

A photograph of a modern, two-story house with large windows and a flat roof. In the foreground, there is a swimming pool with a wooden deck and three lounge chairs. The scene is set against a clear blue sky with some trees on the left.

**Tout ce que devrait savoir un
CONSTRUCTEUR DE MAISONS**

**... pour avoir des CLIENTS grâce à
son site web**



DES SOLUTIONS SUR-MESURE POUR DES CLIENTS UNIQUES

Powertrafic, c'est qui ?

Agence **spécialisée en marketing digital**, Powertrafic est une équipe de **15 experts** engagés dans le développement du chiffre d'affaires de ses clients grâce au web. Site performant, trafic qualifié et contenus pertinents, de quoi **convertir vos prospects en clients**. En somme, une stratégie web adaptée à vos besoins et centrée sur votre ROI.



WEBSITE DESIGN

Optimisation de votre site web pour augmenter le nombre de contacts sur votre site



LEAD MANAGEMENT

Optimisation de votre site web pour convertir vos visiteurs en futurs clients



REFERENCEMENT NATUREL

Techniques améliorant le positionnement de votre site sur Google



RESEAUX SOCIAUX

Augmenter votre visibilité et l'engagement autour de votre marque via les réseaux sociaux



CAMPAGNES PUBLICITAIRES

Attirer un trafic ciblé grâce à des campagnes optimisées



BLOGGING

Fournir du contenu de qualité à destination de vos prospects pour développer votre notoriété

LES AUTEURS

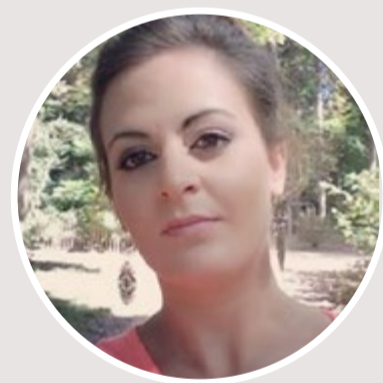


Romain

Responsable marketing et communication

-

Co-fondateur de l'agence Powertrafic depuis 2009, Romain est multi-casquettes : responsable marketing et communication de Powertrafic et Président de l'association Normandie Web Xperts, sa passion pour les nouvelles stratégies digitales est sans limite !



Perrine

Rédactrice web - Assistante webmarketing

-

Rédactrice web et assistante webmarketing chez Powertrafic, Perrine est passionnée par l'univers du web et s'intéresse en particulier aux nouvelles stratégies d'Inbound marketing car, pour elle, content is king !



QU'EST-CE QUE LES INTERNAUTES DE VOTRE MARCHE RECHERCHENT AUJOURD'HUI SUR LE WEB ?

Avant de construire sa stratégie webmarketing, il est essentiel de connaître le profil de vos internautes et plus particulièrement ce qu'ils recherchent.

Il existe 3 types de requêtes sur les moteurs de recherche :



1 «Faire» = Requêtes transactionnelles

L'internaute recherche à faire une action.
Par exemple : construire une maison neuve ou acheter un terrain.

2. «Savoir» = Requêtes informatives

L'internaute est en demande d'informations telles que trouver un constructeur de maisons ou connaître le temps de réalisation d'une maison.



3. «Aller» = Requêtes de navigation

L'internaute cherche à se rendre à un endroit précis. Trouver un constructeur de maisons local ou voir sur Google Maps l'environnement de sa future maison.

Quel est le marché de l'immobilier en ligne ?



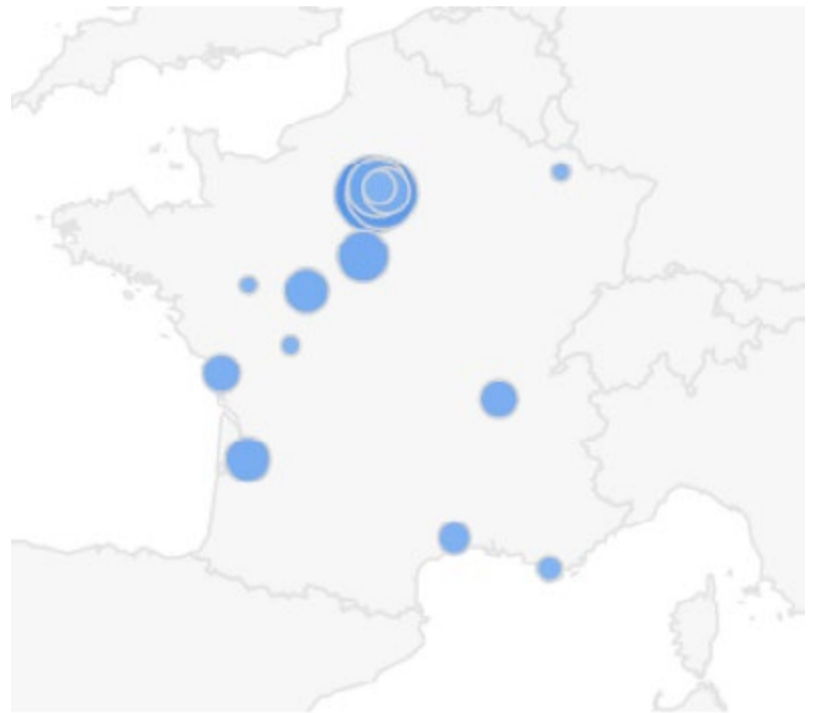
1 Français sur 4
a un projet immobilier



77% d'entre eux
consultent un site immobilier en ligne

En 2014, la requête **Achat Maison** concernait 5 zones géographiques principales*:

