

RÉFÉRENCEMENT & COMMUNICATION SUR SUPPORTS TIC

Client

**CONSEIL RÉGIONAL DU TOURISME
SOUSS MASSA DRAA**

Prestataire



SYMODD
S.A.R.L.

2

**OFFRE
TECHNIQUE**

Composition de l'offre

LOTS 1

1. CAMPAGNE SEO

2. CAMPAGNE SMO

3. CRÉATION DE CONTENU

- **Concept Vidéo Road Trip « SOUTH'S ROAD »**
- **Motion Design et Animation**
- **Banque d'image**
- **Infographies**

4. ANIMATION DE LA COMMUNAUTÉ

- **Application jeu concours participatif**
- **Jeux quiz**
- **Goodies**

5. ÉVÉNEMENT

LOTS 2

1. REFONTE GRAPHIQUE

2. FORMATION

Campagne SEO



1. CAMPAGNE SEO

OBJECTIFS :

- Capitaliser le positionnement actuel et développer un positionnement pertinent sur une multitude d'expressions et de mots qualifiés
- Générer du trafic sur le site et les pages importantes
- Améliorer la notoriété du CRT SMD sur les moteurs de recherche

L'objectif de cette campagne est de générer un trafic ciblé sur le site afin d'augmenter sa visibilité auprès de la cible suivante :

- Touristes internationaux
- Touristes locaux
- Citoyens de la région SMD
- Professionnels du secteur locaux et internationaux
- Presse et médias

BESOINS :

- Accompagnement sur la stratégie de référencement naturel
- Gestion et synchronisation des actions
- Suivi et reporting
- Veille permanente sur les technologies et algorithmes des moteurs
- Détection des opportunités de trafic

.....

APPROCHE SÉMANTIQUE

ELLE PERMET DE DÉFINIR VOTRE

POSITIONNEMENT DANS LES MOTEURS DE

RECHERCHE, EN FONCTION DU MARCHÉ,

COMPORTE

.....

NETLINKING :

L'objectif est d'accroître la popularité du site web sur la toile.

Identification des annuaires / moteurs importants sur les thématiques principales du site web visitagadir.com pour prévoir des échanges / soumission de liens

Actions :

- Amélioration qualitative des liens externes
- Inscriptions ciblés auprès d'annuaires et de sites de confiance
- Soumission ciblé par pays / langue
- Favoriser le linking interne

LIENS SPONSORISÉS (GOOGLE ADWORDS)

Les liens sponsorisés apparaissent sur les moteurs de recherche suite à la requête d'un internaute.

Ils sont classés selon les enchères faites par les propriétaires du site sur le mot clé concerné. Ils font partie d'une campagne promotionnelle à travers Google Adwords

Les liens sponsorisés ou commerciaux sont un complément indispensable au référencement naturel. Il vous confèrent également un maximum de visibilité sur des périodes événementielles comme les salons, festivals ...

Google Adwords permet d'atteindre les internautes au moment où ils effectuent une recherche sur vos mots clés ou services. le site web visitagadir.com va donc enregistre des visites de clients potentiels et ciblés.



La plateforme Google Adsense repose sur un système équitable, nous allons payer seulement lorsque les utilisateurs cliquent sur nos annonces (La tarification au coût par clic - CPC).

Actions :

- Création des annonces en rapport avec les mots clés sélectionnés suite à l'audit.
- Mise en ligne des campagnes
- Gestion des enchères
- Modification des annonces
- Optimisation du coût de recrutement (recherche du modèle le plus rentable)

- Mise à jour et suivi
- Reporting détaillé
- Analyse de résultats
- Analyse de la popularité

Nous allons dédier un budget mensuel pour la campagne d'achat de liens sponsorisés sur Google Adwords. (Voir offre financière)

Campagne SMO



2. CAMPAGNE SMO

Plus de 65% du top mondial des entreprises ont opté pour une stratégie marketing sur le Social Medias.

