



Pour vendre, les entreprises ont besoin de générer assez de leads. Ce sont ces personnes dont l'intérêt est manifeste pour ce que proposent ces compagnies. Il peut s'agir du contenu ou alors des offres et services. Dans la majorité des cas, les leads ont une grande valeur, car ils ont transmis des informations par le biais de formulaire ou autre. Tout ne s'arrête pas là, car il faudra ensuite les qualifier pour mieux les gérer. Quelles sont les 4 erreurs courantes qui empêchent d'y parvenir ?

1. Ne pas publier de contenus qui génèrent des leads

La meilleure façon d'[obtenir des leads qualifiés](#) consiste à créer des contenus qui conviennent à chaque palier du cycle de vente. Il faut savoir que tous les internautes qui se rendent sur votre site web n'ont pas les mêmes profils. Certains ont déjà eu le temps de bien mûrir leurs réflexions. Ils savent à quelle étape ils en sont dans le processus de vente. D'autres n'en ont encore aucune idée pour le moment.

La gestion de ces différentes audiences ne doit pas se faire de la même manière. Certains visiteurs sont prêts à passer à l'étape de l'achat, mais d'autres non. Vous devez donc créer le cadre qu'il faut pour mettre en avant votre entreprise et ce qu'elle propose. Ce n'est qu'après que vous pourrez continuer dans une démarche commerciale. Mettez sur la création de contenu valorisant pour apporter quelque chose d'utile à votre audience.

Cela vous permettra de comprendre que ce n'est pas forcément chose facile de la faire avancer dans l'entonnoir de vente. Au besoin, proposez une démo gratuite pour faciliter le processus.

2. Ne pas générer des leads avec un blog

Peu de marketeurs voient vraiment le blog comme un outil grâce auquel générer des leads :

- Certains n'en possèdent même pas ;
- D'autres y publient un article une fois en passant ;
- Quelques-uns seulement incluent un call to action sur leur blog ;
- Rares sont ceux qui pensent à proposer un contenu téléchargeable.

Pensez donc à mettre quelques formulaires sur votre blog afin de générer plus de leads qualifiés surtout. Évidemment, vous devrez posséder des contenus qui justifient la mise en ligne de formulaires. Un blog d'entreprise vous permettra de convertir avec une grande aisance les internautes en leads. La publication de chaque article doit s'inscrire dans l'optique de générer des leads et toujours plus.

Les articles mis en ligne ne cessent pas de faire effet au bout d'un temps. Ils peuvent toujours être des sources de trafic chaque mois après l'autre.

3. Ne pas optimiser les pages web qui ont les meilleures statistiques

Les pages qui composent votre site internet doivent être traitées différemment selon leur importance. Avec Google Analytics par exemple, vous aurez un aperçu de celles qui sont les plus performantes. Vous saurez alors d'où vient votre trafic avec une grande précision. Il est fort probable que la source ne soit constituée que de quelques pages particulières comme :

- Votre page d'accueil ;
- Votre page de contact ;
- Des articles populaires du site ;
-

Cela veut alors dire qu'il faudra concentrer le maximum d'efforts sur ces pages pour les rentabiliser au maximum. C'est ainsi que vous parviendrez à générer des leads hautement qualifiés.

4. Ne pas exploiter le potentiel des réseaux sociaux

Aujourd'hui, il est possible de générer énormément de trafic et gagner de la visibilité pour votre entreprise. Vous pouvez aller au-delà et générer plus de leads avec ces outils. Bien entendu, il faudra mettre en place une bonne stratégie pour y arriver. Toutefois, ne faites pas que poster du contenu sur l'ensemble de vos réseaux sociaux. Vous risquez de ne pas générer beaucoup de leads qualifiés comme vous le souhaitez.
