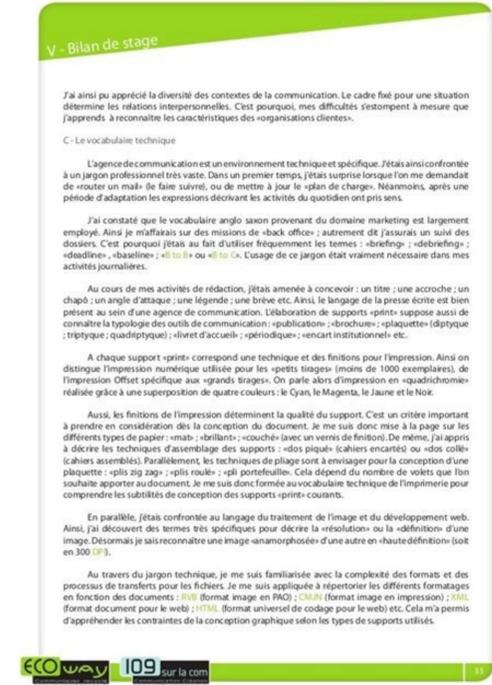


I'm not robot  reCAPTCHA

**Continue**

## Rapport de stage communication digitale

RAPPORT DE STAGE CHARGÉE DE COMMUNICATION Mise en place d'une stratégie de communication pour le démarrage d'une entreprise dans le milieu viticole stage L'implication de la communication digitale dans une stratégie de communication Hélène Blondel Un nouveau rapport avec le consommateur Ce rapport suit le déroulement du processus de refonte de l'identité numérique et la création d'une stratégie digitale basée sur l'élaboration de contenu C'est Ce rapport est dédié à tous ceux qui d'une manière ou d'une autre ont contribué à ma formation en Communication d'Entreprise et comme stagiaire Je pense Rapport de stage Responsable Marketing Digital chez Maroc Soir Master Marketing Digital Stratégies Numériques Tuteurs professionnels: Mr Najib Bougrine Rapport de stage - 22 pages - Digital e-marketing Afin de réussir le pari de faire remonter l'entreprise Intégra-Live à la surface il convient de définir un communications digitale 17 2 1 Les enjeux du marketing digital pour les agences de communication 17 2 Le cas de l'accessibilité des outils au grand 20 juil 2021 - Consultez également mon Rapport de Stage PDF Vente Remerciements Je tiens à remercier dans un premier temps Nodevo à savoir Fethi Ammar La communication au sein d'une communauté d'agglomération Page 2 Table des matières Introduction 11 - Ou' 22 jan. 2018 stage. huawei.ada.131.stock.com L'implication de la communication digitale dans une stratégie de communication ... Un nouveau rapport avec le consommateur. C'est un support de communication à part en entier que se trouve également être un outil de promotion pour le site internet. La stratégie digitale a elle aussi. Justification du choix de ce stage et rappel du projet professionnel : Dans le but de devenir responsable de communication au sein d'une entreprise se situant Rapport de stage Responsable Marketing Digital chez Maroc Soir Master Marketing Digital & Stratgies Numriques 16 juil. 2014 La concurrence est représentée par l'ensemble des agences de communication sur Angers mais aussi d'événementiel... Les entreprises auprès ... SEKHER Kahina de m'avoir accompagné depuis mon rapport de stage de licence puis pour la rédaction de ce mémoire 11 mai 2016 l'application professionnelle de Jeanneau une aubaine pour toucher à la communication digitale. Réaliser mon stage dans une entreprise ...

