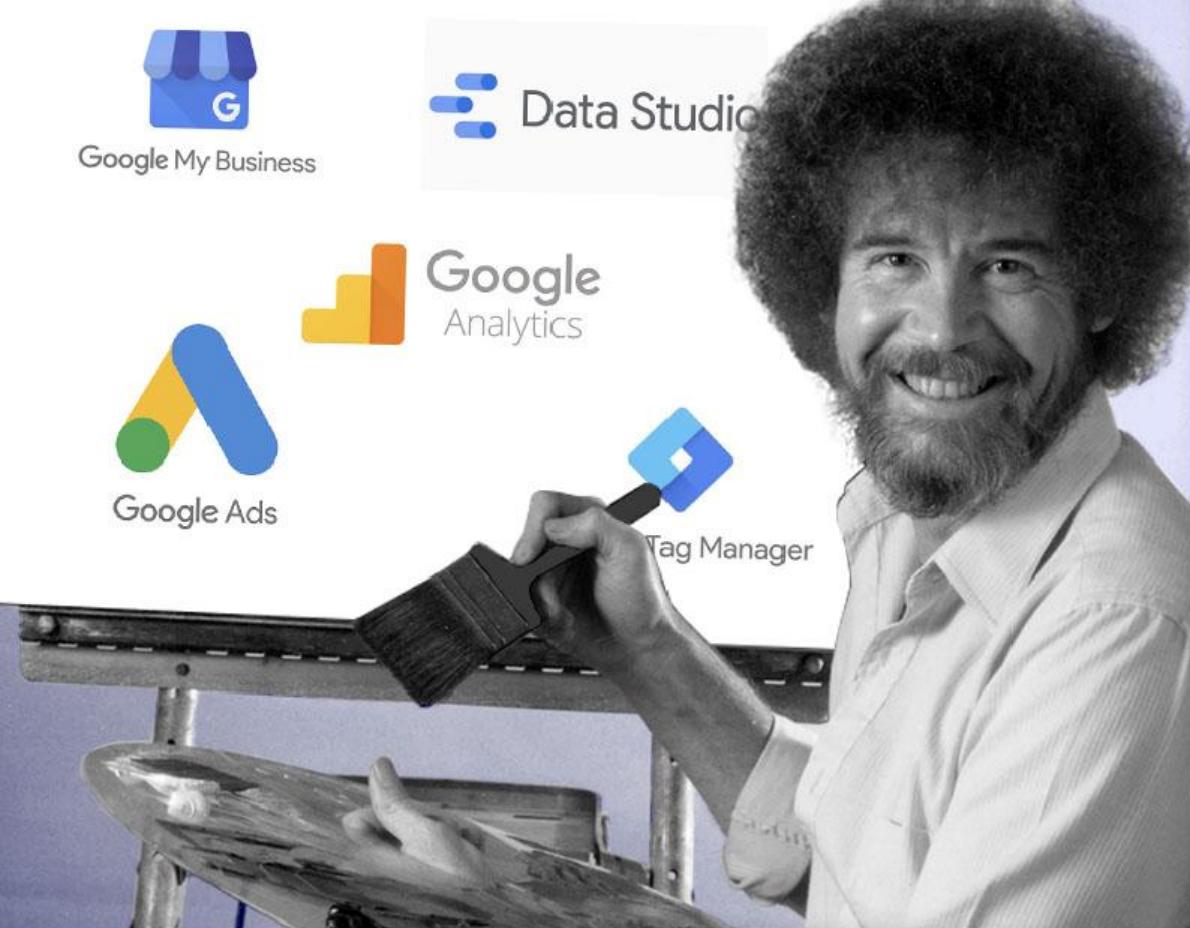




Google My Business



5POR<sup>BOLE</sup>

COMPRENDRE  
L'UNIVERS GOOGLE

REGROUPEMENT  
QUÉBÉCOIS DE  
LA DANSE



# À PROPOS

0/1, c'est le numérique  
par la culture,  
pour la culture.

Nous préférons  
les gens aux machines  
et le café à l'eau.



# Ordre du jour

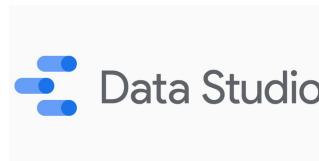
**1.0 / Tout d'abord, un peu de théorie**

Google  
Ad Grants



Google  
Search Console

**2.0 / De la théorie à la pratique**



Google  
Analytics

**3.0 / De la pratique à la vraie vie**



Google Tag Manager



HUB  
NUMÉRIQUE

[info@hub01.org](mailto:info@hub01.org)  
[hub01.org](http://hub01.org)

# **1.0 - Tout d'abord, un peu de théorie**

**Comprendre le tunnel de conversion en communications  
numériques [ appliqué au domaine culturel ]**



## LE TUNNEL DE CONVERSION, C'EST QUOI?

[ ou *entonnoir de conversion* ]

Représente le *parcours* réalisé par le client avant de réaliser une conversion ou une action souhaitée (ex. un achat).



