

GUIDE

Créer sa présence en ligne de A à Z

ÉTAPES

Ce guide vous mène pas à pas vers une présence digitale claire, affirmée et prête à faire exister pleinement votre marque.

- 1 DÉFINIR LES FONDATIONS STRATÉGIQUES - 3 -
- 2 CRÉE SON IDENTITÉ NUMÉRIQUE - 9 -
- 3 CHOISIR LES BONS OUTILS POUR CONSTRUIRE SA PRÉSENCE EN LIGNE - 14 -
- 4 DÉVELOPPER UNE STRATÉGIE DE CONTENU - 19 -
- 5 MESURER, AJUSTER ET FAIRE ÉVOLUER SA PRÉSENCE - 24 -
- 6 CHECKLIST FINALE - 29 -
- 7 MOT DE LA FIN - 30 -



ÉTAPE 1

**DÉFINIR LES FONDATIONS
STRATÉGIQUES**

01

ÉTAPE 1.1

IDENTIFIER VOTRE CIBLE

Pourquoi c'est important ?

Vous ne pouvez pas parler à tout le monde. Identifier votre cible, c'est comprendre à qui vous vous adressez pour créer un message clair, pertinent et engageant. Plus vous connaissez vos clients idéaux, plus vos actions seront efficaces.

Ce qu'il faut faire :

- Décrivez la personne à qui vous vous adressez : âge, sexe, métier, situation, centres d'intérêt.**
- Notez ses habitudes en ligne : où elle passe du temps, à quels contenus elle réagit.**
- Listez ses besoins, ses blocages, ses attentes.**
- Créez une fiche persona (profil type).**

TOOLBOX

Outils conseillés :

- **Google Forms / Typeform**
- **Instagram Stories**
- **Canva (modèles de persona)**

01

ÉTAPE 1.2

ÉTUDIER VOTRE MARCHÉ

Pourquoi c'est important ?

Connaître son environnement permet de se positionner intelligemment. En étudiant vos concurrents et les attentes du marché, vous pouvez éviter les erreurs classiques et trouver une vraie place pour votre marque.

Ce qu'il faut faire :

- Analysez les marques similaires : que proposent-elles ? Quelle identité ? Quels canaux ?**
- Repérez les codes utilisés et comment vous pouvez vous démarquer.**
- Listez les tendances de votre secteur.**

TOOLBOX

Outils conseillés :

- **Google Trends**
- **Réseaux sociaux (veille concurrentielle)**
- **Ubersuggest / AnswerThePublic**

01

ÉTAPE 1.3

DÉFINIR VOS OBJECTIFS SMART

Pourquoi c'est important ?

Sans objectifs clairs, il est impossible de mesurer vos progrès. En formulant des objectifs **SMART**, vous donnez une direction à vos actions et évitez de vous disperser.

Ce qu'il faut faire :

- Choisissez une priorité : visibilité, ventes, notoriété, leads, fidélisation...
- Déclinez vos objectifs avec la méthode **SMART**.
- Précisez des indicateurs clairs (ex : nombre d'abonnés, visites sur site, conversions...).

TOOLBOX

Outils conseillés :

- Notion / Trello
- Google Sheets

01

ÉTAPE 1.4

ÉVALUER VOTRE BUDGET ET VOS RESSOURCES

Pourquoi c'est important ?

Construire une présence en ligne demande du temps, des compétences et parfois un budget. Cette étape permet d'ajuster vos ambitions à la réalité de vos moyens.

Ce qu'il faut faire :

- Listez le temps que vous pouvez consacrer chaque semaine.**
- Notez les compétences internes (design, rédaction, réseaux...).**
- Estimez votre budget global (création de site, pub, outils...).**
- Décidez ce que vous faites vous-même ou ce que vous déléguez.**

TOOLBOX

Outils conseillés :

- **Canva Pro / Mailchimp / Buffer**
- **Fiverr / 5euros / Malt**
- **Google Sheets**

01

ÉTAPE 1.5

CHOISIR VOTRE PROPOSITION DE VALEUR

Pourquoi c'est important ?

