externflow

MEDIA KIT · ÉDITION NOVEMBRE 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 francophone indépendant

externflow.com

LE MÉDIA

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 (que déléguer, à quel prix, avec quelles garanties ?) et doit lui permettre de trancher.

502	3,7	5	88 %
URL publiées dont 381 affichées dans Google en 28 jours	**publications par jour** articles et actualités, moyenne depuis octobre	**sources minimum** par article, liens testés un par un	**des affichages** en francophonie, sur 161 pays

Les six rubriques du média

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 et annonces qui bousculent les prestataires, traités le jour même.
06	**Destinations**	Une fiche par pays (Madagascar, Maroc, Tunisie) : services disponibles, coût complet, transfert des données, risques et critères de choix d'un prestataire.

Six étapes de la première question au démarrage

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

AUDIENCE

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

Ils forment le cœur de cible et tranchent souvent seuls, 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.

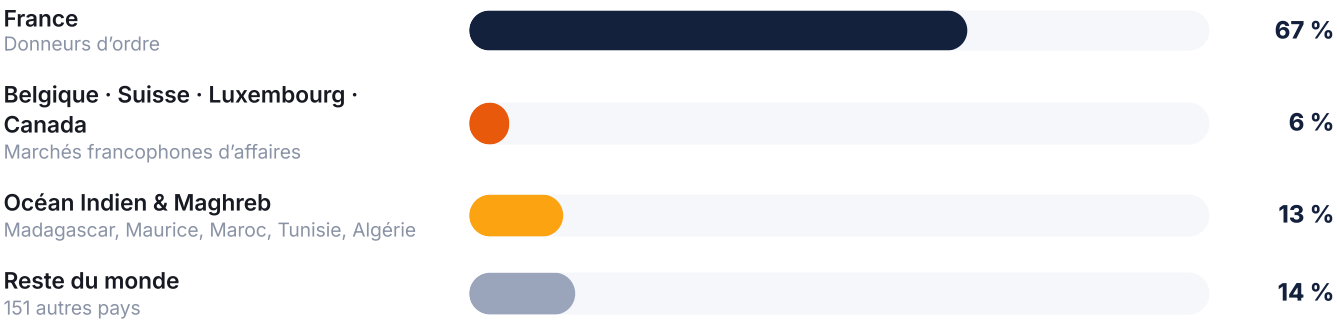
Équipes marketing et e-commerce

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 28 octobre au 24 novembre 2026. Côté visites venues de Google, la part des pays francophones monte à 97 %, et Madagascar arrive juste derrière la France.

2 min 10
de durée moyenne
par visite venue de la recherche

56,9 %
de sessions engagées
même périmètre, au sens de GA4

62 %
des visites depuis Google
se font sur ordinateur

La durée et l'engagement viennent de GA4, qui ne compte que les visiteurs ayant accepté les cookies d'audience (bandeau posé mi-septembre). La part d'ordinateurs vient de la Search Console et couvre toutes les visites venues de Google.

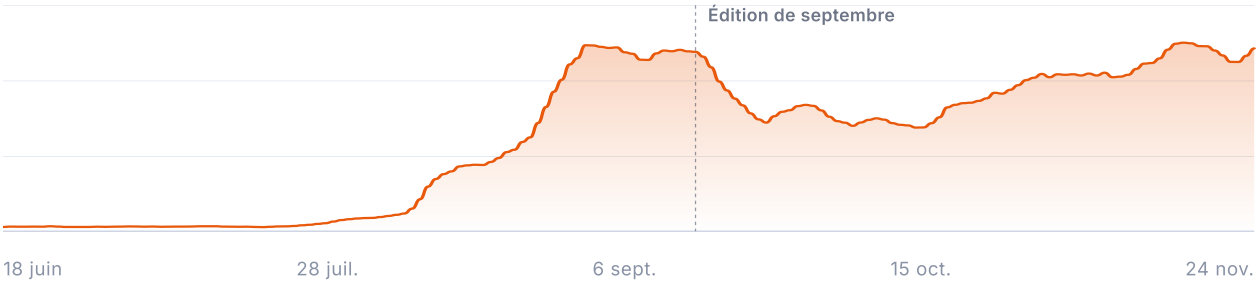
TRAJECTOIRE

Un record d'affichages dans Google en novembre.

Les volumes restent ceux d'un jeune média. Après un creux début octobre, Google affiche ExternFlow 667 fois par jour en moyenne en novembre, contre 556 en septembre.

Affichages quotidiens dans Google

Moyenne sur 7 jours, du 18 juin au 24 novembre 2026



Évolution sur 28 jours

INDICATEUR	AVANT	APRÈS	ÉVOL.
Affichages dans Google	13 271	18 474	+39 %
Visites depuis Google	124	143	+15 %
Requêtes positionnées	1076	1190	+11 %
Pages affichées	322	381	+18 %

Requêtes par position

POSITION	SEPT.	NOV.
Dans les 3 premiers résultats	39	**58**
En première page (top 10)	177	**284**
En deuxième page (11 à 20)	121	**175**

Autorité du domaine

11
Trust Flow
sur une échelle de 0 à 100

14
Citation Flow
même échelle

19
domaines référents
sites distincts qui citent le média

93 %
des liens en français
sur 30 liens vérifiés

Le Trust Flow mesure la fiabilité des sites qui font un lien vers ExternFlow, le Citation Flow leur volume. Majestic ne compte ici que les liens revus ces derniers mois (index Fresh). Le profil reste celui d'un jeune média, cité surtout par des sites francophones.

Une partie des affichages vient de questions entières, tapées comme on parle à un assistant. Sur « combien coûtent des prestations d'ingénierie externalisées, à l'heure ou au projet ? », ExternFlow sort en première page. Des lecteurs arrivent aussi depuis ChatGPT, Perplexity, Gemini et NotebookLM.

POURQUOI PUBLIER ICI

Ce que vous y gagnez

01 Des lecteurs au moment de choisir

Le média apparaît en première page de Google sur des requêtes d'acheteurs : « fournisseurs bpo en achats indirects » ou « société d'externalisation madagascar ». 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, vous visez l'un, l'autre ou 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 6 mois plus tard.

05 Écrit pour se positionner

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

06 Le bon moment pour entrer

Vous entrez aux tarifs d'aujourd'hui, sur un média dont l'audience progresse depuis l'été (la courbe est en page 4).

FORMATS DE PUBLICATION

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 dessinés pour l'étude
- Page de téléchargement dédiée
- Résumé « Les points essentiels » et FAQ balisée pour Google
- 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, compris dans tous les formats. Il liste les requêtes sur lesquelles votre publication apparaît dans Google, avec sa place pour chacune.

LIGNE ÉDITORIALE

Ce que nous publions, ce que nous refusons.

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.

PARLONS-EN

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 15 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