

Un partenariat gagnant avec la Région Alsace



Dans le cadre de la réorganisation de sa communication sur Internet, la Région Alsace a choisi Activis pour son site internet institutionnel. Rapprocher les différents services de l'institution, permettre aux 80 contributeurs de mettre à jour le contenu du site, faciliter les téléprocédures pour l'internaute, mettre en cohérence les outils...le

projet, actuellement en cours, comporte un enjeu à la fois technique et humain. Direct News a ainsi séduit sur plusieurs critères : sa simplicité d'utilisation permettra une appropriation rapide de la part des contributeurs. La gestion du changement au sein de la Région est pilotée par Activis, en association avec EDS, donnant ainsi à notre société une nouvelle compétence dans la prise en charge de projets complexes.



Podcast pour les Eurockéennes

Activis et les Eurockéennes innovent en proposant un podcast (voir sur http://www.eurockeenes.fr/dn_podcast/). Fonctionnant comme un flux RSS, le podcast est un fichier audio, enregistré et placé sur un site internet. Celui des Eurockéennes peut s'écouter en streaming, mais c'est surtout un fichier à télécharger gratuitement pour l'écouter ensuite tranquillement via son lecteur de podcast et son baladeur numérique.



Activis applique une méthodologie approuvée par nos 380 clients (dont Aéroports de Paris, Région Alsace, DMC, Zodiac, Demos, Endress+Hauser...) pour que votre site soit fonctionnel, informatif, accessible...et rentable !

Contactez-nous !

Pour la France Activis

n° Siret : 411 467 426 00051
4 rue Louis Braille, F-68200 Mulhouse
Tél. : +33 [0]3 89 60 71 60 · contact : Patrick Rein

Agence de Paris

39 av des Champs-Élysées - F-75008 Paris
Contact : David Eichholtzer
www.activis.net

Pour la Suisse

Activis Switzerland

Rue Gustave-Amweg, 16 · CH-2900 Porrentruy
contact : Sébastien Rentz
www.activis.ch

Agence de Bâle

Aeschenvorstadt 71 CH - 4051 Basel
Contact : Barbara Reibel
www.activis.ch

Entreprise-alsace.com

un site pratique pour le développement international des acteurs économiques d'Alsace.



Piloté par l'Agence de Développement de l'Alsace et financé par la Région, le projet entreprise-alsace.com a pour vocation de promouvoir la compétitivité internationale et européenne des acteurs économiques d'Alsace.

Décliné en deux volets, le projet comporte un site web support de valorisation du projet, de diffusion d'information, de promotion du savoir-faire alsacien et d'aide au partenariat avec deux niveaux d'entrée (accès public et accès réservé), ainsi qu'une base de données qui permettra les suivis des dossiers, le tri, l'export des données selon plusieurs niveaux.

Les projets sont collectés par l'IFIS qui établit une veille au niveau des appels d'offres selon les profils des entreprises et par le biais de services web asynchrones, puis sont envoyés à l'ADA qui les valide et les met à disposition pour les membres qui constituent ainsi un portefeuille de projets. Ceux-ci sont ensuite suivis dans le temps par l'ADA.

Le site web présente les services des entreprises alsaciennes et fournit un outil aux membres pour la consultation et le suivi des projets sur un Extranet. Pour l'ADA, le site permet de gérer à la fois l'ensemble des projets, des entreprises et des consultants par le biais d'un CRM qui allie à la fois une base de données, le suivi des échanges (mails,...) et des offres (suite donnée aux projets envoyés...), qui constitue un Intranet performant et complètement adapté à la complexité du projet AMPIE.

www.entreprise-alsace.com



Gianfranco Carlisi,
responsable marketing,
Netlook SPRL

Paroles de distributeurs

Activis conclut un nouveau partenariat avec Netlook SPRL, web agency basée à Liège.

Dans le cadre de notre activité web, nous avons constaté que de plus en plus de clients demandent une autonomie totale pour la gestion des contenus de leur site. Après avoir étudié le coût d'un développement de notre propre CMS, nous avons effectué une recherche comparative sur le web des CMS existants. Nous avons finalement été convaincus de prendre contact avec Activis.