1.FAIRE CONNAÎTRE  
(CULTURE)

**Connaissance**

2.AUGMENTER LA PERCEPTION  
D'EXPERTISE (CULTURE)

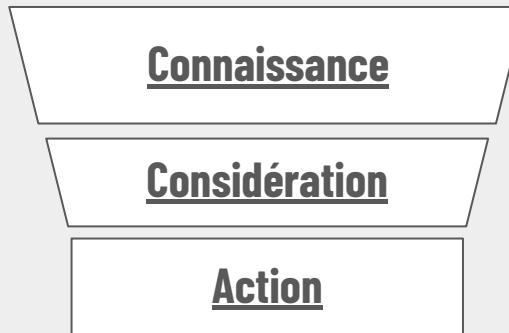
**Considération**

4.ATTEINDRE NOS PUBLICS  
CIBLE (FOLIE)

**Action**

3.ATTEINDRE NOS PUBLICS  
CIBLES (CULTURE)

## LE TUNNEL EN QUELQUES EXEMPLES



### **EXEMPLE : AUTO-PRODUCTION DANS UN LIEU PUBLIC**

**Recherche une activité familiale**  
**(événement près de moi sur Facebook)**

100 pers.

**L'internaute se retrouve sur**  
**l'événement**

60 pers.

**Public dans le parc**

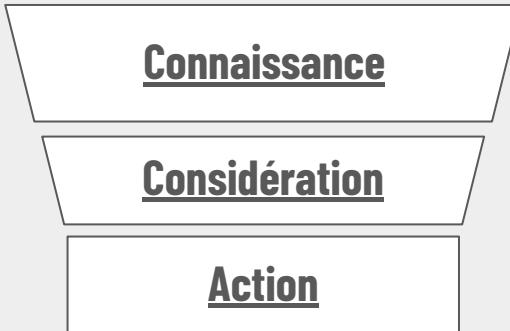
20 pers.



HUB  
NUMÉRIQUE

[info@hub01.org](mailto:info@hub01.org)  
[hub01.org](http://hub01.org)

## LE TUNNEL EN QUELQUES EXEMPLES



### **EXEMPLE : DIFFUSEUR**

Louise Lecavalier - Entrevue à Radio-Canada

Recherche Google : « Spectacle Louise Lecavalier »

100\* pers.

Visite du calendrier des spectacles  
de Louise Lecavalier

60 pers.

Achat de billets

20 pers.



HUB  
NUMÉRIQUE

[info@hub01.org](mailto:info@hub01.org)  
[hub01.org](http://hub01.org)

**En général, les organismes**  
**ont des objectifs qui**  
**visent la «croissance»**

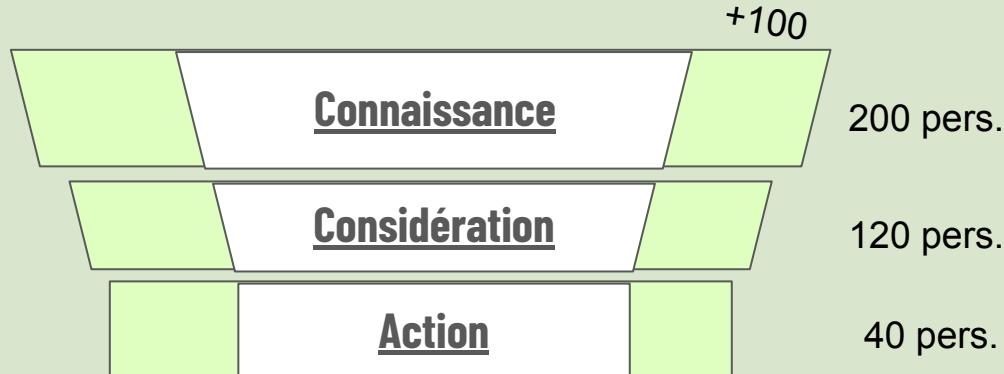


HUB  
NUMÉRIQUE

[info@hub01.org](mailto:info@hub01.org)  
[hub01.org](http://hub01.org)

