



# Communication, visibilité et web

« SI VOUS AVEZ UN PEU DE PATIENCE, VOUS DÉCOUVRIREZ  
QU'ON PEUT UTILISER LES IMMENSES RESSOURCES DU WEB POUR  
PERDRE SON TEMPS AVEC UNE EFFICACITÉ QUE VOUS N'AVIEZ  
JAMAIS OSÉ IMAGINER ».

DAVE BARRY

# Sommaire

Etre présent sur le web



Les réseaux sociaux

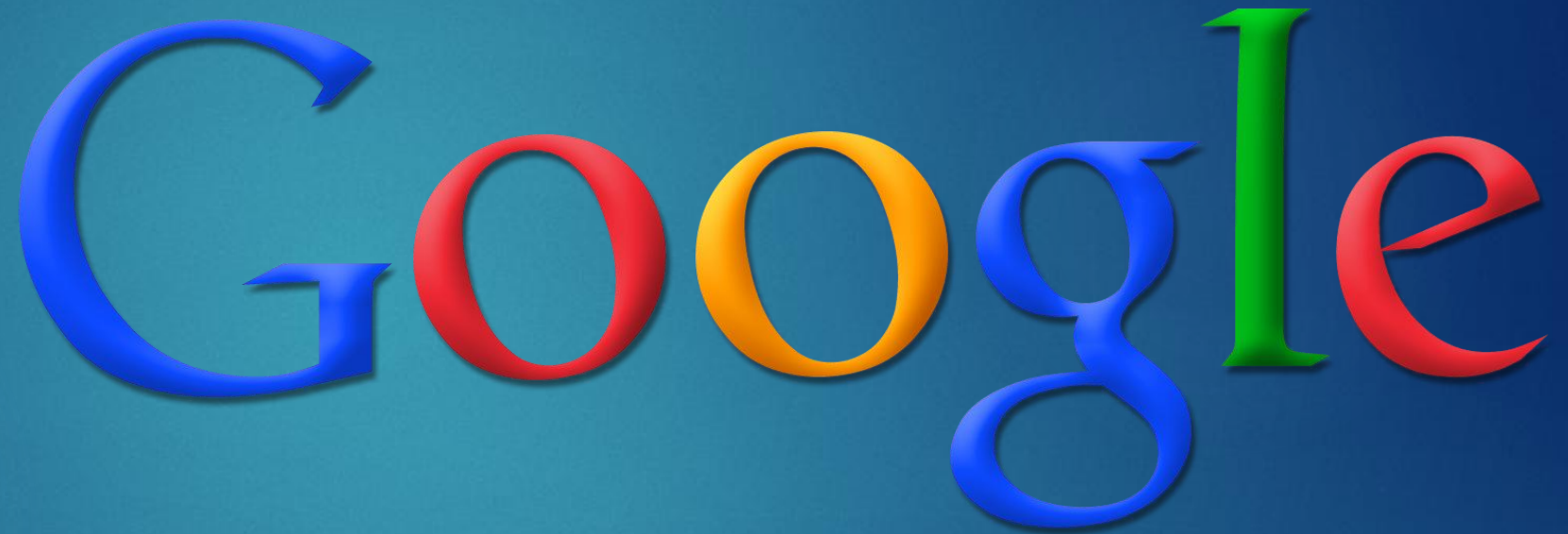


Mon site web

- Pourquoi est il important d'être présent?
- Quels sont les enjeux?
- Qu'attendent les internautes?

# Je cherche...

- ▶ Un conseil
- ▶ Un service
- ▶ Un produit
- ▶ Rire
- ▶ Pleurer

The Google logo is displayed in its characteristic multi-colored font (blue, red, yellow, blue, green, red) against a dark blue background. The letters are 3D and have a slight shadow.

Google

Bref, mon conseiller personnel s'appelle ...

**95% des requêtes**

# Comment être présent sur Google

- ▶ Réseaux sociaux
- ▶ Site web d'entreprise
  - ▶ Publicité
  - ▶ Blog
  - ▶ ...

# Sommaire



- ▶ Les réseaux sociaux de nos jours
  - ▶ Historique
  - ▶ Chiffres Clés
- ▶ Des réseaux très différents
- ▶ Une stratégie de communication connue et efficace
- ▶ Best practices

# Les internautes dans le monde

**3 milliards**

soit presque  $\frac{1}{2}$  de la population mondiale

**(+566%)**

250 millions en 2 000

# Développement « des » Internets

- 1990-2000 - World Wide Web : Web statique
- En 2004 – Web 2.0 : Web interactif
- 2008 – Web Social : Web du lien et de la conversation



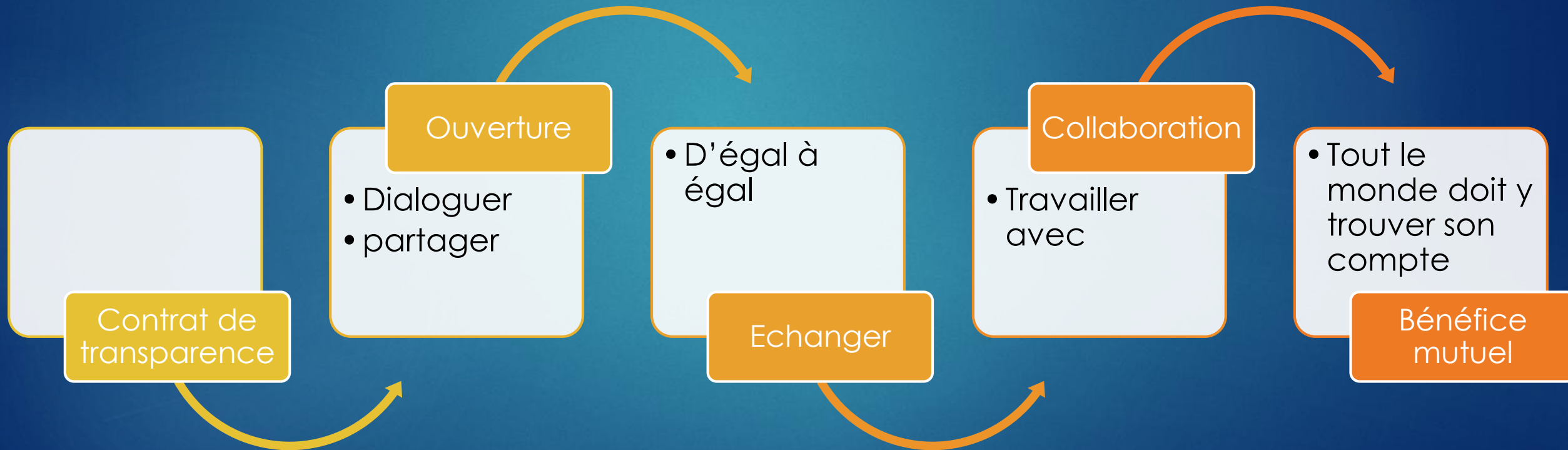
Espaces collaboratifs  
Plateformes d'expression  
Importance des échanges



Les **medias sociaux**, c'est donc **l'ensemble des plateformes en ligne qui crée une interaction sociale entre différents utilisateurs autour de contenus numériques**, selon des critères d'affinité.



# Engagement mutuel implicite



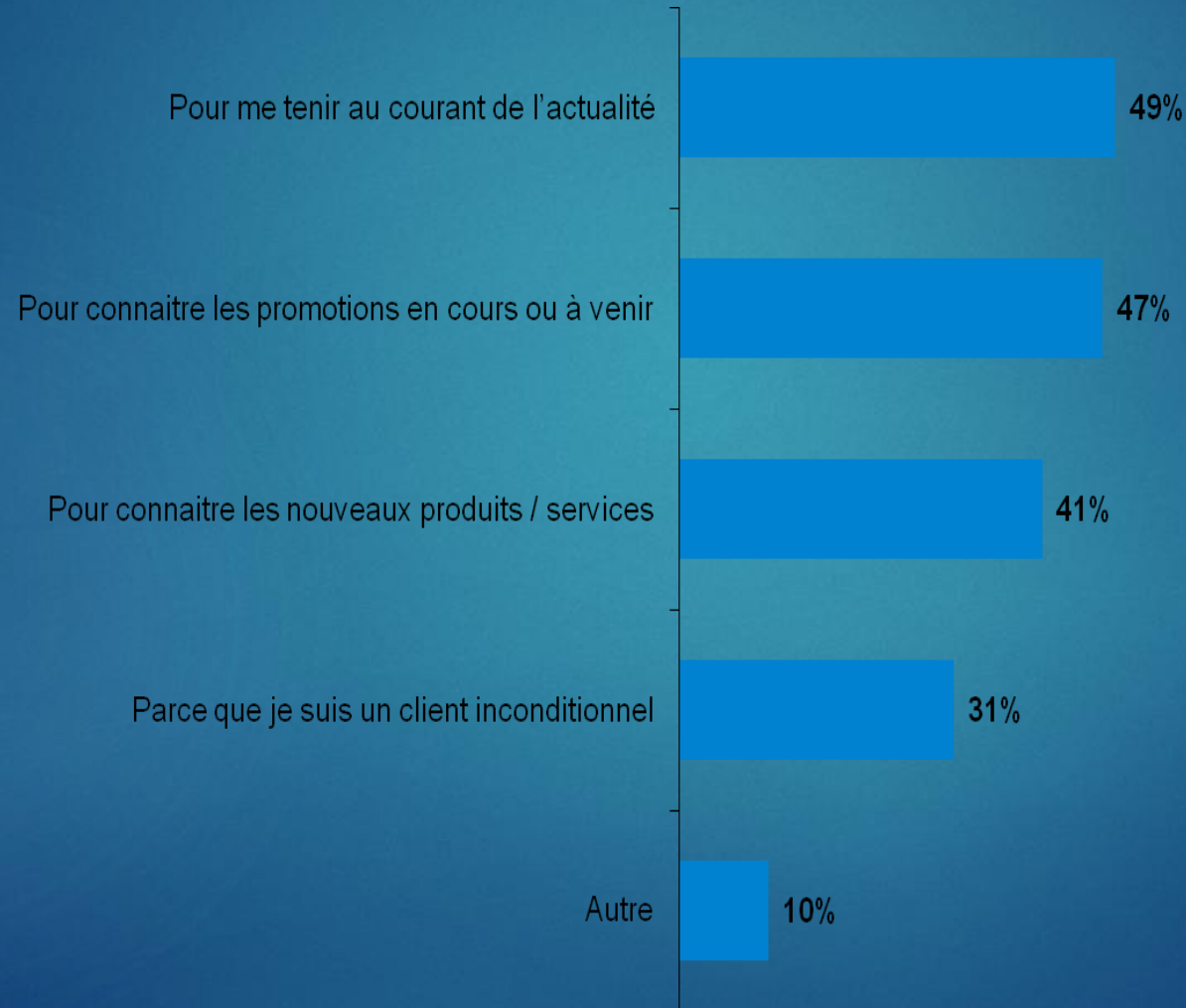
# Ca marche vraiment tout ça?

