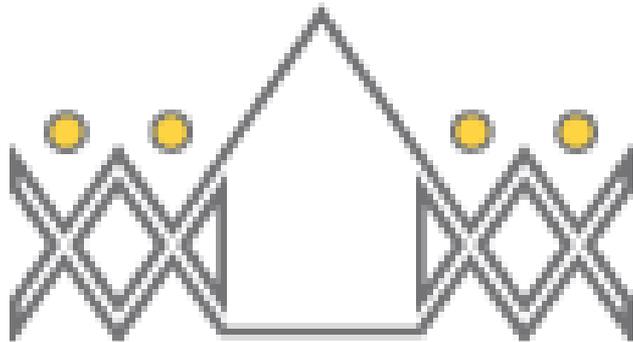


# L'Internet immobilier



**La solution coopérative**

---

**FEDERATION NATIONALE DES  
SOCIETES COOPERATIVES D'HLM**

**4C 2011**

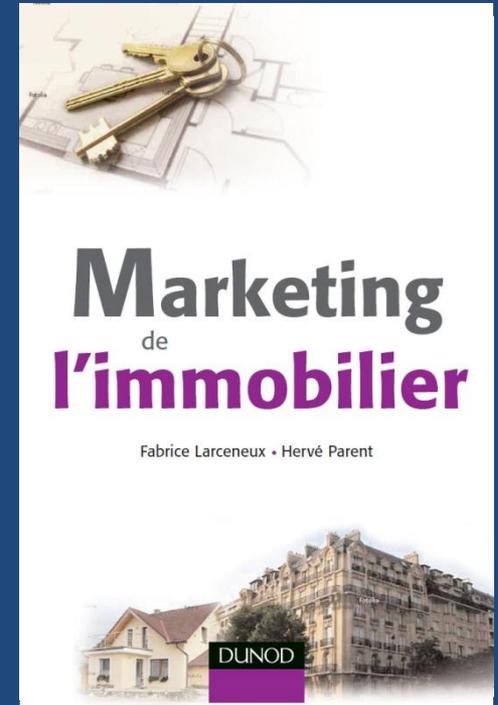
**Hervé Parent  
9 septembre 2011**



- Hervé Parent
- Consultant, spécialiste du marketing pour l'immobilier

Président Fédération  
française de l'Internet  
immobilier

**ff2i**



Auteur

# Sommaire

---

- La vague Internet
  - Les grandes tendances d'Internet
  - Impact sur les professions immobilières
  
- L'immobilier sur Internet
  - Chiffres clés
  - Les différents supports Internet
  - Les portails
  - Qu'est-ce qu'une bonne annonce sur Internet ?
  - Internet pour l'immobilier neuf
  
- Ruptures, innovations et prospective
  - Les innovations technologiques
  - Les réseaux sociaux
  - Les changements de comportement des clients
  
- Questions – réponses

# La vague Internet : Ce qu'elle signifie

- L'humanité a connu trois grandes révolutions technologiques :
  - L'écriture ;
  - L'imprimerie ;
  - L'Internet.
- Elles permettent la diffusion de la connaissance et l'accélération de la création de nouvelles connaissances et techniques



Pour Internet,  
ça va aller beaucoup plus vite et plus fort !

**NOMBRE D'INTERNAUTES DANS LE MONDE**

**2 milliards**

**Asie**

**825 millions**

**Europe**

**475 millions**

**Chine**

**420 millions**

**Amérique du Nord**

**266 millions**

**France**

**40 millions**

# Nombre d'années pour atteindre 50 millions d'usagers

38

15

4

2



# Comparaison email/courrier papier aux USA 2009

40 milliards

485 millions



80 emails pour une lettre

# Internet en France

## Chiffres et données

---

- 40 millions de Français sont des internautes, ils se sont connectés au moins une fois en janvier 2011
- Ils passent 27 heures par mois sur le Web
- 25 millions sont des acheteurs en ligne, preuve de la confiance qu'ils accordent à Internet
- 15 millions sont des contributeurs : blogs, forums, wikis, réseaux sociaux, etc.

# Ce qu'il faut retenir...

---

Tous vos clients sont des internautes

**SO WHAT ?**

# L'impact d'Internet sur l'immobilier

---

## **Les quatre points qui structurent les secteurs touchés par Internet**

- La désintermédiation
- L'asymétrie de l'information
- Winners take all
- Le rôle du marketing

# La désintermédiation

Locations  
Locations de vacances  
Ventes  
Appartements  
Maisons  
Terrains  
Commerces  
Voyage

## DE PARTICULIER A PARTICULIER

Le premier journal immobilier français

2,95 €  
N° 1842  
Du 10 au 14  
mars 2011  
10 pages - 96 pages  
Abonnement (12 numéros)  
12,00 € (hors taxes)  
01 40 54 35 25

N° 1 de l'immobilier français pap. Edition France et Etranger

**Les annonces**  
• Des annonces de millions d'euros de ventes avec illustrations

**Les pertes**  
• Tous les conseils pour vous protéger (voir page 10)  
• Il existe une garantie sur les pertes  
• Pour les propriétaires en location  
de Paris, Lyon, Bordeaux, et les régions...  
• Evénement de la semaine à venir dans les prochains jours

**Internet**  
**pap.fr**  
• Plus de 100 millions de visiteurs  
• Sites personnalisés  
• Les annonces de tous les secteurs

**PAP Déménagement!**  
Nouveaux adresses  
45, rue de Valenciennes 75001 Paris

**COMMERCES**  
1000 à 10000 m² de surfaces



**leboncoin.fr**  
vendez, achetez, près de chez vous



**MeilleursAgents.com**  
L'immobilier en toute confiance



**CAPI FRANCE**  
1er réseau Immobilier multi-activités

# L'asymétrie d'informations

Joseph Stiglitz prix *Nobel* d'économie en 2001

L'agent immobilier n'est plus en position de force, il vend du service et non plus de l'information

**SeLoger** .com LE N°1 DE L'IMMOBILIER SUR INTERNET 1 168 203 annonces immobilières

ANNONCES FINANCIER EMMÉNAGER VENDRE CONSEILS

**GRATUIT**

### Estimation instantanée de votre bien immobilier

En quelques clics, obtenez une première estimation en ligne du prix de votre bien immobilier, calculée à partir des données des Notaires.

Type de bien  Appartement  Maison

Adresse

Code postal

Ville

**Estimer mon bien immobilier**

**Univers Immo.com**

Le Site Communautaire de l'Immobilier.

forums, avec le dernier message posté le [27 août 2011 08:32:14](#) par [dando75](#).

tre dernière visite.

