boîte de ressource de l'auteur, augmentant ainsi les chances de visibilité de vos sites Web.

- De plus, les annuaires d'articles vous aident à avoir une existence à long terme car vos articles resteront dans les archives de milliers de publications et de sites pendant des années, continuant à envoyer de plus en plus de clients potentiels vers votre site Web, augmentant ainsi la popularité de vos sites Web.
- Habituellement, les annuaires d'articles sont des sources de marketing gratuites pour générer du trafic

Tactiques pour extraire un avantage maximum Voici quelques-uns des conseils qui vous aideront à tirer pleinement parti des annuaires d'articles.

Ceux-ci inclus:

- Sélectionnez toujours les répertoires qui sont liés à votre contenu et aussi ceux qui sont dignes de confiance.

- De nombreux annuaires en ligne ont certaines règles, respectez-les toujours.
- Soyez cohérent dans la rédaction d'articles nouveaux et mis à jour régulièrement.
- N'oubliez jamais d'inclure une boîte de ressource d'auteur convaincante et un lien vers votre site Web avant de le soumettre aux annuaires.
- De même, les spécialistes du marketing en ligne, afin de maximiser l'efficacité de la campagne de marketing d'article, peuvent soumettre des articles à plusieurs répertoires d'articles.

Maintenant, la question est de savoir comment éviter la duplicité? Vous pouvez le faire par article Spinning. C'est en créant plusieurs variantes d'articles pour éviter la duplicité.

Ce sont quelques-unes des tactiques pour générer des résultats optimaux à partir des annuaires d'articles.

Cependant, il est essentiel de mentionner ici que la soumission d'articles à des centaines d'annuaires

individuels est un travail long et fastidieux, donc pour surmonter cela, vous pouvez utiliser divers logiciels disponibles aujourd'hui qui soumettent automatiquement des articles aux annuaires, ou plus efficacement, vous pouvez opter pour Article Automatisation du marketing.

Dans le prochain chapitre, nous aurons un aperçu complet de l'automatisation du marketing d'article.



Chapitre 12

Automatisation du marketing d'articles

Comme indiqué dans le chapitre précédent, pour générer un nombre optimal de publics cibles, un spécialiste du marketing d'articles doit soumettre les articles à des centaines d'annuaires d'articles en ligne.

Il existe plusieurs façons de soumettre vos articles. Vous pouvez soit opter pour une soumission manuelle.

Cependant, c'est un travail fastidieux et chronophage car vous devez vous connecter, saisir vos informations d'identification dans chaque répertoire d'articles, puis soumettre vos articles.

Alternativement, vous pouvez sous-traiter les soumissions d'articles à divers sites en ligne, mais c'est une option coûteuse et vous devez payer des frais suffisants pour cela.

Une autre solution la plus récente et populaire est l'automatisation du marketing d'article.

Qu'est-ce que l'automatisation du marketing d'article ?

Vous vous demandez peut-être qu'est-ce que l'automatisation du marketing d'article et comment cela fonctionne-t-il ?

Voici votre réponse :

Comme son nom l'indique, l'automatisation du marketing d'article est un processus automatisé, rapide mais efficace pour soumettre de nombreux articles à tous les différents annuaires d'articles en ligne. C'est un

outil automatisé qui simplifie votre processus de soumission d'articles.

Habituellement, ce qu'il fait, c'est qu'il met automatiquement en avant vos articles sur divers sites et blogs et que vos articles apparaissent automatiquement dans les répertoires d'articles.

Par conséquent, cela vous fait non seulement gagner du temps, mais s'avère également rentable à long terme.

Avantages de l'automatisation du marketing d'article

En plus d'être le moyen le plus rapide et le plus économique de soumettre des articles, l'automatisation du marketing d'articles comprend d'excellentes fonctionnalités et offre plusieurs autres avantages tels que :

- L'automatisation du marketing d'article est également l'un des outils de création de liens préférés par rapport à divers autres répertoires d'articles, car tout d'abord, contrairement aux autres répertoires d'articles, il permet généralement d'intégrer trois liens n'importe où dans le corps de l'article.

Deuxièmement, il distribue automatiquement des articles aux blogs connexes pour générer du trafic Web.