Le Social Media est devenu une composante essentielle du Webmarketing.

Symodd vous propose de vous accompagner dans la mise en place d'une stratégie SMO afin de conforter le positionnement dans les moteurs de recherche.

OBJECTIFS :

- Augmenter le nombre de fans et followers (Fidélisation et qualification de la fan base)
- Mise en place de stratégie de partage et publication de contenu
- Veille (Détection de nouvelles opportunités de publications)
- Achat de Fan Base ciblée et qualifiée
- Promotion du contenu de la page Facebook via l'achat de médaillon de publicité (Jeux quiz, Annonces, Publication ...)
- Approfondir la connaissance du groupe de consommateurs cible
- Développer l'image de marque auprès du groupe de consommateurs cible
- Fidéliser le groupe de consommateurs cible
- Améliorer la réputation de l'entreprise auprès du groupe de consommateurs cible
- Assurer la promotion d'un nouveau service, promotion

Nous allons dédier un budget mensuel pour la promotion du contenu sur les réseaux sociaux via l'achat d'espace publicitaire. (Voir offre financière)

.....

*LES MOTEURS DE RECHERCHE AJUSTENT LEURS
CLASSEMENTS SELON LA PERFORMANCE DE LA
MARQUE SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX*

.....

RÉSEAUX SOCIAUX CIBLÉS X GLOBAL

					
Facebook	Twitter	Google +	Instagram	Youtube	LinkedIn

RÉSEAUX SOCIAUX CIBLÉS X AUDIENCE

	FACEBOOK	TWITTER	GOOGLE +	INSTGRAM	YOUTUBE	LINKEDIN
CIBLE						
Pro						
Touriste						
Presse & Média						
Citoyen						

RÉSEAUX SOCIAUX CIBLÉS X TYPE DE CONTENU

	FACEBOOK	TWITTER	GOOGLE +	INSTGRAM	YOUTUBE	LINKEDIN
CIBLE						
Texte						
Liens						
Images						
Vidéos						

L'EXCEPTION RUSSE

Facebook n'est pas le réseau social préféré des russes. Le site vk.com est le premier réseau social du pays. Pour être proche de cette cible, nous allons investir ce réseau.

Il est le réseau social le plus utilisé en Russie et d'après Alexa Internet, c'est le site le plus visité en Biélorussie, le troisième en Ukraine et le cinquième au Kazakhstan. Il se situe au 25e rang des sites les plus visités dans le monde.



CRÉATION DE CONTENU



3. CRÉATION DE CONTENU

- **Concept Vidéo Road Trip « SOUTH'S ROAD »**



CONTEXTE :

Voyager, découvrir et explorer sont le meilleur moyen pour découvrir un pays, une culture. Le voyage permet le rapprochement et le contact. Aujourd'hui avec l'arrivée et la démystification des nouvelles technologies, le partage d'expérience entre les individus devient plus facile, encore mieux ... l'expérience de l'autre fait partie intégrante de chaque action ou décision prise. C'est de ce constat la qu'est née l'idée de The Road to the South. Le concept du road trip. Une simple recherche sur la plateforme la plus célèbre de partage de vidéos à travers le monde; Youtube, nous constatons facilement que le nom de la ville Agadir associé au mot clé « Road Trip » génère plus de 2700 résultats, tandis que le mot clé « Road Trip » seul dispose d'un peu plus de 3M de vidéos publiées par la communauté de voyageurs à travers le monde. Le road trip suscite un réel engouement, car il est associé à la liberté, la découverte, l'aventure, le partage, l'échange. Filmé la région Souss Massa Drâa via le road trip, c'est choisir la formule la plus simple, mais surtout la plus riche. Les paysages se suivent mais ne se ressemblent pas, de la mer en passant par les montagnes et en finissant aux portes du désert, c'est une expérience unique et inédite qui sera offerte.