Statistiques des visiteurs

26134	Visiteurs aujourd'hui : <b>7922</b>	Visiteurs ce mois-ci : <b>516949</b>
7344214	Visiteurs hier : <b>19314</b>	Visiteurs cette année : <b>6051355</b>
	Nombre total de visiteurs : <b>8148384</b>	

# So what ?

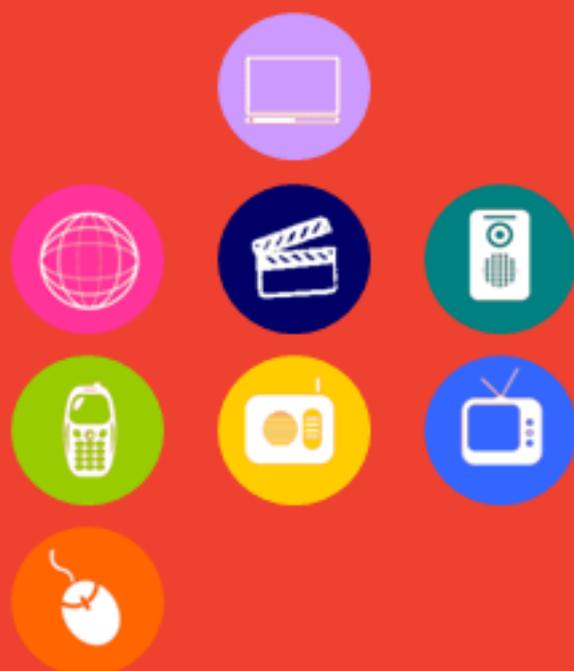
---

Une relation commerciale  
plus complexe avec  
des clients mieux informés  
et une concurrence diversifiée

# Le Panel

## Mediametrie//NetRatings

### *Le secteur immobilier*

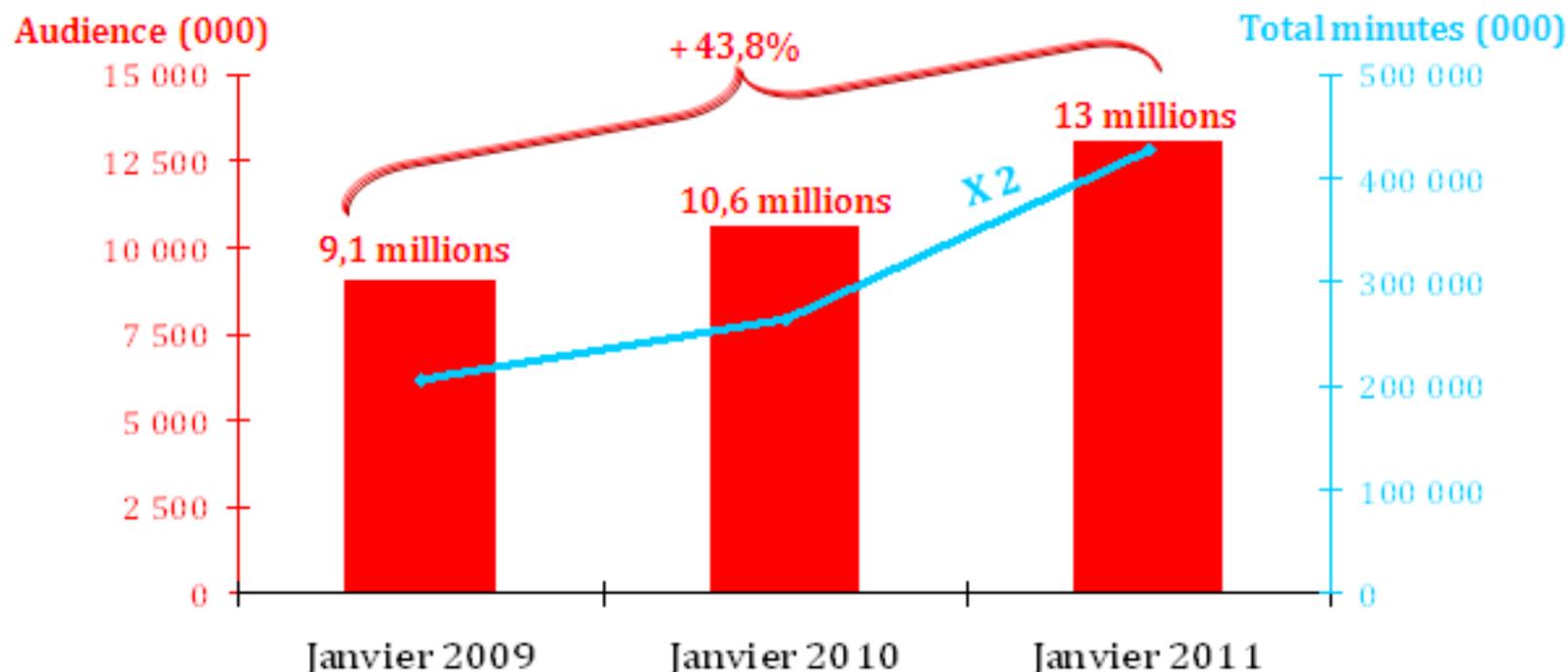


- Grandes tendances sectorielles
- Profil des visiteurs uniques
  - Top des acteurs



# L'immobilier internet en croissance d'audience et d'usages

## Audience et temps passé sur les sites immobiliers



En janvier 2011, les sites du secteur immobilier attirent **13 millions de visiteurs uniques**, soit **31,3 % des internautes**.

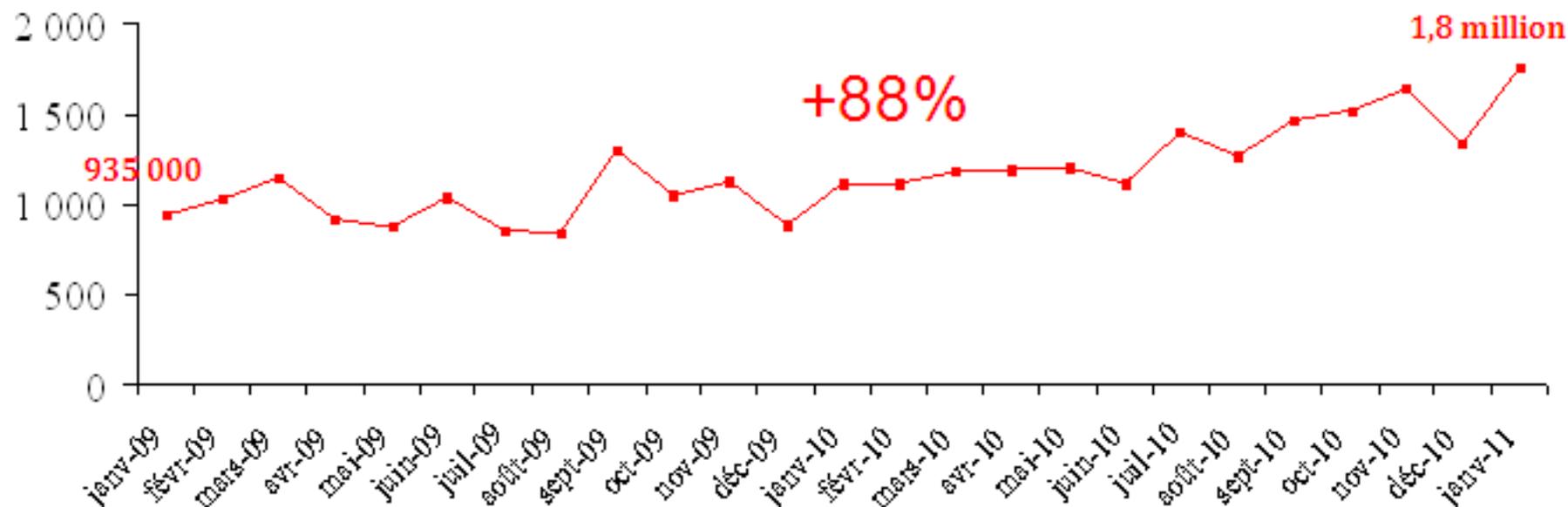
Chacun d'entre eux a passé en moyenne près de **33 minutes** sur ces sites.



# Janvier 2011: l'Immobilier rassemble 1,8 million de visiteurs uniques sur une journée

Evolution de l'audience quotidienne de la sous-catégorie immobilier -  
Janvier 2009 à 2011

Audience jour  
moyen (000)



Entre janvier 2009 et 2011, le nombre de visiteurs uniques par jour des sites immobilier a **quasiment doublé**.

