

Conférence organisée par **Scoop. it!**

Lundi 30 Juin 2014

#SCMW2014



Institut Mines - TELECOM
Lundi 30 Juin 18:30-21h



AUGURE
reputation in action



Lundi 30 Juin 2014

#SCMW2014



Yann Gourvennec

CEO and founder
Visionary Marketing

[@ygourven](#)

2014

Scoop. **it!**

Agenda



1. État des lieux et constatations
2. Quelques facteurs clé de succès



photos : Microsoft, antimuseum.com & Flickr – creative commons

1. état des lieux et constatations pour le

CONTENU WEB

Oublions un moment les champions du monde du contenu



Parlons de vous et de votre entreprise



Et revenons un peu en arrière



8 ans plus tard, la question
ne se pose plus ...



Aujourd'hui, même les SSII



Mais ... Il y a un « mais »

- > comment faire ?
- > comment rendre mon contenu efficace ?
- > comment augmenter mes visites ?
- > comment transformer mes visiteurs en prospects



Le contenu au sein du dispositif d'ensemble

SEO

- Mise en conformité de votre dispositif digital (site, boutique en ligne)
- Optimisation
- Suivi

Contenus

- Optimisation de l'existant : rewriting, balises
- Création de contenus « riches » (brand content)

Performance

- Actions marketing
- Community Management
- Lead generation
- Retargeting

Quels constats pour 2014

1. Compréhension de la nécessité de faire "autrement"
2. Des efforts d'internalisation sous pression budgétaire ... Mais pas seulement
3. La question des blogs qui sont morts se fait plus rare



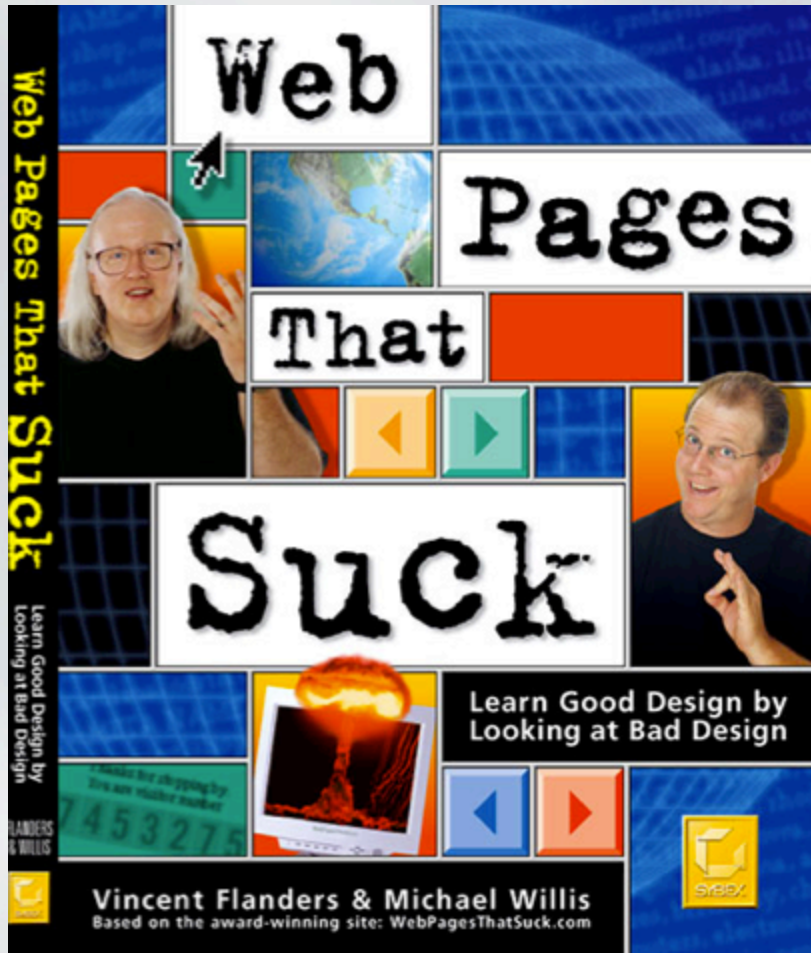
photo cc <https://www.flickr.com/photos/itsmeritesh/>

Mais encore des progrès à faire ...



