





Comment toucher sa cible?

1. Ux
 2. Buzz
 3. SEO
 4. SEA
 5. SMO
 6. Co-création
 7. E-publicité (display)
 8. L'e-mailing
 9. Affiliation
 10. Growth haking
- Travail en groupe (maximum 6)
 - 1h30 pour préparer
 - Une présentation de 10min
 - A vous de jouer!

Introduction



Votre place à vous?



Michou

La
vision

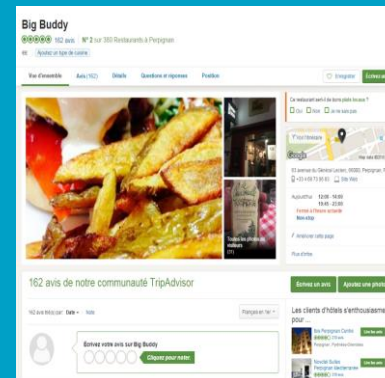
Pourquoi?

Valeurs

Vision

Mission

LOOM
LES VALEURS SÛRES





Part 3: Définir son besoin



Promesse

PMF

XP

Marché

Pourquoi / Promesse

Interne

Votre besoin?

Vos objectifs?

Vers qui?

Comment?

Grâce à qui?

Où?

La cible



Toucher votre cible



Influenceurs



Sur quels réseaux?



Définir votre ROI?



Mes besoins

Cognitif

- Faire connaître
- Quoi : l'entreprise, ses produits, ses services
- Ex : annoncer un évènement, l'ouverture d'une agence...



Affectifs

- Faire aimer
- Quoi: l'entreprise, ses produits, ses services
- Ex : campagne promotion



Conatifs

- Faire agir
- Quoi: acheter, essayer, s'informer, s'inscrire
- Ex: num à appeler, coupon de réduction...

Vos objectifs?

SMART!



S



M



A



R



T





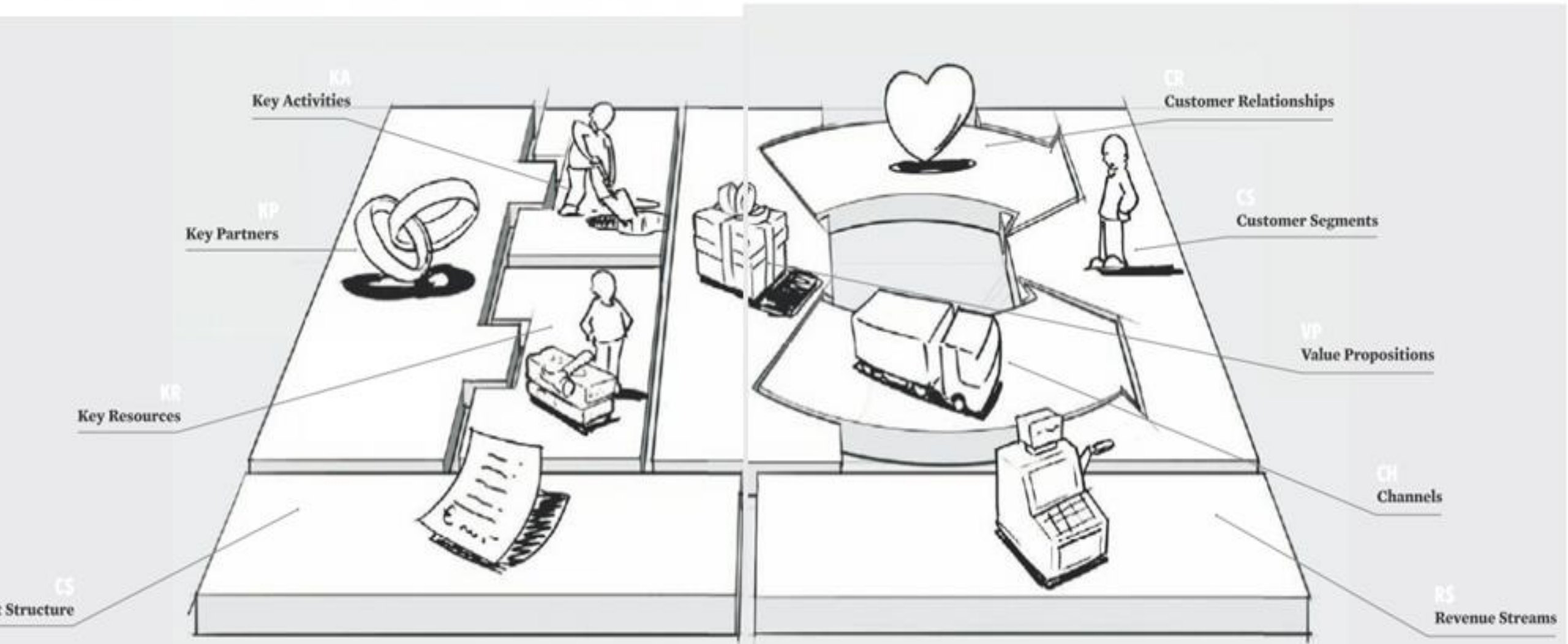
Part 4 : Se fixer des objectifs

CAMERA

Cadré (spécifique, précis, défini)
Approuvé, consensuel
Mesurable, critère de validation donné
Échéance précise dans le temps, daté
Réaliste, faisable..
.. mais Ambitieux

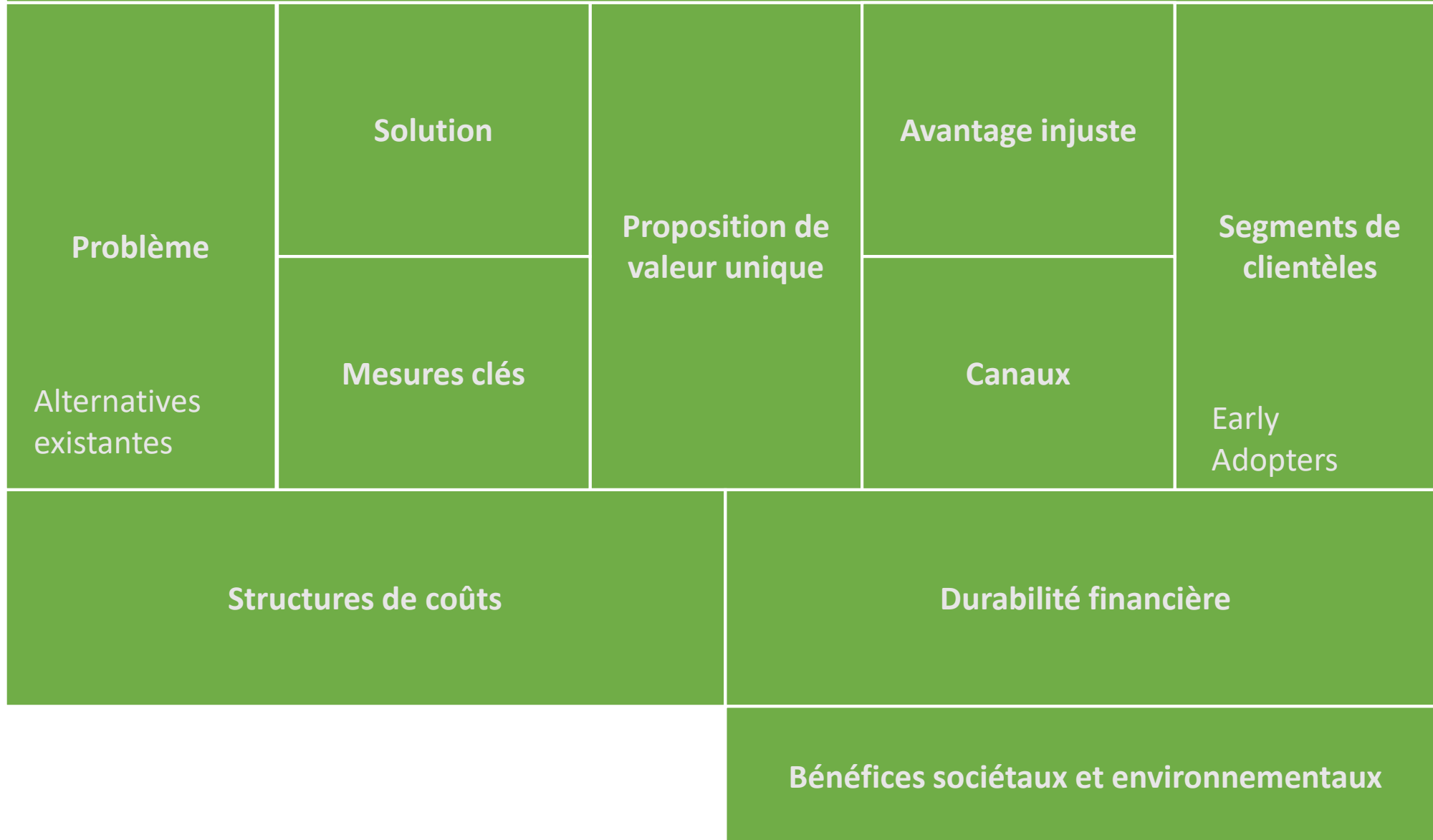


Segmentation client Proposition de valeur Canaux de distribution Relation client Recettes Ressources clés Activités clés Partenaires clés Coûts de structure





Objectif, raison majeure



Définir une cible



La cible



- Associer l'utilisateur final à la conception des services digitaux.
- Cartographier des parcours unifiés cross canaux à l'aide de personas.
- Concevoir dans des cycles itératifs courts, en testant les idées avec des prototypes



Cathy Cadre



 36 ans

 Marié

 2 enfants

 Cergy Pontoise

 Propriétaire

 CSP +

 **ELLE AIME...**

Famille / enfants
Mode
Sa maison

 **EST EST...**

Organisée
Hyperactive
Moderne
Généreuse

CULTURE DIGITALE











 **ELLE DIRAIT...**

«J'aime croquer la vie à pleines dents, et lorsque je souhaite quelque chose, j'attends qu'on me porte autant d'attention que j'en porte à autrui.»



Votre besoin?

Vos objectifs?

Vers qui?

Comment?

Grâce à qui?

Où?

La cible



Toucher votre cible



Influenceurs

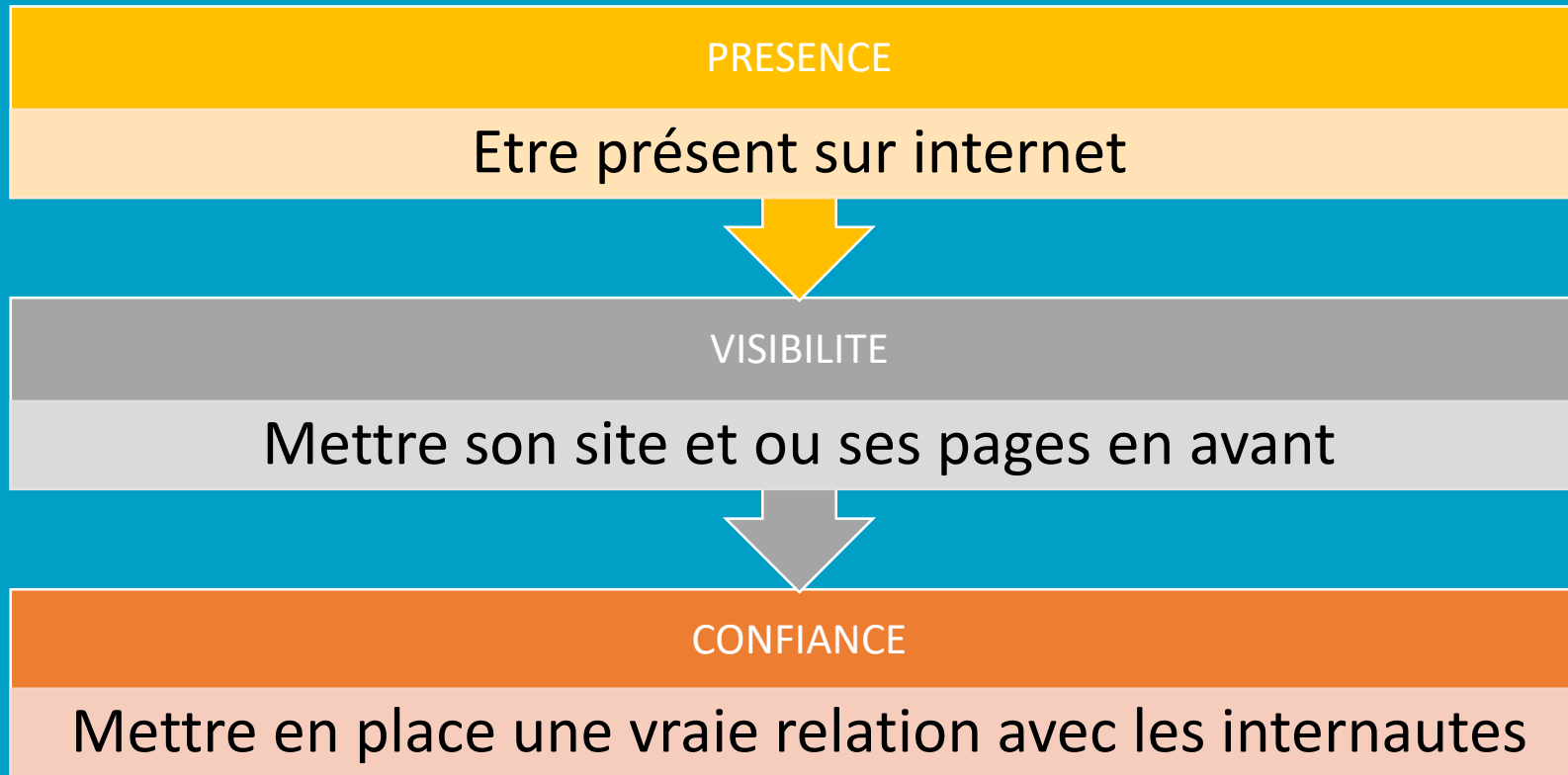


Physique et digital



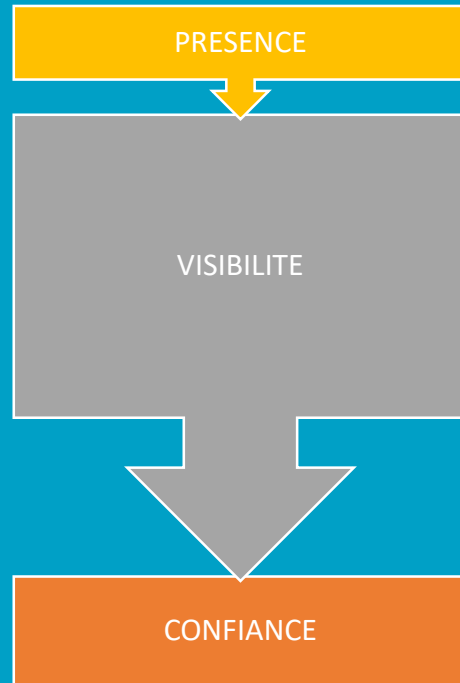
Définir votre ROI?

Les trois étapes d'une bonne stratégie web





Les 6 leviers du webmarketing



Le référencement naturel (SEO)

Le référencement payant (SEA)

L'e-publicité (display)

L'affiliation

L'e-mailing

Les réseaux sociaux (SMO)



Comment toucher sa cible?

1. Ux

2. Buzz

3. SEO

4. SEA

5. SMO

6. Co-création

7. Contact direct

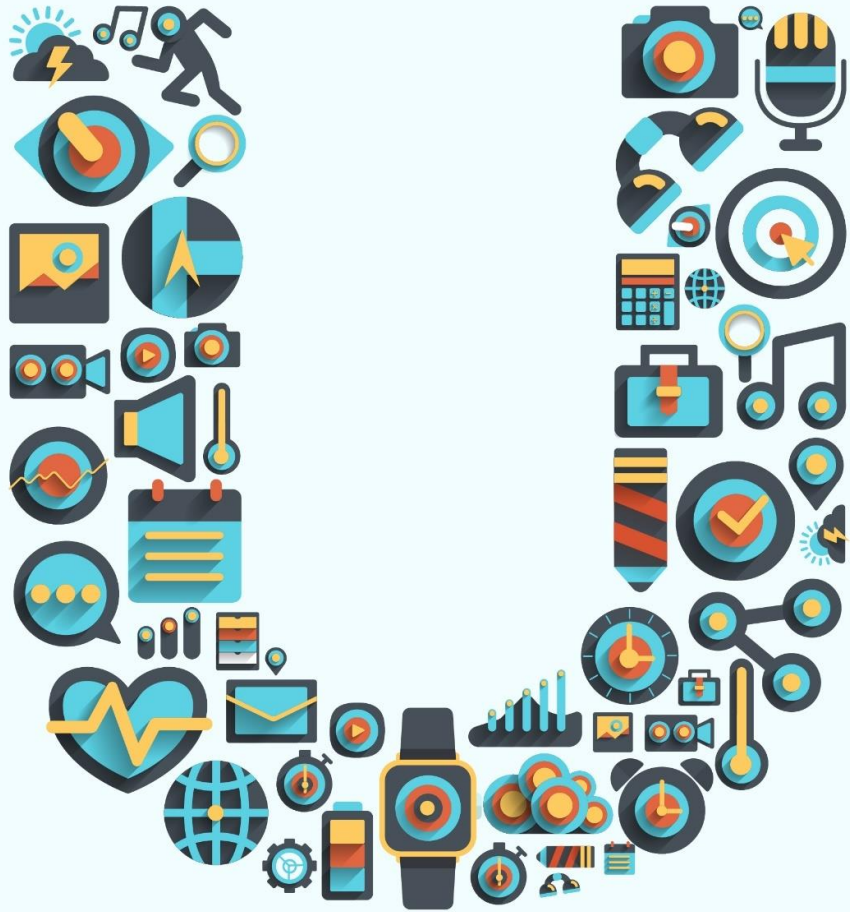
8. E-publicité (display)

9. L'e-mailing

10. Affiliation

11. Growthhaking

1)

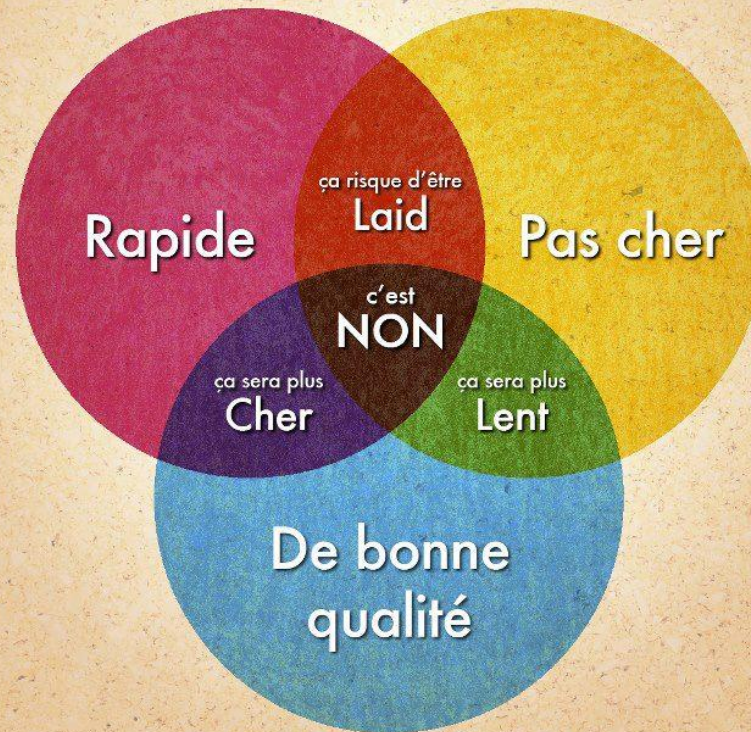


USER EXPERIENCE



VOUS LE VOULEZ COMMENT VOTRE PROJET ?

(VOUS POUVEZ FAIRE JUSQU'À DEUX CHOIX)



"Gratuit" n'est pas une option.

UX pour...





Mais aussi pour...



10 règles d'or des application mobiles

- Etre user centric et apporter une vrai valeur ajoutée
- Penser mobile first
- Adapter les contenus, les produits et la communication
- Proposer de nouvelles expériences innovantes
- Jouer sur les fonctionnalités du mobile
- Simplifier et réduire les barrières d'achat
- Avoir un ux impeccable
- Réduire la vitesse de chargement
- Personnaliser
- Travailler l'omnicanalité



L'omnicanalité

« L'omnicanalité renvoie aux concepts de multicanal ou de cross-canal, qui signifient que la marque s'adresse à un client par tous les canaux possibles. A ceci près que l'expérience du client est désormais centrale et doit être la plus homogène possible, quel que soit le canal choisi »,

Eric Mestre, directeur au sein du secteur biens de consommation chez Accenture

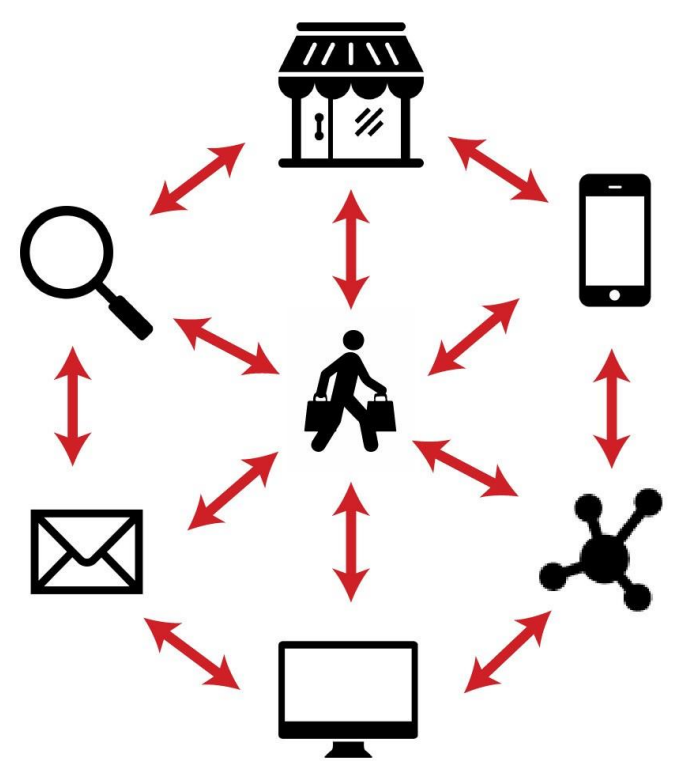
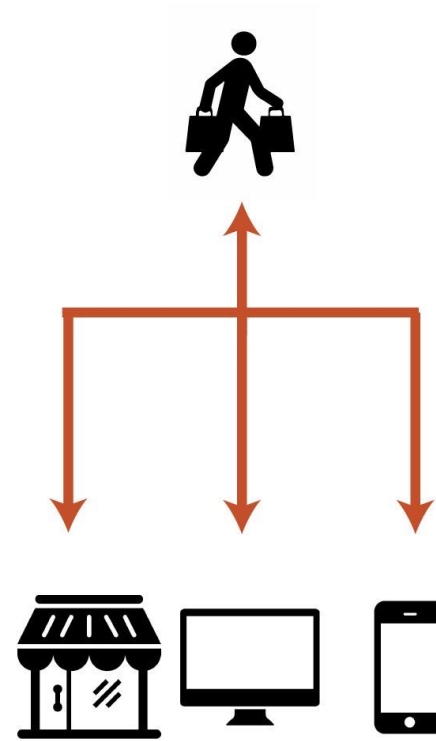
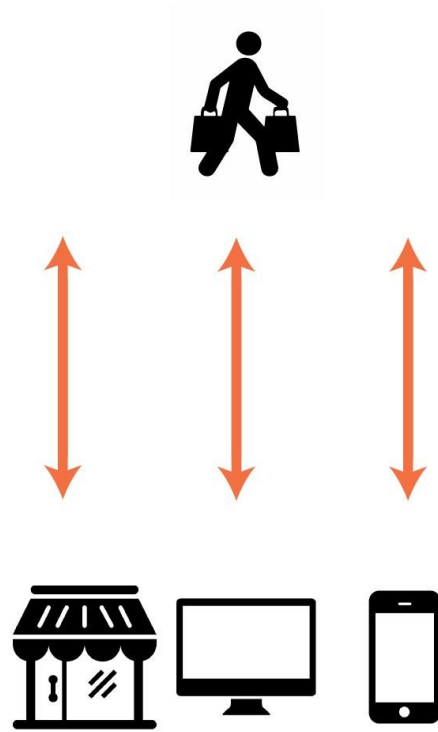
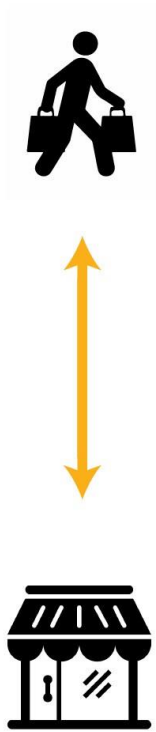


Canal simple

Multi canal

Cross canal

Omni canal





Du one-to-one au one-to-many

Au travers des forums, réseaux sociaux et espaces d'entraide...

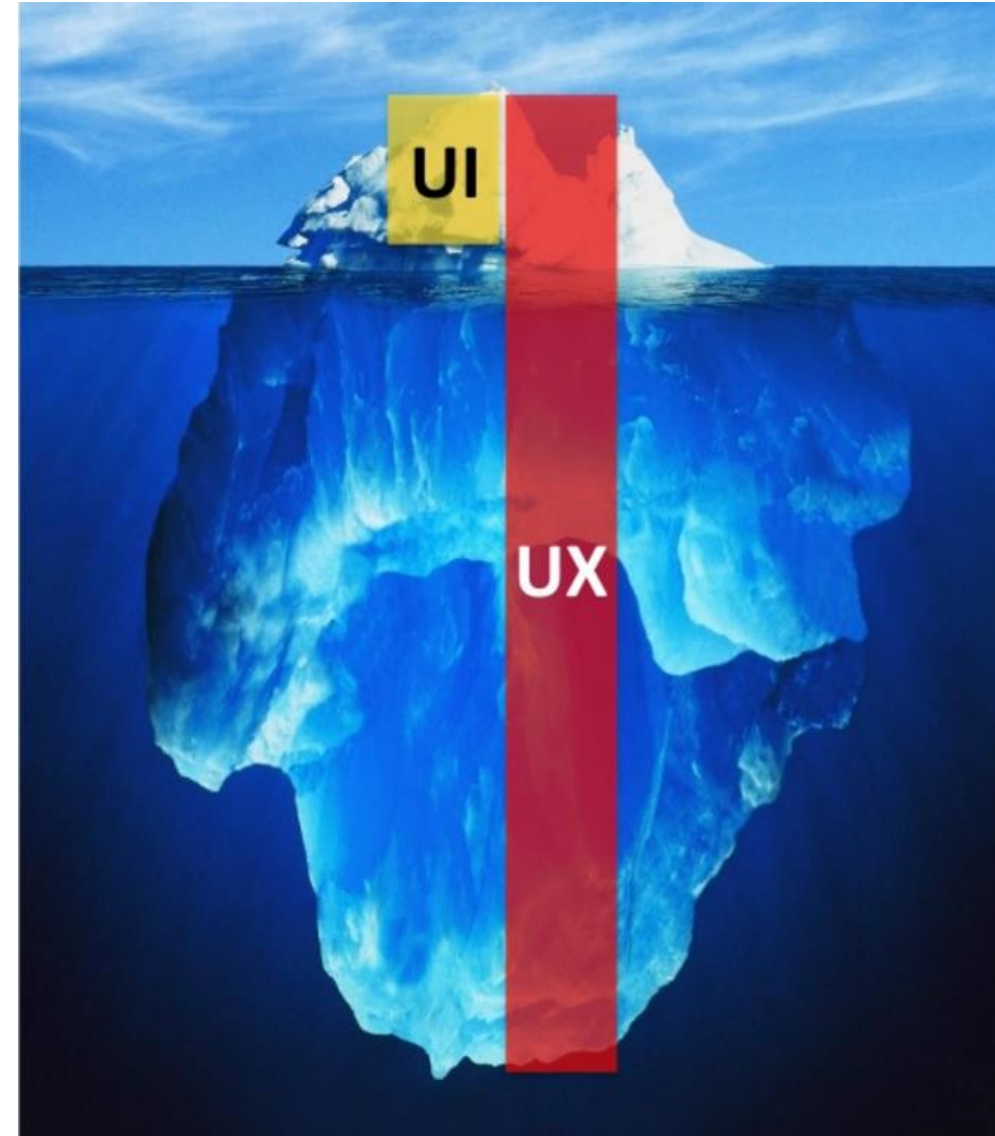


UI Design

conception d'interface
utilisateur

UX Design

conception d'expérience
utilisateur.





1. L'apparence du site et son ergonomie (cohérence du design, placement des éléments...)
2. Sa capacité à rassurer l'utilisateur sur sa crédibilité (pas d'erreurs, identification de l'entreprise, témoignages...)
3. L'efficacité du site : on doit trouver intuitivement et facilement les informations recherchées (moteur de recherche interne, catégorisation des contenus...)
4. Le référencement, qui doit permettre aux utilisateurs de trouver ou retrouver le site facilement depuis les moteurs de recherche
5. La facilité d'utilisation : par exemple, un processus de commande fluide pour une boutique en ligne
6. La capacité à s'adapter aux différents terminaux utilisés par les utilisateurs : mobile, tablette, portable, grands écrans...