Source: Mediametrie//NetRatings - Sous-catégorie Immobilier - Tous Lieux de connexion - Janvier 2009 à Janvier 2011 - Applications Internet incluses  
Copyright Médiamétrie - Tous droits réservés



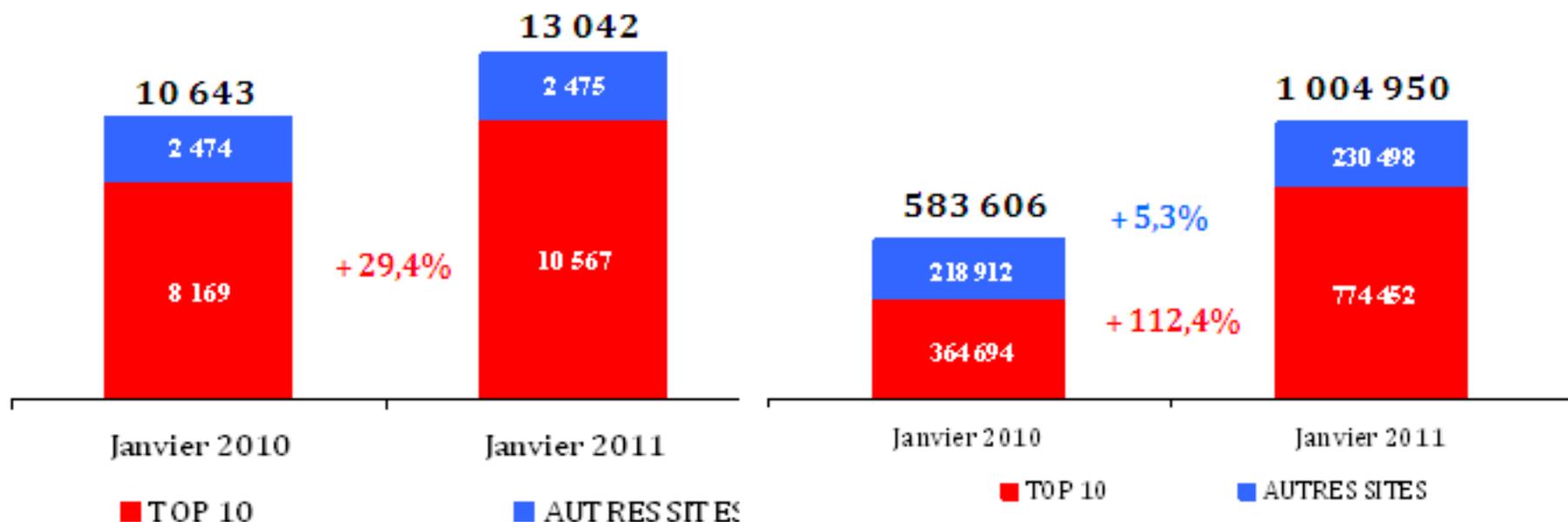
mediametrie // NetRatings



# Une tendance à la concentration

Audience mensuelle (000)

Pages vues mensuelles (000)



En janvier 2011, le nombre de pages vues sur les sites du top 10 du secteur immobilier a doublé comparativement à janvier 2010.

Source: Mediametrie//NetRatings, Tous Lieux, Janvier 2010 et 2011, Applications Internet incluses

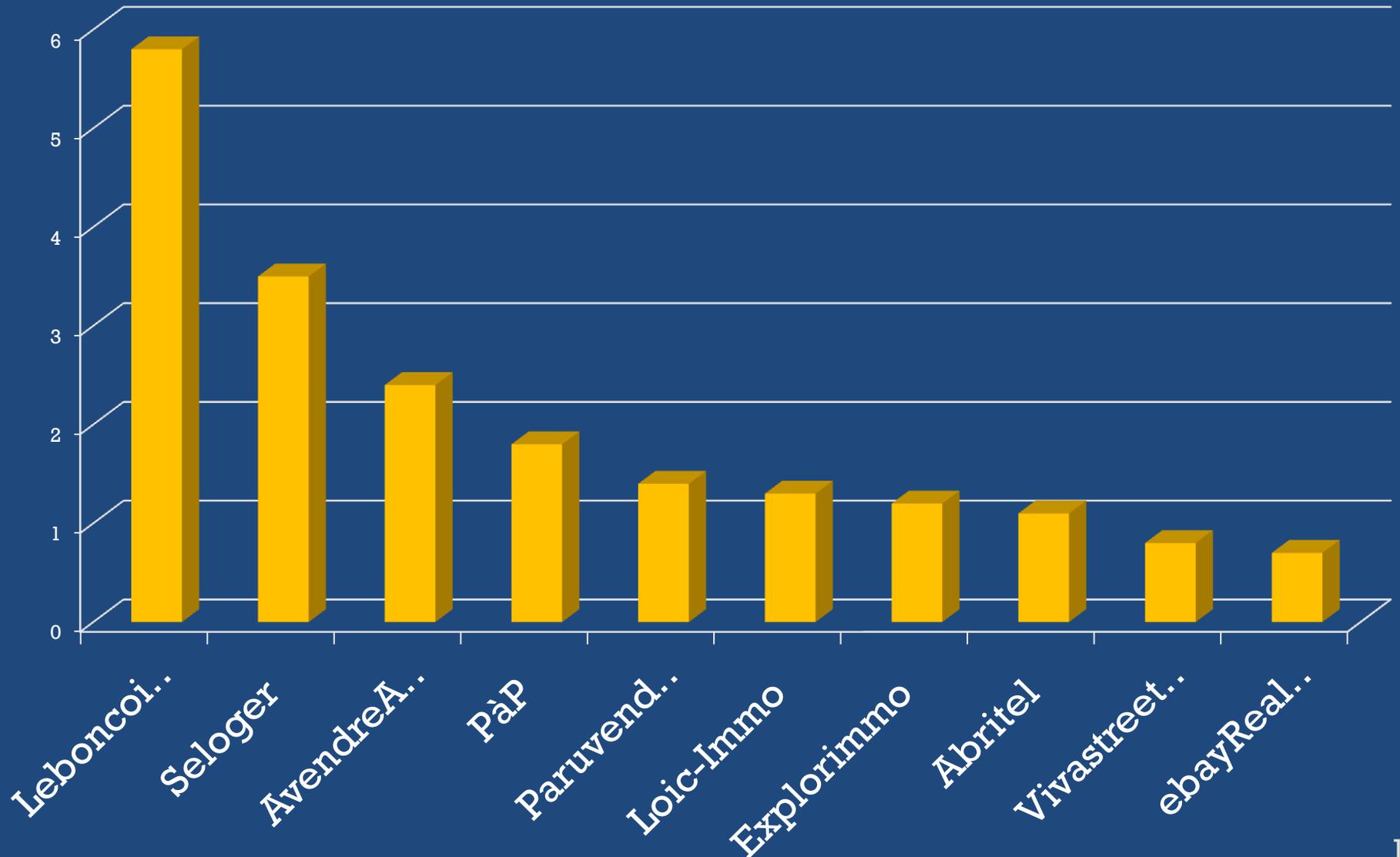
Copyright Médiamétrie - Tous droits réservés.

