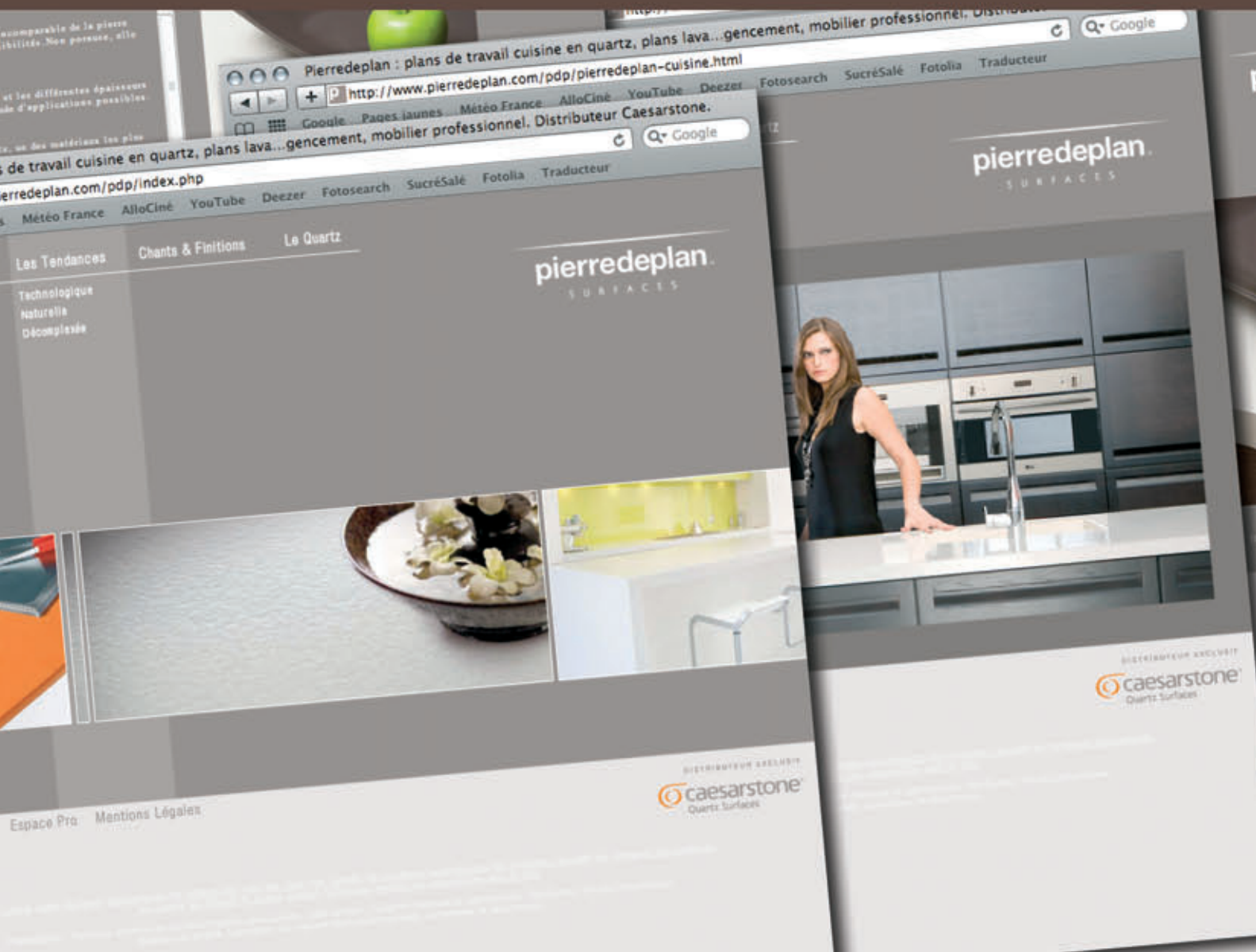


# La prédominance du Web dans la stratégie de l'entreprise



Les années 2000 ont vu la montée de l'internet où fleurissaient tous genres de sites, où la stratégie reposait sur la question suivante : "Qui n'a pas son site web ?"

