

Australis

INTELLIGENCE MARKETING VIA INTERNET, POUR UNE MEILLEURE EFFICACITE COMMERCIALE & MARKETING



PROBLÉMATIQUE

Avec plus de 500 millions d'utilisateurs dans le monde, plusieurs milliard de pages WEB, plus de 500.000 nouveaux sites créés chaque mois, comment s'y retrouver dans cet océan d'informations et comment se positionner ?

Internet, Intranet, Extranet, WebMarketing, WEB, Intelligence Economique & Marketing via Internet, autant de notions qui seront abordées dans le cadre de ce séminaire qui s'attachera à en donner un éclairage stratégique, mais aussi pratique, avec des illustrations dans le domaine des métiers de la banque.

CIBLE

Opérationnels du marketing et de la fonction commerciale souhaitant intégrer de manière plus active l'outil internet dans le cadre de leur prospection

OBJECTIFS

En participant à ce séminaire, l'Intelligence Marketing, la Veille commerciale et les Techniques de Recherche Avancées via Internet n'auront plus de secrets pour vous et vous pourrez lever votre propre légion d'agents numériques qui seront à votre service pour optimiser vos actions de prospection et de conquête.

Australis

**INTELLIGENCE MARKETING
VIA INTERNET, POUR UNE MEILLEURE
EFFICACITE COMMERCIALE & MARKETING**

VEILLE STRATÉGIQUE VIA INTERNET

Au travers de plusieurs scénario, mise en valeur des moyens mis à disposition sur Internet pour pratiquer la veille marketing et de l'intelligence économique. Les démonstrations s'attacheront à valoriser l'outil internet comme un outil fort utile dans un contexte de conquête client.

Traces de la concurrence, lieu de passage des clients des concurrents, constitution en temps réel d'un fichier de prospection dans un contexte B2B & B2C, anticipation des stratégies des concurrents ... autant de démonstrations accompagnées d'une explication pédagogique des outils utilisés pour collecter ces informations.

Techniques de veille marketing

- Suivre sa concurrence
- Décoder sa stratégie
- Anticiper ses mouvements
- Cas Pratique : Trouver les documents confidentiels

Les traces de la stratégie de marque

- Stratégie de marque sur Internet
- Savoir « décoder » une adresse URL (faire parler l'URL « sous la torture »)
- Lecture de la stratégie à court terme d'une entreprise

Valider et filtrer les sources d'information

Notions de sécurité et de confidentialité sur Internet

Analyser en temps réel

- Réaliser une étude de marché
- Benchmarking
- Anticiper les stratégies des concurrents
- Identifier les partenaires et clients d'un concurrent
- Qui dirige quoi ?
- Le « peeling » des comptes en temps réel

Tout sur une entreprise ?

- Pige presse , documents confidentiels
- Informations financières
- Marques
- Dirigeants
- Noms de domaines

Et pour finir, les Forums

- Information
- Mais aussi désinformation
- « Profiling » d'une cible (individu et entreprise)

TECHNIQUES DE WEBMARKETING

Analyse de popularité d'un site

- Qui pointe vers votre site
- Qui pointe vers vos concurrents
- Popularité d'un site

Réseau de distribution

- Démonter un réseau de distribution

Affiliation

- Les différentes techniques
- Gérer un réseau d'affiliés

Référencer votre site, des places qui valent de l'or

- Le poids des mots clés et les "bonnes images"
- Ranking list
- Spamming d'index & techniques de cloaking
- Organiser une veille de référencement
- Autres techniques de cette guerre électronique

Exploiter et aussi Gérer le contenu

- Syndication de contenu

Publicité sur Internet

- Qui et comment ?
- Pige publicitaire
- Exploiter les traces publicitaires

Fidéliser ses visiteurs

- Techniques de fidélisation
- Le contenu
- Les communautés

e-CRM

- Comment constituer ,exploiter et gérer un fichier de prospection via internet.

Analyse statistique de fréquentation, l'outil du département Marketing

- Différence entre Audience et Trafic
- Audience de la concurrence ?

Méthode pédagogique

- Travaux pratiques (sur P.C. Multimédia)
- Études de cas
- Démonstrations
- Support de cours : papier + Site Internet

Australis

Responsable pédagogique et Intervenant

Pierre RAVOT, Ingénieur ECP, Directeur d'AUSTRALIS, société de conseil en stratégie et tactique de déploiement et d'utilisation des nouvelles technologies de l'information dans l'entreprise. Fort d'une expérience à la fois Technologique et Marketing du Média, le MediArchitecte© accompagne l'entreprise dans son projet, depuis la spécification jusqu'à la réalisation du Media. Il propose par ailleurs des Audits de sites existants et intègre l'Optimisation de leur audience.

