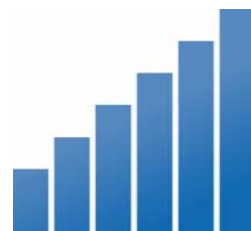




Optimisez vos stratégies web | Double-check your web strategies

# Optimisez vos stratégies Web pour réaliser votre mise en marché



*Michel Leblanc,  
M.Sc. commerce électronique*

## Avancement en affaires électroniques selon le secteur économique : Construction

% des entreprises canadiennes par secteur économique 2003	Rang et % VS total
<b>Utilisation d'Internet</b>	<p><b>13e</b> rang sur 19 secteurs économiques</p> <p><b>Construction 73.8%</b> Moyenne (78.2%)</p>
<b>Possession d'un site Web</b>	<p><b>12e</b> rang sur 19 secteurs économiques</p> <p><b>Construction 29%</b> Moyenne (34%)</p>
<b>Utilisation d'Internet pour vendre des produits ou services</b>	<p><b>14e</b> rang sur 19 secteurs économiques</p> <p><b>Construction 2.5%</b> Moyenne (7.1%)</p>



# Dépenses en ligne vs hors ligne, secteur immobilier américain

## Real Estate Ad Spending, 2001-2010 (\$ millions; projections in italics)

Year	Online Adv.	Total Adv.	Online Share
2001	\$395.71	\$11,169.84	3.5%
2002	\$580.62	\$11,166.57	5.2%
2003	\$971.10	\$11,762.51	8.3%
2004	\$1,159.36	\$11,202.02	10.3%
2005	\$1,718.68	\$11,697.99	14.7%
<i>2006</i>	<i>\$2,050.10</i>	<i>\$11,591.65</i>	<i>17.7%</i>
<i>2007</i>	<i>\$2,560.95</i>	<i>\$10,818.82</i>	<i>23.7%</i>
<i>2008</i>	<i>\$2,822.17</i>	<i>\$10,151.42</i>	<i>27.8%</i>
<i>2009</i>	<i>\$2,983.79</i>	<i>\$9,502.60</i>	<i>31.4%</i>
<i>2010</i>	<i>\$3,067.73</i>	<i>\$9,556.50</i>	<i>32.1%</i>

Sources: Dun & Bradstreet, Ad Audit Services, Borrell Associates Inc., 2006



## B2C

# Processus décisionnel des acheteurs de maison

**Canadians Who Have Searched for House Prices, Listings or House Information Online, by House Purchase Status, June 2003 (as a % of respondents)**

**Purchased home in the last 2 years**



**Will purchase home in the next 2 years**



**Non-purchasers**



**Total**



■ **Have searched online**

■ **Have not searched online**

Source: Ipsos-Reid, October 2003

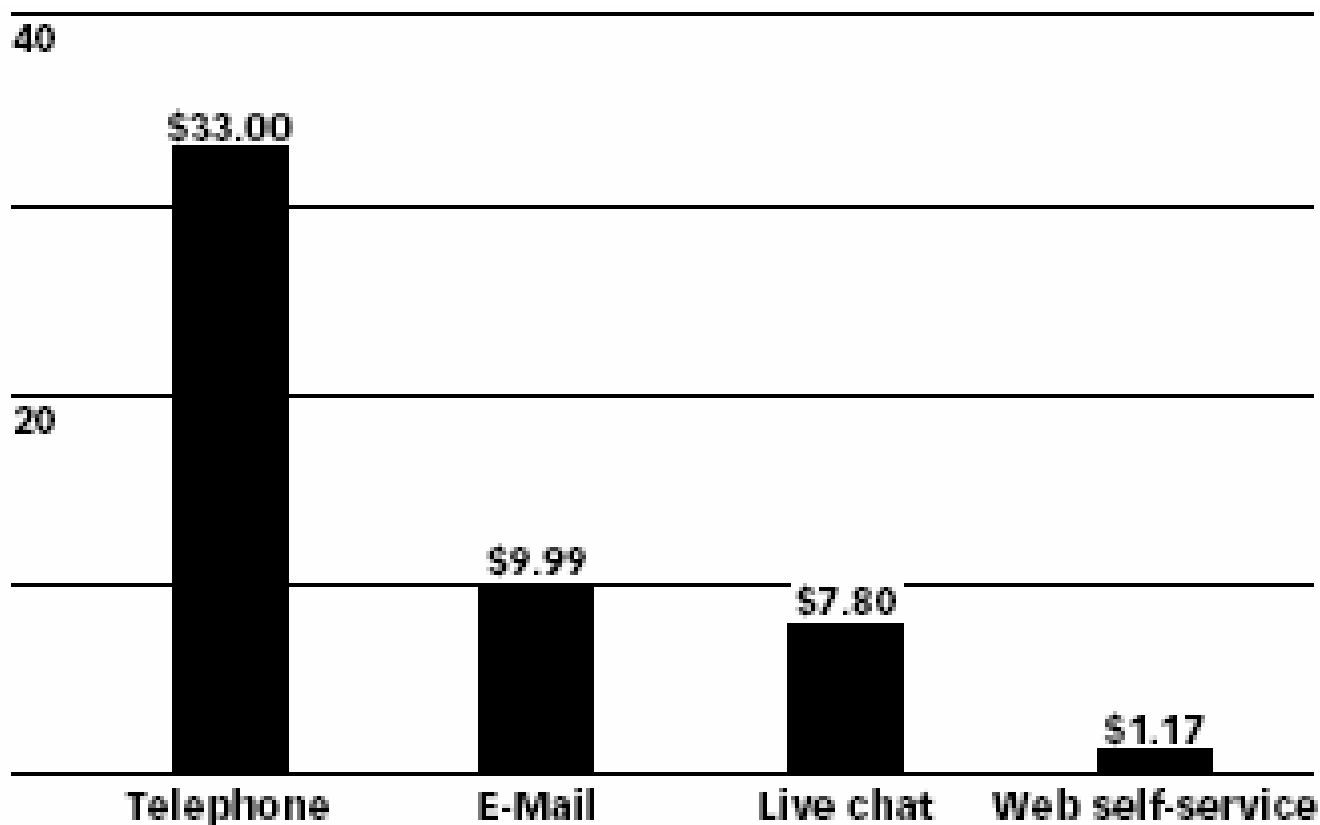
052918 ©2003 eMarketer, Inc.