- Le filage d'articles est une autre technique automatisée utilisée dans l'automatisation du marketing d'articles où l'article, ou une partie de celui-ci, sera réécrit automatiquement, fournissant ainsi un nouveau contenu à soumettre.
- Cependant, le filage d'articles n'est pas toujours une option saine, car les articles qui ont subi un filage peuvent parfois perdre le sens que l'article d'origine avait.
- Comme il s'agit d'un outil automatisé de soumission d'articles, les risques d'erreurs et d'erreurs sont totalement éliminés.

Ainsi, il est évident que l'automatisation du marketing d'article est un service de distribution d'articles idéal.

C'est certainement un gain de temps et une technique d'augmentation des revenus car cela diminue de manière exponentielle vos tâches d'écriture et de

soumission et en même temps, cela peut vous aider à augmenter le classement de votre page Web et à améliorer votre présence en ligne.



Chapitre 13

Avantages du marketing d'article

Depuis l'avènement d'Internet, le marketing d'article est devenu l'une des meilleures formes de marketing, atteignant des millions de prospects et améliorant votre classement dans les moteurs de recherche.

Non seulement il présente plusieurs autres avantages, mais certains d'entre eux sont énumérés ci-dessous :

Il nécessite l'investissement le plus bas

Le marketing par article est l'une des formes de marketing les moins chères et vous aide à toucher des millions de clients ciblés, contrairement à d'autres campagnes publicitaires qui vous coûtent une fortune.

Vous aide à développer votre crédibilité et votre confiance

N'oubliez pas qu'en créant des articles informatifs sur des sujets connexes afin de fournir des informations importantes à votre public cible, vous développerez votre crédibilité aux yeux de vos clients potentiels.

Ils vous voient comme une source de confiance et développent ainsi une image positive de vous et de votre entreprise.

Il vous aide à améliorer votre expertise

La création d'articles à intervalles réguliers sur des sujets connexes vous permet de rester vigilant et de rechercher des informations de qualité pour développer un contenu de qualité.

Et ainsi, cette pratique vous aide à améliorer votre expertise et vous pouvez finalement devenir un expert dans votre domaine.

Il offre une existence à long terme

Une fois que votre article est publié en ligne, il y reste pour toujours. Tout le monde peut accéder à votre article même après des années.

Il favorise l'existence à long terme contrairement à d'autres formes de marketing qui disparaissent très rapidement.

Sauvez et réinvestissez dans votre travail

L'un des principaux avantages du marketing d'article est que vous pouvez toujours récupérer votre contenu original, le mettre à niveau et le diffuser pour obtenir un avantage supplémentaire, c'est-à-dire que vous pouvez réellement ajouter de la valeur à votre contenu original et générer d'autres avantages.

Utiliser les articles de diverses autres manières

Vous pouvez utiliser vos articles sous de nombreuses autres formes, telles que la qualité des e-mails et des articles informatifs destinés aux clients existants.

Vous pouvez également choisir vos meilleurs articles et les combiner dans un livre électronique informatif et le publier en ligne pour augmenter votre crédibilité.

Vous manquez de temps ou de connaissances ?

C'est pas grave ça marche toujours

Si un spécialiste du marketing pense qu'il est occupé par d'autres tâches importantes et/ou qu'il manque d'expertise, il n'y a pas lieu de s'inquiéter. Il existe un certain nombre de services en ligne réputés qui peuvent fournir un contenu de qualité pour vos articles, ainsi que plusieurs fournisseurs de services de distribution d'articles efficaces qui peuvent vous aider à diffuser vos articles sur des sites et des annuaires populaires.

Ainsi maintenant, il est tout à fait évident que pourquoi le marketing d'article est considéré comme les formes les plus précieuses de marketing en ligne.

=====

Chapitre 14

Stratégies de promotion commerciale par Article Marketing

Le marketing d'article est devenu l'une des stratégies de marketing les plus préférées des propriétaires d'entreprise.

C'est l'outil le plus efficace, le plus complet et le plus rentable pour développer un grand nombre de prospects, créer une notoriété de marque, promouvoir les ventes et augmenter la rentabilité de l'entreprise.

Les tactiques de marketing d'article populaires et dynamiques peuvent vous aider à générer des millions de prospects ciblés sur votre site Web et donc à augmenter votre crédibilité.

Discutons de plusieurs conseils pour promouvoir les affaires grâce au marketing d'articles :

- Quel est l'objectif principal du marketing en ligne ?
Pour apporter du trafic et générer des leads.

