



LE GUIDE ENTREPRENEURS

Tout ce qu'il faut savoir pour vous lancer sur le Web



1. Rédaction de contenus Web	3
Les types de médias sociaux	4
Les blogs	5
Facebook	6
LinkedIn	7
Twitter	8
Les communautés de partage de contenu	9
Approche et stratégie	10
2. Connaître son environnement	11
Comment utiliser efficacement les moteurs de recherche ?	11
Bien choisir votre moteur de recherche	11
Moteurs généralistes : Google, Yahoo, Msn, Bing	11
Les médias sociaux : twitter, facebook, linkedin	11
Moteurs spécialisés :	11
Comment fonctionne un moteur de recherche ?	12
Les types de mots clés à utiliser lors de vos recherches	12
Comment obtenir des résultats précis : la syntaxe	13
Les médias sociaux comme moteur de recherche	13
3. Connecter son entreprise	15
Gérer son site Internet	15
Un bon outil de création de site Internet : Wordpress	15
La gestion des courriers électroniques	16
La gestion de votre calendrier	17
La gestion de votre présence sur Google Maps	17
La gestion de vos documents	19
Organiser des événements	20
Les campagnes par courriel	20
4. Mesurer et optimiser	21
Mesure le trafic sur vos sites avec Google Analytics	22
Analyser la satisfaction de vos clients avec GetSatisfaction	22
Mesurez le retour sur investissement (ROI) des médias sociaux	23
5. Orienter un projet Web	24
Le guide des meilleures pratiques du Web de l'Alliance Numérique	24
Questions à se poser lors de la conception d'un site Internet	24
Les atouts pour être efficace sur les médias sociaux	26
Les approches et les outils à privilégier	27
À propos de l'auteur	29
Nous contacter	30



1. Rédaction de contenus Web

Aujourd'hui, nous avons grâce au Web accès à un océan d'informations et la possibilité de faire toujours plus en ligne. L'internaute est devenu le média : il possède la capacité de commenter, partager et créer du contenu.

Le Web 2.0, c'est le passage d'une diffusion unidirectionnelle de l'information à une circulation multidirectionnelle de l'information, grâce à la convergence entre une évolution technologique et une évolution culturelle : le consommateur est devenu pour ainsi dire « consomm'acteur ».

Si on qualifie souvent le Web 2.0 de « Web social », c'est en raison de la croissance phénoménale de l'une de ses facettes : le développement des réseaux sociaux (Facebook, Twitter, LinkedIn, Viadéo, entre autres).

Les réseaux sociaux connaissent en effet une croissance explosive : 24 % des américains étaient membre d'un réseau social en 2008, ce chiffre a doublé pour atteindre 48% en 2010. En France, sur 35 millions d'internautes, 16 millions ont créé leur profil sur un réseau social. Parmi eux, 95% sont inscrits sur Facebook et plus de 60% y sont connectés au minimum une fois par jour. Presque la moitié de la population canadienne se trouve sur Facebook. Avec plus de 15 millions de profils, le Canada se situe comme 7ème pays sur Facebook en termes de population (derrière la France et l'Italie).

Et les entreprises ? À l'échelle mondiale, déjà 40% des entreprises affirment gagner de nouveaux clients grâce aux réseaux sociaux. Que ce soit en B2C ou B2B, le bouche-à-oreille est l'un des principaux moteurs dans un processus d'achat. Le Web 2.0 amplifie le phénomène de bouche-à-oreille en le transposant sur l'ordinateur et, de plus en plus, les appareils mobiles. Ce nouveau canal de communication possède donc un potentiel considérable pour les entreprises.

Mais une utilisation efficace du Web 2.0 suppose un changement d'approche global dans les activités de l'entreprise : marketing, communications, ressources humaines. Le Web 2.0, c'est le passage de la vente à la relation, du contrôle à l'ouverture, de la distance à l'accessibilité. Ce n'est pas une mode. Ce n'est pas une option. C'est une tendance lourde pour les années à venir, à prendre en considération par toutes les organisations, quelle que soit leur taille ou leur secteur d'activité.



Les types de médias sociaux

Voici un rapide survol des différents médias sociaux :

- Le *blog* est un outil de publication permettant d'échanger, de commenter et de partager du contenu, selon une ligne éditoriale spécifique. De nombreuses entreprises ont développé des blogs corporatifs.
- Les *microblogs* sont des blogs en format court. Le plus connu d'entre eux est certainement Twitter, qui limite les publications à 140 caractères.
- Les *réseaux sociaux* comme Facebook, MySpace ou LinkedIn permettent aux personnes ayant les mêmes affinités de se regrouper, de partager des informations et des idées. D'autres outils tel que Ning, offrent aux internautes la possibilité de créer leur propre réseau social.
- Les *outils de partage de contenu* comme Flickr (pour les photos), Slideshare (pour les documents), YouTube et Dailymotion (pour les vidéos) permettent aux utilisateurs de diffuser leurs contenus à leurs communautés ou à l'ensemble des internautes.
- Les *wikis* permettent à un groupe de personnes de développer un site Internet de manière collaborative. N'importe qui peut modifier les pages. Le wiki le plus connu est l'encyclopédie en ligne Wikipedia
- Les *mondes virtuels* comme Second Life permettent aux utilisateurs de se rencontrer, se former et de communiquer dans un espace en ligne.
- Les *podcasts* sont des fichiers audio ou vidéo que vous pouvez télécharger.



