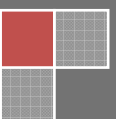


2014

Joomla! : l'outil roi pour votre stratégie de Content Marketing

Proposé par NosyWeb.fr

Ce livre blanc met en exergue l'utilisation des outils de communication digitale qu'il est possible d'implémenter avec le CMS Joomla! dans le cadre d'une stratégie de Content Marketing.



Préambule

L'objectif de ce livre blanc est de démontrer aux TPE / PME francophones qu'il est possible aujourd'hui en 2014, via une stratégie de Content Marketing basé sur le CMS Joomla!, de développer :

- ✓ sa communication
- ✓ sa visibilité
- ✓ sa valeur ajoutée
- ✓ son chiffre d'affaires...

Alors que cette branche du marketing semblait réservée aux grandes entreprises en raison des investissements importants qu'elle demandait, le CMS Joomla! change la donne et permet maintenant aux TPE / PME de déployer une stratégie de Content Marketing vectrice de croissance pour l'entreprise.

Voyons maintenant concrètement comment cela est-il possible avec le CMS Joomla!



Sommaire

1) Définition du CMS Joomla! pour un profil non-technique	5
1.1) Une plateforme d'applications	5
1.2) Ce que l'on peut faire	5
1.3) Ce que l'on ne peut pas faire	5
2) Les préjugés sur la réussite d'une stratégie de Content Marketing basée sur Joomla!	6
2.1) Trop difficile	6
2.2) Inadapté	6
2.3) Trop cher	6
2.4) Inefficace	6
3) Que vous permet de faire concrètement le CMS Joomla! et ses extensions pour votre stratégie de Content Marketing ?	7
3.1) Gérer vous-même la conception de votre site internet	7
3.1.1) Pour comprendre les mécanismes du web	7
3.1.2) Un coût maîtrisé	7
3.1.3) Permet de mieux maîtriser votre image	7
3.2) Baser votre stratégie Internet sur des fondations solides	7
3.2.1) Le CMS Joomla! : une solution pérenne et ultra évolutive	7
3.2.2) Le CMS Joomla! : Compréhensible et accessible par tous les profils de l'entreprise	8
3.3) Communiquer sur le web	8
3.3.1) Interagir avec les réseaux sociaux	8
3.3.2) Se montrer sur Google : Référencement naturel	8
3.3.3) Envoi d'e-mailing	9
3.3.4) Mise en place de partenariat via l'affiliation	9
3.4) Centraliser les outils de gestion et de communication de l'entreprise	9
3.5) Fidéliser ses internautes	10
3.5.1) Stratégie de contenu / Stratégie de Content Marketing	10
3.5.2) Mise en place de newsletter	10
3.5.3) Développement de communauté client	10
3.5.4) Inciter le client à s'engager	10
3.6) Proposer des services à valeur ajoutée	10
3.6.1) Création d'espace boutique	10
3.6.2) Création d'espace documentation	11
3.6.3) Publication de contenu média (vidéo, audio, ...)	11
3.6.4) Outil de maximisation du taux de conversion	11



Qu'est-ce que le taux de conversion _____	11
Exemple concret : Système de chat _____	11
3.6.5) Quelle limite de service à valeur ajoutée pour mon Content Marketing ? _____	11
3.7) Retour sur investissement : Calcul et Tracking _____	11
4) Résumé des avantages et inconvénients d'une stratégie de Content Marketing basée sur Joomla! _____	12
4.1) Les avantages _____	12
4.2) Les inconvénients _____	12
Chronophage _____	12
5) Quelle partie d'une stratégie de Content Marketing basée sur Joomla! peut-on sous-traiter ? _____	12
5.1) La conception du template et l'intégration visuelle _____	12
5.2) La formation Joomla! _____	12
En conclusion _____	13



1) Définition du CMS Joomla! pour un profil non-technique

1.1) Une plateforme d'applications

Joomla! est à l'image de l'iPhone et de son App Store, c'est à dire une base en l'occurrence le CMS Joomla! en lui-même (dans notre métaphore, l'équivalent de l'iPhone) et une foultitude d'extensions Joomla! apportant chacune des fonctionnalités supplémentaires (dans notre métaphore, l'équivalent des applications iPhone de l'App Store).

