
Conférence IUT 1 Décembre 2018 Stratégie Web



digital / rp / social



**Agence d'influence
relationnelle**, nous
développons de
l'influence positive

Nous créons une **relation
de proximité et de
confiance** entre vos
marques et vos clients via
les media d'aujourd'hui

Nous conseillons et
mettons en œuvre





Agence d'influence relationnelle,

nous apportons, avec
l'acquisition de plusieurs
start-ups digital natives et
une **méthodologie et des
outils** des solutions pour
développer votre business
en **influençant** vos
communautés de clients sur
les médias digitaux, et presse
média sociaux

**DIGITAL / RP / MEDIA
SOCIAUX**





Nos solutions digitales

Vous assurer une visibilité optimale dans les **media digitaux**

Stratégie digitale

E-branding
Transformation digitale
Direction artistique - UX
Rédaction conception

Intégration & Dev

Internet & Ecommerce
Applications users & métiers
Tablette, Mobile

E-visibilité

Référencement SEO, SEA
Community management
E-marketing / Programmatique

Formation

Social selling
Webschool

Event - Influenceurs

Relations blogueurs
Evènements influenceurs

Brand Content - data

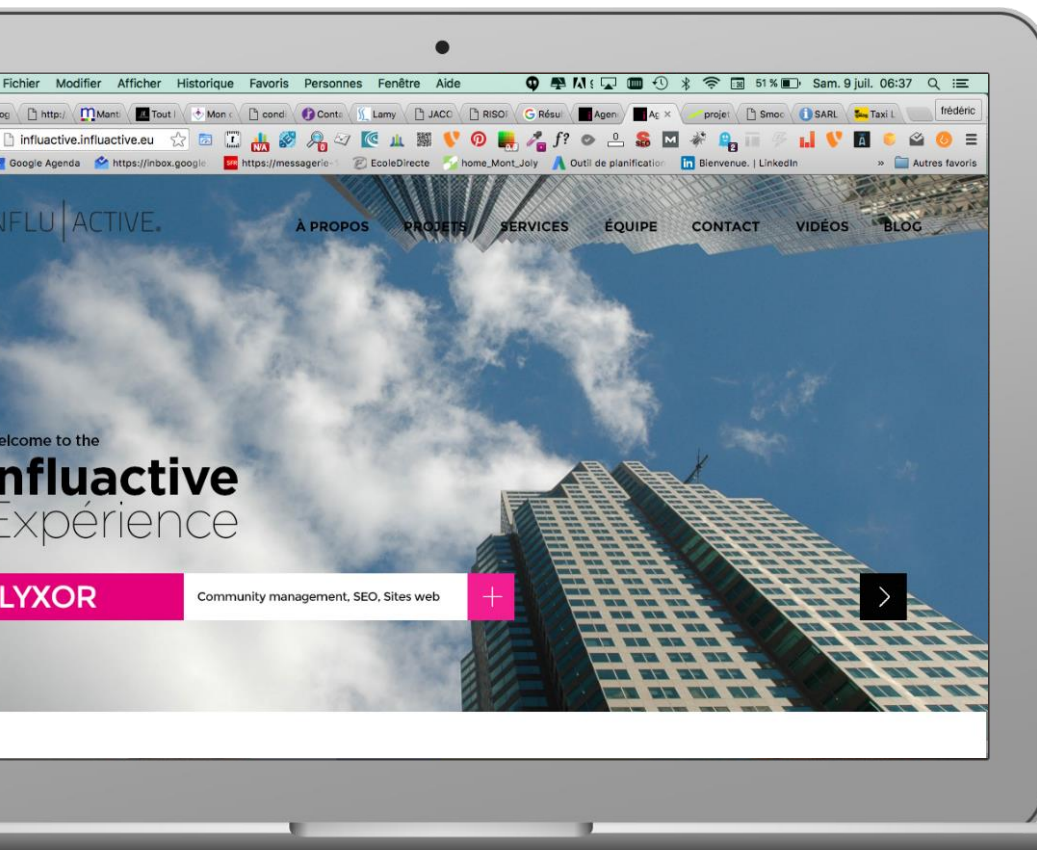
Création de contenu spécifique
Data, analytics

Awards

Meilleure agence 2015-2016-2017-2018

Décideurs Magazine

Depuis 2015, classée parmi les
50 meilleures agences
communication d'influence de
France.

