



Votre publication à l'honneur



Notre stratégie marketing expliquée aux auteurs



Être auteur dans un monde en rapide mutation

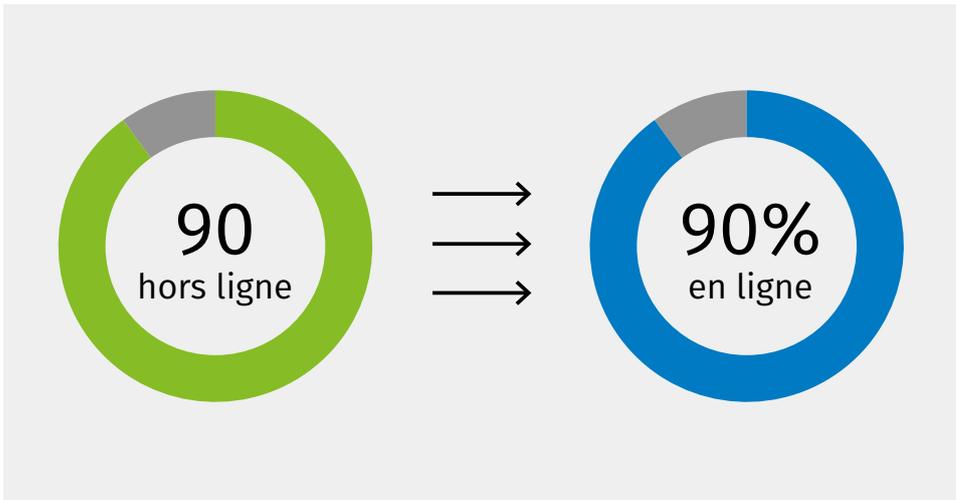
La façon dont nous recherchons et consommons l'information a radicalement changé. Grâce à la technologie et à la transformation numérique, l'accès à l'information est de plus en plus rapide et facile.

Vos connaissances et votre expertise d'auteur sont cruciales pour nous. Notre objectif commun reste de faire en sorte que les professionnels disposent des bonnes informations au moment opportun et de la manière adéquate. Cela exige une approche différente. Aujourd'hui, nos lecteurs ne sont plus seulement lecteurs, ils sont aussi spectateurs et auditeurs. De plus, de nouveaux canaux et de nouvelles formes de contenu s'ajoutent sans cesse.

Nous adaptons donc constamment notre stratégie marketing aux évolutions numériques. Dans les pages qui suivent, découvrez comment nous faisons toujours en sorte que votre expertise reçoive l'attention qu'elle mérite.

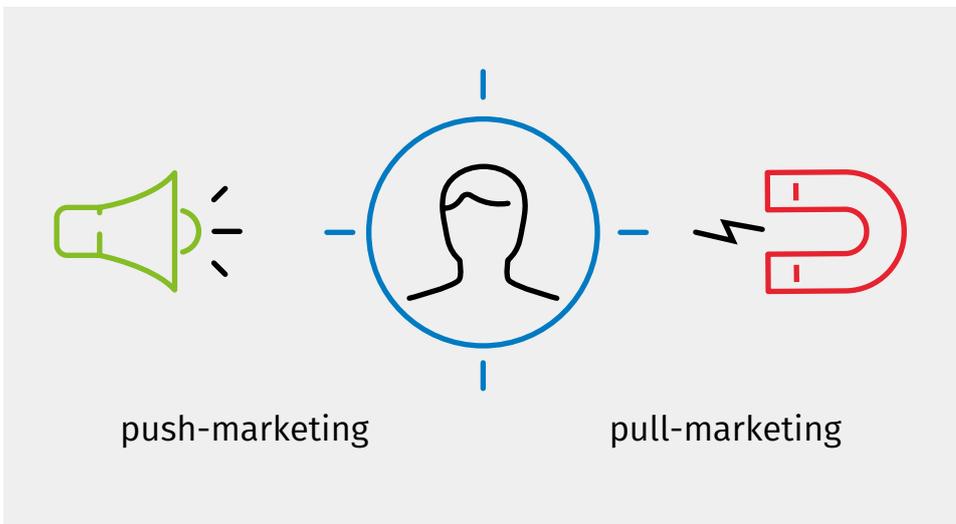


De hors ligne à en ligne



Quelles sont les implications de ce monde en mutation pour vous en tant qu'auteur? La principale différence est que votre expertise arrive auprès de votre public via plusieurs canaux et sous différentes formes. La promotion de votre publication passe des canaux hors ligne aux canaux en ligne.

