Méta title : Agence digitale Paris

Méta desc : Agence web spécialisée en création et stratégie digitale, Développement (site vitrine, e-commerce, application, référencement web)

**<H1> 12 étapes pour trouver la meilleure agence de marketing digitale à Paris**

Une [agence marketing digital](https://www.transacts.fr/service/creation-site-internet-paris-75) peut prendre en charge tous les besoins de votre campagne de marketing digital, du marketing entrant (comme la conception de sites web, le marketing des médias sociaux, le marketing des moteurs de recherche, l’optimisation de sites web, le marketing hyperlocal et le référencement) au marketing sortant (comme le marketing traditionnel, le marketing par courriel et la recherche).

Pour vous aider à trouver la meilleure agence de web pour votre projet, voici les 12 étapes clés.

Comme pour tout investissement important, vous devez faire preuve de diligence raisonnable. Une fois que vous aurez pris votre décision, vous dépenserez l’argent durement gagné pour commercialiser votre entreprise. Vous ne pouvez pas vous permettre de faire une erreur.

**<H2> Pourquoi vous devriez faire du marketing en ligne**

Tout d’abord, parlons des raisons pour lesquelles vous devriez faire du marketing en ligne. Il y a quatre raisons principales qui font du marketing digital un must dans le monde connecté d’aujourd’hui :

* Presque tout le monde est en ligne.
* Vous pouvez atteindre votre clientèle cible.
* Vous pouvez vous adapter et changer rapidement.
* Vous pouvez créer des communautés en utilisant le marketing des médias sociaux.
* Vous pouvez suivre le retour sur investissement.

Entre les téléphones portables, les tablettes, les ordinateurs portables et autres appareils intelligents, le temps passé en ligne ne cesse d’augmenter. Selon une étude, 77 % des Français en ligne chaque jour.

Près de la moitié d’entre eux sont en ligne plusieurs fois par jour et un quart d’entre eux déclarent être en ligne presque constamment. Les gens passent plus de temps en ligne qu’avec tout autre média, à l’exception de la télévision.

**Atteindre votre clientèle cible**

Alors que les médias traditionnels peuvent atteindre un public de masse, le marketing digital vous permet de pratiquer un marketing hyperlocal en sélectionnant le profil exact du client pour votre produit ou service. Bien qu’il touche moins de personnes que les médias de masse, il cible les bons clients, ce qui peut se traduire par une dépense globale moindre et moins de gaspillage dans votre marketing digital.

**La flexibilité**

Une fois que vous avez créé une brochure de marketing ou un document imprimé, les changements prendront du temps et augmenteront vos dépenses. En ligne, vous pouvez modifier presque immédiatement les publicités ou les offres de paiement au clic. Le marketing peut se faire presque instantanément et évoluer selon les besoins.

**Un Roi garanti**

Contrairement à d’autres médias, vous pouvez tirer une ligne directe de ce que les gens ont fait en ligne et mesurer les conversions. Vous pouvez améliorer votre retour sur investissement en utilisant des données pour optimiser vos efforts. L’apprentissage machine peut automatiser le processus de test pour déterminer quelles approches donnent constamment les meilleurs résultats.

**<H2> Pourquoi vous avez besoin d’une agence de marketing numérique**

Votre neveu est peut-être un as de [Facebook](https://www.facebook.com/) ou sait comment construire un site web, mais la gestion des complexités du marketing digital n’est pas pour les amateurs. C’est votre entreprise et vous ne pouvez pas vous permettre de faire des erreurs.

Voici 4 statistiques pour vous en convaincre :

* 61 % de l’ensemble du trafic web vient d’un moteur de recherche.
* 90 % des recherches sur Internet se font sur Google.
* L’algorithme de Google prend en compte plus de 200 facteurs de classement pour chaque recherche afin de servir les meilleurs résultats.
* Google a modifié ses algorithmes quelque 600 fois au cours des dernières années.

Posez-vous la question suivante :

Pensez-vous vraiment que votre cousin sait élaborer la création d’un site internet en tenant compte des 200 facteurs de classement et des 600 changements d’algorithme ? Il est essentiel de faire du [SEM (Search Engine Marketing)](https://www.definitions-marketing.com/definition/sem/) et plus précisément du SEO (Search Engine Optimization) correctement afin de développer votre business en ligne.

