
Construire une stratégie web gagnante

Septembre 2010



Construire une stratégie web gagnante

- **Les facteurs clés du marketing web**

- **Les outils du marketing web**

- Site web, e-mailing, webinar, forum/blog ... comment s'y retrouver ?
- Quels outils pour quels objectifs ?
- La vérité sur les coûts

- **Zoom sur le marketing communautaire**

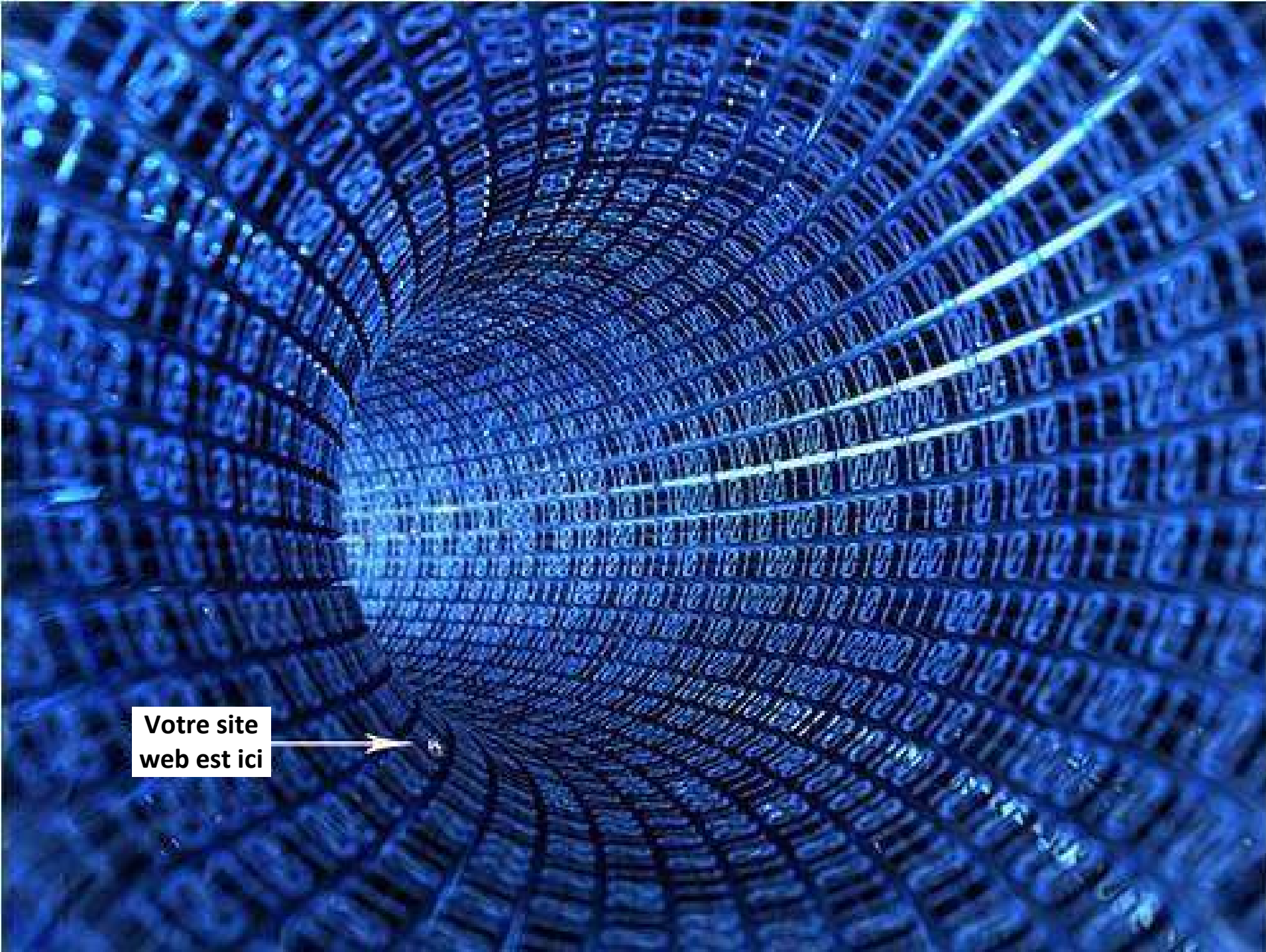
- Facebook, Twitter, LinkedIn... Entre rêve et réalité !
- Quelle est la stratégie gagnante ?

Internet ... le rêve éveillé !

On peut tout imaginer sur le web...

- Interroger le marché sur la pertinence d'un concept
- Etablir la notoriété d'une marque
- Lancer un concept
- Vendre un produit
- Etablir une communauté autour d'une marque
- etc...

Encore faut-il le faire ... bien...



Votre site
web est ici



Les facteurs clés du marketing web

Les outils du marketing



Objectifs	les fondations	construire la notoriété	établir la crédibilité	Générer des leads
Activité Marketing				
Fondamentaux				
Website la structure le contenu le référencement le netlinking	P1	s	s	i
Sales kit présentation société, présentation produit/service, brochure, cas d'étude...	P1		P1	
Témoignages clients	P1	s	P1	
e-mailing, Newsletter		s	s	P1
Salons Professionnels		s	s	P1
Communiqués de Presse		P1	s	i
Webinars		s	s	P1
Social media communautés, blogs, forums...		s	P1	i
Annuaire professionnels		s		s
Autres				
White papers		s	P1	s
Articles		P1	s	i
Speaking opportunities		s	P1	s
Sponsoring		s	s	P1

P1=priorité n°1
s= secondaire
i= indirect

Les facteurs clés du marketing web

Les bons outils au bon moment

Le site web = la vitrine

Le blog, oui, si on a les moyens de le faire vivre...