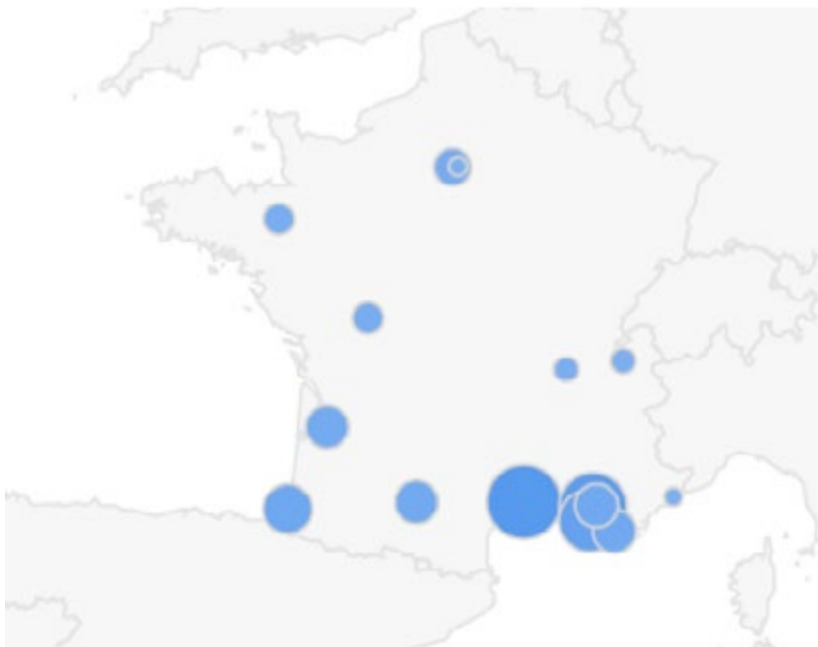
- Versailles (100)
- Montrouge (92)
- Nanterre (79)
- Orléans (70)
- Bordeaux (65)



Pic du nombre de requêtes en août/septembre.

Et la requête **Achat Terrain** concernait 7 zones géographiques principales* :

- Montpellier (100)
- Bordeaux (81)
- Toulouse (78)
 - Lyon (74)
- Rennes (73)
 - Paris (61)
- Nantes (59)



* Source baromètre Ifop/Explorimmo 2013

* Source Médiamétrie/Netratings

Pic du nombre de requêtes en juillet/août

IL EST DONC ESSENTIEL QUE VOTRE SOCIÉTÉ SOIT PRÉSENTE SUR INTERNET !



La prospection digitale : une solution pour aller plus loin dans la relation client

Le marché de l'immobilier en ligne est porteur, **presque 80% des français consultent un site immobilier en ligne.**

Construire une maison est un projet engageant et nécessitant de la confiance de la part de la société.

Comment se comporte l'internaute sur Internet ?

Il fait une recherche sur Google, compare puis contacte l'entreprise de son choix.

Référencement naturel et **campagnes publicitaires** vous aideront à améliorer votre notoriété et à faire connaître votre offre.

Néanmoins, nous vous conseillons de ne pas vous contenter uniquement de ces leviers. Si vous souhaitez attirer, motiver et convaincre vos prospects, **changez votre manière de communiquer !**

Comment générer des prospects grâce à la communication digitale ?

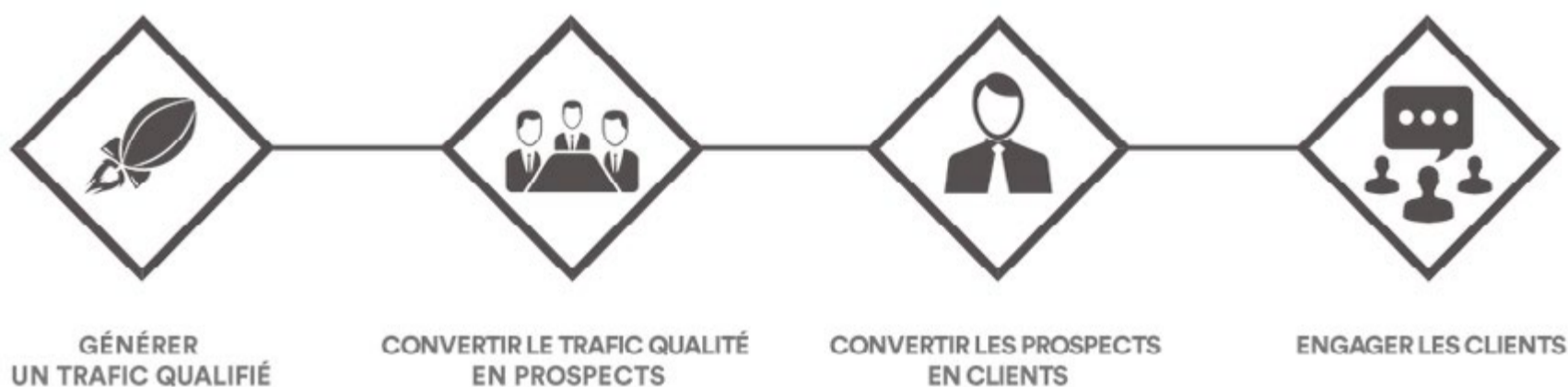
Optez pour une méthode qui va attirer vos futurs clients à vous !

