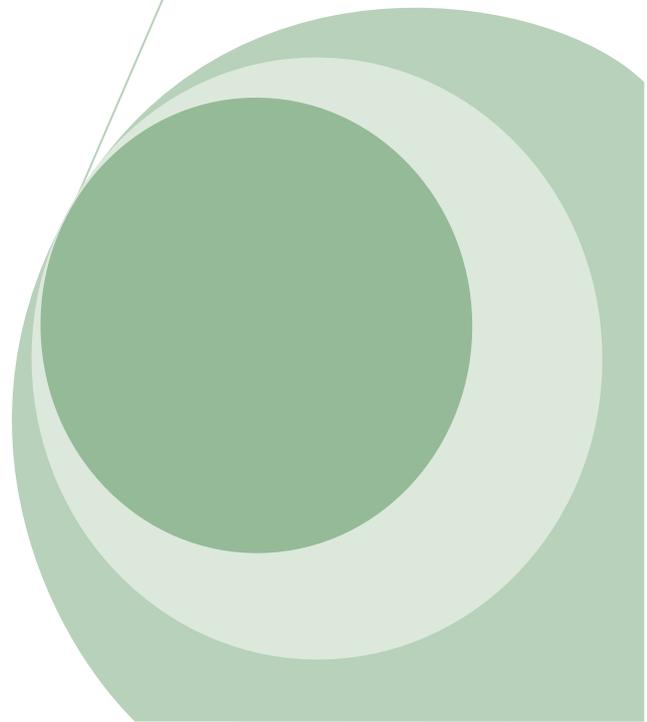


Rapport de Stage ISAM3

Nodevo, Chantilly

Julie Chodorge



NOTES, REMARQUES...

REMERCIEMENTS

Je tiens à remercier dans un premier temps Nodevo, à savoir Fethi Ammar, Alexandre Chanussot et Tamara Emeriau, et tous les autres membres de l'entreprise qui m'ont gentiment accueillie pendant quatre mois dans leur société. Je leur suis très reconnaissante pour leur ouverture aux étudiants et la confiance qu'ils m'ont accordée en me confiant ce stage et mes diverses missions.

Enfin, je remercie l'ISAM qui m'a permis d'effectuer ce stage et plus particulièrement Syvlie Mantel avec qui me je suis sentie encadrée et encouragée. Merci pour sa gentillesse et sa disponibilité.

SOMMAIRE

REMERCIEMENTS.....	3
INTRODUCTION.....	5
PRESENTATION DE L'ETUDIANT	5
EXPLICATION DU CHOIX DE NODEVO.....	5
I. PRESENTATION DE L'ENTREPRISE	6
A. CREATION DE L'ENTREPRISE	6
B. PRESENTATION DU CONCEPT	6
C. POSITIONNEMENT DU STAGIAIRE.....	7
ORGANIGRAMME DE L'ENTREPRISE	7
II. PRESENTATION DE MES MISSIONS.....	8
A. WEB COMMUNICATION.....	8
COMMUNITY MANAGEMENT.....	8
REFERENCEMENT NATUREL	11
REFERENCEMENT PAYANT	17
B. PROSPECTS CLIENTS	20
C. VEILLE	22
III. BILAN DU STAGE.....	23
A. DIFFICULTES RENCONTREES.....	23
B. COMPARAISON AUX COURS ENSEIGNES	24
C. ANALYSE DE L'EXPERIENCE	25
CONCLUSION.....	26
APPORTS DU STAGE	26
OPINION PERSONNELLE	26
ANNEXES.....	27

INTRODUCTION

PRESENTATION DE L'ÉTUDIANT

Etudiante en troisième année à l'ISAM (Institut Supérieur d'Administration et de Management), j'ai réalisé un stage de seize semaines dans le cadre de ma formation.

EXPLICATION DU CHOIX DE NODEVO

J'ai commencé par orienter ma recherche de stage vers le secteur du Marketing, étant donné que je m'étais spécialisée durant ma troisième année à l'ISAM en filière de marketing opérationnel.

J'ai connu l'entreprise Nodevo par le biais du directeur, Fethi Ammar, qui m'a alors parlé du secteur du Web-Marketing. Intriguée et curieuse envers les nouvelles technologies, l'idée de travailler dans ce secteur m'est alors venue à l'esprit et m'a tout de suite séduite.

Je suis donc revenue vers M. Ammar qui a accepté de me prendre en stage pour faire du référencement et du community management.

I. PRESENTATION DE L'ENTREPRISE

a. CREATION DE L'ENTREPRISE

Créée le 1^{er} février 2007, l'entreprise Nodevo a été fondée par Fethi Ammar, Alexandre Chanussot, Damien Camus et Thomas Jaskula. Son siège social est actuellement situé au 1, avenue du Général de Gaulle à Chantilly (Oise, 60).

Cette SARL (Autre Société à Responsabilité Limitée) a été créée dans l'objectif de conseiller en systèmes et logiciels informatiques.

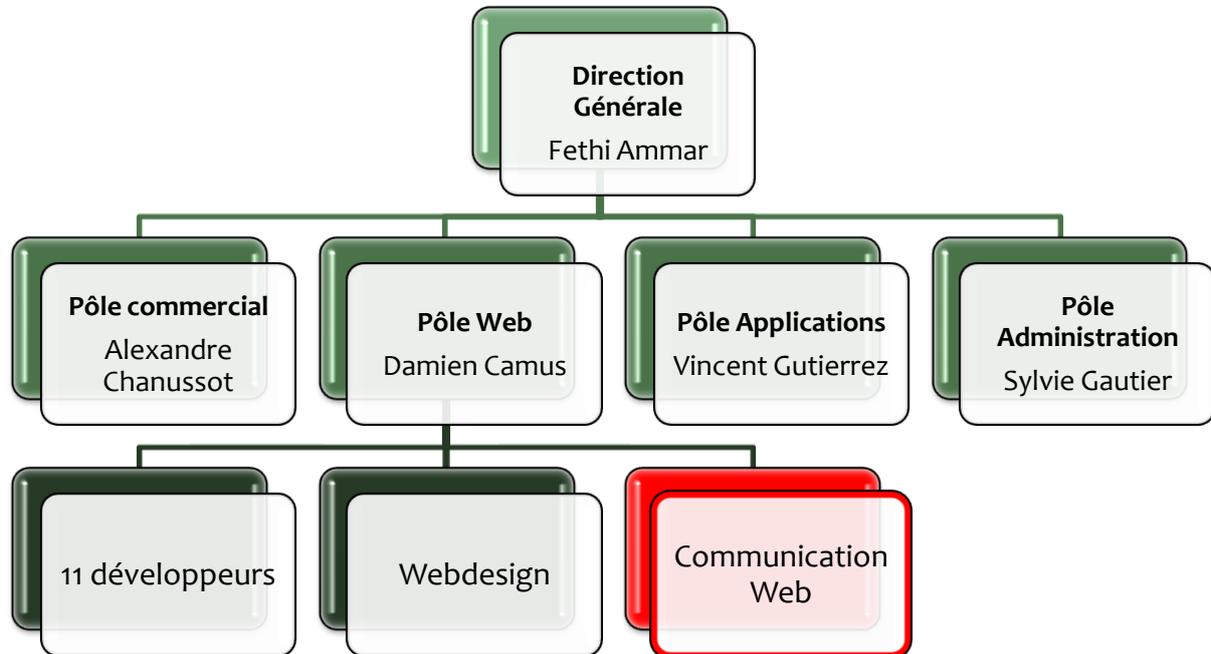
b. PRESENTATION DU CONCEPT

Nodevo est une SSII (Société de Services en Ingénierie Informatique) créée il y a cinq ans et spécialisée dans la création et le suivi des sites internet et dans la réalisation de portails intranet et extranet. Nodevo a une compétence à la fois sur le Web via les sites institutionnels, les sites marchands et les sites évènementiels et une compétence de services Internet avec les portails d'Intranet et Extranet et la gestion des bases de données.

Nodevo est donc une entreprise prestataire de services aux entreprises proposant une solution internet (création ou refonte de site internet et intranet/extranet) et une solution de suivis internet (gestion de base de données, suivi du référencement, communication web).