De la démarche push à la démarche pull



Une autre différence importante réside dans le fait qu'à l'heure actuelle, le marketing part du client. Auparavant, nous attirions notre public avec des publicités, des dépliants ou du mailing direct. Aujourd'hui, nous partons des besoins d'information du professionnel. Grâce aux technologies marketing modernes, nous pouvons identifier ces besoins en ligne et faire en sorte de proposer les informations les plus pertinentes au bon moment et sur le canal approprié. Nous abandonnons donc le modèle « **push marketing** » au profit du modèle « **pull marketing** ». Le pull marketing est moins visible aux yeux du grand public, mais il est très ciblé et beaucoup plus efficace en termes de réponse et de résultats.



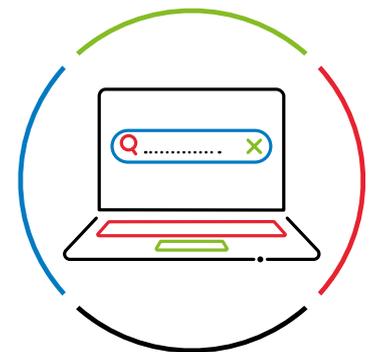
«Aider les professionnels en leur donnant un accès rapide et efficace au contenu qualitatif de nos auteurs au moment opportun. Telle est notre raison d'être. La façon dont nos clients recherchent et partagent les informations évolue constamment. C'est pourquoi nous investissons pleinement dans une stratégie marketing flexible pouvant s'adapter rapidement au changement ».

Ivy Vanderheyden - VP Marketing Legal & Regulatory Division



SEO et marketing de contenu

Comme nous l'avons déjà indiqué, notre objectif est de répondre avec la plus grande pertinence aux questions des professionnels. C'est la seule façon pour nous de garantir que votre travail reçoive l'attention qu'il mérite. Pour y parvenir, nous misons pleinement sur le SEO et le marketing de contenu en tant que piliers essentiels de notre stratégie marketing.



Optimisation pour les moteurs de recherche (SEO)

C'est la technique utilisée pour rédiger et structurer du contenu web que les moteurs de recherche peuvent facilement trouver et positionner. Notre équipe d'experts SEO veille à ce que votre publication apparaisse toujours le plus haut possible dans les résultats de recherche. Il s'agit d'un véritable travail de spécialiste qui doit s'adapter constamment, au rythme des changements d'algorithmes de recherche. L'autorité d'une marque forte comme Wolters Kluwer contribue en outre à obtenir une place de choix dans les résultats de recherche.

Marketing de contenu

Cette discipline consiste à créer et partager les informations précisément recherchées par le groupe cible, et ce dans chaque phase du processus d'achat.