**Interface utilisateur
(Produit)**



**Expérience utilisateur
(Produit + Utilisation)**



Content



UI



UX



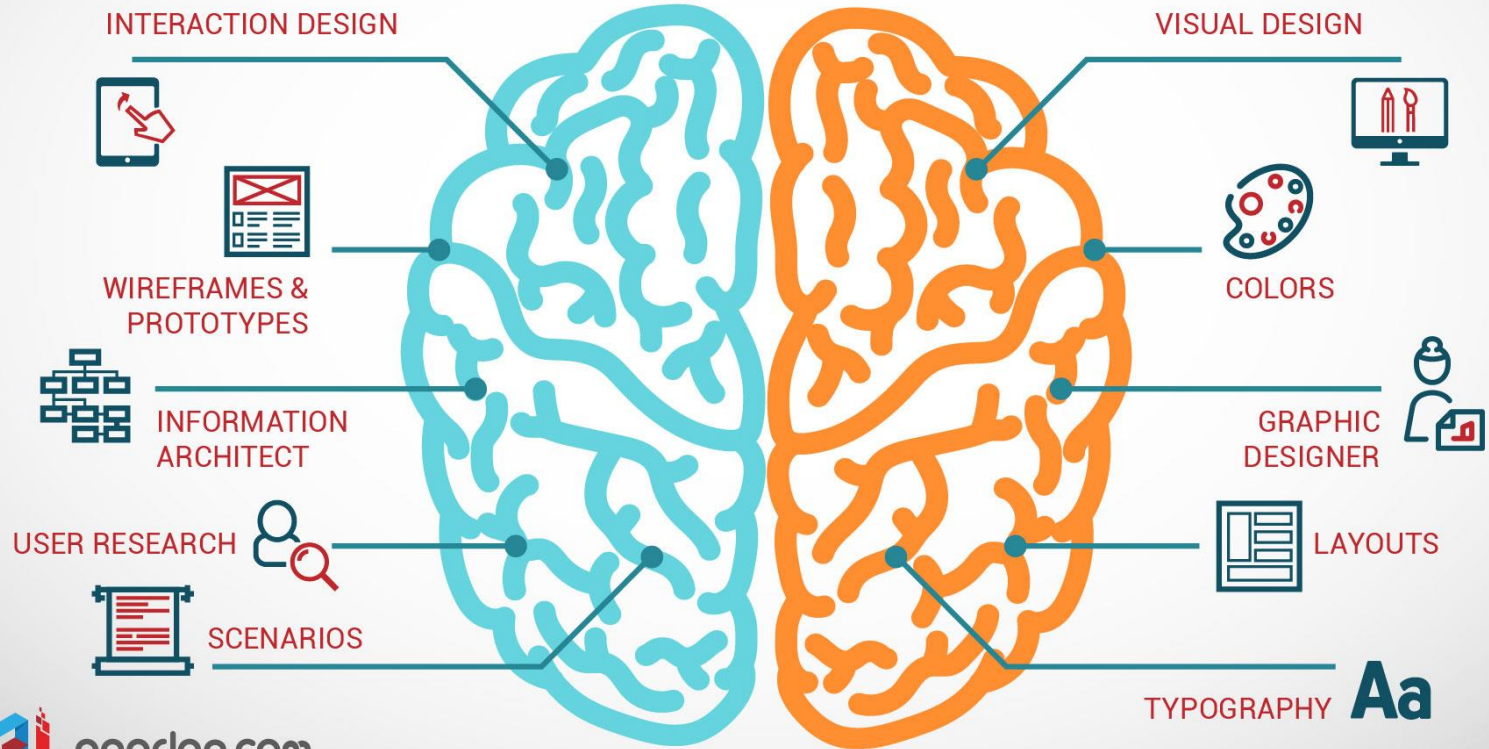
KNOWING THE DIFFERENCE BETWEEN

UX

&

UI

DESIGN



User Experience

« Le ressenti émotionnel d'un utilisateur face à une interface, un objet ou un service. »

Efforts

Installer

Tester

Comprendre

Utiliser

Valeur

Service | UX



Pourquoi ?

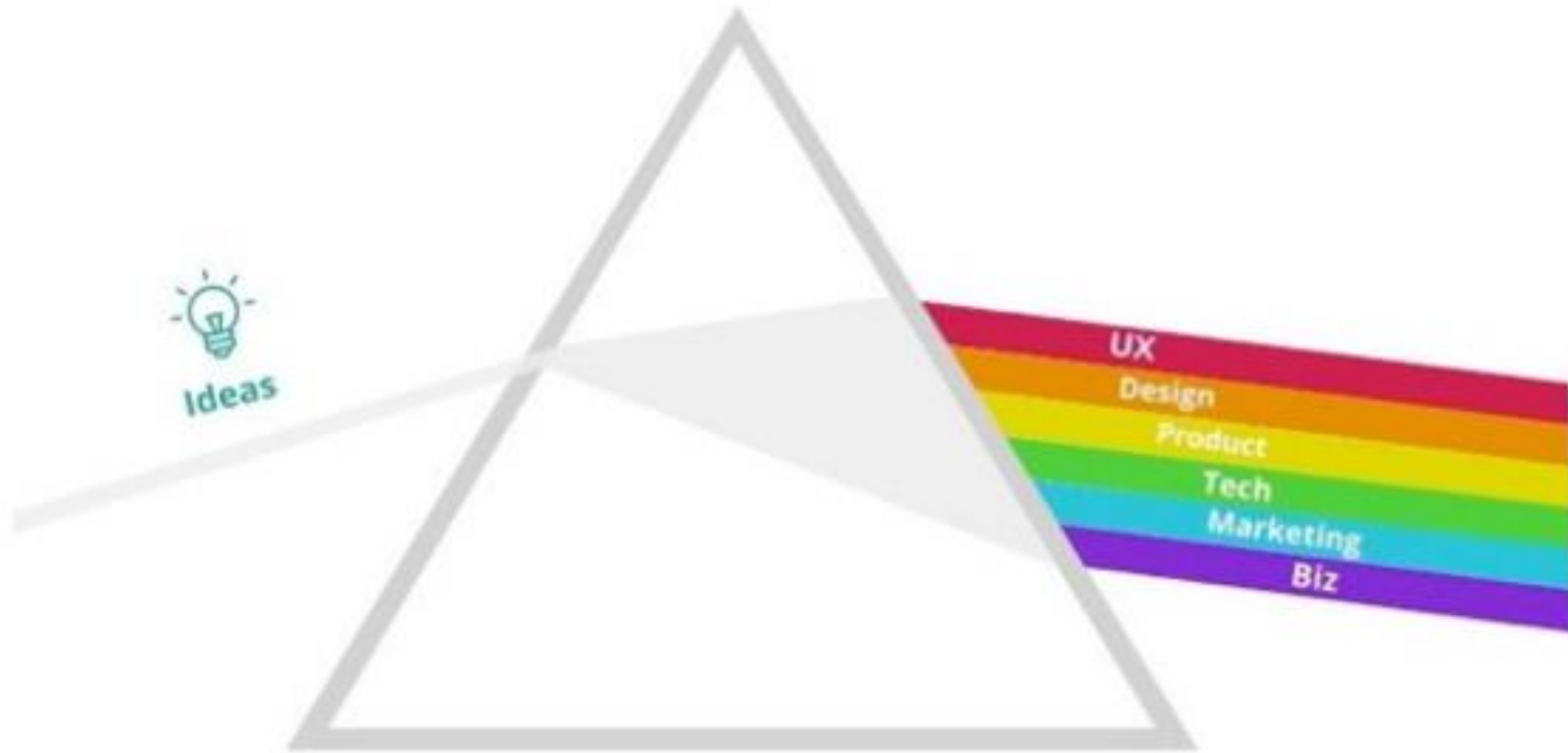


Construire des produits que les gens
aiment !

Et qu'ils les utilisent



Prisme des compétences



L'ergonomie

C'est quoi ?



Adapter l'outil à l'utilisateur Et non l'inverse

Définition selon **Steve Krug**

Faire en sorte que ça marche bien et qu'une personne moyenne sans compétences ou expérience puisse l'utiliser sans être frustrée



Bien
ou
Pas bien ?

















Ask AltaVista® a question. Or enter a few words in

Search For: Web Pages Images Video Audio

Example: **Where can I find information about the hobby pyrotechnics?**

[Help](#)
[Advanced Text Search](#)

Search tip:
[use more words](#)

[ALTAVISTA CHANNELS](#) - [My AltaVista](#) - [Finance](#) - [Travel](#) - [Shopping](#) - [Careers](#) - [Health](#) - [News](#) - [Entertainment](#)

[FREE INTERNET ACCESS](#) - [Download Now](#) ^{New} - [Support](#) [USEFUL TOOLS](#) - [Family Filter](#) - [Translation](#) - [Yellow Pages](#) - [People Finder](#) - [Maps](#) - [Usenet](#) - [Check Email](#)

DIRECTORY

[Automotive](#)

[Business & Finance](#)

[Computers & Internet](#)

[Health & Fitness](#)

[Hobbies & Interests](#)

[Home & Family](#)

[Media & Amusements](#)

[People & Chat](#)

[Reference & Education](#)

[Shopping & Services](#)

[Society & Politics](#)

[Sports & Recreation](#)

[Travel & Vacations](#)

OTHER TOOLS

- ▶ [AltaVista Discovery 1.1](#)
- ▶ [Free Photo Albums](#)
- ▶ [Make us your Home Page](#)
- ▶ [Get Internet Explorer 5](#)
- ▶ [AV Tools & Gadgets](#)
- ▶ [Industrial Communities](#)
- ▶ [Search Products](#)

ALTAVISTA HIGHLIGHTS

POWER SEARCH

- ▶ [Win a FREE work of art in the Corbis Picture Search Sweepstakes. A winner every day!](#)

NEW MEDIA NOW

- ▶ [FREE Fantasy Football-you could win BIG!](#)
- ▶ [Going on vacation? Get a destination guide!](#)

ALTAVISTA NETWORK

- ▶ [Get FREE Net access AND unlimited time online!](#)
- ▶ [Besuchen Sie AltaVista in Deutschland](#)

ULTRA SHOPPING FROM Shopping.com

[Second Wind/Book](#)

Shopping.com Price: \$14.97 You **Save:** \$9.98

[HP CD-Rewritable](#)

Shopping.com Price: \$339.95 You **Save:** \$90.00

[Viewsonic 15" TFT Display](#)

Shopping.com Price: \$1,149.95 You **Save:** \$199.95

[Compaq AERO PDA](#)

Shopping.com Price: \$379.95 You **Save:**

[Click for more Ultra Shopping](#)

NEWS BY ABCNEWS.com

- ▶ [Army Boots Pakistan's Prime Minister](#)
- ▶ [Wilt Chamberlain Dies](#)
- ▶ [No Decision From JonBenet Grand Jury](#)
- ▶ [Nuclear Treaty Vote Still in Question](#)



TRY THESE SEARCHES...

[winzip](#) - [genealogy](#) - [poems](#) - [health](#) - [e-commerce](#)

OUR SPONSORS

[30%-50% off Retail - FurnitureFind.com!](#)

[Shop for your pet at PETSMART.com](#)

[living.com, quality goods for your home](#)

[webpersonals.com Find your mate!](#)

ALTAVISTA INFORMATION

- ▶ [International](#)
- ▶ [About AltaVista](#)
- ▶ [Job Openings](#)
- ▶ [Press Room](#)

A horizontal search input field with a thin grey border. On the right side of the field, there is a small, grey microphone icon, indicating a voice search function.

Recherche Google

J'ai de la chance

Thread *Παρά*

Type the two words:



L'ergonomie

Pourquoi ?



**Utilisateur
heureux**

A person in a dark suit and white shirt is holding a white rectangular card with a small black square in the center. The person's face is obscured by the card. Numerous US dollar bills of various denominations (including \$100, \$50, and \$20) are falling around the person, creating a sense of wealth and success. The background is white with faint, light green curved lines.

Utilisateur heureux
Produit fructueux



Google wave



Windows Vista™



Une mauvaise expérience
utilisateur peut faire échouer
n'importe quel projet

Navigation

- Inbox
- Active
- All
- By Me
- History
- Spam
- Settings
- Trash

- SEARCHES + Add
- To Do's
 - Triathlon

- FOLDERS + Add
- Apartment

Contacts

- Anna-Christina
drinkin' coffee
- Search...
- Gregory
 - Jens My jet-lag has jet-lag...
 - Lars Making Waves since 2007
 - Narelle
 - Steph
 - Alec Fluffy, destroyer.
 - Andrew M hello world
 - Ben
 - Casey

Inbox 1 - 17 of 27

New Wave in:inbox

Archive Mute Read Unread Folder Spam

- Dinner and board games** – Who's up for dinner and board games next week? I'm thinking 3:43 pm 1 msg 1
- Snapshots!** – I'm really impressed with all the nature shots we've put together! Desert 3:39 pm 4 msgs
- BBQ on Sunday!** – Our house, 6pm Let us know if you can come! What can I bring? Just 3:22 pm 3 msgs 2
- Sushi time?** – Hey Dan and Jens, I think its time for our monthly sushi -tasting dinner Tough 3:19 pm 1 msg
- Hey Steph,** – Wanna get coffee tomorrow? We can met by the palm trees 3:16 pm 1 msg
- Wayward music player?** – Looking to return Hey, I think your music player ended up left on my desk 1:13 pm 1 msg
- See what turned up on my front lawn yesterday!** – It's fairly late in the season to be 1:05 pm 1 msg 1
- It's Movie Time!!!!** – ... Wheee - the 80's are cool again! what about "Confessions of a Shopaholic"? 12:22 pm 9 msgs 5
- Pics from a walk in Sydney...** – Just from walking around in Kirribilli / Milsons Point, 8:05 am 1 msg 1
- Gallery opening this Thursday** – Hey everyone, my show is finall going up and I would love if your 26 May 1 msg
- Any tips for combating jet-lag?** – Please share! For the first day, stay up as long as possible. Get 26 May 5 msgs 5
- The Castle (Mandatory Fun)** – Speaking of movies, who hasn't seen "The Castle"? Such 26 May 2 msgs 1
- Say, here are some photos from the Kokoda track.** – Check out the broken wrist! At the 26 May 1 msg
- Favorite Place to Travel -- Poll** – Where do you like to go when you have time off? Brazil India 25 May 1 msg
- Who wants to see transformers?!** – 25 May 1 msg 1
- Offsite pics!** – Check out the photos from our offsite Vista Goofy Helmet So fast Hikes SF 25 May 1 msg

Save search Day: Week:

Snapshots!



Reply Playback Archive Mute Read Unread Folder Spam

Noel (and me, Emily):
Snapshots! 3:30 pm

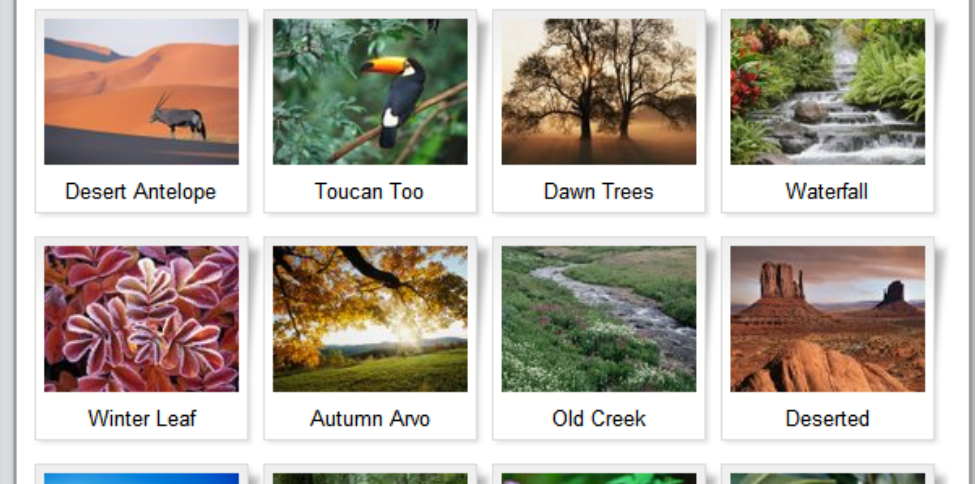
I'm really impressed with all the nature shots we've put together!

Emily: They make me want to go on vacation

me: Seriously, what a well traveled bunch. Lars, what kind of camera did you use? 3:39 pm

Lars: Canon: [Canon D50 - Canon Digital Photography Forums](#) 3:37 pm

I'm in the market for a new one. and these look so good. Really professional.



Tags: Images Files

(INSERT NAME)

27



v

s



Mais aussi en assurer le succès!

Demandez vous quel navigateur vous utilisez et pourquoi ?

IP

(INSERT NAME)

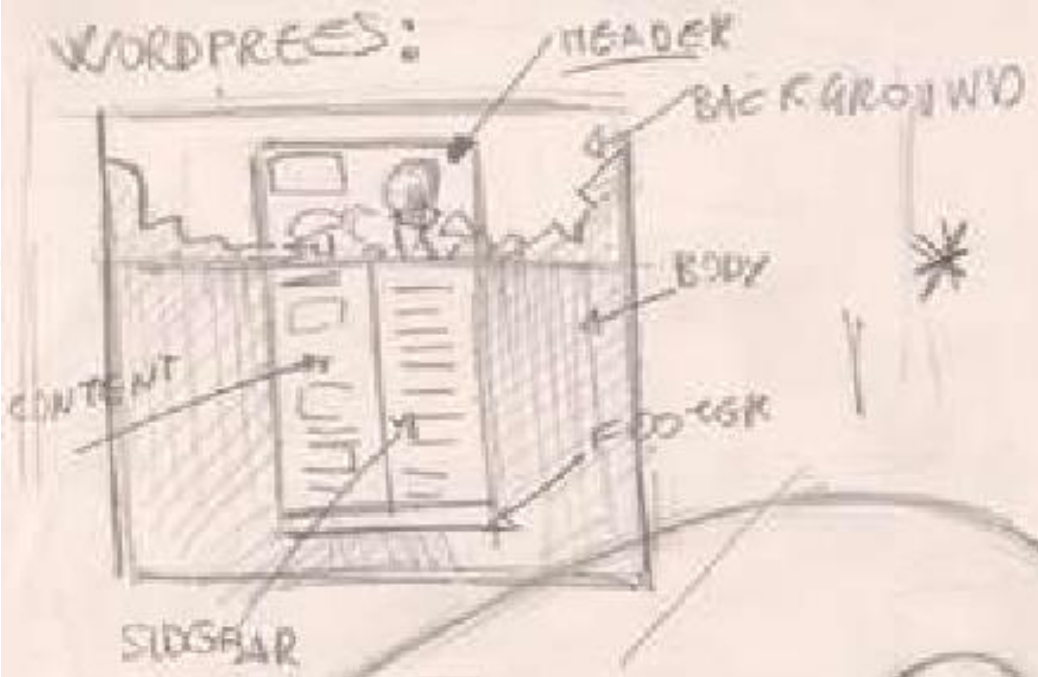
L'ergonomie

C'est pour qui ?

Expand All | Collapse All

	Owner	Remaining Effort	25	7/2	7/9	7/16	7/23	7/30
Game FX	Charles	[1492h - 1621h]	[Timeline Scale: hours, days, weeks, months]					
+ INBOX	Liz	[0h - 0h]						
+ EVENTS	Liz	[0h - 0h]						
+ ASAP	Charles	[66.11h - 102h]	[Progress bar]					
+ APPROVED PROJECTS	Charles	[833h - 936h]	[Progress bar]					
+ Super SliderZ <small>for Boston Homemade Games Inc.</small>	Charles	[85.41h - 134h]	[Progress bar]					
+ Tugboat Turtles	Mary	[58.49h - 76.51h]	[Progress bar]					
+ Brochure Project <small>for GFX Internal Projects</small>	Charles	[46.18h - 59.82h]	[Progress bar]					
+ Phase 1	Charles	[23.23h - 35.77h]	[Progress bar]					
Write first draft	Liz	[10h - 20h]	[Progress bar]					
Gather source material	Liz	[0h - 4h]	[Progress bar]					
Spec Brochure	Charles	[7h - 11h]	[Progress bar]					
Photography	Charles	[1h - 6h]	[Progress bar]					
+ Phase 2	Charles	[20.81h - 26.19h]	[Progress bar]					
Finalize copy	Charles	[5h - 8h]	[Progress bar]					
Edit first draft	Charles	[4h - 6h]	[Progress bar]					
Print brochure	Charles	[10h - 14h]	[Progress bar]					
New Task	Charles	[?]	[Progress bar]					
+ Website Project <small>for GFX Internal Projects</small>	Charles	[60.02h - 82.98h]	[Progress bar]					
+ GoGo Guppies <small>for Game Associates LTD</small>	Mark	[117h - 176h]	[Progress bar]					
+ iPong V3 <small>for Game Associates LTD</small>	Charles	[47.39h - 73.61h]	[Progress bar]					
+ Lunar Ballons <small>for Boston Homemade Games Inc.</small>	Alex	[44.07h - 63.93h]	[Progress bar]					
+ Online Support Hub <small>for GFX Internal Projects</small>	Mary	[21.86h - 40.14h]	[Progress bar]					
+ Snow Crash <small>for Game Associates LTD</small>	Alex	[78.78h - 106.22h]	[Progress bar]					
+ ...	Charles	[...]	[Progress bar]					
+ ...	Charles	[...]	[Progress bar]					
+ ...	Charles	[...]	[Progress bar]					
+ IN PLANNING	Liz	[338h - 397h]	[Progress bar]					
+ Mr. Mangos Magic <small>for Mobile Madness Group Inc.</small>	Liz	[44.75h - 65.25h]	[Progress bar]					

Chef de projet



Graphiste

Développeur

1\$ irssi 2\$ mpc 3\$ www 4\$* matrix 5\$ rss 6\$ bash 7-\$ bash 8\$ bash



*What about
me?*

**Mais qui se soucie de
l'utilisateur ?**



Il faut que tout le monde s'en soucie
À commencer par vous



Votre besoin?

Vos objectifs?

Vers qui?

Comment?

Grâce à qui?

Où?

La cible



Toucher votre cible



Influenceurs

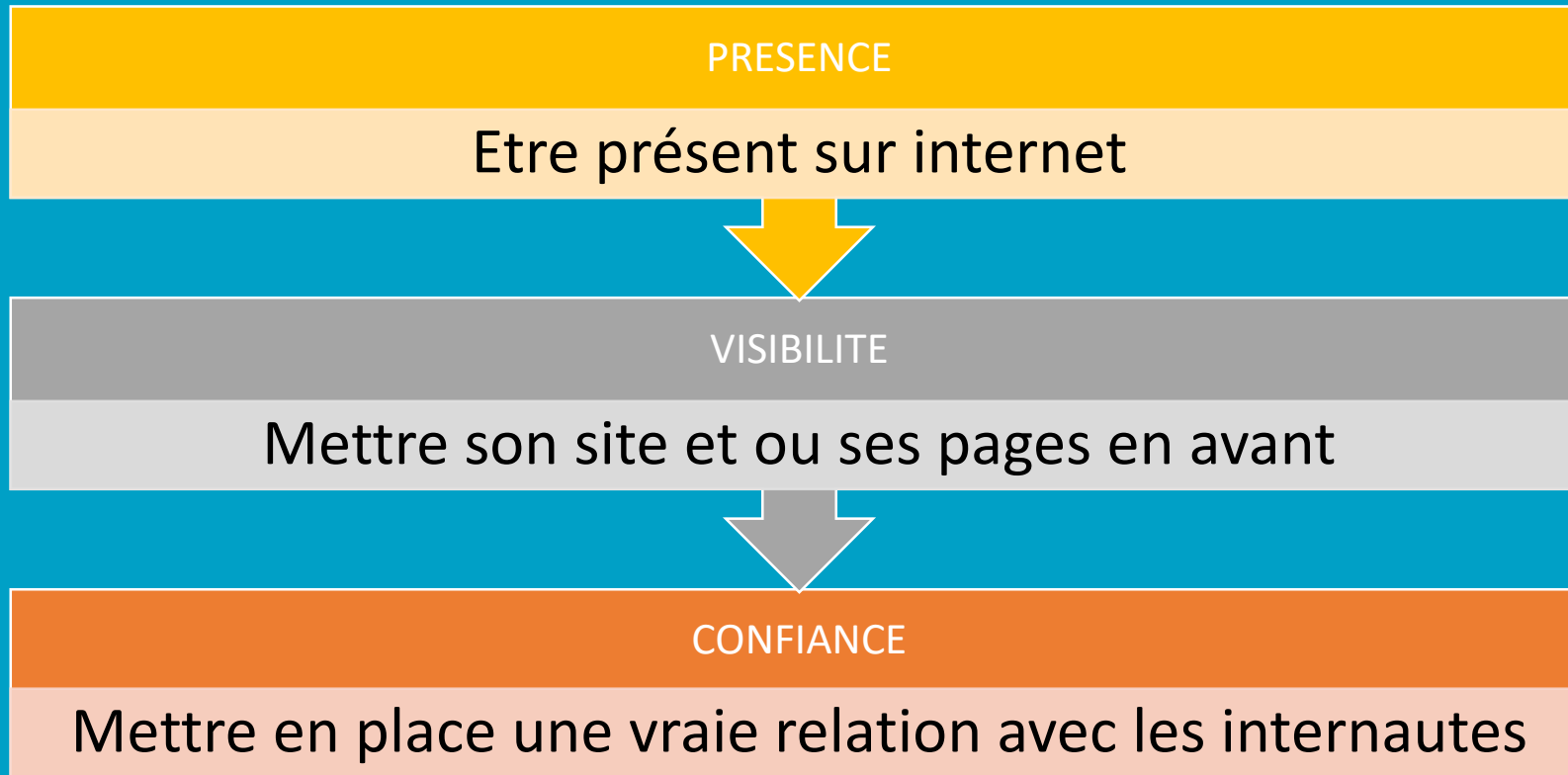


Physique et digital



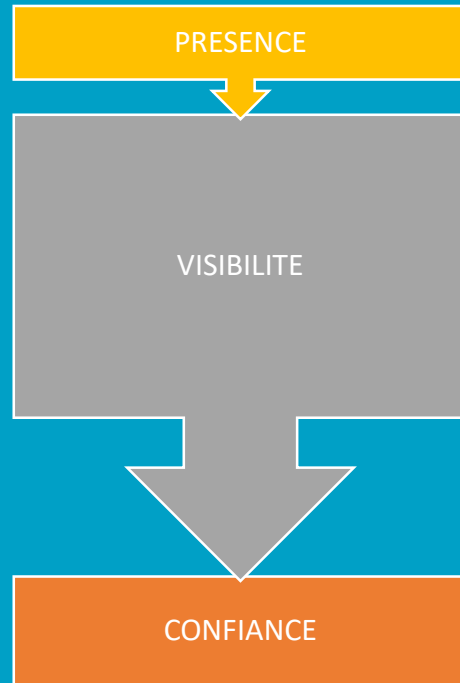
Définir votre ROI?

Les trois étapes d'une bonne stratégie web





Les 6 leviers du webmarketing



- Le référencement naturel (SEO)
- Le référencement payant (SEA)
- L'e-publicité (display)
- L'affiliation
- L'e-mailing
- Les réseaux sociaux (SMO)



Comment toucher sa cible?