Les blogs

Le blog est souvent considéré comme le « fer de lance » de la présence sur le Web social, car il est accessible par tous les internautes (contrairement à Facebook, par exemple, qui nécessite un compte Facebook).

Pourquoi faire un blog?

- Promouvoir un aspect particulier de votre organisation
- Animer et développer une communauté en ligne
- Diffuser de l'information : le blog peut remplacer ou compléter une infolettre, les internautes pouvant s'abonner à votre blog et recevoir automatiquement un message lorsqu'un nouvel article est publié
- Référencement : le blog favorise efficacement le référencement de vos contenus Web et donc votre visibilité

Les outils de création de blog :

- Wordpress – en version hébergée (www.wordpress.com) ou à installer (www.wordpress.org)
- Typepad (www.typepad.org)
- Blogger (www.blogger.com)
-

Ce qu'il ne faut pas faire

- Se limiter à l'écrit : un blog n'est pas simplement fait de textes, vous pouvez également publier des images, des documents, des vidéos
- Faire un blog de vente : si votre blog est trop axé sur la promotion de vos produits et services, les internautes n'y verront pas de valeur ajoutée, choisissez plutôt un angle particulier



GUIDE ENTREPRENEURS

Tout ce qu'il faut savoir pour vous lancer sur le Web

Ce qu'il faut faire

- Choisir une thématique précise : par exemple (les enjeux de l'autonomie et de la sécurité pour les personnes sourdes et malentendantes – jentends.com)
- Alimenter régulièrement le blog : 1 article (même court) par semaine est une bonne fréquence

Facebook

Facebook est le réseau social le plus célèbre, avec plus de 500 millions utilisateurs à travers le monde (pour plus de statistiques sur Facebook : <http://www.facebook.com/press/info.php?statistics>).

Facebook est le réseau le plus utilisé au Canada.

Vous pouvez utiliser Facebook de 3 manières différentes :

- Profil : il s'agit d'un compte personnel et généralement individuel, qui développe son réseau en ajoutant des « amis »
- Page : il s'agit d'un compte pour la promotion d'un produit, d'un service ou d'une organisation – le réseau se développe en ajoutant des « adeptes »
- Groupe : les groupes fonctionnent comme des forums de discussion, dans lesquels les membres peuvent émettre leurs avis et partager des informations

Pourquoi utiliser Facebook?

- Fidéliser votre communauté
- Diffuser de l'information
- Promouvoir un produit, un service ou une marque (en particulier si le public cible est large)
- Organiser des événements (de préférence pour des événements gratuits)

Fonctionnalités intéressantes



GUIDE ENTREPRENEURS

Tout ce qu'il faut savoir pour vous lancer sur le Web

- Statistiques : les pages offrent de nombreuses statistiques sur leurs adeptes (interactions, démographie, géographie, etc.)
- Événements : vous pouvez créer et promouvoir un événement via Facebook
- Messages : vous pouvez envoyer des messages en masse à vos amis ou vos adeptes
- Publicités : vous pouvez créer et diffuser des publicités très ciblées sur Facebook (service payant)

LinkedIn

LinkedIn est un réseau social professionnel, axé sur le développement des affaires et le recrutement. Sur LinkedIn, votre profil constitue un CV en ligne qui permet de crédibiliser votre démarche d'affaire et votre expertise.

Vous pouvez utiliser LinkedIn de 3 manières différentes :

- Profil : votre profil personnel
- Page d'entreprise : le profil de votre entreprise, regroupant les informations provenant des personnes travaillant ou ayant travaillé pour cette entreprise
- Groupe : un forum, ouvert à tous ou privé, dans lequel vous pouvez participer à des discussions ou partager des informations

Pour obtenir un profil complet sur LinkedIn, vous devez impérativement compléter les éléments suivants :

- Poste actuel
- Deux postes précédents
- Formation
- Résumé professionnel
- Photo
- Compétences
- 3 recommandations



GUIDE ENTREPRENEURS

Tout ce qu'il faut savoir pour vous lancer sur le Web

Pourquoi utiliser LinkedIn?

