

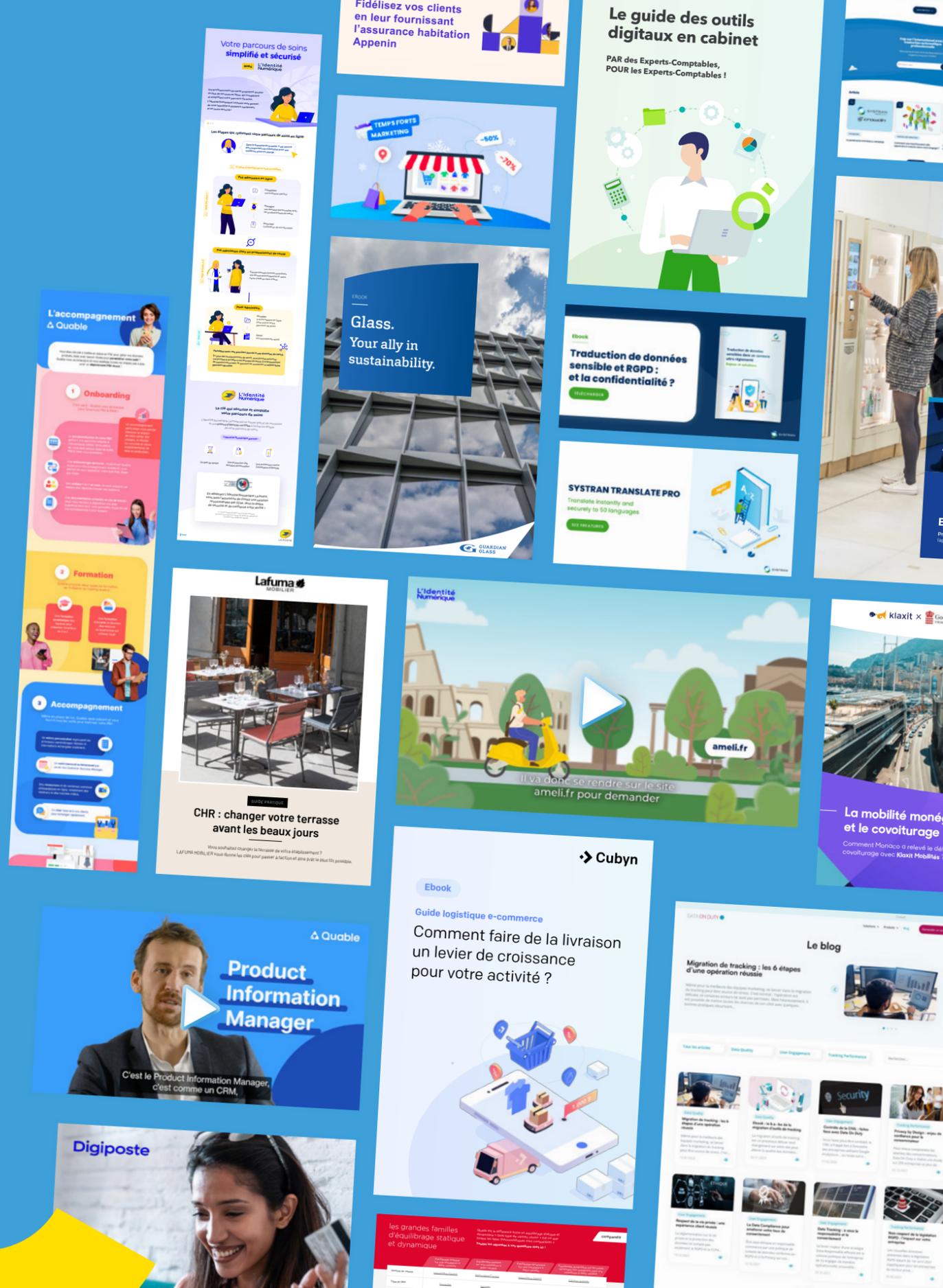


Le Content Book

2023



185 contenus B2B pour vous inspirer



We love content!

Invox et la création de contenus B2B, c'est une histoire d'amour qui dure maintenant depuis plus de 10 ans. Et pourtant, les contenus ne cessent d'évoluer, de renaître et de progresser en qualité. Nous sommes ravis de vous proposer **ce tour d'horizon des différents formats du Content Marketing version 2023**. C'est à la fois une bonne révision sur le sujet, un carnet d'inspirations – vous balader au fil des pages devrait vous donner des idées ! – et une fierté pour toute notre équipe Content.

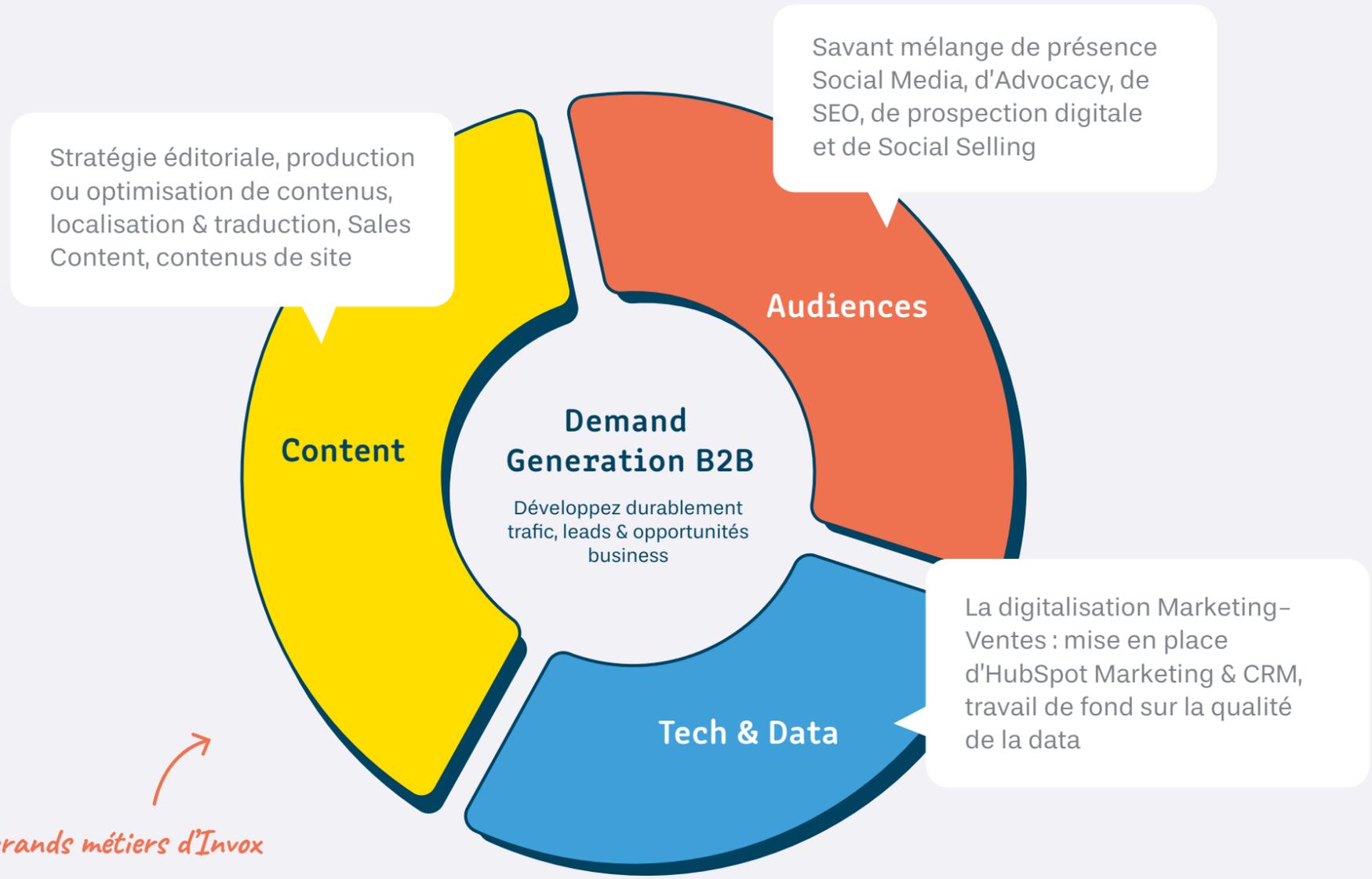
Bonne lecture... et bonne création de contenus !

