

STRATÉGIE DE CONTENUS :

// Du blog à la performance – Etude de cas JLL



< **JESSICA TARJON**

DIGITAL MARKETING MANAGER / JLL

Arrivée chez JLL en juin 2016

Pas d'expérience du contenu auparavant

< SOMMAIRE.

01

Qui est JLL ?

02

La problématique
de visibilité

03

Chronologie de notre
réponse 2011-2018

04

Genèse de la
stratégie

05

Focus sur la stratégie
de contenus

06

Le blog aujourd'hui

07

Les
performances



01

QUI EST JLL ?

< QUI EST JLL ?

EXPERT EN IMMOBILIER D'ENTREPRISE



DANS LE MONDE

Présent dans 80 pays, 1000 villes

7,9 milliards de dollars

+ de 80 000 collaborateurs

EN FRANCE

Présent dans 8 grandes villes

+ de 1000 entreprises conseillées sur des projets immobiliers, l'équivalent de 1 million de M² (bureaux, locaux d'activité/entrepôts, plateformes logistiques et commerces)

900 collaborateurs



02

PROBLÉMATIQUE DE VISIBILITÉ

Comment développer la visibilité organique du site d'annonces immobilières de JLL, de façon durable dans un contexte concurrentiel fort ?





03

CHRONOLOGIE DE NOTRE RÉPONSE : 2011 - 2018

< CHRONOLOGIE DE NOTRE RÉPONSE : 2011-2018







04

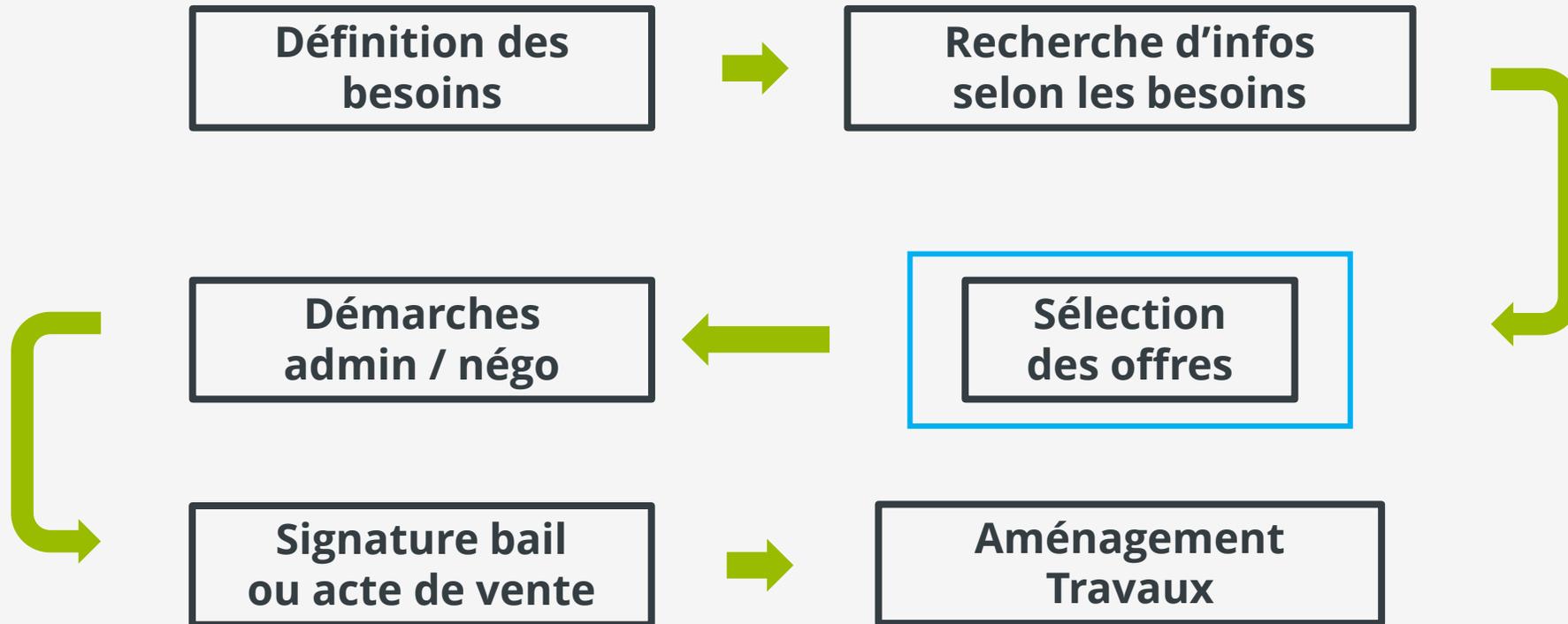
GENÈSE DE LA STRATÉGIE

A RETENIR :

Passer d'une approche SEO à une approche marketing

*Le développement des contenus transactionnels sur le site d'annonces a montré ses limites pour toucher les **décisionnaires**.*





*Dès lors, notre problématique a évolué de la façon suivante : **Comment identifier et capter la demande tout au long du processus décisionnel ? Pour quels résultats ?***





05

FOCUS SUR LA STRATÉGIE DE CONTENUS

A RETENIR :

1/ Identifier les cibles

UNE STRATÉGIE PENSÉE EN 3 POINTS

Victor, 75 Paris, France
Dirigeant d'une PME de 30 personnes



Dynamique, curieux et très occupé.
Son leitmotiv : être efficace et performant



Il s'intéresse :

- à l'actualité,
- aux nouvelles technologies,
- la législation des sociétés,
- au bien être et aux droits de ses équipes
- à la vie de son entreprise.

En matière d'immobilier d'entreprise, s'il doit acheter ou louer, il a besoin d'être accompagné par manque de temps et de connaissance.