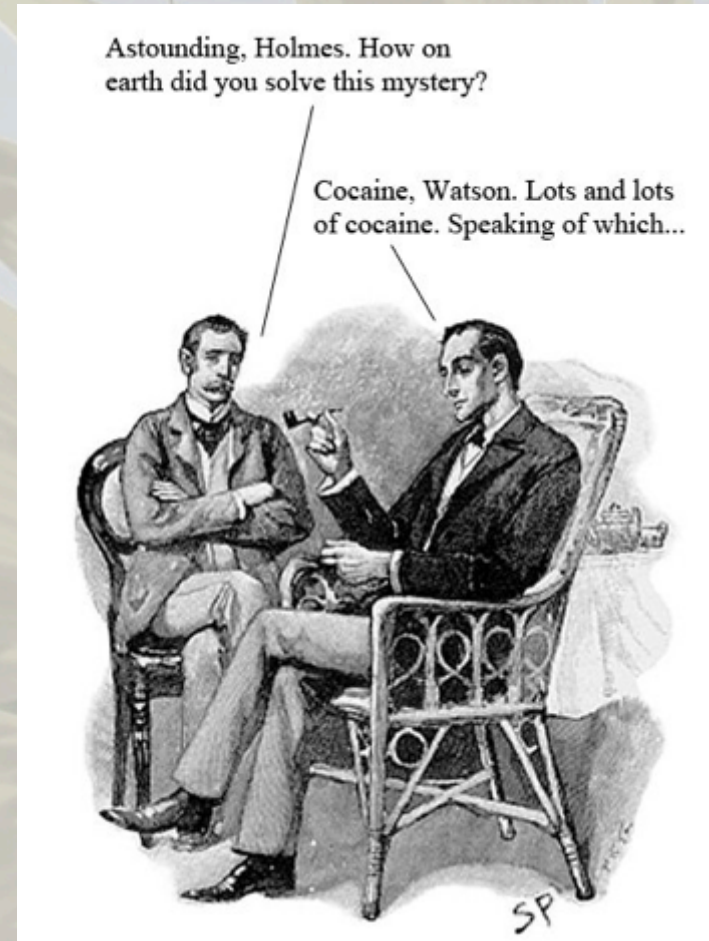
2. 10 facteurs clé de succès pour le **CONTENU WEB**

Quelques principes de base



Votre contenu est-il « addictif »

- > le contenu est plus important que le design
- > quel est le contenu qui pourrait forcer un visiteur à revenir, 1,2,3 ... fois