1. Ux

2. Buzz

3. SEO

4. SEA

5. SMO

6. Co-création

7. Contact direct

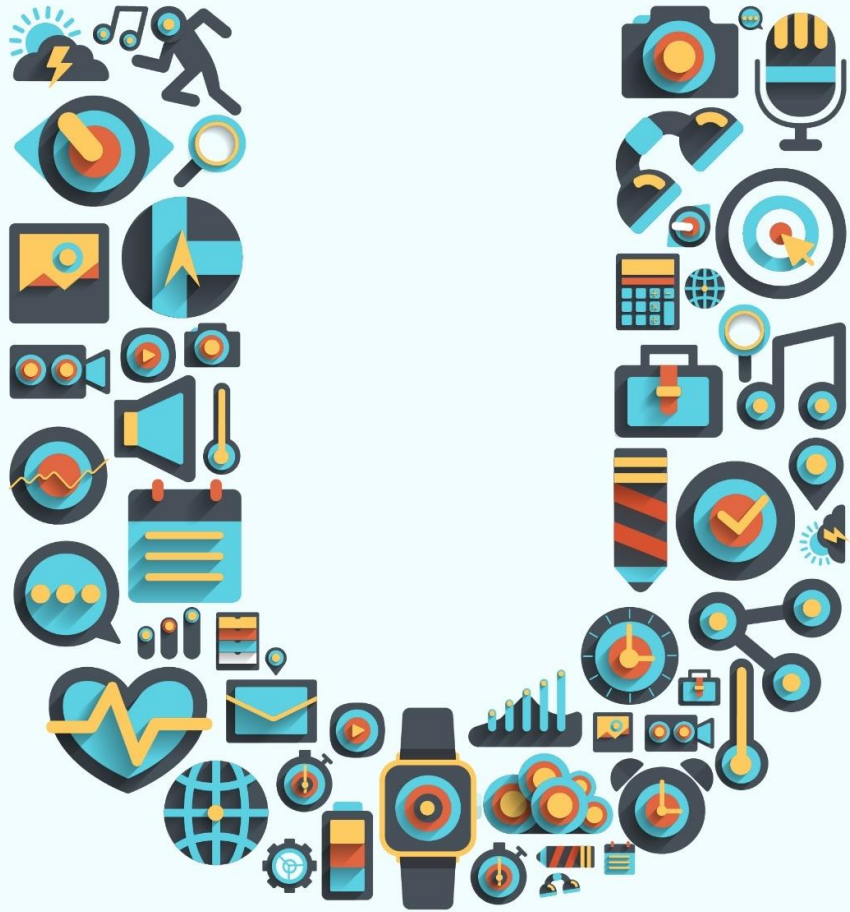
8. E-publicité (display)

9. L'e-mailing

10. Affiliation

11. Growthhaking

1)



USER EXPERIENCE

Les 5 règles de l'ergonome



*Une réponse approximative au bon problème
vaudra toujours mieux
qu'une bonne réponse à un problème approximatif.*

John Tukey

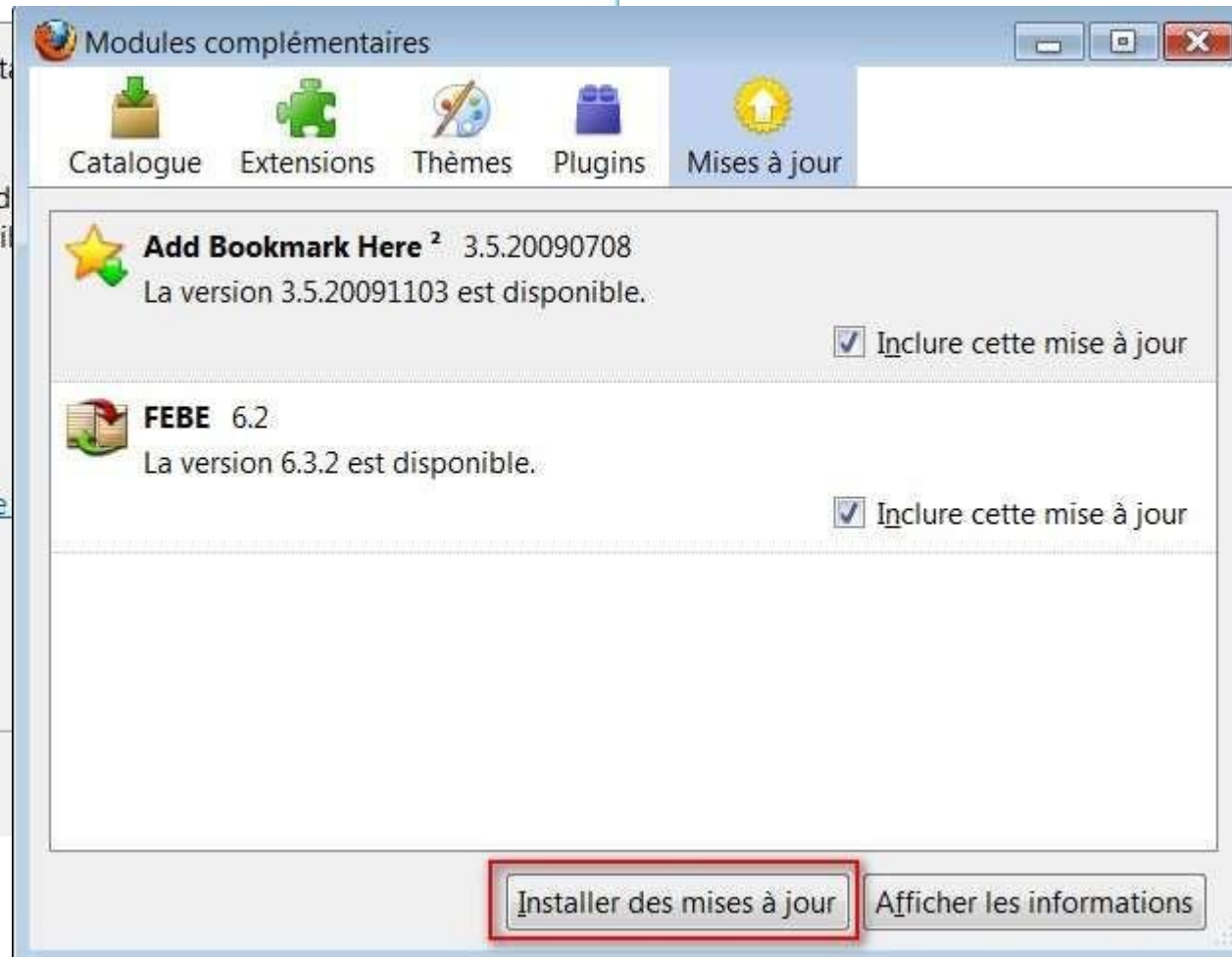
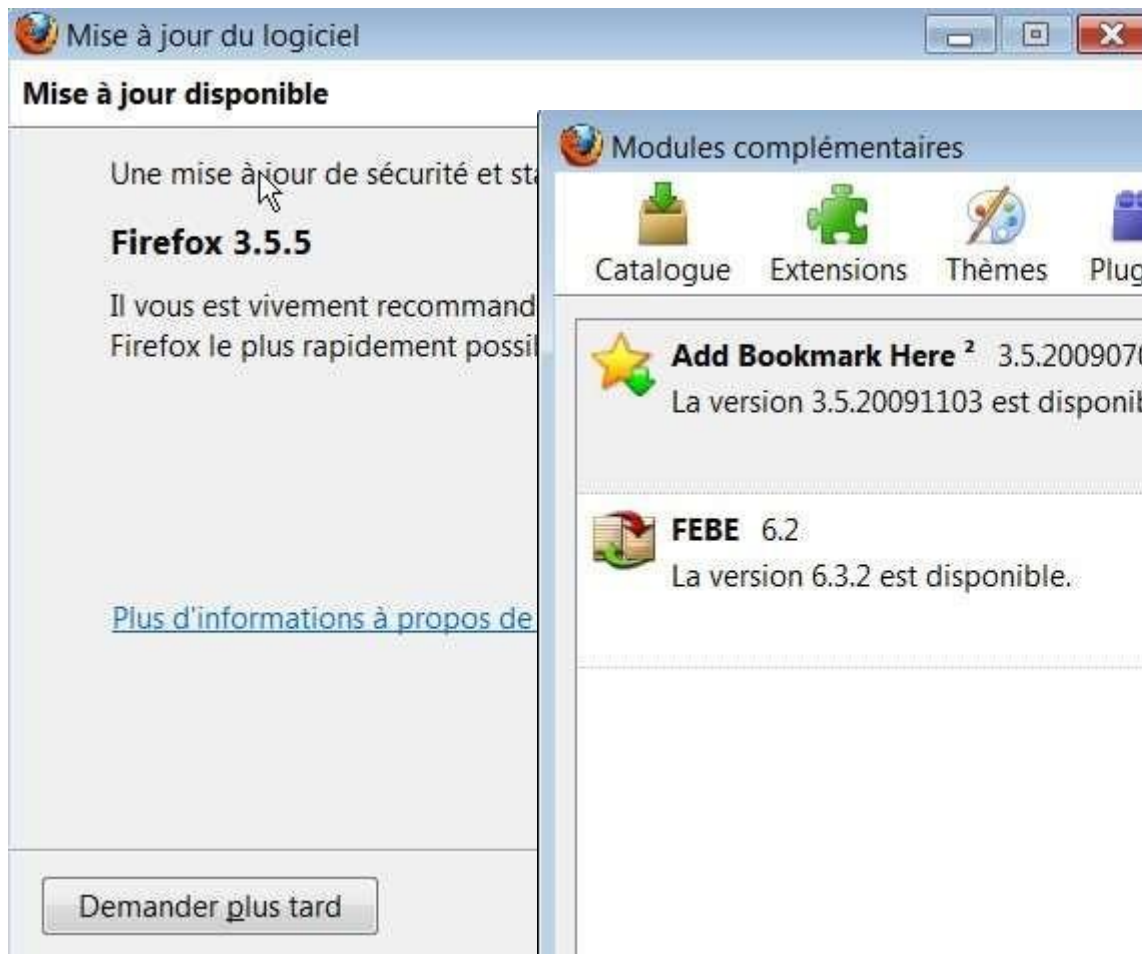
Règle 1



Se concentrer sur le besoin
de l'utilisateur







Les mises à jour : Un problème de développeur que l'on impose trop souvent à l'utilisateur

Règle 2



Surtout du bon-sens

1

Valider

en cliquant sur valider j'accepte de rechercher

3

2

Recherche :

Valider

Saisissez vos mots clés

4

Selectionner une action

rechercher ▼

Valider le formulaire

1

Recherche

Valider

2

Recherche

Valider

3

Rechercher

Règle 3



Simplifier, Simplifier, Simplifier

Règle 3



Simplifier, ~~Simplifier, Simplifier~~

Select a Category:

Web

News

Images

Music

Desktop ^{BETA}

Encarta



Search the Web:

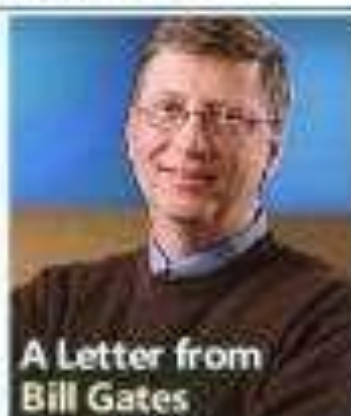
Search

News & Sports
 MSN Video
 News
 Slate Magazine
 Sports by FOX Sports
 Super Bowl
 Weather

Look It Up
 City Guides
 Encarta
 Maps & Directions
 White Pages
 Yellow Pages

Living & Finances
 Careers & Jobs
 Credit Report
 Dating & Personals
 Health & Fitness
 House & Home
 Money

Tuesday, Feb 01

**A Letter from Bill Gates**

Welcome to the new
 MSN Search & MSN.com

TODAY ON MSN

- Who are the funniest people on television today?
- Top 10 Super Bowl moments
- Gallery: cool concept cars
- New study: Working out can ease depression

HIGHLIGHTS

- Find a new apartment
- Best places to get hitched
- Honda's new pickup truck: Ridgeline debuts

MSNBC NEWS

- Iraqis begin final vote tally
- NASA marks loss of Columbia
- Nepal loses sack government



HOTMAIL | MESSENGER | MY MSN | SIGN IN

Microsoft

Introducing the more precise,
 more powerful new MSN Search.

encarta answers

music search

desktop search

Try it now >

the new **msn** Search

Find just what
 you're after.

Try it now >

the new **msn** Search

See what's new on this page!

Tell us what you think of the new MSN.com

MONEY

Dow	10,489.94	+ 62.74	Get Quote:
NASDAQ	2,062.41	+ .00	<input type="text"/>



Monde | [Shopping](#) | [Annuaire Internet](#) | [Annuaire 118218](#)

Rechercher :

Rechercher

[Question aux experts - Lycos iQ](#)

[Recherche avancée](#)

Copinage

- » [Blogs de cuisine](#)
- » [Jean-Marc Morandini](#)
- » [Jeux Flash](#)
- » [Je galère au Taff](#)
- » [Météo gratuite](#)
- » [MonHomeCinema](#)
- » [Recettes de cuisine](#)
- » [SpongeBox](#)
- » [StarAgora](#)
- » [We Are Media](#)
- » [Zilok](#)

Magazines

- » [Actualité](#)
- » [Automobile](#)
- » [BD](#)
- » [Cinéma](#)



Lycos.fr : Au Revolt

Lycos ferme ses portes...

» [Vos réactions](#)

» [Plus d'infos sur la fermeture](#)

People new

Insolite new

Lycos Login

Identifiant

Caramail

Chat

Caramail

iQ

Webcenter

Go

Love@Lycos

MultiMania

Chat

Nombre de personnes connectées actuellement :

Femmes : 538

Hommes : 1063

Total : 1601

[Connectez-vous](#)

Love@Lycos new

Rencontrez des milliers de célibataires près de chez vous !



[Rejoignez-nous](#)



- [FAQ à propos de la fermeture](#)

Arrêt du portail Lycos.fr le 15/02/2009

- Vous trouverez toutes les informations concernant la fermeture [ici](#).

[iGoogle](#) | [Sign in](#)

Google™

Web [Images](#) [Video](#) [News](#) [Maps](#) [more »](#)

Google Search

I'm Feeling Lucky

[Advanced Search](#)
[Preferences](#)
[Language Tools](#)

[Advertising Programs](#) - [Business Solutions](#) - [About Google](#) - [Go to Google Deutschland](#)

©2007 Google

Create Basic page

Title *

Body ([Edit summary](#))

Text format Full HTML ▾

- Web page addresses and e-mail addresses turn into links automatically.
- Lines and paragraphs break automatically.

Menu settings

Not in menu

Provide a menu link

Book outline

Not in book

Revision information

No revision

URL path settings

No alias

Comment settings

Open

Authoring information

By Test

Publishing options

Published

Before

Create Basic page

Title *

Body ([Edit summary](#))

Save

Preview

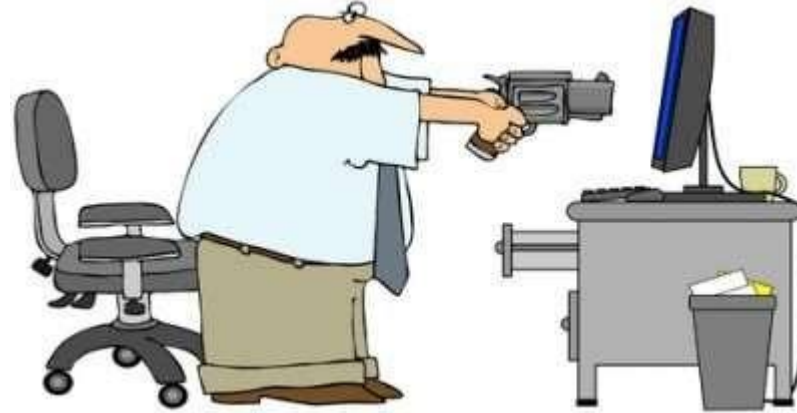
After

Règle 4



Soyez humain

Interface homme-machine





**La plupart des ordinateurs ont un
indicateur de veille purement
fonctionnel**



Chez Apple on utilise une veilleuse qui imite le rythme de la respiration humaine

Règle 5



Se remettre en question



*« C'est le propre de l'homme de se tromper
seul l'insensé persiste dans son erreur. »*

Cicéron

Accueil

The Start screen features a grid of live tiles. The top row includes a purple calendar tile for Friday, 26th; an orange contacts tile; a photo tile showing a city at night; a blue MetroTwit tile; and a blue weather tile for Bordeaux (13°C, light fog, 20°/7°C). The second row contains a teal mail tile with 2 messages; a purple messages tile for 'Edouar...' with 1 message; an orange music tile; a red video tile; a blue skype tile; and a red news tile titled 'Copé-Fillon : le faux débat' with a photo of two men. The third row has a 'Bureau' tile with a landscape image; a blue 'Nightly' tile; a 'Microsoft Mahjong' tile with a game board; and an orange 'Tendance' tile listing 'Windows 8', 'Ligue Europa', and 'Tom cruise attaque'. The fourth row includes a green 'Windows Store' tile; a green 'Jeux' tile; a purple 'Le Nouvel Observateur' tile with the headline 'Les Tours de France retirés à Armstrong sans vainqueur? Décision attendue'; and a purple 'Caméra' tile. The bottom row features a blue 'SkyDrive' tile; a purple 'Cartes' tile; and a green stock market tile for 'CAC AL' showing a value of 2 564,35, a decrease of -0,27%, and the time 18:00 CEST.

26
vendredi
Calendrier

Contacts

Photos

MetroTwit

13°
Bordeaux
Léger brouillard
20°/7°
Météo

Courrier 2

Edouar...
Ok
1

Musique

Vidéo

skype™

Copé-Fillon : le faux débat

Bureau

Nightly

Microsoft Mahjong

Tendance
Windows 8
Ligue Europa
Tom cruise attaque
Bing

Le Nouvel Observateur - Les Tours de France retirés à Armstrong sans vainqueur? Décision attendue

Windows Store

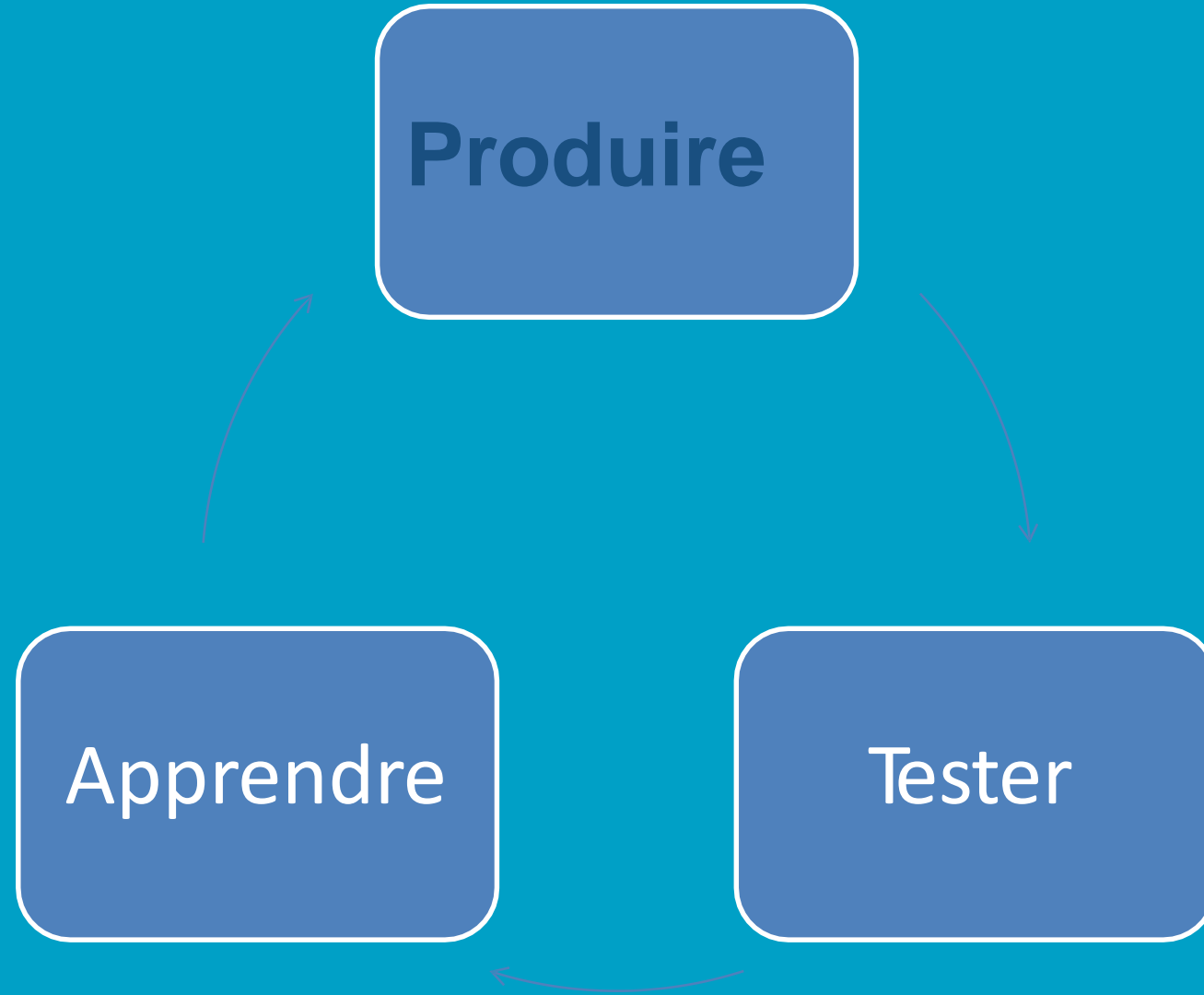
Jeux

SkyDrive

Cartes

Caméra

CAC AL
2 564,35
▼ -0,27%
18:00 CEST



Les règles de l'utilisateur

Les règles de l'utilisateur

—

—

JE

-

-

JE NE

- - - - -

**JE NE
VEUX**

**JE NE
VEUX PAS**

**JE NE
VEUX PAS
RÉFLÉCHIR
!**



LA règle de l'utilisateur

Je ne veux pas réfléchir

- Tout doit être facile
- Je ne lis que ce qui m'intéresse
- Je clique en me fiant à mon instinct
- Si c'est trop compliqué je ne l'utilise pas



Importance des couleurs

<https://www.youtube.com/watch?v=Nxpl7judCwY>



LDLC.COM S'ENGAGE SUR LA QUALITÉ DU TRAITEMENT DE SES AVIS CLIENTS !



AVIS EN LIGNE
PROCESSUS DE COLLECTE,
MODÉRATION ET RESTITUTION DES AVIS

EN SAVOIR +

ZOOM SUR : INFORMATIQUE

[Voir to](#)



Pièce

- [Disque dur](#)
- [Disque SSD](#)
- [Processeur](#)
- [Carte graphique](#)
- [Mémoire PC](#)



Périphérique

- [Moniteur LCD](#)
- [Clef USB](#)
- [Disque dur externe](#)
- [Clavier/Souris](#)
- [Imprimante](#)



Ordinateurs

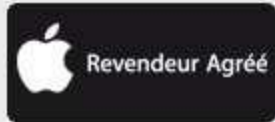
- [PC LDLC](#)
- [PC HardWare.fr](#)
- [PC de marque](#)
- [Barebone PC](#)
- [Serveur NAS](#)



Portables

- [PC Portable](#)
- [UltraBook](#)
- [Extension Mémoire](#)
- [Sacs & sacoches](#)
- [Tablette](#)

DÉCOUVREZ NOS BOUTIQUES :



TOP DES VENTES :

[Voir to](#)



[MSI Z87-G45 GAMING](#)

Carte mère ATX Socket 1150
Intel Z87 Express - SATA 6Gb/s -

[MSI GeForce GTX 770 Twin Frozr](#)

2048 Mo Dual
DVI/HDMI/DisplayPort - PCI

[Intel Core i7-4770K \(3.5 GHz\)](#)

Processeur Quad Core Socket
1150 Cache L3 8 Mo Intel HD

308€⁹⁵



PROFITEZ DES SERVICES LDLC !

Montage de PC,
garantie 0 pixel mort...

[voir >](#)

LES PROMOS DES MARQUES :

Ce que vous concevez
En pensant que l'utilisateur lira tout



Ce que l'utilisateur voit
avant de décider votre site l'intéresse



De quoi parle ce site ?

Introduction

Section 1: Introduction

[button]

This document provides an overview of the project's objectives and scope. It details the key areas of focus and the expected outcomes. The project aims to address the current challenges in the field and provide a comprehensive solution. The scope includes the development of a new system, the implementation of best practices, and the training of staff. The project is expected to be completed within the specified timeline and budget.

Section 2: Objectives

Objectives



[Caption]



[Caption]



[Caption]



[Caption]

[Sidebar content]

[Sidebar content]

[Sidebar content]

[Sidebar content]



[Journal des Femmes](#) > [Cuisiner](#) > [Recette Crêpes](#)

→ Crêpes : 335 recettes

J'aime Partager 276

Pour la Chandeleur et durant toute l'année, faites sauter les crêpes ! Réalisez très facilement votre pâte à crêpes à la maison et garnissez-les de sucre, confiture, compote, zestes citron, beurre, pâte à tartiner... Tous les goûts sont permis. Nappées d'un caramel à l'orange et flambées au Grand Marnier, voici les célèbres crêpes Suzette ! Les crêpes peuvent aussi bien être dégustées sucrées que salées. Garnissez-les alors d'oeuf, jambon, fromage, champignons, tomates... Les recettes de crêpes salées, dites "galettes" sont nombreuses. Les crêpes se dégustent traditionnellement à la Chandeleur, le 2 février de chaque année, car leur forme rappelle celle du soleil, annonce l'arrivée prochaine du printemps.

TOUT

Recettes préférées

Nouvelles recettes

Recettes faciles

Recettes en vidéo

▶ Crêpes : recettes préférées



Pâte à crêpe

Elle est simple à réaliser même pour un débutant en cuisine et prend peu de temps à préparer.

★★★★☆ 300 avis



Crêpes

Une recette très classique qui, grâce à sa quantité d'oeufs, ne nécessite aucun repos de la

★★★★☆ 169 avis



Petites crêpes à la banane

Pour le goûter, pour le petit déjeuner, ou même en dessert accompagné d'une salade de

★★★★☆ 147 avis



Crêpes

Pour réaliser des crêpes dorées, légères et parfumées, ne cherchez plus ! Suivez notre

★★★★☆ 141 avis

MON CARNET DE RECETTES

PROPOSER UNE RECETTE

RECETTES DE NOUVEAU



NEWSLETTERS GRATUIT

Votre email ici

Cuisiner Week-end



Journal des Femmes

J'aime

108 576 personnes aiment Journal des Femmes





SINCE

2011
2012
2013
2014
2015
2016
2017
2018
2019
2020



OUR STRATEGIC VISION

Leading in research and innovation, providing world-class education and training, and contributing to the development of a sustainable society.



Research and Innovation



OUR STRATEGIC PILLARS

Research and Innovation
Education and Training
Sustainability

Research and Innovation

Education and Training



Sustainability

OUR STRATEGIC PILLARS

Research and Innovation
Education and Training
Sustainability



Accueil

Qui sommes-nous ?

Comment pêcher ?

Apprendre à pêcher

Nos actions

Événements

Communication / Presse

Statistiques

Adresses utiles

Nous contacter

▶ ESPACE MEMBRES

OK

Vous avez perdu
votre mot de passe ?



Bienvenue sur le site de la FNP

Fédération Nationale de la Pêche en France et de la protection du milieu aquatique

Vous aimez la nature, les rivières, les lacs, les poissons ? Vous voulez en savoir plus sur la pêche de loisir en eau douce ?
La Fédération Nationale de la Pêche est heureuse de vous accueillir !



Avant tout, pour pêcher il faut détenir une carte de pêche, [pour en savoir plus cliquez ici](#)



Informations départementales...



RECHERCHE

 OK

ACTUALITÉS



Des représentants de la FNP ont siégé à la Conférence Environnementale

PêcheMag 12



La politique de l'eau évaluée :
La continuité écologique menacée !

NEWSLETTER

Pour vous inscrire à la newsletter, saisissez votre adresse email :

 OK

[consultez la dernière newsletter](#)

DU 2 AU 30 SEPTEMBRE 2013

GRANDE CONSULTATION
DES PÊCHEURS POUR
UNE ÉVOLUTION DE

Après plus de 10 ans sans modification notable de la réglementation, la FNP a estimé que le temps était venu de s'engager sur la voie d'une évolution réglementaire.



Air Views Campaign

Helping you understand the air quality in your area

[Home](#)

[About Us](#)

What is the Air Views Campaign?


The Air Views Campaign is a national effort to help you understand the air quality in your area. We provide you with the information you need to make informed decisions about your health and the environment.


Learn more about the Air Views Campaign and how you can help.

Our Goals

- Provide you with the information you need to make informed decisions about your health and the environment.
- Help you understand the air quality in your area.
- Provide you with the information you need to make informed decisions about your health and the environment.
- Help you understand the air quality in your area.
- Provide you with the information you need to make informed decisions about your health and the environment.
- Help you understand the air quality in your area.
- Provide you with the information you need to make informed decisions about your health and the environment.
- Help you understand the air quality in your area.
- Provide you with the information you need to make informed decisions about your health and the environment.
- Help you understand the air quality in your area.
- Provide you with the information you need to make informed decisions about your health and the environment.
- Help you understand the air quality in your area.
- Provide you with the information you need to make informed decisions about your health and the environment.
- Help you understand the air quality in your area.
- Provide you with the information you need to make informed decisions about your health and the environment.
- Help you understand the air quality in your area.
- Provide you with the information you need to make informed decisions about your health and the environment.



 [Retour à l'accueil](#)

 [Rechercher des produits](#)

AUTRES CATEGORIES

- > Camping rando... petit matériel
- > Canne et bâton de marche
- > Couchage
- > Mobilier de camping, jardin,...
- > Tentes et accessoires

[Accueil](#) > [TERRE](#) > [Camping et randonnée](#) > [Sac à dos](#)

Sac à dos

- > COIN DES AFFAIRES
- > Accessoire de sac à dos
- > Chariots, portage à roues
- > Claie de portage
- > Sac à dos alpinisme
- > Sac à dos enfant
- > Sacs à dos et sacoches pour ordinateurs
- > Sac à dos rando
- > Sacs à dos Grande Randonnée
- > Sac à dos spécial grandes tailles "Dos long"
- > Sacs à dos sports actifs - marche rapide
- > Sacs à dos vélo-VTT
- > Sacs à dos ville
- > Sacs à dos "water resistant"
- > Sac à dos et accessoires trail running-course à pied
- > Sac à dos/sacoche
- > Sacs et sacoches Pro/Intervention



SACS À DOS



Amazon.fr

Amazon.fr

Amazon.fr

Amazon.fr



Guide d'achat

Sacs à dos

Boutique

« Bagages

Sacs à dos et Accessoires
sacs à dos

Accessoires sacs à dos (571)

Sacs de trekking (712)

Sacs à dos de pique-nique (36)

Sacs à dos de randonnée (1 307)

Sacs à dos enfant (605)

Sacs à dos loisir (2 053)

Sacs à dos pour appareil photo (4)

Sacs à dos pour ordinateur portable (631)

Sacs à dos vélos (269)

Sacs à dos à langer (24)

Sacs à dos ski (41)

Sacs à dos snowboard (90)

Option d'expédition (Qu'est-ce?)

Livraison gratuite

SACS À DOS

Pour l'école, les loisirs, la randonnée ou le vélo, découvrez notre vaste sélection de sacs à dos des plus grandes marques comme Dakine, Eastpak ou Vaude.