**66%** des internautes **partagent leur opinion sur les marques**, l'actualité et recommandent publiquement


**78%** des internautes font **confiance aux suggestions** d'un autre internaute, même inconnu (14% font confiance à la pub de marque)

**63%** des français **consultent les avis** des internautes avant d'acheter

# Motivations d'inscription à une page Facebook fan d'une marque



# Classement général



Google

100 milliards



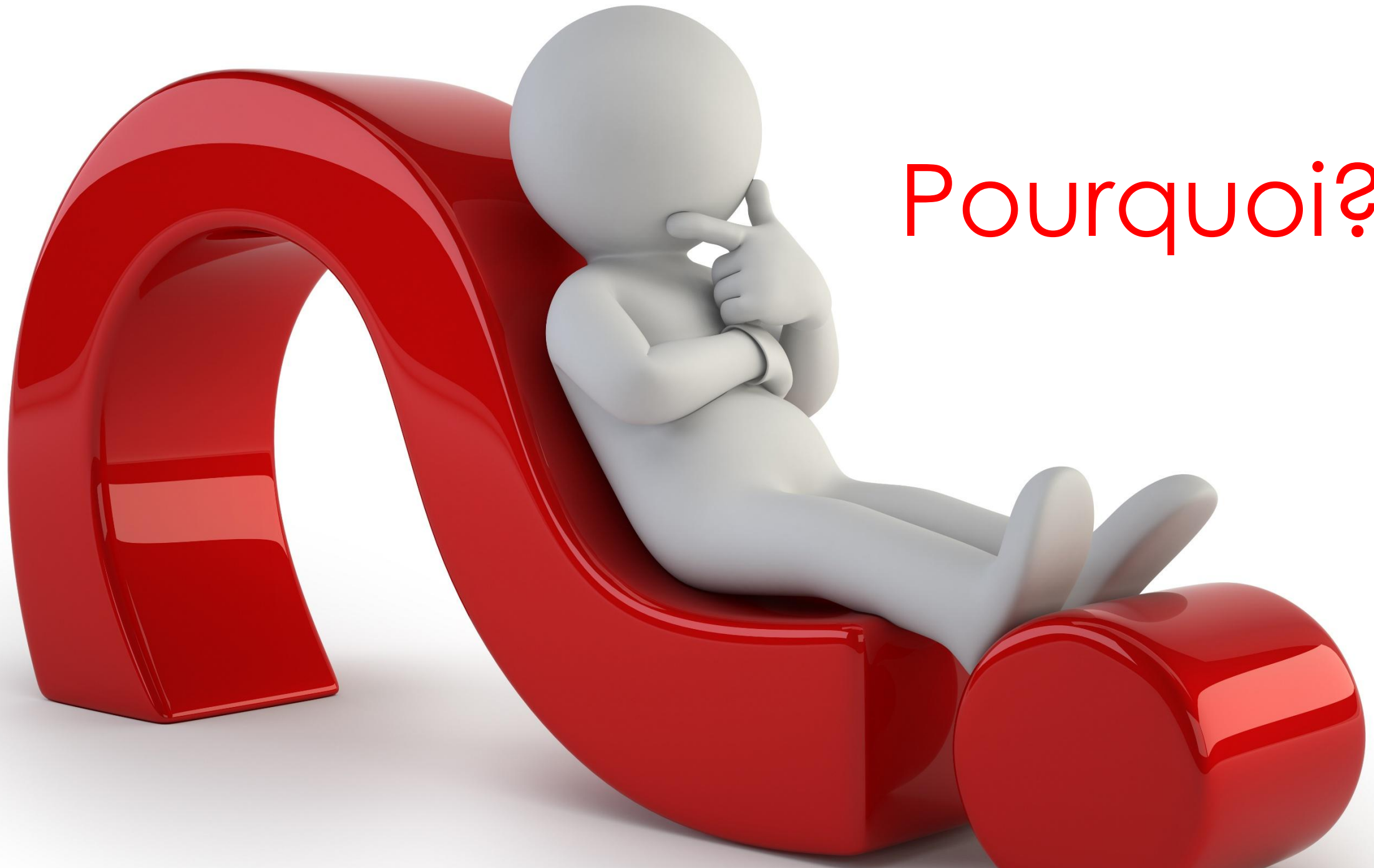
facebook®

1,39 milliards



You Tube

1 milliard



Pourquoi?

# Les réseaux sociaux permettent...

## Echanger

des données entre membres du même réseau

## Partage

## Participer

## Mise en commun des savoirs

## Collaborer

sur des thématiques

## Contribuer

L'enrichissement des contenus

Mise en relation d'individus  
dont les centres d'intérêt sont  
communs

# Sommaire

Etre présent sur le web



Les réseaux sociaux



Mon site web

- Comment communiquer sur les réseaux sociaux
- Comment utiliser Facebook?
- Comment utiliser Twitter?
- A quoi sert Google +?
- Quelles sont les best practices?
- Pourquoi et comment mettre en place une stratégie?