L'outil Direct News nous a séduits par sa grande évolutivité et sa simplicité d'utilisation. Son intérêt réside également dans le fait qu'il a un coût unique par client : nous ne voulions pas être liés par un contrat de licence annuelle, ce qui est souvent le cas pour les CMS concurrents. L'ouverture d'une session de démonstration en ligne pour Netlook par Activis nous a permis de prendre la mesure immédiate de la puissance du système et de son adaptation aux besoins que nous avions émis, notamment concernant la gestion des éléments Flash. Au niveau commercial, il est intéressant de pouvoir distinguer Direct News module par module selon les cas, et le fait de garder le contrôle des modèles de pages permet de cultiver nos relations avec le client. Très satisfaits par l'outil Direct News, dont nous avons déjà vendu quelques licences, nous avons d'excellentes perspectives pour notre collaboration avec Activis !

www.netlook.be

Paroles de distributeurs

Partenaire d'Activis pour Direct News, l'agence lyonnaise Magazine.fr intègre sa première licence dans l'intranet du Crédit Agricole de Franche-Comté. Frédéric Guedj, directeur de l'agence, témoigne pour Activation

"En faisant un tour d'horizon des CMS présents sur le marché, nous avons été séduits par les qualités de Direct News. Nous avons pris contact avec Activis via le formulaire sur le site et la réponse commerciale a été très réactive. Concernant le produit, la version démo a été très convaincante : Direct News est un outil souple, ergonomique, agréable, simple à utiliser...De plus nous avons été rassurés par sa stabilité, notamment à la lecture des documentations fournies par Activis.

Au moment crucial de l'intégration dans le site du Crédit Agricole de Franche-Comté, Activis a réellement fait la différence : la gestion de ce projet collaboratif a prouvé qu'Activis savait se rendre très disponible avec une réactivité que nous avons appréciée. Nous avons pu profiter de tout l'appui technique nécessaire à la bonne réalisation d'un projet d'envergure...et qui sera suivi par d'autres avec Direct News ! "

www.magazine.fr



Crédit Agricole de Franche-Comté : une "Odyssée" menée tambour battant



C'était un challenge qu'Activis et Magazine (voir "Parole de distributeur") ont relevé ensemble : fournir au Crédit Agricole de Franche Comté un intranet performant à l'attention de ses 1 500 collaborateurs présents sur 150 points de vente, mais également avec une vision client conviviale.

L'outil existant n'étant plus adapté au besoin croissant d'informations techniques et opérationnelles, le CAFC souhaitait revoir complètement son intranet avec une ergonomie améliorée et un accès rapide aux documents. Développé avec Direct News, "Odyssée" se décline ainsi en deux aspects : une fonction ressources humaines propre aux besoins internes du CAFC, mais également un côté commercial puisqu'il est l'interface incontournable entre le guichetier et le client, qui reçoit ainsi une réponse direct à ses questions.

Reprendre et intégrer l'existant (notamment la somme d'informations déjà disponible), mais aussi former les contributeurs (chacun des



1 500 collaborateurs peut potentiellement ajouter de l'information dans l'intranet) à l'utilisation de Direct News... un défi géré avec efficacité et cohésion par tous les acteurs du projet.

Activation



La lettre d'information du Groupe ACTIVIS

Paroles de distributeur

Frédéric Guedj, Magazine.fr
Gianfranco Carlisi, Netlook SPRL

Actualité

Activis s'implante à Bâle
Frisk : un coup de frais sur le Net

Nouveaux sites

Crédit Agricole de Franche-Comté
Entreprise-alsace.com

Direct News

FNotre CMS s'enrichit de nouvelles applications

Rencontre avec...