SACS À DOS



NOS BOUTIQUES

SACS À DOS LOISIR



SACS À DOS DE TREKKING



SACS À DOS PETITE RANDONNÉE



SACS À DOS V

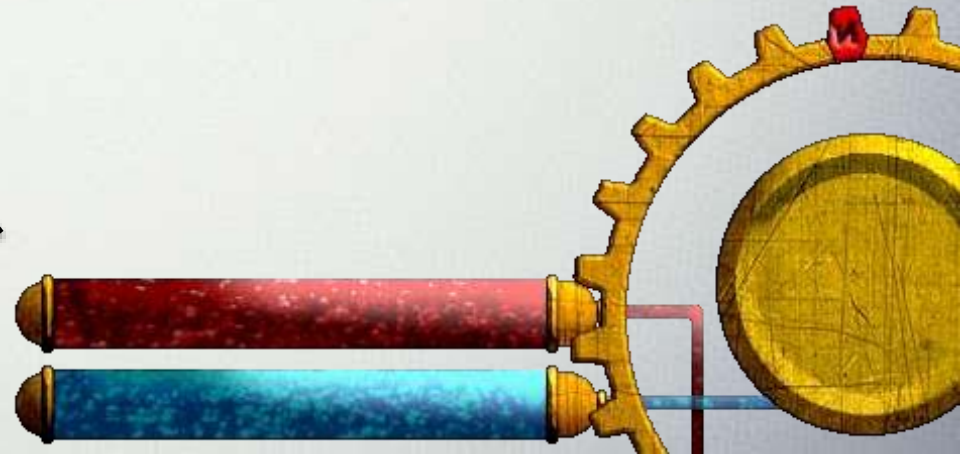


la tête de
l'utilisateur ?

READY ?

Réserve de bonne volonté

Résistance à l'agacement



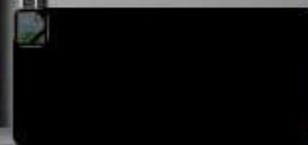


GAMER · MULTIMÉDIA · BUDGET

CONFIGURATIONS GO! LDLC.com

faites votre choix!

à partir de **229€95**



LDLC.COM S'ENGAGE SUR LA QUALITÉ DU TRAITEMENT DE SES AVIS CLIENTS !



ZOOM SUR : INFORMATIQUE



Pièce



Périphérique



Imprimante



Portables



INFORMATIQUE

IMAGE & SON

TÉLÉPHONIE & GPS

JEUX & CONSOLES

CONSOMMABLES

CONNECTIQUE

LOGICIELS

Les plus consultés Nouveautés Top des ventes

Pièce

- Boîtier
- Accessoires boîtier
- Alimentation
- Disque dur
- Disque SSD
- Carte mère
- Carte graphique
- Mémoire PC
- Processeur
- Refroidissement
- Plus de choix...

Périphérique

- Écran PC
- Clef USB
- Disque dur externe
- Clavier/souris
- Imprimante
- Onduleur
- Enceinte PC
- Casque audio
- Musique pro
- Tablette graphique
- Plus de choix...

Portable

- PC Portable
- Portable LDLC
- Portable Apple
- Ultrabook
- Tablette
- Ipad
- Sacs & sacoches
- Extension mémoire
- Refroidisseur
- Accessoires tablette
- Plus de choix...

Ordinateur

- PC LDLC
- Ordinateur Apple
- PC HardWare.fr
- PC de bureau
- Mini PC
- PC tout-en-un
- PC tactile
- Serveur
- Garanties

Réseau

- Carte réseaux
- Switch
- Modem & routeur
- CPL
- Serveur NAS
- Caméra IP
- Domotique
- Plus de choix...

Assistant :
Cartouches & toners

COIN DES AFFAIRES
INFORMATIQUE

Revendeur Agréé
Découvrez notre boutique

USB, eSata, Firewire...
QUEL DISQUE DUR EXTERNE CHOISIR ?
GUIDE

brother at your side
jusqu'à **50€** remboursés

en ligne sécurisé

LDLC.com

à partir de **229€95**

LDLC.COM S'ENGAGE SUR LA QUALITÉ DU TRAITEMENT DE SES AVIS CLIENTS !



ZOOM SUR : INFORMATIQUE



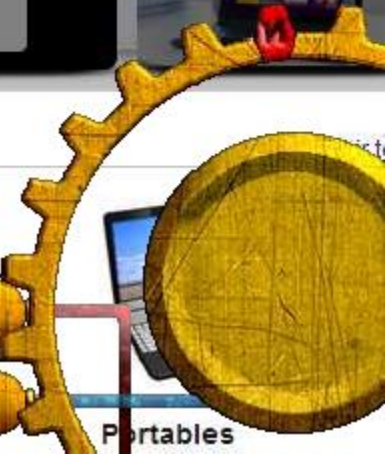
Pièce



Périphérique



Portables



INFORMATIQUE

IMAGE & SON

TÉLÉPHONIE & GPS

JEUX & CONSOLES

CONSOMMABLES

CONNECTIQUE

LOGICIELS

Les plus consultés

Nouveautés

Top des ventes

Pièce

- Boîtier
- Accessoires boîtier
- Alimentation
- Disque dur
- Disque SSD
- Carte mère
- Carte graphique
- Mémoire PC
- Processeur
- Refroidissement
- Plus de choix...

Périphérique

- Écran PC
- Clef USB
- Disque dur externe
- Clavier/souris
- Imprimante
- Onduleur
- Enceinte PC
- Casque audio
- Musique pro
- Tablette
- Plus de choix...

Portable

- PC portable

Réseau

- Réseaux
- Modem & routeur

Où sont les souris ?!

COIN DES AFFAIRES
INFORMATIQUE

Revendeur Agréé
Découvrez notre boutique

50€ remboursés

à partir de **229€95**

LDLC.COM S'ENGAGE SUR LA QUALITÉ DU TRAITEMENT DE SES AVIS CLIENTS !

PAR AFNOR CERTIFICATION

NF SERVICE

ZOOM SUR : INFORMATIQUE



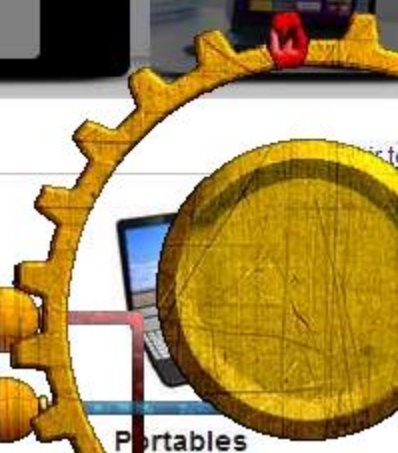
Pièce



Périphérique



Portables



INFORMATIQUE

IMAGE & SON

TÉLÉPHONIE & GPS

JEUX & CONSOLES

CONSOMMABLES

CONNECTIQUE

LOGICIELS

Les plus consultés

Nouveautés

Top des ventes

Pièce

- Boîtier
- Accessoires boîtier
- Alimentation
- Disque dur
- Disque SSD
- Carte mère
- Carte graphique
- Mémoire PC
- Processeur
- Refroidissement
- Plus de choix...

Périphérique

- Écran PC
- Clef USB
- Disque dur externe
- Clavier/souris
- Imprimante
- Onduleur
- Enceinte PC
- Casque audio
- Musique pro
- Tablette graphique
- Plus de choix...

Portable

- PC
- ...
- ...
- ...
- ...
- Sacs &...
- Extension mémoire
- Refroidisseur
- Accessoires tablette
- Plus de choix...

Réseau

- Carte réseaux
- Switch
- Modem & routeur
- CPL
- Serveur NAS
- Caméra IP
- Domotique
- Plus de choix...



COIN DES AFFAIRES
INFORMATIQUE

Revendeur Agréé
Découvrez notre boutique

USB, eSata, Firewire...
QUEL DISQUE DUR EXTERNE CHOISIR ?
GUIDE

brother at your side
jusqu'à **50€** remboursés

à partir de **229€95**

LDLC.COM S'ENGAGE SUR LA QUALITÉ DU TRAITEMENT DE SES AVIS CLIENTS !

ZOOM SUR : INFORMATIQUE

Pièce Périphérique Portables

INFORMATIQUE

IMAGE & SON

TÉLÉPHONIE & GPS

JEUX & CONSOLES

CONSOMMABLES

CONNECTIQUE

LOGICIELS

Rechercher

OK



Paiement en ligne sécurisé

Informatique

Périphérique PC

Clavier, souris, saisie

Souris PC

Besoin d'une souris USB classique ou bien d'une souris haut de gamme conçue pour les jeux vidéo ou la conception 3D ? Envie d'une souris sans fil ergonomique ou bien d'une souris compacte pour ordinateur portable ? Ne soyez pas impressionné par le grand nombre de périphériques informatiques en vente sur LDLC: nos filtres vous aident à faire l'achat de la souris idéale !

Catégories liées : Souris PC portable Souris gamer Souris sans fil Souris bluetooth

FILTRE LES PRODUITS :

Constructeur

Tout(es)

Utilisation

Tout(es)

Prix (en €)

4

Sans-fil

Indifférent

Interface avec l'ordinateur

Tout(es)

[Voir plus de filtres](#)

N'afficher que les produits disponibles

C'est quoi tout ça ?
Je veux juste une belle souris

COMPARER

Produits par page : x48

tous

Affichage :



VOIR LES STOCKS EN BOUTIQUE

Trier par :

Ma

DÉSIGNATION

NOTE

DISPO. WEB

PRIX

GÉNÉRIQUE



Patins de remplacement en téflon pour souris

Donnez une seconde vie à votre souris

+ DÉTAILS



Besoin d'une souris USB classique ou bien d'une souris haut de gamme conçue pour les jeux vidéo ou la conception 3D ? Envie d'une souris sans fil ergonomique ou bien d'une souris compacte pour ordinateur portable ? Ne soyez pas impressionné par le grand nombre de périphériques informatiques en vente sur LDLC: nos filtres vous aident à faire l'achat de la souris idéale !

Catégories liées : [Souris PC portable](#) [Souris gamer](#) [Souris sans fil](#) [Souris bluetooth](#) [Souris optique](#)

FILTRER LES PRODUITS :

Constructeur

Tout(es)

Utilisation

Tout(es)

Prix (en €)

4

450

Sans-fil

Indifférent

Interface avec l'ordinateur

Tout(es)

[Voir plus de filtres](#)

N'afficher que les produits disponibles

FILTRER

Logitech G502 Proteo Core

La souris gamer 100% personnalisable

N°3 des ventes
Souris PC



79,95€



COMMANDEZ



COMPARER

Produits par page :

VOIR LES STOCKS EN BOUTIQUE

Trier par : Ma

DÉSIGNATION

NOTE

DISPO. WEB

PRIX

GÉNÉRIQUE



Patins de remplacement en téflon pour souris

Donnez une seconde vie à votre souris

+ DÉTAILS

Peut être en dessous ?



26 avis

7/10

GÉNÉRIQUE



Patins de remplacement en téflon pour souris

Donnez une seconde vie à votre souris

+ DÉTAILS



ENTRE
7/15 JOURS

4€⁹⁰



3DCONNEXION



3Dconnexion SpaceExplorer

Souris de navigation 3D - USB ...

+ DÉTAILS



3Dconnexion SpaceMouse Pro

Souris de navigation 3D ...

+ DÉTAILS



3Dconnexion SpaceMouse Wireless

Souris de navigation 3D sans fil ...

+ DÉTAILS



3Dconnexion SpaceNavigator - Standard Edition

Souris de navigation 3D - Standard Edition ...

Découvrez la navigation 3D

+ DÉTAILS



3Dconnexion SpaceNavigator for Notebooks

3Dconnexion SpaceNavigator for Notebooks - Souris de navigation 3D

+ DÉTAILS



EN
STOCK

149€⁹⁵



EN
STOCK

119€



GÉNÉRIQUE



Patins de remplacement en téflon pour souris

Donnez une seconde vie à votre souris

+ DÉTAILS

★★★★★
26 avis

ENTRE
7/15 JOURS

4€⁹⁰



3DCONNEXION



3Dconnexion SpaceExplorer

Souris de navigation 3D - USB ...

+ DÉTAILS

RUPTURE

319€⁹⁵

GAME OVER!

Continuer sur un autre site ? **Oui** **Non**



3Dconnexion SpaceNavigator - Wireless

Souris de navigation 3D sans fil ...

+ DÉTAILS

★★★★★
3 avis

EN
STOCK

149€⁹⁵



3Dconnexion SpaceNavigator - Standard Edition

Souris de navigation 3D - Standard Edition ...

Découvrez la navigation 3D

+ DÉTAILS

EN
STOCK

119€⁹⁵



3Dconnexion SpaceNavigator for Notebooks

3Dconnexion SpaceNavigator for Notebooks - Souris de navigation 3D ...

+ DÉTAILS

EN
STOCK

149€⁸⁵





Logitech | 

GO !
Votre sac à dos Port Houston
POUR 1€ DE PLUS
sur une sélection de **périphériques gaming** Logitech

J'EN PROFITE

Offre valable à partir du 06/06/14, et dans la limite des 100 premières pièces.

 GOLDEN MOUSTACHE

48H
SEULEMENT !

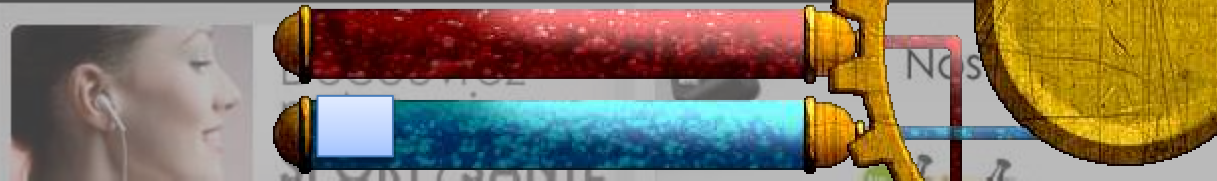
ASUS
IN SEARCH OF INCREDIBLE
CARTES MÈRES Z97

SAMSUNG
VOTRE TABLETTE
POUR 1€ DE PLUS

Logitech | 
VOTRE SAC À DOS
POUR 1€

3 OFFRES
EXCEPTIONNELLES
ASUS

 Les bons plans !
BOUS



Vous savez tout !



Les 5 règles de l'ergonome

1. Se concentrer sur l'utilisateur
2. Faire preuve de bon sens
3. Simplifier
4. Rester humain
5. Se remettre en question

La règle de l'utilisateur



1. Je ne veux pas réfléchir

Tout doit être facile

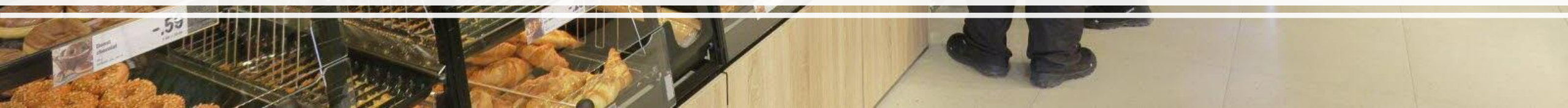
Je ne lis que ce qui m'intéresse

Je clique en me fiant à mon instinct

Si c'est trop compliqué je ne l'utilise pas



Et dans un magasin...



DECATHLON



Les avantages de la RFID pour les clients Decathlon sont nombreux :



Accélérer le passage en caisse,
dans les magasins équipés de lecteurs RFID



Bénéficier de produits à prix toujours raisonnables,
car les coûts sont abaissés (stockage, acheminement, diminution des vols, etc.)



Obtenir un service après-vente plus efficace :
l'échange des produits, achetés en magasin ou sur internet, non utilisés ou sous-garantie, devient possible sans ticket de caisse



Plus de sécurité :
Moins de vols équivaut à des produits moins onéreux



Puce RFID

- Elle permet notamment de disposer d'une visibilité sur la logistique étendue,
- De gagner du temps lors des inventaires
- Ou encore d'améliorer la disponibilité des produits



- Réduction des ruptures de stock de 40,6%
- Augmentation des marges de 60,7%

Pour le client: diminution du temps passé en caisse



- 73% des clients renoncent à tout ou partie de leurs achats s'ils doivent attendre plus de 5 minutes
- 70% des clients reviendront difficilement s'ils ont attendu trop longtemps dans une file d'attente.

North face xp



https://www.youtube.com/watch?time_continue=69&v=FSfkE4emoBE





Avec la montée en puissance de l'e-commerce, le magasin ne peut plus aujourd'hui être un simple lieu physique. Ce qui ne signifie pas pour autant que le magasin traditionnel est mort, il doit juste opérer sa mue et se réinventer. Avec comme mot d'ordre principal, l'expérience client.

Le siècle du digital



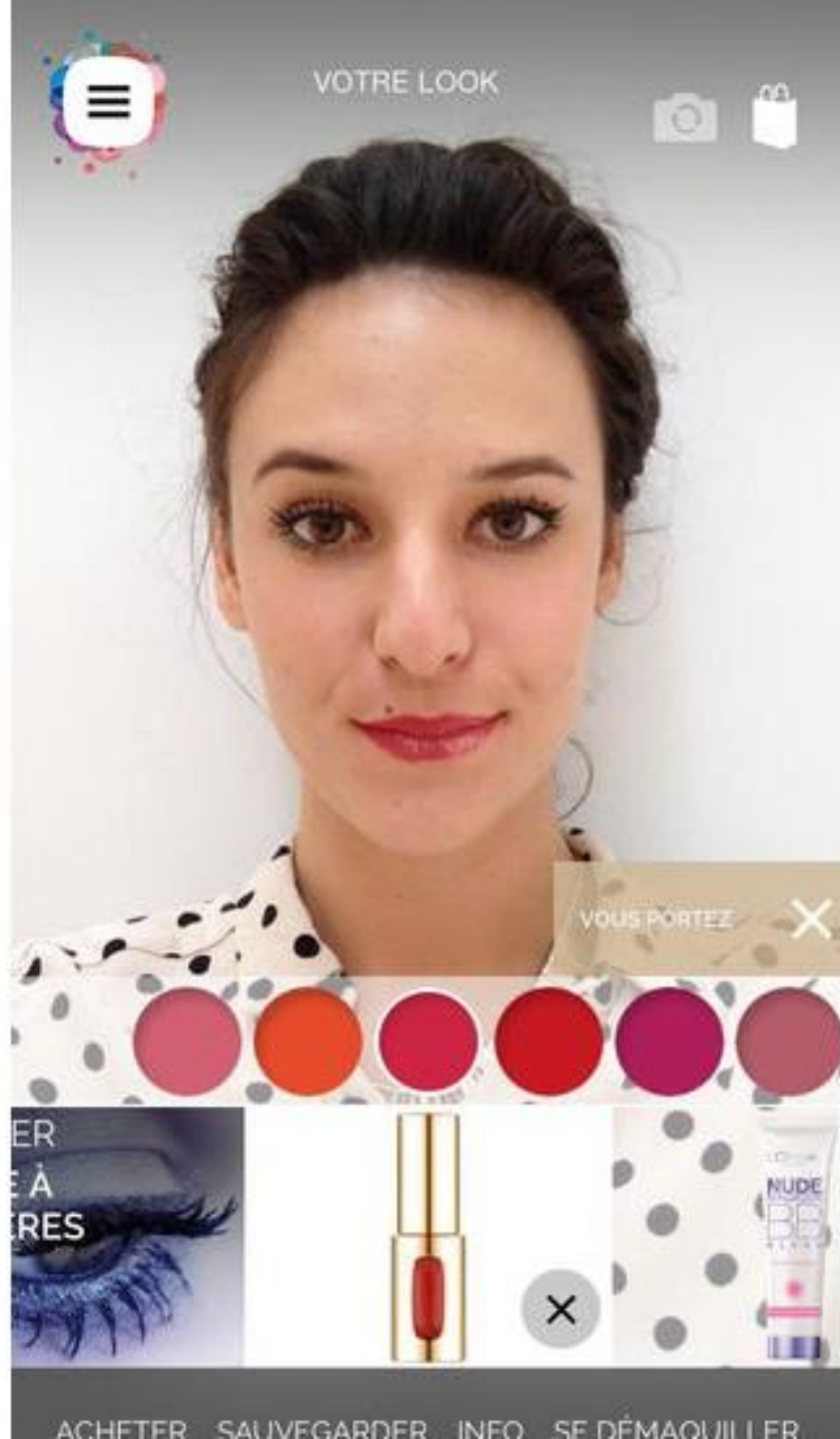
Les enseignes qui disposent de magasins physiques doivent se réinventer pour demeurer attrayantes et résoudre une équation complexe : comment composer avec l'e-commerce et l'omnicanal quand on opère une chaîne de magasins physiques?



MAKEUP GENIUS[®]

Start to makeup!

L'ORÉAL
MAKEUP DESIGNER / PARIS



Quel est le message?





Mac Timeline Your First Mac



1985 >



<https://www.youtube.com/watch?v=VtvjbmoDx-I>



Comment toucher sa cible?

1. Ux

2. Buzz

3. SEO

4. SEA

5. SMO

6. Co-création

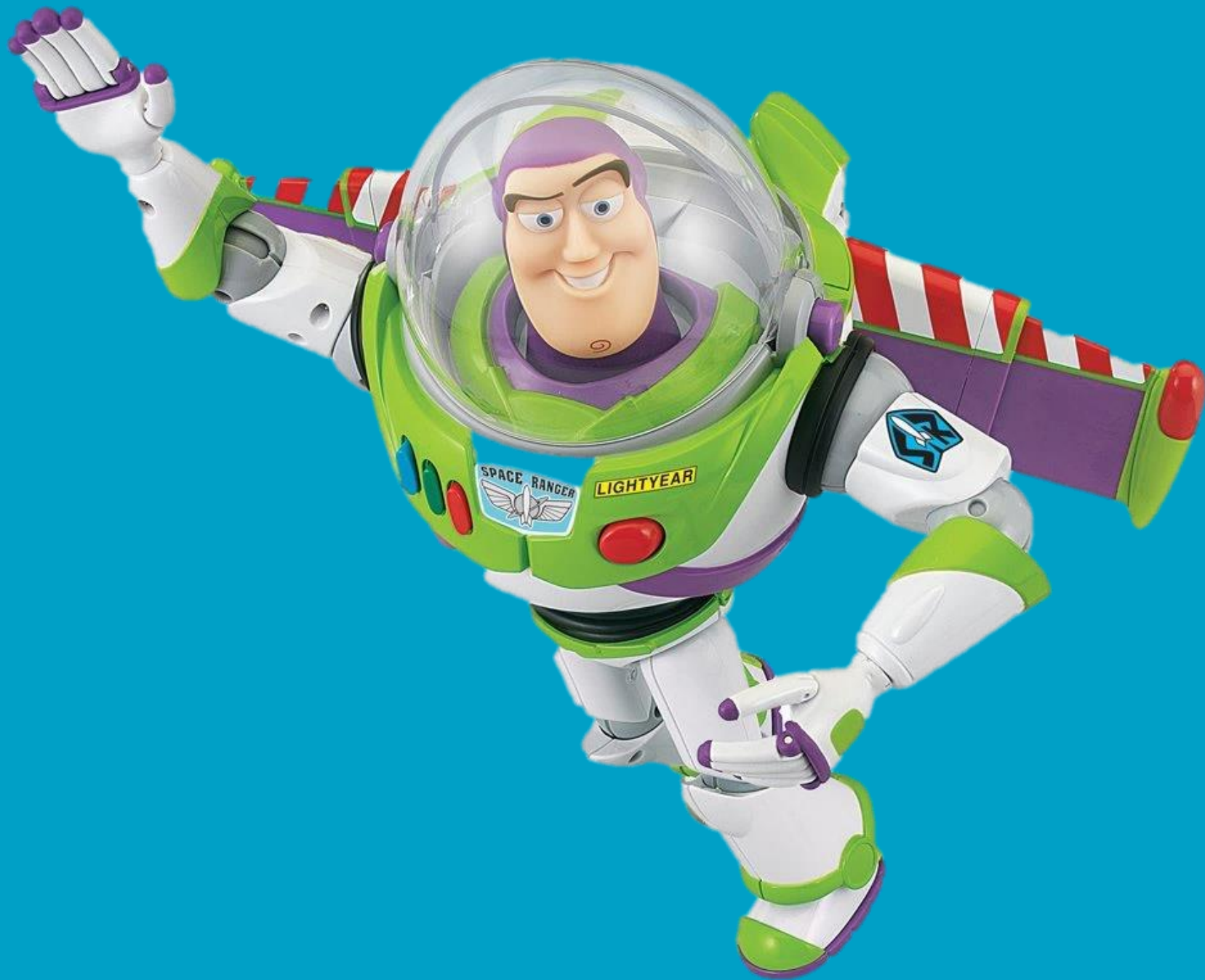
7. Contact direct

8. E-publicité (display)

9. L'e-mailing

10. Affiliation

11. Growthhaking





Le buzz marketing

Le bouche à oreille électronique

- Les objectifs
 - Développer sa visibilité
 - Améliorer sa notoriété
 - Augmenter ses ventes
 - Communiquer rapidement

Le buzz marketing comme un moyen de communication qui vise à faire parler d'un bien ou d'un service.

Le buzz marketing est un dérivé d'un phénomène vieux comme le monde :

Le bouche à oreille.

On parle également de Marketing Viral mais à tort Le marketing viral représente les mécanismes d'invitation et de recommandation vers des amis, des proches, des connaissances.





En juillet 1996...



hotmail

PS I love you. Get your free email at Hotmail

Impact?

18 millions d'utilisateurs en 12 mois





Avantages et risques

2 avantages :

- le coût d'une opération et
- la vitesse de propagation du contenu.

Les actions de buzz-marketing peuvent également être couplées à des opérations de street marketing sur des cibles locales (affichage sauvage, stickers, détournement du mobilier urbain...).

Attention : vous ne maîtrisez pas la chaîne de diffusion de l'information.

Vous êtes simple spectateur

Les internautes et les relais d'opinion vont communiquer librement sur votre produit ou sur votre entreprise. Assurez-vous que votre produit est un bon produit, sinon la sanction peut être rapide sur le web.

Une autre limite du buzz marketing : retombée. Les retombées se mesurent sur des critères comme le trafic généré ou la notoriété de la marque, et non pas sur un taux de transformation.



Avant de se lancer

- Être original, créatif et interactif.
- Se servir de la technologie au service de la création et non l'inverse.
- Prendre le temps de comprendre la cible, sa mentalité, son univers, ses comportements.
- Ne pas se contenter de prendre une idée parce qu'elle est bonne (flash mobs par exemple), mais s'assurer de sa cohérence avec le message et envers la cible.
- Récompenser les contributeurs (pas forcément en dotation).
- Encourager la viralité par un outil de transmission (module « envoyer à un ami », « insérer dans un blog » ...)
- D'abord se demander quelle est la cible avant d'opter pour un buzz marketing.
- Définir les objectifs avant de définir les moyens d'action et les médias à utiliser.



« Si on avait écouté les automobilistes, on n'aurait jamais inventé la voiture. Ce qu'ils voulaient, c'était simplement des chevaux plus rapides. »
(Henri Ford)



Pour créer le buzz

- L'humour
- La transgression
- Le ciblage

**Le maître mot avant tout est
la créativité.**



On va chercher à...

- Créer du divertissement plutôt qu'une simple publicité
- Bâtir une expérience de marque
- Raconter une histoire



<https://www.youtube.com/watch?v=UJQWHyWSoiM>

PUSH TO ADD DRAMA



NIKE FOOTBALL

NIKE FOOTBALL

NEXT GOAL WINS



NEXT GOAL WINS



NEXT GOAL WINS

Une famille bien allumé

<https://www.youtube.com/watch?v=ILXYuj00ST4>



Et sans millions de budgets Pub?

Always

https://www.youtube.com/watch?time_continue=24&v=uRjXDixe15A

Culture pub et l'ours...

<https://www.youtube.com/watch?v=8vbgEYRtcL0>



Le buzz marketing

Le bouche à oreille électronique

- Les objectifs
 - Développer sa visibilité
 - Améliorer sa notoriété
 - Augmenter ses ventes
 - Communiquer rapidement

Le buzz marketing comme un moyen de communication qui vise à faire parler d'un bien ou d'un service.

Le buzz marketing est un dérivé d'un phénomène vieux comme le monde :

Le bouche à oreille.

On parle également de Marketing Viral mais à tort Le marketing viral représente les mécanismes d'invitation et de recommandation vers des amis, des proches, des connaissances.



JEUDI 21 MARS 2013

CARAMBAR ANNONCE
LA SUPPRESSION DES BLA

CARAMBAR



CARAMBAR

LE CHANGEMENT C'EST DANS...

JOURS HEURES MINUTES SECONDES
3 14:27:53



La Fin des blagues...

#cetaituneblague



CARAMBAR

TROUBLES DE L'ÉLECTION?



ÇA SE SOIGNE...

POUR VOTER EN 2014,
JE M'INSCRIS EN 2013 !



Pourquoi ça peut marcher ?

- Le consommateur n'est plus passif
- Public difficile à fidéliser
- Fragmentation de l'audience
- Consommateur se sent expert en marketing et en communication
- Perte de confiance dans le discours des marques
- Le terme marketing est même devenu péjoratif



**« Personne ne lit les publicités.
Les gens lisent ce qui les
intéresse. Parfois, c'est une
publicité »
(Howard Gossage)**



« Les marques qui gagneront sur Internet ne seront pas celles qui raconteront les plus belles histoires mais celles dont les consommateurs raconteront les plus belles histoires »

**Remettre le consommateur
au centre de la discussion**



Du Buzz au Bad Buzz...

« Parce que les accidents n'arrivent pas qu'aux autres, la GAV (Garantie des accidents de la vie) de la Caisse d'Épargne prend aussi en charge les séquelles temporaires... »



« On a voulu utiliser les codes des réseaux sociaux, on s'est planté »

Echec...





LEAVE YOUR WORRIES BEHIND.
With Figo's extra-large boot.



LEAVE YOUR WORRIES BEHIND.
With Figo's extra-large boot.



Go Further



LEAVE YOUR WORRIES BEHIND.
With Figo's extra-large boot.