- Promouvoir son expertise
- Diffuser de l'information
- Consolider et développer son réseau d'affaires
- Faire du recrutement
- Trouver des ressources pertinentes dans un domaine particulier

Synergie avec d'autres outils

Votre profil peut agréger des informations provenant d'autres outils, comme des documents Slideshare (www.slideshare.net), les derniers articles de votre blog ou vos derniers messages sur Twitter.

Twitter

Twitter est un réseau d'informations en temps réel, alimenté par plus de 100 millions d'utilisateurs à travers le monde entier.

Twitter est un outil de « microblogging » par lequel les utilisateurs de partagent des messages courts de 140 caractères avec leur réseau composé d'abonnés (ou "followers").

Pourquoi utiliser Twitter?

- Faire de la veille : en utilisant les options avancées du moteur de recherches de Twitter (www.search.twitter.com)
- Service à la clientèle : en répondant aux commentaires sur vos produits ou vos services directement et rapidement. Cela vous permet, par exemple, de réajuster le tir lorsque vous observez une tendance négative dans les tweets de vos clients.
- Se positionner en tant qu'expert : Plus qu'une plateforme d'interactions sociales, Twitter vous permet d'émettre votre opinion sur des faits d'actualités ou de renvoyer vos « followers » vers votre blogue ou votre site web qui contient l'information pertinente, le tout instantanément.



GUIDE ENTREPRENEURS

Tout ce qu'il faut savoir pour vous lancer sur le Web

- Promouvoir et diffuser des événements : Plus rapide qu'une invitation par courriel, Twitter vous permet aussi de sonder l'intérêt de votre réseau avant de monter votre événement. Lancer une invitation sur Twitter est aussi une pratique qui se fait de plus en plus souvent. (ex : les Tweetups de Québec, un événement qui rassemble les utilisateurs de Twitter plusieurs fois par année.)
- Partager des informations : Faire preuve de générosité et partager de l'information utile ou très actuelle à votre réseau démontrera que vous adhérez aux valeurs du web 2.0, ce qui gonflera votre popularité !

Se lancer sur Twitter

- Ouvrir un compte : allez sur www.twitter.com et inscrivez vous – votre identifiant est très important. Cela peut être votre nom complet ou une combinaison.
- Personnaliser votre profil : selon la stratégie de votre entreprise, complétez votre profil avec le maximum d'informations publiques. Cela permettra à votre réseau de mieux vous connaître.
- Précisez : l'adresse de votre site corporatif ou de votre blog, votre zone géographique, le type de compte : public ou privé (implique que vos tweets ne seront visibles qu'aux personnes que vous aurez approuvés)
- Personnaliser votre fond d'écran : pour voir comment créer une « image arrière plan » pour twitter voir : <http://mashable.com/2009/05/23/twitter-backgrounds/> ou <http://www.freetwitterdesigner.com/>

Les communautés de partage de contenu

De nombreux outils et réseaux permettent de partager efficacement du contenu sur Internet.

- YouTube : partage de vidéos – www.youtube.com
- Slideshare : partage de documents – www.slideshare.net
- Flickr : partage de photos – www.flickr.com



GUIDE ENTREPRENEURS

Tout ce qu'il faut savoir pour vous lancer sur le Web

Tous ces outils s'intègrent facilement dans un site ou un blog. Par exemple, vous pouvez insérer des vidéos provenant de YouTube sur un article ou une page à partir des codes fournis par YouTube.

Pourquoi utiliser ces outils?

- Gratuité : vous n'avez pas à assumer les frais d'hébergement et de bande passante de vos contenus multimédia
- Statistiques : vous disposez de statistiques quant au visionnement de vos contenus

Approche et stratégie

Une nouvelle approche de la commercialisation

Les étapes d'une stratégie Web 2.0 :

- Planification : définir clairement les objectifs et les cibles
- Veille : écouter, analyser le marché, identifier les influenceurs
- Préparer le message : définir une ligne éditoriale, définir une charte d'utilisation des médias sociaux au sein de l'organisation
- Préparer les contenus : adapter les contenus existants au Web (style, formats), rédiger pour le Web
- Mettre en place les outils : créer les profils et les comptes nécessaires
- Animer les outils : écouter, communiquer, diffuser, engager le dialogue
- Optimiser : évaluer les résultats et optimiser la démarche



2. Connaître son environnement

Trouver de l'information utile, précise et à jour avec des **moteurs de recherche**

Comment utiliser efficacement les moteurs de recherche ?

Internet offre une masse d'informations considérable, à laquelle il est possible d'accéder en utilisant les moteurs de recherche de manière efficace.

Google n'est pas le seul moteur de recherche à pouvoir vous fournir des résultats intéressants.

Bien choisir votre moteur de recherche

- **Moteurs généralistes : Google, Yahoo, Msn, Bing**
- **Les médias sociaux : twitter, facebook, linkedin**
- **Moteurs spécialisés :**
 - Lawcrawler : droit
 - Hurisearch : droits de l'homme
 - Pickanews : médias en ligne et imprimés
- **Méta moteurs : recherche dans plusieurs moteurs généralistes robots.**
 - Clusty
 - Mamma
 - Metacrawler
 - Polymeta



Comment fonctionne un moteur de recherche ?