Les groupes communautaires : s'ils sont valorisants !

1. Adaptés à la cible

Faire connaître ou faire vendre ?

Recueillir des opinions ?

L'acheteur que vous ciblez a-t-il un compte sur Twitter ?...

2. En regard des ressources de l'entreprise

Rédiger un article demande 2 h à un habitué

Publier une newsletter (3 articles) consomme entre 1 et 3 jours de travail

4. Dans un objectif précis

Lancer un e-mailing nécessite des outils de tracking et les ressources pour analyser

Les outils du marketing web

Fondamental = le site web

Les bonnes pratiques

● Optimiser la structure et le contenu

- Navigation intuitive
 - Limiter le nombre de clics
 - Le point de vue du visiteur, pas du technologue...
- Contenu simple, lisible
 - Texte aéré
 - Phrases courtes, vocabulaire simple
 - Schémas
- L'opportunité d'adjoindre une vidéo pour expliquer
<http://www.endeca.com/resource-center-endeca-demos-videos-search-applications-demo.htm>
- Et, bien entendu :
 - des temps de téléchargement courts
 - Le respect du cheminement de l'oeil



Les bonnes pratiques (2)

● Favoriser d'emblée le référencement naturel

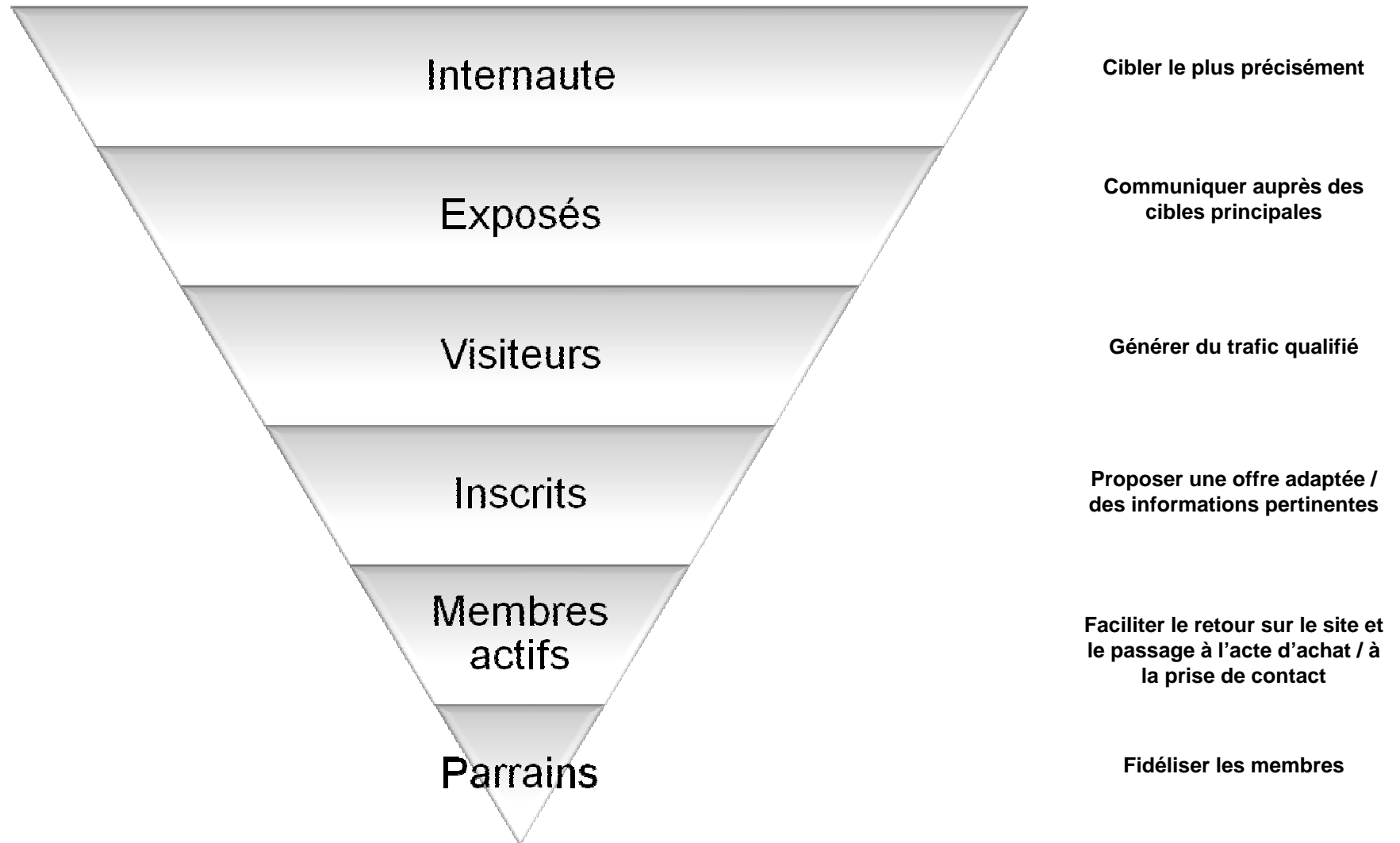
- Limiter les technologies flash aux animations/démos...
 - Soigner les titres, le contenu (mots clés), les URLs...
 - Des actions de fond, à mener sur la durée :
 1. Référencement naturel
 2. Netlinking
 3. RP Web
- À démarrer le plus tôt possible – Résultats > 3 à 6 mois