Vous souhaitez ajouter un forum sur votre site, un espace e-Commerce, une galerie photo, un sondage... comme dirait Apple « Il y a une application pour ça » ou plutôt ici « Il y a une extension pour ça ».

1.2) Ce que l'on peut faire

Avec Joomla!, il est possible de réaliser facilement de simples sites vitrines, le CMS Wordpress le fait lui-même aussi parfaitement bien. Cependant, là où Joomla! se démarque de n'importe quel autre CMS, c'est qu'il est possible pour un profil non-technique de réaliser des projets beaucoup plus complexes en s'appuyant sur une ou plusieurs extensions Joomla! Il est par exemple tout à fait envisageable de se lancer dans la création d'un site Internet mettant en relation des internautes dans le but d'effectuer des transactions commerciales; ou encore de développer une communauté internautes dans le but de leur vendre à terme vos produits ou vos services.

A vrai dire, aujourd'hui, ayant croisé et accompagné des dizaines et des dizaines de projet, jamais je n'ai eu l'occasion de conclure « Ce n'est pas possible avec Joomla! » ou encore « Il faut passer obligatoirement par un développeur informatique ». Pour en revenir à ce que je disais plus haut, pour tout projet : « Il y a forcément une extension pour ça »

1.3) Ce que l'on ne peut pas faire

Avec Joomla!, on évite bien évidemment de faire les sites officiels de la NASA ou des mastodontes du type Amazon. Il ne répond pas à ce genre de problématiques qui sont profondément denses et complexes en raison respectivement ici de la nature sécuritaire du projet ou de la nature ultra-complexe d'un e-commerce comme Amazon. Les logiciels libres sont de toute façon peu envisageables pour ce genre de projet.



2) Les préjugés d'une stratégie de Content Marketing basée sur Joomla!

2.1) Trop difficile

L'assimilation du CMS Joomla! par les collaborateurs de l'entreprise n'est pas un problème. Son interface pensée pour des profils non-techniques permet une prise en main aisée et rapide pour que vous puissiez vous concentrer sur les aspects opérationnels de votre stratégie de Content Marketing.

2.2) Inadapté

Plus qu'un site Internet avec un simple blog, le CMS Joomla! va vous permettre de mettre sur pied un véritable outil de communication à forte valeur ajoutée pour votre stratégie de Content Marketing.

Pour avoir des prospects, pour trouver des clients, pour convertir un internaute en chiffre d'affaires, il faut bien plus qu'un site Internet, et Joomla! et ses innombrables extensions le fait très bien.

2.3) Trop cher

Le CMS Joomla! est un logiciel libre sous licence GNU / GPL, en d'autres termes gratuitement téléchargeable et utilisable par n'importe qui.

Les extensions sont développées elles aussi sous licence GNU / GPL, et ils arrivent parfois que l'on doive payer l'accès au support (assistance personnalisée proposée par le développeur) pour les télécharger, soit en moyenne 50 €.

Quant à l'hébergeur, comptez quelques euros par an pour un hébergement optimisé pour Joomla!. A ce sujet, je préconise grandement [SiteGround](#), leader du secteur et reconnu par les plus hautes instances du projet Joomla!.

2.4) Inefficace

Nous aurons l'occasion d'en parler un peu plus loin, mais force est de constater qu'une stratégie de Content Marketing rondement menée sous Joomla! connaît le succès commercial qu'on lui prévoyait.



3) Que vous permet de faire concrètement le CMS Joomla! et ses extensions pour votre stratégie de Content Marketing ?

3.1) Gérez vous-même la conception de votre site internet

3.1.1) Pour comprendre les mécanismes du web

Gérer en interne la conception de votre site Internet sous Joomla! permet, avec la pratique, de mieux comprendre les mécanismes du web et ainsi d'être plus sûr des choix stratégiques qui s'imposent tout au long de la vie de l'entreprise.

En effet, vous êtes alors en mesure de mieux comprendre les tenants et les aboutissants de chaque action de Content Marketing engagée car vous savez « techniquement » de quoi il en retourne.

Par ailleurs, en partant du principe qu'une bonne stratégie de Content Marketing est l'action commune de chacun des leviers de communication web, et étant donné que vous maîtrisez les outils que vous mettez en place pour actionner ces leviers, cette stratégie est alors bien plus rigoureuse, et votre réactivité, maximale.