Comment ?

Plutôt que de faire uniquement des campagnes AdWords qui n'augmentent qu'à court terme le nombre de devis, passez à des **techniques plus engageantes et durables** qui vont permettre d'atteindre vos prospects au bon moment et au bon endroit !

Sachez que **le coût d'acquisition d'un lead via une stratégie de prospection digitale est 60% moins élevé** que pour une campagne de marketing traditionnel !

Quelles sont les étapes du processus de la prospection digitale ?



ATTIRER / CONVERTIR / CONCLURE / ENGAGER

Ce sont les 4 étapes fondamentales à respecter pour être là où sont vos prospects, au bon moment, au bon endroit et avec les bons outils.

L'objectif de cette méthode : transformer vos prospects en clients et vos clients en ambassadeurs de votre marque !



QUELLES SONT LES COMPOSANTES DU SUCCÈS ?

Une fois votre message défini (à qui et quand), il est temps de déterminer les canaux de publicités pour toucher vos visiteurs.

Objectif : être présent là où vos prospects rechercheront l'entreprise qui les accompagnera dans la construction et l'acquisition de leur bien immobilier.

Nous allons maintenant voir ces différents leviers que vous pourrez actionner en fonction de votre cible.

Site web = la base de toute stratégie d'acquisition de prospects

Pourquoi est-il fondamental ?

1. Donne la première impression à vos visiteurs sur votre image : qualité des réalisations, informations fournies, maîtrise des paramètres d'un projet immobilier, références clients, témoignages, avis, recommandations, etc. **L'objectif de votre site est de donner confiance aux visiteurs !**

Conseil : votre site doit être visuel et alimenté de contenus attractifs afin que les visiteurs aient envie d'en savoir plus sur votre société.

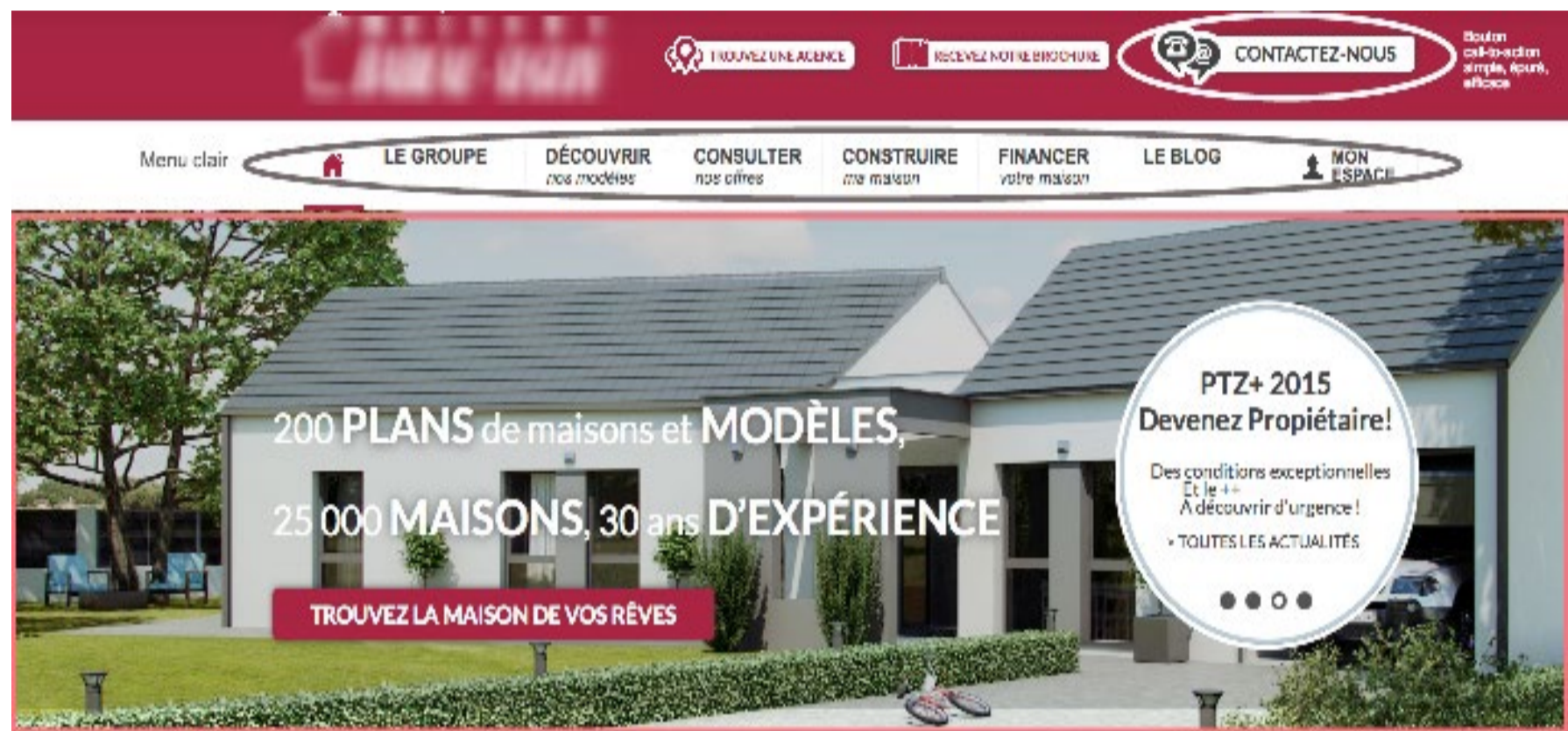
2. Représente un véritable outil commercial