Top 10 Janvier 2010 : SeLoger / Immostreet (B), AVendreAlouer (B), Particulier a Particulier (B), Logic-immo.com (B), Refleximmo.com (B), Abritel (C),

Explorimmo (B), eBay Real Estate (C), Vivastreet Immo (C), Ouestfrance-immobilier.com (C)

Top 10 Janvier 2011 : Leboncoin.fr Immo (C), SeLoger / Immostreet (B), Particulier a Particulier (B), AVendreAlouer/Lesiteimmobilier.com (B), Abritel (C), Logic-immo.com (B), Explorimmo (B), Vivastreet Immo (C), eBay Real Estate (C), entreparticuliers.com (B)

# Le Top dix immobilier



# Audience et temps passé sur les sites du Top 10 immobilier - mars 2011

Rang	Supports	Visiteurs uniques mensuel (000)	Temps passé par personne
1	Leboncoin.fr Immo	5 868	00:30:26
2	SeLoger / Immostreet	3 543	00:17:58
3	AVendreALouer/Lesiteimmobilier.com	2 472	00:02:42
4	Particulier a Particulier	1 856	00:11:09
5	ParuVendu Immo	1 428	00:08:27
6	Logic-immo.com	1 344	00:09:01
7	Explorimmo	1 226	00:06:07
8	Abritel	1 118	00:14:33
9	Vivastreet Immo	808	00:07:45
10	eBay Real Estate	778	00:03:45

Leboncoin Immo	5070	Acheter-Louer	384	Icade	157
Seloger	3021	Foncia	383	Capi	157
AvendreAlouer	1951	Lesiteimmo	319	Aktifimmo	152
PàP	1834	VisiteOnline	313	Immoneuf	151
Logic-immo	1379	Laforêt Immobilier	303	Abonim	143
Explorimmo	1313	Bouygues Immobilier	300	La Vie Immobilière	139
Entreparticuliers	1102	Immonot	265	Likhom	134
eBay Real Estate	1028	Refleximmo	245	Adomos	132
Nexity Logement	915	Guy Hocquet	236	Era France	129
Orpi	685	Drimki	236	Annonces-Immo.-notair	128
Vivastreet Immo	665	Repimmo	227	Efficity	127
Century21	604	Arkadia	223	Lamy	113
Fnaim	523	Viteloge	208	Belles Deumeures	107
Les Clés du Midi	425	Locservice	203	Solvimmo	100
Ouest-France Immo	411	Square Habitat	179	Pericles	100
Meilleurs Agents	386	Le Partenaire Européen	163	Trouverunlogementneuf	97

# L'audience des sites des promoteurs

Support	Audience*
Nexity Logement	915
Bouygues Immobilier	300
Icade	157
Immoneuf	151
Adomos	132
Trouver-un-logement-neuf	97

\* En millier de visiteurs par mois (octobre 2010)

# Les différents supports Internet

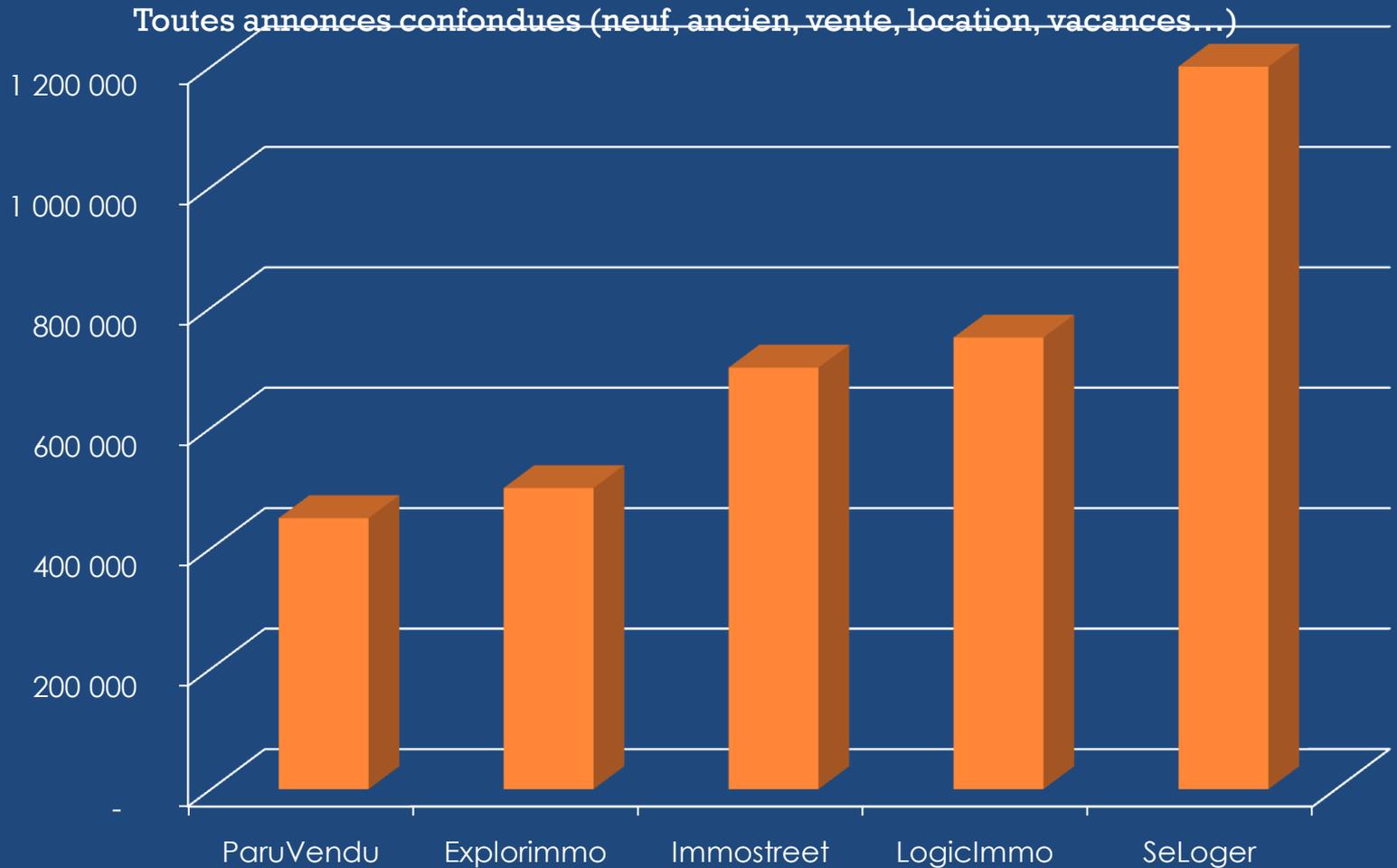
---

- Le site de l'agence /promoteur
- Les portails d'annonces
- La mobilité
- Les réseaux sociaux

La stratégie gagnante : utiliser tous les supports avec un rôle spécifique pour chacun

- Les portails d'annonces pour créer des contacts
- Le site de l'agence pour transformer le prospect en client

# Un très grand nombre d'annonces

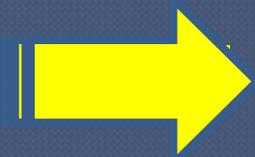


source : Ubiflow mai 2009

# Les portails d'annonces

---

- La plus belle des annonces est inutile si personne ne la lit !
- Le choix des supports est la décision la plus importante de la stratégie de diffusion des annonces.



**Etre présent sur les meilleurs portails nationaux est un impératif.**

PS : Il est devenu admis de publier une annonce pour un logement neuf parmi les annonces pour l'ancien

# Pourquoi diffuser sur de nombreux sites

---

Pour louer le plus rapidement possible, les annonces doivent être vues plusieurs fois par toutes les personnes en recherche.

- Les clients surfent sur plusieurs sites Internet.
- Aucun site, même le leader, couvre la totalité des recherches.