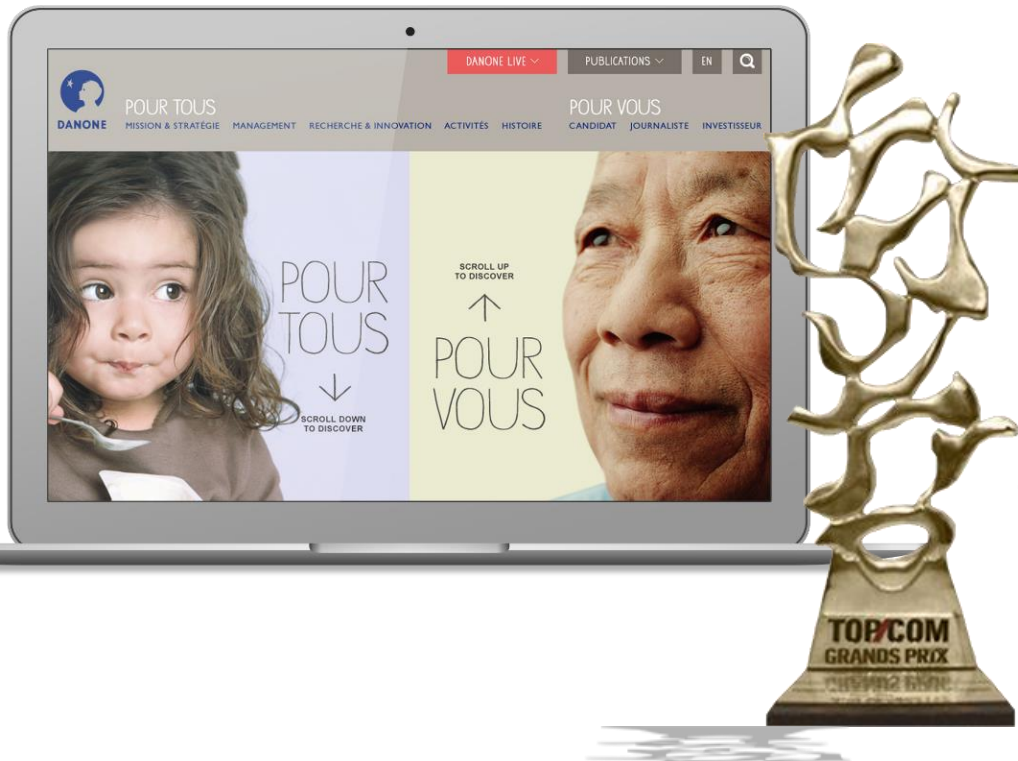


Awards

Top/Com gold awards 2014

Danone

Le site de Danone remporte le prix Top/Com Gold Awards 2014



Nos principaux clients



TYP03

DU 30 JUIN AU
02 JUILLET
2015

Depuis 2004,
Belink
Interactive
emploie les
membres
fondateurs de la
communauté
Open Source
TYP03 en
France.

Sponsor officiel
TYP03 en
France (Sponsor
des Universités
d'été)



Une méthodologie en 5 phases

Les règles pour bâtir une vraie **stratégie Web client**

- L'idéal de mode de fonctionnement dans une relation consultant/client
- L'idéal de réalisation : de gros projets structurants pour l'entreprise

□ 3 idées-force

- Vision **ambitieuse** : Avoir une vision stratégique de tout projet
- **Humilité** : La technologie est au service du projet et n'est pas le projet.
- Revenir sans cesse aux **fondamentaux** de l'informatique et de la publicité ! (voir point humilité)

5 phases

1. Phase d'étude : La **Stratégie**
2. Phase **analytique** : Mkg, Technique et Métier
3. Phase **tactique** : Fond & Forme
4. Phase **réalisation** : Graphisme & Informatique
5. Lancement commercial & **cycle de vie**



PHASE 1

- L'expression des besoins
car un problème bien posé est à
moitié résolu...

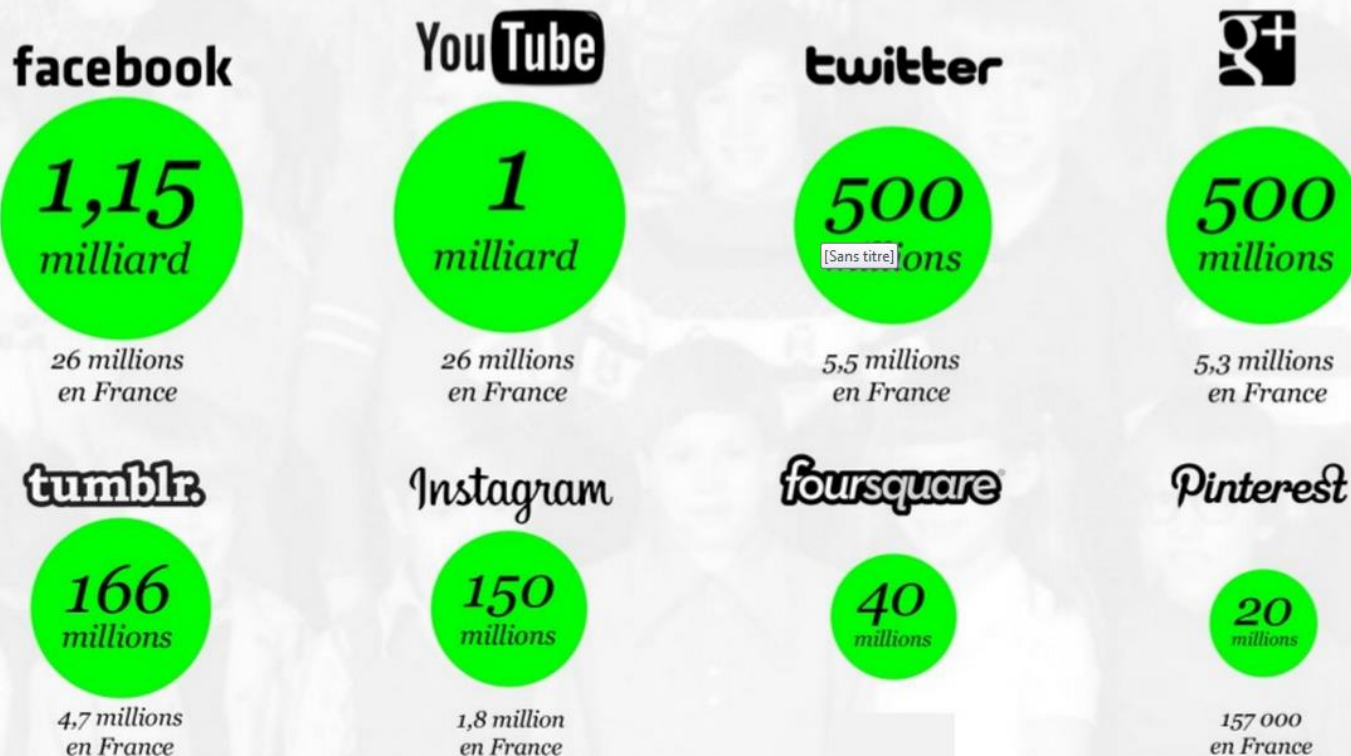
- **Phase 1 : L'Etude d'opportunité et l'expression des besoins : le brief de base**
 - Documents à remplir – le brief
 - Réunions/interviews/étude existant
 - Le consultant pose les questions à son client pour le guider
 - Cela suppose le choix d'un consultant qui saura proposer un axe de recommandation : **écoute et intervention**
- **-> CHOISIR C 'EST RENONCER**