Ainsi, un article efficace et informatif est essentiel. Développez toujours un contenu de résolution de problèmes qui est précieux pour votre public cible.

- Une bonne stratégie d'article requiert également de la cohérence. Essayez d'écrire au moins deux articles par semaine.

Le principal avantage de soumettre des articles informatifs à intervalles réguliers gardera votre public fidèle à votre site et vous aidera également à améliorer votre classement dans les moteurs de recherche, car la plupart des moteurs de recherche valorisent les sites avec de nouveaux contenus.

- N'oubliez pas que les articles servent d'appel à froid aux ventes. Contrairement à d'autres outils publicitaires axés sur les ventes et moins fiables, le marketing par article peut être utilisé pour développer la confiance.
- Comme vous ne commercialisez pas directement votre produit, vous gagnez en fait la confiance des clients et renforcez la crédibilité de votre entreprise en présentant constamment des articles informatifs pour votre public.

Par conséquent, une stratégie efficace serait de gagner la confiance plutôt que de promouvoir directement les ventes.

- En soumettant votre article à des annuaires d'articles populaires, vous pouvez profiter des avantages d'un trafic Web accru et d'une notoriété accrue de la marque.

Pour résumer, le marketing d'article vous aide à augmenter vos chances d'atteindre un public ciblé et à améliorer votre classement SEO.

Par conséquent, cela augmente les chances de ventes et de rentabilité.

=====

Chapitre 15 Mesurer l'efficacité d'une campagne de marketing d'articles

Avez-vous déjà remarqué que la plupart du temps, lorsque vous remplissez un formulaire d'abonnement manuel à un magazine, ou un formulaire d'adhésion à un club ou à une société ou même lorsque vous remplissez un formulaire d'ouverture de compte dans

une banque, il y a une question sous la forme demander comment avez-vous connu notre service ou produit, ou comment avez-vous connu notre entreprise, etc.

Même lorsque vous soumettez une candidature en ligne, il est possible de se demander comment vous avez connu cet emploi. Je peux me référer à trop d'exemples de ce genre.

Mais la question est quel est le but de poser de telles questions? La réponse est très simple, c'est de mesurer l'efficacité des différentes techniques de marketing employées par les commerçants.

Les entreprises utilisent plusieurs stratégies de marketing afin de créer une notoriété de marque et de promouvoir les ventes. Une fois employées, il est extrêmement important d'évaluer et de mesurer le succès de ces stratégies.

La même chose est essentielle pour un spécialiste du marketing pour mesurer l'efficacité d'une campagne de marketing d'article.

Pourquoi mesurer l'efficacité d'une campagne de marketing d'article ?

Après avoir développé un article de qualité et l'avoir distribué efficacement à un public ciblé, il est essentiel pour un spécialiste du marketing d'évaluer le succès de ses stratégies.

L'examen et la mesure de l'efficacité de la campagne de marketing d'article aideront les spécialistes du marketing de plusieurs manières. Peu d'entre eux sont :

- Identifier les tactiques qui ont vraiment bien fonctionné. Par conséquent, un spécialiste du marketing peut utiliser ces tactiques comme plan directeur pour ses stratégies futures et peut également se concentrer sur l'utilisation de telles tactiques à l'avenir pour en tirer le maximum d'avantages.
- Pour affiner vos stratégies avec l'évolution des besoins.
- Pour annuler ou rectifier des erreurs et des fautes.
- Pour mesurer le retour sur investissement (ROI) sur la création et la distribution d'articles.

Façons de mesurer l'efficacité :

Maintenant, la question est de savoir comment mesurer l'efficacité d'une campagne de marketing d'article ?

Voici quelques façons de quantifier les résultats :

- Calculez le nombre de nouveaux liens vers votre site Web.
- Nombre d'impressions.
- Placement sur des sites et publications populaires.
- Génération de leads.
- Demandes des éditeurs pour plus d'articles.
- Le classement de votre page Web par les moteurs de recherche populaires.
- Et enfin les ventes et les bénéfices.

Par conséquent, le succès d'une campagne de marketing d'article réside dans le fait que le trafic vers votre site Web a-t-il augmenté ?

- Votre page est-elle bien classée par les moteurs de recherche en ligne populaires ?
- Votre contenu est-il publié sur divers sites populaires ?