Les robots des moteurs de recherche trient et classent des milliards de pages Web lorsque vous lancez une recherche.

Critères: les mots clés, la popularité des pages, la qualité du contenu

- Les **mots clés** sont le premier critère. Le classement des résultats de recherche diffère selon l'emplacement du mot clés (URL, titre de la page, position dans la page) et sa répétition.
- La **popularité** de la page : Plus le nombre de liens pointant vers la page est important plus celle-ci sera jugée comme populaire par le robot et meilleur sera son classement.
- La **qualité** du contenu : Le robot du moteur de recherche analyse la pertinence des résultats en calculant le temps passé par l'utilisateur sur la page proposée par le moteur. Plus le contenu de votre site web sera de qualité (répond aux besoins de votre public), plus le temps passé sur vos pages sera conséquent.

Les types de mots clés à utiliser lors de vos recherches

Les moteurs de recherche analysent les mots clés que vous entrez dans la fenêtre de recherche, selon une séquence prédéfinie. Vous obtiendrez un résultat différent selon le type de mots clés que vous utiliserez.

- **Mots clés généraux** : correspondent à des domaines étendus ou des idées comme : commerce, cinéma, art, musique, démocratie, solitude... Ce type de mot induit un large spectre de réponses très diverses et donc peu pertinentes.
- **Mots clés spécifiques** : ils permettent d'affiner la recherche en pointant un critère en particulier : dates, lieu, auteur, etc ...



Comment obtenir des résultats précis : la syntaxe

Pour obtenir des résultats pertinents dans vos recherches, familiarisez-vous avec les opérateurs booléens ! Les termes suivants sont commun à tous les outils de recherche sur l'internet ET, OU, SAUF, « »

ET : les mots clés de votre recherche seront obligatoirement tous contenus dans les pages de résultat.

OU : L'un ou l'autre des mots clés utilisés seront présents dans les pages de résultat.

SAUF : le mot clé précédé de SAUF ne figurera pas dans les pages de réponse.

Ex: Faisons une recherche portant sur les provinces canadiennes SAUF l'Alberta

◇ *Provinces ET Canada SAUF Alberta*

« » : Mettez l'expression exacte que vous recherchez entre guillemets pour obtenir des résultats de recherche qui incluent cette expression.

Les médias sociaux comme moteur de recherche

Les médias sociaux sont d'excellents outils de recherche. Ils permettent d'avoir des résultats ciblés selon des critères très précis et de trouver de l'information stratégique pour votre entreprise.

Aujourd'hui, la recherche sur les médias sociaux est incontournable du fait de :

- la densité de l'information toujours plus grande
- la durée de vie de l'information de plus en plus courte
- l'ère de l'information en temps réel



GUIDE ENTREPRENEURS

Tout ce qu'il faut savoir pour vous lancer sur le Web

Il est donc important d'avoir les outils de recherche adaptés. En voici quelques-uns :

- Twitter (<http://search.twitter.com>): recherche d'informations
- Facebook : recherche de membres et d'informations provenant des fils d'information des profils
- LinkedIn : recherche sur les professionnels, les entreprises
- Youtube : recherche de vidéos
- Slideshare : recherche de présentation corporative
- Flickr : recherche de photos

Certains moteurs de recherche prennent en compte désormais les informations contenues dans les médias sociaux.

- Les généralistes : Google
- Les spécialisés : 48ers.com, socialmention.com, webmii.com

Les bénéfices d'utiliser les médias sociaux dans une recherche d'information stratégique pour l'entreprise sont :

- Connaître son marché et ses concurrents
- Identifier des prospects
- Optimiser son positionnement
- Mieux connaître et fidéliser sa clientèle



3. Connecter son entreprise

Utiliser des outils performants

pour mieux gérer vos informations et mieux communiquer

Gérer son site Internet

Aujourd'hui, il est important d'être autonome dans la gestion de son site Internet. Il est également crucial d'utiliser une technologie qui permet de faire évoluer facilement le site en fonction de l'évolution de vos besoins.

Un bon outil de création de site Internet : Wordpress

Une plateforme comme Wordpress répond parfaitement à ses enjeux. Connue surtout pour être une plateforme de blogs, Wordpress vous permet également de créer un site de grande qualité.

