



MEDIA KIT · ÉDITION SEPTEMBRE 2026

Publier sur ExternFlow

Le média qui aide les dirigeants de TPE et de PME à décider ce qu'ils confient à un prestataire.

Business Process Outsourcing

Externalisation

Marketing digital

Référencement SEO

01

Le média

02

Audience

03

Trajectoire

04

Formats

05

Ligne éditoriale

Média indépendant
Jusqu'à 6 publications par jour

externflow.com

Un média pour décider, pas pour **vendre de l'externalisation**.

La plupart des contenus sur l'externalisation sont écrits par ceux qui la vendent. On y cherche longtemps un coût caché ou une contre-indication. ExternFlow prend le problème dans l'autre sens : chaque article répond à une question qu'un dirigeant se pose vraiment (que déléguer, à quel prix, avec quelles garanties ?) et doit lui permettre de trancher.

241 URL publiées dont 229 positionnées dans Google	jusqu'à 6 articles par jour 3 articles de blog et 3 actualités	5 sources minimum par article, liens testés un par un	84% des affichages en francophonie, sur 119 pays
--	--	---	--

Cinq rubriques, une seule question de fond

01	Business Process Outsourcing	Le marché, les modèles, les métiers et les destinations. Comprendre comment fonctionne une mission avant d'en confier une.
02	Externalisation	Coûts réels, contrats, RGPD, onboarding, pilotage. Ce qui sécurise la relation entre une entreprise et son prestataire.
03	Marketing digital	Ce qui se délègue et ce qui se garde. Contenu, acquisition, réputation, sans confondre la stratégie avec son exécution.
04	Référencement SEO	Externaliser la production sans céder le contrôle : accès, données, décisions et propriété des comptes restent chez le client.
05	Actualités	Rachats, ouvertures de centres, décisions réglementaires, annonces qui bousculent les prestataires. Publiées le jour même.

Six étapes, de la première question au démarrage

01 Découvrir Qu'est-ce que le BPO, concrètement ?	02 Identifier Quelles tâches peuvent partir ?	03 Comparer Recruter, automatiser ou externaliser ?	04 Sécuriser Quels risques, quel cadre pour les données ?	05 Choisir Comment évaluer un prestataire ?	06 Déployer Réussir les 30 premiers jours.
---	---	---	---	---	--

À qui vous parlez

À des lecteurs qui ont une décision d'externalisation sur la table, à prendre ou à piloter.

Quatre profils de lecteurs

● Dirigeants de TPE et PME

Le cœur de cible. Ils tranchent souvent seuls, et souvent le soir. Pour eux, chaque terme technique est défini à sa première apparition.

● Responsables des opérations

Ils viennent chercher des grilles d'évaluation et des KPI prêts à l'emploi, pour cadrer une mission externalisée ou la reprendre en main.

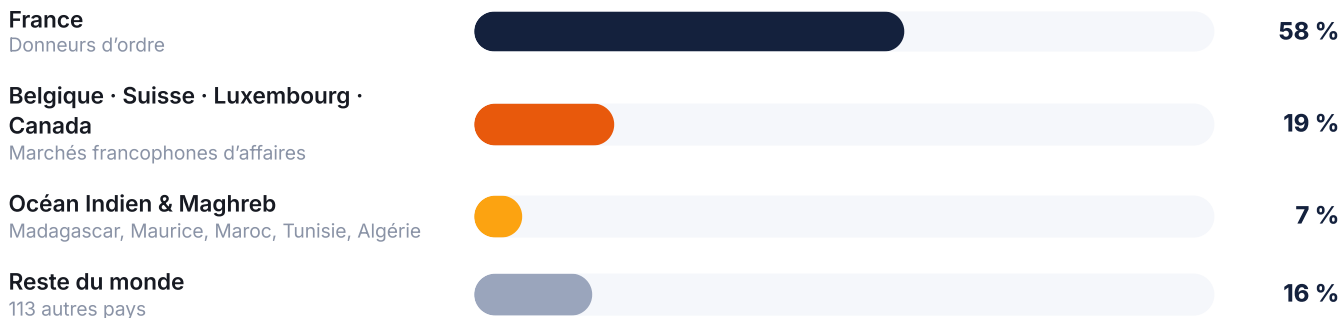
● Équipes marketing et e-commerce

Leur question : garder la production en interne, la confier à une agence ou partir sur un prestataire offshore, pour le contenu comme pour l'acquisition.