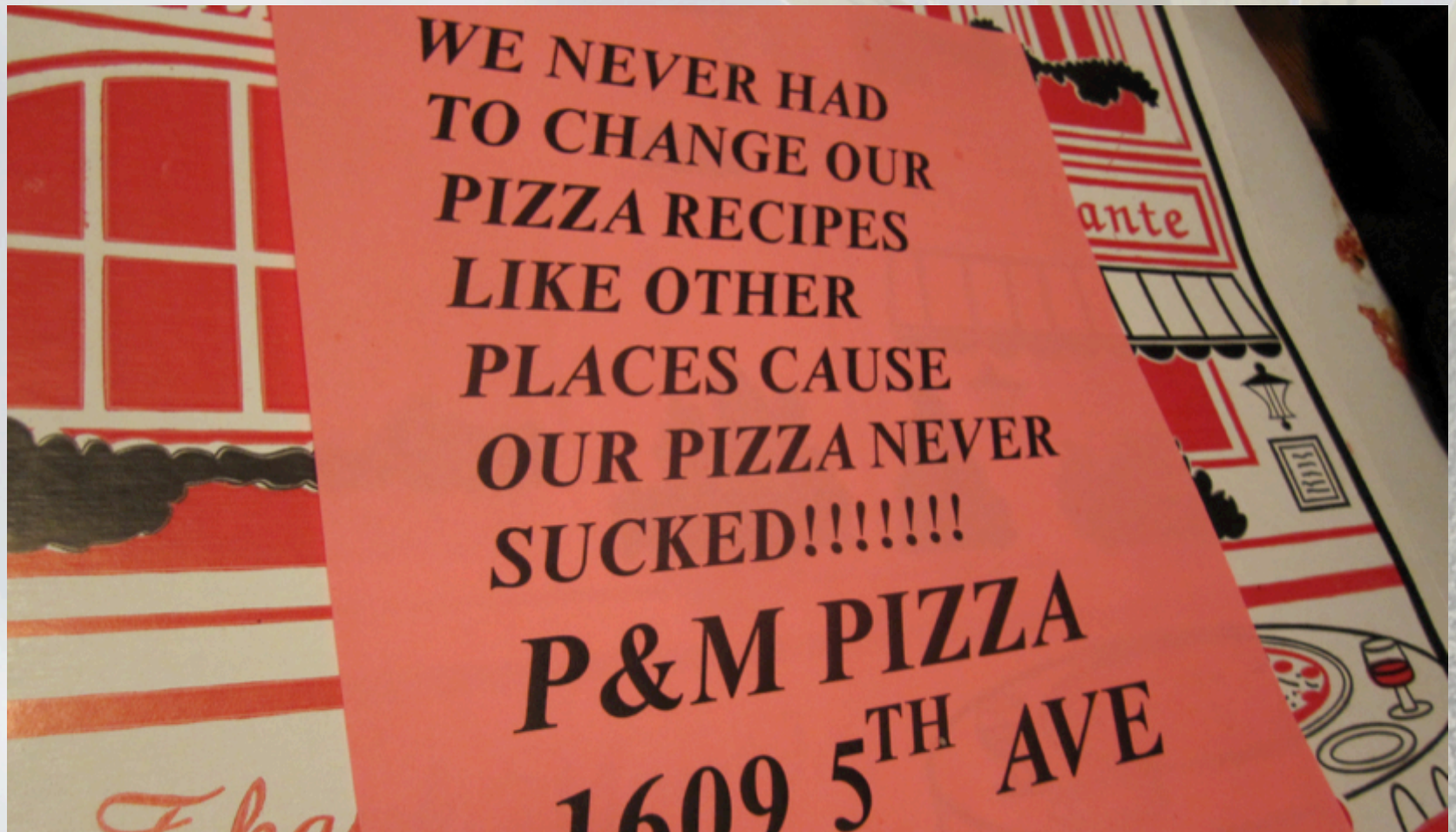
Seth Godin : facteurs critiques de succès

- > la franchise & sincérité
- > l'urgence (de résoudre un problème/répondre à une question)
- > l'actualité
- > la profondeur
- > la controverse
- > (et l'usage)