L'équipe Invox



Invox est une agence de Demand Generation B2B.

Notre mission est simple : vous aider (éditeurs de logiciels, industriels, cabinets de conseils, ESN, entreprises de services B2B...) à **développer vos ventes en montrant votre expertise aux personnes qui comptent pour vous**. Générer du trafic et des leads qualifiés, puis les travailler tout au long du cycle de vente : c'est ça, l'essence de la Demand Generation. Avec une petite particularité dans notre ADN : nous pensons au contenu en premier.



Invox Life

Invox, c'est une quarantaine de mordus de contenus et de marketing B2B.

Consultants Demand Gen', chefs de projets édito, Social Media Managers, spécialistes HubSpot, SEO Managers, Designers : tous œuvrent à la réussite et à la performance des actions marketing de nos clients.

D'ailleurs, il reste de la place : suivez-nous sur [Welcome to the Jungle](#) !



Les 3 clés de notre Content Factory



L'équilibre entre qualité & vélocité

De plus en plus de contenus sont créés par les entreprises. Et seule **la qualité, l'inventivité et la pertinence permettent aujourd'hui d'émerger** et de se différencier. Pour autant, il faut AUSSI arriver à produire rapidement sans épuiser tout le monde – ce qui signifie bien s'organiser, assembler la bonne équipe, travailler en anticipant, appliquer des modèles et des templates, etc.



Les kits & l'art du recyclage

Stop à la dispersion. Le Content Marketing nécessite de se focaliser sur quelques sujets et de s'équiper des formats permettant de couvrir **l'ensemble du cycle de vente, les différents personas**, et les différents canaux de diffusion.

1 thématique = 1 kit de contenus.

Cela permet également de construire rapidement une campagne d'acquisition et/ou de nurturing automatisé, tout en diminuant l'effort, la bande passante et le budget nécessaires.



Le déploiement international

25 % de nos contenus se font dans une autre langue que le français. Entre **traduction, localisation et déploiement de stratégies pays par pays**, nous connaissons les opportunités et les contraintes des stratégies à l'international. Let's go!

“

J'ai travaillé avec Invox sur la structuration de notre stratégie de contenu et la mise en œuvre d'une **Content Factory** avec une production soutenue de formats variés.



Clara Mercon - Worklib



Formats rédactionnels



Bienvenue aux racines du Content Marketing : les articles de blog.

SEO, récurrence de publication, focus sur des sujets spécifiques, recyclage de contenus premium : les **formats rédactionnels** sont faciles à mettre en œuvre. Un must-have pour bien démarrer !

Formats rédactionnels

Dispositifs SEO

Ebooks & formats téléchargeables

Use Case Factory

Vidéos

Infographies & formats visuels

Pages de site

LP, E-mails & Newsletters

Formats LinkedIn et Social Media

Sales Content

Blogs / Magazines / Resource Centers : les contenants des contenus

Ok, on parle de « contenus » dans ce book. Pour autant, ils doivent aussi être diffusés quelque part ! C'est là que le « contenant » fait son apparition : blog, magazine, Resource Center ou média à part entière, il y en a pour tous les goûts, toutes les ambitions... et tous les budgets.



Le blog « simple »

Une structure chronologique, une navigation simple, tous les articles au même niveau : ici, on est dans le classique pur. Efficace, rapide, sans prise de tête. On se concentre sur le contenu : parfait pour les monomaniaques ou les débutants.

Ex. > [Digiposte](#)



Le blog « Magazine »

La version sous stéroïdes du blog, avec 2 évolutions majeures : une navigation plus complexe et multi-catégorisée, et un design plus ambitieux. Parfait pour traiter plusieurs sujets pour plusieurs cibles, dès qu'on a un peu de contenu en stock.

Ex. > [Data On Duty](#),
[Roux Solutions](#)



Le « Resource Center »

L'approche « mature » des contenus dès lors que l'on explore d'autres formats. L'idée est de centraliser ses articles, ses vidéos, ses cas clients, ses contenus « gated » premium... sous le même toit.

Ex. > [Invox](#)



Le site Média

Le choix des ambitieux. Un site « à part » pour que les contenus vivent leur propre vie (jamais très loin de votre marque, évidemment). À construire seul ou accompagné par d'autres... mais toujours sur la durée.

Ex. > [Aalberts](#), [SYSTRAN](#)