3.1.2) Un coût maîtrisé

Comme je vous le disais précédemment, Joomla! ainsi que toutes ses extensions sont sous licence GNU / GPL. Les frais ne vont donc pas dans l'acquisition des outils dont vous allez avoir besoin pour développer votre business. Ce budget que vous économisez peut donc soit être utilisé dans des investissements marketing parallèles, soit investi dans de la formation pour accélérer la phase d'appréhension de vos nouveaux outils Joomla! Dans tous les cas, vous êtes libre de dépenser ou non ce budget.

3.1.3) Permet de mieux maîtriser votre image

Comprendre les processus « techniques » liés au déploiement d'une stratégie de Content permet d'anticiper un bon positionnement de l'entreprise lorsqu'une opportunité se présente, et permet aussi de mieux réagir dans des situations où l'e-réputation est en jeu.

3.2) Baser votre stratégie de Content Marketing sur des fondations solides

3.2.1) Le CMS Joomla! : une solution pérenne et ultra évolutive

En basant votre stratégie de Content Marketing sur le CMS Joomla!, vous vous assurez la pérennité. En effet, Joomla! n'est pas une entreprise qui peut du jour au lendemain doubler



ses tarifs ou faire faillite, mais un projet communautaire international Open Source. De ce fait, pas de surprise, non seulement vous pouvez participer activement à son développement en intégrant le projet bénévolement, mais en plus vous savez que dans le pire des cas, le projet Joomla! serait repris par une nouvelle équipe.

Baser votre travail sur Joomla!, c'est aussi l'assurance d'être à la pointe du web et de proposer sans cesse des innovations (contenu, accessibilité, diffusion...) qui poussent petit à petit vos concurrents au second plan (Cf. [Innovation: neutraliser les risques, c'est possible !](#)). L'ultra-évolutivité de Joomla! fait que vous avez la possibilité d'innover à chaque instant pour proposer toujours plus de valeur ajoutée aux services ou / et produits que vous mettez à disposition de vos clients / prospects dans la cadre de votre stratégie de Content Marketing.

3.2.2) Le CMS Joomla! : Compréhensible et accessible par tous les profils de l'entreprise

Avec le CMS Joomla!, vous avez un outil qui a été pensé pour des utilisateurs non-techniques. De ce fait, c'est pour vous l'assurance que tous les collaborateurs de l'entreprise peuvent d'une manière ou d'une autre jouer un rôle concret dans votre stratégie de Content Marketing. Que cela soit le geek de l'entreprise, le tout nouveau stagiaire « Community Manager » ou encore le responsable RH, il leur est désormais possible de participer activement à la stratégie de l'entreprise en prenant éventuellement en main certains aspects de Joomla!.

Car sans rentrer dans le débat, sachez qu'aujourd'hui, une stratégie de Content Marketing efficace est transversale à tous les pôles de l'entreprise.

3.3) Communiquer sur le web

3.3.1) Interagir avec les réseaux sociaux

Je ne vais pas vous détailler ici ce qu'est une bonne stratégie Social Media (=sur les réseaux sociaux), d'autres le font bien mieux que moi (Cf. [Le blog de Frédéric Cavazza](#)), mais en résumé le principe est de convertir en clients vos fans et followers en provoquant de l'engagement sur les contenus que vous publiez et en les amenant progressivement sur votre site Internet, qui est alors le meilleur lieu pour tenter la conversion prospects en clients.

Avec le CMS Joomla!, l'interaction entre votre site Internet et les réseaux sociaux est maximale. Vous pouvez automatiser un certain nombre de tâches et faire en sorte que vos contenus se diffusent et se partagent facilement sur l'ensemble des réseaux sociaux que vous avez identifiés comme propice à votre stratégie de Content Marketing.

3.3.2) Se montrer sur Google : Référencement naturel

Joomla! a un socle technique qui est optimisé pour un bon référencement naturel sur Google. Ajoutez à ça des extensions qui permettent d'améliorer ce référencement, et vous



avez un site et l'ensemble du contenu qui y est publié potentiellement prêt à occuper les premières places.

3.3.3) Envoi d'e-mailing

Certaines extensions Joomla! comme AcyMailing sont d'excellentes factures et n'ont absolument rien à envier à des solutions logicielles comme Sarbacanne par exemple. L'envoi d'e-mailing est professionnel et efficace, avec par exemple statistiques à l'appui, et assure une excellente diffusion de vos contenus.