Votre proposition de valeur est votre promesse : ce qui vous rend unique et utile aux yeux de votre cible. C'est ce qui va accrocher l'attention, fidéliser et faire parler de vous.

Ce qu'il faut faire :

- Répondez à cette question : « Pourquoi vous, et pas un autre ? »
- Trouvez votre angle fort : une promesse claire, en lien avec les attentes de votre cible.
- Résumez votre proposition de valeur en une phrase simple.

TOOLBOX

Outils conseillés :

- Notion / Canva
- Formule utile : Je propose [ce que vous faites] pour [à qui] afin de [bénéfice]



ÉTAPE 2

CRÉE SON IDENTITÉ NUMÉRIQUE

Objectif : Donner vie à votre marque avec une image cohérente, crédible et reconnaissable.

02

ÉTAPE 2.1

ÊTRE AUTHENTIQUE : NE COPIEZ PAS LES AUTRES

Pourquoi c'est important ?

Vous ne pouvez pas parler à tout le monde. Identifier votre cible, c'est comprendre à qui vous vous adressez pour créer un message clair, pertinent et engageant. Plus vous connaissez vos clients idéaux, plus vos actions seront efficaces.

Ce qu'il faut faire :

- Décrivez la personne à qui vous vous adressez : âge, sexe, métier, situation, centres d'intérêt.**
- Notez ses habitudes en ligne : où elle passe du temps, à quels contenus elle réagit.**
- Listez ses besoins, ses blocages, ses attentes.**
- Créez une fiche persona (profil type).**

TOOLBOX

Outils conseillés :

- **Google Forms / Typeform**
- **Instagram Stories**
- **Canva (modèles de persona)**

02

ÉTAPE 2.2

TRAVAILLER VOTRE BRANDING DE MARQUE

Pourquoi c'est important ?

Le branding, c'est la façon dont les gens perçoivent et se souviennent de vous. C'est ce qui donne une cohérence globale à tous vos supports. Un bon branding transmet confiance, professionnalisme et différenciation.

Ce qu'il faut faire :

- Déterminez le message principal à transmettre.
- Créez un slogan, un nom ou une signature cohérente.
- Choisissez une personnalité de marque (fun, expert, rassurant, audacieux...).

TOOLBOX

Outils conseillés :

- Archetypes de marque (ex : Jung, Kapferer)
- ChatGPT pour tester des slogans

02

ÉTAPE 2.3

ÉLABORER UNE CHARTE VISUELLE ET UN TON COHÉRENT

Pourquoi c'est important ?

Une charte visuelle permet d'avoir une harmonie graphique sur tous vos contenus. C'est aussi un gain de temps énorme au quotidien. Couleurs, typographies, logo, icônes : tout doit être pensé pour créer une expérience visuelle fluide et reconnaissable.

Ce qu'il faut faire :

- Choisissez une palette de 3 à 5 couleurs principales.
- Sélectionnez 2 typographies (titre et texte).
- Déterminez le style visuel (illustré, photo, minimaliste...).
- Notez votre style d'écriture : tutoiement/vouvoiement, ton sérieux, humoristique, chaleureux...

TOOLBOX

Outils conseillés :

- Colors.co (couleurs)
- Canva Pro (kit de marque)
- Frontify / Notion (doc de charte)

02

ÉTAPE 2.4

CRÉER UNE IMAGE DE MARQUE FORTE ET MÉMORABLE

Pourquoi c'est important ?

Une marque forte ne se contente pas d'être jolie. Elle reste en tête et suscite de l'émotion. C'est ce qui transforme un simple visiteur en abonné, puis en client fidèle.