Et enfin, vos ventes et votre rentabilité ont-elles augmenté ou non, et ainsi évaluer continuellement les performances améliorera vos chances de succès à long terme et d'existence en ligne à long terme.

=====

Chapitre 16 À faire et à ne pas faire du marketing d'article

Le marketing d'article a un pouvoir énorme pour la promotion de toute activité en ligne, mais malheureusement, peu de commerçants n'atteignent pas leur plein potentiel en commettant des erreurs courantes.

Voici quelques choses à faire et à ne pas faire en matière de marketing d'article qui aideront certainement les spécialistes du marketing à s'assurer d'employer une campagne de marketing réussie.

==> Dos du marketing d'article :

- Faites vos recherches : vous devez d'abord connaître votre public cible. Identifiez leurs besoins, leurs problèmes et recherchez les mots-clés qu'ils pourraient utiliser pour obtenir des informations en ligne qui les intéressent.

Aussi, vous devez rechercher et avoir une connaissance complète du sujet de votre article.

- Créez un article informatif : écrivez un article informatif et divertissant pour votre lecteur. Votre article doit résoudre le problème de votre client et doit attirer son attention.
- Faire du marketing, pas de la publicité : n'oubliez pas que le marketing d'article n'est pas une publicité à travers laquelle vous poussez votre produit vers le public cible.

Le marketing d'article est en fait une stratégie d'attraction de la demande par laquelle vous proposez une solution à leur problème et créez à son tour une demande pour votre produit.

- Concentrez-vous à la fois sur vos clients et vos éditeurs :

vos article doit susciter l'intérêt de vos clients ainsi que de vos éditeurs. Les spécialistes du marketing ne parviennent parfois pas à vendre leur article aux éditeurs en mettant trop l'accent sur leur entreprise ou leur produit et en faisant des compromis sur la qualité du contenu.

Utilisez des tactiques optimisées pour le référencement :

Utilisez toujours des mots-clés appropriés, sélectionnez le titre approprié, assurez un placement optimal des mots-clés, développez des liens et ajoutez une boîte de ressource d'auteur appropriée dans votre article pour optimiser l'audience et le classement du site Web.

À ne pas faire dans le marketing d'article !

Ne faites aucun compromis sur la qualité du contenu :

Un contenu de mauvaise qualité peut détourner à jamais votre trafic de votre site, alors ne faites jamais de compromis sur la qualité.

Donnez des informations authentiques et faites en sorte que votre article résolve les problèmes de vos clients pour qu'ils deviennent crédibles :

Ne vendez pas : évitez de produire une copie de vente, car personne ne publiera des articles qui ne sont pas informatifs et qui ressemblent à une lettre de vente.

Ne faites pas d'erreurs grammaticales : relisez toujours votre contenu et vérifiez les erreurs grammaticales et les fautes d'orthographe.

N'écrivez pas de très gros articles : soyez bref, divisez-le en sections de texte digestes et ne le surchargez pas avec une masse d'informations. Soyez précis et concentré.

Ne soumettez pas d'articles sur des annuaires non pertinents : soumettez toujours vos articles à des sites connexes et populaires pour générer des masses de trafic. Ne perdez jamais votre temps et vos efforts en soumettant vos articles à des sites et annuaires non pertinents. **C'est sans valeur.**

Par conséquent, après avoir lu ce chapitre, les spécialistes du marketing d'articles peuvent éviter certaines erreurs cruciales et peuvent augmenter l'efficacité de leur campagne de marketing d'articles.

=====

Chapitre 17

Différence entre le marketing d'article et la rédaction d'articles.

Une erreur courante que les gens peuvent commettre est de confondre la rédaction d'articles traditionnels avec le marketing d'articles.

Écrire et publier des articles dans des magazines, des revues, des journaux ou sur divers autres sites est complètement différent du marketing d'articles.

Le marketing d'article est essentiellement un outil de marketing utilisé par les spécialistes du marketing pour générer un trafic Web optimal vers leurs sites Web, augmenter le classement des pages, gagner en popularité et développer la crédibilité afin d'optimiser leurs ventes et leur rentabilité.

La rédaction d'articles est essentiellement un domaine d'écriture, où les écrivains produisent des articles qui transmettent leurs connaissances, leur expertise et leur point de vue sur certains sujets et sujets spécifiques qui les intéressent au grand public par le biais de la publication d'articles.