# LA CROISSANCE : STRATÉGIE #1

## AUGMENTER LE TRAFIC À L'ENTRÉE DU SITE



## LA CROISSANCE : STRATÉGIE #2

### RÉACTIVER LES CLIENTS QUI N'ONT PAS COMPLÉTÉ LE PROCESSUS

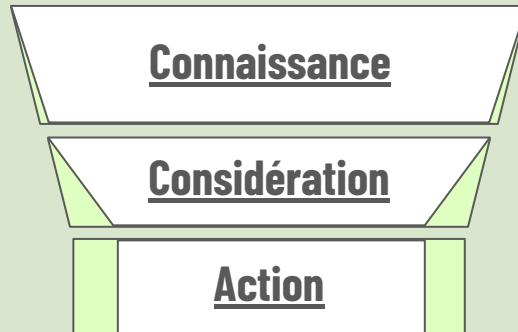
Rafraîchir la mémoire des internautes avec des messages de rappel



## LA CROISSANCE : STRATÉGIE #3

### OPTIMISER LE TUNNEL DE CONVERSION

Analyser et améliorer l'expérience utilisateur pour favoriser l'action (viser d'avoir un tunnel plutôt qu'un entonnoir)



## 2.0 - On passe de la théorie à la pratique

c.-à-d. les stratégies à mettre en place





## **2.1 - LA CROISSANCE : STRATÉGIE #1**

### **AUGMENTER LE TRAFIC À L'ENTRÉE DU SITE**

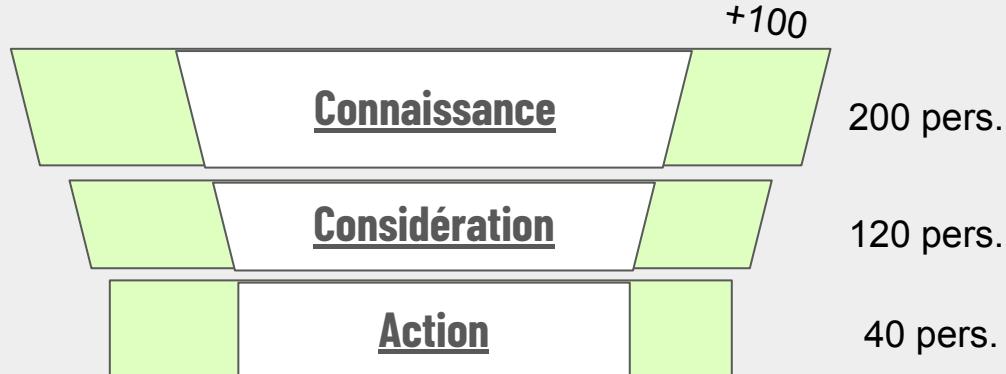


HUB  
NUMÉRIQUE

[info@hub01.org](mailto:info@hub01.org)  
[hub01.org](http://hub01.org)

# LA CROISSANCE : STRATÉGIE #1

## AUGMENTER LE TRAFIC À L'ENTRÉE DU SITE



# LA CROISSANCE : STRATÉGIE #1

## AUGMENTER LE TRAFIC À L'ENTRÉE DU SITE

### 1 de 4 | Avoir pignon sur rue

#### Google Mon Entreprise : les atouts

- Réponses aux questions générales (Heures d'ouvertures, achalandage, avis, etc.)
- Images choisies par l'entreprise (jusqu'à un certain point)
- Meilleure découvervabilité entre différents réseaux (Facebook, Maps, etc.)



The screenshot shows a Google My Business listing for "Sporbole". It features a thumbnail image of a red brick building, a map pin indicating the location in Sherbrooke, and a street view image of the exterior. Below the images are buttons for "Afficher les photos" and "Extérieur".

**Sporbole**

Site Web Itinéraire Enregistrer Appeler

4,9 ★★★★★ 9 avis Google

Galerie d'art à Sherbrooke, Québec

Adresse : 74 Rue Albert, Sherbrooke, QC J1H 1M9

Horaires : Fermé · Ouvre à 09 h 00 (mar.)

Téléphone : (819) 821-2326

Province : Québec

[Suggérer une modification](#) · Vous possédez cette entreprise?