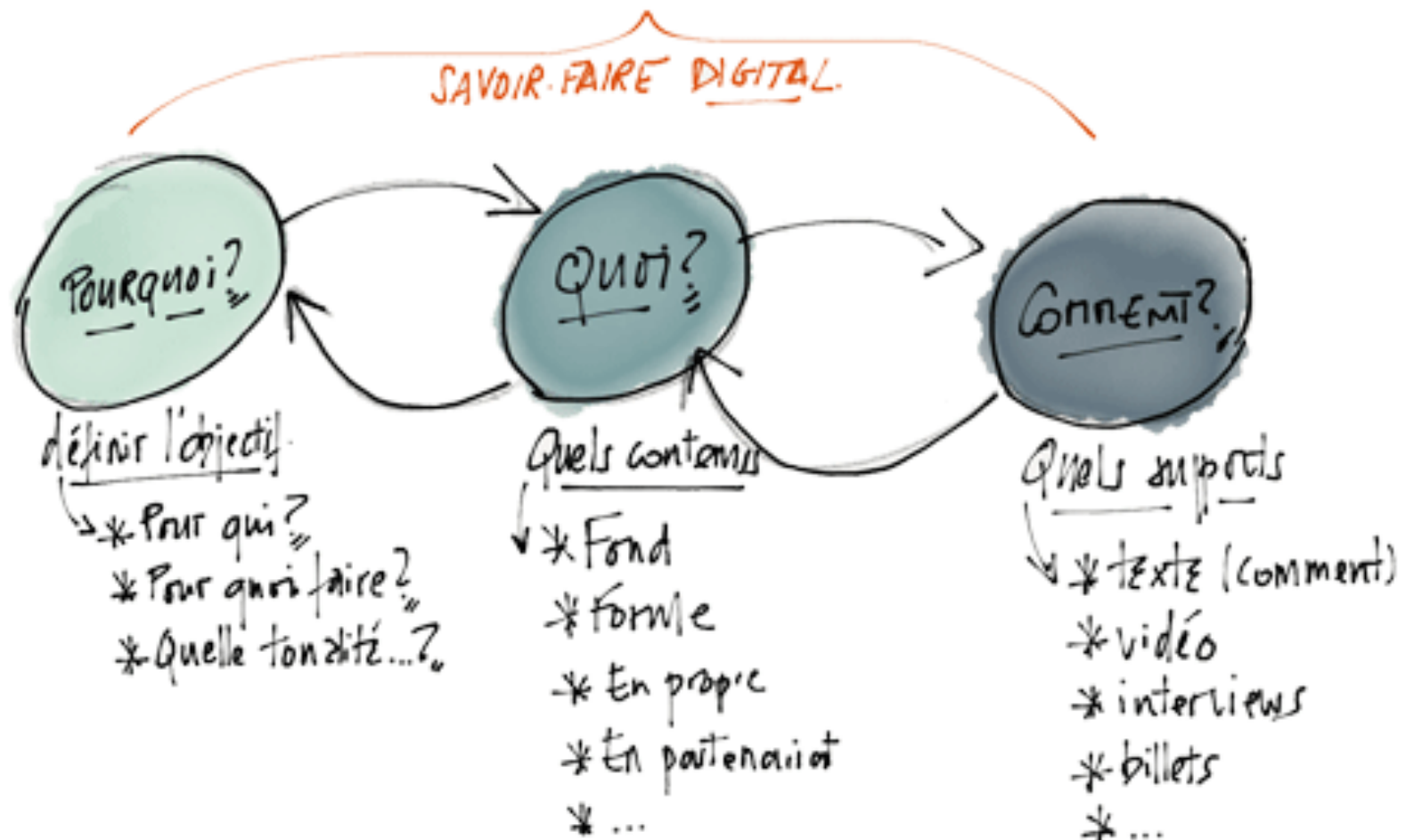
<http://bit.ly/sgblogceo>



Et oser le changement ?



Si vous êtes prêts voici nos conseils



conseil n°1 : ne pas peaufiner ...

- > il n'est pas nécessaire d'y passer des heures ni de peaufiner à l'extrême comme un journaliste, à l'inverse de ce qui est communément cru dans les grandes entreprises
- > les (grandes) entreprises ont une vue assez ancienne de la communication, trop traditionnelle, trop léchée, trop parfaite.
- > baisser son degré d'exigence pour réussir dans le digital
- > se fixer sur la qualité du contenu versus l'emballage ;



conseil n°2 : multimedia, le retour

- > Le contenu est devenu protéiforme, ce n'est plus un simple article de blog, mais des vidéos, des images, des infographies, le contenu est plus riche
- > Le contenu est devenu multiforme par son utilisation.
- > Une conférence par exemple peut-être filmée, bloguée mise sur [Slideshare etc.](#)



conseil n°3 : savoir exploiter son contenu

- Les marques produisent énormément de contenus mais ne savent pas encore véritablement comment les exploiter
- Où les trouver ?
- Comment les améliorer ?
- Comment les sélectionner ?