C. POSITIONNEMENT DU STAGIAIRE

ORGANIGRAMME DE L'ENTREPRISE



Je travaille avec Tamara Emeriau, au service Communication Web, qui comprend du référencement naturel, du référencement payant et du community management pour les clients ayant souscrits à l'une de ces offres.

Notre travail se divise en trois étapes : audit de référencement, prestations opérationnelles de référencement et suivi de référencement, l'audit de référencement étant effectué pour toute entreprise susceptible de souscrire à une des offres de la Communication Web.

II. PRESENTATION DE MES MISSIONS

a. WEB COMMUNICATION

COMMUNITY MANAGEMENT

Le Community Management désigne la présence d'une entreprise sur les réseaux sociaux, comme Facebook, Google +, Twitter... Le but du Community Management est de créer une communauté autour de l'entreprise et créer ainsi de la popularité et de l'autorité pour le site internet : plus une marque est connue et reconnue, plus elle gagne en autorité sur internet.

De plus le Community Management permet, au-delà de créer une communauté active autour de la marque, d'entraîner des visites sur le site internet et de créer des liens de qualité vers le site, ce qui est bénéfique pour le référencement.



Durant mon stage à Nodevo, j'ai effectué du Community Management pour deux de nos clients : Le Comptoir Senlisien sur Facebook et Donkeysoho sur Twitter.

J'ai également effectué des audits de Community Management pour des clients potentiels et mis en place des préconisations que nous leur avons proposées. Mais pas manque de budget, ces clients potentiels n'ont pu souscrire à une prestation de Community Management.

Enfin, j'ai mis en place des plans de communication sur Facebook pour deux clients venant de souscrire à la prestation de Community Management : l'INSSET (Institut de Saint Quentin) et Vétheo (parapharmacie vétérinaire pour chiens et chats).

nb Facebook : Le Comptoir Senlisien



Mon travail consistait à alimenter régulièrement la page fan du Comptoir, à la dynamiser et à proposer par moments des temps forts sur la page fan.

Ainsi, je postais tous les deux jours une actualité à propos du restaurant (suggestion du jour, idée de sortie, nouvelle terrasse...) et créais de temps en temps des albums de photos afin d'enrichir la page fan et de générer des réactions de la part des fans. J'ai aussi créé un menu sur Facebook grâce à une application Facebook et mis en place un encart permanent sur la page « Recommandations » afin que les fans puissent y mettre leurs remarques et recommandations à propos du Comptoir.

J'ai durant mon stage mis en place un jeu-concours sur la page fan : « La chasse aux fans ! » qui avait pour but d'augmenter le nombre de fans, avec des lots à gagner : café croissant, recette exclusive, boîte de thé et brunch pour deux. Le jeu concours a

porté ses fruits puisque durant la durée de l'opération (2 semaines et demie), nous avons acquis 46 nouveaux fans.

De plus, pour accroître la notoriété de la page, j'ai posté des messages sur les d'autres pages fan : des pages locales et régionales, telles que « Picardie », « Maison du Tourisme de Senlis »... Ainsi, j'attirais l'attention des senlisiens et des vacanciers de passage dans l'Oise et la Picardie.

Enfin, j'ai imaginé et construit un plan de communication sur 12 mois avec une action, un évènement à organiser tous les mois sur Facebook pour dynamiser la communauté.

nb Twitter : Donkeysoho



Mon travail consistait à twitter régulièrement, afin de créer de la notoriété à l'entreprise, générer des visites sur le site internet et communiquer auprès des clients potentiels : maisons d'édition, agence de publicité et de communication...

Le travail régulier (2 à 3 tweets par semaine sur les actualités du site, des pensées photographiques...) le profil twitter a acquis petit à petit des abonnés, ou followers.

REFERENCEMENT NATUREL

Le référencement naturel désigne la présence d'un site dans les résultats naturels d'un moteur de recherche. Le travail du référencier est d'optimiser la position naturelle d'un site dans les moteurs de recherche, Google en particulier (Google représente 99,2% des parts de marché des moteurs de recherche en France).

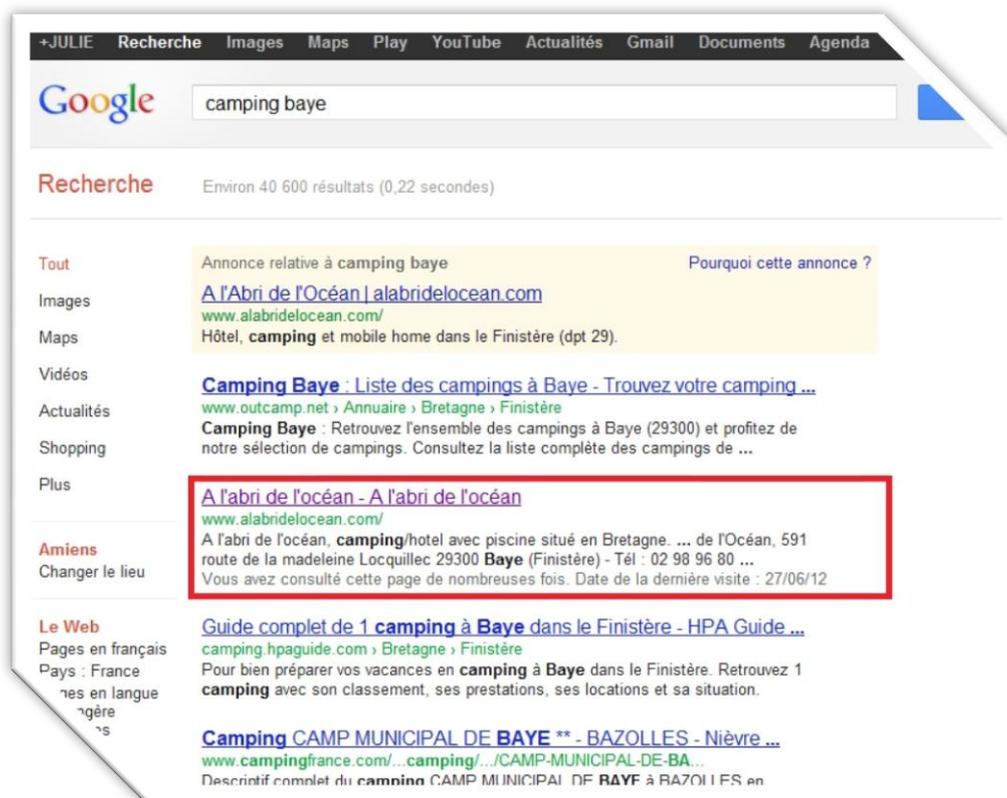
Différentes actions peuvent être mises en place pour améliorer le positionnement naturel : netlinking (liens entrant sur le site et sur d'autres sites, comme des annuaires par exemple), écriture des méta-balises (titre et description qui apparaissent sur Google, mots-clés et balises des photos), rédaction du contenu optimisé Web.

Une fois le travail de référencement effectué, il nécessite un suivi régulier et un travail dans la longueur : le référencement naturel est un travail de longue haleine, des nouvelles modifications sont souvent à mettre en place. En effet, il faut régulièrement recréer des liens de qualité sur des sites du même secteur, poster de nouveaux contenus sur le site (la fraîcheur est un des piliers du référencement naturel).



Durant mon stage, j'ai effectué des prestations de Community Management pour plusieurs des clients de Nodevo : A l'abri de l'océan, un camping situé à Baye, en Bretagne, Le Comptoir Senlisien, un restaurant situé à Senlis, en Picardie, Villers Saint Paul Immobilier, agence immobilière située à Villers St Paul, en Picardie, Donkeysoho, une banque d'images.

Enfin, j'ai mis en place des préconisations de référencement naturel pour les clients venant de souscrire à une prestation de référencement naturel : Fit & Zen, un club de sport située à Creil et Saint Maximin, en Picardie, la maison du tourisme de l'agglomération creilloise et Vétheo (parapharmacie vétérinaire pour chiens et chats).