www.eMarketer.com



# Coûts du service à la clientèle par canal de distribution

(B2C et B2B - par contact – USA -2002)



# L'internet devrait dépasser la télévision en 2006

- Les canadiens passent 12.7 heures/semaines devant l'ordinateur, comparativement à 14.3 heures/semaines devant la télévision. La croissance d'utilisation d'internet est de +/- 20%/an tandis que celle des autres médias de 5%.



# Tours virtuels

Virtual tour takers	
54 million online Americans have taken virtual tours. The percentage of that 54 million who fall into each group...	
	% of virtual tour takers who are...
Men	47%
Women	53%
Race/ethnicity	
Whites	80%
Blacks	7%
Hispanics	9%
Other/Refused to answer	4%
Age	
Generation Y (ages 18-27)	16%
Generation X (ages 28-39)	27%
Younger Baby Boomers (ages 40-49)	28%
Older Baby Boomers (ages 50-58)	21%
Matures (ages 59-68)	5%
After work (age 69+)	3%
Household income	
Live in households earning less than \$30,000	15%
\$30,000-\$49,999	22%
\$50,000-\$74,999	21%
\$75,000 or more	42%

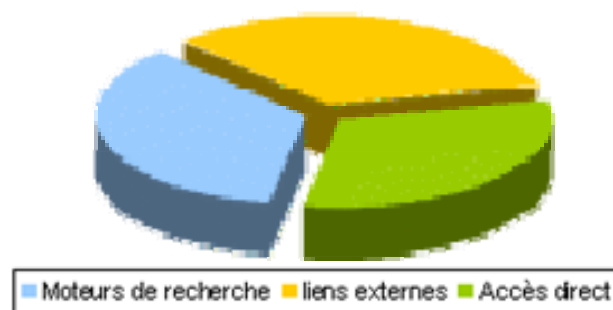


# Acquisition de clients sur le Web

## Les outils de recherche : première source de trafic

type d'accès	%	progression Nov. 03/Dec 03
outils de recherche	34,98 %	+ 2,93
liens externes	34,48%	- 1,63
accès direct	30,54 %	- 1,30

répartition du trafic entrant par type d'accès





# Étapes présence Web efficaces

- Déterminer des objectifs d'affaires et des mesures de rendements
- Faire une recherche pour vos produits et services sur le Web afin d'analyser comment vos concurrents utilisent le Web
- Identifier les problématiques et bénéfices associés à l'utilisation de vos produits et services.



# Étapes présence Web efficaces

- Ne pas vous perdre dans un jargon technico-commercial que seuls vous et vos employés, connaissent.
- Prenez soin d'adapter votre site et son contenu en fonction de votre public cible (langue, âge, intérêts, etc.)



# Étapes présence Web efficaces

- Choisissez une technologie et fournisseur Web.
  - Le Web est un médium de contenus textuels plutôt que d'images.
  - Vérifier que le fournisseur ou la technologie choisie est perméables aux engins de recherches tels que Google.

# Étapes présence Web efficaces

- Mettez en évidence les informations permettant de vous rejoindre (téléphone, adresse physique, courriels, etc.
- Inscrivez votre site aux répertoires gratuits avec les détails sur l'entreprise telle que [Stratégis](#), [iCriq](#), APCHQ, association sectorielle et autre.

# Étapes présence Web efficaces

- Identifiez puis inscrivez-vous dans les portails d'autorités
- Mettez votre site en ligne, vérifiez vos statistiques et l'atteinte de vos objectifs d'affaires et corrigez le tir au besoin.



# Merci Beaucoup!

**Michel Leblanc M.Sc.**

**514.272.0998**

[mleblanc@analyweb.com](mailto:mleblanc@analyweb.com)

**et visitez le blogue**

[www.michelleblanc.com](http://www.michelleblanc.com)