cc <https://www.flickr.com/photos/poly-image/>

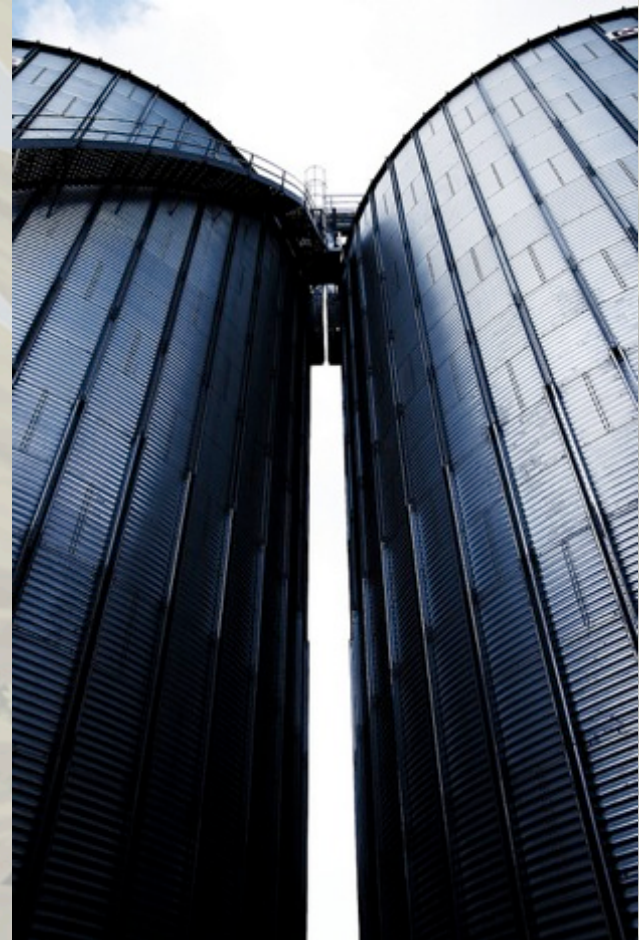
conseil n°4 : toucher les gens

> Avec une simple image
par exemple



Conseil n°5 : éviter le contenu en silos

- > éviter le contenu par silo, une vidéo peut être réutilisable dans un article, ou on peut en sortir des images etc.
- > tout est utilisable
- > Relancer, partager
- > Sortir de la spécialisation par plateforme imposée par Facebook et sa « professionnalisation »



cc <https://www.flickr.com/photos/50732955@N00/>

Conseil n°6 : un état d'esprit

- > Plus que les compétences, le contenu digital requiert un état d'esprit



Conseil n° 7 : sortez les experts du placard

- > Faire évoluer la façon de faire du contenu
- > Les journalistes ne sont pas (toujours) les mieux placés pour accompagner les entreprises
- > Les entreprises doivent apprendre à évoluer et sortir les experts-maison du placard afin d'utiliser les forces vives de l'entreprise et les motiver



Jean-François Audenard : [Orange Business Services](#)

conseil n° 8 : les maîtres mots vous apprendrez

- > Vitesse
- > Réactivité
- > Partage



conseil n° 9 : accepter l'UGC

- > Accepter de concevoir *aussi* le contenu en interne
- > Le fameux UGC : User Generated Content ;



conseil n° 10 : le rôle des agences va changer

- > Devenir des accompagnateurs
- > des challenges en termes de business models
- > se remettre en cause et facturer différemment
- > faire résonner le contenu, et ceux avec de la qualité et aussi aider le client à repositionner son contenu différemment
- > également savoir utiliser les blogueurs pour ce qu'ils savent le mieux faire savoir partager leur savoir et leur passion





bientôt sur vos écrans
LA NAISSANCE DE ...
Super Content Man

Un livre blanc pour apprendre les
fondements des stratégies de
contenus sur le Web en
s'amusant ...

*Un feuilleton en BD pensé, conçu
et réalisé par [Visionary Marketing](#)*

une agence du groupe

Contactez-nous

Visionary Marketing

80 rue Taitbout

75009 Paris

01 40 18 54 04

contact@visionarymarketing.com

[@vismktg](#)

[@ygourven](#)