# Panorama des réseaux sociaux

## Social Media Landscape 2015





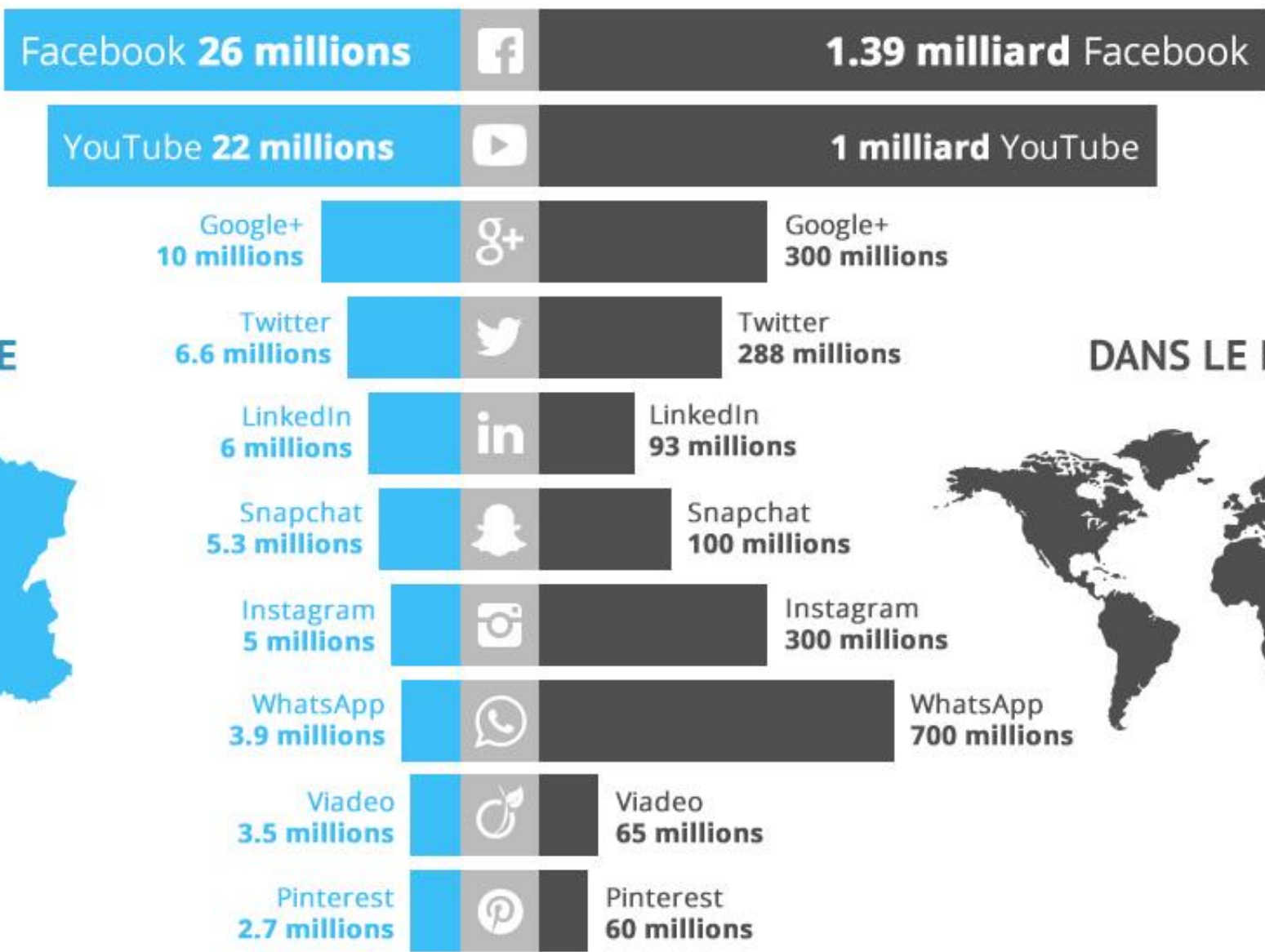


# NOMBRE D'UTILISATEURS ACTIFS

Mars 2015  
 Infographie réalisée par  
 Source des chiffres : alexitauzin.com



## EN FRANCE



## DANS LE MONDE



# On y communique de différentes manières

## LES MÉDIAS SOCIAUX EXPLIQUÉS



**JE MANGE UN #BEIGNET**



**J'AIME LES BEIGNETS**



**C'EST ICI QUE JE MANGE MON BEIGNET**



**POURQUOI MANGER DES BEIGNETS?**



**VOICI UN BEIGNET #VINTAGE**



**ME VOICI EN TRAIN DE MANGER UN BEIGNET**



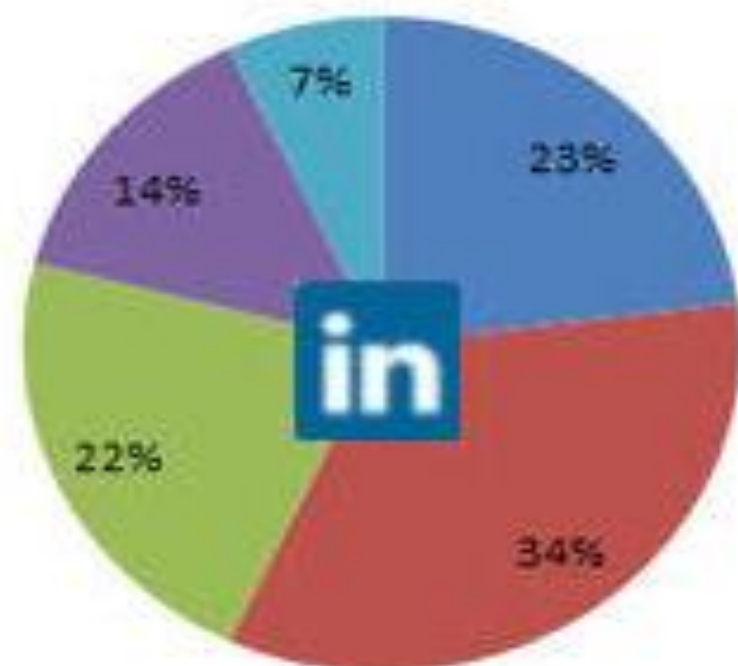
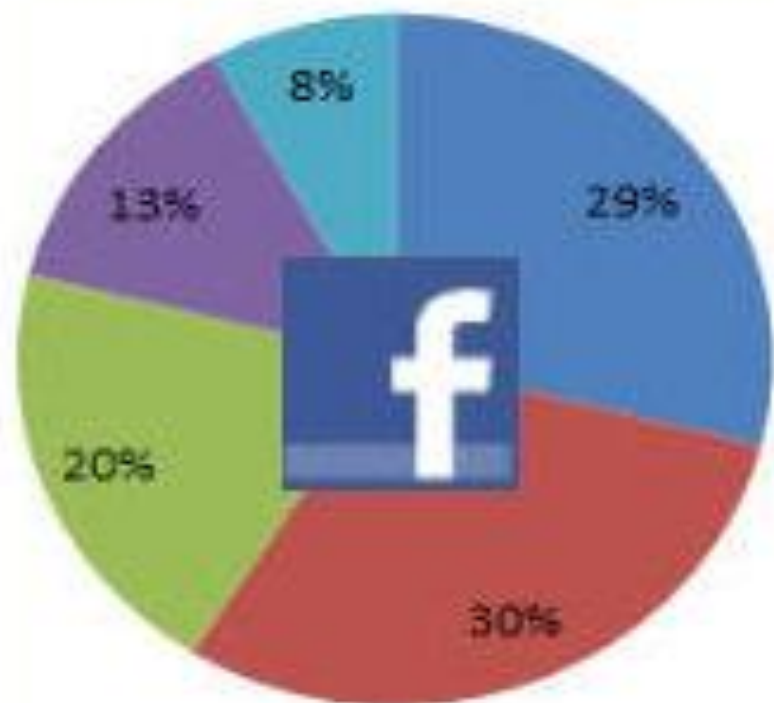
**JE FAIS DE BONS BEIGNETS**



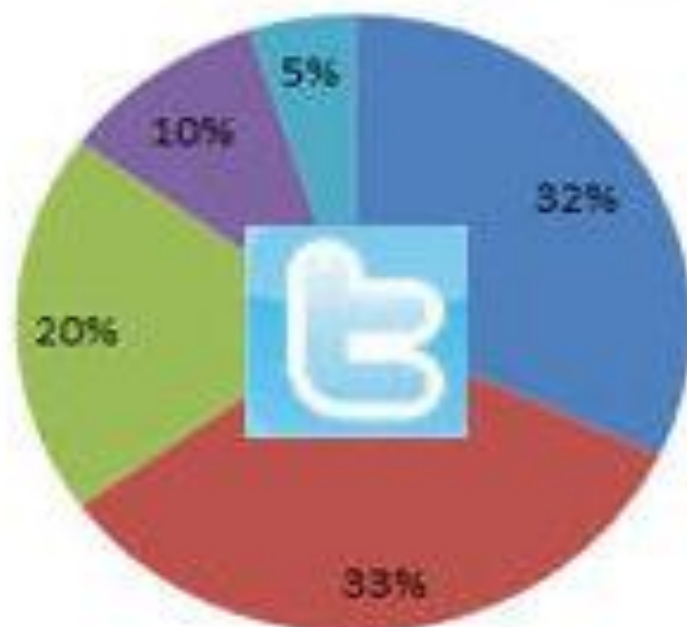
**VOICI UN BEAU BOL POUR TES BEIGNETS**






**JE TRAVAILLE CHEZ GOOGLE**



- Age : 16 to 24
- Age : 25 to 34
- Age : 35 to 44
- Age : 45 to 54
- Age : 55 to 64



	Communiqué de presse	Actualités	Promotions	Recrutement	Évènements (séminaires, ateliers...)	Livre blanc et e-book	Publicité	Jeux concours	Veille	Photos, Veille vidéo, infographies	Articles de blog, avis d'expert
	×	×	×	×	×	×	×	×	×	×	×
	×	×	×	×	×	×	×	×	×		
	×	×		×	×	×	×	×			
	×	×		×	×						
										×	
									×	×	×
										×	
										×	
	×	×	×	×	×	×			×	×	×
Blog	×	×			×			×	×	×	×

# L'importance des réseaux sociaux en chiffres...

- ▶ Sur les 3,025 milliards d'internautes à travers le monde, **2,060 milliards sont actifs sur les réseaux sociaux**,
- ▶ **68% des internautes** et 28% de la population mondiale.
- ▶ Temps passé sur les réseaux sociaux : **2 heures par jour dans le monde**, 1h30 en France.

# Et pas qu'en BtoC...

- ▶ Les réseaux sociaux **génèrent 2% du trafic des entreprises** sur les sites Internet BtoB Ils représentent 4,75% en termes d'opportunités d'affaires (lead génération)
- ▶ **Facebook** est le réseau social qui apporte le plus de trafic sur les sites BtoB avec **54% de redirection**, devant Twitter (32 %) et LinkedIn (seulement 14 %)
- ▶ **Twitter** est le réseau social qui apporte le plus **d'opportunités d'affaires**

# Tendances de la communication sur les réseaux sociaux

- ▶ Diffuser ses contenus sur la toile
- ▶ Mobiliser ses salariés sur les réseaux sociaux professionnels et développer les réseaux sociaux d'entreprise (RSE)
- ▶ Créer de l'événementiel autour de sa communication d'entreprise
- ▶ Diffuser de la publicité en ligne sur les réseaux sociaux

# Conseils



- ▶ Sur les médias sociaux on oublie les communiqués de presse, vous devez créer une communauté.
- ▶ Faire connaissance, être humain, vous adresser à des personnes qui peuvent devenir 'amis' de vos produits, de votre entreprise, association, événement...
- ▶ Ne pensez pas campagne, pensez long terme et prenez le temps (≠ campagne – pub - ROI).
- ▶ Créez une confiance, une relation, une communauté. Adoptez un ton de parole, soyez proche.
- ▶ Mieux vaut 1000 fans intéressés que 1 millions de non concernés



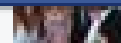
# Le #

- ▶ Un mot précédé du signe « # » est un **mot-clic** (appelé *hashtag* en anglais). C'est un sujet attribué au message. Twitter peut afficher tous les tweets comportant un mot-clic précis, et établit un classement des mots-clics à la mode
- ▶ Sans espace
- ▶ Avec un espace devant ou en début de publication
- ▶ Utilisé par d'autres

# #LaVieEstBelle



Chercher des personnes, des lieux ou d'autres choses



[Redacted] a ajouté 8 nouvelles photos — avec [Redacted]  
[Redacted] Plage de l'Espiguette.

5 h · Modifié · [Redacted]

# seuls au monde#grau du roi#espiguette # copains # bateau



12 h · Instagram · [Redacted]

😊 H.O.M.E sweet H.O.M.E 😊

#interiordesign #home #homesweethome #cute #girl #inspiration #white  
#cosy

## Et le @

- ▶ Un nom précédé d'arobase « @ » est un lien vers le compte de l'utilisateur de ce nom.
- ▶ Permet de taguer une personne
- ▶ Un mélange de « hey toi », « avec », « c'est pour toi »...



Parlons en...

# Le profil

Mathieu Gabaudan

Mathieu Accueil



Actualiser mes infos

Mathieu Gabaudan

Afficher l'historique personnel 1

Journal À propos Amis 303 Photos Plus

Qu'avez-vous étudié à UM1 en 2011 ?

1 élément en attente

Statut Photo/vidéo Évènement marquant

Exprimez-vous

Chargé d'affaires, à Via innova  
Auparavant : M2i Formation et Keolis

A étudié à UM1  
Diplômé(e) en 2011

Habite à Montpellier

Pierre Alzingre a partagé la publication de Opencité.  
22 septembre, 14:28

Mathieu Gabaudan est un entrepreneur, un accompagnant, un engagé, un passionné. Il animera avec son talent et sa fougue le concours de Montpellier. Une vraie chance pour le programme, ou quand la valeur est augmentée par les valeurs.

Récent

- 2015
- 2014
- 2013
- 2011
- 1986

# La page

Startup Weekend Montpellier

Startup Weekend Montpellier Accueil

Page Messages Notifications Statistiques Outils de publication Paramètres Aide

8, 9 & 10 MAI  
POLYTECH MONTPELLIER  
PLACE EUGÈNE BATAILLON  
2015

**Startup Weekend Montpellier**  
Organisation à but non lucratif

Réserver maintenant

Créer une pub

CETTE SEMAINE

15  
Portées de publications

5  
Interactions avec la publication

0  
Réserver maintenant

Journal À propos Photos Avis Plus Partager

888 mentions J'aime +2 cette semaine

15 portée(s) de publications cette semaine

Ciblez 350 000 personnes à proximité Montpellier.

Statut Photo / Vidéo Offre, évènement +

Écrivez quelque chose...

**Startup Weekend Montpellier**  
Publié par Audric Rolland [?] · 11 septembre, 20:23 ·

Récent

2015

2014

2013

2012

2011

# Créer une page Facebook

Tuto1

Tuto vidéo

# EdgeRank de Facebook

- ▶ L'affinité
- ▶ Le poids relatif aux « types de contenus »
  - ▶ L'interactions
- ▶ Fraicheur de la publication



# TOP 3 des Marques en millions de fans sur Facebook



The Coca-Cola logo is displayed in its classic red script font, centered on a light blue oval background.

3 293



2 789



The m&m's logo is shown in a bold, brown, blocky font with a white outline. It is set against a solid yellow rectangular background.