L'optimisation de votre site et/ou blog ainsi que la diffusion d'actualités sont d'**excellents moyens pour attirer de nouveaux visiteurs.**

Conseil : Répondez aux interrogations de vos prospects en créant des contenus qui leurs soient utiles et qui prouvent aussi votre expertise :

- Différence de types de constructions,
- Erreurs à ne pas faire dans un projet immobilier
- Dispositifs d'aide pour diminuer les coûts de construction

Exemple à suivre d'un site de constructeur de maisons



Place aux grandes images !

LES MODÈLES ET PLANS DE MAISON

personnalisables à prix imbattables



Modèle de maison traditionnelle

LES OFFRES TERRAINS ET MAISONS

des offres clefs en mains adaptées à votre situation



Les offres maison + terrains

Ce qu'il faut retenir pour un site web attractif et efficace :

- De **grandes images** qui défilent ici en slideshow
- Un **menu clair et épuré**, illustré ici par des verbes d'actions (découvrir, consulter, construire et financer)
- Des **boutons «d'incitation au clic»** placés à des endroits stratégiques : «recevez notre brochure», «contactez-nous»
- Un **site design et harmonieux** (couleurs, formes des boutons, police utilisée pour les textes, etc)
- Des **catégories claires** : les plans de maisons à télécharger (récolte des coordonnées) et les annonces de maisons/terrains à construire (contact direct avec l'agence pour en savoir plus)

N'oubliez pas que vous avez 7 secondes pour convaincre !

Référencement naturel et AdWords

2 sources de trafic pour le secteur de construction de maisons = Référencement naturel + AdWords

Positionner votre site sur des recherches fréquemment tapées par les internautes est possible grâce à ces **2 leviers complémentaires : Référencement naturel + AdWords**

The screenshot shows a Google search for "constructeur maison individuelle rouen". The search bar is at the top with a magnifying glass icon. Below the search bar, there are tabs for "Web", "Maps", "Actualités", "Images", "Vidéos", "Plus", and "Outils de recherche". The search results are displayed in a grid. On the left side, there are three organic search results (SEO) highlighted with a green border. On the right side, there are several paid search results (AdWords) highlighted with a red border. A map is visible in the middle of the page, showing the location of several construction companies in Rouen. The text "Annonces publicitaires (AdWords)" is written in red next to the paid results, and "Résultats naturels (SEO)" is written in green next to the organic results.

constructeur maison individuelle rouen

Web Maps Actualités Images Vidéos Plus Outils de recherche

Environ 256 000 résultats (0,56 secondes)

750 Maisons individuelles - cleverte.fr
Annonces www.cleverte.fr/ ▾
Projets de maisons neuves Cleverte un constructeur régional NF 27 - 76

Construire Maison Bernay - Le Spécialiste de l'Habitat Neuf
Annonces www.lesdemeuresdeprovince.fr/ ▾
Contactez Nous dès aujourd'hui
Maisons Traditionnelles - Nos Maisons à Vendre - Pavillons

Constructeur Maison - Votre maison à partir 1200€/m²
Annonces maisonfamiliale.com/Haute-Normandie ▾
Demandez notre documentation
Prêt à Taux Zéro · Maison personnalisable · 50 agences en France
Le Contrat Sérénité - Télécharger la brochure - Quelle maison êtes-vous?
📍 42 route de Paris - 02 35 80 21 55 - Fermeture imminente · 09:00 – 12:00 ▾

EVERNOTE WEB CLIPPER
Connectez-vous à Capture web pour affi similaires

Habitat Concept
Annonces www.habitatconcept.fr/ ▾
Tous nos plans de maisons RT 2012 personnalisables

Maison CTVL
www.maisons-ctvl.fr/Constructeur ▾
CTVL va vous séduire par sa gamme de maisons individuelles !