**3 études montrent l'intérêt de multiplier les supports :**

- La longue traine
- La matrice de Médiamétrie
- Le test du centre d'appel

Le client n'appelle pas toujours la première fois qu'il voit l'annonce. Le plus souvent, c'est à la troisième ou quatrième occasion qu'il se décide. C'est pourquoi, il est nécessaire de multiplier ces occasions en utilisant plusieurs sites. **Retenez la règle : Plus le client voit l'annonce, plus il y a de chances qu'il vous téléphone.**

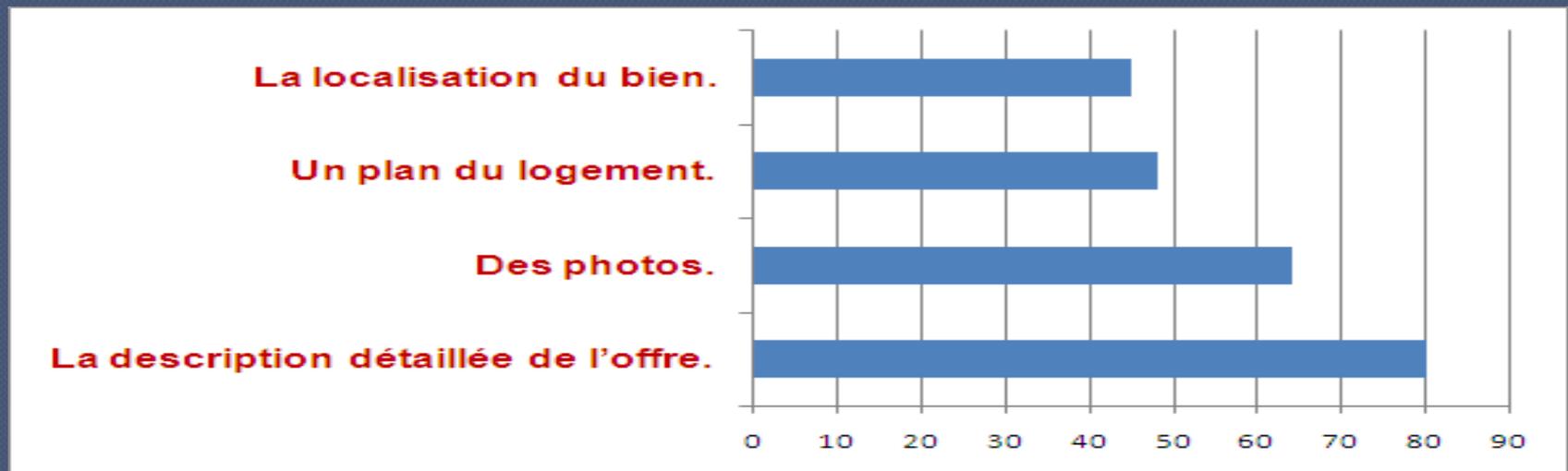
# Qu'est-ce qu'une bonne annonce ?

## L'AVIS DES INTERNAUTES

Pour le client, la bonne annonce est celle qui présente le maximum d'informations précises, plus un plan et des photos.

Réponse en % à la question :

Que souhaitez-vous trouver en premier dans une annonce immobilière ?



Source : sondage Ipsos

# Le scénario de recherche

---

L'internaute va sur un portail d'annonces

➔ **Etre présent sur les bons portails**

Critères de recherche

➔ **Saisir sans faire d'erreurs**

Il clique sur quelques annonces

➔ **Attirer l'œil avec une photo séduisante**

Il regarde les informations

➔ **Convaincre et déclencher l'envie**

Il téléphone à l'agence

➔ **Répondre et rappeler**

# Notre recommandation

- Sur Internet, les annonces doivent être complètes, précises et détaillées.
- La mise en forme de ces informations doit être étudiée de façon à mettre le bien en valeur et à déclencher un appel.
- Le client doit téléphoner pour visiter, pas pour demander plus d'informations.
- S'il a envie d'habiter ici dès le début, la relation entre le professionnel et son client se passera mieux !

La diffusion des annonces immobilières sur Internet est une compétition : L'internaute a sous les yeux tous les biens à louer de la ville et il clique uniquement sur les annonces qui retiennent son attention.

*Pour gagner cette compétition, on ne peut se contenter d'être bon, il faut être le meilleur !*

# Les photos

---

- Investir pour avoir des photos séduisantes :
  - Faire appel à un professionnel ou y passer le temps qu'il faut
  - Ne pas laisser passer des photos médiocres ou moyennes

# Le texte de l'annonce

---

Les points clés des textes performants :

- Une accroche crédible rédigée en terme de « bénéfice client »
- Des mots précis, clairs et objectifs
- Une description complète et détaillée du bien

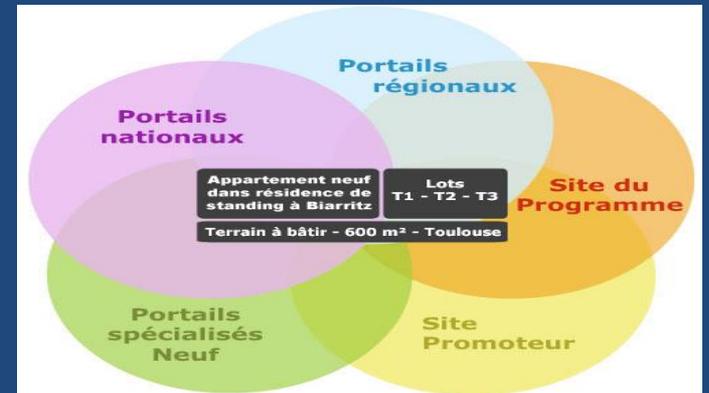
# Internet pour l'immobilier neuf





# Des stratégies de communication qui se cherchent

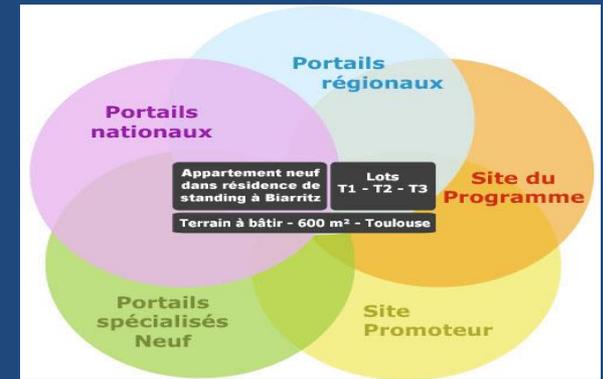
Quels supports ?  
Quel rôle ?



Quelles informations doit-on diffuser ?  
Sous quelle forme ?

# Quels supports ?

# Quel rôle ?



Médias

Site Promoteur

Site Programme

Portails immobiliers neufs

Portails immobiliers nationaux

Portails PQR

Portails Institutionnels

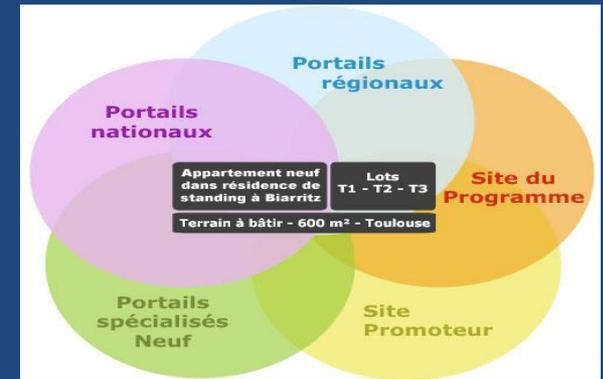
Portails de niches

## Comment optimiser ma communication, web, papier, PLV ?

## Les supports qui génèrent du contact / Les supports qui transforment le prospect en client

# Quels supports ?

# Quel rôle ?



## Le dispositif qui semble s'imposer :

- Un site « institutionnel » pour présenter la société et rassurer le client

**plus**

- Un site par programme

- Taille et coût adaptés aux enjeux
- Optimisation Internet plus facile
- Réponse à la demande de l'internaute

Quelles informations diffuser ?

Sous quelle forme ?

Faut-il tout dire dès le début ?