● Agences et prestataires BPO

Ils lisent pour la veille : ce que font les concurrents, ce qui change dans la réglementation. Certaines agences y cherchent aussi de la capacité de production.

Une audience francophone, des deux côtés du marché



Part des affichages dans Google, du 18 août au 14 septembre 2026. Côté visites, la part des pays francophones monte à 97 %.

3 min 23

de lecture moyenne
sur les visites issues de la recherche

56,9 %

de sessions engagées
même périmètre, au sens de GA4

76 %

des visites
se font sur ordinateur, tous canaux
confondus

Une courbe qui monte depuis début août.

ExternFlow a moins d'un an et ses volumes restent ceux d'un jeune média. Regardez plutôt la pente.

Affichages quotidiens dans Google

18 juin → 14 septembre 2026



Sur 28 jours, face aux 28 précédents

INDICATEUR	AVANT	APRÈS	ÉVOL.
Affichages dans Google	3 072	16 804	+447 %
Visites depuis Google	29	111	+283 %
Requêtes positionnées	311	993	+219 %
Pages affichées	117	229	+96 %

Les positions dans Google

POSITION	REQUÊTES
Dans les 3 premiers résultats	39
En première page (top 10)	177
En deuxième page (11 à 20)	121

Autorité du domaine

21

Trust Flow
sur une échelle de 0 à 100

14

Citation Flow
même échelle

82

domaines référents
sites distincts qui citent le média

100

liens actifs
sur 105 recensés

Le Trust Flow mesure la fiabilité des sites qui font un lien vers ExternFlow, le Citation Flow leur volume. Ici, le premier dépasse le second : les liens viennent surtout de sites jugés fiables.

Une partie des affichages vient de requêtes longues, tapées comme on parle à un assistant : « comparer visibilité à celle de mes concurrents dans ai mode », par exemple. Et les premières visites arrivent directement depuis des assistants IA.

Ce que vous y gagnez

01 Des lecteurs au moment de choisir

Sur les achats indirects, le média apparaît en première page de Google pour « fournisseurs bpo en achats indirects » ou « conseil en bpo d'achats ». Ce sont des requêtes d'acheteurs qui comparent des prestataires. Votre message arrive à ce moment-là.

02 Le poids d'un cadre éditorial

Sur votre site, un argument reste un argument commercial. Publié sur un média qui ne vend pas de prestation BPO, le même argument se lit comme une information.

03 Les deux côtés du marché

Une PME française qui compare des destinations lit le même article qu'un centre de services installé à Antananarivo ou à Port-Louis. Selon votre offre, c'est l'un ou l'autre qui vous intéresse. Souvent les deux.

04 Un article qui reste juste

Quand une règle ou un tarif change, l'article est corrigé et la date de mise à jour s'affiche. Vous pouvez encore l'envoyer à un prospect six mois plus tard.

05 Écrit pour se positionner

Le média est tenu par un consultant SEO. Le titre et la structure de votre article sont calés sur les requêtes que vos clients tapent vraiment. Il est ensuite relié aux autres contenus de sa rubrique.

06 Le bon moment pour entrer

Vous entrez aux tarifs d'aujourd'hui, sur des pages dont l'audience grandit chaque mois (la courbe est en page 4).

Quatre façons de prendre la parole sur ExternFlow

01 Article sponsorisé

Un article de fond signé de votre marque et identifié comme contenu partenaire. Vos équipes l'écrivent, ou la rédaction s'en charge à partir de vos éléments.