Pourquoi Wordpress :

- Coût réduit
- Facilité d'utilisation
- Respect des standards du web
- Changement rapide du design du site
- Gestion simple et efficace des pages
- Gestion des liens
- Gestion et régulation des commentaires de vos visiteurs
- Grande protection contre le spam :



GUIDE ENTREPRENEURS

Tout ce qu'il faut savoir pour vous lancer sur le Web

- Gestion des inscriptions et des utilisateurs
- Gestion du travail collaboratif
- Bibliothèque intelligente de vos médias (images, sons, vidéos, etc...)
- Gestion des auteurs multiples sur un seul site et de leurs droits

Exemples de sites réalisés avec Wordpress :

<http://www.noupe.com/wordpress/25-unique-uses-of-wordpress-as-cms.html>

La gestion des courriers électroniques

Les applications de Google pour une gestion efficace de l'information pour les entrepreneurs. Gmail (www.gmail.com) est par exemple un bon outil de gestion de courriers électroniques.

Avantages de Gmail

- Protection contre les courriers indésirables (« spam ») – Des filtres avancés permettent d'arrêter le spam avant qu'il n'atteigne votre boîte de réception. Vous pouvez ainsi vous concentrer sur les messages réellement importants.
- Communications unifiées – Messagerie, conversation instantanée et communications audio et vidéo hors pair sans avoir à lancer une autre application.
- Moteur de recherche intégré – La technologie de recherche Google étant intégrée, il vous est facile de retrouver des e-mails ou des conversations de messagerie instantanée.
- Interopérabilité – Synchronisez votre boîte de réception Microsoft Outlook avec Gmail.

Dropbox est un outil de stockage de documents en ligne pour les partager facilement :

www.dropbox.com. Il est particulièrement utile pour partager les fichiers de grande taille.



La gestion de votre calendrier

Google Agenda (<https://www.google.com/calendar>) est un service en ligne gratuit où gérer et partager votre agenda.

Avantages de Google Agenda

- Réunion de personnes en toute simplicité – Il suffit de choisir un horaire et de saisir les détails concernant la réunion. Google Agenda envoie les invitations et effectue un suivi des réponses.
- Partage des agendas de projets – Partagez des agendas entiers à l'échelle de l'entreprise ou avec des personnes en particulier.
- Affichage en contexte des informations relatives aux événements – Publiez votre agenda sur votre site Web sans aucune programmation.
- Interopérabilité – Synchronisez votre agenda Microsoft Outlook avec Google Agenda.
- Accès depuis un téléphone portable
- Publication des événements : partagez les événements de votre organisation avec le monde entier. Pour plus d'informations, vous pouvez consulter le guide Google destiné aux organisateurs d'événements (http://www.google.fr/googlecalendar/event_publisher_guide.html).

La gestion de votre présence sur Google Maps

De plus en plus de personnes privilégient Internet pour rechercher des commerces et services en ligne, plutôt que toute autre source d'informations. Il est donc important de vous assurer que votre fiche d'entreprise est facilement accessible sur Google.com et Google Maps.



GUIDE ENTREPRENEURS

Tout ce qu'il faut savoir pour vous lancer sur le Web

À l'aide de Google Adresses (<http://www.google.com/places>), vous pouvez créer une fiche efficace gratuitement et en quelques minutes seulement.

Votre fiche sur Google

Il est probable que votre entreprise soit déjà présente sur Google. Cependant, vous devez tout de même valider votre fiche et vérifier que ses informations sont exactes et complètes.

Pratique et facile à gérer

Avec votre fiche Google, vous pouvez facilement assurer votre présence sur Internet, même si vous ne possédez pas de site Web. Vous pouvez accéder à Google Adresses à tout moment pour modifier les informations concernant votre entreprise ou connaître le nombre de personnes qui les ont consultées et qui ont cliqué sur votre fiche.

Options de qualité totalement gratuites

Rendez votre fiche plus attrayante : ajoutez des photos et des vidéos ou des catégories personnalisées, telles que la zone que vous desservez, les marques que vous vendez ou les places de stationnement situées à proximité. Vous pouvez également proposer des coupons pour encourager les clients à effectuer un premier achat ou des achats répétés.

Fonctionnement

Chaque fiche d'entreprise disponible sur Google est en fait un "amas" géant d'informations que nous obtenons à partir de différentes sources, telles que les Pages Jaunes, par exemple, ou d'autres fournisseurs. Néanmoins, les informations de base que vous envoyez par l'intermédiaire de Google Adresses sont celles que Google considère comme les plus fiables.