Vous trouverez ci-dessous quelques-unes des principales différences entre les deux.

- Le marketing d'article est un outil de marketing pour générer des ventes et des bénéfices, tandis que la rédaction d'articles consiste simplement à écrire des articles pour informer le grand public sur des problèmes

et des sujets spécifiques sans phénomène de vente ou de marketing.

- Les vendeurs d'articles soumettent des articles gratuitement tandis que les auteurs d'articles facturent des frais.
- Les spécialistes du marketing d'articles soumettent des articles aux annuaires d'articles afin d'augmenter les liens et de générer du trafic Web vers leurs sites et de générer des prospects, tandis que les rédacteurs d'articles soumettent des articles à des sites connexes sans aucun désir de générer des prospects.
- Le succès du marketing d'article dépend de la quantité de trafic Web qu'il génère et du classement du site Web de l'entreprise et de la crédibilité de l'entreprise, tandis que le succès de la rédaction d'un article dépend de la propre crédibilité de l'auteur.
- L'objectif principal des spécialistes du marketing d'articles est de fournir du matériel de résolution de problèmes à leurs clients tandis qu'un rédacteur d'articles effectue des recherches et fournit son point

de vue ou ses informations pour sensibiliser ses lecteurs sur le sujet.

- Le spécialiste du marketing d'article doit s'assurer que l'article contient des mots-clés populaires et son emplacement, des liens appropriés, une boîte de ressources d'auteur bien conçue et qu'il est axé sur le référencement, tandis qu'un rédacteur d'article n'est jamais tenu de garantir de telles choses.

Par conséquent, il est tout à fait évident maintenant que le marketing d'article ne consiste pas à écrire des articles, mais plutôt à un outil de marketing visant à promouvoir en ligne.

=====

Chapitre 18

Article Marketing - dans une vue à vol d'oiseau:

Au cours de notre voyage à travers ce livre, nous avons exploré que le marketing par article est l'un des moyens les plus efficaces, les plus efficaces et les moins coûteux de générer des prospects ciblés vers votre site Web,

d'optimiser votre classement dans les moteurs de recherche et d'augmenter la crédibilité et la rentabilité de votre entreprise.

Avec l'utilisation accrue d'Internet et l'évolution des affaires en ligne, le marketing d'article s'est étendu à un domaine complet offrant des avantages solides pour promouvoir les affaires en ligne et augmenter la visibilité en ligne d'une entreprise.

C'est la raison pour laquelle toutes les entreprises d'aujourd'hui, grandes ou petites, mettent en œuvre diverses campagnes de marketing d'articles pour battre leurs concurrents et promouvoir leur entreprise.

Dans cet E-book, nous avons également discuté en détail de diverses tactiques de marketing en ligne et exploré qu'en développant des articles axés sur le client, la résolution de problèmes et informatifs pour les lecteurs, nous pouvons publier nos articles sur plusieurs sites Web et annuaires populaires pour réussir.

Non seulement le succès du marketing d'article repose profondément sur l'utilisation de plusieurs tactiques telles que l'utilisation de mots clés, des liens étendus,

l'optimisation du référencement pour augmenter la possibilité d'atteindre des millions de clients ciblés.

Il est également essentiel d'assurer une distribution efficace des articles en sélectionnant des répertoires d'articles connexes et populaires et en respectant leurs exigences.

Afin d'obtenir un maximum d'avantages, nous avons également discuté de certaines erreurs courantes que les spécialistes du marketing d'articles peuvent commettre et qui peuvent diluer l'efficacité de leurs efforts et réduire l'efficacité de leur campagne de marketing d'articles.

De nombreuses tactiques utiles ont également été explorées que les spécialistes du marketing devraient suivre et celles qu'ils doivent éviter pour assurer l'efficacité de la campagne de marketing de l'article.

Par conséquent, le marketing d'article, s'il est lancé efficacement, peut aider les spécialistes du marketing à augmenter leur marché cible et à récolter un maximum de bénéfices.