CoExpert | Aalberts hydronic flow control

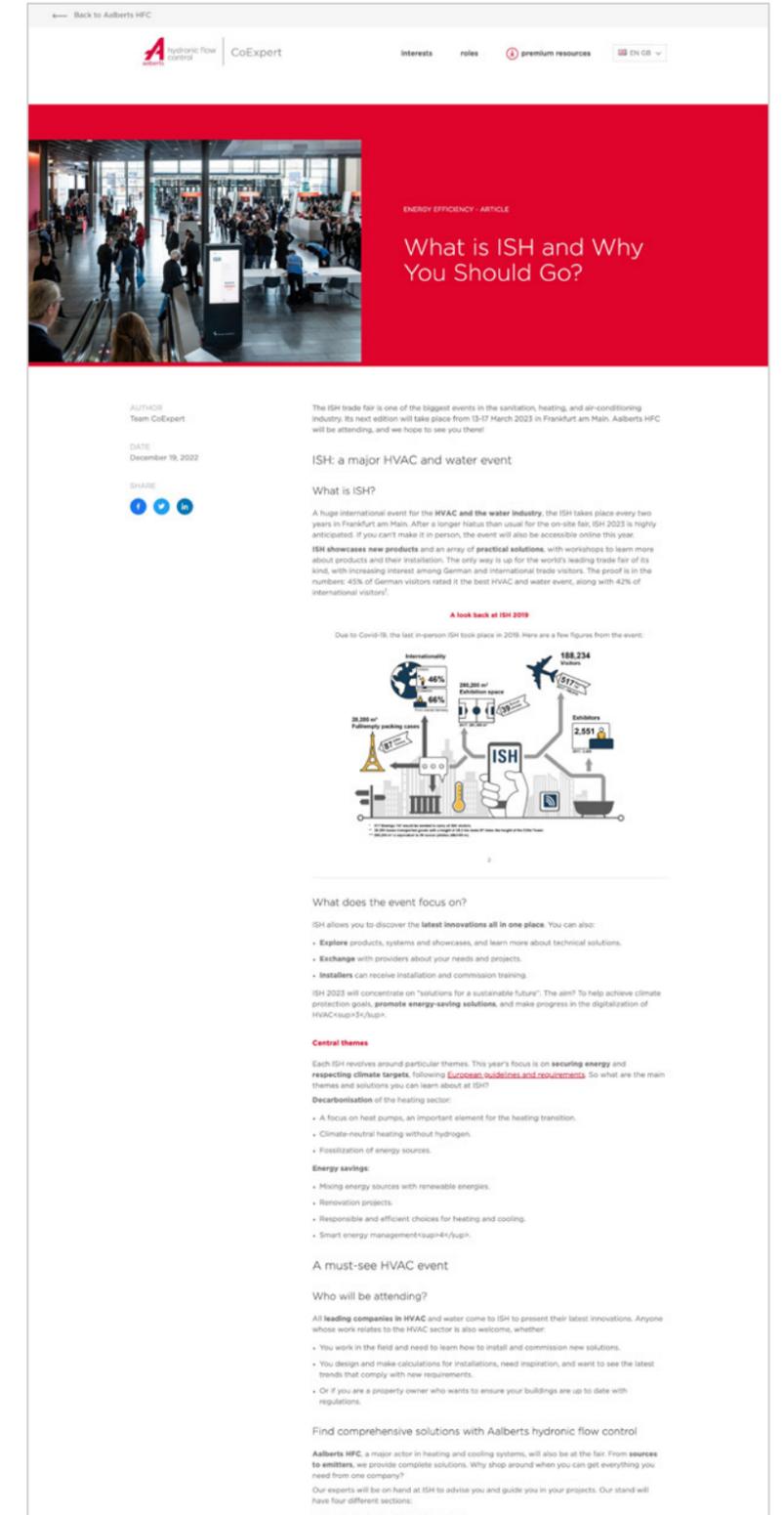
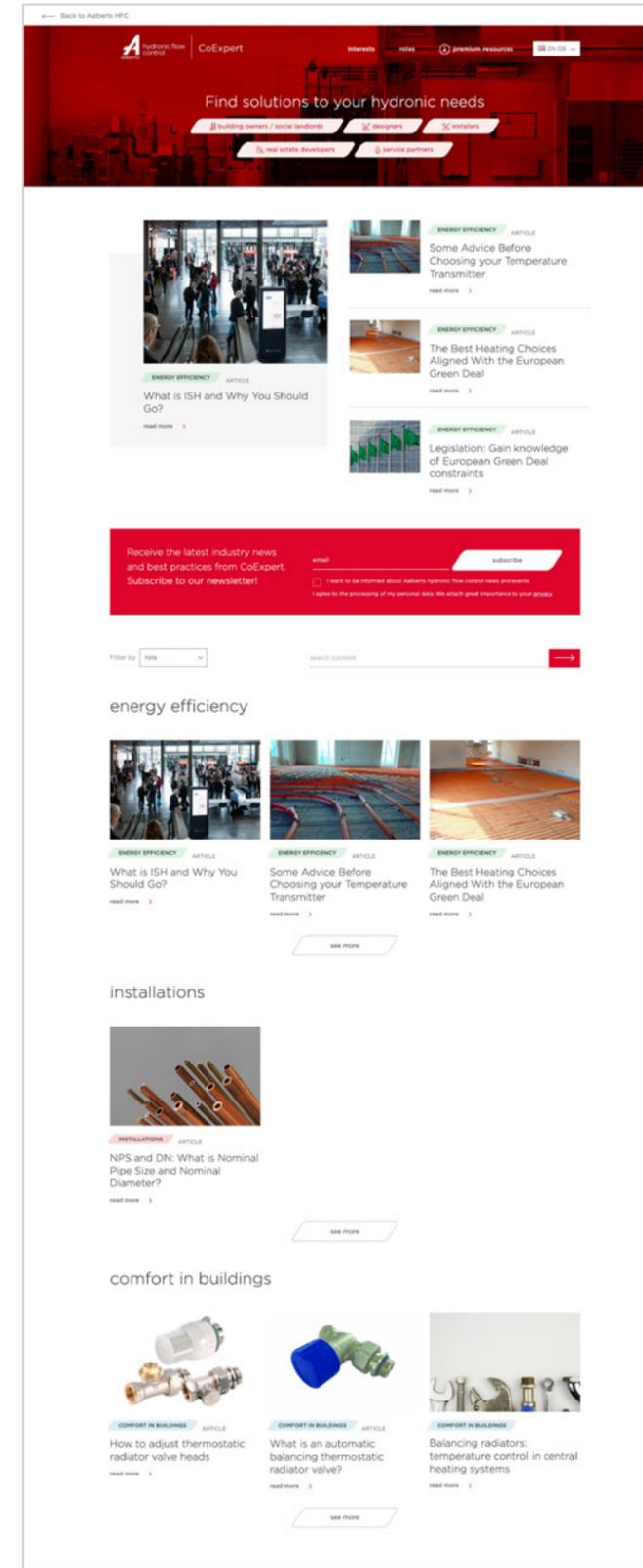


Aalberts HFC est une nouvelle entité née d'une fusion : l'occasion de refondre le blog d'une des marques et de retravailler son angle. Mais comment le re-positionner sur de nouveaux sujets et de nouveaux personas non techniques, tout en continuant de s'adresser aux anciennes cibles très spécialisées ?

Face à tous ces enjeux, est né un **web magazine à deux entrées** : une par intérêt et une par rôle, avec un accès facilité pour les premiums.

[Voir le blog >](#)

Le blog a été développé dans 8 langues, et un socle de 5 articles « starter » a été intégré dans chaque langue.





COMFORT IN BUILDINGS ARTICLE

Property developers: why use connectivity in your residential project?

[read more >](#)

[Voir le contenu >](#)

Property developers: why use connectivity in your residential project?



Pour répondre à un besoin de **verticalisation des contenus**, un premier article a été créé pour les promoteurs immobiliers. C'est un zoom sur les avantages de la connectivité dans les projets résidentiels, parsemé de conseils pour optimiser la collecte et le contrôle de la consommation, en accord avec les normes européennes.

→ Un article « martyr » a été produit en début de prestation pour parfaire le style et le tone of voice Aalberts HFC!