Ce qu'il faut faire :

- Créez un logo simple, impactant et lisible.**
- Rédigez une bio ou une présentation claire (qui vous êtes, ce que vous proposez).**
- Soignez les premières impressions (photos pro, qualité visuelle, cohérence).**

TOOLBOX

Outils conseillés :

- **Canva / Looka (création de logo)**
- **ChatGPT / Notion pour votre pitch**
- **Pexels / Unsplash / vos propres photos de qualité**



ÉTAPE 3

CHOISIR LES BONΣ OUTILS POUR CONSTRUIRE SA PRÉSENCE EN LIGNE

Objectif : S'équiper efficacement pour mettre en place sa stratégie digitale et la rendre visible.

03

ÉTAPE 3.1

CRÉER UN SITE WEB PROFESSIONNEL

Pourquoi c'est important ?

Votre site web est votre vitrine principale en ligne. Il rassure, informe, et donne accès à vos offres/services. Un site bien conçu montre que vous êtes professionnel et organisé.

Ce qu'il faut faire :

- Choisir un nom de domaine clair et disponible
- Sélectionner un outil simple à utiliser (WordPress, Webflow, Wix, etc.)
- Soigner la page d'accueil, la bio, l'offre, les contacts
- Ajouter un formulaire ou un appel à l'action

TOOLBOX

Outils conseillés :

- WordPress (flexible et pro)
- Webflow (créatif)
- Hostinger (celui utilisé pour WebPilotMarketing)

03

ÉTAPE 3.2

UTILISER LES RÉSEAUX SOCIAUX ADAPTÉS À VOTRE CIBLE

Pourquoi c'est important ?

Les réseaux sociaux sont des canaux de diffusion puissants. Mais inutile d'être partout : il faut être là où votre cible se trouve.

Ce qu'il faut faire :

- Identifier les plateformes où se trouve votre public**
- Créer un profil optimisé (bio, photo, lien)**
- Préparer quelques publications types**
- Suivre une ligne éditoriale**

TOOLBOX

Outils conseillés :

- **Instagram, TikTok, LinkedIn, Pinterest, selon votre cible**
- **Planoly / Later (planification de posts)**
- **CapCut / Canva (visuels et vidéos)**

03

ÉTAPE 3.3

CRÉER ET OPTIMISER SA FICHE GOOGLE BUSINESS

Pourquoi c'est important ?

Google Business est indispensable pour être visible localement. Il améliore votre référencement, inspire confiance, et permet aux clients de vous trouver facilement.

Ce qu'il faut faire :

- Créer (ou revendiquer) votre fiche Google**
- Ajouter des photos pro, horaires, contact, site web**
- Inciter vos clients à laisser des avis**
- Mettre à jour régulièrement**

TOOLBOX

Outils conseillés :

- **Google Business Profile (gratuit)**
- **Canva (pour vos visuels)**
- **Notion / Excel (suivi des avis et maj)**

03

ÉTAPE 3.4

CENTRALISER VOS OUTILS POUR RESTER ORGANISÉ

Pourquoi c'est important ?

Avec plusieurs canaux actifs, vous pouvez vite vous sentir submergé. Centraliser vos outils vous aide à gagner en efficacité.

Ce qu'il faut faire :

- Regrouper tous vos accès, visuels, contenus, deadlines dans un seul espace**
- Choisir des outils simples et connectés entre eux**
- Mettre en place une routine de suivi, pour éviter le stress de dernière minute**

TOOLBOX

Outils conseillés :

- **Notion (organisation)**
- **Google Drive (stockage)**
- **Metricool / Buffer (gestion multi-réseaux)**



ÉTAPE 4

DÉVELOPPER UNE STRATÉGIE DE CONTENU

Objectif : Créer une présence en ligne active,
cohérente et visible.

04

ÉTAPE 4.1

CRÉER UNE LIGNE ÉDITORIALE CLAIRE

Pourquoi c'est important ?