- 1200 à 1800 mots, structure SEO complète
- Deux liens contextuels vers votre site
- Visuel d'en-tête et encadrés chiffrés
- Mention « En partenariat avec », conforme aux obligations de transparence

Publication sous 7 jours ouvrés après validation

02 Communiqué de presse

Votre annonce reprise et mise en contexte dans la rubrique Actualités : levée de fonds, ouverture de centre, nomination, partenariat, certification.

- 400 à 700 mots, avec un angle et le contexte du marché
- Publication dans le fil d'actualités et le sitemap news
- Un lien vers votre communiqué d'origine

En ligne sous 24 à 48 h selon l'actualité

03 Étude & livre blanc

C'est le format qui colle le mieux à la ligne du média. Vos données deviennent une référence que d'autres peuvent citer.

- Mise en forme éditoriale et graphiques sur mesure
- Page de téléchargement dédiée
- Résumé « Les points essentiels » et FAQ structurée
- Contenu conçu pour être cité par les moteurs IA

Délai selon le volume · mise à jour possible

04 Tribune & interview

Une prise de parole signée sur un sujet de fond du secteur. Elle sert autant la visibilité du dirigeant que celle de son entreprise.

- Interview menée par la rédaction, ou tribune fournie
- 800 à 1400 mots, validés par vous avant la mise en ligne
- Photo, biographie et lien LinkedIn

Publication sous 10 jours ouvrés après l'entretien

Trente jours après la mise en ligne, vous recevez un rapport de positionnement. Il liste les requêtes sur lesquelles votre publication apparaît dans Google, avec sa place pour chacune. Compris dans tous les formats.

Ce que nous publions, ce que nous refusons.

Un média ne vaut que par ce qu'il refuse. Les règles ci-dessous s'appliquent à toutes les publications partenaires, sans exception.



Nous acceptons

- Les contenus qui apportent une méthode ou un chiffre vérifiable
- Les points de vue argumentés, même quand ils dérangent
- Les études dont la méthodologie est communiquée
- Les textes rédigés par vos équipes, après relecture de la rédaction



Nous refusons

- Les textes uniquement promotionnels, sans information exploitable
- Les affirmations chiffrées sans source citable
- Les contenus qui masquent un risque ou un coût pour vendre
- Les liens vers des pages sans rapport avec le sujet traité
- Les publications non identifiées comme partenaires

Comment ça se passe

1 Prise de contact Vous décrivez votre objectif, le format visé et votre échéance.	2 Cadrage Angle, sujet, mots-clés et calendrier validés ensemble.	3 Production Texte et visuels, selon le format retenu.	4 Relecture Sources vérifiées, puis deux allers-retours avec vous au plus.	5 Mise en ligne Publication, indexation, puis rapport de positionnement à 30 jours.
--	---	--	--	---

Ce qu'on vous demande de fournir

Le texte Word ou Google Docs, titres hiérarchisés, sources en fin de document.	Les visuels 1200 × 630 px minimum, droits cédés ou libres de diffusion.	Les liens Deux liens contextuels au maximum dans le texte.
--	---	--

Le média est écrit et dirigé par un auteur unique, **Setraniaina, rédacteur et consultant SEO**. Quand un sujet dépasse son expertise (le juridique en tête), le texte est relu par une personne compétente avant publication, ou reporté.

Dites-nous ce que vous voulez **publier**.

Sous 24 heures ouvrées, vous recevez une proposition d'angle, un calendrier et un devis.

FORMULAIRE

externflow.com/publier

Arrive directement dans la boîte du fondateur, sans intermédiaire.

Décrire mon projet →

CONTACT DIRECT

Setraniaina

Fondateur d'ExternFlow
Fuseau Madagascar (UTC+3)

E-MAIL i.setraniaina@gmail.com

LINKEDIN [andria-setraniaina](#)

TARIFS

Chaque publication a son devis. Un communiqué d'annonce et une étude de quinze pages ne demandent pas le même travail, d'où l'absence de grille tarifaire. Pour plusieurs publications ou un format récurrent, les conditions sont négociées à part.

Un partenariat éditorial qui marche, c'est un article que le lecteur aurait voulu lire de toute façon.

SETRANIAINA · FONDATEUR D'EXTERNFLOW