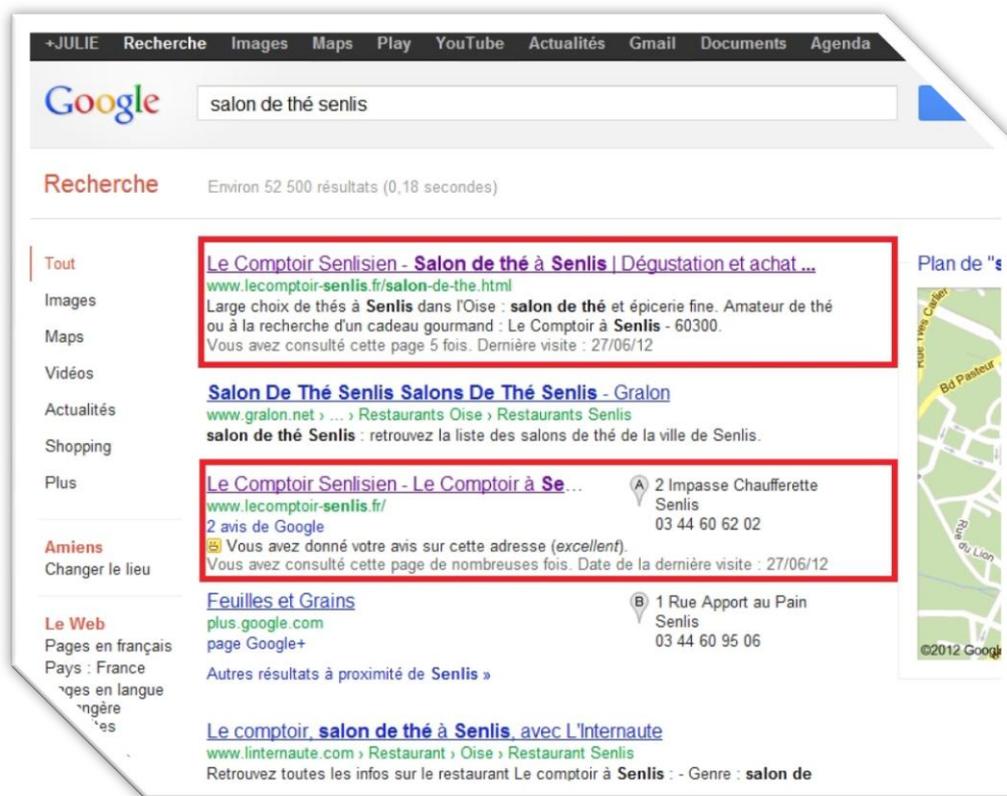


Durant mon stage, j'ai réalisé pour A l'abri de l'océan diverses actions visant à améliorer le référencement naturel du site. Pour cela, j'ai créé des annonces de vente de mobil homes sur des annuaires spécialisés, tels que mobilhmedoccasion.com, promobilservices.com et vehicule-loisirs.com, afin de créer des liens entrants vers le site internet, c'est-à-dire du netlinking.

En plus des actions d'optimisation du référencement, j'ai effectué le suivi en réalisant mensuellement un relevé de positionnement (positionnement du site dans Google lorsqu'on tape certains mots-clés) ainsi qu'une analyse et un retour au client à travers le rapport mensuel retraçant les actions mises en place et l'atteinte des objectifs fixés

Meilleur positionnement atteint dans Google :

Camping Baye	Camping Quimperlé	Mobil home Baye	Hôtel Quimperlé	Propriétaire mobil home Baye	Acheter mobil home Baye
4	3	8	8	1	1



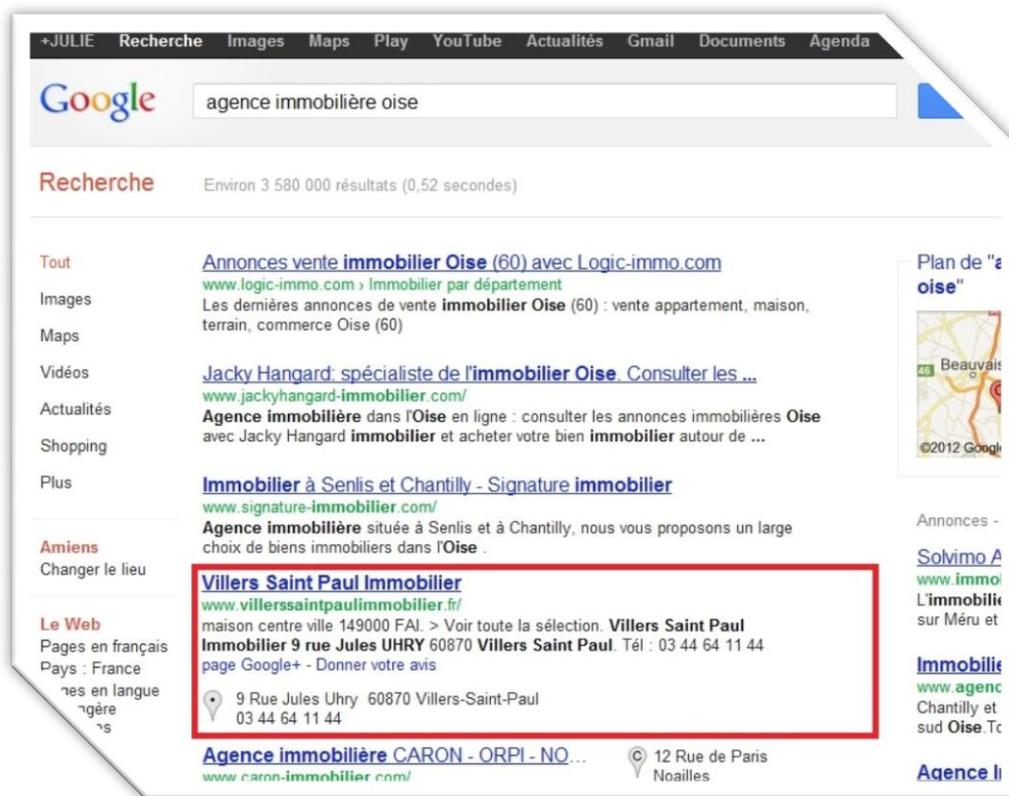
Durant mon stage, j'ai réalisé pour Le Comptoir Senlisien diverses actions visant à améliorer le référencement naturel du site. Pour cela, j'ai fait une veille sur les annuaires sur lesquels le Comptoir était référencé et j'ai corrigé les erreurs et les informations manquantes, afin de créer du netlinking. J'ai ainsi modifié des annonces existantes sur Juste à Coté, l'Internaute, e-pro...

En plus des actions d'optimisation du référencement, j'ai effectué le suivi en réalisant mensuellement un relevé de positionnement (positionnement du site dans Google lorsqu'on tape certains mots-clés) ainsi qu'une analyse et un retour au client à travers le rapport mensuel retraçant les actions mises en place durant le mois.

Enfin, j'ai accompli une veille sur le Comptoir afin de surveiller sa e-réputation et de pouvoir répondre aux éléments postés sur internet et concernant le Comptoir.

Meilleur positionnement atteint dans Google :

Salon de thé Oise	Salon de thé Senlis	Epicerie fine Oise	Epicerie fine Senlis	Brunch Senlis	Produits régionaux Oise	Produits régionaux Senlis
6	1	12	9	3	9	1