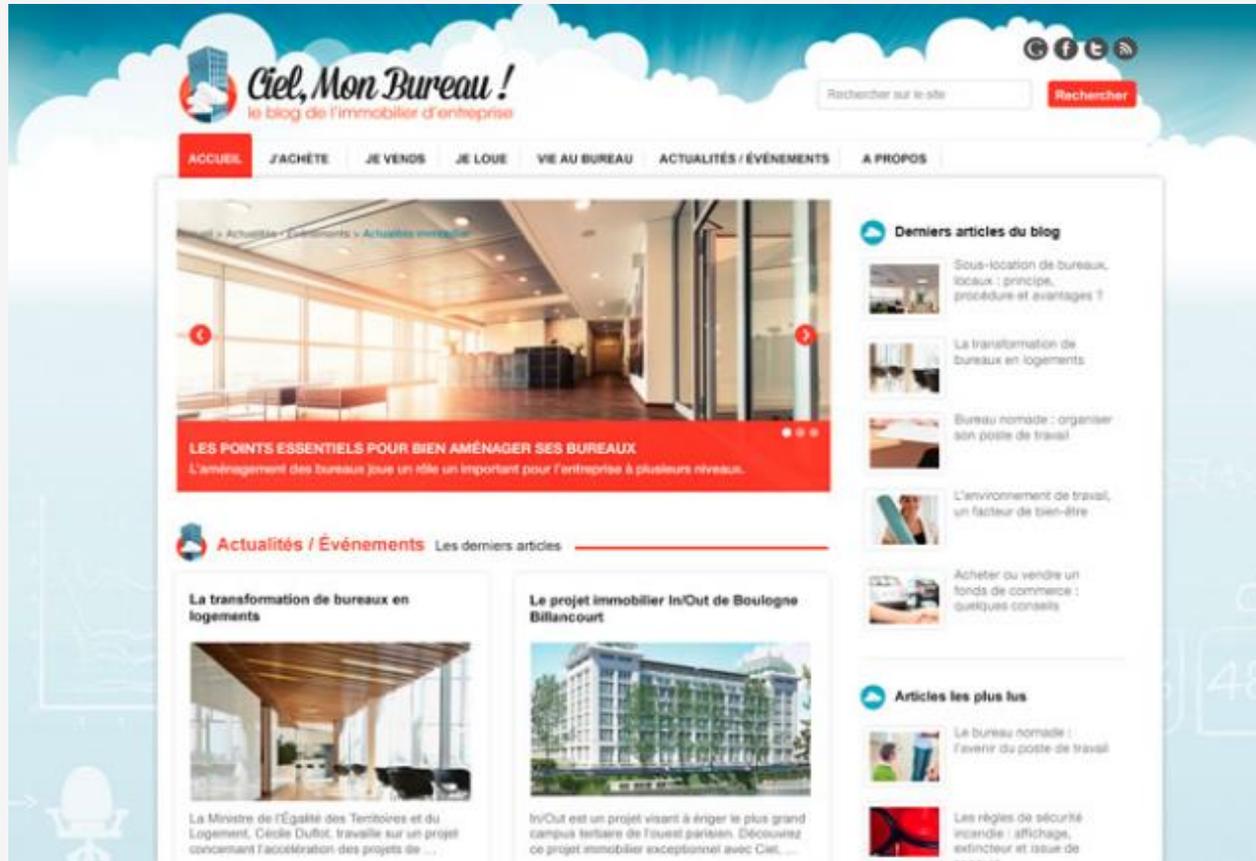
Il trouve ses informations notamment dans la presse généraliste, la presse spécialisée, les réseaux sociaux et sur internet via son Smartphone, sa tablette ou /et son desktop

A RETENIR :

1/ Identifier les cibles

2/ Penser le blog

UNE STRATÉGIE PENSÉE EN 3 POINTS



A RETENIR :

1/ Identifier les cibles

2/ Penser le blog

UNE STRATÉGIE PENSÉE EN 3 POINTS

... en proposant une ligne éditoriale, à travers 4 points :

- Le thème
- L'objectif
- La cible
- Transmission de l'information

“Ciel mon bureau, le blog des entrepreneurs et de la vie au bureau”

A RETENIR :

1/ Identifier les cibles

2/ Penser le blog

UNE STRATÉGIE PENSÉE EN 3 POINTS

... en définissant un rythme et des posts sur les réseaux sociaux

« *Créer un rendez-vous pour les cibles visées* »



A RETENIR :

1/ Identifier les cibles

2/ Penser le blog

3/ Imaginer les passerelles des contenus vers le e-commerce



La mutation du quartier de la gare de Rennes, un projet durable

En phase avec les préoccupations actuelles, les porteurs du projet souhaitent créer un espace durable. Cela se traduit par :

- L'accent mis sur la mixité du territoire, qui accueillera à la fois des entreprises, des habitants mais aussi de nombreux commerçants afin de maximiser son dynamisme et sa durabilité ;
- La réflexion menée par rapport aux transports : tout est fait pour favoriser l'utilisation des transports en commun. L'aménagement des espaces publics de la zone facilite également l'utilisation de modes de transports doux comme le vélo ou la marche ;
- L'importance accordée à la qualité des paysages ;
- Les nombreuses études menées, notamment sur le climat et la problématique de la maîtrise de l'énergie.

À noter qu'une charte de développement durable du projet **EuroRennes** définissant les objectifs, la mise en œuvre ainsi que le cadre du projet a été créée.

La fin du chantier du quartier d'affaires EuroRennes est prévue à l'horizon 2025. Les acteurs du projet entendent cependant voir la plus grosse partie de la transformation s'opérer d'ici 2020.

> À lire aussi : [Bien choisir le lieu d'implantation de son entreprise](#)

JLL vous informe...

JLL vous accompagne dans l'achat ou la location d'un local d'activité commercial. Contactez notre équipe afin de lui présenter votre projet et d'être assisté(e) dans la recherche d'un bien adapté à vos besoins. Des annonces ciblées à la location et à la vente à Rennes.