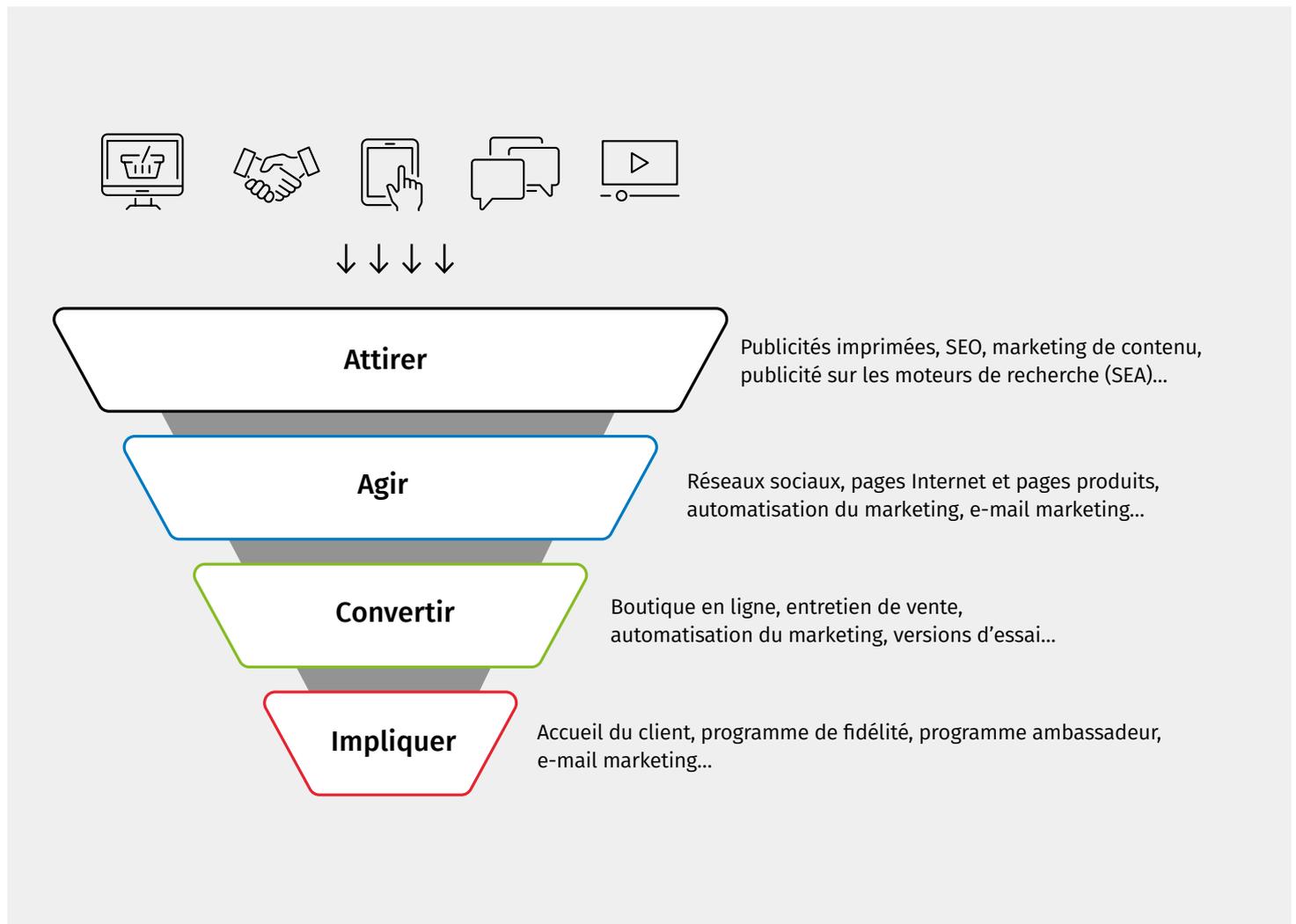
Exemple* :

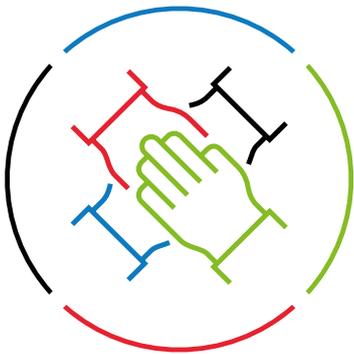
Un achat commence souvent par une recherche en ligne. Le SEO fait en sorte dans cette phase que votre contenu puisse être trouvé et apparaisse dans les premiers résultats de recherche (Attirer). Dès que le prospect a une visibilité sur les solutions possibles, il compare les fournisseurs (Agir). À ce stade, des références et des témoignages de clients peuvent l'aider à faire son choix. Le prospect passe ensuite à l'achat (Convertir) et devient par la suite un client fidèle (Impliquer).

Pour automatiser ce processus, nous investissons dans une **technologie d'automatisation du marketing** qui permet d'identifier le stade auquel se trouve un prospect dans le cycle d'achat et le contenu le plus approprié pour l'accompagner vers l'étape suivante.

Voilà comment nous transformons un prospect en client, un client en client fidèle et un client fidèle en fan.