● Tester le référencement payant

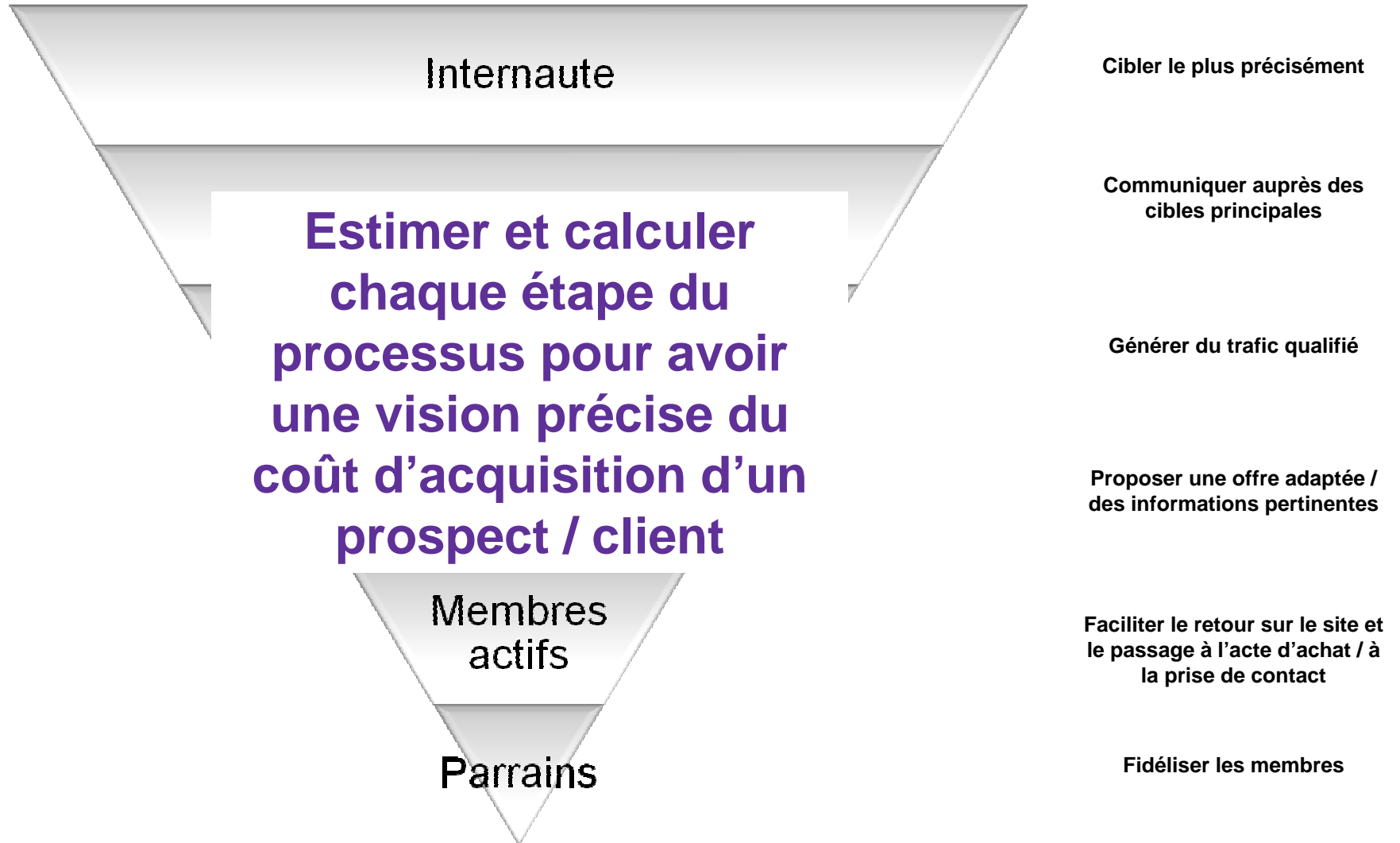
- Campagne adwords sur 3 mois

● Partenariats à évaluer

L'entonnoir du web



L'entonnoir du web (2)



Gestion des performances

- **Optimiser les différents canaux d'accès au site**
 - accès direct,
 - via moteur de recherche,
 - via liens sur d'autres sites
- **Mettre en place le suivi des performances du site**
- **Suivre les performances de chaque action**
 - affiner la rentabilité
- **Revue de performances régulières**

Achat d'espace

● L'achat d'espace publicitaire

- Bannières de pub sur des sites web
- Oui, si cible clients très précise
- Oui, si gros budget de comm et cible très large