HUB  
NUMÉRIQUE

[info@hub01.org](mailto:info@hub01.org)  
[hub01.org](http://hub01.org)

# LA CROISSANCE : STRATÉGIE #1

## AUGMENTER LE TRAFIC À L'ENTRÉE DU SITE

### 2 de 4 | Stratégie de l'homme sandwich

#### Set-up Google Ads : les atouts

- Placement publicitaire SEM (Search Engine Marketing) (potentiellement gratuit\*)
- Placement publicitaire image et vidéo dans le réseau Display



Numérique de gestion

Tous Images Actualités Vidéos Maps Plus Outils

Environ 280 000 000 résultats (0,42 secondes)

Annonce · <https://www.digifabq.ca/> (438) 520-6582  
Et automatisation digitale - Vos projets numérique - digifabq.ca  
Provocateur d'intelligence **numérique**. Expérimitez concrètement des solutions digitales.  
Accélérer le développement de vos projets **numériques** & les principes de l'industrie 4.0.  
Les Démonstrations - Initiation Au Numérique - L'Accompagnement - L'Audit

Annonce · <https://www.hub01.org/>  
Numérique de gestion - entreprise numérique  
0/1 Hub **Numérique** Estrie vous accompagne dans votre transformation **numérique**. Nous aidons nos clients à utiliser les outils **numériques** reconnus.

<https://www.hec.ca> > programmes > maitrisées > maitrise... ▾  
Maîtrise en gestion (M. Sc.) – transformation numérique des ...  
Devenez un expert capable de comprendre l'impact des technologies **numériques** sur les entreprises, et utilisez-les pour élaborer des solutions.

\*pour les organismes possédant un jeton Techsoup



HUB  
NUMÉRIQUE

[info@hub01.org](mailto:info@hub01.org)  
[hub01.org](http://hub01.org)

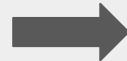
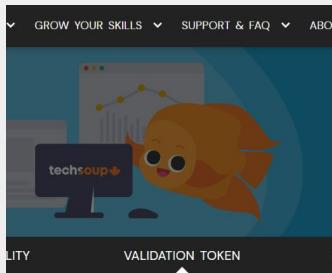
# LA CROISSANCE : STRATÉGIE #1

## AUGMENTER LE TRAFIC À L'ENTRÉE DU SITE

### 2 de 4 | Stratégie de l'homme sandwich

\*pour les organismes possédant un jeton Techsoup

**techsoup**



**Google pour les associations**

Offres Critères d'éligibilité Ressources Témoignages

Présentation Google Workspace for Nonprofits **Google Ad Grants**



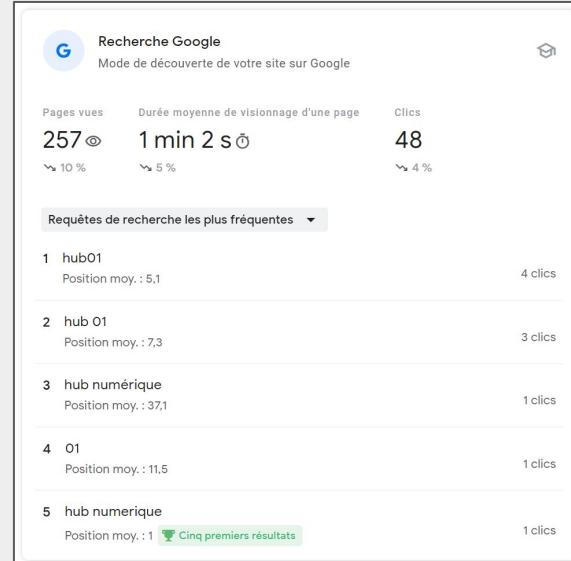
# LA CROISSANCE : STRATÉGIE #1

## AUGMENTER LE TRAFIC À L'ENTRÉE DU SITE

### 3 de 4 | Soyez senteux, soyez ouéreux

#### Google Search console : les atouts

- Permet de connaître les mots qui sont écrits sur Google et qui mènent vers nous.
- Permet de comprendre le trafic de type « Recherche organique »



## LA CROISSANCE : STRATÉGIE #1

### AUGMENTER LE TRAFIC À L'ENTRÉE DU SITE

4 de 4 | Augmenter les sources de trafic en général

**CANTONS  
DE L'EST**



REGROUPEMENT  
QUÉBÉCOIS DE  
LA DANSE

*Centre de services  
scolaire de la  
Région-de-Sherbrooke*

Québec 



**laTribune**

**RIDEAU**



WIKIPEDIA

**SCÈNE  
PRO**



SOCIÉTÉ DES MUSÉES  
DU QUÉBEC



**01**

HUB  
NUMÉRIQUE

[info@hub01.org](mailto:info@hub01.org)  
[hub01.org](http://hub01.org)