CAPSULES :

Les capsules de The Road to the South auront deux protagonistes. Deux amis décident de partir à la découverte de la région Souss Massa Drâa en voiture. Ils se retrouvent à Agadir afin de préparer leur voyage. Les capsules auront pour thèmes les villes qu'ils visiteront ainsi que leurs environs. Chaque capsule sera divisée en deux parties, la première se focalisant sur la route entre chaque ville, les rencontres qu'ils y feront, la seconde sur la ville visitée.

Les capsules seront aussi l'occasion de mettre en valeur les nouvelles fonctionnalités dont sera doté le nouveau site web du Centre Régional du Tourisme, ainsi que son application mobile. Ainsi, dans différents plans de chaque capsule, nous verrons les protagonistes avoir recours à leur smartphone/tablette pour consulter l'application mobile ou le site web pour y chercher des informations, uploader leur journal respectif, partager des photos ou des vidéos de leur voyage.

Les capsules aussi seront thématiques, selon les villes visitées. Elles se concentreront sur leurs particularités respectives, qu'elles soient culturelles, architecturales ou artisanales. Aussi, une colorisation spéciale sera appliquée à l'image selon la ville et son thème, ainsi par exemple la ville d'Agadir aura une image avec une forte dominante orange/jaune, de par son ensoleillement constant, alors que celle de Sidi Ifni et ses environs qui aura une image à dominante bleue, ceci est dû au fait de sa proximité avec la mer.

TRAJET :



DÉPART

AGADIR > AGLOU > MIRELEFT > SIDI IFNI > TIZNIT > TAFRAOUT > TAROUDANT > TAZNAKHT > OUARZAZATE > SKOURA > TINGHIR > ZAGOURA > M'HAMID EL GHIZLANE / ARRIVÉE.

2

Voyageurs

7

capsules vidéos

13

villes

1370

Km

DIFFUSION

Les capsules seront prêtes à être diffusées au moment du lancement du nouveau site web du CRT SMD.

La diffusion des capsules sera hebdomadaire. Elle se fera via le site web du CRT ainsi que via les réseaux sociaux. Une page dédiée sera créée sur les différentes plateformes afin de maximiser son impact.

MATÉRIEL

- 2 DSLR Canon 5D EOS MARK II
- 3 Objectifs Canon série L
- Moniteurs
- 1 Enregistreur
- 3 micros SEINHEISER
- Stabilisateur et follow focus Shape
- GlideCam HD 2000
- Slider a tête robotisée Konova
- Grue Kessler Crane
- 4 GoPro avec supports
- 2 Trépieds Safari
- 2 Bras magiques
- 4 Réflecteurs
- Set de mandarines
- 1 Mac book pro
- 2 Disque dur externe de stockage
- 6 Cartes mémoires

ÉQUIPE DE PRODUCTION

- 1 réalisateur
- 2 cadresurs
- 1 Photographe
- 1 régisseur
- 1 preneur de son
- 1 machiniste
- 2 figurants

PLANNING DE PRODUCTION « SOUTH'S ROAD »

	MOIS 1				MOIS 2				MOIS 3				MOIS 4			
	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4
Production & Réalisation																
Pré-production	■	■														
Repérage		■	■													
Tournage				■	■	■										
Post-production																
Dérushage				■	■	■	■									
Montage							■	■	■	■	■					
Mixage								■	■	■	■					
Habillage et correction colorimétrie									■	■	■					
Transcodage												■				

• Motion Design et Animation

Afin de promouvoir au mieux le nouveau site du CRT, ainsi que son application mobile, nous créerons spécialement un motion design explicatif.

Le motion design expliquera les nouvelles fonctionnalités du site web, notamment l'espace pour les professionnels ainsi que la presse. Il abordera aussi le nouvel module Carnet de Voyage et les possibilités qu'il offre.

Concernant l'application mobile, le motion design donnera un aperçu général de cette dernière ainsi que de ses fonctionnalités.

Le motion design sera mis en place dans le respect de la charte graphique du site web du CRT SMD, sera simple, intuitif et permettra d'expliquer facilement toutes les nouvelles facettes du site web et de l'application mobile.

