



FEUILLE DE TRAVAIL DES CONCURRENTS

Mot-clé ou phrase-clé :

Nom du concurrent URL du concurrent

- 1. _____
- 2. _____
- 3. _____
- 4. _____
- 5. _____
- 6. _____
- 7. _____
- 8. _____
- 9. _____
- dix. _____

FEUILLE DE TRAVAIL DES CONCURRENTS EN RECHERCHE PAYABLE

Mot-clé ou phrase-clé : _____

Nom du concurrent URL du concurrent

- 1. _____
- 2. _____
- 3. _____
- 4. _____
- 5. _____
- 6. _____
- 7. _____



Sauchy lestree, le lundi 30 octobre 2017

- 8. _____
- 9. _____
- dix. _____

FEUILLE DE TRAVAIL DES CONCURRENTS [SEMRUSH](#)

URL de la semence concurrente: _____

Nom du concurrent URL du concurrent

- 1. _____
- 2. _____
- 3. _____
- 4. _____
- 5. _____
- 6. _____
- 7. _____
- 8. _____
- 9. _____
- dix. _____

Feuille de travail sur l'intelligence démographiques des spectateurs

URL analysée : _____

Les biais de genre qui imputent des erreurs (biais gognitifs) :

Angles d'âge vers:

D'autres angles pour les enfants:

Revenus angles:

Les biais de l'éducation:

d'ethnicité vers:

Politique vers:



Intérêts de l'audience Insights (principaux centres d'intérêt parmi tous les concurrents):

- 1. _____
- 2. _____
- 3. _____
- 4. _____
- 5. _____
- 6. _____
- 7. _____
- 8. _____
- 9. _____
- dix. _____

Intérêts publics Préférences relatives aux préférences du site (principaux intérêts de tous les concurrents):

- 1. _____
- 2. _____
- 3. _____
- 4. _____
- 5. _____
- 6. _____
- 7. _____
- 8. _____
- 9. _____
- dix. _____



Feuille de travail sur l'intelligence du trafic entrant / sortant

URL analysée : _____

- Idées de lead magnet :
- Idées produit d'appel :
- Idées d'offre de base :
- Idées Profit maximisé :
- Idées de chemin de retour :

Feuille de calcul du planificateur de mots clés Google AdWords

[On retrouve de nouvelles idées selon les éléments ADWORDS](#)

- Idées de lead magnet :
- Idées produit d'appel :
- Idées d'offre de base :
- Idées Profit maximisé :