Les questions auxquelles répondre (extrait) :

- ❑ «Pourquoi vais-je sur le Net ?»
- ❑ “Seulement” le Net ?
- ❑ Quel Net ?
 - Site, portail, place de marché, blogs, forums, réseaux sociaux ?
- ❑ «Que font mes concurrents ?»
- ❑ «Dois-je faire pareil ou différent ?»
- ❑ «Quel est mon positionnement de marque ?»
- ❑ «Quel est mon territoire de communication ?»
- ❑ «De quel budget dispose-je pour ce projet ?»

- Des nouveaux besoins clients apparaissent :
 - Je veux être visible
 - Je veux maîtriser ce qui est dit sur moi
 - Les projets web deviennent de vrais projets hors media
- -> dispositif digital complet

Nombre d'utilisateurs des principaux médias sociaux (Monde et France)



SOCIAL LUMAscape

ENTRISSES

AUDIENCES



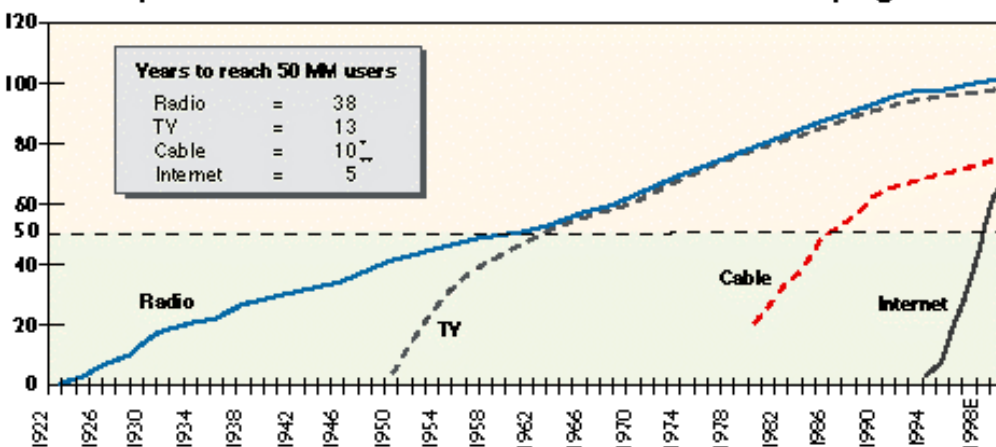
Denotes acquired company

© LUMA Partners LLC 2011

Un site Internet, c'est quoi :

- Un support de **communication** : Marque, long terme / Attitude
 - Différence « attitude /comportement »
 - Peut couvrir un évènement, un produit, marque employeur
- Outil de **promotion** : Réaction mécanique, court terme / Comportement / Impulsion
 - Dans ce cas on recherche des leads
- Un outil de **distribution** : Vente, e-business, e-commerce
- Un moyen de **communication informatique** : intranet, extranet, email, ftp, liens de/vers l'informatique interne

- IL n'est pas rare qu'une entreprise ait plusieurs sites pour évoquer plusieurs thèmes liés à sa marque ou son exploitation

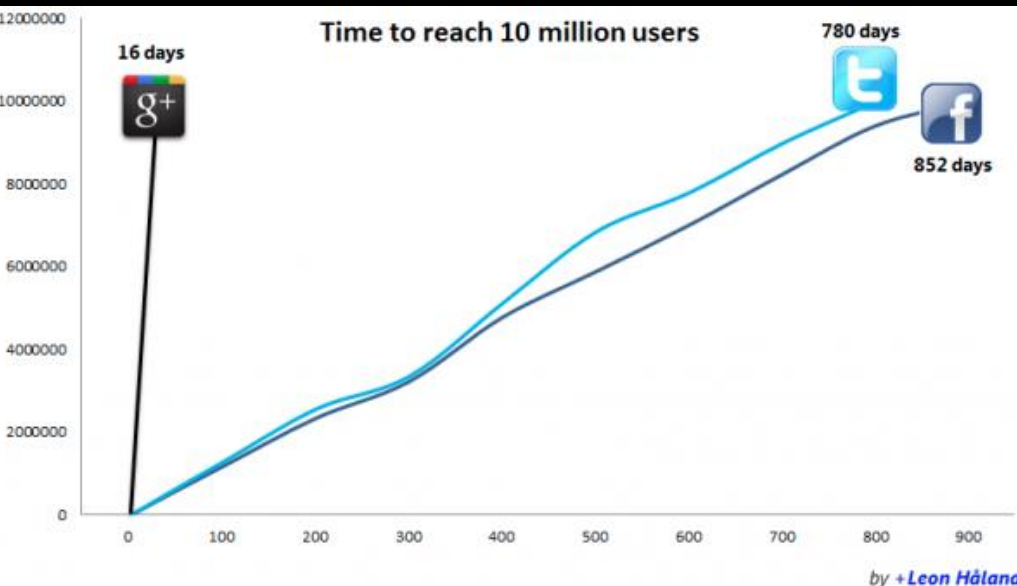


Source: Morgan Stanley Technology Research. E=Morgan Stanley Research Estimate.