Et ce n’est qu’une raison parmi tant d’autres pour laquelle vous avez besoin de vrais experts en marketing digital. Des professionnels au sommet de leur art et qui s’imprègnent chaque jour des meilleures pratiques de marketing digital pour permettre à votre entreprise de gagner guerre de la visibilité en ligne.

**<H2> Choisir une entreprise de marketing digital qui vous correspond**

Avant de commencer à discuter avec les agences d’une stratégie de marketing digital pour votre entreprise, il y a des choses que vous devriez faire.

**Étape 1 : Connaissez votre budget**

Pour établir votre budget de marketing, vous devez tenir compte de trois éléments : ce que vous pouvez vous permettre de dépenser, quel type de retour sur investissement est acceptable et quels sont les objectifs que vous essayez d’atteindre. Il faut d’abord examiner votre budget global et décider ce que vous êtes prêt à dépenser. Gardez toutefois l’esprit ouvert à ce stade.

Vous n’avez peut-être pas une idée précise de ce que cela coûte. Il s’agit davantage du retour sur investissement que des coûts réels.

**Étape 2 : Définissez vos objectifs**

Vous cherchez à faire des ventes en ligne, des ventes hors ligne, des clics vers votre site web ou votre page d’accueil, à accroître la notoriété de votre marque, ou autre chose ? Vous devez non seulement identifier l’objectif final, mais aussi réfléchir [aux KPI (Key Performance Indicators)](https://fr.wikipedia.org/wiki/Indicateur_cl%C3%A9_de_performance) qui seront utilisés pour juger de la réussite. Plus vos objectifs sont clairs, mieux une agence peut apporter des solutions spécifiques.

**Étape 3 : Réfléchissez à la manière dont vous voulez travailler**

Voulez-vous confier vos efforts à un tiers et lui demander de s’occuper de tout, afin de pouvoir vous concentrer sur votre activité principale ? Voulez-vous que votre agence marketing digital soit une extension de votre équipe de marketing ? Combien de temps vous et votre équipe pouvez vous consacrer à l’agence ? Préférez-vous travailler avec une grande agence qui peut fournir une large gamme de services ou avec une agence de niche spécialisée dans un type de marketing spécifique et disposant d’une expertise approfondie ?

Il y a des avantages et des inconvénients à chaque approche. En fin de compte, il s’agit de savoir comment vous voulez gérer la relation.

**Étape 4 : Vérifiez leur présence en ligne**

Maintenant que vous avez terminé les trois premières étapes, il est temps de commencer à examiner des agences de marketing web spécifiques. Vous pouvez vous faire une idée de la façon dont une agence pense en examinant sa présence en ligne et ses supports marketing. S’il y a des fautes de frappe ou de mauvaises conceptions sur leurs propres supports, vous pouvez à juste titre vous demander comment ils vont traiter votre travail. Vous pouvez également vous faire une idée de ce qu’elles valorisent par ce qu’elles présentent.

**Étape 5 : Évaluer la culture de l’entreprise**

Il est important d’examiner la culture et l’approche d’une entreprise. Vous voulez travailler avec une équipe qui investira le temps nécessaire pour comprendre véritablement votre mission. Trop d’entreprises vont sortir une stratégie de marketing générique et l’appliquer à plusieurs entreprises. Chaque situation commerciale est unique et mérite une solution unique.

**Étape 6 : Demandez qui travaillera pour votre compte**

Souvent, les personnes qui font le pitch commercial ne sont pas celles qui font le travail. Vous voulez savoir qui travaillera réellement sur votre compte et quelle est son expérience. Dans les grandes agences, votre travail peut être confié à des membres de l’équipe moins expérimentée ou plus jeune. Cela vous convient-il ?

**Étape 7 : Vérifiez leurs qualifications**

Avant d’embaucher un employé, vous vérifiez ses références. Faites de même avec toute agence de marketing internet avec laquelle vous passez un entretien. Demandez à consulter des études de cas et obtenez des références de clients actuels et passés. Ensuite, faites un suivi auprès de leurs clients pour voir s’ils font ce qu’ils vous ont dit avoir fait. S’ils exagèrent leurs résultats, il se peut qu’ils fassent des promesses excessives quant à ce qu’ils peuvent faire pour vous.