2 604

# Rédiger le statut parfait



Via Innova

24 juin · Modifié ·

[Livre Blanc sur la levée de fonds] 80 pages de conseils, d'outils, et retours d'expérience sur la levée de fonds! Merci Myexperteam #startup #leveedefonds [www.businessroadtrip.com](http://www.businessroadtrip.com)



## Ebook Business Road Trip, direction la levée de fonds

Cet ebook a pour objectif d'être un guide complet pour la levée de fonds ! Tout au long de ces 80 pages, nous abordons l'ensemble des étapes et des documents nécessaires à la levée de fonds. Téléchargez notre ebook gratuitement et tentez...

[BUSINESSROADTRIP.COM](http://BUSINESSROADTRIP.COM)

J'aime

Commenter

Partager

Par @agravede & @editoile

# Best practices et post fb



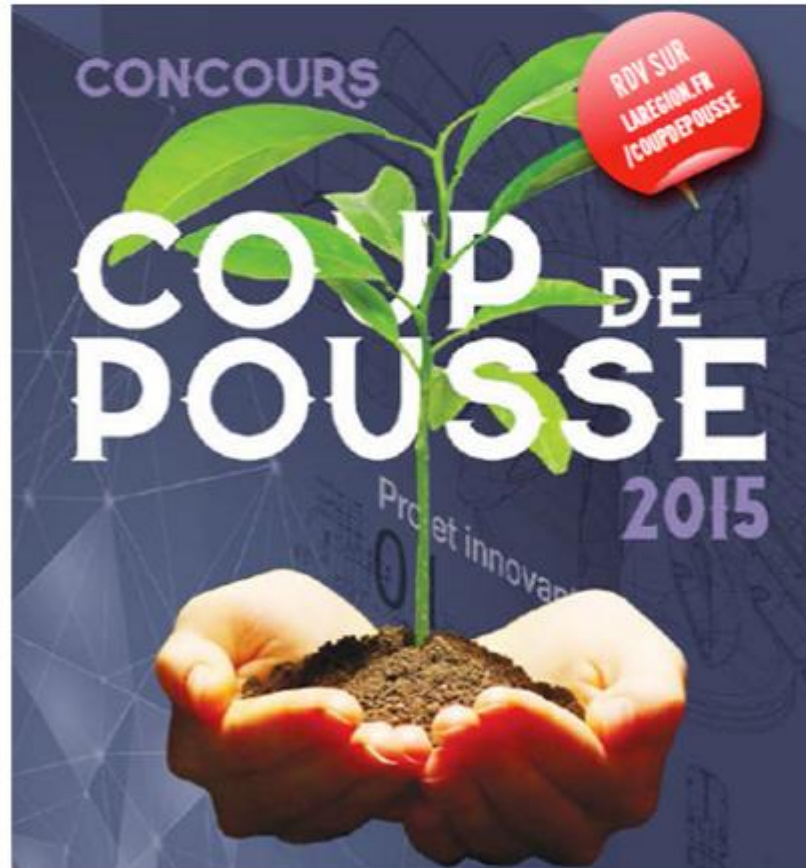
Via Innova

14 août · Modifié ·

Heureux pour nos 3 finalistes du concours Coup de Pousse 2015 de La Région Languedoc-Roussillon : Comptoir des Entreprises Il était un fruit et Cyrpeo !

Il vous reste 3 semaines avant le jury, alors à l'entraînement!

#GrainedEntrepreneur #Espoir #JeunePousse



Et Twitter dans tout ça?



# En chiffres...

- ▶ **284 millions d'utilisateurs** en janvier 2014
- ▶ **117 millions de tweets par jour**
- ▶ **22,5 %** des utilisateurs font **90 % des tweets**
- ▶ **40 %** des tweets publiés depuis un **mobile**

## Pourquoi?

1- trouver, lire, échanger de l'information > Actualité / live

2- créer un réseaux d'experts

3- Personal Branding & e-réputation

# Vocabulaire

## ▶ **Le verbe Tweeter :**

Action de poster un tweet (message) sur le réseau social Twitter.

## ▶ **Un Tweet :**

Un tweet ou twit est un message posté sur Twitter. Ce message ne peut pas excéder les 140 caractères, espaces compris.

## ▶ **ReTweet ou RT :**

Un message contenant « RT » est un message déjà publié par une première personne et republié par une autre personne. Le message est constitué comme tel : RT @auteurdutweet message.

## ▶ **Direct Message ou DM:**

Un DM ou Direct Message est un message envoyé directement à la personne et qui n'est visible que par celle-ci.

## ▶ **Following ou Abonnements :**

Les Abonnements ou Following correspondent aux comptes Twitter qui vous suivez.

## ▶ **Les Abonnés ou Followers**

sont les personnes qui suivent votre actualité.

## ▶ **Timeline**

La Timeline correspond à l'ensemble des tweets postés et classés anté-chronologiquement (du plus récent au plus ancien).

# 4 conseils pour bien accueillir les autres « tweetos »

- ▶ **Votre pseudo** : C'est le premier élément qui donnera une image de vous.
- ▶ **Votre bio** : prendre le temps d'écrire une courte phrase est la preuve que vous savez qui vous êtes et ce que vous voulez
- ▶ **Votre rapport abonnés/abonnements** : 10 fois plus d'abonnements que d'abonnées signifie que vous pratiquez le mass follow et 10 fois plus d'abonnés que d'abonnements montrera qu'il y a peu de chance pour vos abonnés d'être suivis en retour.
- ▶ **Votre avatar** : Quoi que vous mettiez tout sera mieux que le petit oiseau qui est proposé par défaut. Cette image vous suivra elle aussi dans le petit monde de Twitter

# Tweet parfait

**MESSAGE** Utilisez la ponctuation, n'écrivez pas en majuscules, pas d'abréviations (sauf pour les chiffres) et soignez l'orthographe ! Questions, titres d'articles, etc., vous êtes libres d'écrire ce que vous voulez du moment que vous êtes clair !

**TON** soyez pro mais pas formel... Détendez-vous, vous êtes sur Twitter ! Dites franchement à vos lecteurs ce que vous attendez d'eux à l'aide de call-to-action (retweet, réponse, etc.).

**SIGNES** Un tweet, c'est 140 signes max. Mais essayez de ne pas dépasser 120 caractères (lien compris) : il sera plus simple de vous retweeter et de vous mentionner !

**MENTIONS** Citez vos sources et les utilisateurs concernés par votre tweet. Vous favoriserez ainsi l'engagement et la viralité de votre message.



**HASHTAGS** Obligatoires pour qualifier votre tweet et pour atteindre vos non-followers. Inclure 2 hashtags par tweet maximum, avec si possible un hashtag de géolocalisation (exemple : #Bordeaux)

**SUIVEZ LA CONVERSATION** Surveillez la viralité de votre tweet et n'oubliez pas de remercier les personnes qui vous ont retweeté !

**LIEN** Utilisez un raccourcisseur de liens tel bit.ly. Les études montrent que cela génère plus de retweets. Veillez dans la mesure du possible à ce que les liens que vous partagez soient responsive: la majeure partie des lecteurs utilisent un appareil mobile !

**PUBLIEZ** vos tweets au bon moment. Sur Twitter, les pics de fréquentation sont : jeudi, samedi et dimanche !

**TÉLÉVERSEZ** une image en 440 x 222 pixels pour accompagner votre tweet : les messages utilisant Pic.Twitter.com ont 94 % de chances de plus d'être retweetés en comparaison avec d'autres services.



# Tweet parfait

euKlide

MarketingThink.com

**BASE :** < 120 caractères

par Olivier JADZINSKI

Adapté en Français  
de MarketingThink.com  
par euKlide.com

## Comment écrire le Twitt parfait ?

Rev. Feb. 22, 2013

**Appel à l'Action:** Dites à vos lecteurs ce qu'ils doivent faire

**Astuce:** si vous partagez une infographie par exemple, dites le en utilisant des crochets [ ]

**Message:** Utilisez des majuscules pour mettre certains mots en valeur. Attention à la ponctuation.

**Astuce:** N'utilisez les abréviations que si elles sont compréhensibles par tous.

**Liens:** Raccourcir les URL.

**Astuce:** Des études ont montré que les liens générés par Bit.ly sont le plus retweetés.

**Destination:** Faites en sorte que les liens de vos messages soient en rapport avec le message.

**Astuce:** Les liens ne doivent pas toujours être en fin de tweet.

**MESSAGE**

( inférieur à 100 caractères )

**LIENS** ( 20 car. )

**ESPACE** (20car.)

**Hashtags:** Inclure 1 ou 2 mots clés dans chaque tweet pour augmenter votre nombre de followers.

**Astuce:** Inclure les hashtags à l'intérieur du message et pas seulement à la fin.

**Format:** Variez votre contenu ( photos, vidéos, infographies .. ) afin d'être retwitté.

**Conseil:** Surveillez vos Re-tweet afin de voir quel contenu est le plus partagé.

**Ton:** Ecrivez comme vous parlez, de manière professionnelle.

**Astuce:** Demandez à quelqu'un de vous relire

**Mentions et RT:** Une manière de se faire remarquer par les autres.

**Conseil:** Laissez votre avis en fin de message après avoir fait un RT.

**Espace:** Laissez au moins un espace de 20 caractères pour être retwitté.

**Conseil:** N'oubliez pas de remercier ceux qui vous ont fait un RT.

# Un savoir faire à prendre en compte

## Objectif :

Susciter l'intérêt des followers afin qu'ils suivent l'actualité de l'entreprise

## Moyen :

Editer un contenu pertinent et à forte valeur ajoutée (communiqué de presse, documentations sur Slideshare, vidéos de conseils sur YouTube et Dailymotion, livres blancs...)

## Raison du succès :

Les contenus pertinents se diffusent rapidement grâce aux mécanismes de viralité (like, commentaire, partage...) et vous donnent le statut d'expert sur la toile

- ▶ Dell compte dédié aux promotions
- ▶ Société générale : recrutement
- ▶ BNP: service après vente

# Stratégie multicanal, multimedia, multisupport

- ▶ Fixer ses attentes
- ▶ Définir une cible
- ▶ Choisir ses moyens (payants, gratuits, autre...) et son budget
- ▶ Ne pas être trop ambitieux
- ▶ Se laisser du temps
- ▶ Communiquer sur ce que l'on fait
- ▶ Être attentif aux retours
- ▶ Réagir vite et bien



# Bad buzz d'air France



11 mars 2011

- ▶ Gouvernement français:
  - ▶ Appelle ses ressortissants à quitter Tokyo
- ▶ Prix des billets :
  - ▶ 3 000€
- ▶ Réactions?
  - ▶ ...