ENERGY EFFICIENCY ARTICLE

Legislation: Gain knowledge of European Green Deal constraints

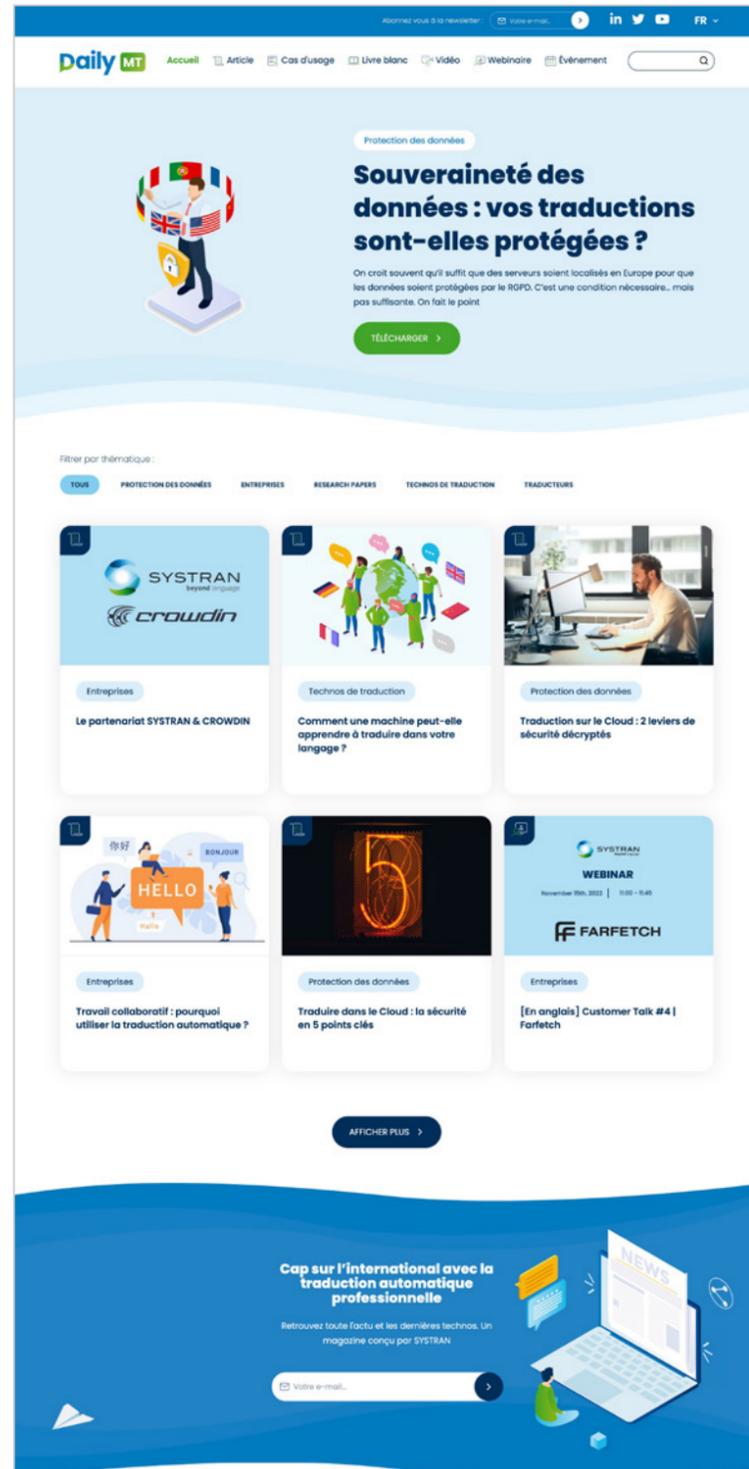
[read more >](#)

[Voir le contenu >](#)

Legislation: Gain knowledge of European Green Deal constraints



Cet article décrypte une réglementation complexe, avec différentes échéances et des périmètres variés selon les pays. Il s'agit du premier contenu d'une **campagne awareness** autour des réglementations de l'European Green Deal et leurs impacts. Dans le cadre de cette campagne, le contenu a été poussé par mail.



Daily MT – le magazine autour de la traduction professionnelle automatique

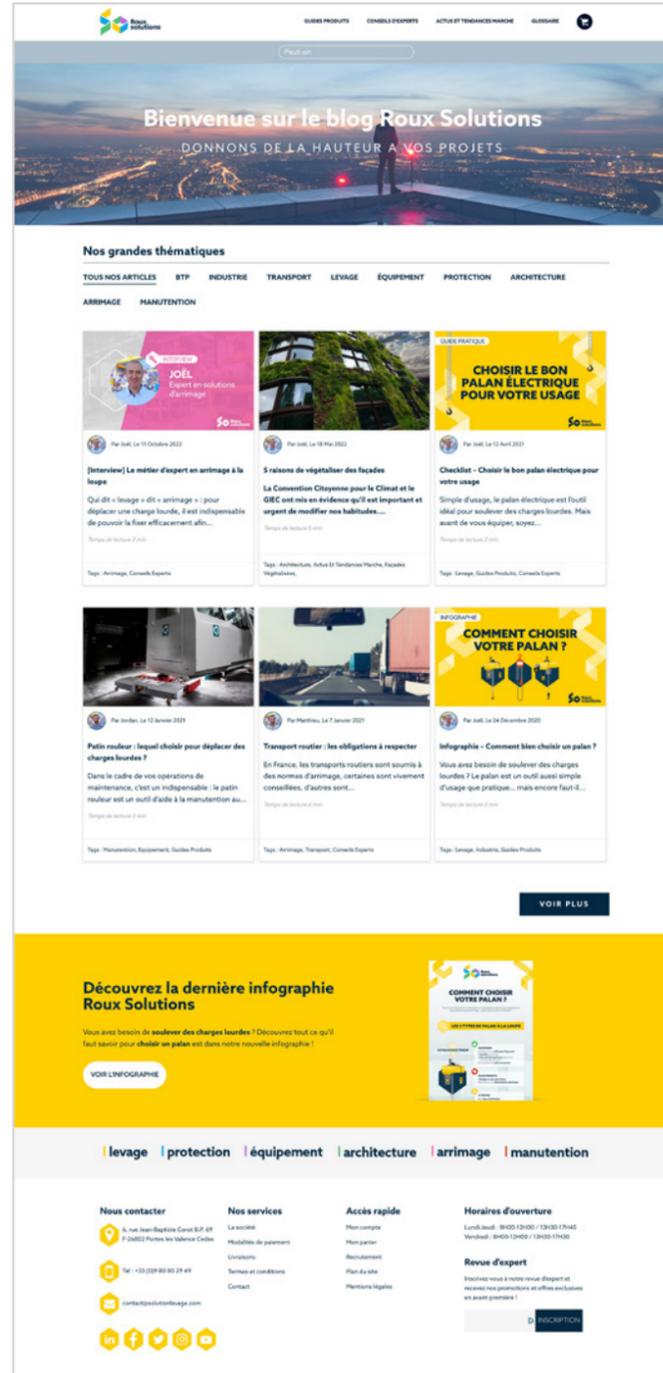


SYSTRAN avait besoin de se positionner auprès de nouvelles cibles et de capitaliser sur du contenu existant assez riche mais non centralisé. La solution : DailyMT, un magazine web qui regroupe tous les contenus pour le marché français avec une identité propre (un nom, un logo, les deux créés par Invox). La **navigation par tag et par catégorie** rend le blog facilement accessible à toutes les cibles quels que soient leurs niveaux de technicité et de maturité.