Maison Castor®
www.maisoncastor.com/ ▾
Devenez propriétaire pour 89700€ !
Participez, Economisez
📍 42 route de Paris, LE Mesnil Esnard
02 35 80 00 92

Maisons Pierre™
www.maisons-pierre.com/Maison-BBC ▾
Faites des économies avec nos maisons BBC à partir de 85 800 €

Constructeur de Maison
www.maisons-france-littoral.fr/ ▾
Pour votre maison individuelle faites confiance à nos spécialistes

Constructeur de Maisons
www.maisonslesnaturelles.fr/ ▾
Constructeur Maisons Les Naturelles Pour un projet en toute confiance !

Sarl Leroy (27)
www.maconnerie-jacques-leroy.fr/ ▾
Travaux de Maçonnerie à Fontaine-l'Abbé. Demandez un devis !

Constructeur Maison
www.mikit.fr/Construction ▾
Construction de Votre Maison Mikit Devenez Propriétaire, C'est Simple !
Affichez votre annonce ici »

Maisons Pierre
Aucun avis · Constructeur immobilier
44 Avenue de Caen · 0 800 64 76 47
Ouvert jusqu'à 12:00

Maisons Le Masson Rouen
Aucun avis · Promoteur immobilier
40 Boulevard des Belges · 02 76 67 88 37
Ouvert jusqu'à 12:00

MAISONS FRANCE CONFORT
Aucun avis · Constructeur de maisons personnalisées
5 Rue Racine · 02 35 07 99 25
Ouvert jusqu'à 17:00

Autres adresses

Gueudry: Constructeur maison individuelle Normandie 27 - 76
www.gueudry.fr/ ▾
Gueudry - Constructeur de maisons individuelle situé près de Rouen en Normandie - Construction de maison normande, maison en bois, maison ...

Constructeur maison Rouen (76000) - Maisons France Confort
www.maisons-france-confort.fr/ > ... > Haute-Normandie > Seine-Maritime ▾
Maisons France Confort, constructeur de maisons individuelles depuis 5 générations, vous guidera dans la construction de votre future maison neuve basse ...

Résultats naturels (SEO)

33% des internautes cliquent sur le 1er résultat dans Google et les résultats sur la 1ère page génèrent un trafic de 92 % !

Sur votre marché, les internautes recherchent selon ces critères : le **type de bien**, le **prix**, la **géolocalisation**.

1. Le référencement naturel = les fondations pour une visibilité solide et durable

Le référencement naturel d'un site web c'est comme les fondations d'une maison, **c'est indispensable pour construire une visibilité sur Internet sur le long terme.**

Le référencement naturel (SEO) est un **travail de longue haleine** pour faire apparaître votre site sur la 1ère page des résultats Google ainsi que dans les 3 premiers résultats qui génèrent à eux trois 62 % du trafic !

Nous vous recommandons de mettre des éléments qui sont indispensables pour mettre en confiance vos visiteurs :

- présentation de la société
- valeurs de la société
- témoignages clients
- exemples de réalisations
- certifications / labels qualité
- références clients

Produire du contenu de qualité est aussi très important pour optimiser votre référencement naturel.

Les entreprises qui publient **plus de 15 actualités / mois**,
bénéficient de **5 fois plus de trafic**, que celles qui sont inactives.

2. Annonces publicitaires AdWords = le boosteur pour augmenter votre trafic

Faire de la publicité sur AdWords va vous permettre d'**augmenter à court / moyen terme votre trafic** vers votre site web. Pour un trafic qualifié, il est essentiel de paramétrer votre ciblage : géographique, démographique, etc.

Pour une campagne publicitaire efficace, les internautes doivent être redirigés sur des pages en lien avec leur recherche.

Exemple : si un internaute tape dans Google « constructeur maison individuelle Lyon », redirigez-le **vers la page de présentation de l'agence** située à Lyon si vous possédez plusieurs agences en France.

Conseil : pour vos campagnes AdWords, il est inutile d'avoir un ciblage national car les requêtes des internautes sont principalement locales.

Call-to-action et ergonomie

Travaillez sur les éléments de votre site qui vont favoriser la prise de contact et la demande de devis

Lors de sa première visite, l'internaute ne vous connaît pas et il a sûrement été en contact avec vos concurrents !

Vous devez donc tout faire pour le rassurer.



Qu'est-ce qu'un call-to-action ?

Un call-to-action est un bouton, un lien, un visuel **appelant l'internaute à entreprendre une action** : demande de devis, ajout au panier, clic, inscription, etc.

Un call-to-action efficace dépend de la qualité rédactionnelle et visuelle de l'accroche afin de maximiser le taux de conversion.

Qu'est-ce que l'ergonomie web ?