* Cet exemple repose sur le modèle marketing RACE du Dr Dave Chaffey. RACE signifie : Reach (attirer), Act (agir), Conversion (convertir), Engagement (impliquer). Il existe bien sûr d'autres modèles qui décrivent le cycle d'achat. Mais globalement, les différents stades sont similaires.





Votre contenu retravaillé en contenu marketing

Des techniques de marketing et des canaux spécifiques sont donc utilisés dans chaque phase du processus d'achat.

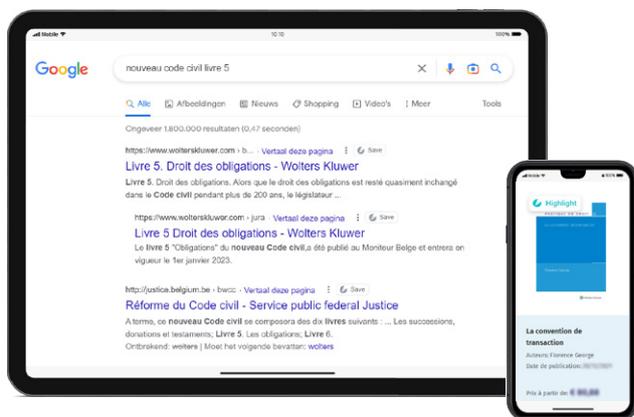
Pour ce faire, nous choisissons toujours minutieusement le message approprié, la forme, le moment, le lien avec la phase suivante...

Grâce à nos auteurs, nous disposons d'une source inépuisable d'informations. Nous transformons ainsi votre contenu en contenu marketing facile à trouver et qu'on a envie de partager.

Par quels canaux attirons-nous votre public?

Nous avons déjà évoqué le SEO et le marketing de contenu. Nous vous avons aussi expliqué comment nous transformons votre contenu en contenu marketing. Mais comment faisons-nous passer votre message auprès de votre public? Il existe aujourd'hui une multitude de canaux en ligne. Et certains se révèlent plus pertinents que d'autres en fonction du thème et du groupe cible. Nos experts en marketing cherchent dès lors toujours le canal le plus adapté à votre message et public.

Quelques exemples Moteurs de recherche



SEO : grâce à des textes web optimisés et à la marque forte Wolters Kluwer, nous faisons en sorte que votre publication apparaisse tout en haut des résultats de recherche.

SEA : nous faisons la publicité de votre contenu via des moteurs de recherche tels que Google ou Bing. Nous associons des mots clés à une publicité de manière à ce que votre article puisse directement être lu ou que votre publication puisse être achetée dans notre boutique en ligne. C'est ce qu'on appelle la publicité sur les moteurs de recherche ou *Search Engine Advertising* (SEA).