SYSTRAN dispose maintenant d'un lieu de parole pour traiter des sujets experts, des enjeux de sécurité et des dernières technologies de la traduction automatique !

[Voir le blog >](#)

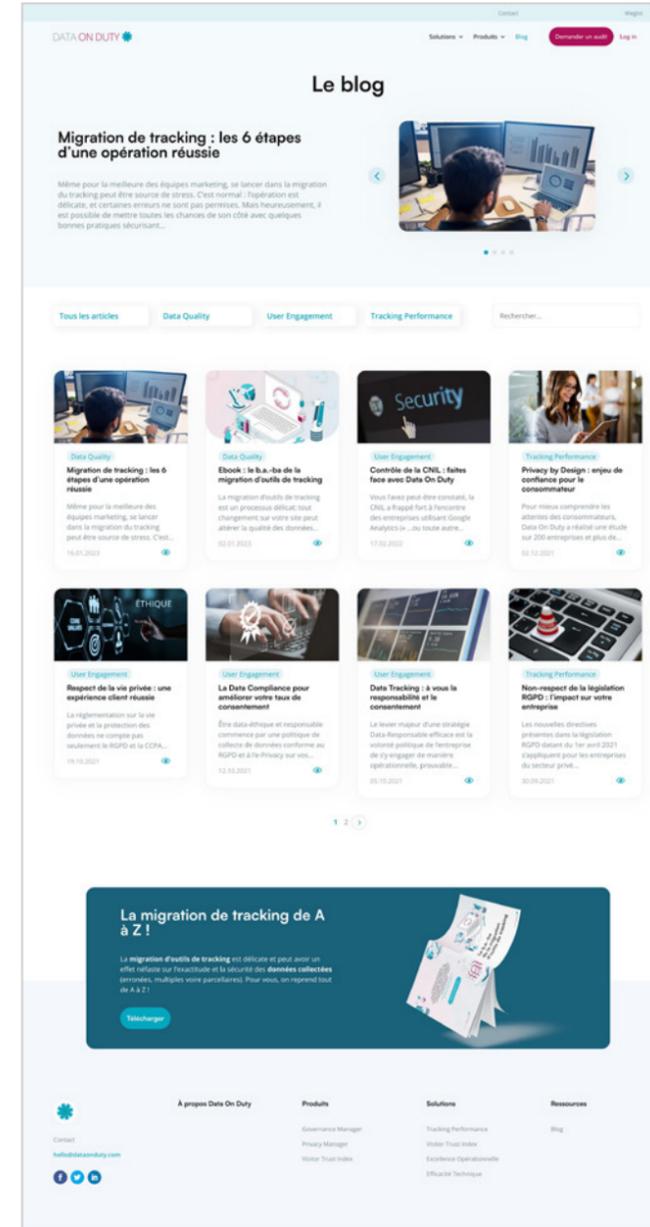
→ Le design a été conçu en suivant la charte graphique et le design system créés par Invox, afin d'harmoniser tous les contenus produits et leur contenant.



Blog Roux Solutions



Expert des solutions de levage, d'arrimage et de manutention depuis plus de 30 ans, Roux Solutions a opéré une profonde transformation digitale et la refonte de sa stratégie marketing. Une des étapes du projet : accompagner le site e-commerce d'un web magazine pour **transmettre toute l'expertise et le savoir-faire** de l'entreprise. Au menu : des guides pratiques, des conseils d'experts et les tendances du marché. Le tout développé avec le CMS HubSpot !



Blog Data On Duty



Parallèlement à la refonte de son site, Data On Duty a souhaité créer un blog dédié aux problématiques de Data Governance, de Tracking Performance et de Privacy. Les articles peuvent **être filtrés par catégorie d'intérêt pour une navigation optimisée**. Le blog est accompagné d'un Resource Center qui centralise tous les formats (cas clients, webinars, glossaires...).



Resource Center Invox



Les cordonniers sont-ils les moins bien chaussés ? Il y a 1 000 choses qu'on aimerait tester sur notre propre Resource Center, mais honnêtement on l'aime déjà pas mal 😊. **Articles de blog, contenus premium (soumis à formulaire ou pas), vidéos et webinars...** le tout par grandes thématiques et dans un style très Invoxien (notamment avec notre collection d'illustrations). Foncez le découvrir et abonnez-vous à notre newsletter !

[Voir le Resource Center >](#)

Continental Europe - EN

GUARDIAN GLASS
See what's possible™ About glass Projects Glass products Who we are Tools & resources

Why glass? > Build with glass > Applications of glass > Glass for facades > Curved glass & bent glass for facades and architectural buildings

Curved glass

Design flexibility without compromising on energy performance

Curved glass allows designers to make a statement with new construction or retrofits that stand out from the square edges and flat surfaces that make up most facades.

- [Bending glass: a technical expertise](#)
- [How curved glass is made: three possible processes](#)
- [Curved glass projects carried out in collaboration with Guardian Glass](#)

When creating a building, architects might be **constrained by the building materials** they work with.

Fortunately, when it comes to glass facades and particularly curved glass, those constraints are now beginning to ease. For the last two decades, **advances** have been made in terms of **production processes** and glass types, offering tighter radii, increased widths, and larger overall dimensions.

Design creativity can be unleashed in the form of new surfaces, contours and shapes, including conical, spherical and free-form 3D, while corners and edges can be softened into curves.

Bending glass: a technical expertise

What remains largely unchanged is the **decisive influence of the glass supplier's expertise in production**; when it comes to making curved exterior glass, process control is everything.

While larger furnaces have been introduced to cater for increases in scale and bending machinery has been enhanced, **matching the performance of the latest flat glazing can be a challenge**. If mastered, the rewards for architects and building users alike are significant.

"To meet the latest building energy regulations, you need to use complex, coated types of glass, these coatings are mechanically and chemically sensitive, so it's difficult to bend them without damage or losses in terms of yield. It means that bending modern architectural coated glass has become a serious specialization - not everybody can do it."

Tamás Kovács, European Technical Services Manager at Guardian Glass

How curved glass is made: three possible processes

Gravity bending

A plate of glass is laid over or inside a curved mould, into which it gradually sinks by gravity alone after being heated to around 1100°F (600°C).



Curved Glass: Design flexibility without compromising on energy performance



Cet **article technique** a pour objectif d'éduquer les architectes au façonnage du verre incurvé. Il explique les différences entre les trois techniques pour incurver le verre et les bénéfices qu'il est possible d'en tirer pour concevoir des projets architecturaux. On y trouve même quelques beaux exemples de projets réalisés avec du verre incurvé.