La gestion de vos documents

Google Docs vous permet de créer, publier et partager facilement de nombreux types de documents. Vous pouvez également utiliser Google Docs pour créer des formulaires en ligne pour vos événements, vos sondages ou vos demandes de contact. *Tout cela gratuitement!*

- Créez des documents de base (toutes les fonctions courantes d'un éditeur de texte et de tableurs sont disponibles)
- Importez des fichiers : Google Documents accepte les formats de fichier les plus courants (DOC, XLS, ODT, ODS, RTF, CSV, PPT, etc.). Vous pouvez ainsi importer des fichiers existants sans problème.
- Partagez vos documents avec les personnes de votre choix : Entrez simplement l'adresse e-mail des personnes avec lesquelles vous souhaitez partager un document pour leur envoyer une invitation.
- Collaborez avec d'autres utilisateurs en temps réel : Plusieurs utilisateurs peuvent afficher et modifier un document en même temps.
- Modifiez et accédez à vos documents, où que vous soyez : Aucun téléchargement n'est nécessaire. Vous pouvez accéder à vos documents, feuilles de calcul et présentations à partir de n'importe quel ordinateur disposant d'une connexion Internet et d'un navigateur.
- Stockez votre travail en toute sécurité : Grâce au stockage en ligne et à la sauvegarde automatique, les coupures de courant ou les défaillances du disque dur local ne sont plus à craindre.
- Enregistrez et exportez des copies en toute simplicité : Vous pouvez enregistrer vos documents et feuilles de calcul sur votre ordinateur. Plusieurs formats vous sont proposés : DOC, XLS, CSV, ODS, ODT, PDF, RTF ou HTML.
- Organisez vos documents : Retrouvez facilement vos documents en les classant dans des dossiers. Glissez et déplacez vos documents pour les stocker dans autant de dossiers que vous souhaitez.



GUIDE ENTREPRENEURS

Tout ce qu'il faut savoir pour vous lancer sur le Web

- Publiez votre travail sur Internet : vous pouvez publier vos documents sur des pages Web standard. Aucune connaissance particulière n'est nécessaire.
- Contrôlez l'accès à vos pages : Vous pouvez publier vos documents et feuilles de calcul afin de les partager avec l'ensemble des utilisateurs, quelques utilisateurs seulement, voire aucun.

Organiser des événements

Les médias sociaux sont des outils particulièrement efficaces pour planifier et promouvoir des événements.

- Avant : promotion, gestion des inscriptions
- Pendant : diffusion « live »
- Après : suivi, revue de presse, rétroactions

Exemple d'application efficace de gestion d'événements en ligne :

<http://www.eventbrite.com/>

Vous pouvez également utiliser LinkedIn, Facebook et Twitter (avec <http://twtvite.com>) pour organiser des événements.

Les campagnes par courriel

Le courrier électronique reste un moyen de communication très important pour les entreprises. Afin de prospecter, fidéliser ou tout simplement rester en contact avec une communauté, l'infolettre électronique est toujours utile, mais il est important d'utiliser un outil performant pour éviter de se retrouver dans les courriers indésirables et pour faire un suivi des statistiques d'envoi.

Objectifs d'une infolettre

- Prospection
- Fidélisation



- Information

Ce qu'il ne faut pas faire

- Ne pas solliciter sans permission, sinon vous serez considéré comme un générateur de courriers indésirables et votre adresse électronique sera repérée comme telle.
- Ne pas trop solliciter trop souvent : une communication par mois, c'est suffisant.

Ce qu'il faut faire

- Se limiter à une information principale par envoi
- Faire des envois ciblés et personnalisés
- Faire un suivi sur les statistiques des envois :

Un exemple d'outil performant d'envoi de courriels :

Mailchimp – www.mailchimp.com

4. Mesurer et optimiser

Mesurer l'efficacité de votre stratégie

avec des indicateurs de performance



Mesure le trafic sur vos sites avec Google Analytics

Google Analytics (www.google.com/analytics) est l'outil le plus utilisé pour suivre et analyser le trafic sur votre site ou votre blog. Il vous aide à :

- analyser du trafic par visiteur, sources de trafic, contenu, objectifs et plus encore
- organiser un tableau de bord personnalisé avec l'information dont vous avez besoin
- intégrer Adwords, outils d'enchères sur les mots-clés pour améliorer le positionnement de votre site dans les moteurs de recherche

Mise en place

Pour utiliser Google Analytics, vous devez posséder un compte Google (par exemple un compte sur Gmail). Google Analytics est facile à installer : vous devez insérer un petit extrait de code dans les pages de votre site Web et le suivi se fait instantanément (la procédure à suivre est clairement expliquée sur www.google.com/analytics).

Analyser la satisfaction de vos clients avec GetSatisfaction

GetSatisfaction rend possible l'échange d'expérience entre les clients d'une marque ou d'une entreprise. En s'inscrivant, un client peut profiter de la plate-forme en cherchant un produit ou un service à commenter. Sur une page dédiée à l'entreprise, un membre peut :

- Poser une question à l'entreprise ou aux autres membres,
- Suggérer une idée à la société sur ses produits ou services,
- Rapporter un problème qu'il a rencontré,



GUIDE ENTREPRENEURS

Tout ce qu'il faut savoir pour vous lancer sur le Web

- Valoriser une entreprise ou un produit qu'il a apprécié,
- Noter l'opinion d'un autre utilisateur,
- Être en accord ou en désaccord avec un commentaire.