Le site web - exemple

Des messages clés, animés

Accès selon qui est le visiteur

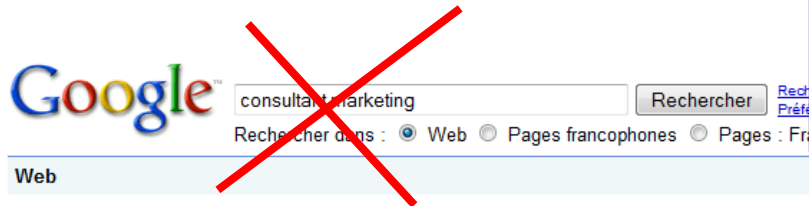
The screenshot shows the QOSMOS website homepage. At the top, there is a navigation menu with links for PRODUCTS, SECTORS, NEWS & EVENTS, RESOURCES, SUPPORT, PARTNERS, and ABOUT US. A search bar is located in the top right corner. The main content area is divided into several sections:

- Hero Section:** A large banner titled "BEYOND DEEP PACKET INSPECTION: NETWORK INTELLIGENCE" with the subtext "Capture thousands of attributes of data in motion". It features a DNA double helix graphic and a "Learn more" link.
- Free Evaluation:** A section for "Qosmos ixEngine Network Intelligence Software Development Kit" with a "Try it now" button.
- On demand webcast:** A section for "The Role of Network Intelligence" by yankee group.
- Customers & Partners:** A section featuring "QlikView" and "Customer Interview - GfK".
- Spotlights:** A vertical list of featured content including "Qosmos Tech Corner", "Tilera - Qosmos Partnership", "Cyber War: Qosmos vs. Operation Aurora", and "Yankee Group White Paper".
- News & Events:** A section listing recent events such as "CommunicAsia 2010", "ISS World Europe", and "Qosmos Named as a Finalist for the Red Herring 100 Europe Award".
- Network Intelligence for:** A section with three sub-sections: "Government", "Telecoms", and "Enterprise", each describing specific use cases.
- Video:** A video player at the bottom right with the title "Customer Interview - GfK" and a "Video" button.

Il se passe toujours quelque chose ici

Le référencement naturel

80% des internautes ne dépassent pas la 2nde page
Objectif = entrer dans le top 20



1 - 10 sur un total d'environ 30 700 000 pour consultant marketing (0,1

Liens commerciaux

Formation : **Consultant marketing** - fiche métier sur Kelformation

Le métier de **Consultant marketing** - Le **consultant marketing** analyse les possibilités de commercialisation d'un produit et conseille les.

www.kelformation.com/fiches-metiers/consultant-marketing.php - 27k -

[En cache](#) - [Pages similaires](#)

[PDF] **CONSULTANT(E) MARKETING**

Format de fichier: PDF/Adobe Acrobat - [Version HTML](#)

CONSULTANT(E) MARKETING. Mission. Appuyer les entreprises Agro/Agri dans le choix de leurs grandes orientations stratégiques en matière de ...

www.supagro.fr/web/UserFiles/File/observatoire/fiches/conseil-consultant-marketing.pdf -

[Pages similaires](#)

CONSULTANT ETUDE MARKETING : EMPLOI CONSULTANT ETUDE MARKETING

Emploi **CONSULTANT ETUDE MARKETING** et métier **CONSULTANT ETUDE MARKETING** :

www.agrojob.com/emploi/consultant-etude-marketing.asp - 20k -

[En cache](#) - [Pages similaires](#)

Smile - **Consultant e-marketing**

Rattaché à l'agence média interactive, le **consultant e-marketing** dépend directement du directeur du pôle AMI. Son rôle est d'accompagner les clients et ...

www.smile.fr/carrieres/nos-metiers/agence-interactive/consultant-e-marketing - 25k -

[En cache](#) - [Pages similaires](#)

CONSULTANT(E) COMMERCIAL & MARKETING - Michael Page France

Dans le cadre du développement de notre division Commercial & **marketing**, nous

recherchons des **Consultant(e)s**, qui enrichiront leur expérience ...

www.michaelpage.fr/offre-emploi/542197-consultant-commercial-marketing.html - 32k -

[En cache](#) - [Pages similaires](#)

Marketing Anti-Crise

Les 10 stratégies gagnantes

A découvrir sur le site brandgym

www.thebrandgym.com

Cadres en mission Portage

Portage salarial **consultant** expert

Formation Réseaux Appels d'offres

www.cadrenmission.com

Formation en sémiologie

Clés pour analyser un logo

un packaging, une communication.

www.semipolis.fr

AXESSIO : conseil PME/PMI

SI, Logistique et Développement

Accompagne les PME leaders

www.axessio.com

Responsable E-Marketing

5 Années d'Expériences.

CV Et Infos en ligne.

Pascal-Ghannam.info/E-Marketing

Professionnels marketing

Tous les professionnels du

marketing et du **marketing** direct

Référencement naturel – des outils à connaître

● Identifier les meilleurs mots-clés par thématique

- Exemple : Google Keyword Tool

(<https://adwords.google.fr/select/KeywordToolExternal>)

The screenshot displays the Google Keyword Tool interface. On the left, there are filters for 'Contient' (Terms) and 'Types de correspondance' (Match types). The main area shows a table of keyword ideas with columns for 'Mot clé', 'Concurrence', 'Recherches mensuelles globales', 'Recherches mensuelles locales', and 'Tendances des recherches locales'. A red box highlights the keywords 'reduction' and 'promo'.