[Voir le contenu >](#)

Calendrier marketing 2023 : les dates incontournables !

solocal 

Article capital dans la stratégie Inbound Marketing de Solocal, il accompagne la ressource la plus téléchargée de son Resource Center : le calendrier marketing, lancé en 2021. Chaque année, l'article qui l'accompagne est mis à jour et enrichi de nouvelles informations. En 2023, ce sont les top tendances des recherches sur PagesJaunes qui viennent l'enrichir, des données exclusives qui apportent à l'article et à son calendrier une réelle valeur ajoutée.

Voir le contenu >

↳ Le calendrier marketing 2022 a été téléchargé plus de 6 500 fois et son article a reçu 20 650 visiteurs, avec un taux de téléchargements de 31,5 %.

The screenshot shows the article page on the Solocal website. The article title is 'Calendrier marketing 2023 : les dates incontournables !'. The author is Malick, Coach 'Présence Digitale'. The article includes a section titled 'Exclusif : le Top Tendances PagesJaunes' and another titled 'Des résultats précieux pour votre activité'. There is a 'Je télécharge le calendrier 2023 !' button and a 'Partager l'article' section.

SÉRIE DES TEMPS FORTS COMMERCIAUX Soldes d'hiver : quelle stratégie marketing pour booster vos ventes ?

Le Resource Center est animé par une série d'articles reposant sur les temps forts commerciaux des cibles de Solocal et fait vivre son calendrier toute l'année.



Voir le contenu >

“

Nous avons collaboré sur la rédaction des premiers articles du blog PagesJaunes. La compréhension des sujets, les conseils, la rédaction des articles, le suivi de l'équipe ont été une aide précieuse.



Isabelle Mercier Ythier - Solocal

solocal



Copropriété : comment l'ascenseur améliore la qualité de vie des résidents ?



L'ascenseur est devenu un élément ordinaire de notre quotidien. Si bien que nous n'y prêtions souvent plus attention. C'est seulement lorsqu'une panne survient qu'on se rend vraiment compte de son importance ! Précieux pour le maintien de l'autonomie et de la mobilité, notamment dans une copropriété, l'ascenseur est garant de la qualité de vie de vos locataires. On vous explique pourquoi.

L'ascenseur en copropriété : une aide quotidienne

Dans nos modes de vie sédentarisés, beaucoup préfèrent utiliser les escaliers pour compenser leur manque d'activité physique. Cependant, même les plus courageux seront découragés face à 10 étages et pour certaines personnes l'utilisation des escaliers n'est tout simplement pas possible.

Ceux pour qui l'ascenseur est une nécessité

L'absence d'ascenseur ou un mauvais état de marche de celui-ci peut pénaliser les résidents d'un logement collectif. Nous pensons notamment à :

- la mère ou le père de famille devant monter jusqu'à son appartement avec enfants, poussette et courses ;
- la personne en situation de handicap permanente ou temporaire ;
- certaines personnes âgées, limitées dans leurs mouvements.

Le cas du déménagement

"Il y a un ascenseur dans l'immeuble ?" - voici la première question souvent posée à la personne qui nous demande de l'aide pour déménager.

Lors d'un déménagement, l'ascenseur est un élément essentiel pour monter les meubles lourds et les objets encombrants en toute tranquillité.

Destiné aux gestionnaires de copropriétés, cet article aborde l'importance d'une bonne maintenance d'ascenseur pour le bien-être des locataires d'un immeuble résidentiel.

Le but : convaincre (subtilement) les lecteurs-décideurs des nombreux bénéfices des ascenseurs parfaitement fonctionnels : ils facilitent le quotidien et permettent même de limiter l'isolement pour les personnes en mobilité réduite.

[Voir le contenu >](#)

Cet article a ensuite été localisé pour le blog UK de WeMaintain.



Comment organiser l'accueil des nouveaux collaborateurs pour améliorer la gestion des risques ?



Pour limiter les risques d'accident du travail et permettre aux agents de nettoyage d'exercer leur activité en toute sécurité, la mise en place d'un dispositif d'accueil est indispensable. Il s'agit même d'un enjeu fondamental, car un bon processus d'intégration améliore la performance des collaborateurs. Pour faire face à ce défi, Elior Services accueille et accompagne dans la durée toutes ses nouvelles recrues.

Pourquoi préparer l'accueil des nouveaux collaborateurs ?

Une meilleure gestion des risques

Conformément aux articles L. 4121-1 et L. 4121-2 figurant dans le Code du travail, l'employeur est entièrement responsable de la sécurité et de la santé de ses salariés. Il a pour obligation d'informer et de former les nouveaux collaborateurs sur les risques professionnels liés à leur travail.

[Voir le contenu >](#)

Destiné aux directeurs techniques et directeurs des Services Généraux, cet article a pour objectif d'informer sur l'importance de l'accueil des nouveaux collaborateurs et de leur formation sur les thèmes Santé et Sécurité pour limiter les risques d'accidents. Il fait également un focus sur les processus mis en place par les équipes Santé et Sécurité d'Elior Services, conformément aux normes et réglementations officielles.



Contrôle qualité du soudage laser : les enjeux, le métier

Laser Rhône Alpes
LRA - laser welding



PROJETS & ÉTUDES TECHNOLOGIE LASER ZOOM TECHNIQUE

2 décembre 2022 ⌚ Temps de lecture : 7 minutes

Le soudage laser est une opération complexe, réglementée par une ensemble de normes. Elle s'adapte à leurs exigences en matière de qualité. Il n'y a donc pas de place pour l'improvisation ou l'approximation : le processus et le contrôleur qualité, son incarnation.

Principales missions d'un contrôleur qualité

En cas de défaut de soudage (pièces non conformes à la qualité exigée), la production entière est à revoir... L'une ligne de production.

Il conduit des opérations de contrôles minutieuses qui permettent d'assurer la qualité de fabrication des pièces associées à son activité. À ce titre, il intervient très tôt dans la relation client – dès la **retranscription des besoins**.

Son rôle est de prendre en compte les **particularités produits** demandées par l'activité du client afin de mettre en œuvre des solutions adaptées.

Il doit aussi être en veille permanente, pour se tenir au courant auprès des fournisseurs, dans les salons et les nouvelles technologies.

Le **métier de contrôleur qualité** est en constante évolution, car il faut être bien formé aux différents contrôles et maîtriser toujours de nouveaux moyens de contrôler les pièces.

Voir le contenu >

Cet article fait partie d'une série décrivant les différents métiers de la soudure laser.



Best of du blog Bon & Bon : nos meilleurs conseils pour la rentrée

elior @



UN MENU ÉQUILIBRÉ =

Un légume cru ou un fruit cru + Une viande, un poisson, des œufs ou un produit source de protéines végétales + Un féculent + Un produit laitier

Voir le contenu >

Un bon challenge SEO. Pas question de bourrer l'article de liens et risquer d'impacter négativement son référencement. Chaque lien – 4 pour cet article de 1 200 mots – a été choisi avec soin.



Top 3 crushing set-ups for concrete recycling



Les gravats peuvent être transformés en matériaux de construction sur le lieu même d'un chantier : un gain de temps et d'argent non négligeable, et un argument de poids pour les prospects de Machinery Partner. Cet article entre **au cœur des machines** pour passer en revue trois types de concasseurs différents et montrer les solutions existantes pour chaque problématique client. De quoi les aider à faire leur choix rapidement !