GAGNER DE L'ARGENT AUGMENTEZ VOTRE TRAFIC ET AMÉLIOREZ VOTRE BUSINESS STRATÉGIQUEMENT

Tous pour ce former et gagner de l'argent sur internet SANS CE CASSER LA TÊTE

E-books gratuits «Avec droit de revente INCLUS» astuces et formations de marketing d'affiliation

www.gagner-sur-internet.com

GAGNER DE L'ARGENT

Affiliation numéro°1 en France

www.gagner-sur-internet.com/redirect/systeme.io.php

Les Reines de l'affiliation

www.gagner-sur-internet.com/redirect/lesreindelaaffiliation.php

Gagner de l'argent en automatique

www.gagner-sur-internet.com/redirect/logiciel-IDM.php

Gagner de l'argent avec le Challenge pecunia

www.gagner-sur-internet.com/redirect/challenge-pecunia.php

BEST SELLER – Profit-Hacking

www.gagner-sur-internet.com/redirect/Profit-Hacking.php

Activez votre Robot à Profits et gagnez jusqu'à 2327 € par mois

www.gagner-sur-internet.com/redirect/robot-a-profits-automatique.php

[Make Money💰] SATOSHI le Retour de l'offre BUZZ

www.gagner-sur-internet.com/redirect/faille-Satoshi.php

Le Système 7 Minutes est un système clé en main pour générer des commissions d'affiliation en 7 minutes par jour.

www.gagner-sur-internet.com/redirect/systeme-7-minutes.php

Le Guichet Automatique Privé

www.gagner-sur-internet.com/redirect/le-guichet-automatique-prive.php

Le Système Des 4 Boîtes Secrètes

www.gagner-sur-internet.com/redirect/systeme-des-boites-secretes.php

Votre propre boutique en lignes

[Dropizi \(15 Jours gratuits\): Solution 100% Française pour le Dropshipping](#)

[WiziShop Solution E-commerce \(15 Jours gratuits\) : Créez votre boutique en ligne](#)

[Votre boutique de produits numérique avec ou sans droit de revente](#)

PLUS DE TRAFIC WEB

Pack Ultime de la Prospection Facebook
Jusqu'à 100 Prospects Qualifiés Par Jour, Sans Pub...
www.gagner-sur-internet.com/prospection-facebook.php

Logiciel d'aide au Référencement
www.gagner-sur-internet.com/redirect/longtailpro.php

Le Gagnant - Réseau d'échange gratuit de visiteurs
www.gagner-sur-internet.com/redirect/legagnant.php

S'organiser

Maîtriser les meilleurs outils pour être plus efficace et gagner en rapidité
Mieux s'organiser pour être productif // Formation sur l'organisation (vente directe☆) Maîtriser les meilleurs outils pour être plus efficace et gagner en rapidité
www.gagner-sur-internet.com/redirect/comment-creer-systeme-sur-mesure-pour-s-organiser.php

TEMPLATES - OUTILS - HEBERGEMENT

HostPro: Système d'hébergement Cloud illimité à vie sans abonnement
www.gagner-sur-internet.com/redirect/systeme-d-hebergement-cloud.php

Votre nom de domaine + hébergement + création de sites + ... Avec plus de **180 modèles de Sites** déjà enregistrés à un **Prix Ridicule** ! Profitez de Mon Code Promo : **CD45** ⇒ <https://cutt.ly/rUTcJo2>

SIO TEMPLATES est un espace privé regroupant le plus grand nombre de templates pour Systeme IO
www.gagner-sur-internet.com/redirect/sio-templates.php

Spiritualité - Abondance - Make Money

Secret Terra Nova BESTSELLER
ATTENTION : L'ancien monde s'écroule, ceux qui n'élèvent pas leur fréquence RAPIDEMENT vont subir des troubles importants dans les prochains jours...
www.gagner-sur-internet.com/redirect/secret-terra-nova.php

Manifestation Ek Chuah (Abondance d'Argent)
La Science A Toujours Un Temps De Retard...
www.gagner-sur-internet.com/redirect/manifestation-ek-chuah.php

Attraction Shamanique
Et si le pouvoir d'une tradition oubliée pouvait transformer votre vie quand notre monde s'effondre ?
www.gagner-sur-internet.com/redirect/attraction-shamanique.php

Algorithme redistributeur d'impôt

www.gagner-sur-internet.com/redirect/algorithme-redistributeur-d-impot.php

E-books gratuits «Avec droit de revente INCLUS» astuces et formations de marketing d'affiliation

www.gagner-sur-internet.com