Mot clé	Concurrence	Recherches mensuelles globales	Recherches mensuelles locales	Tendances des recherches locales
site cash back		14 800	880	
cashback mastercard		3 600	480	
reduction		3 350 000	1 500 000	
promo		5 000 000	1 220 000	
cashback cdiscount		320	320	
site cashback		14 800	880	
coupon de reduction		368 000	368 000	
carte cashback		480	390	
carte cash back		480	390	
carte bancaire cash back		58	58	
cashback psychologies.com		91	91	
cashback freesport		73	73	
cashback france3		73	73	
cashback abc vos crédits		73	73	
cashback liberation		73	73	
cashback itele		73	73	
achat cashback		320	320	

Référencement naturel – des outils à connaître

● Yooda SeeUrank → suivre les performances du référencement

- Positionnement dans les moteurs, sites leaders, backlinks, pages référencées, ...

Logiciel Référencement : Analyse et suivi du référencement dans les moteurs de recherche

FONCTIONNALITÉS DU LOGICIEL REFERENCIEMENT

- Analyse et suivi du référencement**
Contrôle du positionnement
Suivez automatiquement les positions des sites sur les moteurs de recherche. Analysez l'évolution du positionnement à l'aide de graphique.
[▶ VIDEO](#)
- Analyse concurrentielle des sites**
Identifiez les sites leaders sur une thématique de recherche. Analysez l'optimisation du référencement des pages concurrentes.
[▶ VIDEO](#)
- Analyse des Backlinks par PageRank**
Contrôler les backlinks des sites par PageRank. Analysez la stratégie de netlinking de sites concurrents afin d'identifier de nouveaux partenaires.
[▶ VIDEO](#)
- Relevé des pages présentes dans les moteurs**
Suivez l'indexation des pages dans les moteurs de recherche. Identifiez les pages du site qui n'ont pas été indexées par un moteur.
[▶ VIDEO](#)
- Analyse de l'optimisation des pages web**
Analyser l'optimisation des pages d'un site pour le référencement : Densité des mots clés, optimisation des liens et des images.

ILS UTILISENT DÉJÀ SEEURANK

TÉLÉCHARGEZ
la version d'essai 30j.
ACHETER



LES + SEEURANK

- Search engine friendly**
Les résultats sont identiques à une recherche manuelle du fait de la technologie propriétaire Yooda, d'extraction d'informations. Ce qui permet à SeeUrank d'être totalement autonome vis à vis des navigateurs (IE, Firefox), d'être peu couteux en ressources pour les moteurs et d'être le logiciel le plus rapide du marché (+ de 150 pages / minute).
- Gestion et automatisation des audits de référencement**
Le module "SeeUrank Projet" fournit un environnement de gestion de projet pour les audits de référencement : gestion des profils de recherche, planification des audits, automatisation des analyses, sauvegardes centralisées, exportation personnalisées et enrichies.
- Des graphiques paramétrables**
Les résultats de positionnement sont disponibles dans SeeUrank, sous forme de tableaux et de graphiques paramétrables. Ces tableaux de bord de référencement sont exportables au format HTML et CSV.
- Mise à jours automatique du logiciel de référencement**
SeeUrank dispose d'un système de gestion des incidents de recherche qui permet de garantir la mise à jour des moteurs de recherche en moins de 24h. De plus, en fonction des demandes et des remarques des utilisateurs, SeeUrank s'enrichie régulièrement de nouvelles fonctionnalités : toutes ces mises à jours sont gratuites et automatiques.

Construire sa notoriété - netlinking

- Page Rank = Mesure la qualité du Netlinking d'un site (Popularité d'une page selon Google)

Web Page URL: <http://www.apple.com>

The Page Rank:  9/10

Web Page URL: <http://www.qosmos.com>

The Page Rank:  - 5/10

Web Page URL: <http://www.agoranov.com>

The Page Rank:  - 7/10

- Page Rank d'une page dépend de :
 - Nb de pages pointant vers la page
 - Qualité des pages pointant vers cette page

- Calculer le page rank sur

http://www.prchecker.info/check_page_rank.php

Netlinking – bonnes pratiques

● Où poster (exemples)

➤ Sites d'organismes fédérateurs

- Ex : PR 6 pour page listant les sociétés adhérentes sur le site Agoranov

➤ Forums, blogs, sites d'infos

- Ex : <http://www.journaldunet.com/expert/>

Web Page URL: <http://www.agoranov.com/spip.php?rubrique6>

The Page Rank:  - 6/10

(the page rank value is 6 from 10 possible points)