Réseaux sociaux



LinkedIn



YouTube

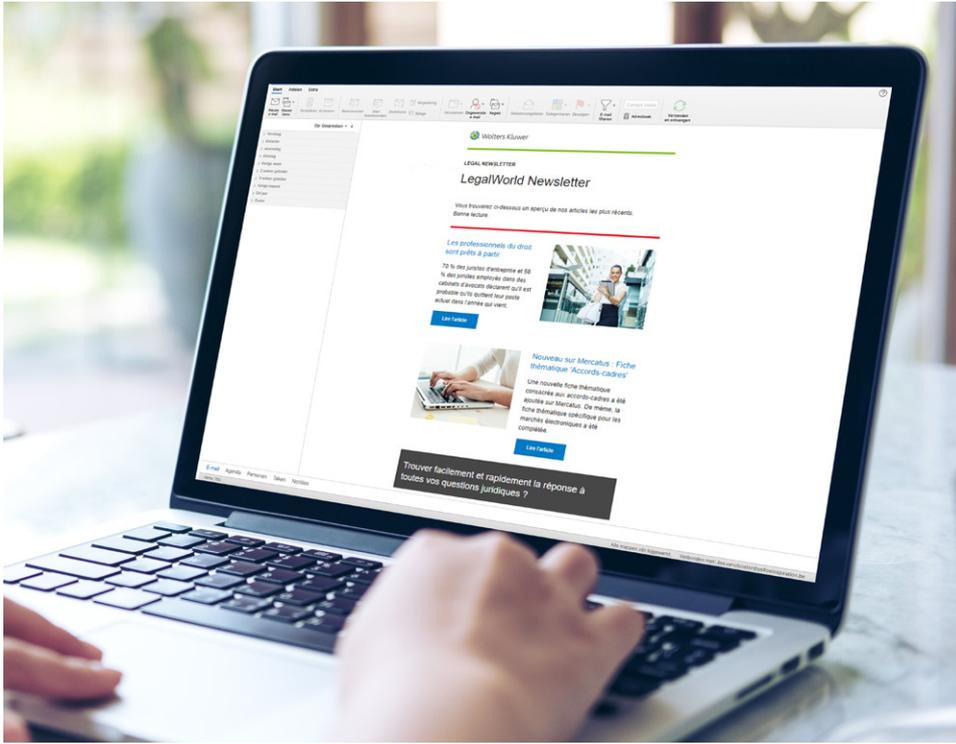


Facebook



Instagram

Les réseaux sociaux font partie intégrante de notre vie. Ici aussi, nous vantons votre expertise auprès de votre groupe cible via des campagnes et actions de marketing de contenu très ciblées.



E-mail marketing et bulletins d'information

L'e-mail reste un canal très important pour promouvoir de nouvelles publications ou mettre des offres spéciales en avant. Nous utilisons en outre des campagnes d'e-mail très ciblées dans les différentes phases d'un cycle d'achat.