Le motion design sera déclinée avec deux versions, une en Français et une deuxième en anglais. Chaque motion design aura une traduction en sous-titrage disponible dans les 3 langues restantes (Ar, Ru, De)

CIBLE & AUDIENCE

THEME	SITE WEB	BLOGS	APPLICATION MOBILE	ESPACE PROFESSIONNEL
AUDIENCE				
Pro				
Touriste				
Presse & Média				
Citoyen				

PLANNING PRODUCTION MOTION DESIGN

	MOIS 1				MOIS 2				MOIS 3				MOIS 4			
	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4
Production & Réalisation																
écriture scénario																
Enregistrement voix off																
Storyboard																
Illustration et création graphique																
Animation																
Post-production																
Mixage																
Transcodage																

- **Banque d'image**

En marge du tournage du documentaire The Road to the South, nous procéderons à la capture de photos des différents lieux visités afin de constituer une banque d'image dans laquelle le CRT SMD pourra puiser pour alimenter ses publications sur le nouveau site web, les réseaux sociaux.

Les images seront classées selon les villes visitées, bénéficieront d'un traitement en post production afin de les optimiser pour la diffusion quelque soit le support.

La banque d'image contiendra 200 photos.

• Infographies

L'infographie aussi appelée Flow chart ou Data visualisation possède de très nombreuses forces. Nous pouvons les regrouper en plusieurs catégories.

Un élément de Brand content, autrement dit de contenus de marque (Définition du brand content). L'infographie permet de transmettre efficacement des informations sur votre marque sans être commerciale. Le Brand content permet d'améliorer la confiance en votre entreprise et de dynamiser votre image.

Un contenu dynamique et ludique et parfois même humoristique. L'infographie permet d'aborder l'information d'un autre point de vue avec un support qui permet plus de liberté que le texte.

Variation des types de contenus publiés : l'internaute risque de se lasser si vous ne publiez que de longs articles textuels.

AVANTAGES :

- Synthétisation d'informations complexes et volumineuses
- Mise en valeur de l'information grâce au graphisme
- Facilité et rapidité de lecture, découle des 2 points précédents
- Vulgarisation aisée des informations
- Assimilation des données multipliée par 4 : on retient 20% de ce qu'on lit et 80% de ce qu'on voit
- Attire l'œil et de ce fait attire aussi le clic : vous augmenterez le nombre de visites sur votre site web. 44% des internautes ont davantage tendance à lire un contenu visuel plutôt que n'importe quel autre contenu diffusé par les marques sur les réseaux sociaux
- Plait aux internautes et génère donc de nombreuses interactions sur les réseaux sociaux. Les pages web qui ont du contenu écrit et un visuel obtiennent 47% d'interactions en plus
- Améliore le temps passé sur votre site web puisque l'infographie attire le clic et plait aux internautes
- Génère de nombreux liens vers votre site web (backlinks) et améliore votre référencement : l'infographie est la 3ème technique la plus rentable pour créer du lien.

ACTIONS :

- Proposition de 12 infographies thématiques
- Collecte et synthèse des données

- Data visualisation
- Conception graphique (Illustration vectoriel + Photographie inclus)
- Adaptation et préparation à la publication
- Traduction en 5 langues (Arabe, Français, Anglais, Russe, Allemand)

ANIMATION DE LA COMMUNAUTÉ



4. ANIMATION DE LA COMMUNAUTÉ

Le contenu généré par les utilisateurs fait référence à l'ensemble des médias dont le contenu est produit par les utilisateurs finaux.

Devenu l'un des éléments clés du web 2.0, l'intérêt pour l'UGC ne cesse de croître. Blogs, forums, réseaux sociaux, sites communautaires, plates-formes de partage de photos et de vidéos... Tout est favorable à l'explosion de l'UGC. Les utilisateurs se sont transformés en véritables acteurs du web.