Go Further



Stephanie Yeboah 
@NerdAboutTown



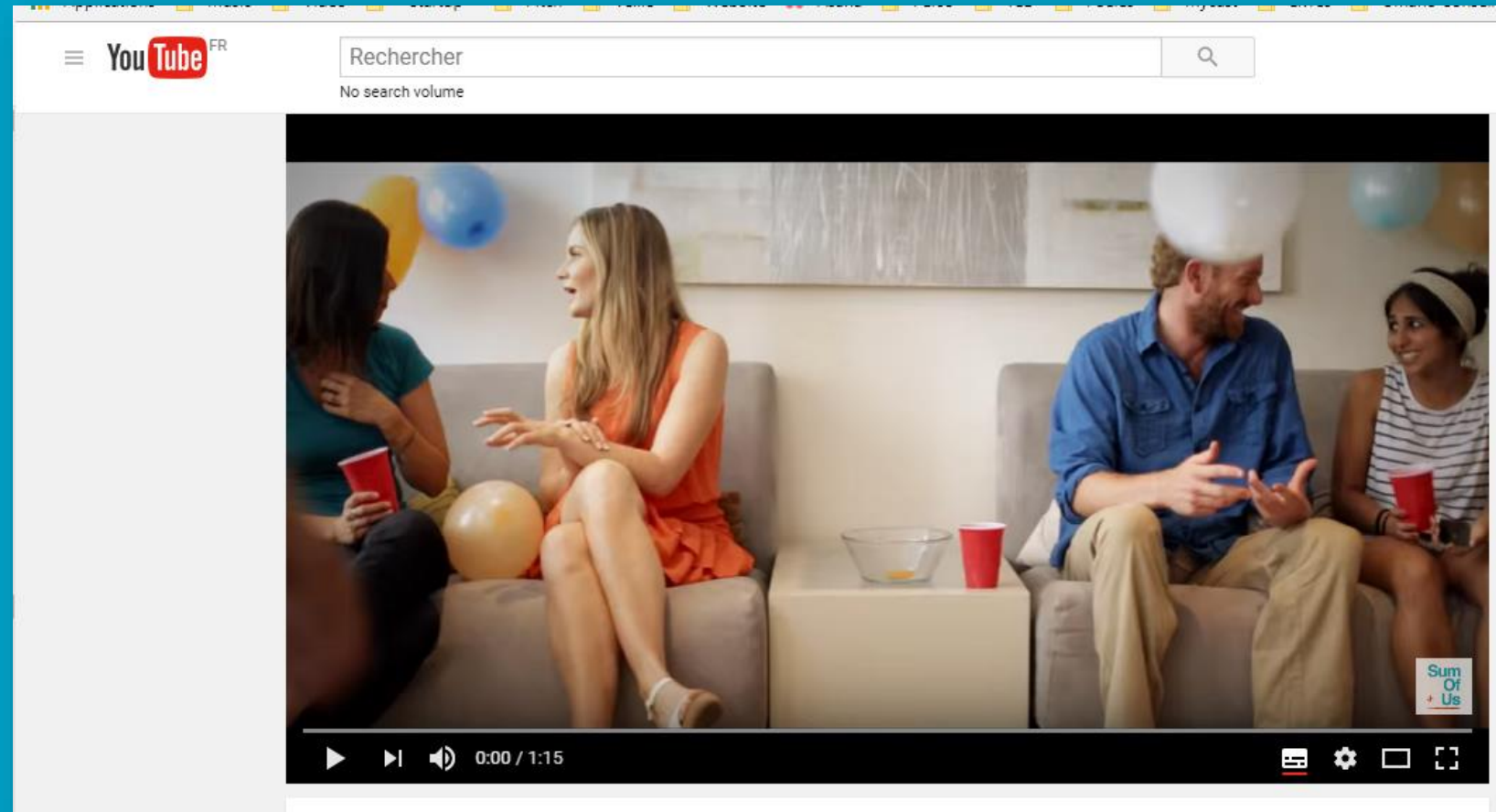
Whose idea was it at [@hm](#) to have this little sweet black boy wear a jumper that says 'coolest monkey in the jungle'?

I mean. What.



Doritos et la e-guerilla

- Utilisation d'huile de palme
- Attaqué par l'association des consommateurs SumofUs
- 760 000 vues en 4 jours



En vidéo, ça donne ça!

<https://www.youtube.com/watch?v=VPlxNhEc2IA>



A Cheesy Love Story - The Ad Doritos Don't Want You to See



SumOfUs

S'abonner 4,4 k

3 663 402 vues

Ajouter à Partager Plus

7 584 709



C'est vraiment
efficace tout ça?



**CHAQUE FOIS QUE VOUS DÉPENSEZ DE L'ARGENT
VOUS VOTEZ POUR LE TYPE DE MONDE QUE VOUS VOULEZ**

ANNA LAPPE

 **BOYCOTTER**
PARTICIPER AUX CAMPAGNES

 **ÉVALUER**
RENFORCER LES FUTURES CAMPAGNES

 **SE LANCER**
CRÉER UNE NOUVELLE CAMPAGNE

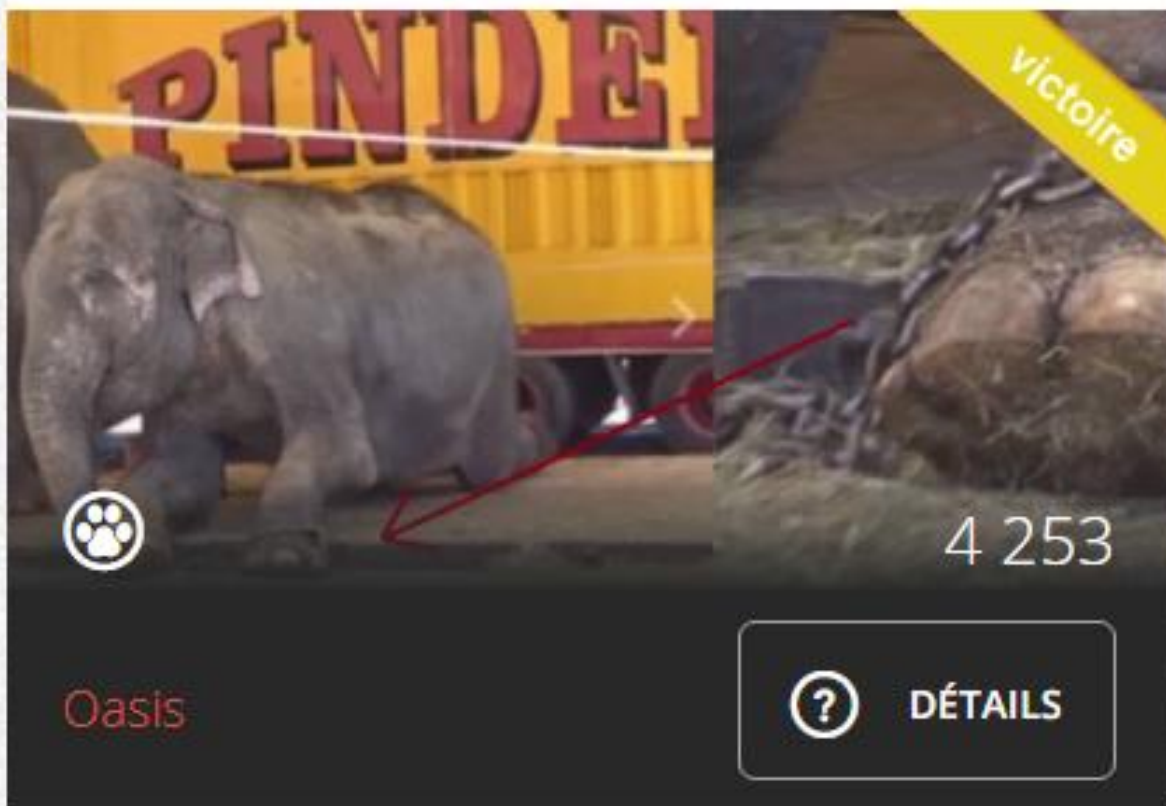
[🔗 COMPRENDRE LE BOYCOTT BIENVEILLANT](#)



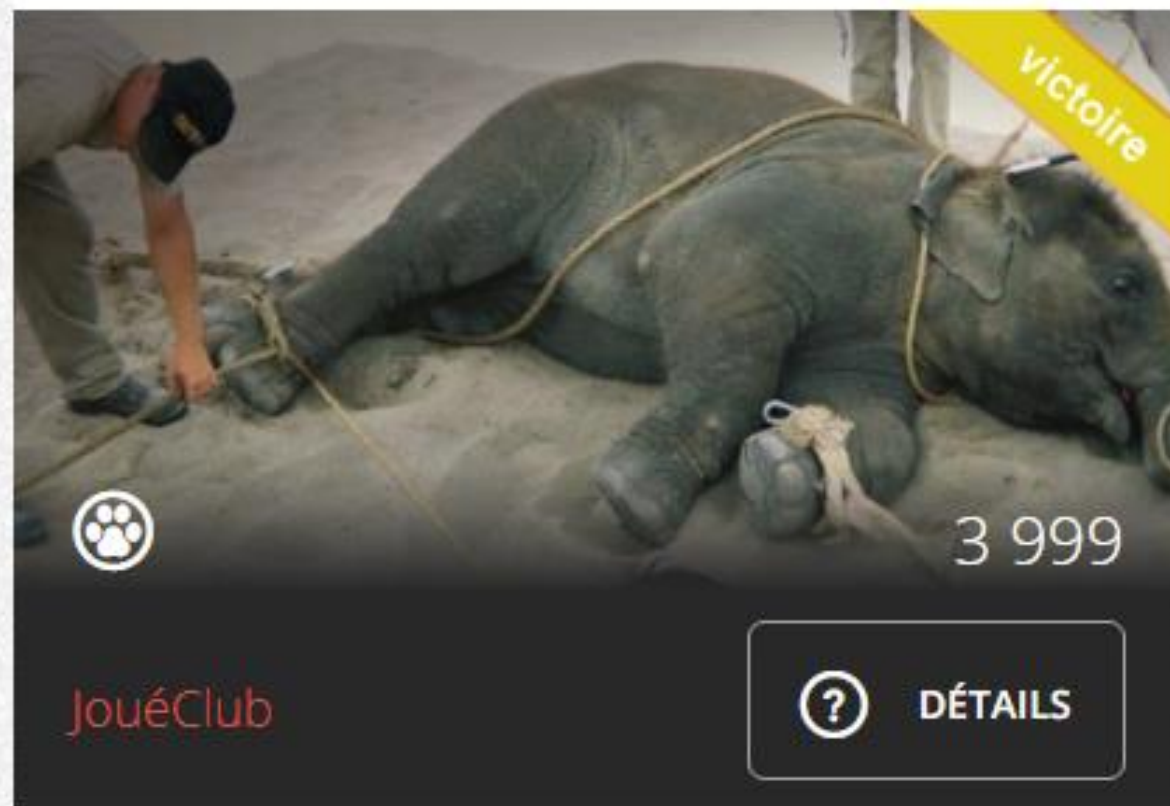
UN LEVIER PUISSANT POUR UN DIALOGUE OUVERT



Pinder détenteur d'animaux esclaves



cirque Pinder avec animaux sauvages



McDo Vc Burger King

Février 2016

Réaction en moins de 3 jours

McDo joue sur un terrain
qui n'est pas le sien



AVEC PLUS DE 1000 McDRIVE™
McDONALD'S EST PLUS PROCHE DE VOUS.

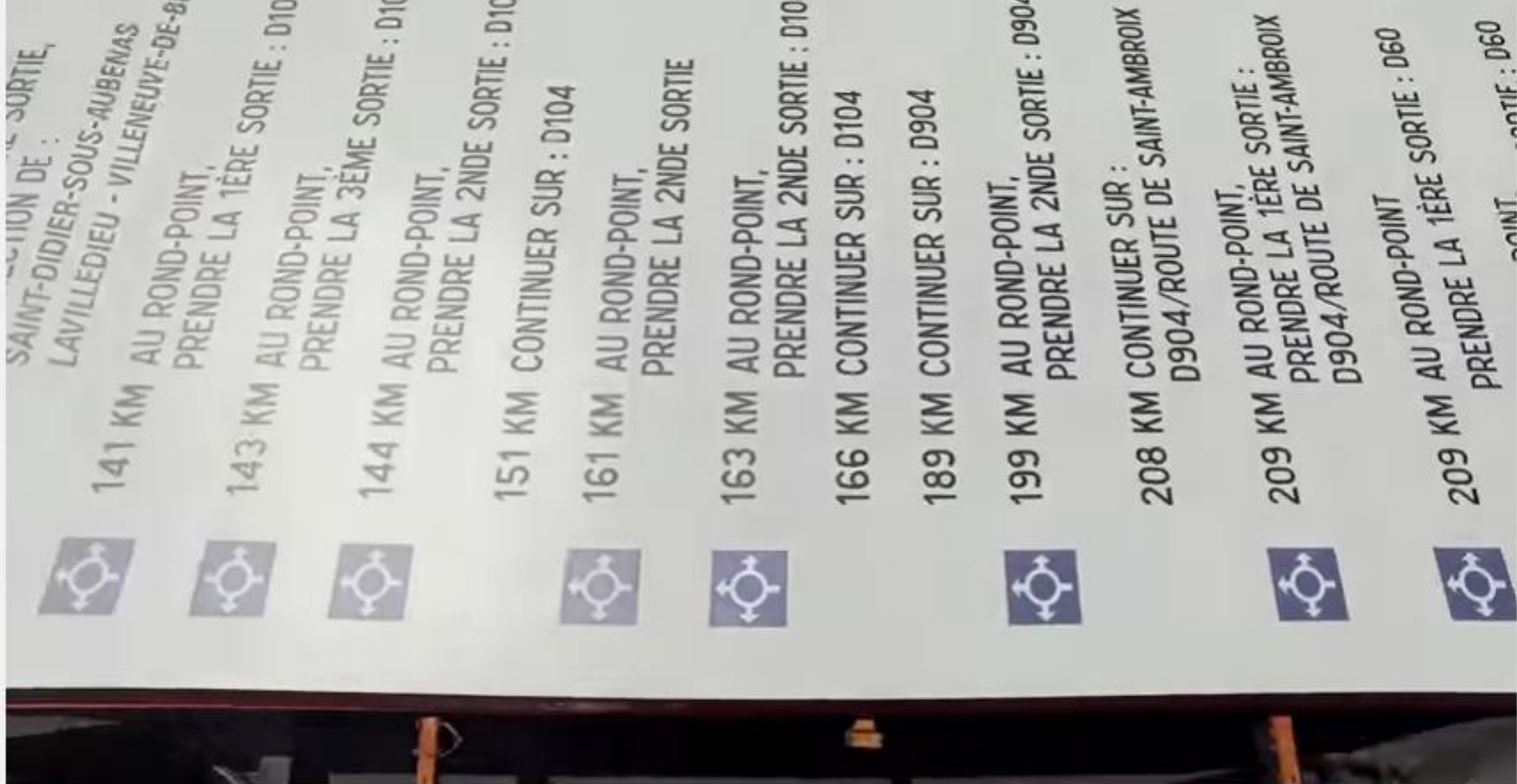
TROUVEZ LE VÔTRE SUR: WWW.RESTAURANTS.MCDONALDS.FR

Plusieurs établissements sont situés entre Bruxelles et Paris (France). [N] est l'initiale de McDonald's, SA, une société en état, dont le siège social est situé à Paris, France. [B] est l'initiale de Burger King, une société en état, dont le siège social est situé à Atlanta, Géorgie, États-Unis. [M] est l'initiale de McDrive, une marque de McDonald's, SA, une société en état, dont le siège social est situé à Paris, France. [D] est l'initiale de Drive, une marque de Burger King, une société en état, dont le siège social est situé à Atlanta, Géorgie, États-Unis. [K] est l'initiale de King, une marque de Burger King, une société en état, dont le siège social est situé à Atlanta, Géorgie, États-Unis. [S] est l'initiale de Super, une marque de Burger King, une société en état, dont le siège social est situé à Atlanta, Géorgie, États-Unis. [T] est l'initiale de Total, une marque de Burger King, une société en état, dont le siège social est situé à Atlanta, Géorgie, États-Unis.

Février 2016
Réaction en moins de 3 jours
McDo joue sur un terrain
qui n'est pas le siens



**L'ENVERS
DU DECOR**
INUTILE D'AVOIR 1000 MC DRIVE
QUAND ON A 1 SEUL WHOPPER'



BURGER KING dévoile la fin de la publicité McDonald's



BURGER KING® FRANCE

S'abonner 3,9 k

1 832 808 vues

+ Ajouter à

Partager

Plus

14 730

864

Réponse de Bk...

ICI PROCHAINEMENT



Urban™ Le Pharaon

@UrbanLePharaon

Suivre

Dépêchez vous d'ouvrir à Toulon vous allez être ma 2 eme maison 🏠🍔 @BurgerKingFR

Repost Partager Plus


D'ACCORD @URBANLEPHARAON, MAIS NE COMPTE PAS SUR NOUS
POUR FAIRE TES LESSIVES.

TOULON





Centre commercial Mayol



T 
@vanoukia

 Suivre

Quand il y aura un burger king a Lille jvous
payerai tous un menu,retenez bien

 Répondre  Retweeter  Favori  Plus

**CHÈRE @VANOUKIA, HEUREUSEMENT QUE PERSONNE
N'A IMPRIMÉ TON TWEET SUR UNE BACHE.**

ICI PROCHAINEMENT





Un bad buzz peut naître de nombreuses manières

- Une erreur de la marque
- manque d'expérience de la marque sur les médias sociaux
- la maladresse d'un community manager
- clients révoltés par une mauvaise expérience de la marque, de l'utilisation du produit ou d'un service
- d'actions commanditées et d'attaques
- ou encore d'une mauvaise gouvernance de l'entreprise



France3 Aquitaine

@F3Aquitaine




Jérôme #Cahuzac lance
officiellement sa Fondation pour
une moralisation de la vie politique
@le_gorafi ->>bit.ly/13XVrH4

06/05/13 12:48



Police Nationale 

@PNationale

 Suivre

Je viens d'atteindre 155 mères dans #Banana Kong.
Télécharge-le sur l'App Store et essaie de me battre !

 Répondre  Retweeter  Favoris  Plus

51
RETWEETS

18
FAVORS



8:18 AM - 3 Août 12

Je
3/SUISS**ES**
CHARLIE





3Suisse

8 janvier, 12:42 · 🌐

A la lecture de certains de vos commentaires, nous voulons réaffirmer notre démarche. Ce n'est en aucun cas un message à caractère commercial mais bien une démonstration de notre engagement citoyen. Cela nous a paru naturel d'associer notre signature à celle de Charlie Hebdo en signe de solidarité.

3Suisse, ce sont des femmes et des hommes attachés à la liberté d'expression qui sont très touchés par ce drame et ont voulu en témoigner. Aujourd'hui, tous les collaborateurs 3Suisse sont Charlie.

J'aime · Commenter · Partager · Hootlet · 🍷 472 🗨️ 312 ↻ 25



3Suisse

8 janvier, 18:24 · 🌐

Depuis ce matin vous êtes nombreux à réagir sur la manière dont nous avons exprimé notre solidarité face aux terribles événements d'hier. Notre intention était de prendre part au mouvement de solidarité sans précédent qui mobilise les Français.

Nous regrettons d'avoir heurté ou choqué en ces moments d'intense émotion. Jamais nous n'avons voulu en faire une quelconque démarche commerciale ; que cela ait pu être interprété de la sorte dans un tel contexte a profondément peiné nos équipes dont l'émotion était déjà forte. Oui, aujourd'hui nous sommes tous Charlie.

Comme plusieurs de nos amis sur Facebook nous l'ont recommandé nous optons désormais pour l'emploi du visuel communément utilisé sur les réseaux sociaux.



J'aime · Commenter · Partager · Hootlet · 🍷 255 🗨️ 121 ↻ 17

JE SUIS CHARLIE

Hommage aux victimes de l'attentat
et pensée émue pour Cabu qui
partageait son talent avec nous
en 2009.

velib'
PARIS LE PLUS



*Casser un velib, c'est facile...
il ne peut pas se défendre.*

Menu Présentation

Voir l'image sur Twitter



Nadine Morano

@nadine__morano

Suivre

Théâtre de verdure comble au #CampusNice autour
de @jpraffarin @cestrosi @JeanROTTNER
@RKaroutchi. #UMP

11:43 - 7 Sept 2014



alain auffray

@alainauffray

A Nice, la France attend #Sarkozy. Un bide.
#CampusUMP

11:43 - 7 Sept 2014

252 RETWEETS 73 FAVORIS

Réponse à une crise





En vidéo



Quel est le
message?



Et ici?



VW et moi



Qu'est ce qui a
changé?



DieselGate

2014 L'université de
Virginie – Occidentale
teste 12 voitures
diesel européennes





Emet 22,6 fois plus
de NO_x que le seuil
autorisé



Les oxydes d'azote sont une famille de molécules comprenant notamment le monoxyde d'azote (NO) et le dioxyde d'azote (NO₂). Ces gaz se forment dans le moteur, lors de la combustion du carburant, à haute température.



11 millions de véhicules de ses
marques Volkswagen, Audi, Seat,
Škoda et Porsche sont concernés à
travers le monde



Septembre 2015, VW reconnaît
*avoir installé un système qui
rend inopérant certains
éléments du système
antipollution en marche normale*

Communiquer mais autrement



Dans les mois qui suivent, Matthias Müller n'hésite pas à se retrousser les manches pour allumer des contrefeux face à une pression politico-médiatico-financière qui ne desserre pas si facilement son étreinte. En effet, les plaintes de consommateurs essaient et s'accumulent un peu partout. Les poursuites judiciaires et les enquêtes policières embrayent dans de multiples pays où est commercialisée la marque. Les décideurs politiques réclament çà et là un durcissement des normes à l'égard des moteurs diesel dont Volkswagen s'est longtemps fait le chantre. Jusqu'en mars 2016, la couverture médiatique de la crise ressemble plus à un parcours de stock-car qu'à une paisible course d'endurance pour l'industriel allemand. Tactiquement et sans en faire des tonnes, Volkswagen va progressivement redresser une trajectoire réputationnelle bien mal embarquée au départ.

The screenshot shows the top navigation bar with links for ACCUEIL, ACTUALITÉS, FAQ, and MON COMPTE. Below the navigation, there are several promotional tiles:

- Top Left:** A dark tile with a calendar icon, date "13.03.2016", hashtag "#VWETMOI", and text: "Plus que nos voitures, vos histoires. Découvrez les histoires de François et Maïa."
- Top Right:** A blue tile with a computer icon and text: "Inscrivez-vous et profitez du suivi de votre véhicule". Below it are buttons for "S'inscrire" and "Découvrir le site".
- Middle Left:** A dark tile with a calendar icon, date "20.06.2016", hashtag "#SHOP", and text: "-20 % de remise sur Volkswagen Shop".
- Middle Center:** A light grey tile with the VW logo and text: "Volkswagen vous informe. Correction des écarts d'émissions de NOx."
- Middle Right:** A dark tile with a calendar icon, date "23.06.2016", hashtag "#NOUVEAU TIGUAN", and text: "Le Nouveau Tiguan décroche les cinq étoiles aux crash-tests Euro NCAP".

En dépit du scandale et du mécontentement de nombreux propriétaires de véhicules de la marque, VW maintient ainsi ses campagnes publicitaires, promet des indemnités pour les personnes impactées et supprime son slogan historique « Das Auto », devenu quelque peu déplacé et arrogant au regard du contexte présent. En France, le constructeur opère même dès le 13 mars, une lente reconquête de l'opinion publique avec le lancement de la campagne VW et Moi. Objectif : solliciter les souvenirs et les instants de vie joyeux des possesseurs de Volkswagen en partageant leurs clichés personnels, voiture à l'appui, sur un site Web dédié et sur les réseaux sociaux à travers le hashtag #VWetMoi. Le dispositif a été déployé depuis dans d'autres pays européens avec à la clé plusieurs milliers de contributions. Lesquelles certes n'effacent pas intrinsèquement le fond du problème lié au « dieselgate » de VW mais qui permettent au moins de réhumaniser une marque passablement bousculée par la polémique.



Meilleure pub de
tous les temps 😊



Michel et Augustin

- En février 2016, L214 lance une attaque ciblant Michel et Augustin :
- Film
- site Web,
- pétition,
- harcèlement digital
- ...



**Michel et
Augustin**





✓ oui aux alternatives !

✓ Je fais un don



Dernière minute :

Succès !

Quelques heures après la mise en ligne de notre pétition, Michel & Augustin annoncent qu'ils renoncent aux oeufs de poules en cages pour l'ensemble de leurs produits, avec l'objectif d'y parvenir d'ici octobre 2016.

Merci pour votre mobilisation !



Connaissez-vous Michel et Augustin, les trublions du *dégout* ?

Une communication joviale et bon enfant, mais des produits aux oeufs de poules élevées en batterie ! Derrière l'emballage, la vie misérable des poules entassées dans des cages, sans pouvoir étendre leurs ailes ni voir un rayon de soleil.

Et ça, ça n'est pas comique, c'est cruel. Regardez la vidéo et agissez pour que cela change.



06:55 95%

Michel et Augustin
12 300 Tweets

Tweets Média J'aime

En réponse à @L214

En réponse à @Isabellig75

Michel et Augustin @Michel_Augustin 2j
Bonjour @Isabellig75 pour tout comprendre : bit.ly/1T6qMDR
@L214

En réponse à @lionelmeyer68

Michel et Augustin @Michel_Augustin 2j
Merci @lionelmeyer68 pour tout comprendre du pourquoi du comment : bit.ly/1T6qMDR
@L214

En réponse à @Fredbouba

Michel et Augustin @Michel_Augustin 2j
A force de ramer, la barque avance : bit.ly/1T6qMDR
@Fredbouba @L214

Accueil Notifications Messages Moi

06:54 100%

Michel et Augustin
12 300 Tweets

Tweets Média J'aime

en détails par ici : bit.ly/1T6qMDR

En réponse à @Maud2607

Michel et Augustin @Michel_Augustin 1j
@Maud2607 On vous explique tout sur le sujet par ici : bit.ly/1T6qMDR
On avance. Vraiment

Michel et Augustin @Michel_Augustin 1j
@maredesbois_ On avance vraiment sur le sujet ! On vous explique tout par ici : bit.ly/1T6qMDR

En réponse à @Popcom24

Michel et Augustin @Michel_Augustin 1j
@Popcom24 @michel_augustin Oh elles sont TRÈS chouettas !

Accueil Notifications Messages Moi

06:54 100%

Michel et Augustin
12 300 Tweets

Tweets Média J'aime

En réponse à @bandiseb

Michel et Augustin @Michel_Augustin 1j
@bandiseb On vous explique TOUT par ici : bit.ly/1QlawJl
On avance vraiment sur la question !

En réponse à @coustinou

Michel et Augustin @Michel_Augustin 1j
@coustinou On vous dit TOUT par ICI : bit.ly/1QlawJl
Le pourquoi du comment de la question, nos avancées...

En réponse à @pinceaunette

Michel et Augustin @Michel_Augustin 1j
@pinceaunette On vous explique TOUT sur la question et nos avancées par ici : bit.ly/1QlawJl

Accueil Notifications Messages Moi

Bonjour !

A Paris, le 7 février 2016



Le pourquoi du comment sur la question des poules, des œufs,
de la vie et de notre mission en tant que trublion supersonique
;))

1/ Le GRAND résumé

Depuis quelques temps, l'association L214 nous bouscule sur LA provenance des œufs de nos recettes supersoniques.

Nous sommes une étrange tribu, sensibles à de nombreuses causes et animée
par l'envie de faire sourire le monde en concoctant des recettes ultra gourmandes,
à partir d'ingrédients simples et de grande qualité.

Sur la question des œufs de poule, nous avons déjà fait un GRAND pas.

En mai 2016, 100% de nos biscuits sucrés ou salés seront produits
avec des œufs plein air ou des œufs de poules élevées au sol (petites baguettes).

Et nous allons TOUT faire pour que nos deux mousses soient 100% plein air avant la fin de cette année.

Nous visons octobre. Et promis, si une 3ème mousse pointe le bout de son nez, elle sera 100% plein air.

Il y a beaucoup d'autres sujets qui nous tiennent à cœur. La virulence ne fait pas avancer les choses plus vite.

En tout cas, ce n'est pas notre manière de voir la vie ;)

2/ L'histoire dans tous ses détails

Depuis quelques jours, un chouïa + même, l'association « éthique & animaux L214 »
nous challenge, chatouille, bouscule sur Facebook et Twitter, aux portes ouvertes des Bananeraies à Paris et à Lyon,
dans nos animations en magasins, sur LA provenance des œufs que nous incorporons dans nos recettes supersoniques.

Petit rappel technique

1/ A la Bananeraie, notre rêve ? Faire sourire le monde en concoctant des recettes ultra gourmandes,
à partir d'ingrédients simples et de grande qualité.

2/ Nous sommes une étrange tribu, composée d'homo sapiens sapiens sensibles
à de nombreuses causes, petites, grandes, moyennes :
la joie de vivre, l'entrepreneuriat, le sens de l'effort, le respect de notre planète, la santé, le sport,



**BRADLEY
COOPER**

**ABBIE
CORNISH**

ET
**ROBERT
DE NIRO**

Et si une pilule
pouvait vous permettre de devenir
intelligent, riche et puissant ?