Votre ligne éditoriale détermine le ton, les formats et les sujets que vous abordez. Elle garantit une communication reconnaissable, alignée à votre image de marque.

Ce qu'il faut faire :

- Définir 3 à 5 piliers de contenu (ex. : coulisses, éducation, inspiration, preuve sociale...)**
- Choisir un ton de voix (professionnel, complice, créatif...)**
- Créer des modèles de visuels ou templates**

TOOLBOX

Outils conseillés :

- **Canva (visuels)**
- **Notion ou Google Docs (structure éditoriale)**
- **Pinterest (inspiration)**

04

ÉTAPE 4.2

ORGANISER UN CALENDRIER ÉDITORIAL

Pourquoi c'est important ?

La régularité est la clé de la visibilité. Un planning de contenu vous évite les trous, les blocages et la surcharge mentale.

Ce qu'il faut faire :

- Planifier les publications à l'avance (1 à 2 semaines minimum)**
- Répartir les types de contenu selon les jours (ex. : tips lundi, témoignages jeudi...)**
- Anticiper les temps forts (fêtes, lancements, promos...)**

TOOLBOX

Outils conseillés :

- **Notion, Trello ou Asana (planning visuel)**
- **Google Calendar**
- **Meta Business Suite, Later ou Buffer (programmation)**

04

ÉTAPE 4.3

ÊTRE RÉGULIER ET (RÉ)ACTIF

Pourquoi c'est important ?

C'est la constance qui construit une présence solide. Inutile de publier tous les jours, mais il faut être visible chaque semaine et interagir avec sa communauté.

Ce qu'il faut faire :

- Publier selon votre rythme (1 à 3x/semaine conseillé)**
- Répondre aux commentaires et messages**
- Reposter, recycler vos contenus (stories, carrousels, articles...)**

TOOLBOX

Outils conseillés :

- **Instagram / TikTok (interactions)**
- **Metricool ou Iconosquare (suivi de performance)**
- **Airtable (suivi des contenus recyclés)**

04

ÉTAPE 4.4

OPTIMISER SA VISIBILITÉ (SEO ET ALGORITHMES)

Pourquoi c'est important ?

Votre contenu est inutile s'il n'est pas vu. Il faut donc le rendre référencable, lisible et adapté aux algorithmes.

Ce qu'il faut faire :

- Travailler les titres et descriptions avec des mots-clés**
- Ajouter des hashtags pertinents**
- Utiliser les bons formats selon chaque plateforme**
- Inclure des CTA (appels à l'action) clairs**

TOOLBOX

Outils conseillés :

- **Ubersuggest / AnswerThePublic (recherche de mots-clés)**
- **Hashtagify / Inflact (hashtags)**
- **Yoast SEO (pour WordPress)**



ÉTAPE 5

MESURER, AJUSTER ET FAIRE ÉVOLUER SA PRÉSENCE

Objectif : Optimiser en continu pour faire grandir
votre impact.

05

ÉTAPE 5.1

SUIVRE SES PERFORMANCES CLÉS

Pourquoi c'est important ?

Sans données, pas de progression. Suivre les bons indicateurs permet de savoir où concentrer vos efforts et d'optimiser ce qui fonctionne déjà.

Ce qu'il faut faire :

- Identifier vos KPI (engagement, portée, clics, conversion...)**
- Mesurer les performances chaque semaine/mois**
- Analyser les types de contenus les plus performants**

TOOLBOX

Outils conseillés :

- **Meta Business Suite / TikTok Analytics**
- **Google Analytics / Search Console**
- **Notion ou Excel pour compiler vos données**

05

ÉTAPE 5.2

AJUSTER VOTRE STRATÉGIE

Pourquoi c'est important ?

Le digital évolue vite. Il faut savoir ajuster ses contenus, son ton ou ses formats selon les résultats observés et les retours de votre audience.