La communication entre l'entité et l'utilisateur final est donc aujourd'hui multidirectionnelle : l'utilisateur s'implique, s'exprime, participe, devient le nouveau vecteur d'information et de communication de l'entité.

AVANTAGES :

- Augmenter l'engagement et les interactions des fans sur leur page Facebook (likes et partages).
- Recruter des fans par le bouche à oreille (viralité). L'accès au jeu nécessite de s'abonner à la page (j'aime)
- Communiquer sur le lancement d'un produit, d'une offre, d'un service
- Générer du trafic vers son site web
- Fidélisation de la communauté (Fans/clients) à travers une action qui incite les internautes à créer du contenu pour la marque
- Possibilité de transformer les données collectées en mine d'or pour le marketing direct (emailing, marketing SMS...)
- Augmentation du volume de la communauté et donc, des personnes touchées par le contenu diffusé

• Application jeu concours participatif « Photographie thématique mobile »

Lancement d'un concours de photographie autour du thème AGADIR et ses régions. Défier les photographes pro et amateur à publier un cliché suivant le thème du concours. Les soumissions doivent répondre à des critères prédéfinies, une fois la création validée par le CRT SMD, elle est soumise au vote du public. Les 5 premières photographies avec le plus grand nombre de vote vont gagner un lot (à définir par le CRT) .

SCÉNARIO PARTICIPANT :

Pour participer, l'utilisateur doit aimer la page fan Facebook du CRT SMD, une fois la photographie uploadée via le formulaire dédié, le participant est invité à lire le règlement et accepter les clauses qui y figurent. Le CRT reçoit la création et décide de sa conformité pour la publier. Dans le cas échéant, un e-mail est envoyé au participant l'informant du refus.

Dans le cas où la photographie est acceptée, elle est publiée dans une page dédiée qui liste toutes les photos déjà validées.

Chaque participant est invité à partager un maximum de fois le lien unique de sa photographie dans son réseau d'amis et connaissances pour engendrer des votes à sa faveur.

Les 5 photos qui auront le plus de votes seront sélectionnées et feront l'objet d'une annonce spéciale à la fin du concours.

SCÉNARIO INTERNAUTE :

Le concours fera l'objet d'une vague opération de médiatisation auprès des fans de la page CRT SMD, le site web, mailing ... les internautes vont pouvoir visualiser et voter pour photographie.

18 ACTIVATIONS DU CONCOURS PHOTOGRAPHIE :

Le concours sera relancé chaque mois pour une durée de 3 semaines de jeu.

Chaque mois, le CRT SMD relance le concours avec une nouvelle thématique (Mer, Montagne, Solidarité, Espoir, Lumière ...)

LOTS :

Pour permettre d'élargir le nombre de gagnants et encourager par la suite les internautes à participer, nous allons mettre un dispositif de gain basé sur les goodies.

Un pack de t-shirt, mug, tapis souris et packets de cartes postales façon polaroides « AGADIR MOMENTS » (Voir section Goodies) sont expédiées à l'adresse postale du gagnant. Le gagnant n'est pas obligé de se déplacer au siège du CRT pour récupérer le lot.

THÈMES :

Nous allons vous proposer au fur et à mesure des thèmes adaptée au contexte événementiel et saisonnier de la région (Festival, été ...)

LANGUES ET ACCESSIBILITÉ :

L'application sera intégrée par défaut sur la page Facebook du CRT SMD et sur le site visitagadir.com

L'application sera traduite en 5 langues pour permettre un reach global plus important.

Le concours Photographie permettra à la page une animation de 365 jours par an en continue.

PLANNING DE PRODUCTION JEU CONCOURS

	MOIS 1				MOIS 2				MOIS 3				MOIS 4			
	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4
Design graphique																
Intégration HTML CSS																
Module de participation																
Module Upload de photographies																
Module de modération																
Module de relance																
Module de gestion de gagnants																
Back-office																
Tests et mise en ligne																

• Jeux Quiz

Activation de 4 jeux quiz avec questions/réponses.