Getsatisfaction permet la création de leader d'opinion avec la possibilité de s'abonner au fil RSS de chaque profil de membre. Votre entreprise a intérêt à repérer et à suivre ces membres particuliers qui ont une influence auprès des autres commentateurs.

Les entreprises peuvent s'inscrire gratuitement sur la plateforme et suivre les activités sur leur tableau de bord.

Mesurez le retour sur investissement (ROI) des médias sociaux

Comprendre et analyser votre retour sur investissement sur les réseaux sociaux vous aidera à vous positionner et à envisager votre plan d'action sur le long terme.

L'évaluation de votre stratégie sur les réseaux sociaux repose sur des facteurs spécifiques qui, pour la plupart, diffèrent grandement d'une évaluation traditionnelle sur les médias imprimés par exemple.

Nous vous invitons donc à choisir, parmi les critères suivants, ceux qui ont le plus de pertinence pour vous.

- Le ratio entre le nombre de publications et le nombre de nouveaux membres
- La source de provenance des rétroactions (forums, réseaux sociaux, blogs)
- Le nombre de mentions par les médias traditionnels
- Le nombre de fans sur Facebook
- Le nombre d'abonnés au compte Twitter
- Le nombre d'amis sur Facebook



- Le taux de croissance de ses fans, abonnés ou amis
- Le nombre de téléchargements générés
- Le nombre d'abonnement à une infolettre
- Le nombre de visites sur un site ou un blog
- Le nombre d'appréciation positives (exemple : « Like » sur Facebook)
- Le nombre de commentaires associés aux publications

5. Orienter un projet Web

Le Web 2.0 : ni une mode, ni une option

mais une nouvelle forme de communication

Le guide des meilleures pratiques du Web de l'Alliance Numérique

Une ressource intéressante à consulter pour les entrepreneurs qui veulent se lancer dans un projet Web :

<http://www.alliancenumerique.com/guideweb.html>

Questions à se poser lors de la conception d'un site Internet

Contexte et objectifs de communication

Quels sont les objectifs du site?

Quelles sont les forces et faiblesses du site actuel ?

Quelle est la cible ? Détermination des habitudes et comportements.

Quels sont les messages à transmettre ?

Quelles sont les attentes des utilisateurs ?



GUIDE ENTREPRENEURS

Tout ce qu'il faut savoir pour vous lancer sur le Web

Que propose la concurrence et quelles sont les normes sectorielles ?

Quelles sont les forces et faiblesses du site actuel ?

Quelle est la plus-value du site par rapport à la concurrence ?

Quelles sont les ressources disponibles à la gestion du site et à sa maintenance ?

Quelles mesures sont mises en place pour évaluer la performance du site ?

Quelles sont les 3 raisons d'aller visiter le site ?

Quelle sera ma stratégie de communication autour du site ?

Architecture de l'information

L'objet du site et l'activité de l'entreprise sont-ils perceptibles d'emblée ?

Les contenus sont-ils organisés par services ?

Les contenus sont-ils organisés en fonction des actions de l'utilisateur ?

L'accès à l'information est-il hiérarchisé ?

L'organisation des contenus est-elle équilibrée en longueur et en largeur ?

Les éléments clés informatifs et les outils sont-ils accessibles sur la page d'accueil ?

Les éléments sont-ils étiquetés de manière explicite ?

La navigation est-elle efficace ?

Les liens sont-ils explicites et incitatifs ?

Les contenus sont-ils adaptés au Web ?

Les contenus sont-ils optimisés pour le Web ?

Les contenus importants sont-ils en haut de page sur le mode de la pyramide inversée ?

Un plan de maintenance du site est-il étudié ?

Une charte éditoriale a-t-elle été mise en place ?

Le système de recherche est-il efficace ?

Tous les aspects juridiques sont-ils respectés ?

L'ergonomie est-elle satisfaisante ?

Aspects techniques

Les pages chargent-elles rapidement ?

La page s'adapte-t-elle à la taille d'écran ?



GUIDE ENTREPRENEURS

Tout ce qu'il faut savoir pour vous lancer sur le Web

Le site fonctionne-t-il sous les différents navigateurs et versions ?

Une technologie standard a-t-elle été utilisée?

Votre site est-il sécurisé ?

Vos pages s'impriment-elles correctement sur un document à en-tête?

Les messages d'erreurs ont-ils été testés ?

Les tests ont-ils été menés ?

Interactivité

Les coordonnées de l'entreprise sont-elles affichées ?

Est-il possible de contacter le webmaster et le délai d'attente est-il respectable ?

La newsletter prévoit-elle une désinscription ?

Les vidéos, podcasts et animations prévoient-ils des textes alternatifs ?

Les éléments interactifs prévoient-ils une aide à l'ouverture des fichiers ?

Les formulaires sont-ils adaptés et une stratégie de communication est-elle en place ?

Les contenus sont-ils mis à jour régulièrement ?