Exemple :

	http://www.qosmos.cc	http://www.qosmos.n	http://www.arbornetworks.cc	http://www.ipoque.cc	http://www.narus.cc	http://verint.c
http://100777.com	0	0	0	0	0	2
http://1mc.us	0	0	0	0	2	0
http://213.151.175.10	1	0	0	0	0	0
http://21talks.net	1	0	0	0	1	0
http://2g-blog-tic.blogspot.com	0	0	1	0	0	0
http://33hooker.net	0	0	0	0	2	0
http://60gp.ovh.net	2	0	0	0	0	0
http://aeconomics.blogspot.com	0	0	0	0	2	0
http://agentur.de	0	0	0	0	0	2
http://aiccse.wordpress.com	0	0	0	0	0	1
http://aleinwand.blogspot.com	0	0	0	0	1	0
http://alt1040.com	0	0	0	2	0	0
http://alterslash.org	0	0	0	0	0	1
http://amerika.discussiegroep.info	1	0	0	0	0	0
http://amygdalagf.blogspot.com	0	0	0	0	1	0
http://annarborchronicle.com	0	0	1	0	0	0
http://anti-malware-test.com	0	0	1	0	0	0
http://antifascist-calling.blogspot.com	0	0	0	0	2	0
http://arborupdate.com	0	0	1	0	0	0
http://archives.cnn.com	0	0	1	0	0	0
http://arstechnica.com	0	0	0	2	1	0

Générer des leads – les bannières

● Bien choisir où poster sa bannière

Online Display Advertising Click-Through Rate in Europe, November 2004-December 2008

November 2004	0.33%
November 2005	0.23%
December 2006	0.22%
December 2007	0.17%
December 2008	0.19%

Source: ADTECH provided to eMarketer, March 2009

102278

www.eMarketer.com

Online Display Advertising Click-Through Rates in Select Countries in Europe, by Ad Size, October-December 2008

	Denmark	France	Germany	Sweden	Switzerland	UK	Europe
Video ads	1.42%	1.93%	2.61%	0.95%	1.82%	1.75%	1.70%
Pop-up/ layer	0.51%	0.49%	0.33%	0.15%	0.17%	1.23%	0.50%
Skyscraper (120x600)	0.17%	0.26%	0.10%	0.10%	0.12%	0.16%	0.30%
Wide sky- scraper (160x600)	0.17%	0.31%	0.13%	0.14%	0.20%	0.19%	0.20%
Medium rectangle (300x250)	0.14%	0.17%	0.24%	0.04%	0.11%	0.15%	0.20%
Full-size (468x60)	0.12%	0.15%	0.07%	0.04%	0.01%	0.08%	0.20%
Half-size (234x60)	0.10%	0.05%	0.48%	0.22%	0.35%	0.15%	0.50%
Leader- board (728x90)	0.15%	0.09%	0.17%	0.15%	0.23%	0.09%	0.10%

Source: ADTECH, March 2009

102255

www.eMarketer.com

Source : <http://www.emarketer.com/Article.aspx?id=1006969>

Générer des leads – emailing & newsletter

● Facteurs clés de succès

- : une base de contacts qualifiés
 - Interne (par « opt-in » et partenaires) ou externe (achat : compter un budget de 0,5 à 1,5 € / @)
- Soigner l'objet du mail : 50 caractères pour séduire !
- Assurer le suivi de performances – Ex : Sarbacane

Tableau récapitulatif Baromètre Experian CheetahMail S1 2008

FRANCE	NPAI	Ouvreurs	Cliqueurs	Désabonnés	Réactivité	Clics par cliqueurs
MEDIA PRESSE	9,57%	18,60%	3,70%	0,04%	19,91%	1,49
BANQUES-						
ASSURANCES	14,16%	18,70%	3,40%	0,40%	18,16%	1,46
MARCHES PUBLICS	3,99%	29,68%	3,80%	0,09%	12,79%	1,71
LUXE	5,09%	22,74%	5,13%	0,46%	22,54%	1,26
TOURISME	9,09%	17,12%	4,04%	0,11%	23,58%	1,70
DISTRIBUTION	7,57%	25,00%	5,12%	0,10%	20,48%	1,60
VENTES PRIVEES	10,06%	15,51%	3,29%	0,06%	21,19%	1,32
VAD	7,22%	15,51%	2,67%	0,05%	17,21%	1,45
B2B	11,17%	14,77%	1,22%	0,10%	8,28%	1,51
PURE PLAYER	6,70%	11,93%	1,73%	0,05%	14,50%	1,55
MOYENNE	8,86%	19,67%	3,50%	0,14%	17,80%	1,62

Efficace en génération de leads B2B : le webinar

● De l'information, pas de la pub

- Établit la crédibilité de l'entreprise
- Peut être monté en partenariat
- Idéal : s'appuyer sur la notoriété d'un analyste !

● Les facteurs clés de succès

- Disposer d'une base de données importante et pertinente
2 000 à 3 000 @ → 100 à 200 inscriptions → 20 à 50 présents
- De bon speakers – Le plus : leur notoriété
- Le top : coupler à un mailing + remise d'un white paper

● Le webinar est réutilisable !

- Prévoir plusieurs sessions
- Mettre en ligne le contenu

Les blogs

Technorati™ beta Blogs Posts Search for posts...

Technology Business Entertainment Lifestyle Sports Politics Videos Blogging Twit

Blog Directory Top 100 Tags People Write for Technorati State of the Blogosphere

Ads by Google Music Songs Blogging 101 Blogging Tool Video Blogging

Home / Blog Directory

Browse the directory Search for a blog Search

All Blogs (1239156)

Entertainment (21219)

- Celeb (2934)
- Film (4398)
- Music (5125)
- Television (2523)
- Comics (1598)
- Anime (1006)
- Gaming (3494)
- Books (7874)

Business (19995)

- Finance (4713)
- Real Estate (2145)
- Small Business (9817)

Sports (8766)

- Baseball (949)
- Football (1538)
- Basketball (566)
- Hockey (399)
- Tennis (384)
- Golf (705)
- Motorsport (763)

Politics (11362)

- U.S. Politics (6281)
- World (10522)

Autos (2432)

Technology (21729)

- Info Tech (11745)
- Gadgets (6774)

Tracking de 57 millions de blogs en Oct 06
112 millions de blogs en Juin 08

Technorati™ beta Blogs Posts Search for posts...