3.3.4) Mise en place de partenariat via l'affiliation

L'affiliation est un modèle commercial très répandu sur le web et s'avère redoutablement efficace. Le principe est d'octroyer une commission à la personne qui parle de vous sur internet grâce à un lien tracké qui permet de savoir d'où vient l'acheteur de votre produit ou service.

Amazon a été l'un des précurseurs et l'affiliation est une des raisons de son succès.

Avec le CMS Joomla!, vous verrez qu'un certain nombre d'extensions permettent de faire de l'affiliation via votre espace boutique (encore faut-il bien sûr en avoir un).

L'affiliation est intéressante quand vous proposez des contenus payants (voire des produits) sur votre site. Ces derniers sont alors relayés par votre communauté d'affiliés qui deviennent alors vos « commerciaux » du web.

3.4) Centraliser les outils de gestion et de communication de l'entreprise

Vous l'avez compris, le CMS Joomla! ne permet pas que la conception de site Internet. Vous pouvez tout à fait envisager de concevoir avec Joomla! un intranet ou un extranet, et bien entendu les 3 à la fois (Intranet / Extranet / Site Internet). En effet, certaines extensions Joomla! sont de véritables petites applications de gestion comme pourrait l'être dans une moindre mesure Ciel ou vTiger. Vous avez alors la possibilité sous une seule et même interface (l'administration de Joomla!) de gérer votre stratégie de Content Marketing via le site Internet et de gérer les aspects internes à votre entreprise (CRM, Service RH, Comptabilité, Ticketing, Gestion de projets collaboratifs...).

Tout ceci étant accessible via l'administration de votre Joomla! (donc via une adresse Internet), toute votre gestion d'entreprise se fait donc en Cloud avec tous les avantages que cela peut avoir.

Et vous verrez qu'une telle centralisation de l'ensemble de vos outils de gestion / de Content Marketing, permettra une synergie redoutablement efficace d'un point de vue commercial et marketing.



3.5) Fidéliser ses internautes

3.5.1) Stratégie de contenu / Stratégie de Content Marketing

Un CMS étant par définition un Content Management System, soit en français un Système de Gestion de Contenu, vous vous doutez bien alors que Joomla!, le contenu ça le connaît ! Surtout que Joomla! a été conçu à la base particulièrement pour gérer de gros volume de contenu.

Vous serez mesure de facilement publier des contenus Texte, Vidéos, Audio... sur votre site directement depuis l'interface d'administration, mais aussi de l'organiser de façon pertinente pour vos internautes.

3.5.2) Mise en place de newsletter

Dans le cas d'envoi de newsletters régulières, action indispensable dans le cadre d'une stratégie de Content Marketing, une extension comme AcyMailing est entièrement intégrée à votre CMS Joomla! ce qui vous permet de personnaliser ces newsletters en fonction du contenu déjà existant sur le site et en fonction du profil des utilisateurs.

3.5.3) Développement de communauté client

Avec certaines extensions du CMS Joomla!, il vous est possible de fédérer une communauté d'utilisateur / clients / prospects sur votre site comme pourrait le faire une page Entreprise Facebook, mais en bien plus évolué.

La difficulté ici réside dans le choix de la thématique que vous mettez en avant sur votre espace communauté pour inciter vos internautes à agir / réagir. Cette partie intégrante de la stratégie Social Media permet de nouer un contact plus intime avec vos utilisateurs dans le but de favoriser la conversion.

3.5.4) Inciter le client à s'engager

L'engagement (action / réaction) de l'internaute est aussi possible via la publication de contenu interactif comme un sondage, un concours ou encore par exemple le postage de commentaire; sachant que toutes ces actions sont liées les unes aux autres et peuvent par exemple très bien s'intégrer au sein de vos extensions Joomla! de développement de communauté de clients.

3.6) Proposer des services à valeur ajoutée

3.6.1) Création d'espace boutique

Avec le CMS Joomla!, vous avez la possibilité de vendre en ligne des produits réels ou dématérialisés. De l'espace boutique au e-Commerce complet, un certain nombre d'extensions Joomla! peuvent répondre à vos besoins.



3.6.2) Création d'espace documentation

Avec le CMS Joomla!, et toujours dans le cadre de votre stratégie de Content Marketing, vous pouvez par exemple mettre un espace de documentation permettant à vos internautes de télécharger des documents en relation avec votre entreprise (brochures, rapports, notices,...)