## **2.2 - LA CROISSANCE : STRATÉGIE #2**

### **RÉACTIVER LES CLIENTS QUI N'ONT PAS COMPLÉTÉ LE PROCESSUS**

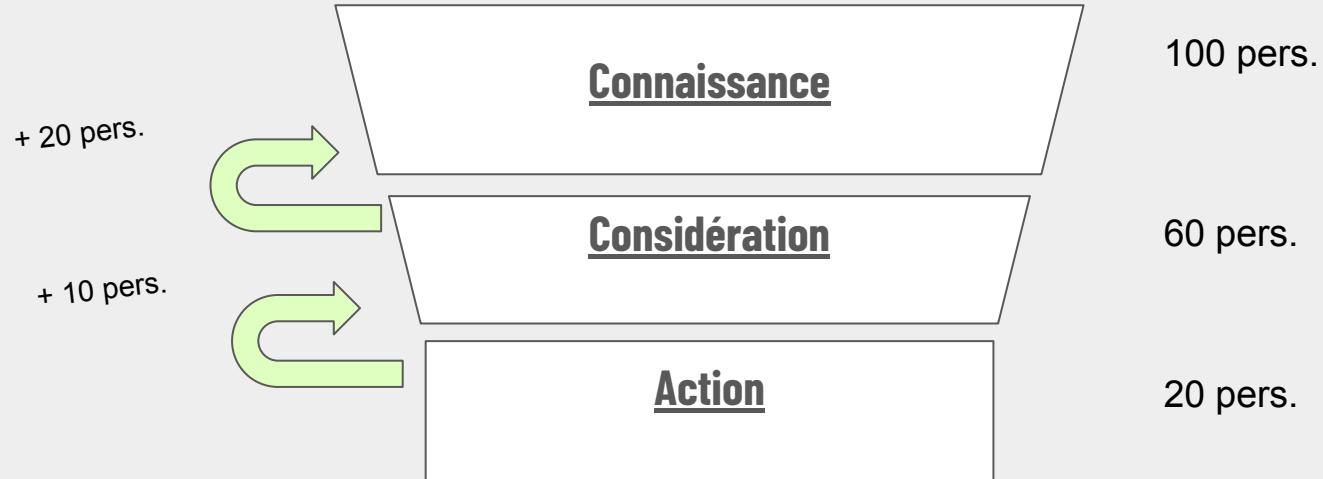


HUB  
NUMÉRIQUE

[info@hub01.org](mailto:info@hub01.org)  
[hub01.org](http://hub01.org)

## LA CROISSANCE : STRATÉGIE #2

### RÉACTIVER LES CLIENTS QUI N'ONT PAS COMPLÉTÉ LE PROCESSUS



## LA CROISSANCE : STRATÉGIE #2

### RÉACTIVER LES CLIENTS QUI N'ONT PAS COMPLÉTÉ LE PROCESSUS

1 de 2 | Le reciblage publicitaire (remarketing / retargeting)



Avec notre assurance voyage,  
tu peux partir l'esprit tranquille.

DÉCOUVRE NOS OFFRES

**CROIX BLEUE** Assurance Voyage

A photograph of a person standing on the roof of a vehicle, holding a camera and taking a selfie. The background shows a scenic landscape with mountains and water. A blue outline highlights the person and the camera.

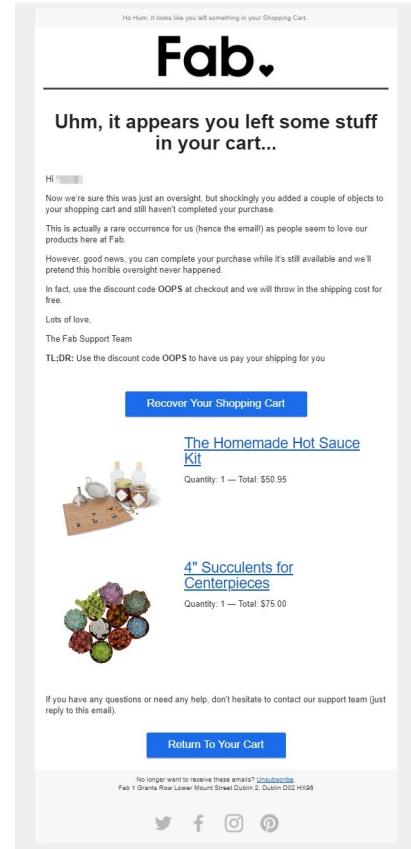
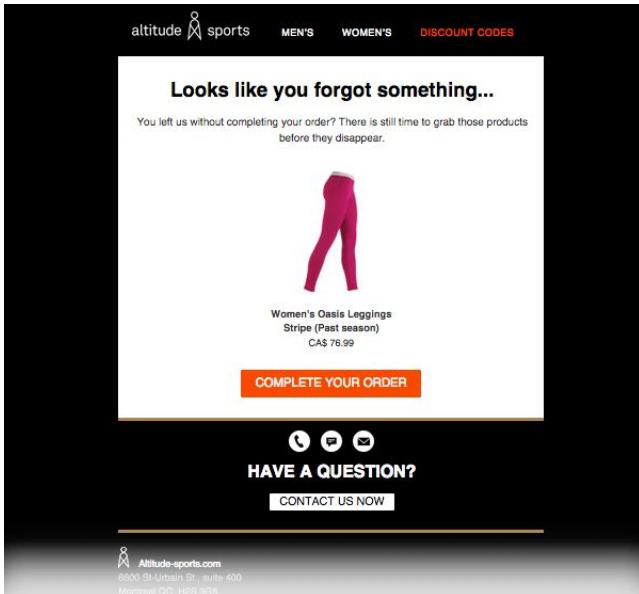
SUIVEZ-  
NOUS SUR  
TWITTER