## 2 stratégies existent aujourd'hui

- ✓ Teasing pour déclencher la demande de documentation
- ✓ Chercher séduire une clientèle très ciblée grâce à une présentation très vendeuse et détaillée



Le débat reste ouvert : les deux stratégies fonctionnent, tout dépend du contexte...

# Les supports d'annonces pour le neuf

## Le scénario de recherche de l'internaute

1. Saisie des critères de recherche
2. Visualisation d'une liste de programmes
3. Analyse des informations du programme choisi
4. Demande de documentation

PS : Le rôle important des alertes

Ce scénario implique deux  
conséquences opérationnelles pour les  
vendeurs

1. ?

2. ?

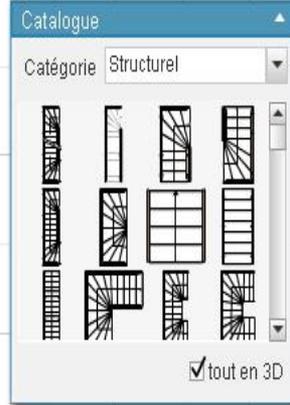
# Ce scénario implique deux conséquences opérationnelles pour les vendeurs

1. Être prêt à répondre en moins de 24H
2. Avoir une documentation de qualité facilement diffusable par mail
  - 80 % des demandes arrivent par mail dans le neuf
  - Plaquette, plans de vente, descriptif..

## Quel rôle pour l'innovation technologique dans la relation client ?

- Les configurateurs
- La réalité augmentée
- La mobilité
- Les plans
- Le Home Staging virtuel
- Les visites virtuelles

# Configurateur



<http://www.floorplanner.com/>

# Réalité augmentée



Ouest-France



- 1000
- 2000
- 3000
- 4000

Logement économe

Contact



VILLEURBANNE IMMOBI...

269, cours Emile Zola  
60100 VILLEURBANNE

75 m

Appartement 250 m<sup>2</sup>  
5 pièces  
1450 euros par mois

# La mobilité

## les utilisateurs sont constamment connectés



# 2010, année du mobile pour l'immobilier?

## • Un nouveau support qui monte en puissance sur le secteur immobilier

- Près de 10% des annonces immobilières sont consultées via un mobile iPhone
- En moyenne 20 pages vues par utilisateurs, par visite.
- Temps moyen passé sur une application immobilier : 6 minutes
- Push notification : les utilisateurs reçoivent quotidiennement les annonces mises à jour à temps réel





Aucune SIM

11:39

Adresse

Critères

Appartement

1 620 €, 150 m², 5 pièces

htc

Location

750.00

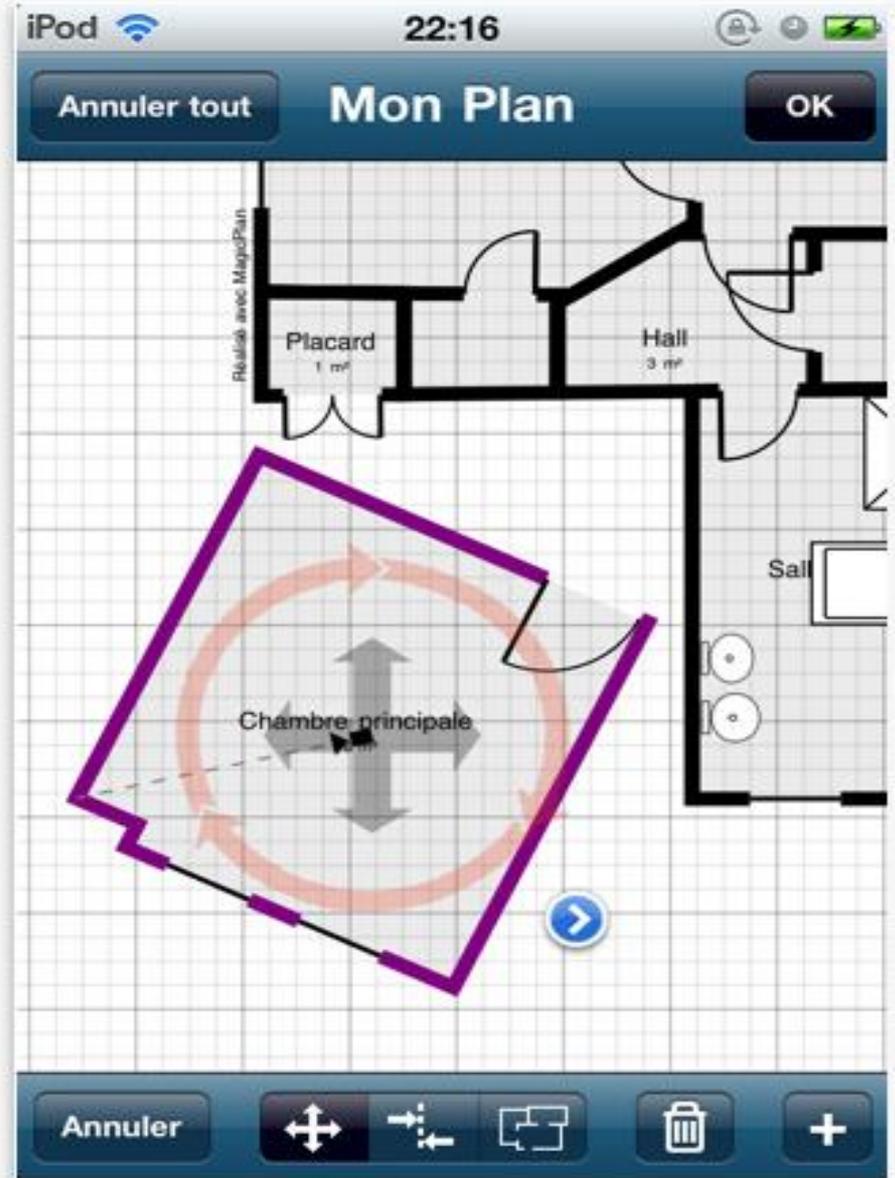
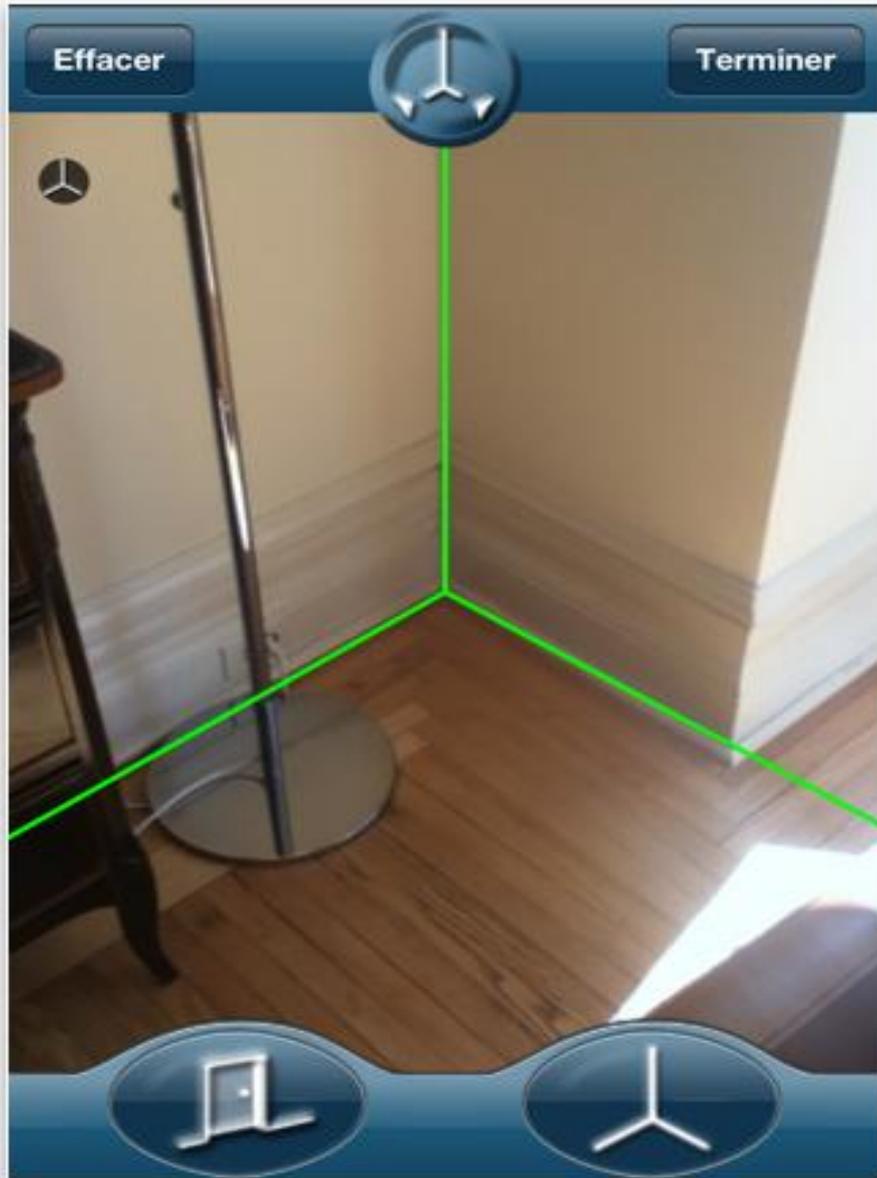
75 m²