Graphisme

La qualité du graphisme inspire-t-elle confiance ?

Le site suit-il une charte graphique et respecte-t-il les codes graphiques ?

La luminosité et le contraste sont-ils optimisés pour la lecture à l'écran ?

Les images sont-elles au service du contenu ?

Les images sont-elles accompagnées d'une légende et respectent-elles les droits d'auteur ?

Les contenus sont-ils adaptés au Web ?

Les atouts pour être efficace sur les médias sociaux

L'utilisation des médias sociaux ne correspond pas à tout le monde. Comme pour tous les outils, certaines compétences (et aussi tout simplement l'intérêt de la personne) facilitent la prise en main et l'obtention de résultats.



Familiarité avec l'outil informatique

Il est crucial d'être à l'aise avec les outils informatiques!

- Éditeur de texte de type Word
- Navigation sur Internet
- Utilisation régulière de l'ordinateur (courrier électronique, jeux, etc.)

Bonne capacité de rédaction

Une grande partie des contenus à créer et à diffuser sont écrits, il est important de savoir rédiger correctement.

- Orthographe et grammaire
- Esprit de synthèse
- Connaissance de l'anglais écrit (beaucoup d'outils ne possèdent pas de versions françaises)

Les approches et les outils à privilégier

Quelques approches possibles et les outils à privilégier selon les cas (à titre indicatif)

Activité	Objectifs	Outils privilégiés
Communication	<i>Diffusion d'actualités, de nouvelles</i>	Blog
	<i>Partage d'informations (provenant de sources externes)</i>	Twitter, LinkedIn, Facebook
	<i>Service à la clientèle</i>	Twitter

	<i>Aide en ligne</i>	Wiki
Événements	<i>Inscription et gestion</i>	Eventbrite
	<i>Promotion</i>	Blog, Twitter
	<i>Événement gratuit et grand public</i>	Facebook
	<i>Diffusion en direct</i>	Vimeo, Ustream, Twitter
Veille	<i>Centralisation des informations</i>	Google Reader
	<i>Recherche d'influenceurs</i>	Twitter
Recrutement	<i>Recherche de candidats potentiels</i>	LinkedIn
Commercialisation	<i>Développement des affaires</i>	LinkedIn
	<i>Réseautage</i>	LinkedIn
	<i>Fidélisation (pour un service ou produit grand public)</i>	Facebook
	<i>Image de marque</i>	Facebook
	<i>Prospection</i>	Twitter



GUIDE ENTREPRENEURS

Tout ce qu'il faut savoir pour vous lancer sur le Web

AKOVA – Créateurs de valeur

Nous offrons des services de conseil stratégique et de formation professionnelle dédiés aux organisations et les accompagnons depuis le stade du démarrage jusqu'aux différentes étapes de leur croissance.

Précurseurs dans l'usage professionnel du Web 2.0 et des réseaux sociaux, nous complétons notre offre de conseil par une capacité d'implantation opérationnelle des meilleures pratiques d'affaires web qui apporterons à votre organisation un positionnement commercial différencié et un avantage concurrentiel décisif.

La création de valeur pour nos clients est notre objectif prioritaire. Nos prestations couvrent l'ensemble du processus depuis la phase d'analyse jusqu'à l'accompagnement lors de la mise en œuvre opérationnelle des solutions préconisées.

À propos de l'auteur

Samira Benzina

Chargée de projet web

sbenzina@akova.ca

418-614-0540

En plus de ses fonctions de chargée de projet web, Samira a pour qualité la prise d'initiative dans la résolution de problèmes, qu'ils soient d'ordre technologique ou de gestion. Intéressée par les nouvelles tendances en communication, elle se passionne particulièrement pour la communication Web et le monde de possibilités qu'elle entrouvre pour générer le partage et la mise à profit de l'intelligence d'affaires collective et le transfert de connaissances, dans ou entre les organisations. Cumulant plusieurs années d'expériences dans la communication et la production web, elle se passionne pour les nouvelles technologies et met cette passion à profit dans chaque mandat qui lui est confié.

Titulaire d'une maîtrise en communication publique de l'Université Laval durant laquelle elle s'est intéressée aux principes de la démocratie participative et de ses applications directes au monde des affaires, Samira cultive la polyvalence en intervenant dans des projets web variés. Convaincue de la pertinence et de l'applicabilité des principes du web 2.0 à la stratégie globale de toute entreprise, elle effectue également des activités de veille, stratégiques pour le développement et l'animation de communautés, vecteurs essentiels de la « présence web ».



GUIDE ENTREPRENEURS

Tout ce qu'il faut savoir pour vous lancer sur le Web

Nous contacter

AKOVA

www.akova.ca

www.blog.akova.ca

45, rue Dalhousie
Québec (Qc) – G1K 8S3– Canada

Tél. : (418) 614 0540

Courriel : info@akova.ca