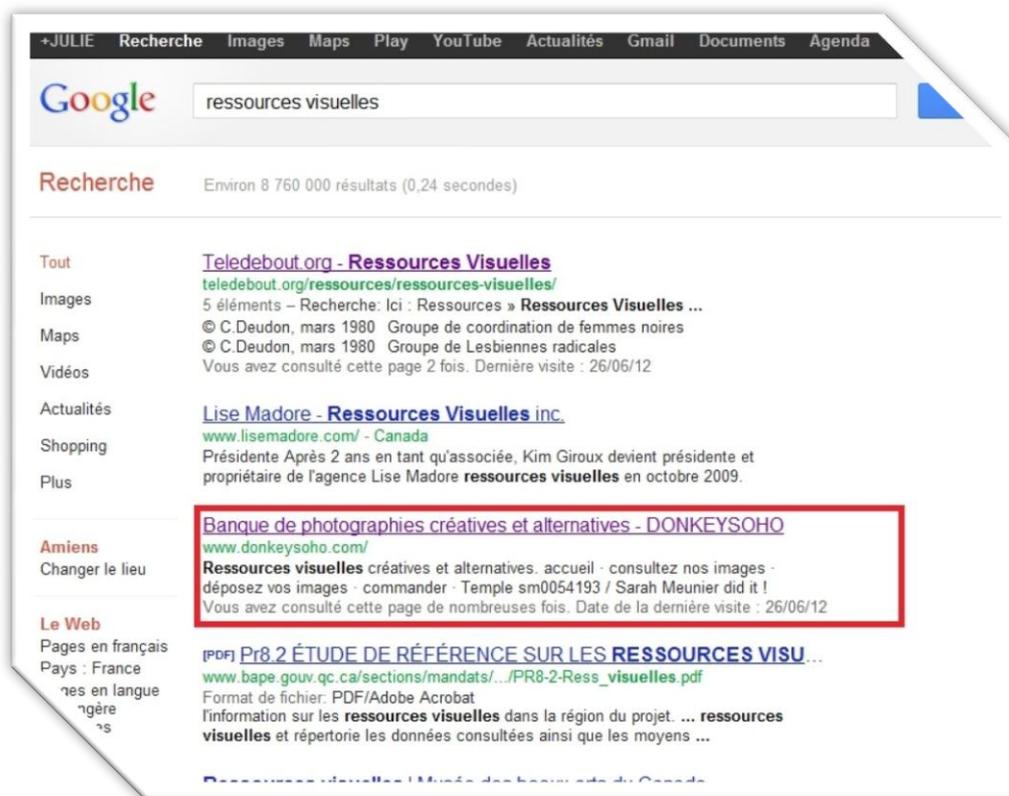
Durant mon stage, j'ai réalisé pour Villers Saint Paul Immobilier diverses actions visant à améliorer le référencement naturel du site. Ce client n'ayant pas souscrit à une prestation de référencement naturel et son site venant d'être refait par Nodevo en mars, son dossier m'a été confié en début de stage avec carte blanche pour mettre en place toutes les actions qui me sembleraient positives pour son référencement.

Afin de mener à bien ma mission, j'ai référencé le site sur des annuaires spécialisés tels que « Agences immobilières » ou « Alliance habitat ». J'ai également référencé le site sur des annuaires plus généralistes comme « Hotfrog » ou « Web rank info ».

J'ai également travaillé les métas balises du site internet, c'est à dire les mots-clés de chaque page, et le titre et la description du site qui apparaissent dans Google lors d'une recherche. J'ai utilisé des mots-clés à forte concurrence (agence immo, agence immobilière) en leur greffant une localisation, du type « agence immo Oise ».

Meilleur positionnement atteint dans Google :

Agence immo Oise	Agence immobilière Oise	Villers Saint Paul
5	5	6



Durant mon stage, j'ai réalisé pour Donkeysoho diverses actions visant à améliorer le référencement naturel du site. Ce client avait une place importante dans mon stage puisque je me rendais une fois par semaine dans ses locaux afin de pouvoir être à son écoute et le fidéliser à la prestation de référencement délivrée par Nodevo.

J'ai mis en place de nombreuses choses pour optimiser le référencement naturel de ce site. J'ai inscrit l'entreprise sur des annuaires généralistes et spécialisés, à raison d'un généraliste et un spécialisé par semaine pendant deux mois puis par mois pendant les deux mois suivants. J'ai de plus suivi une dizaine de blogs influents dans le monde de la photographie et commenté leurs articles pertinents pour créer un contact afin de pouvoir mettre des actions de guestblogging avec eux lors du lancement du blog de Donkeysoho, c'est-à-dire des échanges d'articles, et ainsi des échanges de liens. Enfin, j'ai réécrit et mis en ligne de nouvelles métas balises afin d'optimiser le référencement de mon client sur des mots clés concurrents tel que « banque d'image » greffé avec un mot-clé spécifique tels que « créatif » ou « alternatif ».

En plus des actions d'optimisation du référencement naturel, j'ai effectué le suivi en réalisant toutes les semaines un relevé de positionnement (positionnement du site

dans Google lorsqu'on tape certains mots-clés) ainsi qu'une analyse et un retour au client à travers le rapport mensuel retraçant les actions mises en place et l'atteinte des objectifs fixés.

Meilleur positionnement atteint dans Google :

Banque photo créative	Banque photo alternative	Banque image créative	Banque image alternative	Plateforme online marchande	Ressources visuelles
1	1	5	1	1	2

REFERENCEMENT PAYANT

Le référencement payant, par opposition au référencement naturel, désigne le positionnement d'un site en première page dans les moteurs de recherche obtenu grâce à un système d'enchères. Les résultats de référencement payant sont plus visibles que les résultats de référencement naturel (au-dessus, ce sont les trois premiers liens qui apparaissent dans Google et les liens situés à droite).

Une entreprise peut avoir recours au référencement payant pour plusieurs raisons : pour gagner en visibilité sur des mots plus difficiles à obtenir en référencement naturel car plus concurrentés, par saisonnalité si les visites sur son site sont en baisse, pour renforcer la communication durant la période majeure du secteur d'activité de l'entreprise (en été pour un camping par exemple), pour promouvoir un évènement exceptionnel...

Le référencement payant peut être utilisé en complément du référencement naturel, afin d'obtenir une visibilité maximale pour un site internet.

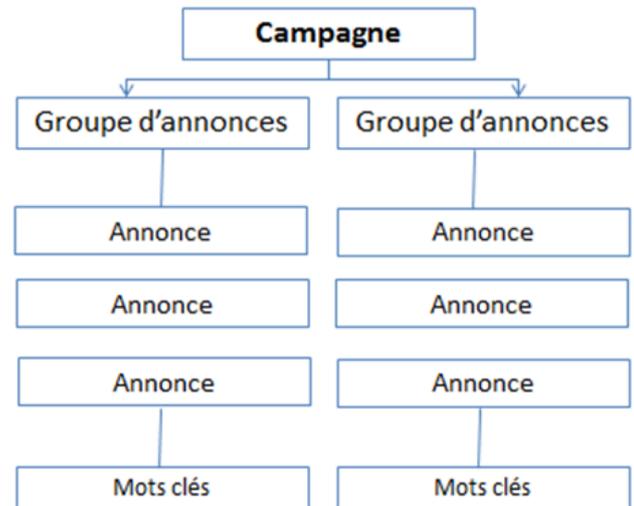


Durant mon stage chez Nodevo, j'ai effectué des prestations de référencement payant avec Google AdWords, c'est-à-dire le système de liens sponsorisés de Google.

La réalisation d'une campagne AdWords se fait en quatre temps : estimation des coûts, mise en place et en ligne des campagnes, suivi régulier et optimisation, et enfin analyse des campagnes.

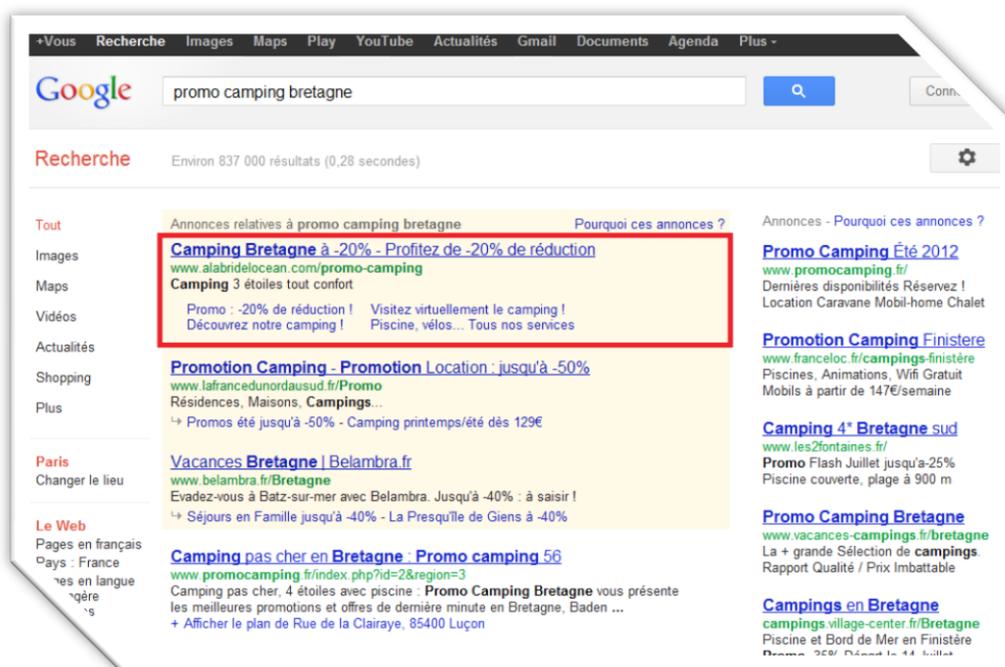
La phase d'estimation des coûts comprend l'établissement des univers thématiques et des mots clés relatifs à ces univers, établir les CPC (coûts pas clic) moyens pour les mots clés établis, construire un tableau d'estimation des coûts pour plusieurs budgets avec le nombre de visites que le client peut attendre de la campagne, et enfin la soumission de ce tableau des coûts au client pour qu'il détermine le budget.