Ci-Dessous Une Sélection D'articles Pouvant Également Vous Intéresser :



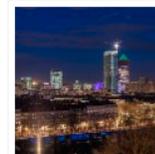
Implanter son entreprise : les



Les quartiers d'affaires à Lyon :



Le quartier d'affaires de Lyon Part-Dieu



Immobilier d'entreprise : Lyon,

UNE METHODOLOGIE RIGoureuse

- Le calendrier éditorial

Période 2018	Semaine de rédaction	Type de contenu	Calibrage	sujet = <h1>	Brief / Angle	Cible ou personas
 						
Plan de publication 2018 1 AF 2 feuillets / semaine alternés av						
April	W14	AF	2	Travailler dans un bureau sans fenêtre : que dit la loi ?		cf fiche persona
	W14	AF	2	Réformes du Code du Travail: quels changements pour le télétravail ?		cf fiche persona
	W15	AF	2	Entreprise libérée : est-ce que ça marche ?		cf fiche persona
	W16	AF	2	Comment augmenter l'implication des salariés ?		cf fiche persona
	W16	AF	2	Syndrome de l'imposteur: qu'est-ce que c'est et comment le combattre?		cf fiche persona
	W17	AF	2	Salarié et auto-entrepreneur : peut-on cumuler les deux statuts ?		cf fiche persona
	W17	CE T1	X	L'entrepreneuriat en France en 2017	un zoom sur les créations d'entreprises en 2017: secteurs de création, nombre d'entreprises créées, etc.	cf fiche persona
	W18	AF	2	Slow café: le concept pour travailler moins cher?		cf fiche persona

A RETENIR :

Les principales intentions de recherche

« Je veux faire »

« Je veux savoir »

« Je veux aller »

UNE METHODOLOGIE RIGOUREUSE

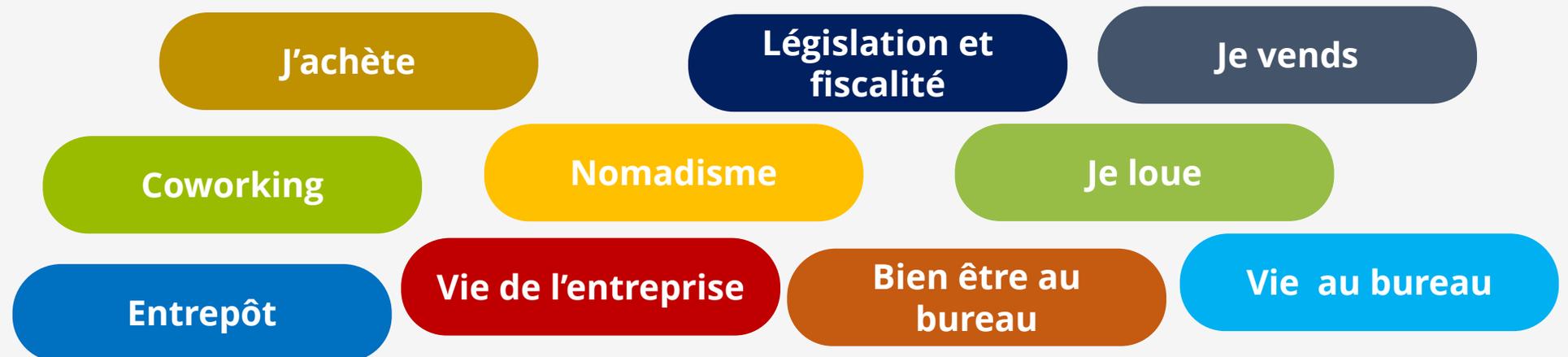
▪ **Le calendrier éditorial**

« Les sujets proposés doivent alimenter les thématiques ressortant de l'étude mots clés réalisée en amont »

UNE METHODOLOGIE RIGOUREUSE

- Le calendrier éditorial

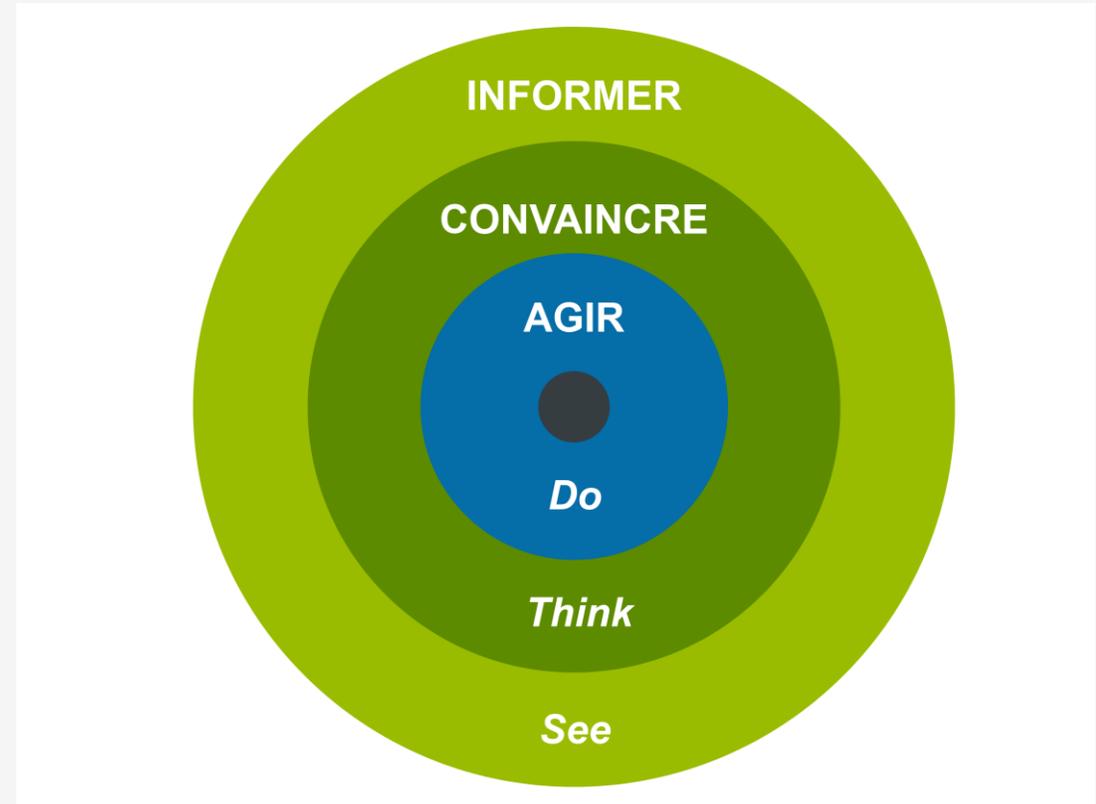
« Les sujets proposés doivent répondre aux besoins informationnels des personas préalablement définis »