**54 siddartha** sid [ツ]

RT @eriilic: EXISTE IL UN COMPTE TWITTER ACTIF AIRFRANCE ????? PLEASE RT RT RT cc @AirFranceFR @AF\_Ops

38 minutes ago



**50 Julyan\_BG** Julyen BG

@weLoveUfunk @airfrance n'est ^pas la seule compagnie, et cathay pacific ca donne quoi?

38 minutes ago ☆ Favorite ↻ Retweet ↶ Reply ↶ Reply to all ↻ RT ↶ DM



**50 Julyan\_BG** Julyen BG

@Le\_Figaro encore faudrait-il que @airfrance fasse des efforts

44 minutes ago



**62 celirobi** Céline Frontera

@AirFrance JP RT @Legendia: Tokyo conseille aux ressortissants de quitter le pays. Le vrai séisme devrait frapper Tokyo d'ici trois jours

47 minutes ago



**51 synecdoque** Alexandre Marx

ACTIF et REACTIF RT @eriilic: EXISTE IL UN COMPTE TWITTER ACTIF AIRFRANCE ????? PLEASE RT RT RT

49 minutes ago



**40 maxabitol** Max Abitol

Les Français de Tokyo ont peur mais Comme les puputes de AirFrance ne veulent pas faire des tarifs spéciaux ... /: Aucune Moral AirFrance !

55 minutes ago



**53 Raydacteur** Philippe B

AirFrance pourrait quand même faire des tarifs spéciaux Tokio-Paris pour rapatrier les français qui veulent rentrer, non ?

58 minutes ago



**62 matsoR** Rostam Batmanglij

woman at the AirFrance counter: "You're looking at me like you don't trust me." me: "You're talking to me like I shouldn't be trusting you."

15 hours ago ☆ Favorite ↻ Retweet ↶ Reply ↶ Reply to all ↻ RT ↶ DM

Top Tweet



**MQBO** Mohammed.B

Honte à vs ! @foxteh Aller 2 883 € selon leur site! RT @peggyb @AirFrance a fait exploser les tarifs des vols au départ de Tokyo UN SCANDALE

5 minutes ago



**45 TwitteurK** TwitteurK

@lafiguepourrite La loi de l'offre et la demande est encore plus forte en période d'urgence et de crise. AirFrance n'est pas une ONG

10 minutes ago



**54 Christianmkg** Christian Ballet 🍏

RT @celirobi: Le CM de @AirFrance @AirFranceJP peut il aider les ressortissants français et leur famille comme @eriilic ? PI RT RT


12 minutes ago



**53 Raydacteur** Philippe B

AirFrance, visiblement vous pourriez aider, là #JDCJDR RT @LesNews: Séisme: La France conseille aux Français de s'éloigner de Tokyo (Agence)

13 minutes ago

- 
- ▶ La compagnie est accusée d'avoir augmenté ses tarifs pour profiter de la situation et le community management d'Air France d'être au tennis en pleine crise au lieu de répondre à ses clients.
  - ▶ « On est en train de basculer de l'artisanat à la PME média social au sein de l'entreprise avec un social media hub. »

# Cas d'utilisation des réseaux sociaux

**@Nespresso\_US**

« Trente minutes d'attente et des gens arrivés après sont servis avant moi à votre boutique de Montréal, plutôt furieux. »



# Google quoi?



- ▶ 300 millions d'utilisateurs actifs selon Google
- ▶ Réseau qualifié de « désertique », sauf que ...



Environ 93 200 résultats (0,40 secondes)

**Umano Conseil** ✓[umano-conseil.fr/](http://umano-conseil.fr/) ▾

Umano Conseil est spécialisé dans le conseil et la formation pour les entreprises. Si vous souhaitez monter en compétences dans les domaines du web, de la ...

📍 358, rue du Triolet, résidence le virgile, Bât A apt 44, 34090 Montpellier  
06 99 16 75 76

**Contactez-nous** ✓

"Traitez un individu comme il est, il restera ce qu'il est. Traitez-le ...

**Augmentez vos performance...**

Augmentez vos performances grâce à Umano Conseil. Créa ...

**Créa Business** ✓

Fort de plusieurs années d'expérience dans la domaines ...

[Autres résultats sur umano-conseil.fr »](#)

**Mgab** ✓

Ces outils, on peut regrouper sur un thème : La gestion de projet ...

**On en a parlé...** ✓

On en a parlé... ... Et si l'on avait à notre disposition une ...

**N'oubliez pas, rien n'est ...** ✓

N'oubliez pas, rien n'est impossible. Créa Business. Fort ...

**Umano conseil** ★

Conseil

[Itinéraire](#)

**Adresse :** 358, rue du Triolet, résidence le virgile, Bât A apt 44, 34090 Montpellier

**Téléphone :** 06 99 16 75 76

**Horaires d'ouverture :** Ouvert aujourd'hui - 08:00 – 19:00 ▾

**Avis**

Soyez le premier à donner votre avis.

[Signaler un problème](#)**UMANO - Stratégies conseils - Résidences pour ainés ...** ✓[www.umanoconseils.com/](http://www.umanoconseils.com/) ▾

UMANO Stratégies conseils - Une gamme de services et d'ateliers s'articulant autour des multiples réalités des ainés.

**Mathieu GABAUDAN, Umano conseil - France | Viadeo** ✓[fr.viadeo.com/fr/profile/mathieu.gabaudan](http://fr.viadeo.com/fr/profile/mathieu.gabaudan) ▾

Montpellier - Chargé d'affaires - Via innova

Avec l'Humain comme pierre angulaire, Umano conseil vous apporte des conseils de qualité sur vos problématiques business, formation et développement.

**UMANO - stratégies conseils | LinkedIn** ✓<https://www.linkedin.com/company/umano---strategies-conseils> ▾

... UMANO - stratégies conseils. Join LinkedIn today for free. See who you know at UMANO - stratégies conseils, leverage your professional network, and get hired.

**Umano conseil - About - Google+** ✓<https://plus.google.com/106581550757413493012/about> ▾

Umano conseil hasn't shared anything on this page with you.

**Iconologia, ovvero, Immagini di tutte le cose principali a ...** ✓<https://books.google.fr/books?id=NaAaAAAAAYAAJ> - Traduire cette page

# Post parfait

**LIEN** Placez votre lien en début de post et utilisez un raccourcisseur (tel bit.ly) s'il est trop long. Veillez dans la mesure du possible à ce que les liens que vous partagez soient responsive : la majeure partie des lecteurs utilisent un appareil mobile !

**TITRE** Donnez un titre à votre post et mettez le en gras pour qu'il soit bien visible !

**MENTIONS** Citez vos sources et les utilisateurs concernés par votre post. Vous favoriserez ainsi l'engagement et la viralité de votre message.

**SUIVEZ LA CONVERSATION** Surveillez la viralité de votre post (+1, partages, commentaires) et n'oubliez pas, si c'est nécessaire, de répondre aux commentaires.

**PUBLIC** Par défaut, le ciblage est public. Mais vous pouvez choisir votre lectorat parmi un ou plusieurs de vos cercles. Il est également possible d'envoyer une notification par email à tous les contacts d'un cercle !

**MESSAGE** Utilisez la ponctuation, n'écrivez pas en majuscules, pas d'abréviations (sauf pour les chiffres) et soignez l'orthographe !

**SIGNES** Pour que le post s'affiche intégralement dans votre fil, il ne doit pas dépasser 429 signes (espaces comprises), soit 7 lignes. Essayez d'utiliser les proportions suivantes :

- 1 ligne pour le lien
- 1 ligne pour le titre
- 4 lignes pour l'extrait
- 1 ligne pour les mentions/hashtags

**MISE EN FORME** Mettez votre texte en valeur !

- pour du gras : encadrez le "texte" par des astérisques
- pour de l'italique : encadrez votre \_texte\_ par des underscores
- pour du texte barré : encadrez votre -texte- par des tirets

**HASHTAGS** Obligatoires pour qualifier votre post et pour atteindre vos non-followers. Inclure 3 hashtags maximum, avec si possible un hashtag de géolocalisation (exemple : #Bordeaux)

**TÉLÉVERSEZ** Pour être vue dans le fil, une image doit faire 436 pixels de large. Pour la hauteur, vous pouvez pousser jusqu'à 930 pixels ! Vous pouvez bien sûr importer plus grand si vous conservez ces proportions, Google se chargera de redimensionner votre image.





- ▶ Le 1<sup>er</sup> réseau social professionnel francophone
- ▶ 18 millions profils dont 4,5 millions en France en 2010
- ▶ Création de Hubs / publication d'annonces ou Communiqués de Presse / contact directs membres / Publication et commentaire d'articles
- ▶ Formule Premium (consultation des profils)
- ▶ CSP+ : 75% cadre / 15% Chefs d'entreprise



- ▶ Le réseaux international qui regroupe
- ▶ 100 millions de professionnels
- ▶ Annuaire de contact / moteur de recherche de CV
- ▶ Profil Entreprise / Groupes de discussion avec échange direct entre membres / Gestionnaire d'événements
- ▶ Messagerie



Avoir un compte sur un ou plusieurs RS  
c'est bien encore faut il l'utiliser...

# Quand et à quelle fréquence?

Plateformes	Utilisation classique	Utilisation hardie
Facebook	1-2	3-4
Google+	3-4	8-10
Linkedin	1	4
Pinterest	6	10-12
Twitter	8-12	25



Pourquoi vous devez utiliser les  
Réseaux sociaux?





# Les différentes étapes

Identifier définissez votre public



Quels sont ses problèmes / opinions / besoins



Comment lui proposer de la valeur ? Lui être utile ?