S’ils répertorient leurs clients actuels ou passés sur leur site web, il est bon d’en choisir au hasard et de les appeler pour évaluer leur expérience.

Si vous recherchez un type particulier de stratégie web, examinez leur travail dans ce domaine. Par exemple, si vous voulez que le studio web gère vos médias sociaux, regardez ce qui est publié sur les pages sociales de leurs clients — et pas seulement ce que l’agence veut vous montrer.

**Étape 8 : Comprendre leur processus**

Il n’y a pas deux agences qui fonctionnent de la même manière, mais le processus qu’elles utilisent présente certaines similitudes. Vous devez vous assurer que vous comprenez la façon dont elles travaillent avec leurs clients et le processus qu’elles suivent pour obtenir des résultats. Recherchez une agence qui suit un processus similaire :

* Découvrir : recherchez et comprenez les produits, les services et les [USP (Unique Selling Proposition).](https://www.journaldunet.fr/business/dictionnaire-du-marketing/1198029-usp-unique-selling-definition-exemples/)
* Approfondir : comprendre le cœur de métier et s’immerger dans votre marque.
* Définir : développer des stratégies spécifiques pour atteindre les KPI.
* Réaliser : lancer, suivre et gérer des projets pour atteindre les objectifs.
* Détecter : tester, ajuster et optimiser le travail pour maximiser l’impact et le retour sur investissement.

**Étape 9 : Jauger leur passion**

Vous voulez que les membres de votre équipe marketing aiment ce qu’ils font et le prennent personnellement. La combinaison du professionnalisme, de l’expérience et de la passion peut créer un travail puissant.

**Étape 10 : Exigez la transparence dans tous les domaines**

En matière de prix, le marketing digital peut varier considérablement selon les produits et services utilisés et la manière dont ils sont déployés. Vous (et vos clients) voulez de la transparence dans tout ce que vous faites. Vous avez besoin d’une explication claire de ce que vous obtenez, des produits que l’agence vous fournira et de ce que vous paierez pour chaque article.

Si l’agence fait appel à des entreprises tierces pour la livraison de certains produits, demandez-leur d’expliquer leurs modèles de tarification. Par exemple, si l’agence doit acheter des mots clés pour le PPC (Pay Per Click) sur un moteur de recherche ou afficher des réseaux publicitaires, demandez-lui de détailler les frais de gestion qu’elle facture en plus de l’achat réel.

**Étape 11 : Écoutez leurs idées**

Une fois que vous avez fait preuve de toute la diligence requise et que vous pensez qu’elles pourraient vous convenir, il est temps de les mettre à l’épreuve. Donnez-leur des informations sur un objectif précis que vous avez et demandez-leur de vous proposer leur solution. Vous voulez leur donner un moyen de démontrer leur processus et vous montrer comment ils agiraient comme si vous les aviez déjà engagés.

Voici les éléments clés que vous devez examiner lors de l’évaluation d’une présentation :

* L’approche créative : Est-ce qu’elle correspond à votre marque ?
* La solution : Croyez-vous qu’elle puisse atteindre les objectifs que vous avez en tête ?
* La présentation : Recherchez l’énergie, l’enthousiasme et la crédibilité. Ont-ils l’expérience nécessaire pour livrer ce qu’ils disent ? Comment les campagnes seront-elles créées ?
* Le budget : Est-il adapté à vos besoins budgétaires et les coûts sont-ils transparents ?

Il s’agit d’obtenir le meilleur rapport qualité-prix.

En fin de compte, vous devez faire confiance aux personnes que vous choisissez. Il s’agit d’un investissement important.

Vous devez être certain que l’agence que vous choisirez aura vos intérêts à cœur et qu’elle sera en mesure de tenir ses promesses.

Il ne s’agit pas de trouver l’agence la moins chère. Il existe de nombreux fournisseurs à bas prix. Cherchez une agence de création qui offre le meilleur rapport qualité-prix. Bien que cela puisse impliquer de dépenser un peu plus au début, comme la plupart des décisions d’affaires, ce n’est pas une question de coût, mais de résultats.