UNE METHODOLOGIE RIGOUREUSE

- Le calendrier éditorial

« *Les sujets proposés doivent répondre à des objectifs différents* »



UNE METHODOLOGIE RIGOUREUSE

- Le calendrier éditorial

« *Les sujets proposés doivent répondre aux besoins de la marque* »



A RETENIR :

« Annulation un compromis de vente »

390 demandes mensuelles

UNE METHODOLOGIE RIGoureuse

- Produire des contenus à valeur ajoutée



A RETENIR :

Contenu positionné en Featured Snippet

The image shows a Google search interface. The search bar contains the text "annulation compromis de vente". Below the search bar, there are navigation tabs: "Tous", "Actualités", "Images", "Shopping", "Vidéos", "Plus", "Paramètres", and "Outils". The "Tous" tab is selected. Below the tabs, it says "Environ 317 000 résultats (0,39 secondes)". A featured snippet is displayed in a white box with a light gray border. The snippet text reads: "Le délai de rétractation. La loi prévoit que l'acheteur dispose d'un délai de rétractation de 7 jours à compter de la date du **compromis** pour revenir sur sa décision et **annuler** la **vente**. Durant ce délai, l'acquéreur peut se rétracter sans avoir à se justifier, ni à payer d'indemnités au vendeur. 20 juil. 2015". Below the snippet text, there is a blue link: "Annuler un compromis de vente : les conditions | JLL" and a green URL: "https://immobilier.jll.fr/.../comment-annuler-un-compromis-de-vente-les-conditions-de-r...". At the bottom right of the search results, there are two icons: a question mark and a speech bubble, with the text "À propos de ce résultat" and "Commentaires" respectively.



06

ET AUJOURD'HUI ?

< ET AUJOURD'HUI ?

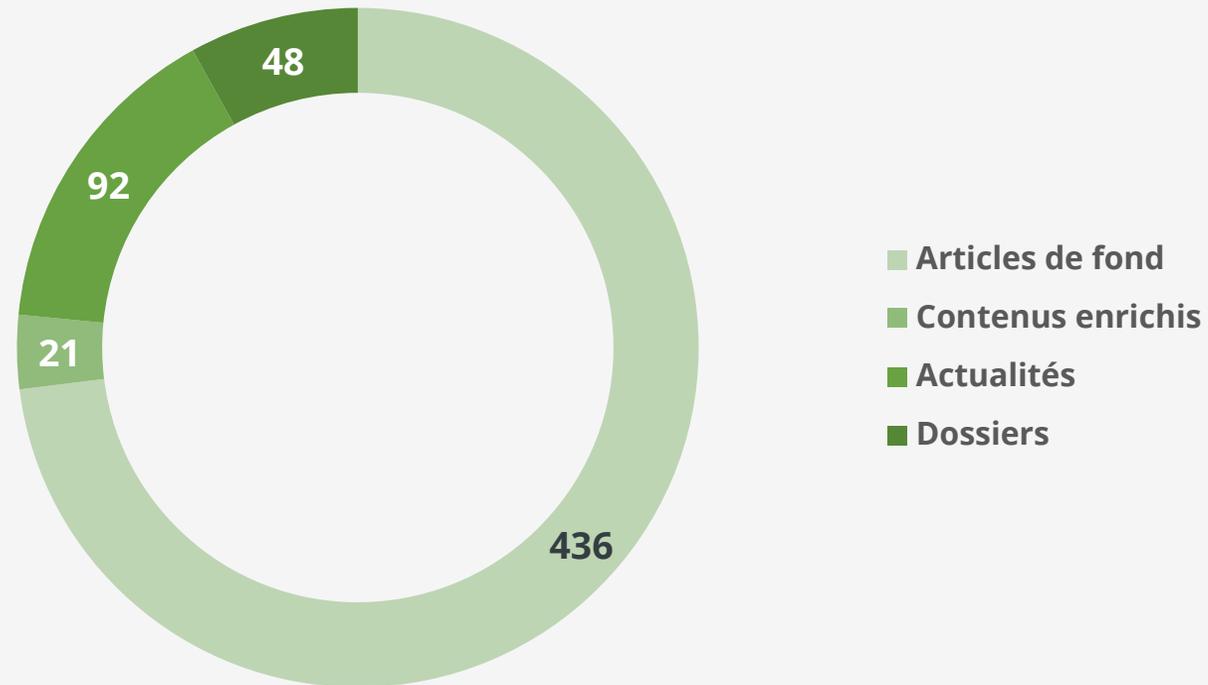
MIGRATION DU BLOG

- 11 juin 2016 : le blog passe sous l'égide de la marque JLL

The screenshot shows the JLL website header with navigation links: 'Nos offres', 'Blog', 'Données marchés', 'NxT', and 'Connexion'. A contact number '01 73 43 93 01' is also visible. Below the header is a grid of four blog posts:

- Post 1:** Image of a modern office interior. Title: 'WeWork, 2 nouveaux espaces de coworking nouvelle génération'. Date: 26 janvier 2018. Buttons: 'Je loue', 'Coworking'.
- Post 2:** Image of a hand holding a smartphone displaying a dashboard. Title: 'Gestion des ressources humaines : tendances 2017'. Date: 22 janvier 2018. Button: 'Lire'. Category buttons: 'Vie au bureau', 'Vie de l'entreprise'.
- Post 3:** Image of a modern industrial building. Title: 'Région lyonnaise : le profil des utilisateurs de petites et moyennes surfaces'. Date: 19 janvier 2018. Button: 'Lire'. Category buttons: 'Je loue', 'Entrepôts'.
- Post 4:** Image of a modern wooden building. Title: 'Construire des immeubles de bureaux en bois : la nouvelle tendance'. Date: 15 janvier 2018. Button: 'Lire'. Category buttons: 'Je loue', 'Bien-être au travail', 'Vie au bureau', 'J'achète', 'Vie de l'entreprise'.

REPARTITION EN VOLUME DES 583 CONTENUS PUBLIÉS





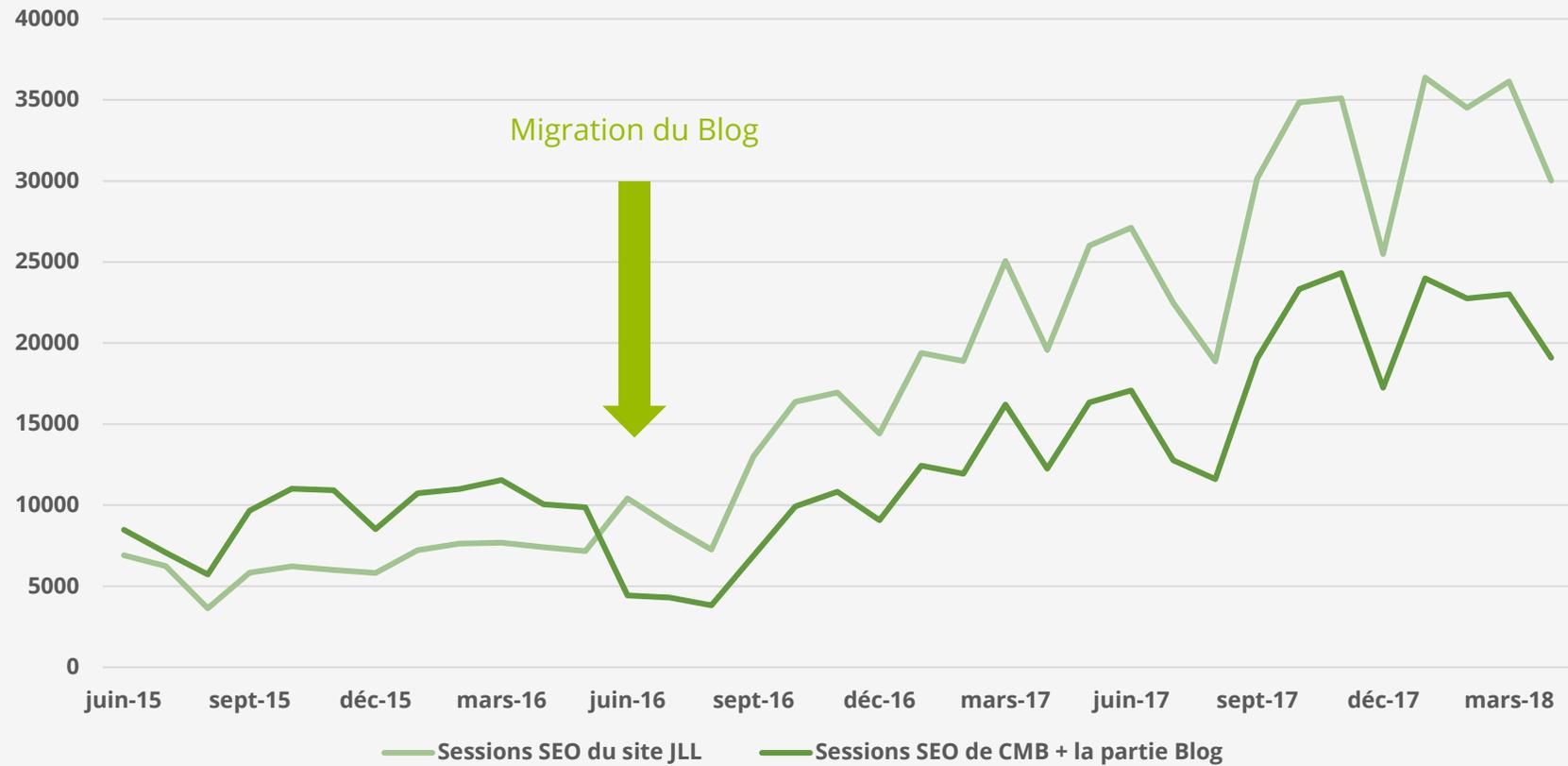
07 LES PERFORMANCES

A RETENIR :

63%

C'est la part des sessions SEO mensuelles captées par le blog depuis la migration