Technology Business Entertainment Lifestyle Sports Politics Videos Blogging Twit

Blog Directory Top 100 Tags People Write for Technorati State of the Blogosphere

Ads by Google Blogs Blogging 101 Video Blogging Blogging Tool

Home / Blog Directory / Technorati Top 100

Technorati™ TOP 100 Welcome to the Technorati Top 100 as ranked by Technorati Authority. The Top 100 is updated once per day. For a directory of all blogs and their rankings, click here.

Technorati Top 100 (1-25)

Page: 1 2 3 4 Next >

1. The Huffington Post @ http://www.huffingtonpost.com Recent: Take Action To Help A Homeless Child ...	Technorati Auth: 919 Change +1	TOP 100 POLITICS TOP 100 US POLITICS TOP 100 WORLD POLITICS
2. TechCrunch @ http://www.techcrunch.com Recent: Blogging And Mass...	Technorati Auth: 906 Change -1	TOP 100 BUSINESS TOP 100 TECHNOLOGY TOP 100 GADGETS
3. Mashable! @ http://mashable.com Recent: 10 Great Watches for Gadget Lovers ...	Technorati Auth: 898 Change +2	TOP 100 BUSINESS TOP 100 TECHNOLOGY TOP 100 INFOTECH
4. Gizmodo @ http://www.gizmodo.com Recent: Scenes From a Massive Undersea Cable ...	Technorati Auth: 892 Change +2	TOP 100 GADGETS
5. Engadget @ http://www.engadget.com Recent: Erika MX Smartbook now on sale for ...	Technorati Auth: 882 Change +2	TOP 100 TECHNOLOGY TOP 100 GADGETS
5. Gawker @ http://www.gawker.com Recent: '9/11 Christian Center' Preacher ...	Technorati Auth: 882 Change +1	TOP 100 ENTERTAINMENT
7. TMZ.com Celebrity Gossip ... @ http://www.tz.com Recent: Joe Jackson -- Spankings Kept Michael ...	Technorati Auth: 866 Change +2	TOP 100 CELEBRITY

Opportunité

Niche → quelques centaines de visiteurs ciblés
Facteur clé de succès = différenciation

Générer des leads - Google Adwords

Principes

- Règle n°1 : commencer par un test
- Règle n°2 : effectuer un suivi quotidien → ROI
- Règle N°3 : cibler les liens précisément
- Règle N°4 : na pas sous-estimer le budget...
- Règle n°5 : ne pas penser que Google adwords, c'est facile



E-marketing - coûts directs et coûts cachés...

Objectifs	les fondations	C	n
Activité Marketing			
Fondamentaux			
Sales kit company presentation, offer presentaton, data sheet, case studies product demo...	P1		
Website	P1	s	
Témoignages clients	P1	s	
Salons		s	
Relation Presse		P1	
Référencement & netlinking		P1	
Webinars		s	s P1
Social media communities, blogs, forums...		s	P1 i
e-mailing (incl. Newsletter)		s	s P1
Liens sponsorisés & publicités			P1
Annuaire professionnels			s

A partir de 3 K€
Mais budget > 15 K€ pour une vrais création
Prévoir budget contenu (vidéo, webinar...)

Nombreux outils gratuits
550€ pour Yooda Adwords.....

15K€
Invitations, organisation, promotion

Nombreux outils de suivi en mode SaaS, 50 à 150 €/mois

Nombreux réseaux gratuits

variable

E-marketing – coûts directs et coûts cachés...

Objectifs	les fondations	construction	évaluation	suivi
Activité Marketing Fondamentaux				
Sales kit company presentation, offer presentaton, data sheet, case studies product demo...	P1			
Website	P1	s	s	i
Témoignages clients	P1	s	P1	
Salons		s		
Relation Presse		P1		
Référencement & netlinking		P1	i	s
Webinars		s	s	P1
Social media communities, blogs, forums...		s	P1	i
e-mailing (incl. Newsletter)		s	s	P1
Liens sponsorisés & publicités		s		P1
Annuaire professionnels				s

Mise à jour régulière du contenu
Production de contenu : white papers, articles, vidéo etc...

