



Aujourd'hui les entreprises ont tout intérêt à être présentes sur internet, (site web, réseaux sociaux, moteurs de recherches...) car les clients les cherchent et « écoutent » les avis. Il faut donc animer cette présence en ligne, afin de la contrôler plutôt que de la subir. Il en va de l'e-réputation de l'entreprise !

1 > Animer et gérer cette présence en ligne

- **Animer sa présence en ligne**, c'est créer des contenus sur les différents espaces digitaux de l'entreprise : site web, blog, e-mail..., c'est aussi optimiser son référencement sur les moteurs de recherche et générer du trafic grâce à des liens et des publicités en ligne...
- **Gérer sa présence en ligne**, c'est évaluer les retours des internautes : avis et commentaires sur les forums, les blogs, les réseaux sociaux... Il s'agit donc de veiller, de modérer et de contrôler l'image et l'e-réputation de l'entreprise.

2 > Animer un site Web, un blog et un forum de discussion

- **Le site Web** : son rôle est de présenter l'entreprise, ses produits, services, ses valeurs, ses engagements... Il peut être institutionnel ou parfois marchand). L'animer consiste à l'alimenter en contenus (écrits, photos, vidéos...), le modifier, prévoir des mots-clés afin qu'il soit bien référencé dans les moteurs de recherche. **Les pages** doivent être claires, **les titres rédigés avec soin** car ils sont vus en premier et en moyenne 5 fois plus lus que le reste, mais aussi parce qu'ils sont repérés par les moteurs de recherche (car associés à des balises HTML), **rédigier des paragraphes courts**, utiliser des **caractères gras** pour les informations clés, illustrer avec des visuels (très regardés), **réserver le cœur de la page** pour le propos principal, insérer des vidéos, des liens sur les réseaux sociaux...
L'animer c'est aussi analyser sa performance, notamment en termes de trafic.
Il contient des **Landing pages** (pages d'atterrissage suite à clic des internautes).
- **Un blog** est un type de site web (ou une partie d'un site Web), utilisé pour la publication d'articles personnels (des « **billets** »), succincts, qui rendent compte d'une actualité autour d'un sujet donné.
Il est moins formel qu'un site Web institutionnel, le ton peut donc être plus simple.
- **Un forum** est un espace sur lequel les internautes peuvent discuter publiquement autour d'un thème donné. Ils y partagent des avis, des conseils. Le forum conserve et archive les discussions. Il impose des règles de bonne conduite et le respect d'une charte. Des modérateurs, ou des administrateurs sont chargés de sa gestion et de la régulation des propos qui y sont diffusés. Les marques peuvent y intervenir ou s'en servir pour faire de la veille.

3 > Newsletter, Livre blanc, Webinair... des outils pour convertir des Leads

Une newsletter est un e-mail à caractère informatif, envoyé à des destinataires préalablement abonnés. La newsletter peut être quotidienne, hebdomadaire, mensuelle ou ponctuelle.
Elle se différencie de l'e-mailing par son objectif, qui n'est généralement pas de vendre, mais d'informer.
Un livre blanc est un document de quelques pages téléchargeable sur inscription, consacré à un thème.
Un Webinair est une conférence en ligne accessible gratuitement sur Inscription.

4 > Veiller sur sa présence en ligne

Il s'agira de suivre les différentes discussions, avis, étoiles et commentaires laissés sur les réseaux sociaux et les sites Web et quand ce sera nécessaire et possible d'intervenir, d'instaurer un dialogue et de répondre aux critiques de manière appropriée, car les avis en ligne sont souvent jugés plus dignes de confiance par les internautes que les descriptifs produits. Ils sont donc très influents notamment en termes de vente en ligne. Il faut donc être à l'écoute !

Cette veille peut se faire tout simplement en faisant une recherche sur un moteur, ou en utilisant des outils applicatifs tels que YouseeMii.