# LA CROISSANCE : STRATÉGIE #2

## RÉACTIVER LES CLIENTS QUI N'ONT PAS COMPLÉTÉ LE PROCESSUS

### 2 de 2 | Le reciblage par infolettre



HUB  
NUMÉRIQUE

[info@hub01.org](mailto:info@hub01.org)  
[hub01.org](http://hub01.org)



## **2.3 - LA CROISSANCE : STRATÉGIE #3**

### **OPTIMISER LE TUNNEL DE CONVERSION**



HUB  
NUMÉRIQUE

[info@hub01.org](mailto:info@hub01.org)  
[hub01.org](http://hub01.org)

## 3.1 - L'optimisation de l'expérience utilisateur (UX)



**#1**

### IDENTIFIER LE COMPORTEMENT RECHERCHÉ

Pourquoi est-ce qu'on a un site web?

Pour donner de l'information? pour vendre? etc.

Soyez précis!

**#2**

### IDENTIFIER LES INDICATEURS DE PERFORMANCE

Pour savoir si on s'améliore, il faut comparer nos résultats.

**#3**

### RÉCOLTER LES DONNÉES AU JOUR «0»

Excel, Data Studio, Sheets, etc.  
L'important est d'avoir une donnée utilisable.

**#4**

### DÉVELOPPER UN PLAN D'HYPOTHÈSES

Suivre son instinct, lire sur le sujet et développer une liste d'hypothèses à tester.

**#5**

### TEST A - B

La partie la plus longue et la plus payante.

**#6**

### IMPLÉMENTER LES CHANGEMENTS QUI ONT OFFERT LES MEILLEURS RÉSULTATS

Le web est quelque chose qui évolue constamment.

Retournez à l'étape #1 et recommencez le processus :)



HUB  
NUMÉRIQUE

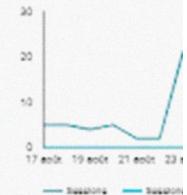
[info@hub01.org](mailto:info@hub01.org)  
[hub01.org](http://hub01.org)

Utilisateurs  
83

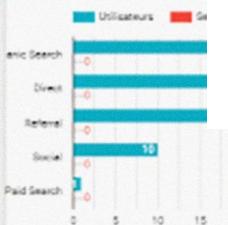
Sessions

Pages vues

Taux de rebond

Tendances de sessions  
événement

Par quel canal les gens



# 3.0 - On passe de la pratique à la vraie vie

C.-à-d. les outils à mettre en place

Utilisateurs

Sessions

Pages vues

Taux de rebond

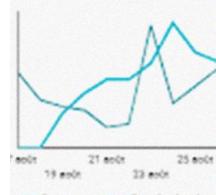
Pages vues

Taux de

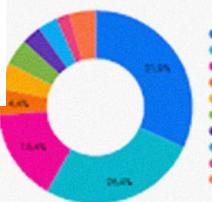
39

61,1

ges vues / Taux de rebond



r quel canal spécifique les g



Les mots « recherchés » dans Google qui ont mené vers notre site (potentiel placement Google Ads)

Query	Clicks
Hub 01	2

Les mots « recherchés » dans Google qui ont mené vers notre site (potentiel placement Google Ads)

Query	Clicks
Hub 01	2



## UN OUTIL ESSENTIEL À TOUTE STRATÉGIE DE COMMUNICATIONS NUMÉRIQUES :



HUB  
NUMÉRIQUE

[info@hub01.org](mailto:info@hub01.org)  
[hub01.org](http://hub01.org)