Expert auprès de la communauté Européenne pour la sélection et l'audit de projets Européens.

Brief Australis

AUSTRALIS, est un cabinet de conseil en WebMarketing. Fondé en 1996 par Pierre RAVOT, ancien élève de l'Ecole Centrale de Paris, il propose d'accompagner dans leur démarche les sociétés et organismes souhaitant augmenter leur compétitivité et innover en s'appuyant sur les NTIs et en particulier Internet. AUSTRALIS exerce un nouveau métier, celui de MédiArchitecte™.

Son intervention s'établit en amont de tout projet et consiste à proposer à l'entreprise une analyse stratégique sur trois axes :

- Marketing
- Communication
- Technique

Les compétences:

Les interventions de la société Australis en quatre pôles de compétence :

- Conseil dans le domaine d'Internet ou Intranet avec en particulier des audits de site WEB ou d'Intranet, des benchmarking de l'environnement concurrentiel, la rédaction de cahier des charges et spécification d'évolutions, la mise en place de cellules de veille sur Internet, l'optimisation de l'audience d'un site WEB
- Organisation de séminaires sur des sujets comme Enjeux stratégiques d'Intranet, Marketing et Business sur Internet, Intelligence Economique et Internet, Enjeux stratégiques d'Internet pour la fonction ressources humaines. Des organismes de formation font confiance à Australis sur ces sujets: l'Ecole Centrale de Paris, l'ESSEC, l'IAE, mais aussi de grands groupes comme ACCOR, Bouygues Télécom, Crédit Lyonnais, Cégétel, France Télécom, Thomson Multimédia, Université Thomson-CSF, Vivendi...
- Ingénierie et conseil en création de Start-Up
- Organisation d'événementiel autour d'Internet

Australis

Le Métier d'Australis

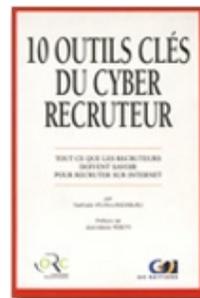
Notre métier n'avait pas de nom, et nous lui en avons donc trouvé un: Médiarchitecte. Fort d'une expérience à la fois Technologique et Marketing du Média, le MediArchitecte© accompagne l'entreprise dans son projet, depuis la spécification jusqu'à la réalisation du Media et l'optimisation de son utilisation.

AUSTRALIS en quelques références

ADECCO, ACCOR, ALTADIS, ADMR, Amadeus, Aucland, AXA, BNP, Bouygues Télécom, Banque Populaire, CIC, CEE, CGEA, diverses CCI, Conseil Général du Var, Conseil Régional Provinces-Alpes Côtes d'Azur, CETIA, Crédit-Lyonnais, EPSON, Ecole Centrale de Paris, Evolys, France Télécom, Hospices de Beaune, HP, IRIS, IBM, IAE, GERIS, Groupe ESSEC, La Poste, MICROSOFT, NOKIA, OTU Voyages, SYSECA, Sportever, Sofitel, THOMSON-CSF, Thomson Multimédia, Thomcast, TOSHIBA, CEGETEL, UBISOFT, WANADOO, US ROBOTICS / 3 COM, VIVENDI, Wasteels Voyages.

Publications :

Pierre RAVOT est co-auteur de "10 outils clés du Cyber Recruteur " de Nathalie ATLAN-LANDABURU aux Editions GO, et auteur du tome "WebMarketing" de la collection "les cahiers du numériques" aux éditions HERMES.



Divers :

Australis est aussi éditeur de site comme le portail de référence des étudiants www.capcampus.com (700 000 PAP en Octobre 2001)

Pierre RAVOT est lauréat 1996 du concours de création d'entreprises organisé par le groupe THALES et fondateur de la start-up Direct Office Services editrice du site B2B www.NetCartouche.com

Contact:

Australis

Pierre Ravot

639 Boulevard des Armaris - Bastide de la Giponne - 83 100 TOULON

Tel: 04 94 12 40 35 - Fax :04 94 12 40 36 - GSM : 06 07 17 1708

Email : RAVOT@AUSTRALIS.FR - Web: <http://www.australis.fr>