Une fois que le client a donné son aval, nous rentrons dans la phase de mise en place des campagnes : construction de l'architecture des campagnes avec une campagne par univers thématique, trois groupes d'annonces par campagne et trois annonces par groupe d'annonces. Ensuite vient la mise en ligne des campagnes sur Google AdWords et la détermination des CPC par défaut.



Tout au long de la campagne AdWords, il faut opérer un suivi régulier afin de connaître les mots clés ayant le plus d'impression pour les faire apparaître dans les annonces et connaître également les heures et jours de trafic pour mettre l'accent à ces moments-là. Le but du suivi régulier est d'optimiser la campagne afin d'obtenir le meilleur CTR possible, le CTR étant le nombre de clics par rapport au nombre d'impressions des annonces. Pour améliorer la qualité d'une campagne AdWords, on peut créer une page de destination, c'est-à-dire créer une page spéciale pour la campagne qui sera ciblée sur les internautes qui auront cliqués sur l'annonce, faire plus apparaître dans les annonces les mots clés ayant un mauvais indice de qualité. Pour améliorer la position moyenne, il faut établir un juste milieu entre recommandations de Google pour le CPC max et les estimations pour apparaître en première position et vérifier régulièrement si nos CPC suivent les tendances du marché et les recommandations de Google. Enfin, pour augmenter le nombre de clics, on peut réécrire les annonces en fonction des particularités relevées dans les annonces efficaces, on peut aussi faire apparaître dans les annonces et leurs titres les mots clés générant beaucoup d'impressions.

Enfin, une fois que la campagne est terminée vient l'analyse de la campagne avec le retour à soumettre au client. Dans ce retour fait au client, il faut analyser ce qui a fonctionné au niveau des campagnes, des groupes d'annonces, des annonces et des mots clés afin d'améliorer la campagne AdWords suivante. Il faut aussi présenter les chiffres intéressants pour le client, à savoir le nombre de clics, le nombre d'impressions, le CTR, le CPC moyen et le taux de conversion (déterminé en fonction des objectifs de la campagne). De plus, il faut analyser le type de visiteurs ayant cliqué sur les annonces afin de mieux comprendre ce qu'il recherche exactement afin de pouvoir optimiser au maximum les campagnes AdWords à venir. Pour finir, la réalité étant différente des prévisions, il faut expliquer au client pourquoi les chiffres prévisionnels annoncés avant la mise en place des campagnes sont différents des chiffres réellement obtenus, le temps d'adaptation et la saisonnalité pouvant être des facteurs ralentissant pour la campagne.



J'ai mené deux campagnes de référencement payant du début à la fin pour deux de nos clients qui ont souscrits à une prestation de référencement payant : le camping A l'abri de l'océan et la banque d'images Donkeysoho.

b. PROSPECTS CLIENTS

Durant mon stage à Nodevo, j'ai aussi rempli une mission de prospects clients pour Donkeysoho, la banque d'images avec une campagne emailing et une campagne phoning.

nb Campagne d'emailing : Donkeysoho



Dans le but de faire connaître Donkeysoho et son nouveau site internet, j'ai mené durant mon stage à Nodevo une campagne emailing.

Dans un premier temps, j'ai établi un liste de prospects à qui communiquer les emails qui seraient envoyés en commençant par les maisons d'édition. J'ai plus tard, pour la deuxième vague d'emails, enrichi la base de données avec des prospects d'agences de publicité et de communication et des agences de presse spécialisée dans le domaine de l'art et de la photographie.

Une fois la base de prospects clients mise en place, le client réalisait la maquette de l'email (voir visuel ci-dessus) que j'envoyais ensuite à tous les prospects ciblés par le biais d'un logiciel en ligne d'emailing.

Ce logiciel me permettait ensuite d'obtenir tous les chiffres et les statistiques de retour de la campagne : nombre d'ouverture, ouvertures uniques, clics, désabonnements... Venait ainsi un temps d'analyse afin de pouvoir comprendre ce qui fonctionnait bien avec ce public professionnel et ainsi optimiser l'email qui suivrait.

Destinataires	Ouvertures	Clics
181	76 – 28,18%	8 – 4,42%
Nombre de visites	Pages par visite	Durée moyenne de visite
22	9,45	12 :33

Suite à la campagne emailing, j'ai mis en place et mené une campagne phoning afin de joindre directement les prospects qui avaient suscité le plus d'intérêt pour Donkeysoho : ceux qui avaient ouverts le mail et ceux qui avaient cliqué dessus pour visiter le site et plus particulièrement ceux qui avaient cliqué plusieurs fois sur l'email.

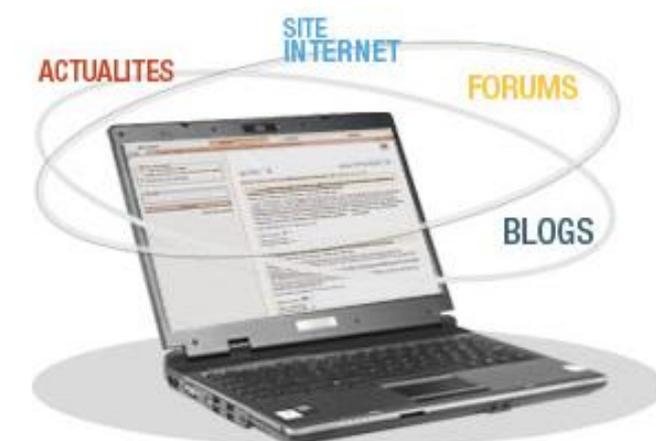
Cette campagne phoning a bien fonctionné puisque deux personnes sur trois en moyenne se sont montrées favorables à Donkeysoho et m'ont communiqué une autre adresse mail sur laquelle les contacter. Cela a donc permis d'étoffer la base de données des prospects pour l'envoi du second email avec des prospects qualifiés.

Enfin, j'ai proposé au client de contacter personnellement ces personnes par mail après les avoir eu au téléphone via un mail personnalisé où nous pourrions leur proposer une offre promotionnelle exceptionnelle tels qu'un fond d'écran appartenant à la banque d'images, un tirage en format carte postale d'un visuel acheté, la soumission par le directeur artistique de Donkeysoho de 5 à 10 visuels répondant à leur recherche... Malheureusement cela n'a pas pu se faire faute de temps du client pour choisir une offre promotionnelle.

C. VEILLE

Toutes les semaines, j'avais du temps aménagé dans mon emploi du temps de travail pour réaliser des travaux de veille technologique autour des secteurs du Search Engine Marketing (SME), à savoir : Search Engine Optimization (SEO, ou référencement naturel), Search Engine Advertising (SEA, ou référencement payant) et SMO (Social Media Optimization, ou community management).

Cette veille avait pour but de collecter, traiter et analyser des nouveautés, outils et méthodologies sur les secteurs de la communication web afin de pouvoir ensuite les utiliser dans mon travail de référencement et de community management.