Nathalie Ewert,
assistante commerciale et de communication

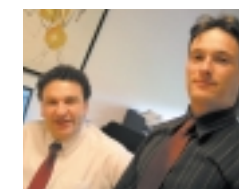
Référencement

Diabement efficaces, les campagnes virales se dévoilent

Activis en bref

La Région Alsace choisit Activis
Un podcast pour les Eurockéennes

Une croissance soutenue...et maîtrisée



Avec une croissance de son chiffre d'affaires de X %, qui s'accompagne d'une rentabilité nette de X %. Activis présente pour l'exercice 2005/2006 le cinquième exercice bénéficiaire consécutif.

Forte d'une activité de 13,5 % à l'export, Activis installe sa position sur les marchés allemands et belges. Au niveau international Activis a été choisi par Harvard Business School pour réaliser son référencement. Cette reconnaissance Outre-Atlantique des compétences de l'équipe d'Activis a été pour nous une véritable récompense.

Direct News connaît également des succès particulièrement retentissants. Notre outil de gestion de contenu vient d'être choisi par la Région Alsace pour la gestion de son portail Xnet, il gère l'intranet du Crédit Agricole de Franche Comté grâce à un partenariat avec l'agence Magazine.

La politique d'Activis a toujours été de suivre les évolutions technologiques et comportementales afin de proposer des solutions simples et éprouvées à nos clients. Cette stratégie s'avère gagnante, tant sur nos résultats que sur les clients prestigieux qui nous ont rejoint.

Sébastien Rentz et Patrick Rein

Modulez votre CMS selon vos besoins !



Direct News s'adapte aux nouvelles données de l'Internet et propose désormais d'ajouter des "briques" spécifiques selon les besoins de chaque site :

Direct Agenda

Présenter les événements d'une entreprise ou encore les animations dans une région ou une ville : Direct News permet désormais d'aller plus loin dans l'interactivité, avec ce nouveau module qui associe une présentation plus dynamique sous forme d'objet Flash, avec un calendrier et un moteur de recherche avancé.

Module Flash Player

Mieux présenter un procédé, faire comprendre rapidement l'utilisation d'un produit, diffuser un clip vidéo, etc : c'est indéniablement donner un plus que les accès haut débit rendent possible. Encore vaut-il mieux se libérer des players pour en faciliter la lecture. Avec les modules Flash Player Video et Flash Player Music c'est comme si c'était déjà fait. Il suffit d'intégrer la nouvelle vidéo ou le nouveau morceau de musique comme un simple message.



Direct Annuaire

Permet de développer l'annuaire des commerces d'une région, d'une ville, un annuaire d'entreprises dans un domaine d'activité particulier, un annuaire de compétences, etc... et donner accès chaque membre à ses propres informations...

Ce module fournit une solution simple qui permettra aux membres d'un annuaire (come par exemple une liste d'entreprises dans un domaine précis ou des commerces implantés dans une ville) d'intervenir eux-mêmes directement sur leurs fiches descriptives depuis leur page sur le site.

Direct Annuaire intègre la gestion "front-office" des contenus pour les membres et la gestion back-office pour l'administrateur du site. Un moteur de recherche avancé facilite l'accès aux fiches de l'annuaire.

www.direct-news.fr

Activis s'implante à Bâle

La Suisse a été présente dès la naissance d'Activis qui avait choisi de s'implanter dans le Jura en 2000 pour être proche du Canton du Jura, alors l'un de ses plus gros clients. Face à une demande et à un besoin toujours croissants, Activis ouvre aujourd'hui un bureau dédié à la Suisse alémanique et situé stratégiquement à Bâle, au coeur de la Biovalley et des entreprises de " Life Science ".