Essayer de déterminer comment contribuer à la conversation



Listez ce qui vous semble être les meilleures façons de contribuer

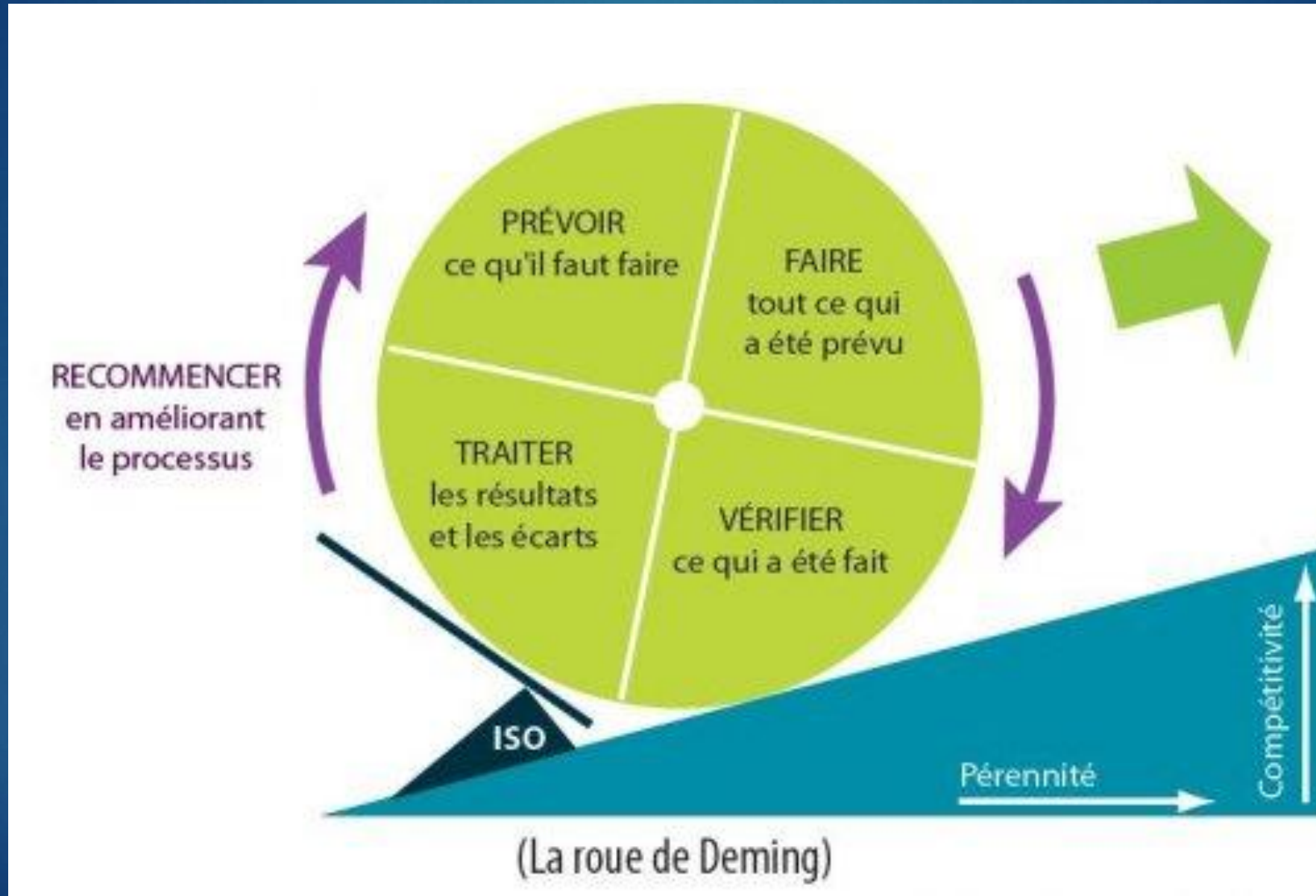
# VOTRE e-RÉPUTATION



# Le plus important dans votre stratégie, **L'Ecoute**

- ▶ Qu'est-ce que les gens disent de vous ? de votre marque ? D'un sujet ? Où ça ?
- ▶ Quels sont les usagers et leurs points de vue ?
- ▶ Qui sont les personnes clés qui influencent et ceux qui doivent coopérer avec vous ?
- ▶ Quels sont les différents thèmes ? Quel est le ton de la conversation ?
- ▶ Quel point de vue l'emporte, ou sont-ils mitigés ?

# Roue de Deming



# Best practices



# Best practices

- ▶ Afficher une image d'innovation, de dynamisme, de proximité
- ▶ Fidéliser des publics en offrant des services, des offres, de l'info.
- ▶ Faire de la veille concurrentielle, d'opinion.
- ▶ Diffuser de l'information spécifique
- ▶ Créer de la discussion des échanges et partage
- ▶ Echanger Répondre Animer
- ▶ Connaître sa cible identifier les 'champions'
- ▶ Créer l'événement on-line



- ▶ Pour bénéficier de promotions et réductions
- ▶ Pour être le 1<sup>er</sup> à recevoir une information
- ▶ Parce que je suis un client de cette entreprise
- ▶ Pour avoir accès à des contenus exclusifs
- ▶ Pour montrer à mes amis que j'aime / je soutiens cette entreprise
- ▶ Pour faire partie d'une communauté qui partage mes centres d'intérêt
- ▶ Parce que c'est divertissant / contenu varié
- ▶ Parce que quelqu'un m'a recommandé de devenir fan de cette entreprise



# Exemples

	ABONNÉS SOUHAITÉS	EXEMPLES
Restaurant	Gastronomes	Les particules atomiques permettent de lutter contre la fraude aux vins ; découper un gâteau de façon scientifique.
Motorola	Fans d'Android	Les 100 meilleures applications Android de 2014 ; six bons conseils Android.
Compagnie aérienne	Voyageurs	Les derniers ciné-parcs aux États-Unis ; photos de voyage qui font réfléchir ; comment satisfaire vos clients même si vous ne desservez pas le Japon.
Agence de design	Marketeurs	Pourquoi n'est-ce pas un problème que votre publicité soit en dessous de la ligne de flottaison d'un site Web ; principales conclusions de l'étude sur la fidélité des clients.
Monster	Passionnés de musique et de sport	<i>Weird Al</i> , la parodie de la chanson de Pharrell Williams <i>Happy</i> par Yankovic ; sauts effrayants et fun.

# Outil pour suivre ses objectifs



Public	Objectifs	Media	leviers	Contenu, ton...	Evènements, com, marketing	Timing	Résultats attendus

# Animer une communauté, exemples...

Promotions

Offres spéciales

Avant première

Actualités

Conseils, « how to »

Animation et Rappels

Témoignages / Interviews

Faits peu connus / Anecdotes

Statistiques pertinentes

Questions à votre communauté

Sondages et partage des résultats

Top 10 des bonnes pratiques

Des études de cas, Analyse

Guides, aide à l'emploi

Evénements en direct

Rétrospective, livres blancs

Jeux, Quizz

Opinions

Photos, vidéos, publications, liens

Idées cadeaux

Inviter des bloggeurs

Interviews – témoignages



# 10 bons conseils pour communiquer sur les réseaux sociaux

# 1. Soignez (vraiment) la qualité du contenu

Qu'entend-on exactement par du contenu de qualité?  
Un contenu intéressant se présente sous quatre formes:

- ▶ **Information.** Que s'est-il passé? Exemple: le secrétaire d'État à la défense, Chuck Hagel, a déclaré qu'il était prêt à réexaminer le statut des transsexuels dans l'armée.
- ▶ **Analyse.** Qu'est-ce que cela signifie? Exemple: Mother Jones explique pourquoi l'incident lors duquel la star de football uruguayenne, Luis Suárez, a mordu un joueur de l'équipe adverse posait de gros problèmes en termes d'hygiène.
- ▶ **Aide :** Comment ça marche? Exemple : le site CENT explique comment envoyer un SMS d'urgence au 911 (le "15" américain)
- ▶ **Divertissement.** Qu'est-ce qui leur passe par la tête? Exemple: chaque année deux églises de Vrontados en Grèce simulent une guerre des roquettes pour fêter Pâques.

## 2. Soyez surprenant

On suppose à tort que nos abonnés ne s'intéressent qu'à un nombre restreint de sujets.

C'est ennuyeux !!! et "ennuyeux" ne fonctionne pas sur les médias sociaux.

Essayez d'adopter une vision plus globale et de prendre plus de risques.

### 3. Soyez audacieux

La réussite sourit aux audacieux et il en va de même pour les posts intéressants.

Si vous ne bousculez personne sur les réseaux sociaux, c'est que vous ne les utilisez pas de la bonne façon.

## 4. Soyez bref



**La concision vaut mieux que le bavardage inutile.** Vous êtes chaque jour en concurrence avec des millions de posts. Les membres se font rapidement un avis et passent leur chemin si vous ne suscitez pas rapidement leur intérêt.

Selon notre expérience, la **longueur idéale** pour du contenu issu de la curation sur Google et Facebook est de **deux ou trois phrases et de 100 caractères sur Twitter**. La longueur idéale pour du contenu de votre création se situe entre 500 et 1 000 mots.



# 5. Soyez reconnaissant

Chaque post devrait contenir un lien renvoyant vers votre source.

Ces liens permettent:

- ▶ Aux lecteurs d'en apprendre davantage sur la source,
- ▶ D'envoyer du trafic vers la source pour la remercier,
- ▶ D'augmenter votre visibilité sur les sites Web et votre popularité vis-à-vis des blogueurs.

# 6. Soyez visuel

Selon une étude de Skyword, "le nombre total de vues augmente en moyenne de 94% si un article publié contient une photo ou une infographie pertinente, en comparaison d'articles sans image dans la même catégorie.«

Une image graphique ou une vidéo de qualité jouent un rôle tout aussi important dans le succès d'un post que le texte. Voici plusieurs manières de le faire:

- ▶ **Associer un lien à votre contenu.** Sur Google+ et Facebook, si vous associez un lien, une photo s'ajoutera automatiquement à votre publication.
- ▶ **Faire une capture d'écran de la source, ou sauvegarder l'image, et l'ajouter manuellement à votre publication.**
- ▶ **Créer vos propres images graphiques**
- ▶ **Acheter une image sur une banque d'images en ligne**

# 7. Soyez organisé

Si votre publication sur Google+, Facebook ou LinkedIn est composée de **plus de quatre paragraphes**, utilisez une liste à puces ou numérotée.

Si j'ai envie de lire un **roman**, j'achète un **e-book**.

Je suis beaucoup plus enclin à lire un post comportant une liste à puces ou numérotée.

# 8. Soyez rusé

Tweld a publié une liste de **74 titres percutants**, parmi lesquels mes 10 titres préférés sont:

1. Comment cartonner...
2. Guide pratique pour...
3. Le guide exhaustif pour...
4. Les questions que vous devriez poser avant de ...
5. Les règles pour ...
6. Les étapes indispensables pour ...
7. Les méthodes les plus utilisées pour ...
8. Conseils pour ...
9. Stratégies pour ...
10. Ce que personne ne dit à propos de...

# 9. Soyez facile à trouver

Les hashtags sont une belle invention.

Ils **relient les posts de personnes se trouvant aux quatre coins de la planète** et apportent une structure à un écosystème qui en est dépourvu.