LIMITLESS

RELATIVITY PRESENTS AN INTERMEDIA FILM A VIRGIN PRODUCTION THE PRODUCTION ROGUE BY MANY RIVERS, BOY OF THE YEAR AN ASSOCIATION WITH INTERMEDIA FILM IN THEATRE BY NEIL BURGER
BRADLEY COOPER, ABBIE CORNISH ET ROBERT DE NIRO, "LIMITLESS" ANDREW HOWARD ANNA FRIEL COSTUME DOUGLAS AIGEL SUPERVISOR MICHAEL HAPPY WALTERS SEASON KENT MUSIC BY PAUL LEONARD-MORGAN
EDITED BY JENNY GERINGS PRODUCTION DESIGNER NAOMI GERAGHTY TRACY ADAMS EXECUTIVE PRODUCERS PRINZIA VON BRANDENSTEIN PRODUCED BY JO WILLEMS DIRECTOR OF PHOTOGRAPHY PATTY LONG CO-PRODUCER KENNETH HALSBAND
PRODUCTION DESIGNER TUCKER TOOLEY BRADLEY COOPER JASON FELTS PRODUCTION DESIGNER LESLIE DIXON SCOTT KROOPF RYAN KAINAUGH EXECUTIVE PRODUCER ALAN GILLYN PRODUCED BY NEIL BURGER



Comment toucher sa cible?

1. Ux
2. Buzz
- 3. SEO**
4. SEA
5. SMO
6. Co-création
7. Contact direct
8. E-publicité (display)
9. L'e-mailing
10. Affiliation
11. Growthhaking

Impact référencement CA



achat manteau



Manteaux femme | Achat en ligne sur Zalando

<https://www.zalando.fr/manteaux-femme/> ▼

Commandez des **manteaux** femme sur la boutique => Zalando ✓ Livraison gratuite ✓ Large choix en ligne avec de nombreuses tendances mode !

Manteaux en ligne | À commander sur Zalando

<https://www.zalando.fr/manteau/> ▼

Protégez vous du froid ! Retrouvez les **manteaux** en ligne sur Zalando => Livraison et retour gratuits =< Faites votre choix parmi plus de 100 000 articles de mode !
[GAP](#) · [Guess](#) · [Mango](#) · [Anna Field](#)

Vestes et manteaux femme - Galeries Lafayette

<https://www.galerielafayette.com/c/femme-pret-a-porter-vestes+et+manteaux> ▼

Vestes et **manteaux** : profitez des tendances et collections femme. Des marques de luxe ... **Manteau** droit mi-long laine et angora Gerard Darel. 295,00 €. **Achat** ...

Manteau, Doudoune et Veste Femme - Achat Manteau, Doudoune et ...

<https://www.lahalle.com/vetements/femme/manteau-doudoune-veste> ▼

Découvrez nos réductions & petits prix sur l'offre **Manteau**, Doudoune et Veste Femme sur La Halle ! Livraison et retour gratuits en magasin.

Manteau femme - Achat / Vente Manteau femme pas cher - Cdiscount

Activer Windows
Accédez aux paramètres

Prenons de la hauteur



Le **SEARCH ENGINE** marketing

Le référencement naturel et les liens sponsorisés



Les objectifs

- Augmenter la notoriété
- Développer la fréquentation du site
- Augmenter la visibilité sur les moteurs de recherche
- Utiliser un nouveau canal de communication et de prospection



SEO + SEA = SEM

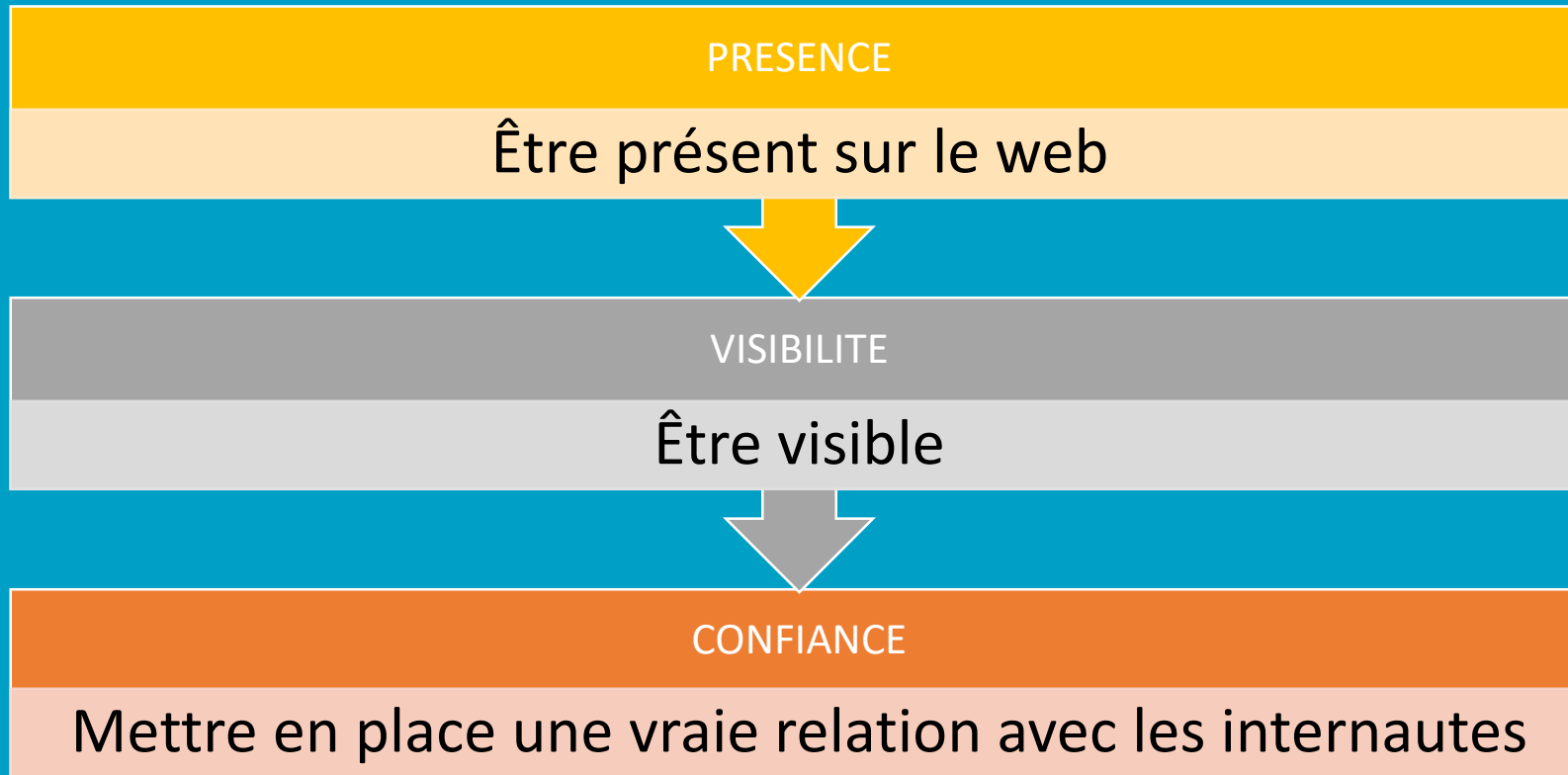
Payant

SEA

Gratuit

SEO

Les trois étapes d'une bonne stratégie web





Le référencement naturel (SEO)

OBJECTIF : apparaître ici



vacances alpes



Rechercher

Recherche instantanée activée ▾

SafeSearch désactivé ▾

Environ 18 100 000 résultats (0,12 secondes)

Recherche avancée

- Tout
- Images
- Vidéos
- Actualités
- Shopping
- Plus

Lyon
Changer le lieu

Le Web
Pages en français
Pays : France
Pages en langue étrangère traduites

Plus d'outils

▶ [Vacances au Ski aux Alpes](#)

Annonces

Jusque -30% de Réduction pour vos **Vacances** au Ski dans les **Alpes** !
odalys-vacances.com/Ski-Alpes

[Alpes](#)

Alpes - 97 Tarifs dégriffés sur lastminute.com
www.lastminute.com/Alpes

[Vacances dans les Alpes - Ski en famille dans les Alpes.](#)

A partir de 350 € la semaine !
www.pierreetvacances.com/alpes



[Hautes Alpes : Montagne, Tourisme, Stations de Ski, Séjour...](#) 🔍 - 2 visites - 18/02/10

Des **vacances** inoubliables dans les Hautes-**Alpes**, une ambiance magique pour des séjours à la montagne plein de sensations. Ski alpin, ski de fond ou plaisirs ...
[Hébergements](#) - [Ski & Neige](#) - [Alpes randonnée](#) - [Visites & Loisirs](#)
www.hautes-alpes.net/ - En cache



[Réservation Hautes-Alpes - Offres séjour, week-end, vacances à la ...](#) 🔍

Le comité a rassemblé une sélection de séjours issus des professionnels du département bénéficiant d'une autorisation administrative de commercialisation.
www.alpes.fr/ - En cache - Pages similaires

Annonces

[Location Appartement Alpes](#)

A deux pas des Portes du Soleil
Découvrez nos Formules Tout Compris
www.valleedaulps.com

[Week End Montagne Alpes](#)

Un week-end alliant détente et ski en louant un chalet. Réservez vite
www.france-montagnes.com/Alpes

[Vacances en Camping](#)

Réservez maintenant
Profitez des meilleures offres
www.campeole.com

[Vacances aux Alpes](#)

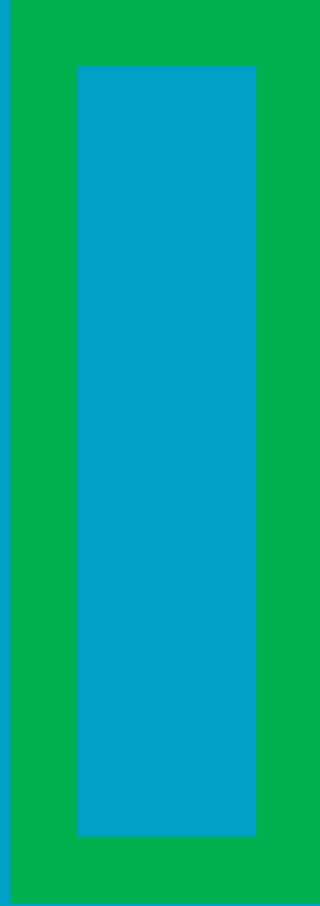
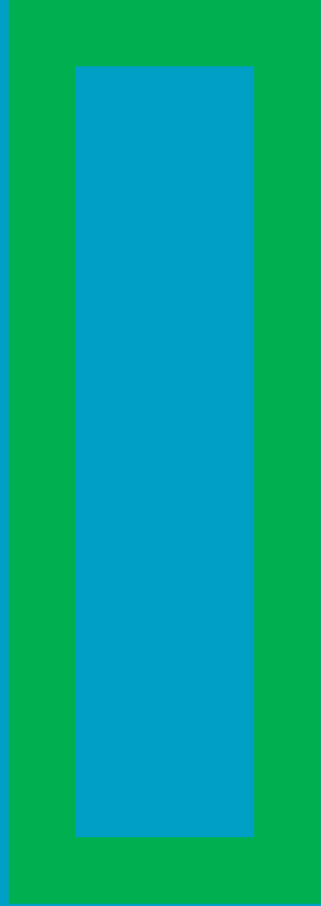
Appartements, chalets, gîtes
Découvrez nos offres 1ère minute
vacancesalpes.fr.ask.com

[Location Chalets Alpes](#)

Luxeux Appartements sur les pistes
Chalets Avec Piscine & Sauna ici!
www.chalet-altitude.com/



- Search Engine Optimization =
Référencement naturel/organique
- Le SEO consiste à positionner un site web dans les résultats organiques des moteurs de recherche sur des mots-clés donnés.



Google

Google

En quelques chiffres



C'est le nombre de pages crawlées par Google chaque jour



C'est le nombre de français qui utilise Google
(Contre 76% US)



C'est le nombre de visiteurs uniques chaque mois en France



C'est le pourcentage de requêtes inédites effectuées sur Google



Comment fait on pour apparaitre ic?



vacances alpes



Rechercher

Recherche instantanée activée ▾

SafeSearch désactivé ▾

Environ 18 100 000 résultats (0,12 secondes)

[Recherche avancée](#)

- Tout
- Images
- Vidéos
- Actualités
- Shopping
- Plus

Lyon
[Changer le lieu](#)

Le Web
[Pages en français](#)
[Pays : France](#)
[Pages en langue étrangère traduites](#)

[Plus d'outils](#)

▶ [Vacances au Ski aux Alpes](#)

Annonces

Jusque -30% de Réduction pour vos **Vacances** au Ski dans les **Alpes** !
odalys-vacances.com/Ski-Alpes

[Alpes](#)

Alpes - 97 Tarifs dégriffés sur lastminute.com
www.lastminute.com/Alpes

[Vacances dans les Alpes - Ski en famille dans les Alpes.](#)

A partir de 350 € la semaine !
www.pierreetvacances.com/alpes



[Hautes Alpes : Montagne, Tourisme, Stations de Ski, Séjour...](#) 🔍 - 2 visites - 18/02/10

Des **vacances** inoubliables dans les Hautes-**Alpes**, une ambiance magique pour des séjours à la montagne plein de sensations. Ski alpin, ski de fond ou plaisirs ...
[Hébergements](#) - [Ski & Neige](#) - [Alpes randonnée](#) - [Visites & Loisirs](#)
www.hautes-alpes.net/ - [En cache](#)



[Réservation Hautes-Alpes - Offres séjour, week-end, vacances à la ...](#) 🔍

Le comité a rassemblé une sélection de séjours issus des professionnels du département bénéficiant d'une autorisation administrative de commercialisation.
www.alpes.fr/ - [En cache](#) - [Pages similaires](#)

Annonces

[Location Appartement Alpes](#)

A deux pas des Portes du Soleil
Découvrez nos Formules Tout Compris:
www.valleedaulps.com

[Week End Montagne Alpes](#)

Un week-end alliant détente et ski en louant un chalet. Réservez vite
www.france-montagnes.com/Alpes

[Vacances en Camping](#)

Réservez maintenant
Profitez des meilleures offres
www.campeole.com

[Vacances aux Alpes](#)

Appartements, chalets, gîtes
Découvrez nos offres 1ère minute
vacancesalpes.fr.ask.com

[Location Chalets Alpes](#)

Luxeux Appartements sur les pistes
Chalets Avec Piscine & Sauna icil
www.chalet-altitude.com/



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
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
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
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.venera.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

Hôtel à proximité de paris

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

Hôtel Paris Aucun avis Rue de Rocroy	Accéder au site Web	
Paris France Hôtel 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	
Hôtel Le A 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 cherche à vérifier sa position sur google



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
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%
Annonce 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
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
Annonces 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
Hôtels à Paris Jusqu'à -50%.
Réservez sur Voyages-sncf.com.

Hôtels à Paris dès 26€
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
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 ★★★★★ 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

Hôtel Le A
4,4 ★★★★★ 16 avis · Hôtel quatre étoiles
Rue d'Artois · Hôtel aux chambres design ornées de peintures
308 €



Le référencement dépend de...

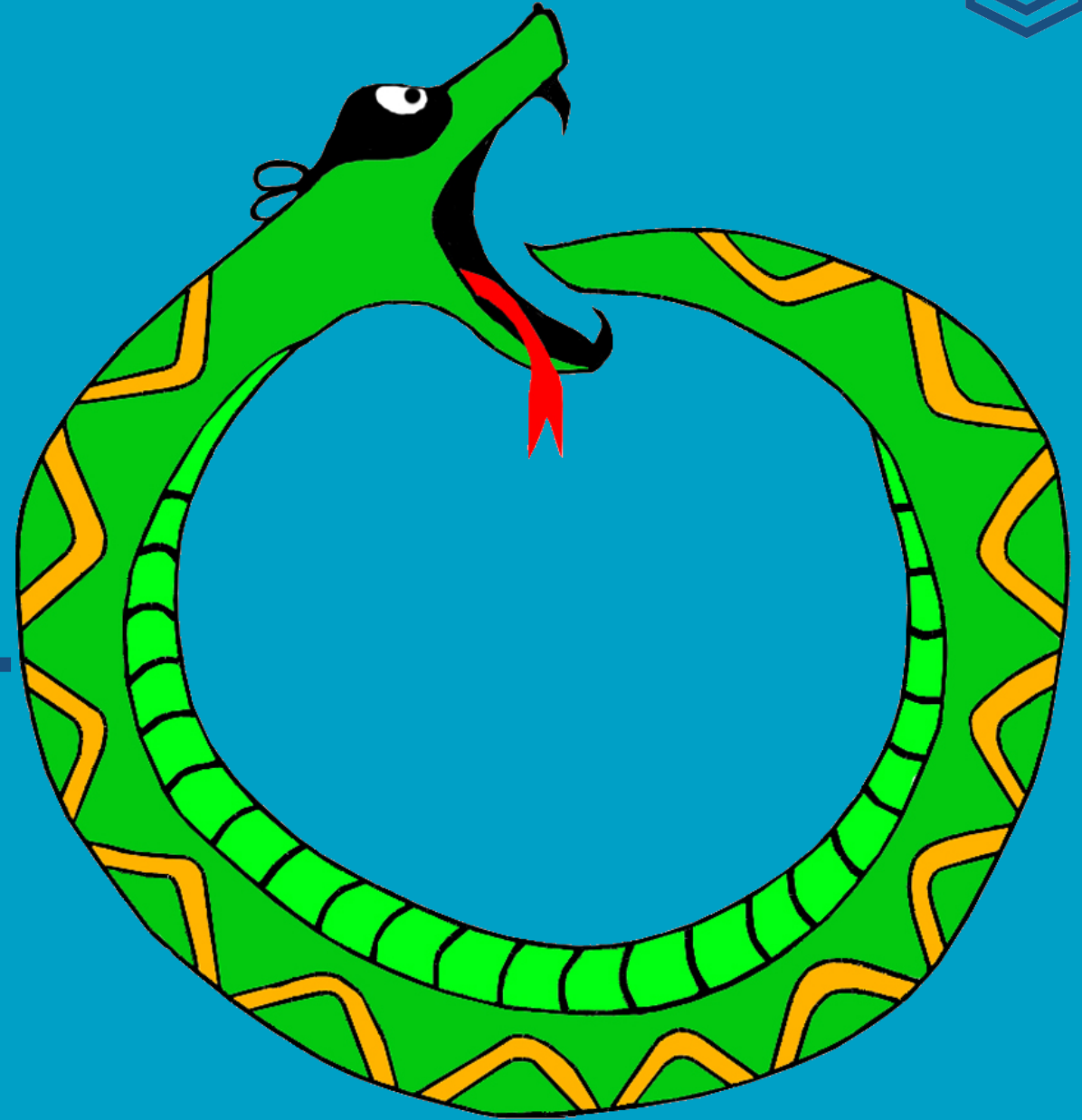
- Votre contenu
- Accessible mobile (responsive)
- Le nombre de visiteurs
- Les interactions avec d'autres sites bien référencés
- La structure de votre site





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
- ...

Environ 109 000 résultats (0,69 secondes)

**Little Italy Pizza Lunel**

Aucun avis · Livraison de pizza
208 Boulevard Lafayette
Fermé aujourd'hui

**La Fringale**

2 avis · Italienne
190 Rue Sadi Carnot

**CHEZ JEROME pizzas à emporter**

4,2 ★★★★★ (7) · Pizzeria avec service à emporter
146 Boulevard de Strasbourg
Fermé aujourd'hui

[Autres adresses](#)**LIVRAISON DE PIZZAS LUNEL - pizza Lunel livraison et à ...** www.littleitaly-pizza-lunel.fr/

LIVRAISON DE PIZZAS A DOMICILE-A EMPORTEUR-votre pizzeria traditionnelle à LUNEL (34400) et à SAINT-JUST (34400). votre pizzeria vous livre à Lunel et ...

Vous avez consulté cette page 4 fois. Dernière visite : 23/11/15

la fringale pizza à emporter 34400 lunel www.lafringale-lunel.com/

781, avenue du Vidourle 34400 LUNEL. (ouvert 7j/7 de 10h à 13h30 et de 17h à 22h).

Pizzeria Lunel



ACCUEIL

- NOS PIZZAS
- OFFRE
- VINS, BOISSONS
- DESSERTS
- LIVRAISON
- CONTACT
- NOUS SITUER

!!!!!!OFFRE DU MOMENT!!!!!!

Bienvenue chez Little Italy PIZZA LUNEL

LIVRAISON DE PIZZAS A LUNEL ET SAINT-
JUST (34400) ET PIZZAS A EMPORTER

6/7 de 18h à 22h

04 67 71 51 71



!!!!PROMO!!!!

4 pizzas
achetées= 1
bouteille de
vin 75cl
OFFERTE (1
bouteille de

soda pour les mineurs)

l'abus d'alcool est dangereux pour la santé

Pour passer vos **commandes** et vous faire **livrer** vos pizzas 6i/7(fermé le lundi) de 18h à 22h

La Fringale

Pizzas à emporter

COMMANDEZ
VOS PIZZAS
PAR TÉLÉPHONE

7 / 7

la 11^{ème}
pizza
GRATUITE *
ne donne pas droit à 1 point



Souvent copiée... souvent imitée... jamais égalee !



2 adresses à LUNEL pour mieux vous servir ...


Accueil


Nos pizzas


Boissons



Pizza Jérôme * 04.67.91.05.76 *

- [A PROPOS](#)
- [LA CARTE](#)
- [CONTACTEZ-NOUS](#)

Carte fidélité "Grande pizza" 11^{ÈME} OFFERTE



11^{ÈME} OFFERTE Carte fidélité "Méga pizza"



COMMANDEZ VOS PIZZAS !



Un match de foot ? Une soirée entre amis en prévision ? Pensez à nous appeler à l'avance pour préparer votre commande !

[NOUS CONTACTER](#)

CARTE FIDÉLITÉ



10 pizzas achetées la 11^{ème} offerte !
Votre fidélité récompensée pour vos achats de grandes pizzas et mégas pizzas.

[LISTE DES PIZZAS](#)



Pizza chez Jérôme
 J'aime cette Page 555 mentions J'aime
 04 67 91 05 76
 OUVERT DU MARDI AU DIMANCHE

Soyez le premier de vos amis à aimer ça.

Pizza chez Jérôme a partagé un lien

PAIEMENTS ACCEPTÉS



CARTE BANCAIRES A PARTIR DE 9€



Introduction



Votre place à vous?



Michou

La
vision

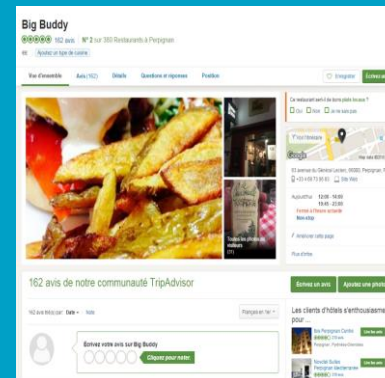
Pourquoi?

Valeurs

Vision

Mission

LOOM
LES VALEURS SÛRES



Marché

Pourquoi / Promesse

Interne

Votre besoin?

Vos objectifs?

Vers qui?

Comment?

Grâce à qui?

Où?

La cible



Toucher votre cible



Influenceurs



Sur quels réseaux?



Définir votre ROI?



Mes besoins

Cognitif

- Faire connaître
- Quoi : l'entreprise, ses produits, ses services
- Ex : annoncer un évènement, l'ouverture d'une agence...



Affectifs

- Faire aimer
- Quoi: l'entreprise, ses produits, ses services
- Ex : campagne promotion



Conatifs

- Faire agir
- Quoi: acheter, essayer, s'informer, s'inscrire
- Ex: num à appeler, coupon de réduction...

Vos objectifs?

SMART!



S



M



A



R



T





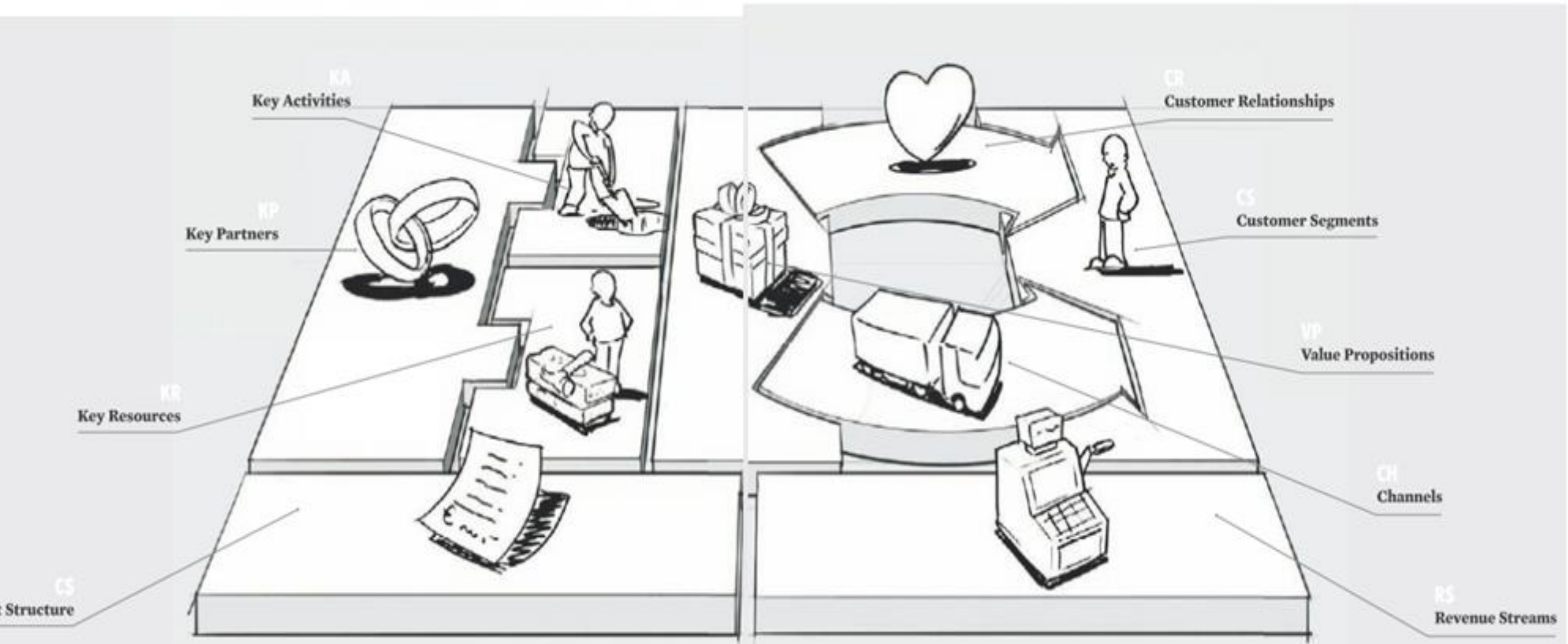
Part 4 : Se fixer des objectifs

CAMERA

Cadré (spécifique, précis, défini)
Approuvé, consensuel
Mesurable, critère de validation donné
Échéance précise dans le temps, daté
Réaliste, faisable..
.. mais Ambitieux

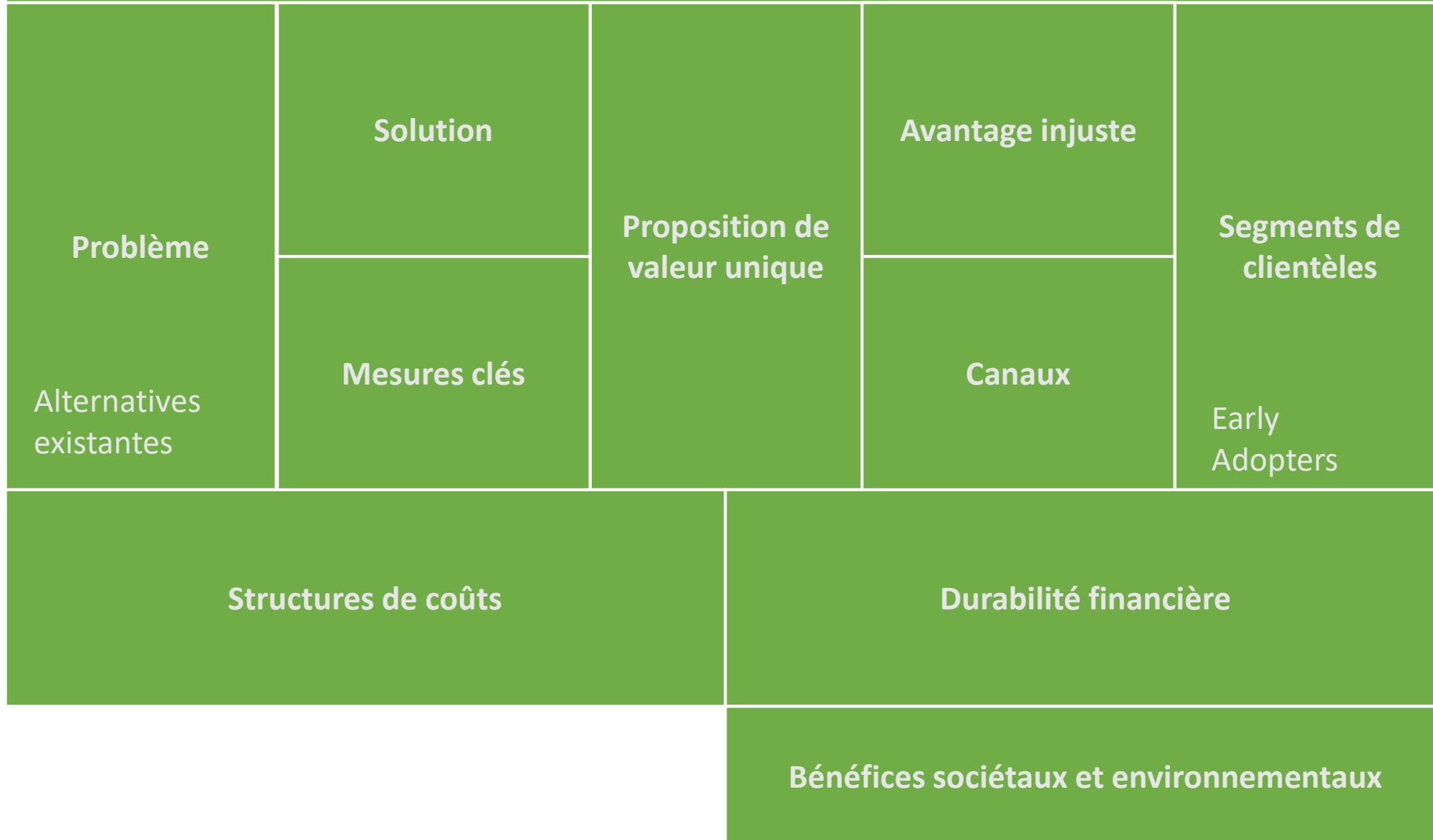


Segmentation client Proposition de valeur Canaux de distribution Relation client Recettes Ressources clés Activités clés Partenaires clés Coûts de structure





Objectif, raison majeure



Définir une cible



La cible



- Associer l'utilisateur final à la conception des services digitaux.
- Cartographier des parcours unifiés cross canaux à l'aide de personas.
- Concevoir dans des cycles itératifs courts, en testant les idées avec des prototypes



Cathy Cadre



 36 ans

 Marié

 2 enfants

 Cergy Pontoise

 Propriétaire

 CSP +

 **ELLE AIME...**

Famille / enfants
Mode
Sa maison

 **EST EST...**

Organisée
Hyperactive
Moderne
Généreuse

CULTURE DIGITALE











 **ELLE DIRAIT...**

«J'aime croquer la vie à pleines dents, et lorsque je souhaite quelque chose, j'attends qu'on me porte autant d'attention que j'en porte à autrui.»