Invitée lors de la visite en Suisse du Ministre Délégué au Commerce Extérieur, Mme Christine Lagarde en février dernier, Activis a noué de fructueux contacts avec des partenaires potentiels sur la région de Zurich. Grâce à une équipe multilingue qui s'étoffe sans cesse, **Activis est en mesure de répondre aux exigences bilingues et interculturelles du marché suisse.**

Responsable du bureau bâlois, **Barbara Reibel** bénéficie d'une expérience de 10 ans en tant que chef de produit dans un grand groupe pharmaceutique suisse avant de rejoindre Activis. **Sensibilisée aux spécificités du marché suisse**, Barbara apporte son professionnalisme et son dynamisme à une activité qui ne cesse de s'étoffer en suisse alémanique. Parfaitement bilingue, son rôle consiste à faire fructifier cet investissement de départ en gagnant la **confiance de grands groupes qui devraient rejoindre Endress+Hauser, Swatch, Ganzoni, ThyssenKrupp, Museumspass, etc...**



Barbara Reibel
une présence dynamique
en Suisse Alémanique

Frisk : une campagne qui décoiffe !

La nouvelle stratégie de communication globale de Frisk est axée sur la création d'un nouveau personnage qui mettra en avant de manière décalée les valeurs de la marque, notamment par des slogans percutants.

Parallèlement à une campagne offline décalée et insolente, Frisk a fait appel à Activis pour assurer son **relais sur Internet**. Le mini-site événementiel, www.ouvrezlalouche.com, bénéficie d'une **campagne de liens sponsorisés** d'un type plutôt inhabituel :

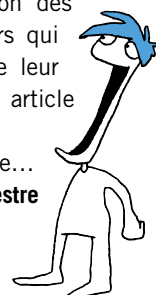
Compte resultat

Je ne comprends pas
pourquoi vous êtes mon boss
www.ouvrezlalouche.com

En parallèle, le mini-site se propage via une **diffusion virale** : présence sur les principaux sites d'humour, puis infiltration des blogs ou des forums des principaux e-influenceurs qui activent le buzz à grande échelle par le biais de leur réseau de connaissances (voir également notre article "Référencement").

Au final, la petite pastille mentholée fait parler d'elle... et Activis fait ses preuves en qualité de **chef d'orchestre d'un projet innovant et complètement d'actualité.**

www.frisk.com



"Vous allez entendre parler de nous !"

tel est en substance l'objectif du Buzz Marketing :

C'est doute l'une des actions e-marketing les plus en vogue ces derniers temps, le Buzz Marketing ou "bourdonnement" créé autour d'une marque à l'occasion du lancement d'un nouveau produit ou service, d'un événement, envahit de plus en plus nos bureaux personnels ou professionnels, qu'on en soit conscient ou non !

De l'originalité avant toute chose...

L'avènement du haut débit permet aujourd'hui à la vidéo et tout autre support média une **diffusion en masse, personnalisée, dans un temps très court** à condition que l'originalité de la production suscite l'intérêt. C'est pour cette raison que **l'humour**, (qu'il soit décalé, corrosif ou politiquement correct en fonction de votre cible) est le **principal vecteur** de propagation de la rumeur dans le cadre d'une utilisation commerciale. En effet, les internautes sont de plus en plus rétifs aux supports de publicité traditionnels jugés trop intrusifs comme les bannières publicitaires, newsletters, popup... S'il a séduit l'internaute, **le film bénéficiera donc d'un double levier** : l'internaute s'en souviendra d'autant plus (mémorisation de la marque) et véhiculera volontiers le message auprès de sa sphère d'influence (amis, collègues de bureau...), qui prendront eux même le relais (par e-mail, et de plus en plus par les messageries instantanées).

En parallèle, la **multiplication des blogs** (35 millions de blogs dans le monde en avril 2006, source Technorati) dans le monde mais aussi en France (qui est l'un des premiers pays utilisateur !) assure une diffusion rapide en s'appuyant sur les "e-influenceurs", ces relais d'opinions qui produisent tous les jours plusieurs "billets" ou "posts" à destination d'une communauté ciblée et réceptive.

Le retentissement du phénomène buzz n'est pas forcément lié à son budget : si la récente campagne pour un nouvel opérateur téléphonique (je vous chante "118", me répondez ? ... sans doute le chiffre auquel tout le monde pense) a dépassé les 54 millions d'euros, la vidéo de Guy Goma, un chauffeur de taxi anglais dont l'interview sur BBC en tant qu'expert informatique a fait le tour du monde en quelques jours sans aucun moyen financier (en savoir plus : voir les liens ci-dessous).