2 pièces

Appartement

une résidence proche de  
l'hôpital de la Croix Rousse, 30  
m² de 75 m², et est avec asc.  
cave, Loyer : 860 € CC  
chauff et eau avec compteur  
séparé.

# Captures d'écran iPhone





PROPOSITION D'AMÉNAGEMENT 3D NON CONTRACTUELLE, RÉALISÉE PAR ARCHIDECO IMMO®



# Les visites virtuelles



Entrée + Séjour

ILLUSTRATIONS NON CONTRACTUELLES DUES A UNE LIBRE INTERPRETATION DE L'ARTISTE  
ET SUSCEPTIBLES DE MODIFICATIONS TECHNIQUES OU ADMINISTRATIVES.

3D

# Expérience de réalité virtuelle immersive



embed



share



00:00 / 00:00



# Les réseaux sociaux



Si l'on anticipe que les acquéreurs vont se regrouper en communauté sur Internet, le professionnel doit-il être l'instigateur de cette communauté ?



Géolocalisation  
des réseaux sociaux

ma-residence.fr

Sophia Sylla : Boîte de réception Profil Mon réseau Déconnexion

Accueil Mon immeuble Entre voisins Bonnes adresses Associations Ecole Recherche OK

### Parc Paulmy

Ajouter une idée, une remarque | Ajouter une annonce | Échanger avec votre Resp. Relation Client

### Hall de l'immeuble

- Corinne Eloy Château de Bouygues Immobilier a publié le message Bulletin d'information chantier n°1 Il y a 7 jours
- Corinne Eloy Château de Bouygues Immobilier a commenté la demande "Aménagement d'un local à vélo" Il y a 7 jours
- Jonhathan Petit a ajouté une demande au promoteur "Aménagement d'un local à vélo" 2 réponse(s) Il y a 7 jours
- Corinne Eloy Château de Bouygues Immobilier a commenté la demande "Aménagement du jardin" Il y a 7 jours
- Thomas Dupuis recherche d'autres parents pour une garde partagée 2 intéressé(s) Il y a 7 jours

Notifications (10)

Hall de l'immeuble | Bouygues Immobilier | Informations utiles | Porte-documents | Services et Annonces

Mon réseau

Voisins d'immeuble

Juillet 2010						
«	«	Aujourd'hui	»	»		
L	M	M	J	V	S	D
28	29	30	1	2	3	4
5	6	7	8	9	10	11
12	13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24	25
26	27	28	29	30	31	1

Événements ★ Mes favoris

Besoin d'aide? Consulter le Livret d'accueil

## En France\*

- 78% des internautes utilisent les réseaux sociaux
- 20 millions de personnes ont un profil Facebook
- 11 millions postent un message chaque jour
- 4 heures par mois en moyenne
- Toutes les tranches d'âges sont concernées
  - moitié de 18 à 35 ans, forte présence des grands-parents
- Page Profil = 130 amis et fan de 9 Pages Pro

On ne peut pas parler de phénomène de mode générationnel

Rang	Groupes <sup>(2)</sup>	Visiteurs Uniques par mois <sup>(5)</sup>
1	Google	36 065 000
2	Microsoft	32 639 000
3	Facebook	26 382 000

Les acteurs de l'immobilier et de l'habitat s'intéressent ou s'impliquent dans les réseaux sociaux

- Réseaux d'agents immobiliers, administrateurs de biens, promoteurs, immobilier d'entreprises, sociétés foncières, bailleurs sociaux, Coop d'HLM
- Articles, conférences, tables rondes
- Mais aussi prestataires qui proposent des solutions

« J'ai rencontré des confrères américains, ils font 30% de leur business avec Facebook ! »

Laurent Vimont, président Century21 France

Tous les autres suivent !  
Réseaux et prestataires...

AVR  
2010

CENTURY 21 France confie toutes ses annonces à Previsite.



Century 21 France a choisi Previsite pour transformer l'intégralité de ses biens en multimédia!

Toutes les annonces sont disponibles sur les sites Century 21 mais également sur Facebook et Youtube. Plus de la moitié des agences Century 21 possède également sa propre page Facebook avec l'ensemble des biens de son agence!

Facebook (5) | Blot Immobilier

facebook Recherche Accueil Profil Compte

**BLOT HABITAT**

Blot Immobilier [J'aime](#)

Mur Infos Bienvenue Acheter Louer Photos +

Modifier Page  
Promouvoir avec une publicité  
Ajouter à mes Pages favorites  
Recommander à des amis

Blot Immobilier est le premier réseau immobilier du Grand Ouest.  
Avec Blot, l'immobilier vous réussit!

Informations

Adresse  
93, Avenue Henri Fréville  
Rennes, France, 35000

Téléphone  
02 99 79 33 34

lun - ven :  
07:30 - 20:00

sam :  
08:00 - 14:00

Statistiques

Afficher tout

40 Monthly Active Users

1 Daily New Likes  
0 Daily Post Views  
0 Daily Post Feedback

Seuls les administrateurs de la page peuvent voir les statistiques.

8 amis aiment ça  
6/8 amis Afficher tout



**Bienvenue sur la page officielle de Blot Immobilier.**

Retrouvez nos annonces sur [www.blot-immobilier.fr](http://www.blot-immobilier.fr)

Nouveautés

	188 640€	Appartement Beton 4 pièce(s) 74 m2	
	515€	APPARTEMENT RENNES CENTRE / LA MABLAIS - T3 - 56m <sup>2</sup> - 470€ HC	
	450€	APPARTEMENT RENNES CLEUNAY - T2 - 41m <sup>2</sup> - 380€ HC	
	249 400€	RENNES PATTON - appartement T3 DUPLEX 90m <sup>2</sup>	
	520€	Appartement RENNES - FOUGERES - T2 - 39m2	

Créer une publicité

Pages Facebook



Les Pages Facebook vous aident à découvrir de nouveaux artistes, entreprises et labels, mais aussi à communiquer avec ceux que vous aimez déjà.