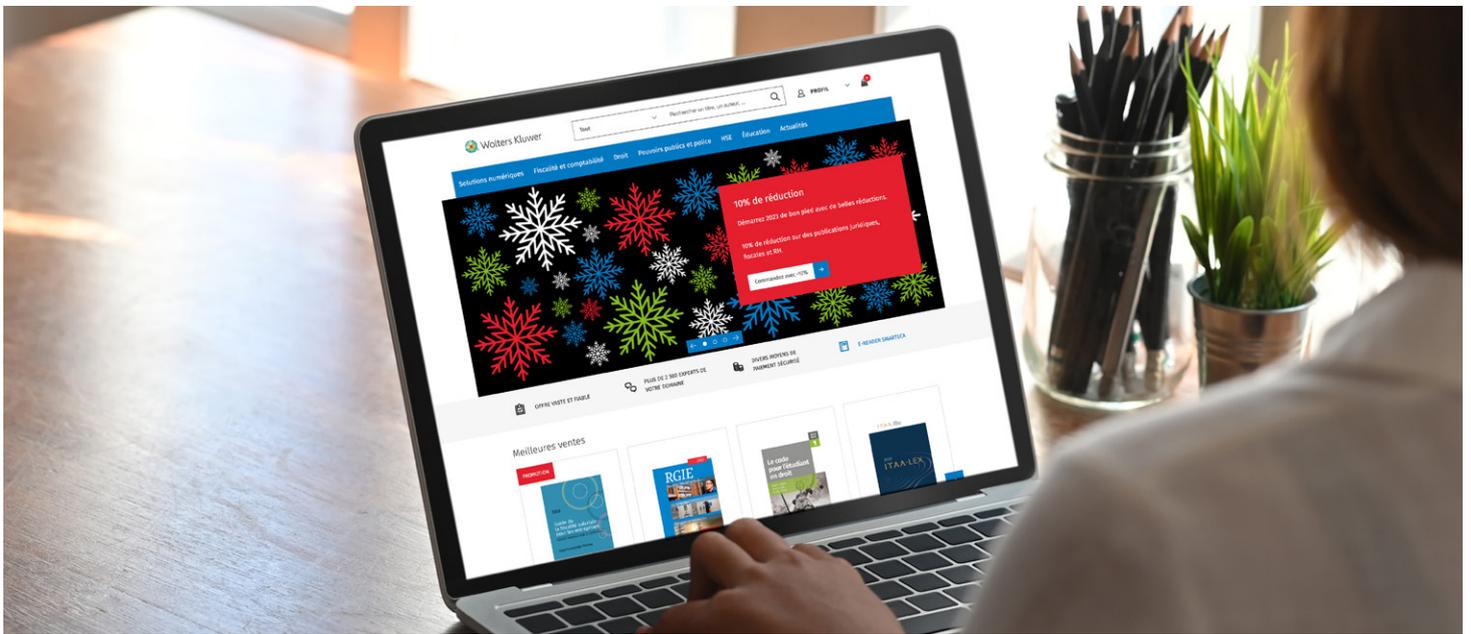
Produits imprimés

En plus des canaux en ligne, nous utilisons encore, lorsque c'est pertinent et rentable, des canaux hors ligne comme des publicités ou des brochures qui renvoient vers notre site Internet ou notre boutique en ligne.

Événements

Nous organisons nos propres événements ou participons à des salons et congrès.





Canaux de vente

Une boutique en ligne pratique

Notre boutique en ligne reste l'un de nos principaux canaux de vente. La facilité d'utilisation pour nos clients revêt une importance capitale. Quels sont les avantages de la boutique en ligne pour vous en tant qu'auteur ?

✓ Navigation conviviale et SEO

Notre boutique en ligne est facile à consulter et optimisée SEO. Cela signifie que votre publication est encore plus facile à trouver en ligne.

✓ Pages marketing

Sur nos pages marketing, nous publions des articles, des interviews, des liens de téléchargement et des vidéos... dans le but de promouvoir votre travail. Les textes que nous publions sont également partagés avec nos retailers et d'autres *marketplaces*.

✓ SEA

Nous annonçons sur des moteurs de recherche tels que Google et Bing en associant des mots clés à nos publicités. Ces publicités renvoient vers notre boutique en ligne, dans laquelle vous pouvez acheter votre publication en un clic de souris.

Un vaste réseau de distribution

Investir dans une excellente disponibilité de vos publications chez nos partenaires de distribution est une priorité absolue :

✓ forte présence en ligne grâce à l'optimisation des métadonnées

✓ disponibilité de vos publications chez les principaux retailers de Belgique, en ligne et hors ligne

Standaard
Boekhandel

acco

ciaco

Club

Xod
CAMPUSSHOP

Le marketing, Wolters Kluwer s'en occupe, non ?

Dans ce guide, vous avez pu découvrir ce que nous mettons en place pour vous. Mais en tant qu'auteur ou expert du contenu, vous avez vous aussi un rôle important à jouer dans la promotion de votre travail. Vos réseaux (sociaux) personnels sont primordiaux à cet égard et il ne faut pas non plus sous-estimer votre rôle d'ambassadeur.

Forts de notre longue expérience des réseaux sociaux, c'est avec plaisir que nous partageons quelques conseils avec vous.



→ [Téléchargez](#) « Renforcez votre propre marque » et découvrez comment exploiter LinkedIn avec intelligence et efficacité



La réussite est un travail collectif

- ✓ Nous avons un objectif commun : faire en sorte que les professionnels disposent des bonnes informations. Au moment opportun et sous une forme appropriée.
- ✓ Nous misons énormément sur votre visibilité et celle de votre travail. Pour ce faire, nous utilisons le SEO, le marketing de contenu et les technologies marketing les plus récentes.
- ✓ Wolters Kluwer vous aide ainsi également à renforcer votre marque personnelle et votre position d'autorité dans votre domaine.

Suivez nos canaux

Prenez un bon départ en vous abonnant à nos différents canaux. Vous serez toujours bien informé(e) des dernières nouvelles et vous pourrez à votre tour informer votre réseau !

- in** → Wolters Kluwer Belgium
 - Wolters Kluwer Belgium – HSE
 - Wolters Kluwer Belgium – Legal
 - Wolters Kluwer Belgium – Tax
- f** → Wolters Kluwer Belgium
- 🐦** → @WoltersKluwerBE
 - @HSE_World
 - @LegalWorld_fr
 - @TaxWorld_fr
- 📷** → Wolters Kluwer Belgium

Des questions ?

Consultez notre [page consacrée aux auteurs](#) ou [envoyez-nous un e-mail](#).