L'ergonomie web s'intéresse à **l'amélioration du confort**, à **la sécurité** et à **l'efficacité** d'un site web pour le plus de visiteurs possible.

Plusieurs points sont importants : la **simplicité d'utilisation**, la **facilité de lecture**, le **temps de chargement** et **l'accessibilité** (utilisateurs qui possèdent des handicaps).

Conseil : Nous vous recommandons sur votre page d'accueil d'avoir au minimum ces éléments :

- Numéro de téléphone
- Bouton de contact / demande de devis
- Présentation de la société
- Présentation de quelques constructions
- Témoignages clients
- Géolocalisation de la société
- Téléchargement d'une brochure (si possible)

Exemples de boutons call-to-action

- 3 boutons d'appel au clic situés en haut de la page d'accueil d'un site de constructeur de maisons individuelles.

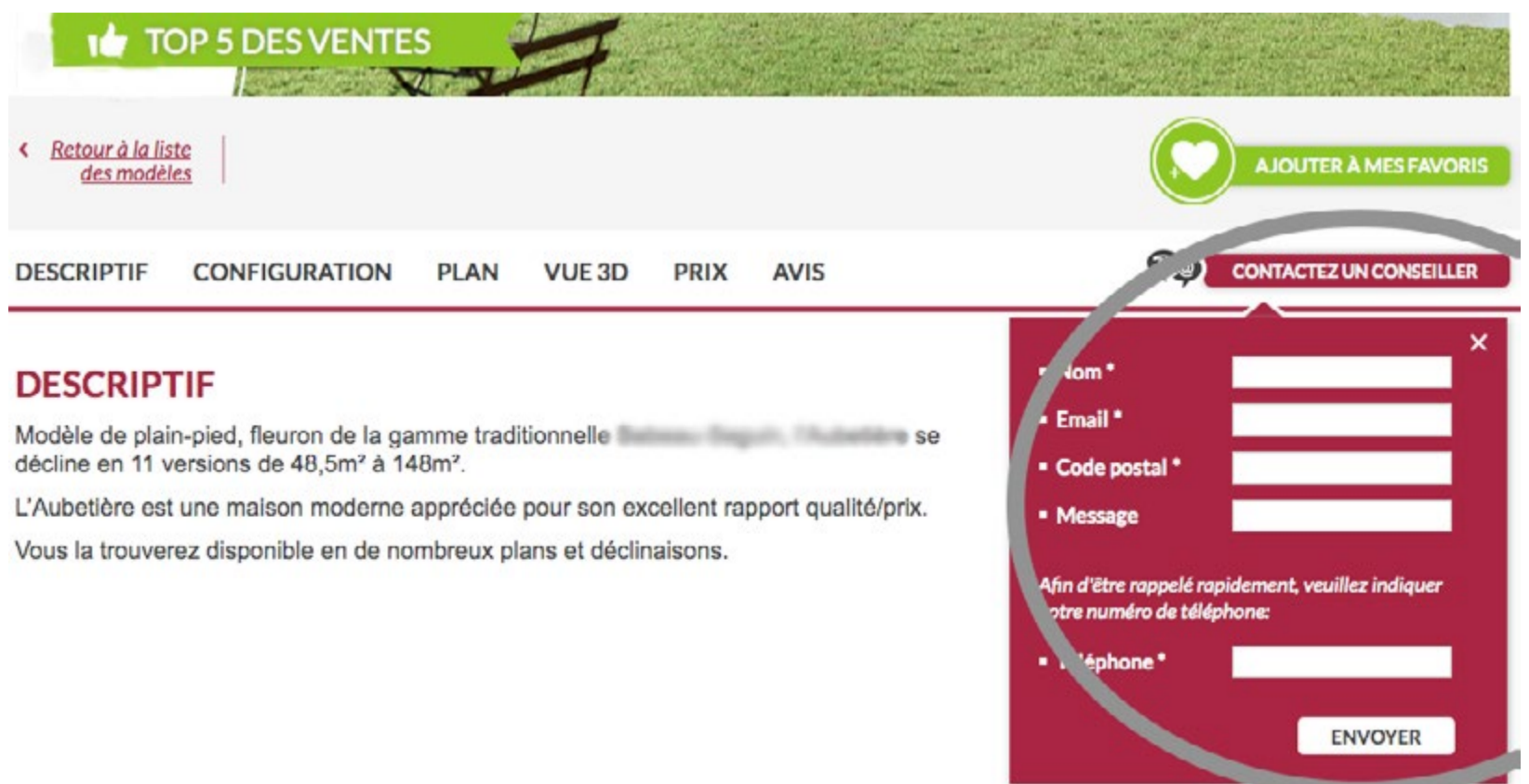
Boutons qui appellent à 3 actions différentes mais les plus importants sont «Recevez notre brochure» et «Contactez-nous» qui permettent de récolter les coordonnées des visiteurs via un formulaire.



Boutons call-to-action sur la page d'accueil d'un site de construction de maisons

- Bouton «Contactez un conseiller» sur la page des annonces de maisons avec un formulaire à remplir.