**UN OUTIL ESSENTIEL À TOUTE STRATÉGIE DE COMMUNICATIONS NUMÉRIQUES :**

**Connaissances**

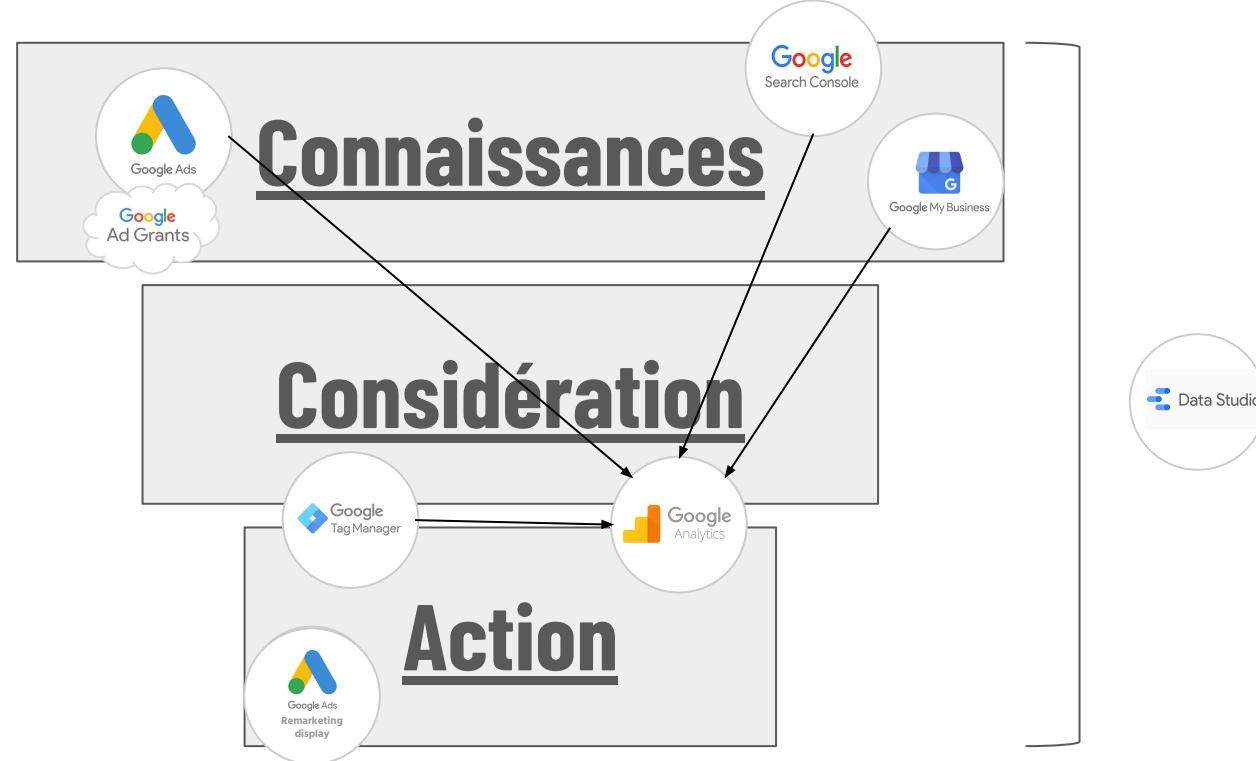
**Considération**



**Action**



## Applications Google



## Applications Google

### Google Ad Grants

Programme de "Bourse" de Google permettant aux organismes éligibles de faire de la publicité sur le réseau de recherche de Google (jusqu'à un montant mensuel de 10 000\$ en valeur)

### Google Ads (SEM)

Vous permet de vous placer en haut des résultats de recherche sur certains mots que vous aurez décidé préalablement. (\$\$\$)

### Google search Console (SEO)

Permet de savoir quels mots sont écrits sur Google pour arriver jusqu'à votre site.

### Google Tag Manager

Un outil de gestion de balise qui vous permet de suivre les événements sur votre site web (Écoute de vidéo, clic sur un bouton, etc.) Particulièrement utile si vous souhaitez faire du remarketing

### Un outil de remarketing

Vous permettent de faire du remarketing auprès d'utilisateurs ayant déjà interagi avec votre site web (ou application).

# Connaissances

# Considération

# Action



### Google My Business (Découvrabilité)

Vous permet d'ajouter des photos de votre établissement, vos heures d'ouvertures, etc.

### Google Analytics

#### L'outil essentiel.

Vous informe sur les activités qui ont lieu sur votre site web (déplacement d'un URL à l'autre, source de trafic, etc.)