**Aujourd'hui, plusieurs phénomènes convergent pour faire évoluer les stratégies de communication vers des stratégies Webcentriques. La dématérialisation des supports donne à ce média un avantage certain au regard de l'écologie. La visibilité potentielle du site est énorme. L'animation et la rapidité de mutation permettent d'adapter instantanément la politique web à celle de l'entreprise.**

En revanche, la saturation de l'internet en termes d'offres et de sollicitations imposent pertinence et sélectivité : Comment être vus ? Comment ne pas décevoir lorsqu'on est vus ? Comment exploiter une visite ?...

**Face à tous ces défis, DPA Red s'est doté des compétences techniques internes pour répondre avec performance à l'ensemble de ces stratégies.**

## 1 Création ou optimisation de sites web corporate, sites consommateurs ou intranet.

Augmenter le nombre de prospects potentiels en élargissant sa visibilité ?

Dynamiser des démonstrations, compléter l'information produit  
Quelles fonctions multimédia exploiter  
que d'autres supports ne permettraient pas ?

## 2 Sites marchands E-commerce

Diversifier son circuit de distribution ? Augmenter sa zone de chalandise ? Développer son CA ? La vente en ligne permet d'orienter sa politique commerciale à la condition de respecter un certain nombre de règles marketing et techniques :

- Etendue de l'offre, types de promotions envisagés, soldes, ventes croisées ou ventes conseillées, tarifs dégressifs,...
- Création de listes de cadeaux
- Gestion de newsletters et d'e-mailings promotionnels
- Gestion logistique (modes de livraison unique ou multiples, FR ou étranger,...)
- Gestion des stocks et des ruptures,...



### Référencement naturel, suivi statistique et mesure d'impact

L'accessibilité du site peut être variable selon les techniques utilisées (la norme W3C est une obligation légale pour tous les sites de service public).

Le référencement interne du site est incontournable (codes sources, pertinence du contenu, URL mapping,...). Le suivi régulier des statistiques de visite, le tracking permettent également d'améliorer la pertinence du référencement naturel et commercial.

### Campagnes de display

Générer des visites vers le site peut être accéléré par le biais de diverses méthodes :

- Achats de mots-clés sur moteurs de recherche (type Google Adwords)
- Achats d'espace sous forme de bannières Flash via des régies
- Achat d'espace ciblé sur sites communautaires (Facebook, Viadeo, Twitter,...)

Ces campagnes sont budgétairement prédéfinies et peuvent être plafonnées par le client au nombre de d'expositions.

### Marketing direct numérique (E-CRM)

Permettre de dynamiser les ventes d'un site web, un point de vente par le biais de campagnes d'E-mailing.

Fidélisation clients, recrutement prospects, promotions des ventes,...

### Campagnes mobile

Autre vecteur de démarche commerciale, les campagnes GSM peuvent s'établir sous forme de SMS ou MMS.

Elles peuvent intervenir couplées à une campagne web ou de manière indépendante.



## Quelques réalisations



### Site Catalogue [www.hitmusic.fr](http://www.hitmusic.fr)

Relayer l'offre globale du catalogue papier et animer les ventes.  
Développer les démos et argumentaires produits.



### Site Consommateur [www.marinadescreatives.com](http://www.marinadescreatives.com)

En relais du packaging, le site permet de délivrer les recettes complémentaires + où retrouver le produit ?



### Site Corporate [www.modulo-beton.com](http://www.modulo-beton.com)

Permettre aux prospects la visite  
en images des déchetteries réalisées en temps réel.

dpa red  
Conseil en  
Communication

230, avenue de l'Europe  
82000 Montauban  
Tel. 05 63 66 92 29  
contact@dpassociés.com  
[www.dpassociés.com](http://www.dpassociés.com)