EVOLUTION DES SESSIONS DU SITE D'ANNONCES JLL

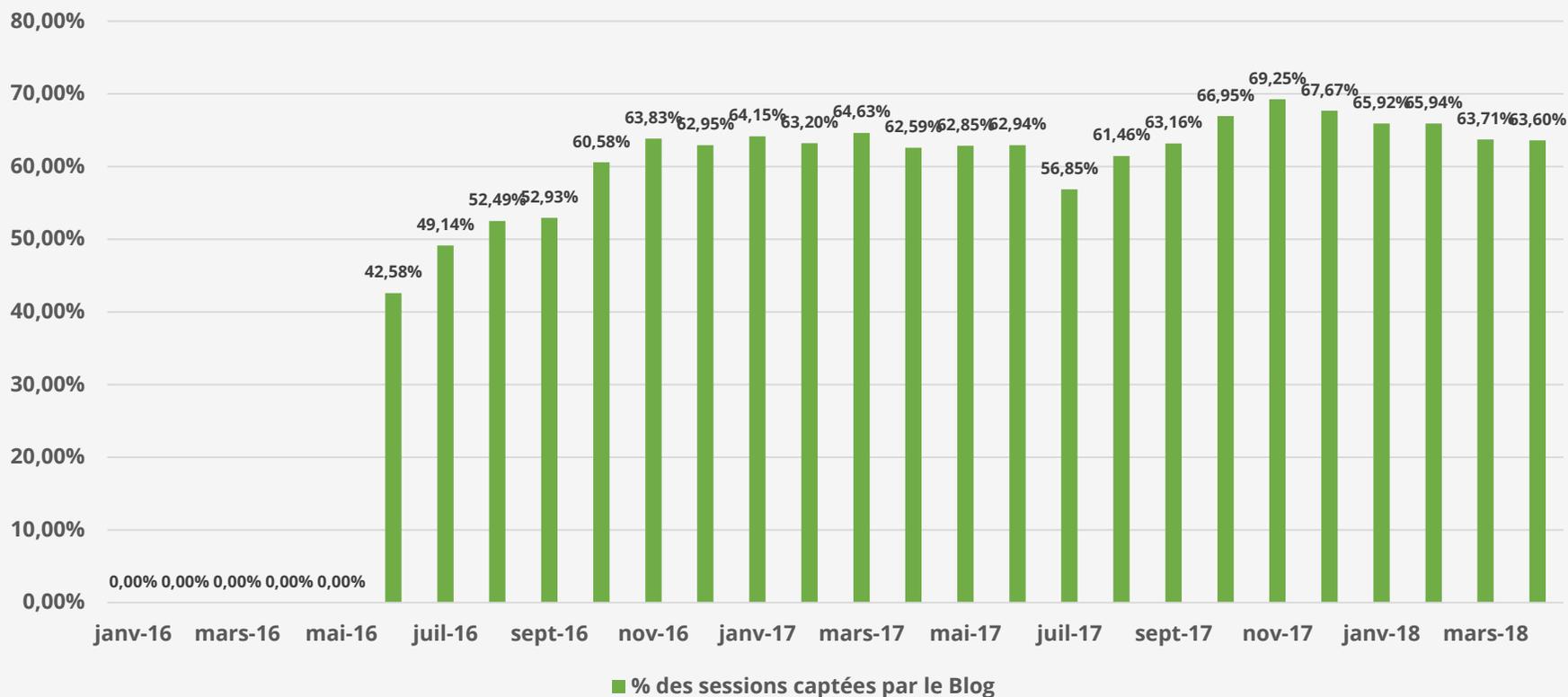


A RETENIR :

+21 points

L'augmentation en point de la part des sessions SEO mensuelles en provenance du blog

EVOLUTION DE LA PART DU BLOG DANS LES SESSIONS SEO



A RETENIR :

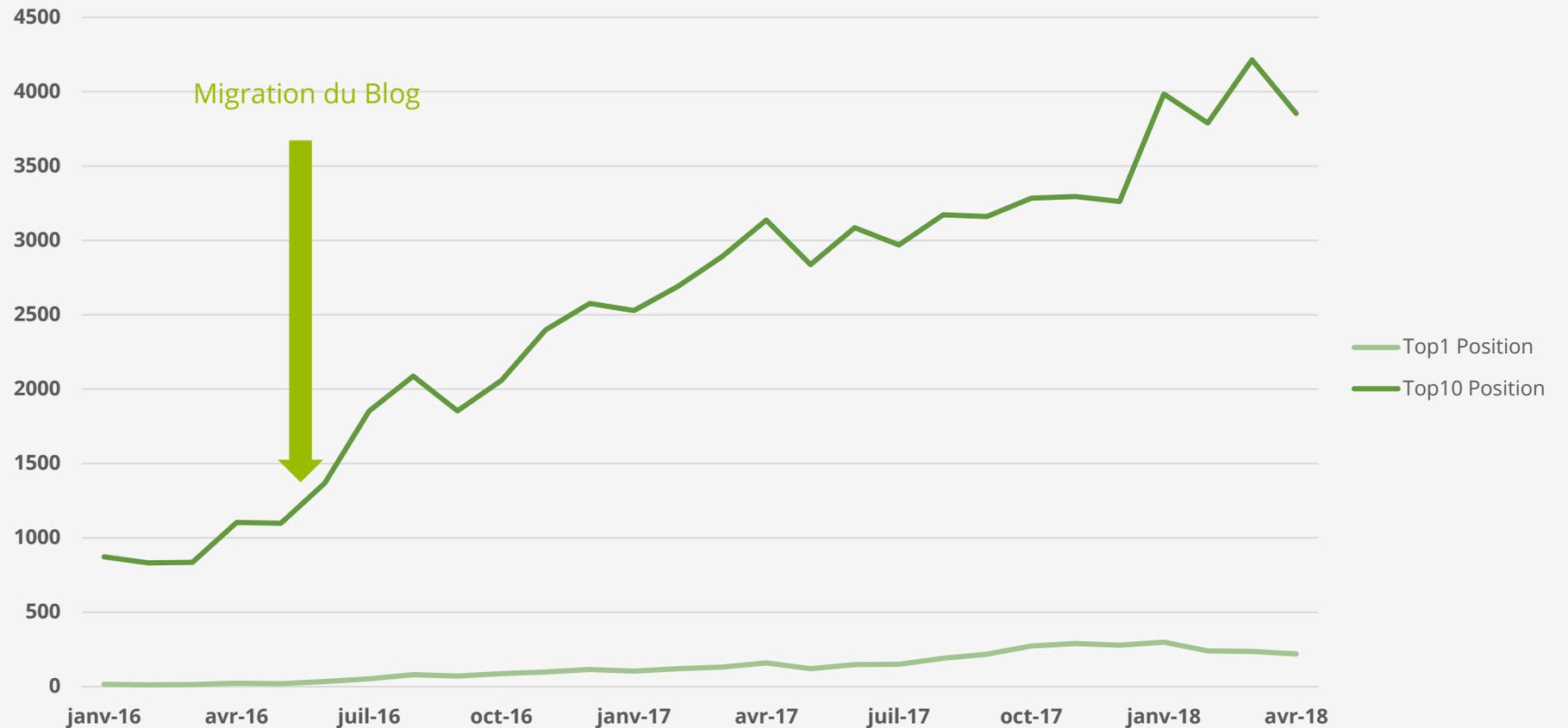
+342%

de mots-clés sur la
1^{ère} page de
Google

+1275%

de mots-clés en
1^{ère} position

EVOLUTION DE LA VISIBILITE DU SITE



A RETENIR :