Design épuré, couleur se détachant du reste du site, ce bouton a l'avantage de garder l'internaute sur la même page avec un formulaire de contact défilant.



Landing Page / Page d'arrivée

La landing page est une page d'arrivée sur laquelle atterit un visiteur. Les sources de trafic amenant à cette landing page sont généralement AdWords ou une campagne emailing.

A quoi servent ces pages ?

Elles permettent de **collecter des informations essentielles sur vos visiteurs** afin que votre équipe commerciale puisse les recontacter.

Quelles sont les informations utiles à récolter ?

En général, les internautes remplissent leur **nom, adresse mail** et **numéro de téléphone**.

Vous pouvez aussi demander d'autres infos utiles comme le **délai souhaité avant la réalisation de l'acquisition de la maison**.

Conseils

- **Ne noyez pas l'internaute** avec trop de questions à remplir. Vous risquez de le décourager, pensez à définir en amont les informations qui vous sont essentielles.
- **Soignez le design** de la page. Il faut que le visiteur identifie clairement et rapidement votre offre et votre société. Plus une landing page est adaptée à une catégorie de prospects, meilleur sera le taux de conversion.

- Une **landing page pour des particuliers** à la recherche d'une résidence principale ne comportera pas les mêmes arguments qu'une **landing page adaptée à des investisseurs** qui destinent leur bien à la location. Vous pouvez lancer une promotion attractive pour inciter l'internaute à remplir le formulaire.

Exemple : 10m² en plus offerts sur une période donnée.

- Au niveau du design :
 - Mettez d'une **autre couleur les boutons d'actions** comme « demander notre brochure », « être rappelé par un conseiller ».
 - **Aérez votre contenu** avec des paragraphes.
 - **Soyez clair** dans les éléments que vous transmettez en échange des coordonnées de vos visiteurs.
 - **Tenez votre promesse** en leur donnant les informations qu'ils sont venus chercher.

Exemple de landing page efficace

L'internaute fait une recherche locale dans Google en tapant «achat maison neuve rouen»

achat maison neuve rouen

Web Actualités Images Maps Shopping Plus ▾ Outils de recherche

Environ 191 000 résultats (0,58 secondes)

Icade Immobilier Neuf - icade-immobilier.com
Annonce www.icable-immobilier.com/ ▾
Appartements Neufs, Maisons Neuves... Choisissez L'expertise d'Icade !

Maison Neuve Rouen - Achetez ou investissez à Rouen
Annonce www.investirimmobilier.eu/maison-rouen ▾
Maisons neuves en Normandie
Dispositif Loi Pinel · Expert à votre écoute · Conseils gratuits · Economie d'impôt
[Voir nos programmes](#) - [Nos références](#) - [Nous contacter](#) - [Être rappelé](#)

En cliquant sur l'annonce, le visiteur atterit sur une page très pertinente puisqu'elle lui affiche les annonces de maisons disponibles sur Rouen.

The screenshot shows a real estate website interface. On the left is a sidebar with search filters: location (Rouen 76000), type (Maison, Appartement, Terrain à bâtir), number of rooms (Studio, 2 pièces, 3 pièces, 4 pièces, 5 pièces et +), budget (€), and additional criteria (Balcon, Terrasse, Jardin, Thématique: TVA réduite, PTZ, Pinel, etc.). The main content area features two property listings. The first listing is for 'Central Square' in Rouen, a 2-room apartment available immediately, priced from 107,000 €. The second listing is for 'Terrasses en Seine' in Bonsecours, offering 4 and 5 room apartments, with a 18,000€ discount on the last two apartments, priced from 245,000€.

Créer une alerte Saisissez votre email OK

Afficher sur la carte Trier par Distance

LIVRAISON IMMÉDIATE

DERNIER T2

Disponibilité immédiate

TVA 5,5% sous conditions

à partir de **107 000 €**

ROUEN (76100) Rue de l'Abbé Lemire (à l'angle de la rue de la Pie aux Anglais)

Appartements en PLS* - TVA 5,5 %* *Bilan pouvant être acquis en TVA à taux réduit (5,5%) sous réserve d'obtention des décisions d'agrément nécessaires, et d'obtention par...

Appartement 2 pièces

PLS (PRÊT LOCATIF SOCIAL) (ZONE B1) | PTZ+

ETRE RAPPelé PRENDRE RDV DEMANDER LA BROCHURE Voir plus de détails →

LIVRAISON IMMÉDIATE

points communs

18 000 € DE REMISE SUR LES DEUX DERNIERS APPARTEMENTS

Disponibilité immédiate

TVA 20%

à partir de **245 000 €**

BONSECOURS (76240) Route de Paris, Rue Jacques Marin (4,6 km de Rouen)

Pour habiter ou investir.

Appartement 4 pièces	245 000 €
Appartement 5 pièces	409 000 €

AJOUTER À MA SÉLECTION

L'impact des réseaux sociaux est trop souvent sous-estimé dans le domaine de la construction individuelle.