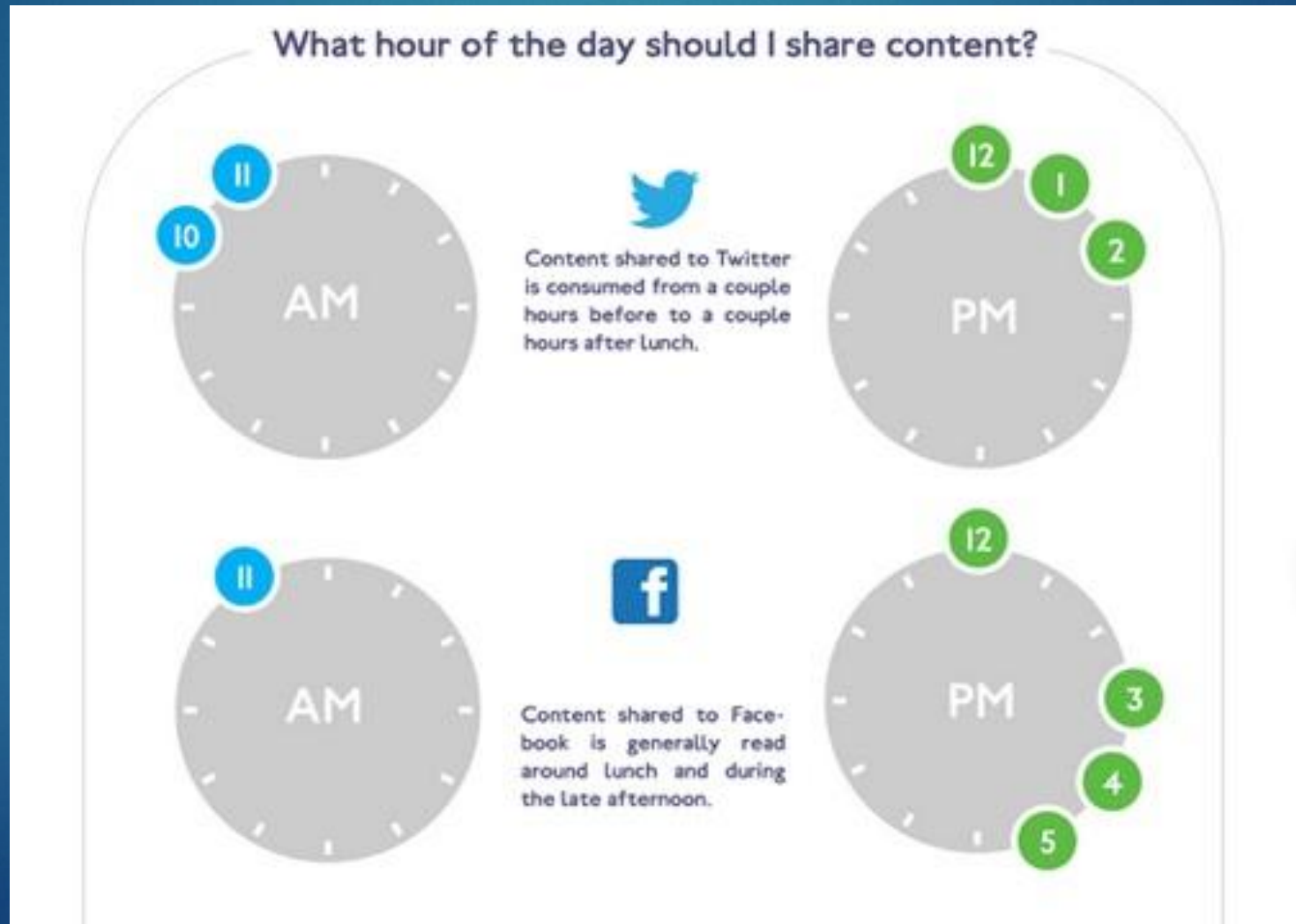
Ajouter un hashtag à un post revient à crier tout haut que le post est pertinent au vu de vos intérêts communs.

Nous vous conseillons **d'ajouter deux ou trois hashtags à vos posts**. Si vous en utilisez davantage, vous aurez l'air d'un **#idiot** qui essaie d'**#exploiterlesystème**.

# 10. Soyez actif

- ▶ *"une erreur courante, que j'ai faite au début de mon utilisation de Twitter, consiste, pour paraître poli, à **suivre tous ceux qui vous suivent**. C'est ingérable! Vous vous retrouveriez bientôt avec une liste interminable de contacts. Ne suivez que ceux qui vous intéressent vraiment.*
- ▶ *les gens ne postent pas assez. Pour créer un flux consistant de followers, il faut au moins 8 à 12 tweets par jour sur Twitter -attention, en incluant les tweets diffusés plusieurs fois -ce qui nous fait donc **2 à 3 tweets originaux par jour**.*
- ▶ *les gens ont tendance à faire uniquement leur auto-promotion, à ne parler que de leur entreprise ou de leurs activités. **Or ce n'est pas "vous" que l'on suit sur Twitter, mais votre contenu!**"*

# Publier ok mais pas n'importe quand...



# Sommaire

Etre présent sur le web



Les réseaux sociaux



Mon site web

- Pourquoi avoir un site web?
- Quel site web et comment le faire?
- Comment améliorer mon référencement?



Je veux mon  
site web ...



Pourquoi



# Juste pour être visible? Pourquoi ne pas utiliser les RS?

## ▶ Avantages:

- ▶ Ils font le référencement à votre place
- ▶ Ça ne vous coûte rien sauf du temps
- ▶ Il font votre com pour vous

Pause!

C'est quoi  
un site web?

- ▶ Un nom de domaine
- ▶ Un hébergement serveur
- ▶ Fait appel à plein de compétences
  - ▶ Des développeurs Web (HTML, CSS, PHP...)
  - ▶ Un graphiste
  - ▶ Un ou plusieurs rédacteurs
  - ▶ ...





« Je veux un site pas cher, facile à  
modifier, joli et être le premier sur  
Google »



# J'ai des bases en informatique et mon site web est la base de mon business

## ▶ Les CMS

Content Management System

Ou

Système de gestion de contenu



- ▶ Gratuit
- ▶ Souple
- ▶ Choix de l'hébergeur
- ▶ Modèles
- ▶ Extensions
- ▶ Communauté

- ▶ Installation
- ▶ Maintenance
- ▶ Sécurité
- ▶ Pas d'assistance directe



# Je n'ai aucune connaissance en web et l'informatique et moi ça fait 2

- ▶ Site tout fait
- ▶ Avantage:
  - ▶ Simple à créer
  - ▶ Siple à administrer
  - ▶ Drap and drop
- ▶ Inconvénients
  - ▶ Votre nom de domaine ne vous appartient pas toujours
  - ▶ Il va falloir payer... tous les mois... sinon
  - ▶ Votre site ne sera pas ou très mal référencé

[Plus d'infos ici](#)

1. **JIMDO** Jimdo  
Le meilleur outil tout-en-un  
★★★★★  
[Avis complet!](#) [Essayer gratuitement!](#)

- Très facile à utiliser
- E-boutique de qualité
- Adresse(s) de messagerie incluse(s)
- Idéal pour l'optimisation pour les moteurs de recherche (SEO)

**Les moins**

- La fonction d'édition d'image gagnerait à être plus performante

**Tarifs**

**Free** : 0 €  
**Pro** : 6,50 €  
**Business** : 15 €  
Prix par mois, Domaine inclus

[more](#)

2. **WIX.com** Wix.com  
La boîte à outils créatifs  
★★★★☆  
[Avis complet!](#) [Essayer gratuitement!](#)

- Designs impressionnants
- Possibilité d'ajouter des animations
- Beaucoup d'applications dans le "App Market"

**Les moins**

- Boutique en ligne non compatible avec la loi française
- Le blog est rudimentaire

**Tarifs**

**Con. Dom.** : 4,08 €  
**Combo** : 8,25 €  
**Unlimited** : 12,42 €  
**eCommerce** : 16,17 €  
Prix par mois, domaine inclus à partir du plan "Combo"

[more](#)

3. **weebly** Weebly  
Éditeur de site Internet facile à utiliser  
★★★★☆  
[Avis complet!](#) [Essayer gratuitement!](#)

- Très facile à utiliser
- Souplesse des modèles
- Beaux modèles
- Possibilité d'attribuer différents niveaux d'accès aux auteurs

**Les moins**

- Quelques restrictions pour le référencement. Pas d'élément H1
- Boutique en ligne non compatible avec la loi française
- Assistance seulement en anglais

**Tarifs**

**Gratuit** : 0 \$  
**Débutant** : 7,42 \$  
**Pro** : 11,58 \$  
**Entreprise** : 24,92 \$  
Prix mensuels basés sur un contrat d'un an. Un domaine pour 19,95 dollars par an est inclus le premier an.

# Je fais appel à un prestataire

- ▶ Questions à poser:
  - ▶ Délais
  - ▶ Clarifier chaque ligne du devis
  - ▶ Chiffrage en nombre de jours
  - ▶ Détail de la prestation
  - ▶ S'il passe par un CMS
    - ▶ Lequel
    - ▶ Choix du template ou thème
    - ▶ Prix du template ou thème
  - ▶ A qui appartiendra le nom de domaine et l'hébergement
  - ▶ SAV
  - ▶ Formation
  - ▶ Sites déjà réalisés
  - ▶ Site responsive

# Doit contenir les informations suivantes

- ▶ **Présentation du prestataire** : Domaines de compétences, équipe, références, etc.
- ▶ **Reformulation du besoin** : Objectif du projet de création de site web, compréhension des enjeux, etc.
- ▶ **Organisation** : pilotage du projet, méthodologie, calendrier, livrables, etc.
- ▶ **Choix techniques** : technologies utilisées, architecture, hébergement, etc.
- ▶ **Découpage fonctionnel** : liste organisée des principales fonctionnalités avec un éventuel plan de charges
- ▶ **Graphisme et ergonomie** : plateforme de marque, identité graphique, expérience utilisateur, etc.
- ▶ **Arborescence et contenu** : arborescence des principales pages, liste et organisation des contenus
- ▶ **Référencement naturel** : Meta-informations, maillage interne et autres techniques SEO on-page
- ▶ **Promotion du site** : Plan marketing pour vous aider à mettre en place votre stratégie d'acquisition
- ▶ **Evolution et mises à jour** : Modalités maintenance Applicative / Evolutive
- ▶ **Proposition financière** : conditions financières, validité de l'offre, modalités facturation et paiement, etc.