Le CRT SMD à le choix d'activer les 4 jeux concours tout au long de l'année en répondant à quelconque besoin de communication autour d'un événement ou autre ...

La durée maximale d'un jeu quiz est de 4 semaines.

THÈME ET ACTIVATION :

Le premier jeu quiz aura comme sujet le « South's Road » road trip. (cf, la campagne « Sea, Sun & Football » lancé en 2014 en collaboration avec Symodd pour le compte du CRT SMD)

Le deuxième jeu quiz aura comme thème le concert de la tolérance.

Les thèmes du 3ème et le 4ème jeux quiz seront déterminé par la suite suivant les besoins de communication du CRT SMD

NATURE DES LOTS :

Séjours, bons d'achats ...

PLANNING JEUX QUIZ

	MOIS 1				MOIS 2				MOIS 3				MOIS 4			
	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4
Design graphique																
Intégration HTML CSS																
Module de participation																
Module de gestion de gagnants																
Back-office																
Tests et mise en ligne																

• Goodies

OBJECTIF :

Conception et production d'un stock de goodies pour alimenter les lots et gains des :

- Jeux concours du CRT SMD
- Cadeaux aux professionnels
- Supports de communication lors de la participation du CRT SMD dans des salons au Maroc et à l'étranger.
- Mesure d'impact pour anticiper la création d'un concept store de merchandising de goodies via une solution e-commerce dédiée. (Ex. Office de tourisme Bordeaux, Office de tourisme Los Angeles)

SPÉCIFICATIONS :

- **500** Tee-shirt blanc 100% coton peigné, 185g, double couture, avec col V, impression par transfert sur le devant
- **500** Tapis de souris avec impression en quadrichromie
- **500** Mug en porcelaine blanche avec impression quadrichromie
- **5000** Pochettes en papier 300gr contenant 5 photos en cartes postales de la ville d'Agadir et ses régions façon polaroïde, format 10x8,5 sous le nom de « AGADIR MOMENTS »



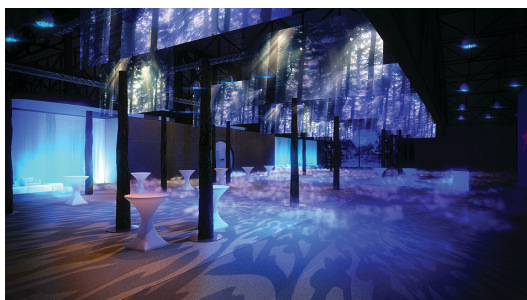
ÉVÉNEMENT



5. ÉVÉNEMENT

LANCEMENT GRAND PUBLIC :

Une conférence de presse sera mise en place à destination des différents partenaires et acteurs du CRT SMD. Elle sera l'occasion de présenter le site web, l'application mobile, via le motion design et un test en direct.



Lors de la conférence de presse, le CRT SMD présentera le documentaire « SOUTH'S ROAD », ainsi que la campagne de communication mise en place sur les réseaux sociaux.

La conférence sera filmée et un communiqué de presse sera mis en place afin de le diffuser à l'intention de la presse, pour ceux qui ne seront pas en mesure de se déplacer.

ACTIONS :

- Rédaction du communiqué de presse
- Création d'une campagne e-mailing dédiée
- Réservation de la salle de conférence « ROYAL ATLAS RESORTS » 5* pour 100 personnes
- Cocktail
- Composition d'un pack de goodies pour les 100 personnes invitées (sachet co-brandé contenant un t-shirt, un mug, une tapis de souris, packet de cartes postales « AGADIR MOMENTS », un dossier imprimé du communiqué de presse, cartes de visite)
- Assistance de 4 hôtes multi-lingues
- Sono professionnelle
- Couverture média de la conférence
- Production d'une vidéo post-event de la conférence de presse avec interviews
- Mise en place d'une borne de photographie « Sharing Box » à la disposition de tout les invités avec impression illimité de photos sur place. La borne et la conception graphique des photos seront personnalisés et adaptés à la charte graphique du CRT SMD / événement

- Impression de 8 roll-ups



REFONTE GRAPHIQUE



1. REFONTE GRAPHIQUE

NAMING :

Suivant une vision active du rôle du CRT SMD dans la promotion de la région d'Agadir comme destination touristique à travers le monde, il est nécessaire aujourd'hui de soigner l'image de marque et lui attribuer un soin particulier, spécialement dans les réseaux sociaux; là où la marque est confrontée directement à l'utilisateur final.