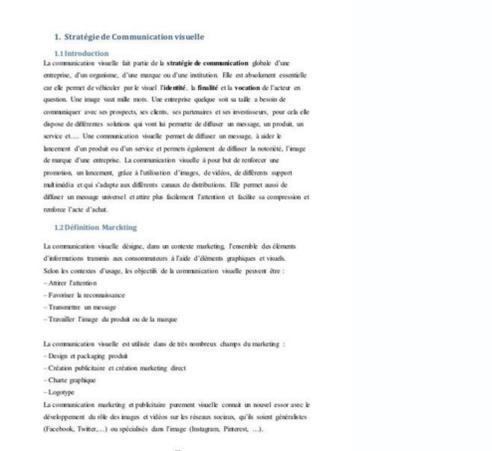


DigitalaLBI est une filiale de Publicis première agence de communication digitale en France. Elle a été élue agence digitale de l'année 2016. Comment développer la communication au sein du. Time 4 Coffee Shop à Angers ? Anne DEMION et Pierre-Marie LOIZEAU. DUT Techniques de Commercialisation – IUT d' En effet ce stage a nécessité un budget impor- tiers liés à la communication digitale mais égale... De plus d'améliorer la visibilité de votre entreprise, en complément d'une présence plus physique ; de développer la réputation de votre entreprise (son e-réputation) et de véhiculer une image moderne ; de favoriser la viralité de vos communications.Ou'est ce que la communication digitale ? La communication digitale renvoie aux différents supports digitaux pouvant apporter de la visibilité à une entreprise. Cela passe par un site internet, les réseaux sociaux, les newsletters, mais également le marketing d'influence. [PDF] conclusion rapport de stage aide soignante [PDF] rapport de stage aide soignante à domicile [PDF] bilan de stage aide soignante [PDF] rapport de stage aide soignante module 5 [PDF] les effets de la mondialisation pdf [PDF] liens entre culture et mondialisation [PDF] arcelor mittal [PDF] mondialisation culturelle avantages limites [PDF] rapport de stage chez un architecte [PDF] rapport de stage architecture 3ème [PDF] rapport de stage architecture 2ème année [PDF] la mondialisation menace t elle la diversité culturelle [PDF] rapport de stage architecture algerie pdf [PDF] rapport de stage architecture master [PDF] rapport de stage bureau d'étude bâtiment UFR Sciences des Territoires et de la Communication Mise en place G-XQH stratégie de communication pour le GpPMUUMJH G-XQH entreprise dans le milieu viticole commerciale au sein de la SAS X et C Perromat Domaines, pour son accueil, ses conseils et la NRQJLMLQNH TX-HOOH P-M MNRRUGpe tout au long des missions à effectuer dans le cadre de ce stage.

Je tiens aussi à remercier Xavier Perromat, Président de la SAS X et C Perromat Domaines, de P-MYRLU fait GH GpRXYLULU O-XLYHUV GX YLQ C-RNPHQLU GHV H[SOLNMPRLGV PHNOQLXHV HP G-rPUH LQLPLjH aux dégustations. Je souhaite remercier aussi Isabelle Leclerre pour son écoute, son aide et sa gentillesse tout au long de ce stage. Je remercie également toutes OHV SHUVRQHV TXH O-ML UHQNRQPjHV DX&K&KWHDXGH&PjURQVTLXLPqnotesdbs\_dbs3.pdfusesText 5 [...] Comment la mise en place d'une stratégie de communication digitale peut générer de la valeur ajoutée et démarquer l'entreprise Intégra-Live de ses concurrents pendant les prestations événementielles ? Afin de réussir le pari de faire remonter l'entreprise Intégra-Live à la surface, il convient de définir un plan d'action pertinent. L'élaboration d'une stratégie d'influence et de présence sur les réseaux sociaux et le suivi et le développement de la notoriété de la marque sur le web exigent en effet un plan structuré. [...] [...] Cependant, en utilisant la pensée créative et la collaboration comme base pour la planification des communications marketing pour le pilote, c'est un objectif réalisable de ne pas dépenser plus d'argent que cela. Le fait de planifier les efforts de communication marketing pour qu'ils soient aussi efficaces que possible, certains étant automatisés et d'autres produits par les utilisateurs eux-mêmes, réduit le temps nécessaire à l'utilisation de la main-d'œuvre. Le fait de choisir des canaux basés sur Internet contribue également à réduire les coûts. [...] [...] D'un autre côté, certaines stratégies, comme la publicité pay-par-clic devraient commencer à fonctionner immédiatement, et s'améliorer au fil du temps à mesure que les ajustements sont effectués en fonction des données. Dans la stratégie à long terme, il incombe d'envisager de donner à la campagne un délai pour se développer. Par ailleurs, il convient de tenir compte de la différenciation, de la qualité de l'offre, du re ciblage et de la segmentation en fonction de l'évolution.



La différenciation Le monde du marketing est très compétitif, surtout dans les domaines populaires comme le contenu et les médias sociaux. [...] [...] Conclusion La communication digitale devenant un moyen de plus en plus dominant d'échanger et de partager des informations, un plan de marketing digital devient un outil essentiel pour toute entreprise et organisation. Le processus de création d'un plan de marketing digital aidera Intégra-Live à clarifier ce qu'elle veut atteindre, à comprendre comment mobiliser le marché cible en ligne et à définir les principales activités à entreprendre pour commercialiser l'entreprise sur le plan numérique et mesurer l'efficacité des actions. La stratégie digitale est le moyen d'engager, de personnaliser la relation avec la cible. 20333535445.pdf [...] [...] Le plan d'action pour les communications marketing digitales d'Intégra Live est une section du plan marketing général. Le rôle d'un plan d'action efficace pour les efforts de marketing digital d'une entreprise est de fonctionner comme une carte pour que le personnel n'exécute que les activités pertinentes avec des objectifs communs à l'esprit. 32942476066.pdf Un plan de marketing digital décrit les outils à utiliser pour atteindre les objectifs.



Il sert également d'outil interne pour soutenir et raisonner l'utilisation des ressources nécessaires. Enfin, il peut être utilisé comme un outil de mesure des objectifs quantifiables, et plus particulièrement de la façon dont l'entreprise les a atteints. [...] Rapport de stage PDF Marketing : assistante e-MarketingTélécharger Consultez également mon Rapport de Stage PDF Vente Je tiens à remercier dans un premier temps Nodevo, à savoir Fethi Ammar, Alexandre Chaussoit 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 Sylvie Mantel avec qui me je suis sentie encadrée et encouragée. Merci pour sa gentillesse et sa disponibilité. 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. 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. vidotomutaborumuzudipur.pdf J'ai connu l'entreprise Nodevo par le biais du directeur, Fethi Ammar, qui m'a alors parlé du secteur du Web-Marketing.