# Niveau tarifs

Java



434€/j

PHP



324€/j

Ruby



451€/j

Javascript



378€/j

Python



427€/j

Scala



591€/j

# TARIFS DES FREELANCES WEB

Par compétence métier sur LA FABRIQUE DU NET



DÉVELOPPEUR FRONT-END

Junior : 300€/j

Senior : 500€/j



SEO

Junior : 400€/j

Senior : 700€/j



WEB MARKETING

Junior : 400€/j

Senior : 700€/j



WEB DESIGN

300€/j



SEA

500€/j



ANALYTICS

600€/j



Directeur Artistique  
800€/j



Directeur Conseil  
1500€/j

# Pour un site web

- ▶ à moins de 300€ / jour on est plutôt sur du low-cost,
  - ▶ de 300€ à 500€ / jour le positionnement est intermédiaire,
  - ▶ au-delà de 500€ / jour c'est plutôt cher et donc haut de gamme
- 
- ▶ Site vitrine : 1500€ environ
  - ▶ Site web : en fonction de la demande

Je veux être  
premier sur  
Google

!AH AH



Quoi que...



ARTOURLOUNG...



# Je suis hôtelier à Paris et je veux être le premier le sur google quand on rentre « hôtel paris » dans la barre de recherche

Google hotel paris Mathieu

Web Maps Shopping Images Actualités Plus Outils de recherche

Environ 371 000 000 résultats (0,46 secondes)

**3500 Hôtels à Paris - Hôtels à moitié prix - booking.com**  
**Annonce** [www.booking.com/Paris-Hotels](http://www.booking.com/Paris-Hotels) ▼  
4,5 ★★★★★ avis sur booking.com  
Réservez votre hôtel en ligne.  
Annulation gratuite · Service Clients 24/7 · Commentaires réels  
Booking.com a 4 284 093 abonnés sur Google+  
Promos & Offres Spéciales   Réservez Maintenant  
Meilleur Tarif Garanti   Sans frais de réservation

**Hôtel pas cher à Paris - Réservez tôt et Economisez -25%**  
**Annonce** [www.ibis.com/Paris](http://www.ibis.com/Paris) ▼  
Ibis.com: Votre Séjour à Petit Prix  
Réservation en ligne · Plus de 1800 hôtels · Design · Confort  
Ibis a 961 abonnés sur Google+  
Hôtels ibis · Carte ibis Business · Hôtels ibis budget · Hôtels ibis Styles

**2590 Hôtels Paris dès 25€ - trivago.fr**  
**Annonce** [www.trivago.fr/Hotel-Paris](http://www.trivago.fr/Hotel-Paris) ▼  
trivago™ Hôtels Paris jusqu'à -78%. Hôtels à Paris de 25€ à 180€ /nuit!  
Bonnes Affaires · N°1 Comparateurs · 100% Satisfait · Support Client  
Le site qui permet de trouver les meilleurs tarifs – Le Figaro  
trivago a 77 676 abonnés sur Google+  
Hôtels Louvre · Hôtel 3 étoiles dès · Hôtels Tour Eiffel · Hôtel 4 étoiles dès

**Hôtels à Paris**  
**Annonce** [www.accorhotels.com/Paris](http://www.accorhotels.com/Paris) ▼  
3,7 ★★★★★ avis sur accorhotels.com  
ibis, Mercure, Novotel, Sofitel.  
La Garantie du Meilleur Prix !

**Hôtels Paris - Hotels.com**  
**Annonce** [www.hotels.com/Paris-Hotel](http://www.hotels.com/Paris-Hotel) ▼  
4,4 ★★★★★ avis sur hotels.com  
Votre hôtel à Paris dès 51 €.  
Réservez en ligne un hôtel à Paris.

**Hôtels Kyriad Paris**  
[www.kyriad.com/Hotels-Paris](http://www.kyriad.com/Hotels-Paris) ▼  
Votre Nuit d'Hôtel à partir de 45€  
Réservez une Chambre Maintenant !

**Hôtels Paris dès 41€**  
**Annonce** [www.voyages-sncf.com/Hotels-Paris](http://www.voyages-sncf.com/Hotels-Paris) ▼  
3,7 ★★★★★ avis sur voyages-sncf.com  
Hotels à Paris Jusqu'à -50%.  
Réservez sur Voyages-sncf.com.

**Hôtels à Paris dès 26€**  
[www.venera.com/hotels/Paris](http://www.venera.com/hotels/Paris) ▼  
Plus de 1222 Hôtels à Paris.  
Prix ultra-négociés jusqu'à -75%!

**Hôtels à Paris**  
[www.bestwestern.fr/Hotel-Paris](http://www.bestwestern.fr/Hotel-Paris) ▼  
Trouvez un Hôtel sur Best Western.  
Best Western à Paris !

**Shangri-La Hotel Paris**  
[www.shangri-la.com/Paris](http://www.shangri-la.com/Paris) ▼  
Book Direct & Enjoy Royal Treatment  
& Exclusive Services From The Start  
10 Avenue d'Iéna, Paris

**Hôtel Paris Dès 25€/Nuit**  
[www.chercheztrouvez.fr/Hotel-A-Paris](http://www.chercheztrouvez.fr/Hotel-A-Paris) ▼  
Comparez Les Tarifs d'Hôtel à Paris

**Hôtel à proximité de paris**  
dim. 11 oct. lun. 12 oct. Prix Note Catégorie d'hôtel

<b>Hôtel Paris</b> Aucun avis Rue de Rocroy	Accéder au site Web	
<b>Paris France Hôtel</b> 4,4 ★★★★★ 45 avis · Hôtel deux étoiles Rue de Turbigo · Etablissement de 1910 avec salon Belle Époque et chambres simples, modernes et climatisées avec wi-fi gratuit.	Accéder au site Web	
<b>Hôtel Le A</b> 4,4 ★★★★★ 16 avis · Hôtel quatre étoiles Rue d'Artois · Hôtel aux chambres design ornées de peintures	308 €	



Pas de soucis... mais va falloir faire  
chauffer la CB

# Première chose à vérifier quand on vérifie sa position sur google

Google hotel paris

Web Maps Shopping Images Actualités Plus Outils de recherche

Environ 371 000 000 résultats (0,46 secondes)

**3500 Hôtels à Paris - Hôtels à moitié prix - booking.com**  
www.booking.com/Paris-Hotels  
4,5 avis sur booking.com  
Réservez votre hôtel en ligne.  
Annulation gratuite - Service Clients 24/7 - Commentaires réels  
Booking.com a 4 284 093 abonnés sur Google+  
Promos & Offres Spéciales Meilleur Tarif Garanti  
Réservez Maintenant Sans frais de réservation

**Hôtel pas cher à Paris - Réservez tôt et Economisez -25%**  
www.ibis.com/Paris  
Ibis.com: Votre Séjour à Petit Prix  
Réservation en ligne - Plus de 1800 hôtels - Design - Confort  
ibis a 961 abonnés sur Google+  
Hôtels ibis - Carte ibis Business - Hôtels ibis budget - Hôtels ibis Styles

**2590 Hôtels Paris dès 25€ - trivago.fr**  
www.trivago.fr/Hotel-Paris  
trivago™ Hôtels Paris jusqu'à -78% Hôtels à Paris de 25€ à 180€/nuit!  
Bonnes Affaires - N°1 Comparateurs - 100% Satisfait - Support Client  
Le site qui permet de trouver les meilleurs tarifs - Le Figaro  
trivago a 77 676 abonnés sur Google+  
Hôtels Louvre - Hôtel 3 étoiles dès - Hôtels Tour Eiffel - Hôtel 4 étoiles dès

**Hôtels à Paris**  
www.accorhotels.com/Paris  
3,7 avis sur accorhotels.com  
ibis, Mercure, Novotel, Sofitel.  
La Garantie du Meilleur Prix !

**Hôtels Paris - Hotels.com**  
www.hotels.com/Paris-Hotel  
4,4 avis sur hotels.com  
Votre hôtel à Paris dès 51 €.  
Réservez en ligne un hôtel à Paris.

**Hôtels Kyriad Paris**  
www.kyriad.com/Hotels-Paris  
Votre Nuit d'Hôtel à partir de 45€.  
Réservez une Chambre Maintenant !

**Hôtels Paris dès 41€**  
www.voyages-sncf.com/Hotels-Paris  
3,7 avis sur voyages-sncf.com  
Hotels à Paris Jusqu'à -50%.  
Réservez sur Voyages-sncf.com.

**Hôtels à Paris dès 26€**  
www.venere.com/hotels/Paris  
Plus de 1222 Hôtels à Paris.  
Prix ultra-négociés jusqu'à -75%!

**Hôtels à Paris**  
www.bestwestern.fr/Hotel-Paris  
Trouvez un Hôtel sur Best Western.  
Best Western à Paris !

**Shangri-La Hotel Paris**  
www.shangri-la.com/Paris  
Book Direct & Enjoy Royal Treatment & Exclusive Services From The Start  
10 Avenue d'Iéna, Paris

**Hôtel Paris Dès 25€/Nuit**  
www.chercheztrouvez.fr/Hotel-A-Paris  
Comparez Les Tarifs d'Hôtel à Paris

Hotel à proximité de paris

dim. 11 oct. lun. 12 oct. Prix Note Catégorie d'hôtel

**Hotel Paris**  
Aucun avis  
Rue de Rocroy  
Accéder au site Web

**Paris France Hôtel**  
4,4 avis - Hôtel deux étoiles  
Rue de Turbigo - Etablissement de 1910 avec salon Belle Époque et chambres simples, modernes et climatisées avec wi-fi gratuit.  
Accéder au site Web

**Hôtel Le A**  
308 €  
4,4 avis - Hôtel quatre étoiles  
Rue d'Artois - Hôtel aux chambres design ornées de peintures

# Le référencement dépend de...

- ▶ Votre contenu
- ▶ Accessible mobile (responsive)
- ▶ Le nombre de visiteurs
- ▶ Les interactions avec d'autres sites bien référencés
- ▶ La structure de votre site

# Votre contenu



- ▶ Publiez!!!
- ▶ En lien avec votre activité
- ▶ En lien avec votre expertise
- ▶ Du contenu qui intéresse vos lecteurs



Le nombre de visiteurs...

# Les interactions avec d'autres sites

- ▶ Annuaires
- ▶ Réseaux sociaux
- ▶ Sites partenaires
- ▶ ...

# La structure de votre site

- ▶ Exemple site de référencement
  - ▶ <http://alyze.info/>
  - ▶ <https://www.site-analyzer.com/fr/>





# UMANO CONSEIL

[WWW.UMANO-CONSEIL.FR](http://WWW.UMANO-CONSEIL.FR)

# MATHIEU GABAUDAN

---

mathieu@umano-conseil.fr

06 99 16 75 76