Imagine turning what would otherwise have been thrown away or dumped into a useful aggregate that can help your business make money and save the planet at the same time. Want to know more? In this article we will show you the different types of crusher and help you choose one that fits your business best.



Most common crushers: jaw vs impact

Jaw crusher

The name jaw comes from the mechanical action of the crusher breaking up rock and concrete in the same way our jaws break up food. One fixed and one swinging plate allows the crusher to easily break up concrete slabs and other hard, abrasive materials. Crushed output will be more slate-like with an oblong shape because it

Voir le contenu >



Les associations et les ONG ont besoin de cybersécurité



ONG et associations : des proies potentielles pour les cybercriminels

L'usage des outils informatiques pour fonctionner et se financer

Dès lors qu'une structure est « connectée », elle peut être victime de cyberattaques. C'est pour cette raison que la sécurité des systèmes informatiques est l'affaire de tous.

Comme toute organisation, les associations et ONG utilisent au quotidien des outils numériques connectés à internet pour héberger leur site, échanger des mails, mais aussi lever des fonds - campagnes de **crowdfunding** ou cagnottes en ligne, appels aux dons hébergés sur un site internet, etc.

Tous ces points d'entrées sont autant de **surfaces d'attaques potentielles** pour les cybercriminels, afin de détourner l'argent que ces organisations récoltent par exemple, de compromettre leur fonctionnement ou d'accéder à des données sensibles.

Le traitement des données à caractère personnel

La question de la protection des **données à caractère personnel** et leur gestion sont

Toutes les structures doivent prendre conscience des risques cyber et y être sensibilisées afin de limiter les attaques et se conformer à la réglementation. Les ONG et associations ne font pas exception : cet article explique donc **pourquoi il est temps de protéger de telles organisations**, et comment le faire correctement grâce à l'accompagnement d'Advens.

Voir le contenu >



Le casse-tête de la soudure titane avec inox : interview d'expert



La soudure laser est un processus industriel qui n'a pas encore révélé toutes ses possibilités. À travers son partenariat avec le Laboratoire Interdisciplinaire Carnot de Bourgogne (ICB), Laser Rhône Alpes explore les soudures laser complexes. Dans cette interview, un expert présente sa thèse « Étude de l'influence de la métallurgie et de la microstructure sur la tenue des assemblages titane-acier par faisceau laser », réalisée grâce au soutien de Laser Rhône Alpes. **Objectif : Thought Leadership !**

Voir le contenu >



Interview : les légumineuses réinventent la pâtisserie



Les légumineuses ont un rôle essentiel dans la diversification des protéines consommées par les enfants. Haricots, pois chiches ou fèves s'invitent dans les recettes – mais pas seulement en accompagnement du plat principal ! Chez Elixir, de nouvelles recettes de desserts ont fait leur apparition. Leur particularité ? Elles sont réalisées à base de légumineuses... Une tradition japonaise que nous explique le chef pâtissier Maurice Jean Carton.

Comment avez-vous découvert l'utilisation des légumineuses en pâtisserie ?

Maurice Jean Carton — Au Japon, où j'ai vécu et travaillé pendant onze ans, ils ont ce que l'on appelle les wagashi. Ce sont des pâtisseries traditionnelles japonaises, qui sont notamment à base d'azuki, un haricot rouge très populaire en Asie. On le déguste sous forme de garniture sucrée pour le montage de gâteaux. J'ai trouvé ça extraordinaire. Les pâtisseries traditionnelles au Japon sont très appréciées, au moment du thé par exemple. Et il est de coutume d'offrir des pâtisseries à

L'un des enjeux des cantines scolaires est de diversifier les apports en protéines dans les menus, et donc d'introduire davantage de légumineuses dans les recettes. Rencontre avec le chef Maurice Jean Carton, qui a imaginé pour Elixir une dizaine de pâtisseries à base de haricots, pois chiches et azuki. Un bon moyen d'inciter les acteurs de la restauration collective à marier plaisir et nutrition avec un **article pédagogique** qui positionne Elixir Enseignement et Santé comme référence sur le sujet.

Voir le contenu >

Akuiteo – Tableau Software : le drill down facilité par la data visualisation



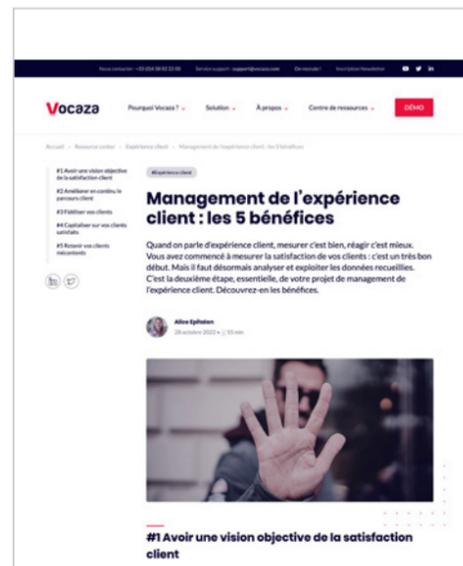
Digiposte – Clôture de l'exercice comptable : quand et comment procéder ?



Lafuma Mobilier – Votre restaurant est-il éco-responsable, de la salle à l'assiette ?



Vocaza – Management de l'expérience client : les 5 bénéfices



Carmila – Digitaliser son point de vente : 6 raisons de se lancer



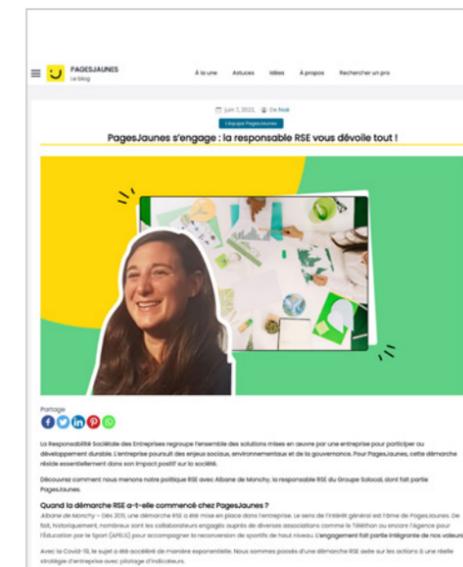
Metron – Interview – Kayros : l'imagerie satellite comme outil de mesure des risques climatiques



WeMaintain – Interview – Maintenance des ascenseurs des hôtels Hyatt Regency : témoignage client



PagesJaunes – Interview – PagesJaunes s'engage : la responsable RSE vous dévoile tout !



Dispositifs SEO



Du SEO, miam-miam !

98 % des équipes marketing B2B courent après un meilleur référencement sur Google, et les pages du site ou les articles d'un blog ne suffisent pas toujours. D'où des formats spécifiques SEO : cocons sémantiques, pages piliers et glossaires !