Votre besoin?

Vos objectifs?

Vers qui?

Comment?

Grâce à qui?

Où?

La cible



Toucher votre cible



Influenceurs

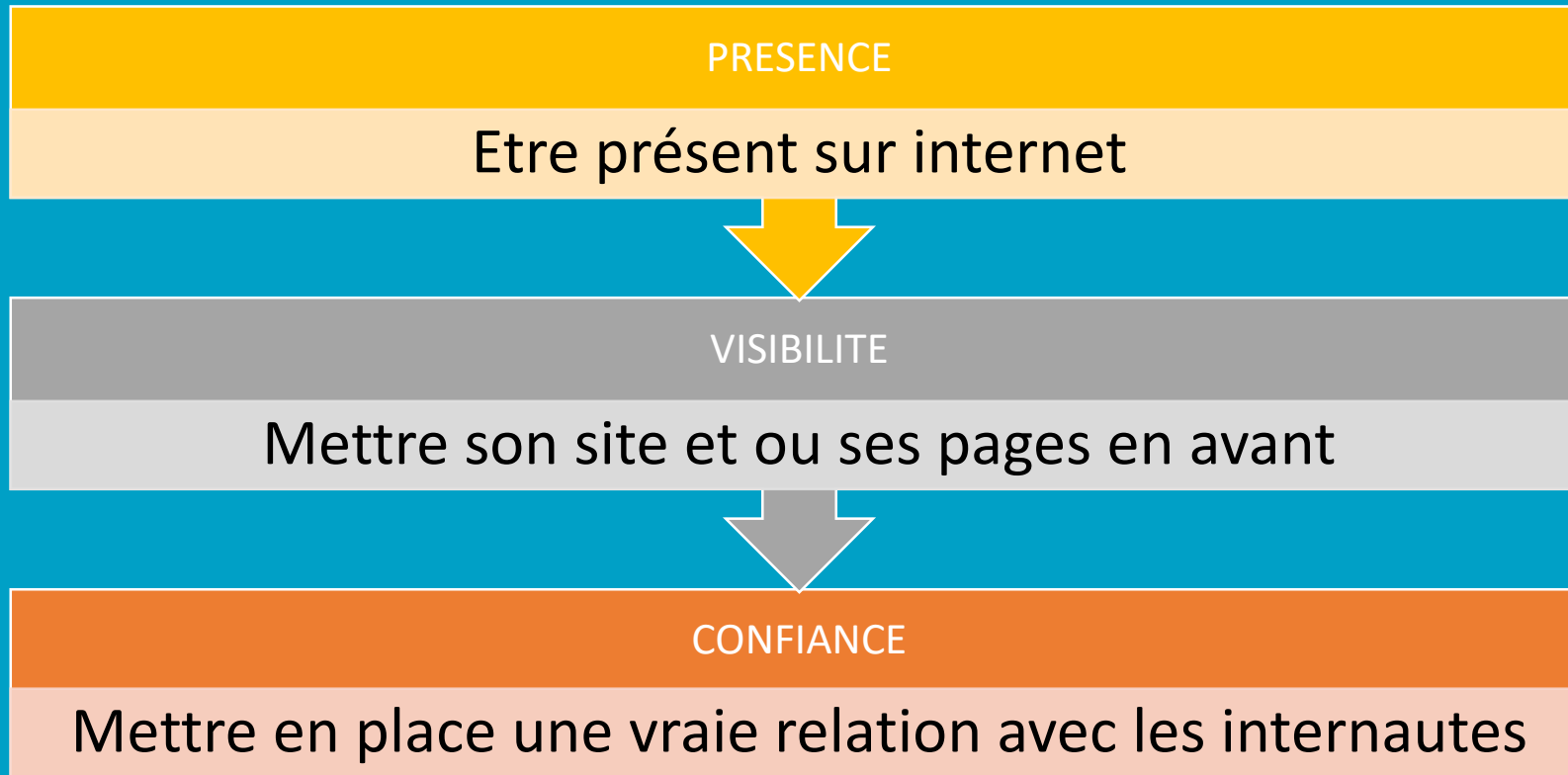


Physique et digital



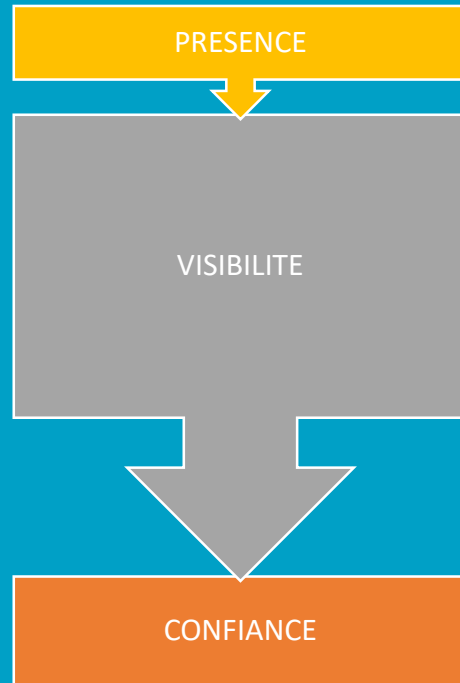
Définir votre ROI?

Les trois étapes d'une bonne stratégie web





Les 6 leviers du webmarketing



Le référencement naturel (SEO)

Le référencement payant (SEA)

L'e-publicité (display)

L'affiliation

L'e-mailing

Les réseaux sociaux (SMO)



Comment toucher sa cible?

1. Ux

2. Buzz

3. SEO

4. SEA

5. SMO

6. Co-création

7. Contact direct

8. E-publicité (display)

9. L'e-mailing

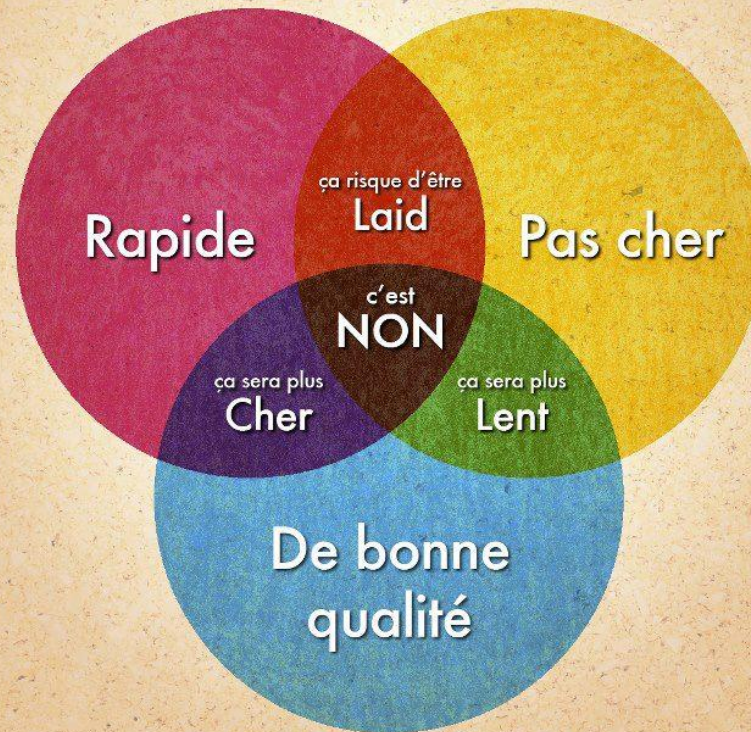
10. Affiliation

11. Growthhaking



VOUS LE VOULEZ COMMENT VOTRE PROJET ?

(VOUS POUVEZ FAIRE JUSQU'À DEUX CHOIX)



"Gratuit" n'est pas une option.

UX pour...





Mais aussi pour...



Comment toucher sa cible?

1. Ux

2. Buzz

3. SEO

4. SEA

5. SMO

6. Co-création

7. Contact direct

8. E-publicité (display)

9. L'e-mailing

10. Affiliation

11. Growthhaking



Le buzz marketing

Le bouche à oreille électronique

- Les objectifs
 - Développer sa visibilité
 - Améliorer sa notoriété
 - Augmenter ses ventes
 - Communiquer rapidement

Le buzz marketing comme un moyen de communication qui vise à faire parler d'un bien ou d'un service.

Le buzz marketing est un dérivé d'un phénomène vieux comme le monde :

Le bouche à oreille.

On parle également de Marketing Viral mais à tort Le marketing viral représente les mécanismes d'invitation et de recommandation vers des amis, des proches, des connaissances.





Avantages et risques

2 avantages :

- le coût d'une opération et
- la vitesse de propagation du contenu.

Les actions de buzz-marketing peuvent également être couplées à des opérations de street marketing sur des cibles locales (affichage sauvage, stickers, détournement du mobilier urbain...).

Attention : vous ne maîtrisez pas la chaîne de diffusion de l'information.

Vous êtes simple spectateur

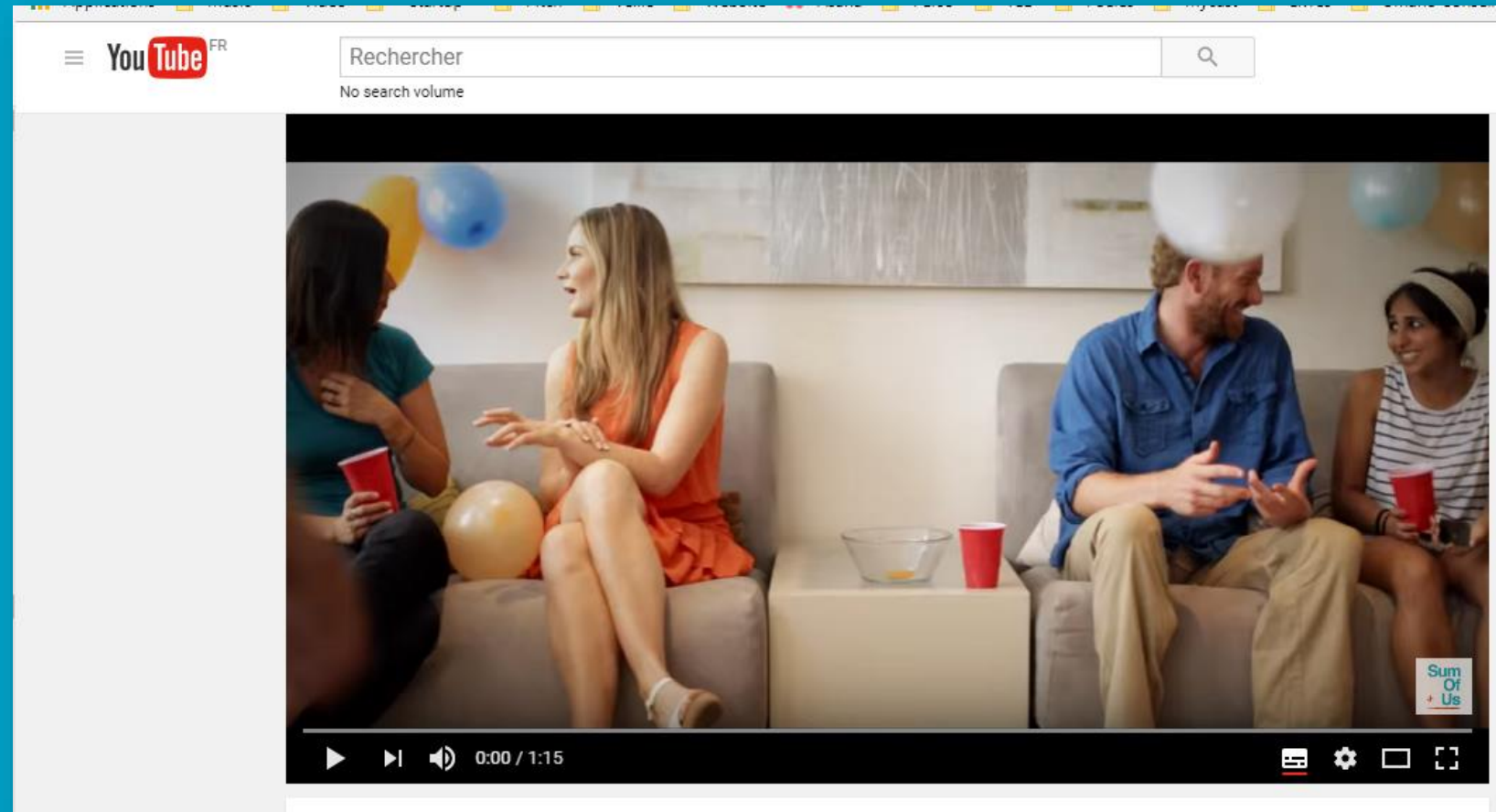
Les internautes et les relais d'opinion vont communiquer librement sur votre produit ou sur votre entreprise. Assurez-vous que votre produit est un bon produit, sinon la sanction peut être rapide sur le web.

Une autre limite du buzz marketing : retombée. Les retombées se mesurent sur des critères comme le trafic généré ou la notoriété de la marque, et non pas sur un taux de transformation.



Doritos et la e-guerilla

- Utilisation d'huile de palme
- Attaqué par l'association des consommateurs SumofUs
- 760 000 vues en 4 jours



Réponse à une crise





DieselGate



Michel et Augustin

- En février 2016, L214 lance une attaque ciblant Michel et Augustin :
- Film
- site Web,
- pétition,
- harcèlement digital
- ...





Pourquoi / Promesse

Votre besoin?

Vos objectifs?

Vers qui?

Comment?

Grâce à qui?

Où?

La cible



Toucher votre cible



Influenceurs et prescripteurs



Sur quels canaux



Définir votre ROI?



Comment toucher sa cible?

1. Ux
2. Buzz
- 3. SEO**
4. SEA
5. SMO
6. Co-création
7. Contact direct
8. E-publicité (display)
9. L'e-mailing
10. Affiliation
11. Growthhaking

Le **SEARCH ENGINE** marketing

Le référencement naturel et les liens sponsorisés



Les objectifs

- Augmenter la notoriété
- Développer la fréquentation du site
- Augmenter la visibilité sur les moteurs de recherche
- Utiliser un nouveau canal de communication et de prospection



SEO + SEA = SEM

Payant

SEA

Gratuit

SEO



Les évolutions à venir

Mise en avant du local

Optimisation mobile

Mise en avant des réseaux sociaux

Marketing de contenu (mais pas trop)



Analyse des liens en temps
réel



Les buts du SEO

- Rendre son site visible de façon pérenne
- Capter du trafic qualifié depuis les moteurs de recherche
- Gagner une image d'autorité/légitimité/crédibilité auprès des internautes.



Les particularités du SEO

- Coût au clic « gratuit » (on ne paye pas si un internaute clique sur notre lien)
- ROI mesurable (sur Google analytics par exemple, on peut voir quels mots clés on été tapés par l'internaute dans le moteur de recherche avant d'arriver sur notre site)
- Rentabilité élevée à moyen/long terme
- L'internaute est en phase active de recherche lorsqu'il arrive sur votre site
→ plus facile de le convertir en client



Les challenges du SEO

- Les résultats ne sont pas instantanés
- Travail continu pour rester positionné sur le long terme
- Visibilité sur un nombre de mots-clés définis



Les techniques du SEO

- Identifier les mots clés susceptibles d'être tapés par les internautes pour arriver à votre site
- Les utiliser dans votre page html
 - titre de la page,
 - balises méta,
 - attributs ALT aux images,
 - titres des liens,
 - créer un sitemap XML
 - ...



Les techniques du SEO

- Avoir un contenu de qualité sur le site
- Employer les mots clé avec du sens
- Ajouter des onglets de contenu, un blog, etc
- Eviter le flash qui n'est pas lu par les moteurs de recherche

Les techniques du SEO



- Avoir un maximum de lien pointant vers son site (depuis vos comptes réseaux sociaux, depuis une vidéo sur youtube, depuis des webzines qui vous mentionne, etc) pour être mieux classé



woorank

Outil d'analyse SEO

Effectuez une analyse SEO instantanée de vos pages

[Options ▼](#)[Analyser cette page](#)

Audit SEO gratuit

Alyze est un outil d'audit SEO gratuit. En une fraction de seconde, il construit une analyse *on-page* de votre site afin d'en extraire des éléments utiles pour améliorer son référencement naturel. Optimisation des mots-clés, configuration de vos pages, audit des liens, des images et des informations réseau : notre

Analyse approfondie de vos mots-clés

Les mots-clés sont la base du référencement. Alyze aide les rédacteurs web et les référenceurs avec un calcul de densité évolué accompagné d'explications afin de mieux comprendre comment Google et les autres moteurs de recherche voient un site. Des suggestions de mots-clés sont également proposées

Outil SEO en développement continu

Dernières nouveautés :

- [L'ensemble du contenu textuel d'Alyze passe sous licence libre](#)
- [Vérification de la sécurité : HTTPs et HSTS](#)
- [Nouveauté : détection des attributs alt dupliqués](#)



Pourquoi / Promesse

Votre besoin?

Vos objectifs?

Vers qui?

Comment?

Grâce à qui?

Où?

La cible



Toucher votre cible



Influenceurs et prescripteurs



Sur quels canaux



Définir votre ROI?



Comment toucher sa cible?

1. Ux
2. Buzz
3. SEO
4. SEA
5. SMO
6. Co-création
7. Contact direct
8. E-publicité (display)
9. L'e-mailing
10. Affiliation
11. Growthhaking



Comment toucher sa cible?

1. Ux
2. Buzz
3. SEO
- 4. SEA**
5. SMO
6. Co-création
7. Contact direct
8. E-publicité (display)
9. L'e-mailing
10. Affiliation
11. Growthhaking

111 000 000 000

86% sont générés par la publicité...

60 000 requêtes par seconde

4,3 milliards d'€ d'amende pour abus de position dominante d'Android.

Cette dernière sanction a fait l'objet d'un appel...



Google AdWords



Le référencement payant SE Advertising

OBJECTIF : apparaître ici ou ici

GOOGLE

vacances alpes

Rechercher

Recherche instantanée activée
SafeSearch désactivé

Environ 18 100 000 résultats (0,12 secondes)

Recherche avancée

Tout
Images
Vidéos
Actualités
Shopping
Plus

Lyon
Changer le lieu

Le Web
Pages en français
Pays : France
Pages en langue étrangère traduites
Plus d'outils

Vacances au Ski aux Alpes Annonces
Jusque -30% de Réduction pour vos **Vacances** au Ski dans les **Alpes** !
odalys-vacances.com/Ski-Alpes

Alpes
Alpes - 97 Tarifs dégriffés sur lastminute.com
www.lastminute.com/Alpes

Vacances dans les Alpes - Ski en famille dans les Alpes.
A partir de 350 € la semaine !
www.pierreetvacances.com/alpes

Hautes Alpes : Montagne, Tourisme, Stations de Ski, Séjour ... 18/02/10 - 2 visites -
Des **vacances** inoubliables dans les Hautes-**Alpes**, une ambiance magique pour des séjours à la montagne plein de sensations. Ski alpin, ski de fond ou plaisirs ...
Hébergements - Ski & Neige - Alpes randonnée - Visites & Loisirs
www.hautes-alpes.net/ - En cache

Réservation Hautes-Alpes - Offres séjour, week-end, vacances à la ... 18/02/10
Le comité a rassemblé une sélection de séjours issus des professionnels du département bénéficiant d'une autorisation administrative de commercialisation.
www.alpes.fr/ - En cache - Pages similaires

Location Appartement Alpes
A deux pas des Portes du Soleil
Découvrez nos Formules Tout Compr
www.valleedaulps.com

Week End Montagne Alpes
Un week-end alliant détente et ski en louant un chalet. Réservez vite
www.france-montagnes.com/Alpes

Vacances en Camping
Réservez maintenant
Profitez des meilleures offres
www.campeole.com

Vacances aux Alpes
Appartements, chalets, gîtes
Découvrez nos offres 1ère minute
vacancesalpes.fr.ask.com

Location Chalets Alpes
Luxueux Appartements sur les pistes
Chalets Avec Piscine & Sauna ici!
www.chalet-altitude.com/



- Search Engine Advertising = Achat de mots clés/référencement payant/liens sponsorisés
- L'achat de mots-clés correspond à un système d'enchère que l'annonceur est prêt à payer pour chaque clic que l'internaute fera sur le lien sponsorisé.
- Fonctionne généralement en CPC (cost per click)/ PPC (pay per click)
- La régie la plus connue est Adwords



Les avantages du SEA

- Affichage immédiat dans les pages de résultats des moteurs de recherche
- Visibilité sur un nombre de mots-clés quasi infinie
- Maîtrise du budget
- ROI facilement mesurable
- L'internaute est en phase active de recherche (=plus facile à convertir)



Les inconvénients du SEA


- Coût à chaque clic
- Coût élevé et en constante progression
- Coût continu pour rester affiché
- Il faut réussir à convertir l'internaute en client une fois sur le site
- Il faut sans cesse analyser et optimiser les mots clés

Attention!



Adblock

TuTran.net

Web Maps Images Shopping Actualités Plus ▾ Outils de recherche   

Environ 587 000 000 résultats (0,72 secondes)

Hotel à proximité de nice

Prix ▾ Note ▾ Catégorie d'hôtel ▾

Hôtel Beausoleil
Aucun avis · Hôtel trois étoiles
22, rue Assalit




AC Hotel Nice **128 €**
3,2 ★★★★★ (5) · Hôtel quatre étoiles
Style raffiné dans un cadre serein
59 Prom. des Anglais



Le Negresco **228 €**
4,2 ★★★★★ (105) · Hôtel cinq étoiles
Jazz bar & boiseries en noyer
37 Prom. des Anglais



 [Plus de résultats pour "hotel"](#)

[Les 10 meilleurs hôtels à Nice sur TripAdvisor - Prix et avis ...](#) 



hotel nice

Web Maps Images Shopping Actualités Plus Outils de recherche

Environ 587 000 000 résultats (0,46 secondes)

700 Hôtels à Nice - Hôtels à moitié prix - Booking.com

Annonce www.booking.com/Nice-Hôtels

4,5 ★★★★★ avis sur booking.com

Réservez votre hôtel en ligne.

Annulation gratuite · Service Clients 24/7 · Commentaires réels

Booking.com a 4 367 281 abonnés sur Google+

Meilleur Tarif Garanti

Sans frais de réservation

Réservez pour ce soir

Réservez Maintenant

Hôtels Nice dès 48€ - Accorhotels.com

Annonce www.accorhotels.com/Nice

ibis, HôtelF1, Mercure, Novotel. Réservez en toute Sécurité !

1500 hôtels en France · Pour tous les budgets · Meilleurs tarifs assurés

Annonces

460 Hôtels à Nice dès 28€

www.trivago.fr/Hotel-Nice

trivago™ Hôtel à Nice jusqu'à -78%.

Hôtels à Nice de 28€ à 180€ /nuit!

Hôtels à Nice dès 12€

hotel.govoyages.com/Nice.Hotel

4,4 ★★★★★ avis sur govoyages.com

Offre limitée jusqu'à fin des mois.

Hôtels pas cher Nice.

Hôtels à Nice dès 26€

www.venere.com/hotels/Nice

Plus de 188 Hôtels à Nice.

Offres Hôtels de 1* à 5* - Venere®

Hôtels à Nice -30%

www.hotels.com/Nice

Aucun frais de réservation!

Réservez votre hôtel à Nice.

404 Hôtels à Nice

www.kayak.com/Hotels-Nice

Des Bons Prix en Quelques Secondes

Hotel à proximité de nice

dim. 8 nov. lun. 9 nov.

Prix Note Catégorie d'hôtel

Hôtel Beausoleil
Aucun avis · Hôtel trois étoiles
22, rue Assalit





Le référencement payant

- COMMENT FAIRE ?

- Via Google Adwords

- ✓ Vous choisissez les mots-clés sur lesquels vous souhaitez être présent
- ✓ Vous choisissez le prix maximum que vous êtes prêt à payer
- ✓ Vous vous voyez attribuer une position

L'enchère la plus élevée n'obtient pas automatiquement la première place !!



Le Quality score dépend du taux de clics, de la pertinence du texte, de la page de destination, de l'historique de votre compte...



On estime que Google AdWords représente aujourd'hui près
de

90%

des liens commerciaux sur le web...



- **Le service fonctionne sur le principe des enchères.** Si plusieurs annonceurs souhaitent se positionner sur une requête, l'annonce qui apparaîtra en meilleure place dans les résultats de Google sera celle qui a proposé la plus forte enchère.

Mais attention : le CPC maximum n'est pas le seul critère de « référencement » des annonces AdWords dans Google. Des critères liés à la pertinence jouent aussi.

- **Votre compte AdWords est géré en ligne**, ce qui signifie que vous pouvez créer une nouvelle campagne, modifier votre campagne (texte de l'annonce, zone géographique, budget...) et accéder aux statistiques en temps réel.

I) S'inscrire



Google AdWords

Vous êtes déjà un client Google AdWords ? [Connexion](#)

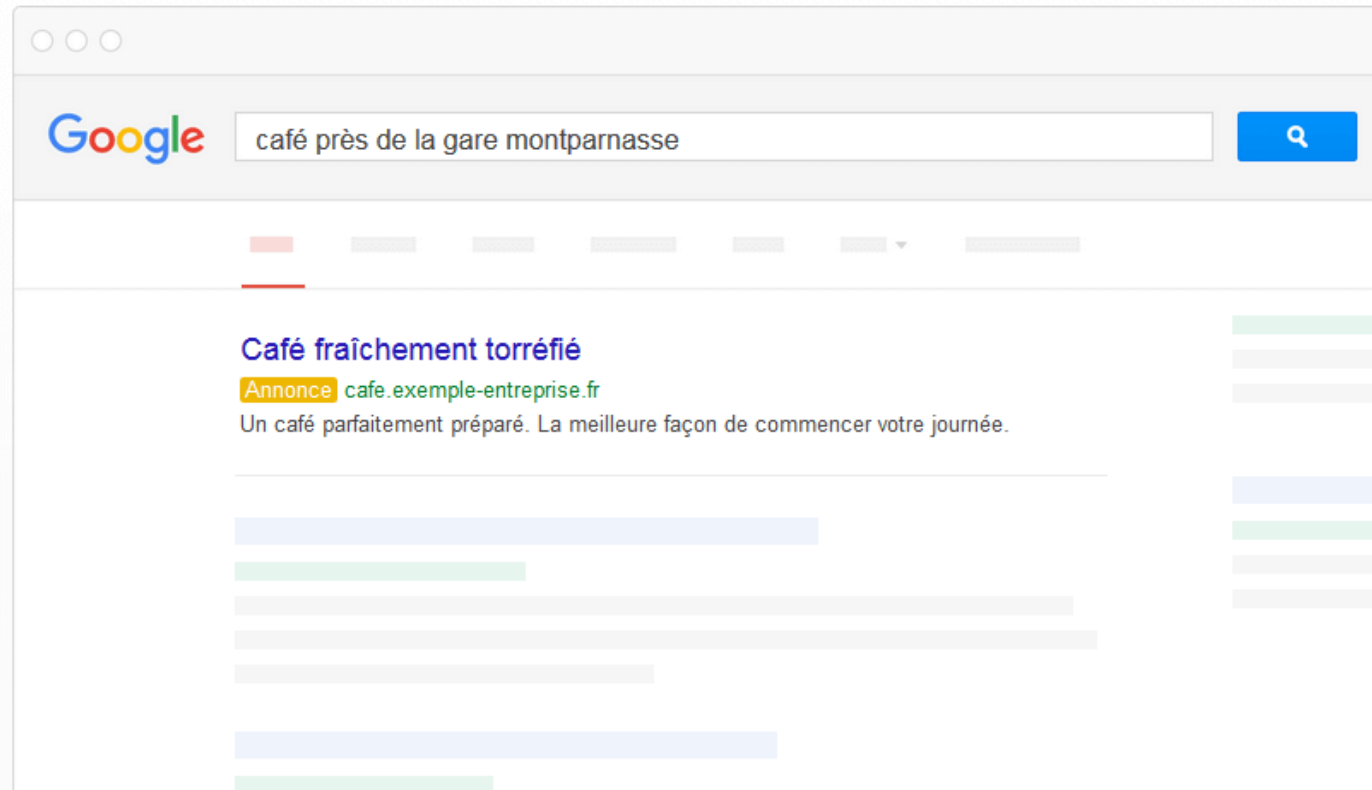
Présentation Avantages Fonctionnement Coûts Lancez-vous !