*The launch of HBO in 1976 was used to estimate the beginning of cable as an entertainment / advertising medium. Though cable technology was developed in the late 1940s, its initial use was primarily for the improvement of reception in remote areas. It was not until HBO began to distribute its pay-TV movie service via satellite in 1976 that the medium became a distinct content and advertising alternate to broadcast television.

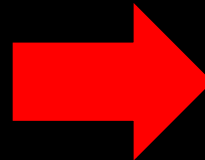
**Morgan Stanley Technology Research Estimate

- Une appropriation encore plus forte pour le media n+1 à venir (globale)
- Capitalisation forte avec retour d'expérience : pratique
- FB : 1 milliard en 6 ans



□ Mais ...

- Pouvoir décoder ce que veut le client en 2018 car il mélange souvent tous les concepts
- Toujours se méfier des modes et des mythes (open source, sécurité, n/tier, AJAX,)
- SEO,
- VRML,
- Second life vs FaceBook, ...
- Flash vs HTML 5
- Widget, Mobile
- Web app / Iphone App



Evangélisation
Ecoute
Référentiel commun
Poser les bonnes questions
BIEN TOUT REDIGER
Tout faire valider

Les nouveaux usages



Le digital a une croissance forte et soutenue, B2B, B2C

Il y a 6 ans par l'arrivée des forfaits fixes (ADSL) à bas prix

Depuis 3 ans avec l'arrivée des premiers forfaits mobile

Récemment avec les usages : conso mobile > conso ordi

Très récemment, les réseaux sociaux

Certains nouveaux réseaux sociaux n'ont plus de version desktop

Voici le graphique de ComScore :

Smartphones and tablets have nearly doubled the time we're online in the past 3 years

Total U.S. Internet Usage in Minutes (Billions) by Platform:
Desktop, Smartphone and Tablet



Voir © en fin de présentation

Les nouveaux usages



Tout fournisseur de contenus sait maintenant qu'il doit s'adresser à son public sur 5 devices

TV (3h30 conso/jour) evolution +
INTERNET
TABLETTE
SMARTPHONE
TV CONNECTEE



LE LIVRABLE FINAL EST LE DOCUMENT DE BRIEF

Le client rédige son brief initial

C'est une mission à part entière

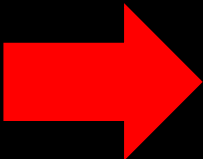
Si c'est l'agence qui le fait, alors ça devient un cahier des charges et c'est une mission facturée

On ne démarre rien sans un brief du client



Exemple d'un brief client (Abstract)

Non communicable – ne pas prendre en photo - merci

- 
- La résultante de cette première partie :
 - Un livrable, document écrit (powerpoint, word), détaillant tous les points vus ci-dessus
 - Le client doit valider ce document, qui est engageant
 - A tout moment du projet, on pourra revenir dessus

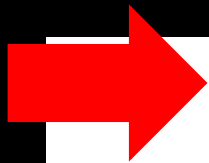
Phase 2

- Phase d'Analyse et conception et les livrables associés
 - 2 Parties systématiques :
 - marketing et fonctionnel
 - technique



Phase 2

- Avant tout, un projet démarre par une réunion qui met tout le monde en présence : le KICK OFF : pour un alignement



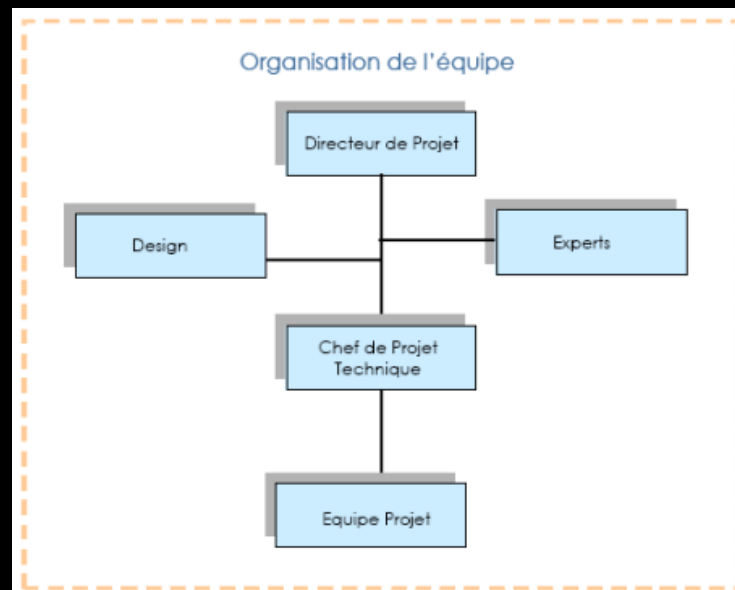
La réunion de lancement – Kick OFF

Afin d'initialiser le projet, une réunion de lancement est programmée, qui consiste à :

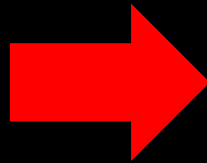
- Identifier nominativement les acteurs clés et définir leur rôle,
- Composer les différentes structures du projet (comité de suivi de projet, comité de pilotage),
- Organiser le projet (circulation de l'information, fonctionnement des équipes),
- Définir les besoins en ressources humaines et affectation aux tâches,
- Planifier très précisément toutes les dates clés du projet,
- Rechercher les critères de risques et les actions associées pour les limiter,
- Recueillir les données en vue de l'étude et l'analyse du contenu existant.

Cette réunion réunit l'ensemble des interlocuteurs du projet.
Elle fait l'objet d'un compte-rendu rédigé par Belink Interactive.