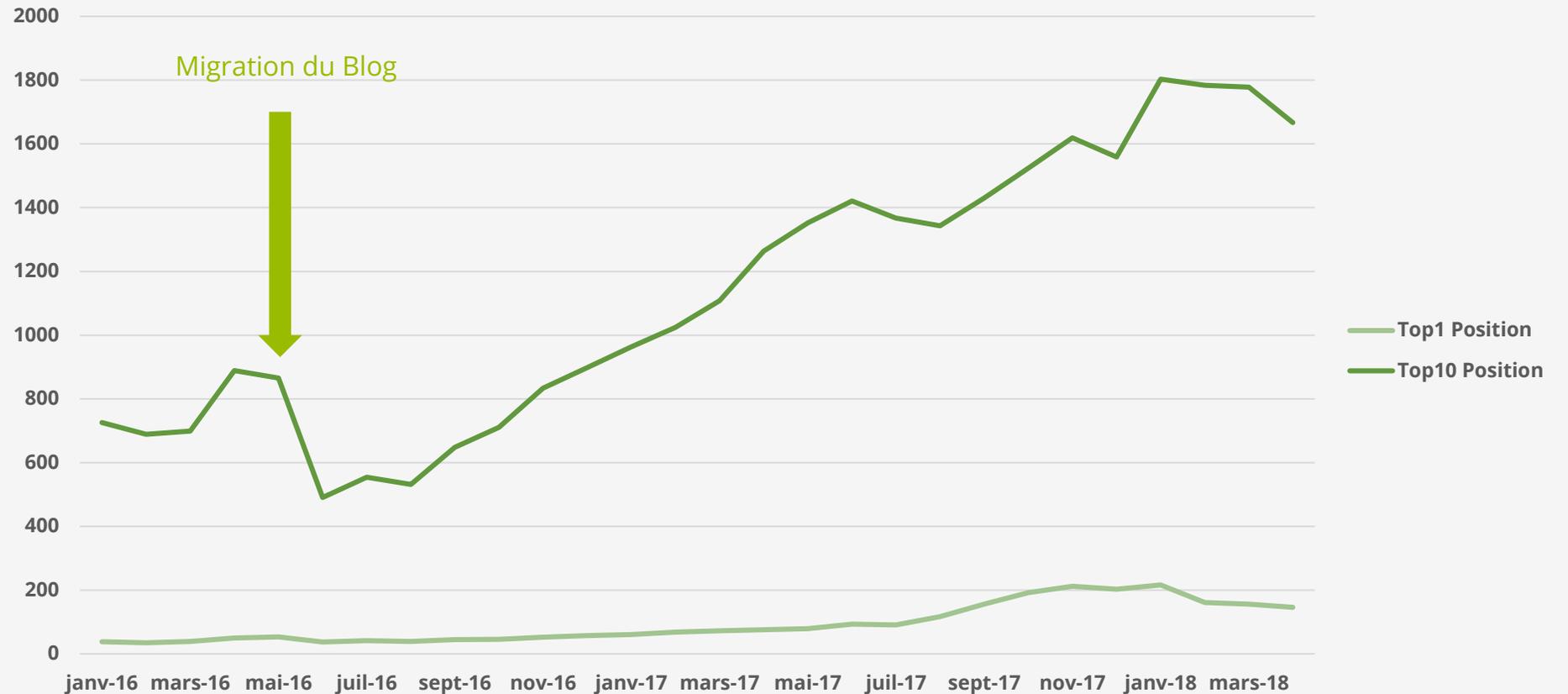
+130%

de mots-clés sur la
1^{ère} page de
Google

+284%

de mots-clés en
1^{ère} position

EVOLUTION DE LA VISIBILITE DES CONTENUS

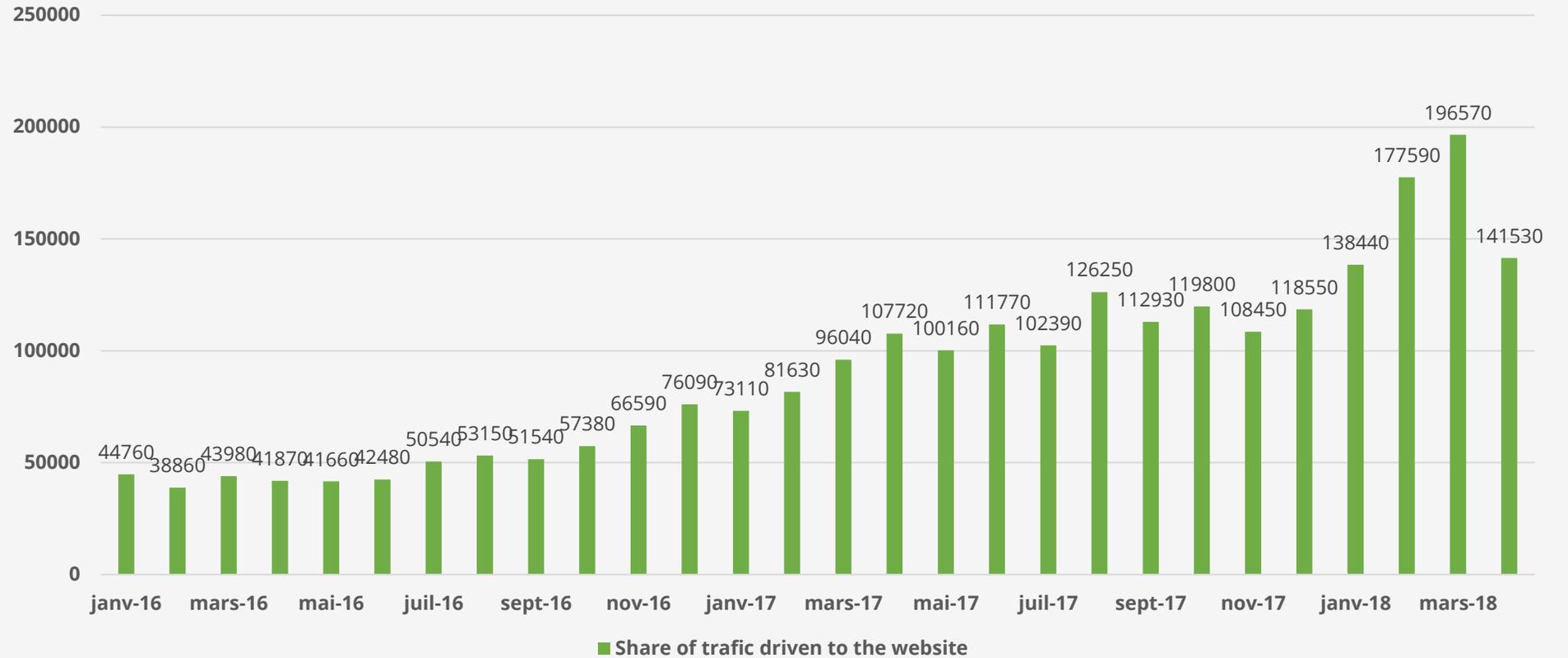


A RETENIR :

+216%

L'augmentation du volume de demandes couvertes par les mots-clés positionnés en Top 10 depuis la migration.

EVOLUTION DE LA COUVERTURE DE LA DEMANDE