L'impact visuel joue un rôle crucial et important, mais avant tout; la confiance d'un internaute vis à vis une présence d'une marque est caractérisé par une vigilance contre la contrefaçon et l'usurpation d'identité.

Pour cela, nous allons procéder dans un premier temps à raccorder les comptes des médias sociaux du CRT SMD sous l'alias VISITAGADIR.

Tous les supports et liens (Vanity URL) de réseaux sociaux doivent avoir une terminaison avec un naming défini.

facebook.com/visitagadir

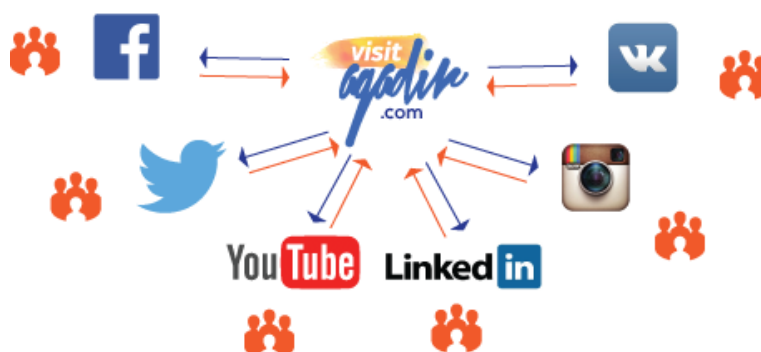
twitter.com/visitagadir

instagram.com/visitagadir

youtube.com/visitagadir

....

CRÉATION D'UN CANAL DE CONVERSATION ENTRE LE CRT SMD ET LA COMMUNAUTÉ :



Nous allons accompagner le CRT SMD pour récupérer les vanity URL des réseaux sociaux déjà réservé par des tiers.

DESIGN ET EXPÉRIENCE UTILISATEUR :

- Habillage de toutes les pages et comptes des réseaux sociaux du CRT SMD suivant la charte numérique du site web visitagadir.com
- Créer un scénario de navigation via des liens entre tout les réseaux sociaux et le site web
- Intégrer un flux automatique de publication entre les réseaux sociaux

FORMATION



2. FORMATION & MANUEL D'UTILISATION

Formation de 4 heures à l'utilisation des réseaux sociaux, Suivi et analyses par un professionnel

SMO : nouvelle arme des référenceurs ?

- Présentation des différents médias sociaux : forum, blog, wiki, plateformes de partage, réseaux sociaux, agrégateur, microblogging, RSS
- Qu'est-ce que le SMO et pourquoi l'utiliser ?
- Différence entre SMO vs SEO (référencement naturel)

Fonctionnement des différents médias sociaux

- Panorama et part de marché des différents services sociaux
- Quelles stratégies ? Profiter de la notoriété des réseaux sociaux
- Préparer l'entreprise au SMO et au dialogue avec les utilisateurs

Préparer votre blog et votre contenu au SMO

- Les optimisations techniques à réaliser sur son blog
- Optimiser et permettre à votre contenu de voyager
- Favoriser le bookmarking social et le tagging

Oser se lancer dans le SMO

- Écouter les conversations, les centres d'intérêts
- Intervenir dans les conversations et la communauté
- Géo-tagging de publication : Nouvel outil Facebook
- Principes de fonctionnement des outils gratuits et payants
- Technorati, Del.icio.us, Feedburner, Google Analytics, Xiti