- ❑ Mais d'abord : organisation de l'équipe : la relation avec le client doit être programmée, codifiée
- ❑ Qui fait quoi à l'agence ou chez le client
 - Le chef de projet fonctionnel à l'agence
 - Le chef de projet chez le client



- On détecte et on écrit les priorités du client : les KPI's
- Choisir c'est renoncer



Key Performance Indicators (KPIs)

This project and the website will be a success if:

- 0% of dossiers PDF
- 100% of Nature claims are based on an intranet dossier

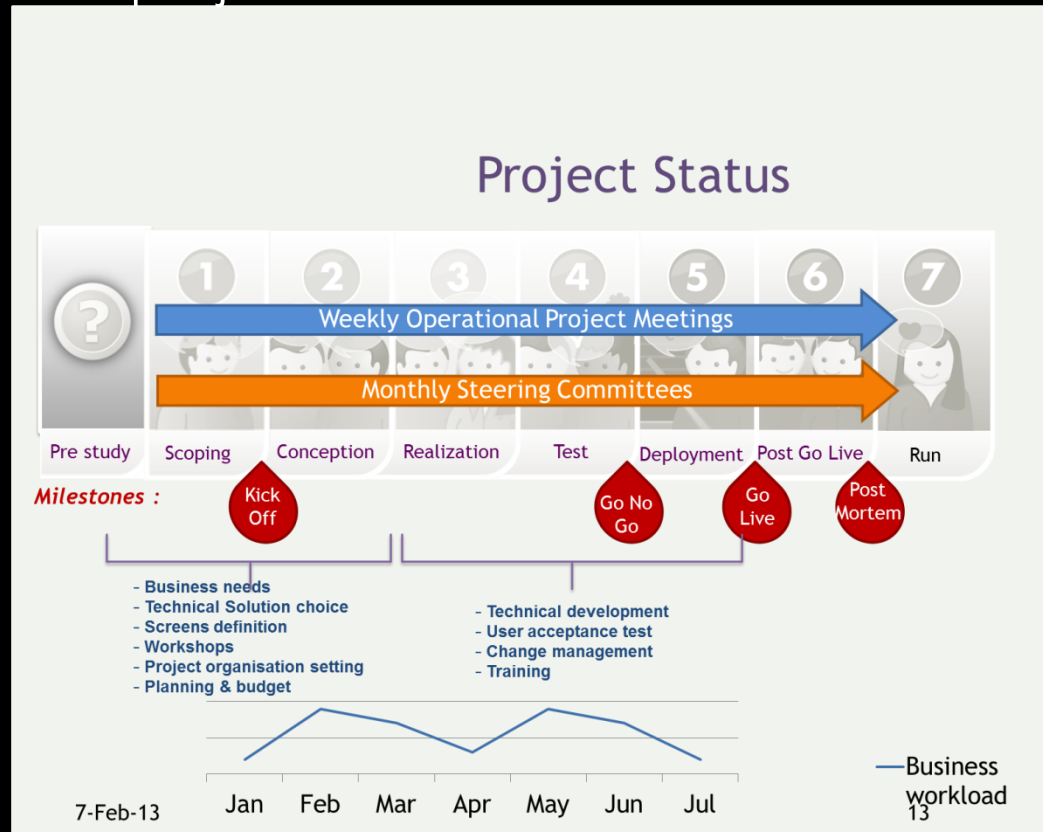
Indicator to monitor

- Number of visitors on main content pages (group guidelines, claim rules, etc.)
- Number of dossiers submitted
- Number of dossiers downloaded
- Number of best practices submitted
- Top 10 of content pages consulted / top 10 dossiers or BP downloaded
- Average date of last update

On redéfinit ou on résume les priorités du client : on doit avoir son accord et lui faire confirmer ces points