Une diffusion qui ne doit rien au hasard

Bien sûr, le buzz n'est qu'une action parmi d'autres du **marketing viral** et peut prendre d'innombrables formes, qui n'a de limites que celles de ses concepteurs. Mais attention toutefois à bien respecter les règles de ces nouvelles voies de communication, un message mal conçu, un message mal relayé pourrait provoquer des effets négatifs, là aussi les exemples sont nombreux. En effet, sous ses airs d'opération non officielle, voir bricolée, **une telle action doit être orchestrée de manière tout aussi sérieuse qu'une opération plus classique**, en se fixant des objectifs et en répondant à des codes précis. C'est pour cette raison que **Activis** s'appuie sur un réseau de partenaires expérimentés, **garant du succès de votre buzz !**

Parlez-en autour de vous !

Pour revivre l'expérience du 118..., rendez-vous sur le site décalé www.toutouyoutour.fr

Pour visionner la vidéo de la BBC sur Guy Goma + l'interview après l'effet buzz (tapez "Guy Goma" sur www.youtube.com)

Nathalie Ewert, assistante commerciale et de communication



Nathalie Ewert

Depuis que j'ai quitté la fac, j'en ai vu du pays : de l'enseignement à la librairie, du social au journalisme, c'est toujours avec curiosité et enthousiasme que je me suis infiltrée dans des domaines très différents, certes, mais qui avaient en commun le fait de me proposer un challenge à relever.

Je pensais avoir déjà acquis une certaine expérience et j'étais pas loin de penser que plus rien désormais ne saurait m'étonner, jusqu'au jour où mes pérégrinations m'ont fait franchir la porte d'Activis...J'arrivais dans une société en plein essor, où le boulot ne manquait pas, avec des jeunes hommes parlant un langage inconnu (php ? balises meta ? page rank ?) et une ambiance à la fois studieuse et conviviale. Il y avait tout à apprendre mais c'était justement le côté stimulant de mes nouvelles fonctions chez Activis. Et puis, j'avais aussi mes atouts : outre un goût et une aisance pour les tâches rédactionnelles que je pratiquais déjà dans un quotidien local, je savais aussi être rapide, efficace, curieuse...

Je me suis donc immergée tête la première dans un poste aux ramifications multiples : interface entre tous les services et les clients, rédaction et mise à jour des supports de communication (pas toujours évident de poursuivre avec le sourire un client pour un témoignage !), maître d'apprentissage de mon apprentie Florence, mais aussi mille et une autres choses nécessaires au maintien de la cohésion et de l'esprit d'Activis (incitation au recyclage, distillation de bonne humeur, oreilles attentives...). En bref, je m' "active" sur tous les fronts ! Mon secret : une bonne tablette de chocolat et ça repart !

Résultats de référencement

Site	Mot-clé	Moteur	Page	Position	Réponses
Viadom Ménage	femmes de ménage	Google	1	3	3 110 000
Rietschlé Thomas France	air médical	Google	1	9	183 000 000
Aéroports de Paris	Paris	Google	1	8	594 000 000
Tryba	fenêtres	Google	1	1	6 660 000
Kimoce	gestion achats	Google	1	3	14 000 000
Fédération de la Plasturgie	plasturgie	Google	1	1	5 790 000
PRECI	Conseil innovation	Google	1	4	9 150 000
Sermes	Câble spécial	Google	1	1	123 000 000
Link Conseil	société de conseil	Google	1	1	27 700 000
KNF	pompes industrielles	Google	1	1	1 150 000
PAM, PAC, Hebdo GAB	journal petites annonces	Google	1	2	3 750 000
Endress Hauser	mesure de niveau	Google	1	1	16 200 000
Integra langues	formation langue	Google	1	2	15 700 000
CRT Alsace	tourisme	Google	1	4	43 400 000

Ces résultats s'entendent à juin 2006.