

Livre blanc BtoB : 10 conseils pour intéresser et engager vos futurs clients !

1 Identifier précisément la cible

- A quelle audience souhaitez-vous vous adresser ?
- Quels sont ses particularités ? Ses besoins ? Son degré de maturité ? Que pouvez-vous lui apporter ?

Le contenu, la tonalité, le degré de technicité du livre blanc devront être adaptés au public visé.



2 Définir clairement les objectifs

- Souhaitez-vous développer votre notoriété ?
- Quelle(s) expertise(s) voulez-vous valoriser ?
- Désirez-vous générer des leads ? De quelles informations avez-vous besoin ?
- De quelle manière le livre blanc s'inscrit-il dans votre stratégie de content marketing ?

2

3 Choisir un sujet pertinent pour la cible



Sélectionner une thématique forte et déterminer un angle éditorial permettant de la traiter de manière la plus utile et convaincante pour votre public : à quelles problématiques le livre blanc répondra-t-il ?

4 Rassembler les informations et ressources nécessaires

- Contenus de sources fiables, si possible faisant autorité (chiffres clés, rapports d'étude...).
- Interviews d'experts.
- Témoignages & cas clients.
- Iconographie.

5 Structurer le document

- Un chemin de fer structuré, logique et didactique.
- Une introduction exposant et contextualisant la problématique.
- Développement des différents aspects du sujet en les illustrant par des conseils d'experts, chiffres clés, retours d'expérience...
- Conclusion qui synthétise les éléments essentiels du document et apporte une dimension prospective.
- Présentation de votre entreprise.
- Contact / call to action.



6 Rédiger le livre blanc de manière attractive

Il s'agit de capter et de maintenir l'intérêt du lecteur tout au long du document, en s'appuyant sur les bonnes pratiques éditoriales :

- Titres informatifs et accrocheurs.
- Ton juste, adapté à la cible et sans discours commercial.
- Phrases concises et claires.
- Découpage en paragraphes cohérent au regard des idées développées.
- Formats variés pour dynamiser la lecture (longs et courts, interviews...).



7 Soigner la forme

Elle doit être attrayante et permettre une lecture fluide du document.

- Couverture impactante, donnant envie au lecteur d'aller plus loin.
- Maquette épurée et aérée.
- Couleurs, polices, logos respectant votre charte graphique
- Mise en page dynamique et visuelle : graphiques, pictos, infographies, encadrés...



8 Créer une landing page

Page de présentation et de téléchargement du livre blanc :

- Exposé de la problématique.
- Bénéfices clés pour le lecteur.
- Look & feel cohérent avec l'intérieur du livre blanc.
- Optimisation pour le SEO.
- Formulaire pour la collecte d'information.

9 Promouvoir et médiatiser le livre blanc

Via un dispositif de communication multicanal pointant vers la landing page :

- Site ou blog de l'entreprise, newsletter.
- Sites médias pertinents.
- Réseaux sociaux.
- Emailing.
- Signature de mail.



10 Traiter les contacts entrants

- Au-delà de l'intégration au CRM de l'entreprise, il est essentiel de traiter les leads (qualification, transmission au commercial, prise de contact) tant qu'ils sont encore chauds !
- Et à défaut, entretenir la relation avec les prospects en leur fournissant des contenus en lien avec la thématique du livre blanc.

10

Besoin d'aide pour la création et la diffusion de votre livre blanc ?

Contactez :
Mira MARCHARD
stories@infopro-digital.com

[Retrouvez toutes nos solutions de brand content ici !](#)