A revoir régulièrement

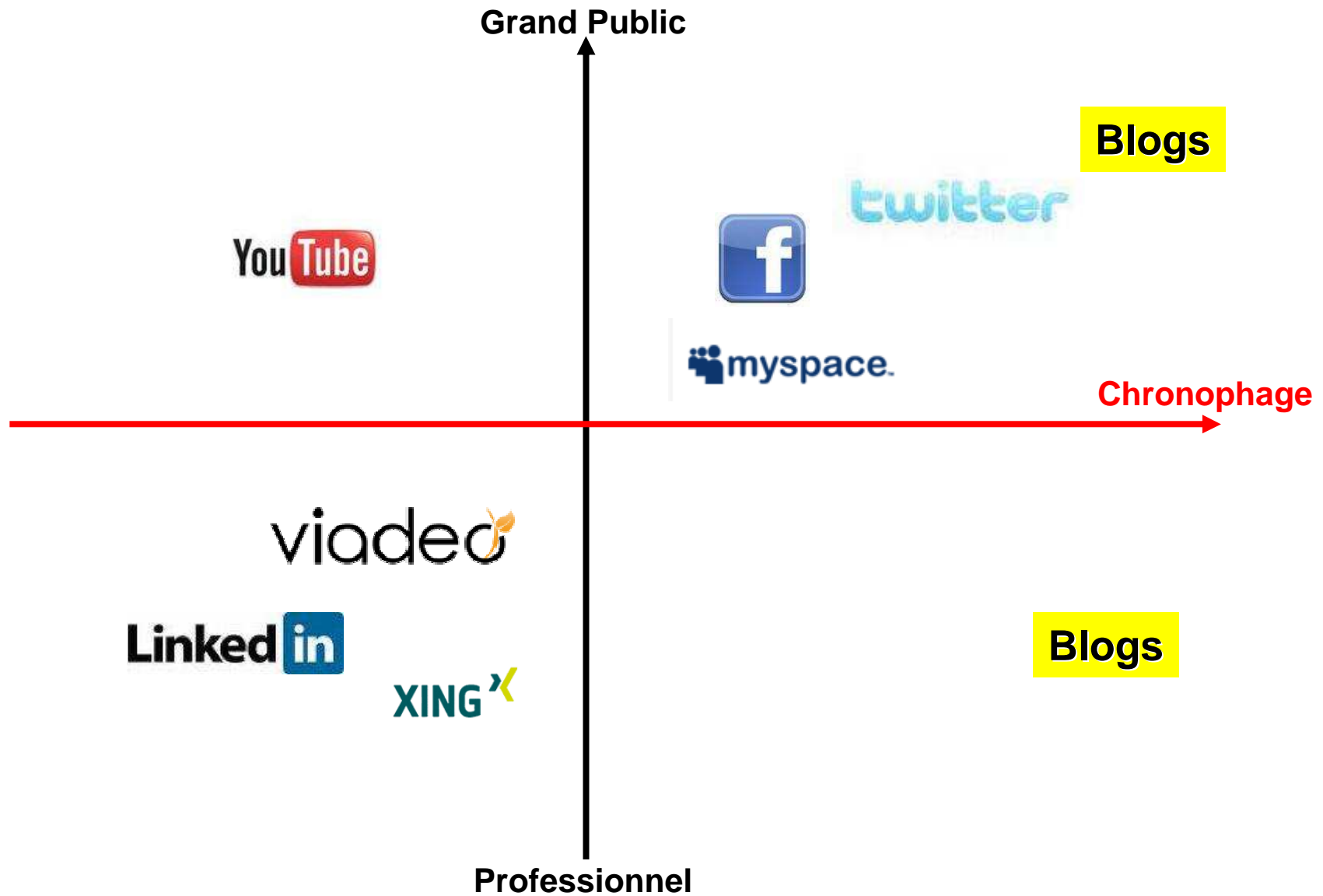
Préparation des envois :
gestion du planning et construction du contenu
Exploitation des performances, suivi des leads

Attention aux blogs qui nécessitent une animation régulière et... intense
Tests Google Adwords / Facebook ~1 K€/mois

Suivi des performances → hebdomadaire

Zoom sur le marketing communautaire

Etablir la crédibilité – les réseaux sociaux



Etablir la crédibilité – les réseaux sociaux (2)

● Facebook

Depuis septembre 2009, il rassemble plus de 300 millions de membres à travers la planète - > 15 millions en France.

- 1^{er} site visité aux USA devant Google et le 2^e site le plus visité au monde selon Alexa Internet (après google.com).

- Par rapport à Google avec Adwords, Facebook permet définir de façon extrêmement précise la cible qui verra la publicité et ne fonctionne pas avec de l'achat de mot clés.



- La publicité sur Facebook est non intrusive (Moins de Banner blindness)

- Tester sur un budget restreint
- Suivi quotidien

- Une appli Facebook

The image displays two screenshots related to the iGraal platform. The top screenshot shows the Facebook page for iGraal, featuring a welcome message for a user named Vanni Denoual, a navigation menu with options like 'Accueil', 'Comment ça marche?', 'Marchands partenaires', and 'Codes promo', and a list of featured merchants such as '3 SUISSSES.fr', 'Pixmania', and 'Fnac'. The bottom screenshot shows the iGraal mobile application interface, which includes a search bar, a list of merchants with their respective discount percentages (e.g., 'Le Citi Nouvelle' at 8%, 'O'Neill' at 5%, 'Opard' at 8%), and a section for 'Nouveaux marchands' and 'Derrière codes promo'.

Le buzz sur le web...

Le buzz

● Le viral, c'est foudroyant !

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

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

● Mais il nécessite

- Le sujet qui décoiffe
- La réalisation ultra créative, humoristique
- Le support marketing qui maintient l'effet

● Idéalement

Il est lancé par d'autres que vous

Vous soutenez l'initiative (Mentos / eepybird)

MERCI



pmc 启明

*a*ccelerate