Pour mener à bien ma veille hebdomadaire, j'avais recours à un outil de veille en ligne, netvibes.com, qui sélectionnait au fur et à mesure qu'elles étaient postées toutes les pages traitant d'un mot clé préalablement sélectionné, ici « référencement » et « adwords ».

Après avoir lu toutes les pages émises sur ces sujets, je ne gardais que celle que je jugeais intéressantes pour ensuite en faire un résumé et les retransmettre à ma supérieure, Tamara Emeriau.

Cette veille était donc bénéfique à tout le pôle communication web et nous permettait d'être plus efficace dans notre travail de référencement.

III. BILAN DU STAGE

a. DIFFICULTES RENCONTREES

La principale difficulté que j'ai rencontrée dans mon stage fut un manque de connaissances théoriques. En effet, en début de stage, je n'avais encore jamais entendu parler de référencement. Ma supérieure Tamara Emeriau et ma veille m'ont permis de combler ce vide et j'ai appris au fur et à mesure de mon travail pour les clients de Nodevo. J'ai aujourd'hui acquis un réel bagage dans le secteur du référencement et du community management et un apprentissage d'outils pour optimiser le référencement.

La seconde difficulté que j'ai abordé au 3^{ème} mois mon stage fut le refus de contrat d'apprentissage alors que le point avait été abordé positivement précédemment. L'entreprise a été réticente sur ce financement par peur de manque de moyens pour financer l'intégralité de mes études et la création du pôle référencement encore récente. La difficulté réside dans le fait que j'ai dû me remobiliser pour continuer à bien accomplir mon travail même si je savais désormais que je ne pourrais pas continuer après mon stage en apprentissage.

Enfin, la dernière difficulté rencontrée n'avait pas de rapport direct avec mes missions de stage mais était tout de même réelle : j'ai dû gérer en même temps que mon stage mes concours pour rentrer en master d'école de commerce et cela a été assez difficile. En effet, durant la période d'oraux, j'ai été contrainte d'être absente de mon stage certains jours. La fatigue et le stress des examens n'ont pas été bénéfiques pour une qualité optimale de mon travail.

b. COMPARAISON AUX COURS ENSEIGNES

Durant mon stage, j'ai principalement utilisé les notions acquises en filière marketing opérationnel pour trouver des idées de communication et de marketing des comptes de réseaux sociaux et des sites internet. J'ai également mis en pratique les stratégies d'emailing dont j'avais fait des simulations en cours.

Les cours de synthèse de dossier m'ont aussi été utiles dans ma veille hebdomadaire dans la vitesse de lecture, la synthétisation des informations et la reformulation sous forme de résumé.

Le module de « Présentation des métiers » du deuxième semestre m'avait permis de rencontrer un ancien isamien, Clément Sorret, qui est community manager chez France citévision et qui a de nombreuses expériences dans ce domaine. Le rencontrer m'avait permis d'appréhender la partie terrain de ce métier que j'ai ensuite moi-même exercé durant mon stage.

Enfin, les cours de droit de la consommation reçus à l'ISAM m'ont permis de connaître quelles informations pouvaient être communiquées aux consommateurs et quelles étaient les règles dans l'organisation de jeu concours (pour les pages facebook notamment).



C. ANALYSE DE L'EXPERIENCE

La réalité du terrain m'a permis de rencontrer des entreprises ayant besoin d'un conseil et d'une aide à propos de leur visibilité et de leur communication sur le web. J'ai ainsi pu observer les besoins de ces PME qui ont recours aux services de Nodevo, connaître quelle sont les offres dont ils ont besoin et comment leur proposer. J'ai aussi pu apprendre à effectuer des analyses et des suivis personnalisés en fonction de chaque entreprise, et m'expérimenter aux retours directs, me perfectionner à l'oral dans un entretien en B to B.

Mon stage m'a donc permis de découvrir un secteur que je ne connaissais que dans la théorie, celui du B to B. en effet, je n'avais précédemment jamais dans mes stages eu affaire directement à des entreprises, avec qui on n'interagit pas de la même façon qu'avec des particuliers.

De plus, mon stage m'a permis de créer mon projet professionnel. En effet, je ne connaissais pas ce secteur avant d'y effectuer mon stage de 3^{ème} année. Mon stage a donc une valeur ajoutée très importante dans le cadre de mon projet professionnel, puisqu'il m'a permis de découvrir le secteur dans le quel je souhaite travailler professionnellement et me spécialiser durant le restant de mon cursus universitaire.

APPORTS DU STAGE

Mon stage m'a donc apporté des connaissances techniques et pratiques en Web Marketing, référencement et community management et une réelle expérience dans le domaine à travers le cas de diverses PME. Ces savoirs appris sur le terrain ont complété ce que j'ai pu apprendre à l'ISAM.

De plus, j'ai pu m'affirmer dans des entretiens en B to B et apprendre comment interagir avec un client professionnel. Je ressors donc de mon stage avec des compétences supplémentaires en relationnel client.

Enfin, ce stage m'a aussi permis de me forger mon projet professionnel et de découvrir le secteur dans lequel je retrouve tout ce que je recherche dans un travail : analyse, créativité et communication.

OPINION PERSONNELLE

Je n'ai jamais trouvé mon stage monotone grâce aux très nombreuses et diverses missions que j'ai eu à effectuer pour de multiples entreprises différentes. J'ai également beaucoup apprécié la liberté dont j'ai bénéficié, je pouvais ainsi utiliser ma créativité et être force de proposition. L'autonomie et la confiance sont pour moi des valeurs très importantes pour pouvoir accomplir un travail de qualité.

Etant donné l'enrichissement de mon projet professionnel grâce à ce stage, je compte effectuer tous mes stages et expériences en entreprise dans ce secteur.

nб	Campagne AdWords – A l’abri de l’océan	p 28
nб	Relevé de position – Donkeysoho	p 29
nб	Plan de communication Facebook – Le Comptoir Senlisien	p 31
nб	Optimisation du contenu – Fit & Zen	p 32
nб	Architecture de l’information – Maison du Tourisme de Creil	p 33
nб	Veille – Outils SEM	p 37

Campagne longue traîne / Camping

Annonce textuelle 1

27 {Keyword:Camping Finistère}
 30 Votre séjour en camping au sud
 30 Du Finistère : Réservez vite !
alabridelocean.com/camping-finistere

Dest <http://alabridelocean.com>

Annonce textuelle 1

26 {Keyword:Camping Bretagne}
 30 Votre séjour en camping au sud
 32 de la Bretagne : Réservez vite !
alabridelocean.com/camping-bretagne

Dest <http://alabridelocean.com>

Annonce textuelle 2

20 [Camping 2* Finistère](#)
 30 Camping 2 étoiles tout confort
 35 dans le Finistère : Réservez vite !
alabridelocean.com/camping-finistere

Dest <http://alabridelocean.com>

Annonce textuelle 2

19 [Camping 2* Bretagne](#)
 30 Camping 2 étoiles tout confort
 29 en Bretagne : Réservez vite !
alabridelocean.com/camping-bretagne

Dest <http://alabridelocean.com>

Annonce textuelle 3

25 [Camping piscine Finistère](#)
 31 Vacances camping au Finistère :
 31 Plage et piscine à petit prix !
alabridelocean.com/camping-finistere-pas-cher

Dest <http://alabridelocean.com>

Annonce textuelle 3

22 [Camping plage Bretagne](#)
 30 Vacances camping en Bretagne :
 31 Plage et piscine à petit prix !
alabridelocean.com/camping-bretagne-pas-cher