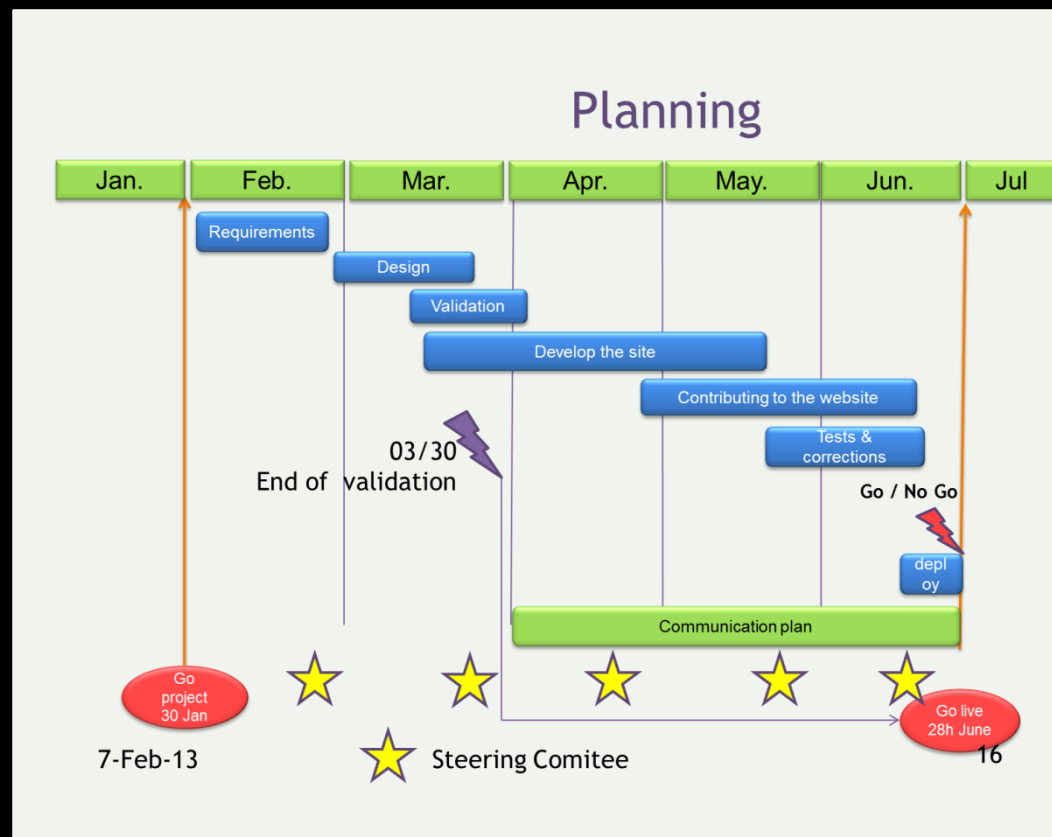


On redéfinit le planning en incluant le temps du client à consacrer au projet



On réécrit le planning et on détaille les moments clés où l'on veut la présence du responsable (PDG, directeur)

- Sans ces points cadrés dans le projet, les dérives sont nombreuses
- A faire même pour les petits projets



□ Phase 2 A: Analyse préalable marketing (si contenu important)

- Définir des objectifs marketing
- Définir une cible pour le site
- Définir une ligne éditoriale
- Trouver un concept original
- Recenser le contenu
- Estimer les retours
- Analyse préalable fonctionnelle
- Les règles métier
- Adapter un fonctionnement existant dans le monde réel

-
- Revenir au contenu et au sens du message : intégrer des ON travaille sous forme de workshops
 - Généralement, ils sont au nombre de 4
 - Les workshops de conception

**SEO & conception : parce
que la visibilité est
aujourd'hui le premier
facteur qui fait aller sur le
web**

SEO : les outils

**Plan de référencement
+ Cocon sémantique
80% de la performance
google = le contenu**

Analytics et tracking : le big data

Valeur de l'information

Le retour de l'écrit

- Ne pas négliger cette phase, **chronophage**
 - Savoir écrire
 - Savoir résumer
 - Tirer la quintessence d'un texte
 - Savoir donner envie avec un stylo
 - Le story telling
 - Savoir recenser le contenu : prendre et jeter
 - Avoir un esprit de synthèse
 - Un gros travail de documentaliste

- **Phase 2 A : les livrables** : 3 documents indispensables, comme les plans d'un architecte avant de couler le béton
- **Ces documents sont à la charge de l'agence qui envoie son chef de **projet fonctionnel****
- Il devra travailler, main dans la main,
 - avec les designers (pour valider leurs idées de conception)
 - les informaticiens chargés du développement (pour valider les idées, les concepts, la faisabilité, le niveau de budget),
 - les commerciaux (pour être sûr qu'on conçoit un projet en relation avec le budget et le planning vendu au client)

□ **Phase 2 A : les 3 livrables** : 3 documents indispensables

1) Un document de recensement des contenus (produits) +

Un document de définition des contenus, page par page

Des contenus de type histoire

C'est le chemin de fer d'un journal

2) Un document en ergonomie : les wireframes et le document d'ergonomie : c'est la trame du site

A partir de ces documents, on peut avoir une idée du fonctionnement du site.

3) Le document de spécifications fonctionnelles détaillées (SFD)

NUTRICIA

Connexion

Contact

Annuaire

Rechercher

Accueil

Rubrique 1

Rubrique 2

Rubrique 3

Rubrique 4

Rubrique XX

Venenatis Nibh Quam Magna

Maeenas faucibus mollis interdum. Duis mollis, est non commodo luctus, nisi erat porttitor ligula, eget lacinia odio sem nec elit. Nulam quis risus eget uma mollis ornare vel eu leo. Aenean lacinia bibendum nulla sed consectetur. Vestibulum id ligula porta felis euismod semper. Fusce dapibus, tellus ac cursus commodo, tortor mauris condimentum nibh, ut fermentum massa justo sit amet risus. Aenean lacinia bibendum nulla sed consectetur. [+]

Rubrique XX

Venenatis Ipsum Ornare

Nullam quis risus eget uma mollis ornare vel eu leo. Curabitur blandit tempus porttitor. Cras mattis consectetur purus sit amet fermentum. Donec id elit non mi porta gravida at eget metus. Integer posuere erat a ante venenatis dapibus posuere velit aliquet. Donec ullamcorper nulla non metus auctor fringilla.. [+]

Rubrique XX

Cras Amet Mattis Tristique Commodo

Maeenas faucibus mollis interdum. Duis mollis, est non commodo luctus, nisi erat porttitor ligula, eget lacinia odio sem nec elit. Nulam quis risus eget uma mollis ornare vel eu leo. Aenean lacinia bibendum nulla sed consectetur. Vestibulum id ligula porta felis euismod semper. Fusce dapibus, tellus ac cursus commodo, tortor mauris condimentum nibh, ut fermentum massa justo sit amet risus. Aenean lacinia bibendum nulla sed consectetur. [+]

Rubrique XX

Venenatis Nibh Quam Magna

Maeenas faucibus mollis interdum. Duis mollis, est non commodo luctus, nisi erat porttitor ligula, eget lacinia odio sem nec elit. Nulam quis risus eget uma mollis ornare vel eu leo. Aenean lacinia bibendum nulla sed consectetur. Vestibulum id ligula porta felis euismod semper. Fusce dapibus, tellus ac cursus commodo, tortor mauris condimentum nibh, ut fermentum massa justo sit amet risus. Aenean lacinia bibendum nulla sed consectetur. [+]