Ce qu'il faut faire :

- Repérer ce qui ne marche pas (peu de vues, pas d'interaction...)**
- Revoir votre ligne éditoriale ou fréquence de publication si besoin**
- Tester de nouveaux formats ou sujets**
- Réintégrer les retours des clients/abonnés**

TOOLBOX

Outils conseillés :

- **Notion / Trello (refonte éditoriale)**
- **Sondages Instagram / Google Forms**

05

ÉTAPE 5.3

METTRE À JOUR SES SUPPORTS

Pourquoi c'est important ?

Une présence professionnelle, c'est aussi une présence à jour : des liens valides, un site qui fonctionne, des infos à jour, des visuels actuels.

Ce qu'il faut faire :

- Vérifier les liens, infos de contact, offres**
- Corriger les bugs éventuels sur site ou profil**
- Mettre à jour les visuels et les textes régulièrement**

TOOLBOX

Outils conseillés :

- **Checklist mensuelle**
- **Google Search Console (bugs de site)**
- **Canva (visuels)**

05

ÉTAPE 5.4

CONTINUER À SE FORMER ET RESTER CURIEUX

Pourquoi c'est important ?

Ce qui fonctionne aujourd'hui ne sera peut-être plus pertinent demain. Suivre l'actualité du digital et tester des idées nouvelles, c'est rester compétitif.

Ce qu'il faut faire :

- Suivre des experts, newsletters, blogs spécialisés**
- Tester des outils émergents (IA, automatisation, SEO...)**
- Participer à des webinaires, ateliers ou formations**

TOOLBOX

Outils conseillés :

- **Blog de Neil Patel, Hubspot, Later...**
- **Webinars (LinkedIn, Livestorm, LiveMentor)**
- **Formations en ligne (Coursera, Udemy, Google Ateliers Numériques)**

CHECKLIST FINALE

- Ai-je défini clairement mes objectifs SMART ?**
- Ai-je identifié mes cibles et créé mes personas ?**
- Ai-je choisi les bons canaux et outils adaptés à mon audience ?**
- Mon identité visuelle et mon ton sont-ils cohérents ?**
- Ai-je un calendrier éditorial réaliste ?**
- Est-ce que je mesure et j'ajuste mes actions régulièrement ?**
- Suis-je capable d'expliquer ma marque en une phrase ?**
- Mon site et mes réseaux reflètent-ils ce que je veux transmettre ?**
- Ai-je mis en place des outils de suivi de performances ?**
- Ma présence en ligne sert-elle mes objectifs professionnels ?**

MOT DE LA FIN

BRAVO ! SI VOUS ÊTES ARRIVÉ JUSQU'ICI, C'EST QUE VOUS AVEZ À CŒUR DE FAIRE LES CHOSES BIEN. VOTRE PRÉSENCE EN LIGNE N'EST PAS SEULEMENT UNE VITRINE : C'EST UN LEVIER PUISSANT, UNE EXTENSION DE VOTRE MARQUE, DE VOS VALEURS, DE VOTRE AMBITION.

VOUS SOUHAITEZ ALLER PLUS LOIN ? NOTRE ÉQUIPE SE TIENT À VOTRE DISPOSITION POUR VOUS ACCOMPAGNER DANS LE DÉVELOPPEMENT DE VOTRE PRÉSENCE EN LIGNE. VOUS SOUHAITEZ ÊTRE ACCOMPAGNÉ(E) DANS LE DÉVELOPPEMENT DE VOTRE PRÉSENCE EN LIGNE ?

CONTACTEZ NOUS !

📞 TÉLÉPHONE : 06 12 34 56 78

✉ MAIL : CONTACT@WEBPILOTMARKETING.FR

🌐 SITE WEB : WWW.WEBPILOTMARKETING.FR

📱 SUIVEZ-NOUS SUR LES RÉSEAUX :

INSTAGRAM – @WEBPILOTMARKETING

TIKTOK – @WEBPILOTMARKETING

LINKEDIN – WEBPILOTMARKETING