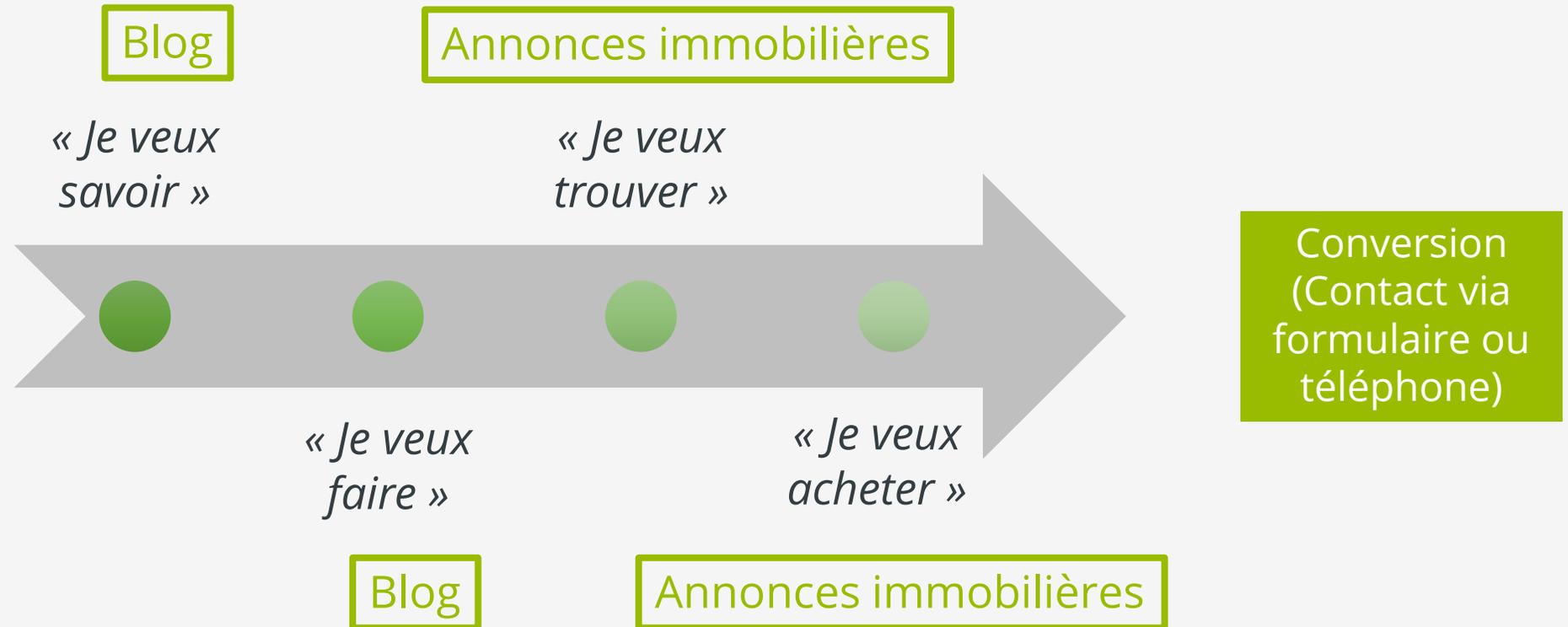
A RETENIR :

1/ La part des conversions générées par le blog atteint désormais 6%

2/ Les conversions SEO mensuelles ont progressé de 38% depuis la migration

3/ 310 621 nouveaux utilisateurs SEO sur le blog

COMPLEMENTARITÉ DU BLOG ET DU SITE D'ANNONCES



< MERCI !



WAM
RÉFÉRENCIEMENT

SEARCH
& CONTENT MARKETING