3.6.3) Publication de contenu média (vidéo, audio, ...)

Dans le cadre d'une stratégie de Content Marketing évoluée, il est bien évidemment possible de publier rapidement tout types de contenu via Joomla! L'intégration de vidéo et de fichiers audio peut d'ailleurs se faire au travers d'une véritable chaîne média au sein de votre site.

3.6.4) Outil de maximisation du taux de conversion

Qu'est-ce que le taux de conversion

Le taux de conversion peut se définir différemment suivant les secteurs d'activité, dans notre cas il s'agit du rapport qu'il y a entre le nombre d'internautes qui visitent votre site et le nombre d'internautes avec lesquels vous faites affaires.

Exemple concret : Système de chat

La richesse des extensions Joomla! mises à disposition par la communauté offre tout à un panel d'outils permettant de maximiser votre taux de conversion.

L'un des plus efficaces est sans doute le système de Chat permettant de converser directement avec l'internaute. Avec le CMS Joomla!, l'intégration d'un Chat peut se faire rapidement grâce à certaines extensions Joomla! conçues exclusivement pour ça.

3.6.5) Quelle limite de service à valeur ajoutée pour mon Content Marketing ?

Finalement, avec pas moins de 10000 extensions Joomla!, et de surcroît utilisables les unes avec les autres, la seule limite de service à valeur ajoutée rentrant dans le cadre de votre stratégie de Content Marketing est votre imagination.

3.7) Retour sur investissement : Calcul et Tracking

Connaître le retour sur investissement qu'il peut y avoir sur une action de Content Marketing permet de tirer des conclusions utiles à l'avenir pour mieux comprendre le marché ou encore mieux chiffrer la prochaine action.

A ce sujet, Google Analytics est l'outil de référence pour tracker le comportement de vos internautes, connaître le nombre de visiteurs, analyser d'où ils proviennent, voir l'évolution de votre présence sur les réseaux... En somme, un bon moyen de savoir comment évolue votre présence sur Internet et comment évolue la notoriété de vos contenus.



4) Résumé des avantages et inconvénients d'une stratégie de Content Marketing basée sur Joomla!

4.1) Les avantages

- ✓ Coût de déploiement quasi nul
- ✓ Internalisation et convergence des outils de gestion de l'entreprise
- ✓ Maîtrise de votre image et de votre communication
- ✓ Ultra-réactivité
- ✓ Coût fixes très faibles (maintenance, ...)

4.2) Les inconvénients

Chronophage

Vous passerez une partie de votre temps à comprendre, tester et appréhender Joomla! et ses extensions. Il vous faut donc des ressources humaines disponibles en interne ou dégager une bonne partie de votre temps.

Si vous souhaitez que vos collaborateurs soient rapidement opérationnels ou si vous manquez temps, investissez dans de la formation Joomla! pour accélérer le processus d'adaptation et d'appréhension.

5) Quelle partie d'une stratégie de Content Marketing basée sur Joomla! peut-on sous-traiter ?

5.1) La conception du template et l'intégration visuelle

Si vous ou votre secteur d'activité êtes exigeant en terme de design, il peut s'avérer pertinent de sous-traiter la partie graphique de votre site (visuels, template, charte graphique...). En effet, il s'agit d'une des parties demandant le plus de travail et de créativité, la sous-traiter peut s'avérer très intéressant.

5.2) La formation sur Joomla!

Investir dans une formation avec un formateur Joomla! ou dans une formation vidéo (tutoriel vidéo) est un excellent moyen de gagner beaucoup de temps et d'éviter certaines erreurs de parcours.



En conclusion

Le coût de déploiement d'une stratégie de Content Marketing basée sur le CMS Joomla! est à la portée de n'importe quelle entreprise. En effet, Joomla! démocratise cette branche du marketing très prisée par les grandes entreprises qui l'utilisent efficacement pour communiquer sur leur marque et leurs produits.

Notons par ailleurs l'avantage du CMS Joomla! sur n'importe quel autre système : La synergie de l'ensemble des outils de communication (application / extension) et de l'ensemble des outils de gestion (application / extension) utilisés au sein d'une seule et même interface (le CMS Joomla!) décuple l'impact de votre stratégie de Content Marketing.