Rubrique XX

Venenatis Ipsum Ornare

Nullam quis risus eget uma mollis ornare vel eu leo. Curabitur blandit tempus porttitor. Cras mattis consectetur purus sit amet fermentum. Donec id elit non mi porta gravida at eget metus. Integer posuere erat a ante venenatis dapibus posuere velit aliquet. Donec ullamcorper nulla non metus auctor fringilla.. [+]

Agenda

lun.	mar.	mer.	jeu.	ven.	sam.	dim.
	1	2	3	4	5	6
7	8	9	10	11	12	13
14	15	16	17	18	19	20
21	22	23	24	25	26	27
28	29	30	31			

18/5/12 Aenean eu leo quam. Pellentesque ornare sem lacinia quam venenatis vestibulum

Accès direct

Une liste de raccourcis

Formulaires RH

Outils pratiques

Vos documents

Lorem ipsum

Lorem ipsum

Sondage

Aimez-vous les brocolis ?

☐ Oui

☐ Non

☐ Peut-être

☐ Ne sait pas ne sait plus

OK

□ Phase 2 B : Analyse préalable technique

- **Analyse** organique
- **Conception** technique : les STD spécifications techniques détaillées
- Cahier des charges technique
- Validation par le client
- Arbitrage budgétaire et réitération si besoin
- Ce document est à la charge du chef de projet technique

- ❑ Le planning devra être remis à jour systématiquement tout au long du projet : une conf call hebdomadaire ou un comité de pilotage mensuel permet de recadrer ce planning et les éventuels décalages
- ❑ Le rôle du chef de projet fonctionnel est de tout rédiger, résumer et le communiquer au client
- ❑ Sans COPIL, il n'y a pas de projet
- ❑ Sans ce document tenu à jour régulièrement, un projet risque des dérapages
- ❑ Un COPIL

Phase 3

- La forme : le design web et UX





User experience

Design

Design / UX

- Le design web nécessite une réflexion particulière sur les possibilités et les contraintes liées à l'Internet ou à la cible visée
- Il est important de tenir compte de la diversité des configurations matérielles des utilisateurs

Design / UX

- Aujourd'hui, les méthodes évoluent
 - 1 Méthode standard de conception spécifique
 - 2 La méthode « theming »
 - 3 Avantages inconvénients des 2 méthodes

Design / UX

- 1 Méthode standard de conception spécifique

Le board concept

□ Board Concept

- Un claim favorisant la fierté de faire, ensemble un beau métier
- Une identité de marque, même sur Intranet





[ACCUEIL](#) - [CONTACT](#) - [ANNUAIRE](#) - [MY DANONE](#)

[ME CONNECTER](#)

Ensemble, nous aidons
les personnes âgées
à être **plus fortes.**

Vendredi 6 Avril - Saint Maxime

Bon Anniversaire à : Jacqueline Rousset

[VIE PRATIQUE](#) ▾


[AGENDA](#) ▾

[MA CARRIÈRE](#) ▾

[MES FAVORIS](#) ▾

1. Artistic direction

- The concept would be : « **Everywhere, we have the local solution** ».
- In every country, we can deliver a personalized solution (card, paiement, etc ...)
- We act global but we are local.
 - Note : Next designs (on next slides) are draft.
 - Only to demonstrate the concept.



/// your customized service

ABnote
Europe

- We use typical countries, to demonstrate our values : service, close to customer, personalization, nearness, ...



/// your convenience service

ABnote
Europe




/// your customized service


-
- D'autres conceptions et créations de l'agence : toutes répondent à un cahier des charges très précis.

□ La Forme

- Conception et recherche graphique
 - Proposition de plusieurs maquettes papier et html
 - Choix des photos
 - Fixation des contraintes (taille, poids, ...)
 - Validation des documents par le client
 - Métier du DA –(Directeur Artistique)

- Lorsque la DA rejoint le document de wireframe, on en arrive à une maquette quasi-terminée
- A ce niveau, le chef de projet fonctionnel a terminé sa mission et passe le relais à une équipe de développeur
- Dernier point essentiel : pour démarrer les développements, le client doit avoir tout signé chaque page de chaque livrable.
- On signe tous les plans de l'architecte avant de démarrer le premier trou dans le terrain.


HOME - CONTACT - WHO'S WHO - MY DANONE - LINKS
SEARCH
OK




Ensemble, nous aidons les personnes âgées à être plus fortes.

VIE PRATIQUE ▾ | AGENDA ▾ | MA CARRIÈRE ▾ | MES FAVORIS ▾

ACTUALITÉS


NUMICO

DANONE




Lorem ipsum jadis enumer
10-05-12 - Existit autem hoc loco quaedam quaestio subdifficilis, num quando amici novi, digni amicitia, veteribus sint antepoenendi, ut equis quaestio subdifficilis, num quando amici novivetulis teneros antepoenere solemus.
> Lire la suite

CLINICAL NUTRICIA NEWS




10-05-12 - Modity by FRLEV// dierslis
Danone Q3 Financial Results 18_Oct_2011
[-]




10-05-12 - Modity by FRLEV// dierslis
Masques de références Nutricia
[-]

RUBRIQUE YY



Lorem ipsum jadis enumer
10-05-12 - Existit autem hoc loco quaedam quaestio subdifficilis, num quando amici novi, digni amicitia, veteribus sint antepoenendi, ut equis quaestio subdifficilis, num quando amici novivetulis teneros antepoenere num quando amici novivetulis solemus.
> Lire la suite

RUBRIQUE XX



Lorem ipsum jadis enumer
10-05-12 - Existit autem hoc loco quaedam quaestio subdifficilis, num quando amici novi, digni amicitia, veteribus sint antepoenendi, ut equis quaestio subdifficilis, num quando amici novivetulis teneros antepoenere num quando amici novivetulis solemus.
> Lire la suite

DOCUMENTS



10-05-12
Congrès et Formations 2012
[-]



21-05-12
Séminaire Vente février 2012
[-]

+ Add docs

C'EST À VOUS

Postez vos idées de progrès ici...