### Data Studio

Outil de visualisation de toutes ces données

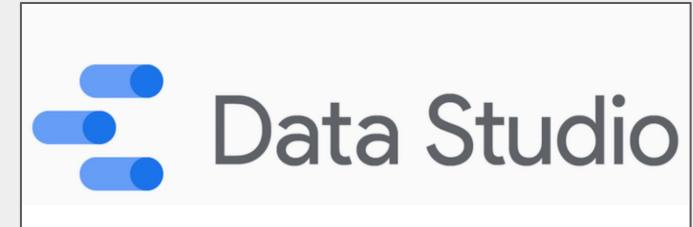
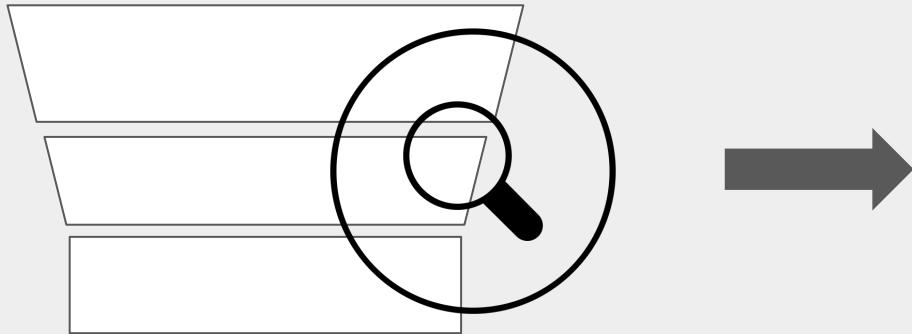


HUB  
NUMÉRIQUE

[info@hub01.org](mailto:info@hub01.org)  
[hub01.org](http://hub01.org)

Trop d'informations, pas assez de temps

La solution : Google Data Studio



# RAPPORT COMPLET

Analytics

+

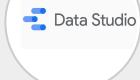
Search Console

+

Tag Manager

+

Google Ads



**Q1 HUB NUMÉRIQUE**

Données par défaut Cliquez pour sélectionner vo 17 août 2021 - 30 août 2021

**Utilisateurs** 83    **Sessions** 95

**Pages vues** 189    **Taux de rebond** 61,1 %

Tendances de sessions / Sessions avec événement

Par quel canal les gens nous trouve?

Par quel canal spécifique les gens nous trouve?

Les mots « recherchés » dans Google qui ont mené vers notre site (potentiel placement Google Ads)

Query	Clicks
hub01	2
hub numérique	1
hub01	1
'gestion succès'	0
labyrinthe sherbrooke	0

17-20 / 54 < >

Données par défaut Cliquez pour sélectionner vo 17 août 2021 - 30 août 2021

Les pages les plus visitées sur mon site

Page	Sessions
/	64
/projets/	4
/projets/sites-abordables-culture/	4
/transformation-numerique/	3
/projets/plan-maj/	3
/a-propos/	2
/portrait-magie-le-livre-casseant-2/	2
/75319493345/le-plan-maj-en-cours-4141919?fbclid=IwAR2-qWkqL7hvFabW4EA8m2zuAU-o9oC_exzCdtQJXa8240TqUxA...	1

17-20 / 20 < >

Les événements sur mon site (potentiel de retargeting)

Action d'événement	Sessions avec Événement
Aucune donnée	

La provenance de nos visiteurs par session et par session avec événement (Potentiel de nouveaux marchés - sessions avec événements - )

Pays	Ville	Sessions avec événement	Sessions
1. China	Hangzhou	0	
2. United States	Fort Worth	0	
3. China	Shanghai	0	
4. Canada	Toronto	0	
5. Canada	Montreal	0	
6. Canada	Saint-Eustache	0	
7. Canada	Amiens	0	

17-20 / 28 < >



# 4.0 - ÉTUDES DE CAS

On passe maintenant de la théorie à la pratique



## ÉTUDE DE CAS : LANCEMENT D'UNE NOUVELLE PRODUCTION / 3 DATES / 200\$ / 10H



Promotion de l'  
événement à  
même le profil

**Gratuit**



Création d'un  
événement  
Facebook

**Gratuit**



Remarketing par  
audience  
similaire  
(lookalike)

**50\$**



Mettre l'  
événement de  
l'avant sur  
l'accueil du site

**Gratuit**



Campagne  
Google Ad Grants

**Gratuit**



Médias  
traditionnels  
selon les besoins

**?\$**



HUB  
NUMÉRIQUE

[info@hub01.org](mailto:info@hub01.org)  
[hub01.org](http://hub01.org)

# ON PREND LES QUESTIONS

N'HÉSITEZ PAS À ME CONTACTER !

LEONIE@HUB01.ORG



**Nous offrons notre savoir**  
**et vivons de notre savoir-faire.**

**N'HÉSITEZ PAS À PARTAGER !**



# **MERCI!**

## **You souhaitez en savoir plus?**

Si vous avez des questions,  
qui que vous soyez, n'hésitez pas!

**info@hub01.org**  
**hub01.org**

## **Suivez-nous sur Facebook!**

Restez à l'affût!