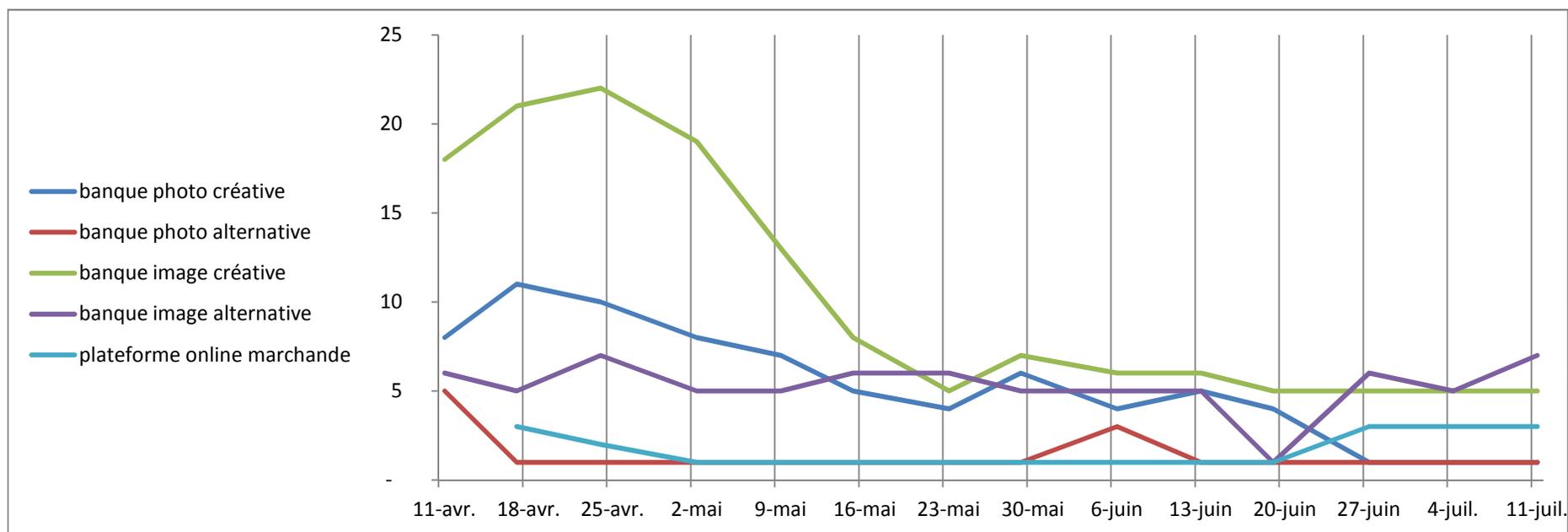
Dest <http://alabridelocean.com>

Camping Finistère
Camping Finistère
vacances camping Finistère
Camping 2 étoiles Finistère
camping plage Finistère
camping piscine Finistère
camping dernière minute Finistère
camping aquatique Finistère
Camping pas cher Finistère
camping enfants Finistère
camping océan Finistère
réserver camping Finistère
camping familial Finistère
camping tente Finistère
camping mobil home Finistère
camping caravane Finistère
camping camping-car Finistère
camping animaux Finistère
camping chalet Finistère
Camping Finistère Sud
vacances camping Finistère Sud
Camping 2 étoiles Finistère Sud
camping plage Finistère Sud
camping piscine Finistère Sud
camping dernière minute Finistère Sud
camping aquatique Finistère Sud
Camping pas cher Finistère Sud
camping enfants Finistère Sud
camping océan Finistère Sud
réserver camping Finistère Sud
camping familial Finistère Sud
camping tente Finistère Sud

Camping Bretagne
Camping Bretagne
vacances camping Bretagne
Camping 2 étoiles Bretagne
camping plage Bretagne
camping piscine Bretagne
camping dernière minute Bretagne
camping aquatique Bretagne
Camping pas cher Bretagne
camping enfants Bretagne
camping océan Bretagne
réserver camping Bretagne
camping familial Bretagne
camping tente Bretagne
camping mobil home Bretagne
camping caravane Bretagne
camping camping-car Bretagne
camping animaux Bretagne
camping chalet Bretagne
camping breton
vacances camping breton
camping breton 2 étoiles
camping breton plage
camping breton piscine
camping breton dernière minute
camping breton aquatique
camping breton pas cher
camping breton enfants
camping breton océan
réserver camping breton
camping breton familial
camping breton tente

Requête	Résultat de Recherche - SEO			
	La position du site www.donkeysoho.com	1ere position	2eme position	Volume total de résultats
banque d'image	22	http://www.stocklib.fr/	http://fr.fotolia.com/	1 410 000
acheter photo	0	http://fr.fotolia.com/	http://français.istockphoto.com/	13 400 000
vente de photo	0	http://www.commentcamarcher.com/	http://photo.boutiquedeservies.com/	156 000 000
photo de magazine	0	http://www.photo.fr/	http://www.competencephoto.com/	875 000 000
site de photographie	0	http://www.photophiles.com/	http://www.louisbourdon.com/	27 900 000
photos publicité	0	http://www.gentside.com/publicite/	http://www.casafree.com/mode/	312 000 000
photo communication	0	http://www.fotosearch.fr/photo/	http://www.photocommunication.com/	719 000 000
photo presse	0	http://expositions.bnf.fr/afp/index.html	http://www.crdp.ac-grenoble.fr/	74 800 000
communication image	0	http://www.image-et-communication.com/	http://www.fotosearch.fr/photo/	659 000 000
sites photos en ligne	0	http://www.zphoto.fr/	http://www.commentcamarcher.com/	106 000 000
commande photo	0	http://www.photoservice.com/	http://www.photoservice.com/	12 500 000
partage de photo en ligne	0	http://www.monalbum.fr/	https://picasaweb.google.com/	8 080 000
galerie photo en ligne	0	http://www.picnpin.com/	http://www.photoonweb.com/	4 090 000
banque de photos	0	http://www.fotosearch.fr/	http://www.epictura.fr/	19 600 000
photo commerciale	0	http://www.fotosearch.fr/photo/	http://www.photocommerciale.com/	2 150 000 000
banque photo créative	1	http://www.donkeysoho.com/	http://www.gettyimages.fr/	703 000
banque photo alternative	1	http://www.donkeysoho.com/	http://fr.123rf.com/images-librairie/	3 230 000
banque image créative	5	http://www.pixelcreation.fr/gr/	http://www.vozimage.com/	2 630 000
banque image alternative	7	http://fr.123rf.com/images-librairie/	http://www.fotosearch.fr/photo/	4 420 000
plateforme online marchande	3	http://www.forextrail.com/Fre/	http://french.alibaba.com/pro/	366 000
ressources visuelles	3	http://www.lisemadore.com/	http://www.beaux-arts.ca/fr/b/	8 870 000
ressources visuelles créatives	1	http://www.donkeysoho.com/	http://artbuyersources.blogspot.com/	303 000
ressources visuelles alternatives	1	http://www.donkeysoho.com/	http://artbuyersources.blogspot.com/	1 020 000

	11-avr.	17-avr.	24-avr.	2-mai	9-mai	15-mai	23-mai	29-mai	6-juin	13-juin	19-juin	27-juin	4-juil.	11-juil.
banque d'images			79	68	49	44	31	40	34	30	30	29	29	22
banque photo créative	8	11	10	8	7	5	4	6	4	5	4	1	1	1
banque photo alternative	5	1	1	1	1	1	1	1	3	1	1	1	1	1
banque image créative	18	21	22	19	13	8	5	7	6	6	5	5	5	5
banque image alternative	6	5	7	5	5	6	6	5	5	5	1	6	5	7
plateforme online marchande		3	2	1	1	1	1	1	1	1	1	3	3	3



Plan de Communication : Le Comptoir Senlisien

Juillet à Décembre 2012

- **Grandes vacances – Juillet et Août 2012**

- **Concours des plus belles photos de plats de vacances**
 - Du 9 juillet au 26 août
 - Chaque fan prend en photo les plus beaux plats de vacances qu'il commande, une photo par fan
 - Les 3 gagnants reçoivent un lot (brunch, kusmi tea et café croissant)
- Temps nécessaire : 4 heures
 - 2 heures de préparation
 - 1 de tri, délibération et annonce des résultats
 - 1h d'analyse
- Ce dont nous avons besoin :
 - Décider qui délibère et choisit les photos – avant le 1^{er} juillet
 - Connaître les récompenses mises en jeu – avant le 1^{er} juillet

- **Rentrée scolaire – Septembre 2012**

- **Goûter à emporter pour les enfants**
 - Durant les 2 premières semaines suivant la rentrée scolaire
 - Les parents qui seront au Comptoir avant la sortie scolaire pourront emporter un goûter pour leurs enfants
 - Promotion de l'action sur facebook
- Temps nécessaire : 2 heures
 - 1 heure de préparation
 - 1 heure de communication
- Ce dont nous avons besoin :
 - Acceptation de l'action – avant le 28 août
 - Connaître les détails du goûter à emporter : composition, prix... – avant le 28 août

- **Noël – Décembre 2012**

- **Concours de recette : buche de Noël**
 - Du 1^{er} au 20 décembre
 - Chaque fan propose sa recette de buche de Noël, celui qui obtiendra le plus de « j'aime » verra sa recette cuisinée par Le Comptoir et servie le temps d'une journée
- Temps nécessaire : 4 heures
 - 1 heure et 30 minutes de préparation
 - 1 heure et 30 minutes de modération
 - 1 heure d'annonce des résultats et d'analyse
- Ce dont nous avons besoin :
 - Acceptation de l'action – avant le 26 octobre

« Salle de sport Oise »

Mots clés : remise en forme oise, fitness oise, musculation oise, gym oise

[H1] **Votre salle de remise en forme dans l'Oise : Fit & Zen**

Fit & Zen est une salle de fitness située dans l'Oise réservée aux femmes et basée sur un circuit fitness Cardio-training en 30 minutes seulement.