Selectionnez un sujet ▾

Exprimez-vous

Envoyer

AGENDA

avril 2012

kun.	mar.	mer.	jeu.	ven.	sam.	dim.
26	27	28	29	30	31	1
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29
30	1	2	3	4	5	6

10-05-12 - Existit autem hoc loco quaedam quando amici novi, digni amicitia,

2 Le theming : une nouvelle façon de concevoir un site

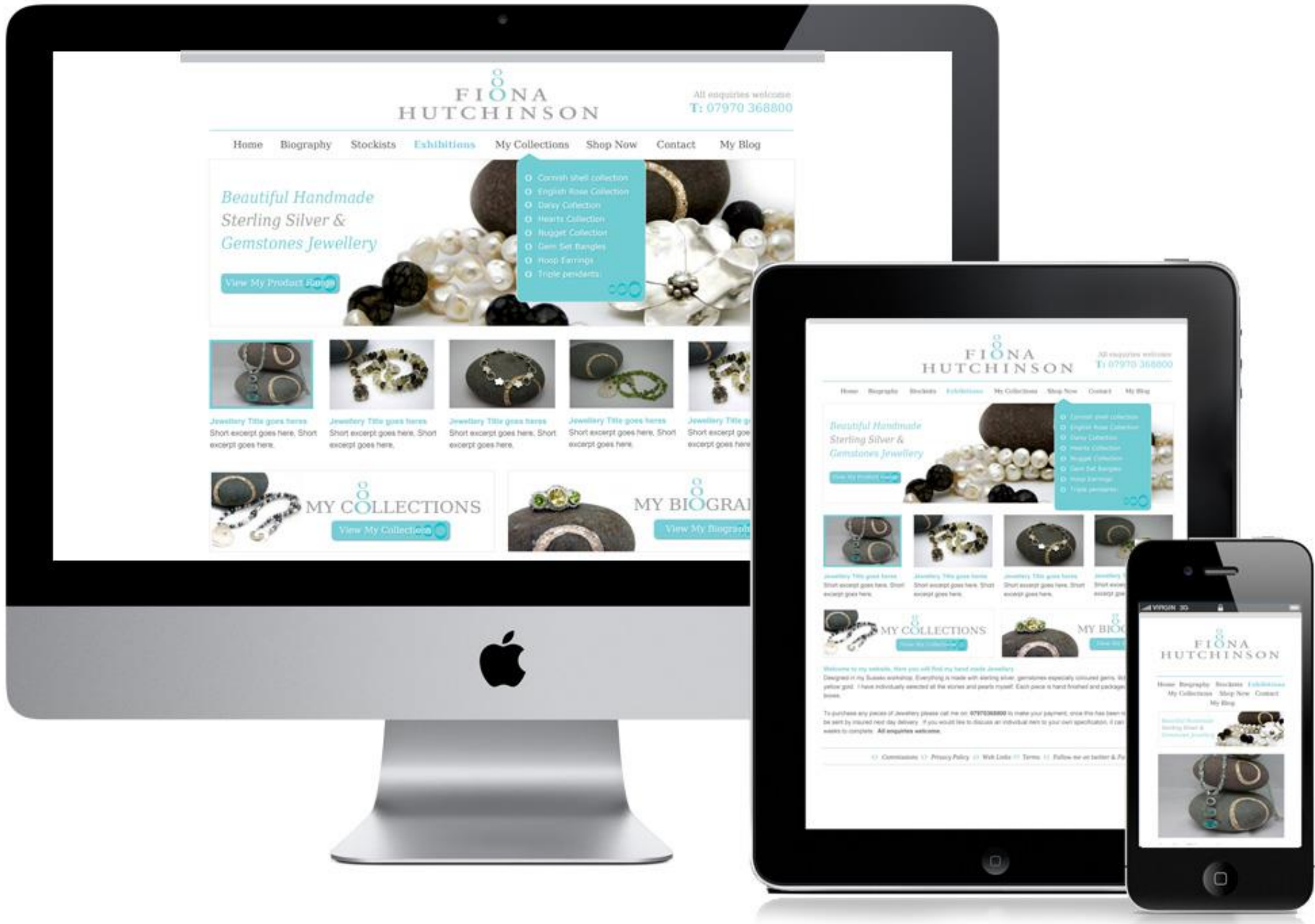
- Des outils adaptés Theme forest, en HTML ou en wordpress

3 Une inversion complète du processus de création

- Gain de temps, recettage, effets, coûts, se concentrer sur le contenu
- Contraintes : contenus, forme identique,

□ Une évidence : le responsive design

Principe du responsive design : 1 seul site / 3 écrans. En option



Sources citées dans ce document : Soit sous forme textuelle, soit sous forme de diagramme, photos ou graphiques.
Si les détenteurs des droits liés à d'autres documents, textes ou images ne sont pas cités dans cette page,
ils peuvent me contacter à h.bigal@influactive.com pour que je mette à jour mon cours en intégrant leur nom et références.

Comscore / Luma /

The Social Media Marketing & PR Agency
Avenue Van Volxemlaan 281b |
1190 Brussels | Belgium |
www.voice.be

 KANTAR MEDIA **UM** by Mediabrand selligent