

LE WEB 2.0 POUR DÉVELOPPER SA VISIBILITÉ

ASTUCES ➔ Le web 2.0 permet de développer un marketing participatif, de doper les visites et surtout de fédérer une communauté autour de son domaine et de son produit.

Le web 2.0 correspond à l'évolution des technologies sur internet permettant aux utilisateurs de participer à la vie des sites mais aussi d'interagir entre eux. Concrètement, il s'agit de sites internet dont les textes sont rédigés par des internautes, à l'instar de la célèbre encyclopédie en ligne Wikipédia ou de sites internet permettant aux internautes de discuter entre eux comme cela est possible sur les forums de discussion. Depuis quelques années, les applications interactives se sont développées et le marketing a vu la possibilité de les utiliser pour promouvoir l'image et la

notoriété de sociétés et produits. D'ailleurs le phénomène n'en est qu'à ses débuts et il devrait encore prendre de l'importance grâce à l'arrivée de l'internet sur les téléphones mobiles. Désormais, il n'est plus obligatoire d'être derrière son écran pour envoyer une photo et un texte sur son site internet.

Éviter l'immobilisme

Pour Michel Boehm, blogueur et fondateur de la société alsacienne Easy Studio spécialisée dans le conseil stratégique sur internet, "l'objectif de l'utilisation du web 2.0 est d'accroître la visibilité d'un site

sur Internet et de fédérer les internautes autour du site". Mais aussi et surtout de ne pas apparaître statique sur internet. "Un site, c'est comme un vrai magasin, il faut aller chercher les clients là où ils sont. Si la vitrine ne change jamais, les clients vont perdre de l'intérêt et ne prendront plus le temps d'entrer. Pour qu'un site internet soit visité, il faut être actif", insiste Michel Boehm. Le web 2.0 permet justement de créer des dynamiques autour des sites institutionnels des entreprises. Reste à savoir utiliser ces outils qui sont souvent gratuits mais qui demandent un peu de temps de travail. MARION IVALDI

1 Les réseaux sociaux



VIDEOO EST UN SITE DE RÉSEAU COMMUNAUTAIRE ENTRE PROFESSIONNELS. Il permet de lier des liens de business.



TWITTER EST UN MICRO-BLOG sur lequel les messages laissés ne dépassent pas 140 signes. Il est encore peu développé en France.



VINOO EST LE FACEBOOK DES PROFESSIONNELS DU VIN. Il rassemble une communauté d'internautes passionnés de vin et permet d'entrer en contact avec les amateurs de vins de toute l'Europe.

Les réseaux sociaux sont très nombreux. Le plus connu d'entre eux est Facebook qui permet de créer un réseau d'amis. Les politiques, les acteurs, les chanteurs... ont bien compris l'intérêt de créer une communauté de fans via ce site. Des entreprises s'y mettent aussi car "il permet de nouer des contacts professionnels et de business", affirme Michel Boehm. Il existe d'autres sites communautaires davantage tournés sur l'aspect professionnel. On peut citer Videao qui est en français mais également LinkedIn davantage tourné vers l'international. Il existe également Vinoo, lancé en décembre dernier en France, qui est

spécialisé sur le vin. Enfin, peu connu en France, le site Twitter fait de plus en plus d'émules. Il permet de réaliser un blog dont les messages ne dépassent pas 140 caractères typographiques. "Ce site permet entre autre de connaître et de fidéliser ses lecteurs. En effet, chaque fois qu'un nouveau contenu est mis en ligne sur le site internet ou le blog, il suffit de déposer un avertissement dans Twitter", précise Michel Boehm. Ce site devrait connaître un développement en France lorsqu'il sera possible, comme aux États-Unis, de relayer les messages postés sur Twitter sous forme de SMS à tous ses contacts Twitter. "Un vigneron pourra ainsi annoncer une participation à un salon à tous ses clients qui



LE CHÂTEAU GISCOURS SUR L'APPELLATION MARGAUX EST PRÉSENT SUR FACEBOOK. Il rassemble une centaine de contacts et précise l'adresse de son site internet pour inciter à en savoir plus sur ses vins.

seront avertis directement sur leur Twitter, leur email et leur téléphone mobile via un simple SMS."

2 Le blog

Le blog permet de développer une communication plus personnelle avec ses clients. C'est un bon outil pour améliorer le référencement du site par les moteurs de recherche. "Le fait de parler d'un sujet, comme par exemple la participation à un salon vigneron, augmente la visibilité du site en créant une porte d'entrée nouvelle : l'internaute qui cherche des informations sur le salon en question pourra également trouver le site du vigneron car ce dernier apparaîtra dans les résultats des moteurs de recherche". Un blog propose également un flux RSS, ce qui permet à l'internaute de s'abonner au blog depuis son navigateur internet et d'être tenu au courant des nouveaux contenus mis en ligne. "C'est véritablement un élément de fidélisation", indique Michel Boehm. Les textes rédigés doivent prendre en considération le public pour lesquels il s'adresse. "Mais aussi les moteurs de recherche", ajoute Michel Boehm. Les mots employés doivent permettre d'optimiser le référencement du blog et du site internet. Le blog favorise aussi le développement du nombre de liens pointant vers le site, ce qui est un facteur important de référencement.



LE BLOG DU CHÂTEAU MALROMÉ permet à Charles Traonouéz de fournir des informations en temps réel sur son domaine. Présence à Vinitech, présélection à un concours..., le vigneron fait état de tout.



LE FIL RSS DU BLOG DU CHÂTEAU MALROMÉ sur lequel l'internaute peut voir en un seul coup d'œil les derniers textes mis en ligne.

3 La vidéo



LE DOMAINE BORDELAIS HAUT CAZEVERT propose une visite de son domaine.



LE CHAMPENOIS JEAN-MARIE TARLANT parle de la vendange à venir.

L'utilisation de la vidéo sur internet est également un moyen astucieux d'augmenter les visites. Il est possible de présenter des vidéos sur des sites de partage tels que Dailymotion ou Youtube. Il peut s'agir de vidéos présentant le domaine, la visite des caves ou encore des conseils de dégustation, voire des informations sur les travaux en cours sur l'exploitation. "Les films mis en ligne sur ces sites peuvent aider à faire connaître le site internet, ce qui permet de générer un trafic de visites vers votre site", indique Michel Boehm. Ce dernier insiste sur l'importance de la vidéo qui est en train de se généraliser très rapidement. "Les commentaires sur certains sites peuvent prendre la forme de vidéo. Au moyen de sa webcam, l'internaute va se filmer en faisant ses commentaires puis poster cette vidéo", explique Michel Boehm.

4 Mesurer les performances de son site

"Internet et le web 2.0 propose une multitude d'outils intéressants pour mesurer l'audience et les performances de son site tels que Google Analytics", indique Michel Boehm.

Des alertes Google permettent de réaliser une veille concurrentielle en recensant tous les nouveaux contenus citant le nom du château, d'un vin... "Vous pouvez ainsi savoir tout ce qui se dit sur vous mais aussi ce qui se dit sur vos concurrents", précise Michel Boehm.

CRÉER UNE ALERTE GOOGLE permet de réaliser une veille concurrentielle permettant de savoir ce qui se dit sur votre domaine ou vos concurrents.