Or, ils peuvent se révéler comme d'**excellents leviers d'acquisition de clients**, à condition de faire correspondre votre message avec l'audience du réseau social.

- **Sur Twitter** : relayez les infos issues de votre blog ou si vous n'en avez pas, retweetez les informations utiles à vos abonnés. Exemple : infos sur l'entretien de la maison, le jardinage, la décoration, les prêts immobiliers ...
- **Sur Facebook** : orientez votre discours sur l'aspect humain. Exemple : vie de la société, photos des chantiers, animation via des jeux concours ...
- **Sur LinkedIn** : diffusez votre offre auprès des cibles professionnelles / investisseurs

Avantage des réseaux sociaux

Vos messages diffusés sur les différents réseaux seront potentiellement partagés par les internautes. **Repérez vos abonnés actifs** pour en faire vos ambassadeurs, vos porte-parole. Le **phénomène de viralité** sur les réseaux sociaux est très puissant !

La publicité sur les réseaux sociaux est très efficace pour cibler très précisément vos prospects. De nombreuses données sont à la disposition des annonceurs : pouvoir d'achat, intérêts, localisation, CSP, etc. Autant d'informations qui vous aideront à toucher vos futurs clients !

Exemple : être présent sur Facebook

>> ZOOM EXTENSION BOIS

Pour gagner de l'espace à vivre, sans toucher au bâti existant, la formule actuelle la plus simple à mettre en œuvre et la plus esthétique aussi c'est l'extension bois !



Les avantages de l'extension bois

EXTENBOIS.FR

J'aime Commenter Partager

27 personnes aiment ça.

Meilleurs commentaires ▾

1 partage

Soignez vos publications !

- Si vous souhaitez faire un reportage photos d'un chantier : **soignez la qualité des photos**

- Faites des **zooms sur les avantages** de vos équipements

- **Soyez réactif** et répondez aux commentaires

- Créez des tableaux «déco», «bricolage» sur **Pinterest**

Si vous avez les moyens techniques/humains : faites des vidéos !

- Avancée du chantier (en accéléré)
- Témoignage client
- Best of des plus belles maisons construites
- Nouveautés architecturales

=> **Visibilité sur Facebook, YouTube, Instagram, Dailymotion, etc.**



Objectif final : Générer des demandes de devis

N'oublions pas que votre objectif est de générer régulièrement des demandes de devis !

Dans le domaine de l'immobilier et de la construction, les acheteurs potentiels ont tendance à rechercher, comparer et ont besoin de temps avant de prendre leur décision.

Il est donc crucial pour vous de maintenir le contact à travers vos différents canaux de communication : emailing, blog, réseaux sociaux, site web, etc.

Apprenez à **identifier les signaux auxquels vos cibles réagissent le mieux** : contenu texte, appel téléphonique, vidéo, rencontre ... Pour vous aider à mesurer les taux de consultations, le nombre de visiteurs, utilisez **Google Analytics**.

Conseils

- **Multipliez les canaux de contacts** pour maximiser vos chances de capter l'attention de vos prospects !
- Mettez en place les leviers précédemment cités et **analyser le retour de vos campagnes** et des contenus que vous produisez sur le site.

Vous constaterez ainsi que certains guides fonctionnent mieux que d'autres et que des pages de votre site sont moins efficaces que d'autres.

A partir de cela, il faudra **effectuer des améliorations pour optimiser les budgets** engagés dans vos opérations de communication (AdWords, Facebook ads, retargeting, Display ...)

Pour conclure



Pour toucher les internautes en recherche d'acquisition d'un bien immobilier, **il ne suffit pas d'avoir un site internet et de faire des campagnes AdWords**. Il convient d'adresser des contenus et un message aux internautes en identifiant des **groupes de prospects** et en évaluant **le ROI** de vos campagnes de communication.

Lorsque ces méthodes sont appliquées, on constate qu'il y a une **augmentation du nombre de demandes de devis accompagnée d'une baisse du coût par demande**.

Posez-vous les bonnes questions :

- Existe t-il une saisonnalité sur mon marché ?
- Quels sont les contenus susceptibles d'intéresser mes différentes cibles ?
- Parmi mes cibles, lesquelles sont les plus «profitables» ?
- Quelle est la durée de mon cycle de vente ?
- Existe t-il des zones de chalandise définies ?



Powertrafic, une offre de marketing digital complète

Une stratégie digitale

pour



UN TRAFIC
QUALIFIÉ

UNE MEILLEURE
CONVERSION

UN REPORTING
DÉTAILLÉ



Référencement
naturel

Google
AdWords

Google Shopping

Retargeting

Campagnes Réseaux
Sociaux

Création
landing page

Inbound
Marketing

Call-to-action

A / B Testing

Analyse de la
performance

Analyse des
pages stratégiques

Clic Tracking



Envie de parler à une «vraie» personne ?

C'est possible. Contactez-nous.

Seine Innopolis

72 rue de la République
76140 LE PETIT-QUEVILLY

T : 02 35 71 25 27

M : contact@powertraffic.fr

www.powertraffic.fr