Votre annonce sur Google dès aujourd'hui

Soyez visible des internautes lorsqu'ils recherchent sur Google vos produits ou services. Vous ne payez que lorsqu'ils cliquent sur une annonce pour se rendre sur votre site Web ou pour vous appeler.

[Commencer](#)

Assistance téléphonique gratuite : 0805 980 269 *





Vocabulaire

- **Le nom de votre campagne:** trouvez un nom qui permette de bien identifier la campagne.
- **Le type de la campagne:** type d'annonces et leur mode d'affichage.

Réseaux de Recherche = les annonces textuelles standards qui apparaissent dans Google Search.

Réseaux Display = les sites partenaires de Google (AdSense notamment)

- **Zones géographiques:** dans quelle zone géographique souhaitez-vous que vos annonces apparaissent ? Vous pouvez même choisir de ne cibler qu'une région ou qu'une ville en particulier.



- **Les appareils:** vous pouvez décider que vos annonces ne s'affichent que sur les ordinateurs, ou bien uniquement sur les appareils mobile, ou bien sur tous types d'appareils.
- **Langues:** Si vous diffusez une campagne en français, ce n'est a priori pas pertinent de choisir « toutes les langues ».



- La **stratégie d'enchères**: vous pouvez laisser Google optimiser pour vous le CPC dans le but d'obtenir le maximum de clics à partir d'un budget prédéterminé. Ou bien choisir de définir vous-même le CPC (si vous avez le temps de vous occuper).
- Le **budget quotidien**: désigne le budget que vous êtes prêt à dépenser chaque jour. Le montant que vous indiquez définit un budget maximum, un budget qui ne pourra pas être dépassé. Concrètement, une fois que votre budget maximum sera atteint au cours de la journée, vos annonces ne s'afficheront plus (jusqu'au jour suivant). Mais ce budget quotidien maximum ne sera pas forcément atteint tous les jours : cela dépend du comportement des internautes vis-à-vis de vos annonces AdWords.



Quels mots utiliser?

https://adwords.google.com/ko/KeywordPlanner/Home?__u=5212304149&__c=2931194149&authuser=0#start

Le **générateur de mots-clés de Google** ([KeyWord Planner](#)). Il indique les recherches les plus utilisées et précise les expressions utilisées par les internautes.

En plus de donner le volume mensuel de recherches sur telle ou telle expression, cet outil permet de connaître la concurrence des différents mots-clés.



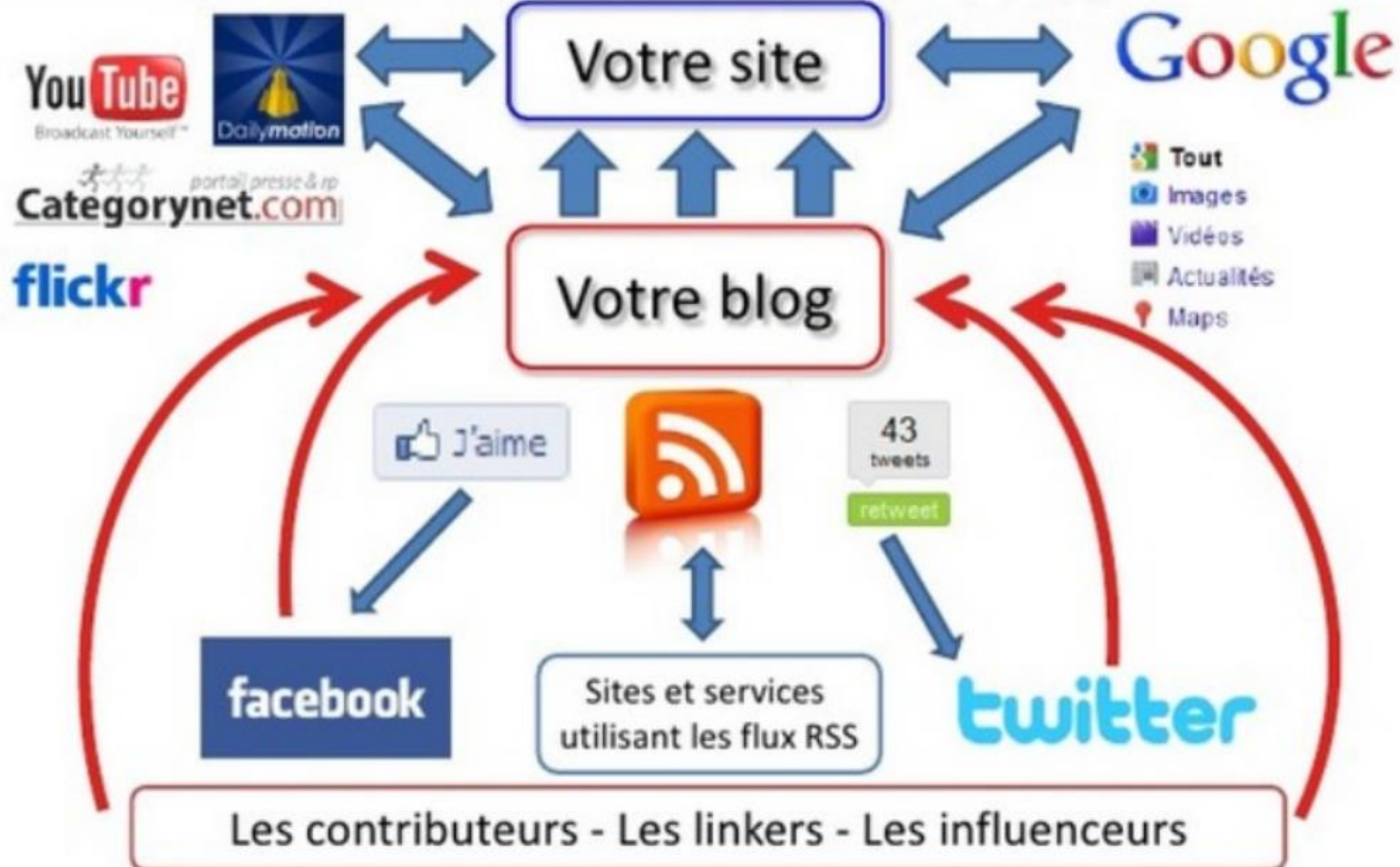
TESTEZ

MESUREZ



Comment toucher sa cible?

1. Ux
2. Buzz
3. SEO
4. SEA
- 5. SMO**
6. Co-création
7. Contact direct
8. E-publicité (display)
9. L'e-mailing
10. Affiliation
11. Growthhaking





SEO et SEA ont connait

Une troisième notion s'ajoute pour constituer le SEM

Regroupe tous les leviers pour améliorer sa visibilité et son référencement sur le net, et cette notion c'est le SMO.



7 objectifs pour une stratégie SMO

- **Générer du trafic vers votre site internet**
- **Atteindre des clients potentiels**
- **Améliorer votre e-réputation**
- **Créer une communauté active**
- **Valoriser vos contenus**
- **Acquérir des backlinks**
- **Améliorer votre SEO**



10 règles d'optimisation

1. **Créez du contenu qui se partage**
2. **Simplifiez le partage**
3. **Récompensez l'engagement**
4. **Favorisez la diffusion de votre contenu de manière pro-active**
5. **Soyez une ressource pour les internautes**
6. **Encouragez les utilisateurs à se réapproprier votre contenu**
7. **Participez aux conversations**
8. **Faites entrer dans votre stratégie SMO le processus de co-création**
9. **Restez vous-même**
10. **Expérimentez de nouvelles choses**



Comment toucher sa cible?

1. Ux
2. Buzz
3. SEO
4. SEA
5. SMO

6. Co-création

7. Contact direct
8. E-publicité (display)
9. L'e-mailing
10. Affiliation
11. Growthhaking

Co-création





La co-création & la participation

Le crowdsourcing

Les objectifs ;

- Réduire vos coûts de production
- Améliorer votre créativité, vos innovations, vos produits
- Apporter une richesse supplémentaire à vos produits par la participation des utilisateurs

Exemple :
Fotolia
Shutterstock

LE CONCEPT

« Pourquoi faire appel à un prestataire unique alors que le marché regorge de personnes capables de vous aider ? »



Différents niveaux...

Les commentaires des internautes

- Intéressent les entreprises : retours sur les produits
- Permet à l'entreprise d'innover, de s'améliorer
- Excellent vecteur de communication.
- Plus de la moitié des internautes seraient enclins à acheter un produit ou un service après la lecture d'un commentaire positif.
- Les internautes rédacteurs de commentaires deviennent alors représentants et prescripteurs de la marque ou du produit.
- Amazon.com en a fait un élément de succès déterminant dans son business model.



Différents niveaux...

La co -Création des produits (CROWDSOURCING)

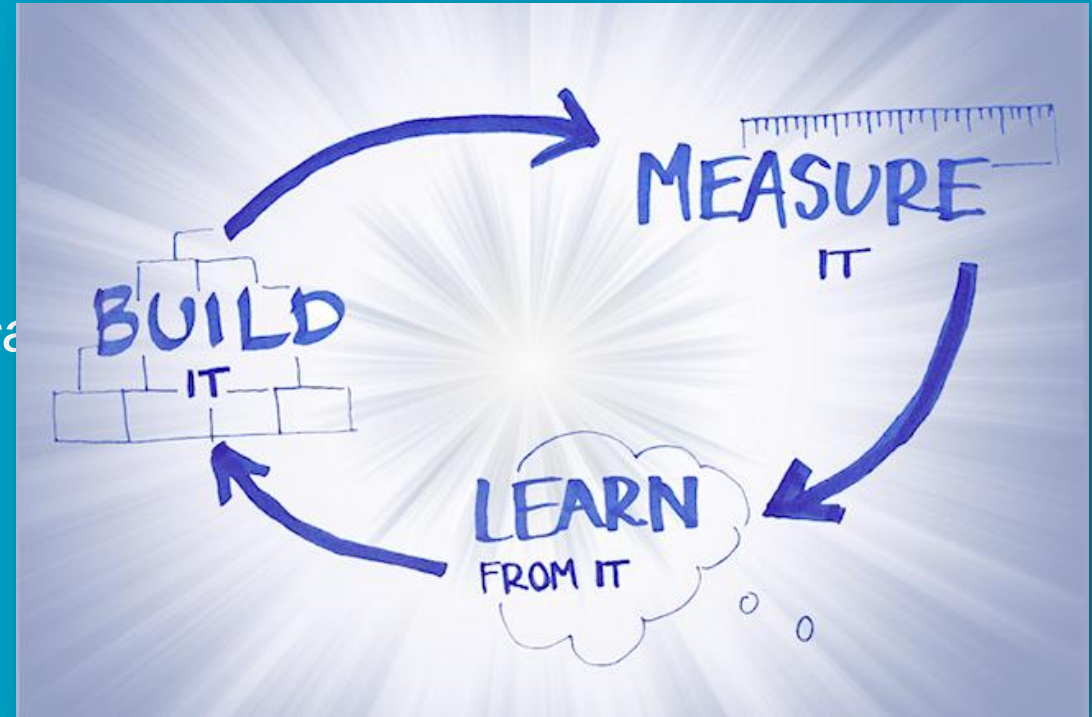
- La traduction anglaise du crowdsourcing serait «approvisionnement par la foule».
- Notion de contributeurs multiples capables de répondre à vos besoins.
- Demander aux amateurs et aux professionnels, sur leur temps libre, de travailler pour vous.
- Le travail effectué dans le cadre de la co-crédation est rémunéré à des niveaux plus faibles que la prestation d'un acteur traditionnel.



Différents niveaux...

la co -création et la participation

- *Wikipedia*
 - regroupe plus de 5 millions d'articles
 - plus de 75 000 contributeurs.
 - disponible en 100 langues différentes.
 - repose uniquement sur la contribution des utilisateurs
- **la conception du produit :**
 - les internautes conçoivent les produits.
 - Basé souvent sur la créativité et le graphisme.
 - résolution de problèmes techniques ou
 - dans la réalisation de produits technologiques.
- **la sélection des produits :**
 - Les internautes vont sélectionner les produits qu'ils préfèrent ;
 - à vous de choisir ensuite lesquels mettre en vente.
 - Ce procédé a pour avantage de limiter le risque au lancement d'un produit.
 - Les informations récupérées permettent également de donner une tendance et de mieux connaître vos visiteurs et vos acheteurs ainsi que leurs goûts





Comment toucher sa cible?

1. Ux
2. Buzz
3. SEO
4. SEA
5. SMO
6. Co-création

7. Contact direct

8. E-publicité (display)
9. L'e-mailing
10. Affiliation
11. Growthhaking



Le présence marketing

Le contact direct en ligne

LES OBJECTIFS

- Améliorer la qualité de la relation client
- Développer un nouveau canal de communication et d'échanges
- Développer l'instantanéité dans les modes de réponse

LE CONCEPT

- ▶ Internet a considérablement changé notre façon de communiquer
- ▶ De plus en plus de relations à distance, parfois au détriment des véritables contacts en face à face
- ▶ Permis de régler certaines contraintes (distance géographique, horaires d'ouverture)
- ▶ parfois, au détriment d'une relation directe de confiance.



Nous entrons dans l'ère du « présence marketing » qui regroupe tous les outils et méthodes capables de reproduire numériquement les communications synchrones traditionnelles.

Derrière ces outils, nous retrouvons



ÉPATEZ VOS ENFANTS

Vivez la curiosité en famille, du coin de la rue au bout du monde



Vacances, voyages, week-ends...

Poussin Voyageur sélectionne avec vous les plus beaux spots d'émerveillement accessibles aux familles, ici et ailleurs.

- Trouvez en fonction de vos envies et de l'âge de vos enfants
- Ajoutez vos propres coups de cœur
- Échangez entre parents sur votre prochain voyage
- Découvrez nos conseils et des sources d'inspiration
- Donnez et retrouvez des avis de parents

[Je m'inscris gratuitement](#)



[Contactez-nous](#)



Comment toucher sa cible?

1. Ux
2. Buzz
3. SEO
4. SEA
5. SMO
6. Co-création
7. Contact direct

8. E-publicité (display)

9. L'e-mailing
10. Affiliation
11. Growthhaking

E-publicité



L'e-publicité



- OBJECTIF : apparaître sur des sites proches de votre thématique

VOYAGEONS-AUTREMENT.COM
Donnez-vous les moyens de voyager dans votre temps !

Hôtels au naturel
Les charmes de la nature à portée d'oreille et de main...

Accéder aux forums de discussion

TOURISME
Durable Participatif Responsable Solidaire Vert & Nature

Services INSCRIVEZ-VOUS
Déjà inscrit ?

Tous les pays France +
sélectionner une destination
Toutes les boutiques
Valider

Thalasso

L'ACTU EN CONTINU

MAP 2011, les interviews Voyageurs Autrement a couvert pour vous le Salon Mondial du Tourisme qui recevait pour la première fois cette année un Pôle tourisme responsable. Voici quelques interviews réalisées à cette occasion. L'actualité des Editions Eika par Loïc Hamo

Un pôle tourisme responsable sur l'édition 2011 du MAP
MAP Partenaire média du Mondial du Tourisme de Paris.

Ch'tis
LES CH'TIS

AVIS + 14 ANS
UN FILM DE JEAN-PIERRE LÉONARD
LE 25 OCTOBRE

Ch'tis
LES CH'TIS

Ch'tis
LES CH'TIS

Randonmania
Blog des randonneurs et geocachers curieux !

ACCUEIL 1ERE VISITE GEOCACHING? GÉOLOCALISATION PACA -> 04 05 06 13 83 84 GÉOLOCALISATION LANGUEDOC-R... EN COURS DE RÉDACTION NEWS

CacheZone France Tout pour le Geocaching & Cistes GPS, Travel Bug, geocoins, logbook www.cachezone.fr

La Randonnée en Provence Spécialiste Randonnées en Provence, découvertes gourmandes de caractère www.v...

Trekking Rando Argentine Trekkings et randonnées, partez en Argentine avec les guides Allibert Allibert-Trekkin...

Les aiguilles de Chabrières (Hautes-Alpes)

En ligne :
4 Invités: 2 Moteurs

Recherche de(s) mot(s) dans ce blog :

Publié le 30 mars 2011 par Franky84 | Date_rando : non renseignée |
Publié dans : 05 Hautes-Alpes, Geocaching et autres: jeux, Rando sportive |

À l'Est de Chorges, les pentes de la rive septentrionale de la retenue de Serre-Ponçon, qui constitue avec ses 20 km de long le plus grand lac artificiel d'Europe, s'élèvent d'abord doucement pour se

TOURISME
► ACCUEIL PAYSAN POITOU
CHARENTE
► BIENNALE DU
DÉVELOPPEMENT
DURABLE EN MONTAGNE
► LE VILLAGE DU TOURISME
SOLIDAIRE EN AVANT-
PREMIÈRE A LA MAISON
DES CITOYENS DU MONDE
► SIXIÈME ÉDITION DU
SALON ECORISMO - 12
ET 13 JANVIER 2011

SPE Tourism
► Formations pratiques "Tourisme Solidaire dans les Pays du Sud"
► Métiers et opportunités d'emplois dans le tourisme responsable et durable
► Cabinet Conseil SPE Tourism - France
► Formation tourisme solidaire : Montage & Financement de votre projet avec SPE Tourism

Twitter Email Recommander 6 personnes recommandent ça.

Informations utiles pour voyager

Les formations pour un tourisme durable Quelle formation et diplôme pour quel métier. Formation en tourisme hôtellerie, tous les diplômes pour quel débouché, l'emploi dans la filière tourisme et voyage

Voyager solidaire au Cambodge avec Tourism for Help Tourism for Help a pu mettre en place un premier projet de tourisme solidaire, avec la création d'un site de formation aux métiers du tourisme.

Pazapa : un jeu didactique basé sur la connaissance, la sensibilisation et le respect. Pazapa parce que Tourism for Help est convaincue que la sensibilisation précoce joue un rôle majeur dans le développement et la formation de futurs éco-citoyens.

Vous cherchez un emploi dans le TOURISME DURABLE ?



- COMMENT FAIRE ?

- Google Adsense

- ✓ Même fonctionnement que pour Google Adwords mais diffusion des annonces sur des sites internet et non sur le moteur de recherche

The screenshot shows a blog page for 'Randomania', a site for hikers and geocachers. The page features a navigation menu with links like 'ACCUEIL', '1ÈRE VISITE', 'GEOCACHING?', and 'GÉOLOCALISATION PACA ->'. Below the navigation is a Google AdSense advertisement for 'CacheZone France', 'La Randonnée en Provence', and 'Trekking Rando Argentine'. A blue arrow points from the text 'Même fonctionnement que pour Google Adwords' to the advertisement. The main content area shows a post titled 'Les aiguilles de Chabrières (Hautes-Alpes)' published on March 30, 2011, by Franky84. The post begins with 'À l'Est de Chorges, les pentes de la rive septentrionale de la retenue de Serre-Ponçon, qui constitue avec ses 20 km de long le plus grand lac artificiel d'Europe. s'élèvent d'abord doucement pour se'.



- COMMENT FAIRE ?

- Mise en place d'une campagne display

- ✓ Cela peut se faire par le biais d'une agence ou directement en interne
 - ✓ Le but étant d'être présent à divers endroits stratégiques sur une période donnée
 - ✓ La publicité peut aller des formats traditionnels jusqu'à l'habillage complet d'un site web





Comment toucher sa cible?

1. Ux
2. Buzz
3. SEO
4. SEA
5. SMO
6. Co-création
7. Contact direct
8. E-publicité (display)

9. L'e-mailing

10. Affiliation
11. Growthhaking

L'e-mailing

OBJECTIF : Être lu, entraîner une action précise et ne pas finir à la corbeille



**KEEP
CALM
AND
STOP
SPAMMING**

E-mailing



Les emails et newsletters promotionnels sont des outils encore largement utilisés avec des retours intéressants s'ils sont bien réalisés. Ils ne sont pas à délaissés !

La newsletter permet encore aujourd'hui de générer du trafic ainsi que du chiffre d'affaire.





- COMMENT FAIRE ?

- Qualité de la base de donnée

- ✓ Formulaire d'inscription simples mais de qualité (mise en avant, explications, vérification mail...)
 - ✓ Segmentation précise et enrichissement permanent (questionnaire, historique achats...)

- Envoyez moins mais mieux

- ✓ Un mail = un objectif ! (landing page en conséquence...)
 - ✓ Message personnalisé en fonction de la segmentation
 - ✓ Amélioration de la lisibilité (43% lise sans image...)
 - ✓ Renforcer la relation client (anniversaire, remerciements, cross selling...)
 - ✓ Impliquez vos abonnés (parrainage, réseaux sociaux)



Avantages & challenges de l'emailing

Avantages :

- Coût faible
- Permet d'être créatif, d'avoir des visuels attractifs
- Rentabilité acceptable sous certaines conditions (récurrence, type d'offre...)
- Fidélisation

Challenges :

- Résultats dépendants de l'outil
- Nécessite une base de données d'emails
- Problème de délivrabilité et de SPAM



Quels outils?





Ergonomie de l'éditeur				
Langue	Anglais	Français / Anglais Allemand / Espagnol	Français / Anglais Allemand / Espagnol / Néerlandais	Français / Anglais
Statistiques				
Type de Support	FAQ - Mail : pour les comptes payants uniquement	FAQ / Mail	FAQ / Mail	FAQ / Mail / Réseaux sociaux
Formulaire d'inscription intégrable	Oui	Oui	Oui	Oui
Intégration avec d'autres outils	Oui	Oui	Oui	Oui, mais limitée
Segmentation des contacts	Oui	Version premium uniquement	Oui	Oui
Tarifs	Gratuit jusqu'à 2 000 abonnés et 12 000 envois / mois Payant à partir de 20 \$ / mois envoi illimité	Gratuit jusqu'à 6 000 envois / mois Payant à partir de 5,49 € / mois pour 30 000 envois	Gratuit jusqu'à 1 000 contacts et moins de 500 envois / mois Payant à partir de 3,75 € / mois pour 500 envois	Gratuit 9 000 envois / mois Payant à partir de 5,49 € / mois pour 40 000 envois / mois



- Jusqu'à 6 000 e-mails : gratuit (fonctionnalités limitées, 200 e-mails par jour maximum)
- Jusqu'à 30 000 e-mails : 5,49 € par mois
- Jusqu'à 60 000 e-mails : 17,45 € par mois



- Jusqu'à 2000 destinataires : gratuit (12 000 e-mails maximum et bannières publicitaires)
- Jusqu'à 5000 destinataires : 50 \$ par mois (environ 47 €)
- Jusqu'à 10 000 destinataires : 75 \$ par mois (environ 71 €)





Vocabulaire

- **Répondeur automatique (ou autorépondeur)** : une série d'e-mails prédéfinis envoyés automatiquement, par exemple après une inscription via un formulaire. Il peut s'agir d'astuces sur l'utilisation d'un produit ou d'une introduction à un sujet particulier. Ensuite, on trouve les e-mails automatisés (« e-mail automation » en anglais), qui consistent à préprogrammer des campagnes entières.
- **Modèle (template)** : un modèle de lettre d'information, comprenant images et mise en forme du texte, envoyé au format HTML.



Vocabulaire (suite)

- **Newsletter responsive** : tout comme un site Internet, l'affichage est optimisé : l'e-mail s'adapte parfaitement à la taille de l'écran utilisé pour le lire (smartphone, tablette, ordinateur).
- **Rebonds** : les e-mails non délivrés, par exemple quand une adresse n'existe plus. Ces adresses sont automatiquement désactivées par le logiciel d'envoi de newsletter.
- **Offres prépayées et abonnements** : les offres prépayées fonctionnent comme pour un téléphone portable – vous chargez un crédit d'e-mails sur votre compte. Avec un abonnement en revanche, vous payez selon un nombre de destinataires et les envois sont souvent illimités. Cette solution est intéressante surtout si vous envoyez plusieurs e-mails par mois aux mêmes destinataires.



Taux d'ouverture?

Chaque secteur a ses propres particularités.

- Secteurs reconnus pour avoir les meilleurs taux d'ouvertures (>20%),
 - les églises,
 - l'agriculture,
 - la construction,
 - le gouvernemental ou
 - les industries créatives (agences par exemple).
- Ensuite, à \pm de 20%,
 - conseil,
 - éducation,
 - santé,
 - assurances ou
 - restauration.
- Des taux d'ouvertures plus faibles (<18%)
 - E-commerce,
 - recrutement,
 - transport ou
 - musique.

Donnez d'abord, demandez ensuite



- Aidez vos lecteurs à résoudre des problèmes précis,
- Inspirez-les,
- Enrichissez leur vie quotidienne.

Une fois que vous aurez établi un lien de confiance durable, vous pourrez proposer vos services.

Mettez en place un message d'accueil



- L'envoi d'un message de bienvenue peut augmenter la fidélité de vos abonnés de 33%. Pourquoi s'en priver ?
- Envoyez **immédiatement** un email de bienvenue automatique, afin que votre nouvel inscrit confirme son intérêt dans la foulée et n'oublie pas le nom de votre site en quelques heures.
- Un bon message d'accueil peut notamment :
 - Rappeler à l'abonné qu'il a fait un bon choix
 - Montrer comment découvrir votre site, parcourir votre boutique ou accéder à vos ressources
 - Intégrer une réduction ou un bonus
 - Donner la possibilité de vous suivre sur les réseaux sociaux ou d'inviter un ami

Conseils



Bannissez le « no reply »



- Evitez les adresses « *no reply* », qui tuent le niveau d'engagement de votre newsletter.
- Quoi de plus frustrant que d'ouvrir et lire un email, avoir envie de répondre à une question et se voir opposer un robot au moment de le faire ?



Choisissez bien le nom qui va s'afficher dans la boîte de réception de vos lecteurs

- Créer votre newsletter vise aussi à créer un lien personnel avec vos abonnés.
- Une bonne solution, si votre prénom ou le nom de votre site ne sont pas trop longs, est d'envoyer vos emails en alliant les deux en tant que destinataires.
- Par exemple : **Julie de scoop.it**
- Tout dépend bien sûr du degré de notoriété de votre marque ou de votre identité personnelle. Là encore, il faut tester !

Segmentez votre audience



- Plutôt que de créer une seule liste d'abonnés, privilégiez la segmentation des inscrits en différents groupes,
 - En fonction de leur comportement sur votre site,
 - De leurs données démographiques,
 - Du bonus ou
 - De la page sur laquelle ils se sont inscrits.

Personnalisez vos messages



- Lorsque vous construisez votre liste, pensez à demander le prénom de chaque nouvel abonné.
- Vous pourrez ainsi personnaliser l'envoi de votre newsletter



Passez du temps sur vos objets de mails

- Les titres font vivre vos newsletters... ou les tuent dans l'œuf. Vous devez donc non seulement passer du temps à les travailler, mais également tester différentes versions lors de vos envois.
- Voici quelques astuces pour un **objet de newsletter efficace** :
 - Incluez des **chiffres**
 - Faites une **promesse** claire (si vous la tenez ensuite !)
 - Jouez sur le **sentiment d'urgence**
 - Annoncez une **exclusivité**
 - Piquez la **curiosité** de vos lecteurs...
- Dans tous les cas, le travail sur les titres revient aux fondamentaux du copywriting.
- Abonnez-vous dès aujourd'hui à différentes newsletters, qu'il s'agisse de vos concurrents ou de domaines totalement différents, qui peuvent aussi vous inspirer.



Rendez le corps du message « scannable »

- 80 % des personnes vont scanner votre email. L'augmentation de la lecture sur smartphone augmente considérablement l'impact de cette donnée, que vous devez déjà prendre en compte sur vos articles et pages.
- De même, le temps d'attention se réduit d'année en année, comme le montre le tableau suivant :
 - Pour optimiser votre newsletter de manière à la rendre la plus efficace possible, facilitez une lecture « scannée » de son contenu :
 - Espaces et paragraphes aérés
 - Listes (puces, tirets)
 - Titres et sous-titres attirants
 - Mots en gras
- Utilisez les images avec parcimonie. Elles peuvent augmenter le temps de chargement et réduire l'attention de vos lecteurs.

Optimisez vos newsletters pour les mobiles



- Des **objets plus courts**, faute de quoi ils seront tronqués sur les smartphones. Vous pouvez viser 35-40 caractères, par exemple.
 - Un **design responsive** avec des colonnes et images qui s'adaptent immédiatement à la taille de l'écran.
 - Un email léger et donc **rapide à charger**
 - Une **taille de police de caractère** facile à lire
 - Des **CTA** (*call to action* ou *appel à l'action*) impossibles à rater
 - Un **nombre limité d'images**
 - Une option « **plain text** » (*texte brut*)
 - Une **suppression ou un décalage** de la mention « *si vous ne parvenez pas à lire ce message, vous pouvez consulter la version en ligne* » (ou équivalent).

Limitez le nombre de liens



- Créer une newsletter efficace nécessite d'avoir un objectif précis. Traitez-la comme une landing page, même si vous n'y vendez rien.
- En limitant les distractions, vous aidez le lecteur à se concentrer sur votre message et vos appels à l'action.

Trouvez la longueur idéale



- Pour certains, une bonne newsletter ne devrait jamais dépasser 500 mots.



ce qui fonctionne chez les uns est contre-productif chez les autres.

- Certaines newsletters de blogs à très forte audience peuvent faire jusqu'à 3 000 mots sans perturber leurs lecteurs !
- Un copywriter disait d'ailleurs que « *ceux qui lisent jusqu'au bout sont ceux qui achètent* ».
- Faites votre choix... mais dans tous les cas, menez des tests A/B ou comparez les données de vos différents envois !
- Rien ne vous empêche de varier les plaisirs en alternant des textes courts avec des emails bien plus longs, sur le ton d'une conversation ou sur la base d'un storytelling bien structuré.