Affiner, raffermir et tonifier efficacement grâce à la méthode Fit & Zen !

[H2] Enfin un centre de remise en forme dans l'Oise réservé aux femmes !

Travail, enfants, maison... pas le temps de faire du sport ?

Alors testez la méthode Fit & Zen dans l'une de nos salles de gym.

N'attendez plus, venez profiter d'un cours de fitness dans l'Oise d'essai et bilan de forme gratuits (sur rdv).

Découvrez dans notre club de remise en forme de l'Oise un circuit fitness et musculation complet en 30 minutes seulement et sans contrainte horaire : vous intégrez le circuit quand vous le voulez.

UN COACH pour vous encadrer et vous motivez à chaque séance de fitness

UN SUIVI PERSONNALISE selon vos objectifs : bilan de forme mensuel

UN ESPACE ZEN pour vous détendre entre amies

[H2] Rendez-vous dans nos salles de remise en forme à Saint Maximin, Chantilly et Creil dans l'Oise

Ouvert du lundi au vendredi de 10h à 14h30 et de 16h à 20h30 ainsi que le samedi de 10h à 12h30.

Total de mots	209
IDM	10/209 -> 4,78%

Noms des pages / Niveaux	thématique travaillée	Mots Clés
--------------------------	-----------------------	-----------

1

2

Accueil

Maison du tourisme

Nos services

Horaires d'ouverture

Tourisme Oise

tourisme oise, tourisme creil, tourisme nogent sur oise, tourisme montataire, tourisme villers st paul, tourisme villers saint paul, tourisme picardie

Espace Boutique

Télécharger nos brochures

Carte de localisation

Nos évènements

A découvrir

Patrimoine industriel

Industrie Oise

industrie Oise, industrie Picardie, industrie Villers saint paul, industrie Creil, industrie Montataire, industrie Nogent sur Oise, quartier ouvrier Villers saint paul, quartier ouvrier Creil, quartier ouvrier Montataire



Patrimoine culturel

Culture Oise

culture Oise, culture Picardie, culture Creil, culture Nogent sur Oise, culture Montataire, culture Villers Saint Paul, château oise, château picardie, château creil, château nogent sur oise, château montataire, château

Patrimoine naturel

Parc Oise

Parc oise, parc picardie, parc creil, parc montataire, parc villers saint paul, parc nogent sur oise, jardin oise, jardin picardie, jardin creil, jardin montataire, jardin villers saint paul, jardin nogent sur oise, nature oise, nature l'oise, le fleuve de l'oise, barrage oise, barrage picardie,

Patrimoine fluvial

Fleuve Oise

barrage creil, barrage nogent sur oise, barrage montataire, barrage villers saint paul, pont oise, pont picardie, pont oise, pont picardie

Aux alentours

Visiter dans l'Oise

château chantilly, grandes écuries chantilly, maison pierre saint maximin, musée oise, musée creil, musée montataire, musée nogent sur oise, musée villers saint paul, musée picardie, musée montataire

Activités pour enfants

Ferme pédagogique

ferme pédagogique oise, parc animalier oise, ferme pédagogique villers saint paul, ferme pédagogique saint maximin, parc animalier longueil sainte marie, parc animalier saint leger en laon

Organiser votre séjour

Se loger

Hotel Oise

hotel oise, hotel picardie; hotel creil, hotel montataire, hotel nogent sur oise, hotel villers saint paul, première classe villers saint paul, campanile villers saint paul, ibis villers saint paul

Se restaurer

Restaurant Oise

restaurant oise, restaurant picardie, restaurant creil, restaurant montataire, restaurant nogent sur oise, restaurant villers saint paul, campanile villers saint paul, restaurant picardie

Se détendre

Loisirs Oise

loisirs oise, loisirs picardie, loisirs creil, loisirs montataire, loisirs nogent sur oise, loisirs villers saint paul, piscine oise, bowling oise, karting oise, paintball oise, aviron oise, attractions oise, parc aquifin oise, golf oise

Informations pratiques

Accès

Venir à Creil

accès creil, accès creil voiture, senlis-creil, chantilly-creil, compiègne-creil, paris-creil, accès creil bus, accès creil train, accès creil avion, aéroport roissy charles de gaulle, aéroport beauvais



Plans de ville

Plan ville Oise

*plan nogent sur oise, plan creil, plan montataire, plan
villers saint paul, plan ville oise, plan ville picardie, plan
nogent, plan villers oise*

Transports urbains

Les marchés

<i>Typologie</i>	<i>Outil</i>	<i>Synthèse</i>	<i>Article</i>
SEA	http://fr.semrush.com/	Permet de connaître les mots clés des concurrents, avoir une estimation du CPC et le pourcentage de trafic que cela apporte	http://bit.ly/MrgdaU
SEA	6 outils	6 outils pour optimiser une landing page en 3 temps : diagnostic, optimisation et tests	http://www.mauricelargeron.com/methode-doptimisation-de-sa-landing-page/

SEO	SEO SOFT	Permet de mettre en place un suivi quotidien du positionnement d'une site dans Google et de garder ces données en mémoire	http://minu.me/6js0
SEO	SeoMoz	Pleins d'outils pour étudier le SEO d'un site en profondeur	http://www.seomoz.org/tools
SEO	Ahrefs	Analyse des backlinks	http://ahrefs.com/
SEO	Ubersuggest	Générateur de mots-clés. Permet de partir de mots-clés généralistes pour arriver sur des mots-clés beaucoup plus précis	http://ubersuggest.org/
SEO	MashupWfeed	Permet d'intégrer automatiquement sur un blog tous les jours une information tirée d'un flux RSS, d'où fraîcheur et plus de pages indexées	http://www.virtuose-marketing.com/comment-obtenir-plus-de-trafic-en-travaillant-moins/
SEO	Submeo	Logiciel de référencement manuel sur des annuaires : sélection d'annuaires pertinents en fonction du site répertorié	http://www.wifeo.com/documentation-42.html
SEO	Ping Farm	Service Ping avec nombre d'URLs illimités et indexation sur 24 services différents	http://fr.webmaster-rank.info/news/6-services-de-ping-pour-votre-indexation.html

SEO	My poseo	Suivi du référencement et de Google Analytics, possibilité de suivre les concurrents sur les mots clés du site - PAYANT ! 15 premiers jours offerts	https://www.myposeo.com/fr/
SMO	Facebook Pages Manager	Permet de gérer une page fan depuis un mobile	http://minu.me/6jsb
SMO	SocialMention	Permet de suivre et connaître la e-reputation d'une entreprise, veille sur ce qui se dit	http://www.socialmention.com/
SMO	Shoutlet	Outil de gestion multiprofiles pour les différents réseaux sociaux	http://shoutlet.com/
e-commerce	SoShake	Module qui permet des suggestions de produits aux internautes en fonction de leurs partages sur Facebook	http://www.blog-ecommerce.com/augmentez-votre-panier-avec-soshake-et-facebook?utm_source=rss&utm_medium=rss&utm_campaign=augmentez-votre-panier-avec-soshake-et-facebook