Plus de publicités

# FACEBOOK

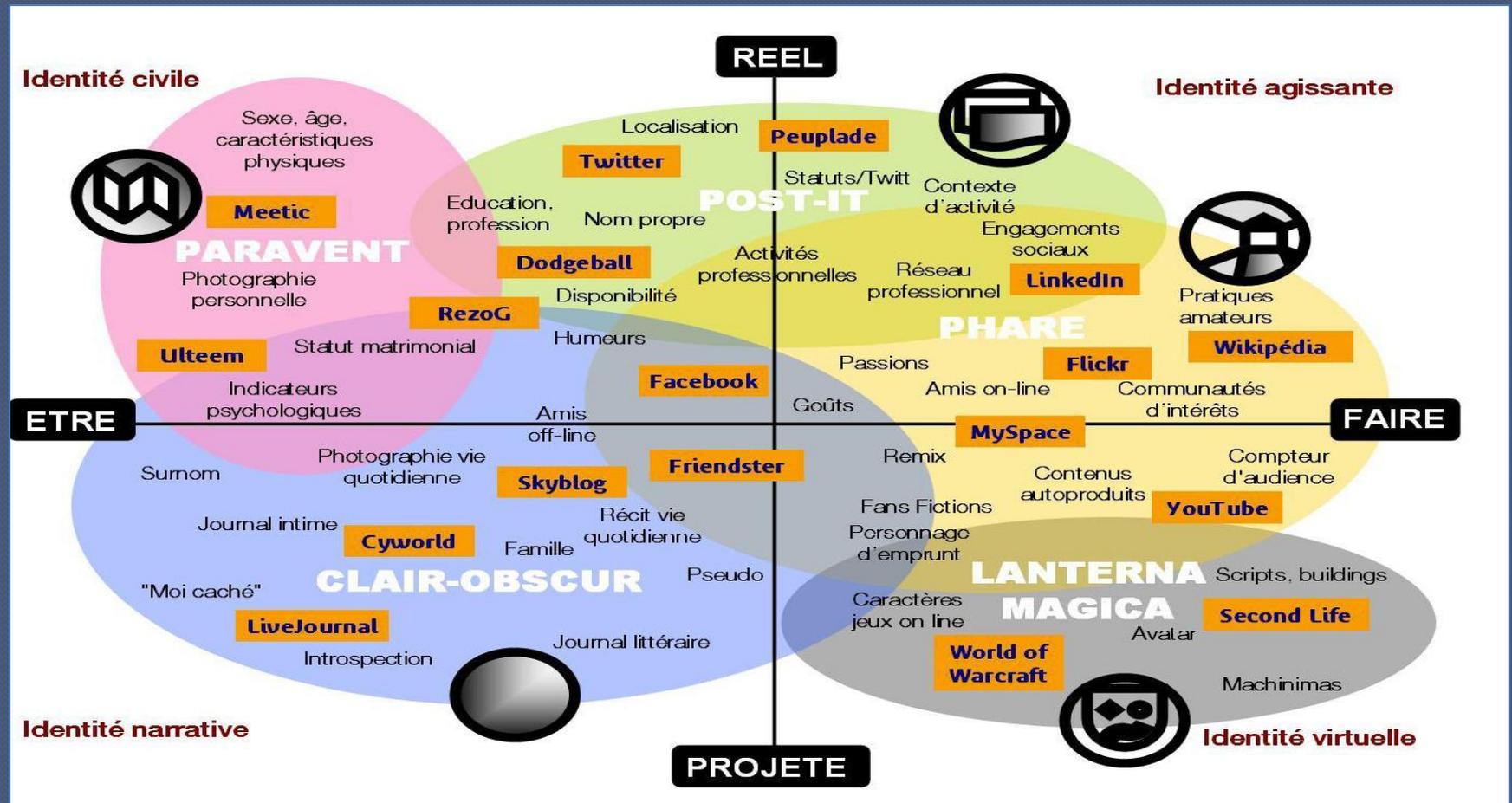
Diffusion automatique de vos biens en multimédia sur votre page Agence

- Créez et animez un réseau de contacts: positionnez-vous comme l'expert local.
- Renvoi des annonces vers votre site pour générer plus de traffic.
- Maîtrisez votre réputation en ligne et faites du Buzz!
- Un contenu frais et exclusif, complément essentiel de votre site internet plus statique.
- Modernisez votre image et offrez à vos mandants des canaux de distribution pertinents pour leur bien.

**Une page et des onglets spécifiques pour votre agence!**

# De quoi parle-t-on ?

## Réseau social sur Internet : un concept fourre-tout



Dominique Cardon, "Le design de la visibilité : un essai de typologie du web 2.0" - [www.internetactu.net/2008/02/01/le-design](http://www.internetactu.net/2008/02/01/le-design)

# De quoi parle-t-on ?

## Réseau social sur Internet : un concept fourre-tout

---

- ⊙ Les réseaux généralistes grand-public - **BtoC**
  - ✓ Facebook, Twitter
- ⊙ Les réseaux de proximité –**CtoC**
  - ✓ Cooconhome, ma-residence.fr
- ⊙ Les réseaux généralistes professionnels - **BtoB**
  - ✓ Viadeo, LinkedIn
- ⊙ Les réseaux immobiliers - **BtoB**

# Les réseaux sociaux

---

- Une mauvaise nouvelle
- Vous n'y échapperez pas
- Ce qu'il faut faire et ne pas faire

# Une mauvaise nouvelle

**Le succès des réseaux sociaux est perçu comme une mauvaise nouvelle par les entreprises qui y voient quatre menaces :**

- le passage d'une communication unidirectionnelle, de l'entreprise vers l'individu, à une conversation où tous s'expriment sur le même plan ;
- la perte de crédibilité des institutions, une opinion anonyme sur un forum pèse plus que le discours de la marque ;
- l'amplification de la mauvaise humeur des clients sans réelle possibilité d'y répondre ;
- l'expression incontrôlable des collaborateurs auto proclamés porte-parole de l'entreprise.

# Vous n'y échapperez pas

## **Le succès des réseaux sociaux**

---

- est mondial et touche tous les secteurs ;
- est en phase avec les mouvements de fond de la société, ce qui explique les volumes et la rapidité.

## **Vos coopérateurs et futurs coopérateurs**

- sont déjà sur des réseaux sociaux ;
- vous le ferons savoir à l'occasion d'une crise.

**C'est un outil incomparable pour créer et entretenir un dialogue, une relation avec les clients**

**Nous sommes en phase de test, il y a plus de questions que de réponses...**

- ◉ Combien ça coûte ? Combien ça rapporte ?
- ◉ Combien de temps y consacrer ?
- ◉ Est-ce à moi de fournir la caisse de résonance ?
- ◉ Réseau ouvert / réseau fermé ?
- ◉ Quels liens avec mon site Internet ou avec mon Intranet ?

## Quelles que réponses...

---

- ◉ L'importance du community manager
- ◉ On se sait pas mesurer
- ◉ L'institution doit rester en retrait
- ◉ Une masse critique (participants et informations)
- ◉ On tisse sa toile, on en tire profit plus tard

## Et une certitude

- ◉ E-reputation
- ◉ Veille sur votre marque

## Les changements de comportement des clients

---

- Plus exigeants en terme de délai et qualité de réponse (cf étude US)
- Mieux informés
- En position de rapport de force

## Les changements de comportement des concurrents

- La maîtrise des outils technologiques sera un avantage concurrentiel fort

# NOTRE CONVICTION

*Dans un monde qui change vite, la maîtrise de la technologie devient un facteur clé de succès. Cette maîtrise repose sur des investissements, du travail et une masse critique.*

**MERCI**

[hparent@orange.fr](mailto:hparent@orange.fr)