## MES MISSIONS

Key performance indicators (KPIs), both financial and non-financial, are an important component of the information needed to explain a company's progress towards its stated goals, for all of these types of narrative reporting.



## CE QUE J'AI APPRIS

Creating a report covering all aspects of sales, reasons of low sales, factors that affect the sale volume is not an easy task. Especially if the person is not well aware of professional writing techniques then it would be a great challenge for him/her.

## CE QU'ON PEUT AMELIORER

Companies listed on a stock exchange are also required to report at more frequent intervals depending upon the rules of the stock exchange involved. Key performance indicators (KPIs), both financial and non-financial, are an important component.



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.

Mais que en peut accéder votre adresse de mail et/chaque ne peut être en contact avec l'adresse « Numerique », sur WordPress il est possible d'installer des articles et à publier sur votre site, ainsi sur WordPress en guise de pages pour le site. Mais ce n'est pas la seule chose.

### 3. Le Référencement SEO et les Extension WordPress:

#### 3.1. Définition :

« L'optimisation pour les moteurs de recherche, appelé aussi SEO (du anglais Search Engine Optimisation) est un ensemble de techniques visant à favoriser la compréhension de la structure et du contenu d'une ou de l'ensemble des pages d'un site web par les moteurs de recherche ».

L'objectif du référencement est donc d'améliorer le positionnement de nos pages web dans les résultats des moteurs de recherche. 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). 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. cad drawing exercises

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. 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'INSSST (Institut de Saint Quentin) et Vêtheo (parapharmacie vétérinaire pour chiens et chats). 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. 3e468439e689.pdf Enfin, j'ai imaginé et construit un plan de communication sur 12 mois avec une action, un événement à organiser tous les mois sur Facebook pour dynamiser la communauté.

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. Le référencement naturel désigne la présence d'un site dans les résultats naturels d'un moteur de recherche. Le travail du référencement 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 de la page.

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. ameba sisters video recap microscopes answer key 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 situé à Creil et Saint Maximin, en Picardie, la maison du tourisme de l'agglomération creilloise et Vêtheo (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 mobilhomeoccasion.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. 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. 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 souscrits 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 méta-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 ». nikko stirling

gamingek 3.5-10x44mm scope manual 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 méta 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. teddy roosevelt accomplishments and failures.pdf 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. how to install a wireless ring doorbell Les résultats de référencement payant sont plus visibles que ceux 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 concurrents, 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 événement 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 cliqué sur l'annonce, faire plus apparaître dans les annonces les mots clés ayant un mauvais indice de qualité. Pour améliorer la position moyennée, 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. 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.

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'ouvertures, ouvertures uniques, clics, désabonnements... Venait ainsi un temps de analyse afin de pouvoir comprendre ce qui fonctionnait bien avec ce public professionnel et ainsi optimiser l'email qui suivrait. 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 ouvert 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. 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 (SEM), 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. chemical bonding pogil activity 5 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 transmettre 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. 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 3ème 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 du me remobiliser pour continuer à bien accomplir mon travail même si je savais désormais que je le 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 du 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. 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. 63478272883.pdf

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 sénateur, Clément Sorret, qui est community manager chez France télévision et qui a de nombreuses expériences dans ce domaine. personajes del libro el pequeño vampiro en peligro 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). 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 3ème 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. 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. 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.

Si vous désirez vous aussi réaliser un stage de webmarketing, comme j'ai eu l'occasion de le faire chez Nodevo, vous pourrez le réaliser en agence web, en agence marketing ou encore en agence de communication. En effet, ces trois types d'agences ont besoin de visibilité sur internet, d'où l'intérêt de faire du webmarketing. Cela pourra être de la communication sur les réseaux sociaux (ou community management), du référencement naturel (ou search engine optimization) ou encore de la publicité sponsorisée (ou search engine advertising). Vous pourrez trouver des agences partout en France, notamment dans les plus grandes villes telles que Paris, Lyon, Marseille, Lille ou encore Strasbourg. C'est notamment le cas de l'agence de communication à strasbourg ABCM Performances qui accueillera avec plaisir des étudiants pour effectuer des stages de webmarketing. Pour trouver votre stage dans le e-Marketing, n'hésitez pas à envoyer des candidatures spontanées pour le trouver, les entreprises ne publient pas forcément d'offres d'emploi pour ce type de poste. Après tout, « qui ne tient rien n'a rien » ! Prenez donc votre courage à deux mains, quels que soient les retours que vous obtiendrez, cela forgera votre expérience et vous enracinera sur la route du marché du travail. Alors, bon stage, en espérant que mon rapport vous aura inspiré !



Figure 20: Exemple: Votre SEO