Formats rédactionnels

Dispositifs SEO

Ebooks & formats téléchargeables

Use Case Factory

Vidéos

Infographies & formats visuels

Pages de site

LP, E-mails & Newsletters

Formats LinkedIn et Social Media

Sales Content

“

Nous souhaitons optimiser et créer des contenus sur des problématiques logicielles et juridiques. Nous avons obtenu des résultats très satisfaisants avec un gain de positions significatif, et ce avec une réactivité sans faille.



Héloïse Riot-Noreck – Fiducial



Drive-to-Store : le digital pour booster le trafic en magasin



Pour positionner Solocal comme le partenaire de confiance de tous les pros en termes de digital, nous avons créé pas moins de **8 pages piliers**, à destination des commerçants, TPE et PME qui font leurs premiers pas sur le web.

Ces pages sont les 3 plus performantes du site. La page consacrée au Drive-to-Store enregistre environ 10 000 impressions par mois, avec un taux de clic de 1 %. Elle se place même en « **featured snippet** » sur Google !

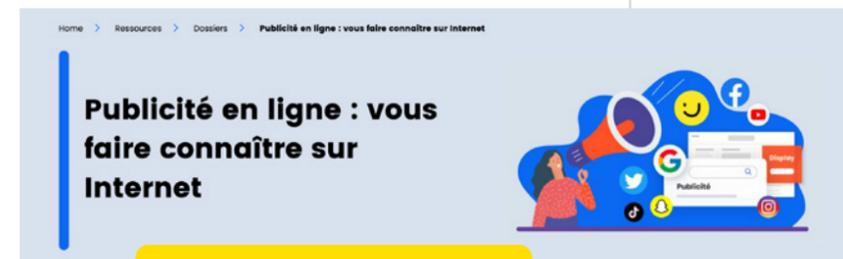
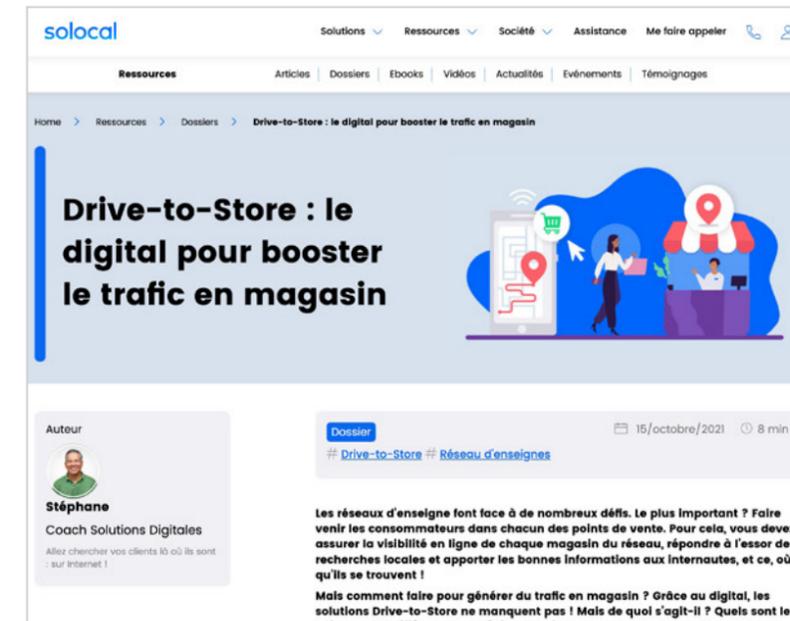
Voir le contenu >

Les cocons ont permis de positionner près de 170 mots-clés en position 1 sur Google, dont de nombreux « featured snippets ».

Le Drive-to-Store, c'est l'ensemble des actions marketing utilisées pour attirer les consommateurs vers un point de vente physique à travers le web et les technologies mobiles. Tous les outils et leviers déployés sont digitaux.
15 oct. 2021
<https://www.solocal.com> > Ressources > Dossiers > Drive-to-Store : le digital pour booster le trafic en magasin



À propos des extraits optimisés • Commentaires



Voir le contenu >



Voir le contenu >

1 Qu'est-ce qu'une solution Drive-to-Store ?

Drive-to-Store : enjeux marketing et définition

Le **Drive-to-Store**, c'est l'ensemble des **actions marketing** utilisées pour attirer les consommateurs vers un point de vente physique à travers le **web** et les **technologies mobiles**. Tous les outils et leviers déployés sont digitaux. Il peut s'agir, par exemple, d'envoyer un SMS marketing pour inciter vos clients à visiter un magasin ou de proposer un service de Click-and-Collect sur votre site internet.
La **solution Drive-to-Store** est un véritable enjeu stratégique et de pilotage pour les réseaux d'enseigne. Avec le Drive-to-Store, vous augmentez :

- la venue d'une clientèle,
- le trafic en magasin et, par conséquent...
- ... votre chiffre d'affaires !

L'enjeu principal du Drive-to-Store : générer du trafic en magasin

Malgré l'essor du e-commerce, les achats en ligne ne représentent qu'une petite partie du pourcentage des ventes totales d'une entreprise. Le chiffre tourne autour des 20 %... Les Français privilégient encore les points de vente physiques pour finaliser leurs achats. L'enjeu principal des réseaux d'enseigne reste donc inchangé : **générer du trafic en magasin** pour soutenir leur chiffre d'affaires.
Ces dernières années, le **comportement ROPO** (*Research Online, Purchase Offline*) s'est largement accentué : les consommateurs se renseignent sur internet et se rendent ensuite en magasin pour acheter.
On comprend alors l'importance de la **digitalisation des actions de communication et du point de vente** pour attirer du trafic en magasin physique. En effet, le digital est un puissant levier pour inciter les consommateurs à venir vous rendre visite en boutique et pour ensuite augmenter votre chiffre d'affaires.
Les études le prouvent, le web est un canal très prisé au quotidien par l'ensemble des Français. Il est donc indispensable pour les réseaux d'enseigne d'être visible en ligne et de déployer une **stratégie Drive-to-Store** performante pour s'adapter aux nouvelles attentes et aux besoins des consommateurs.

Quelles différences entre la définition du Drive-to-Store et celle du Web-to-Store ?

Drive-to-Store, Web-to-Store... Quelle différence ? Les deux solutions représentent le même enjeu pour les réseaux d'enseigne : s'appuyer sur des stratégies marketing et des outils digitaux pour **générer du trafic en magasin**.
La principale différence est la manière d'attirer le consommateur vers un point de vente physique.

- Le **Web-to-Store** : cette stratégie s'adresse aux **internautes statiques** qui consultent internet à la maison ou au bureau.
- Le **Drive-to-Store** : historiquement, le Drive-to-Store concernait les **consommateurs en mouvement**. Il se traduisait principalement par des actions **offline**, comme l'utilisation de panneaux publicitaires routiers. Les consommateurs pouvaient, par exemple, voir une affiche pour un supermarché lorsqu'ils conduisaient.

Aujourd'hui, le Drive-to-Store a évolué et concerne toutes les stratégies qui visent les **mobinautes**, soit les utilisateurs de smartphone (qui sont donc aussi en mouvement) ou les usagers des GPS connectés.

Le saviez-vous ?

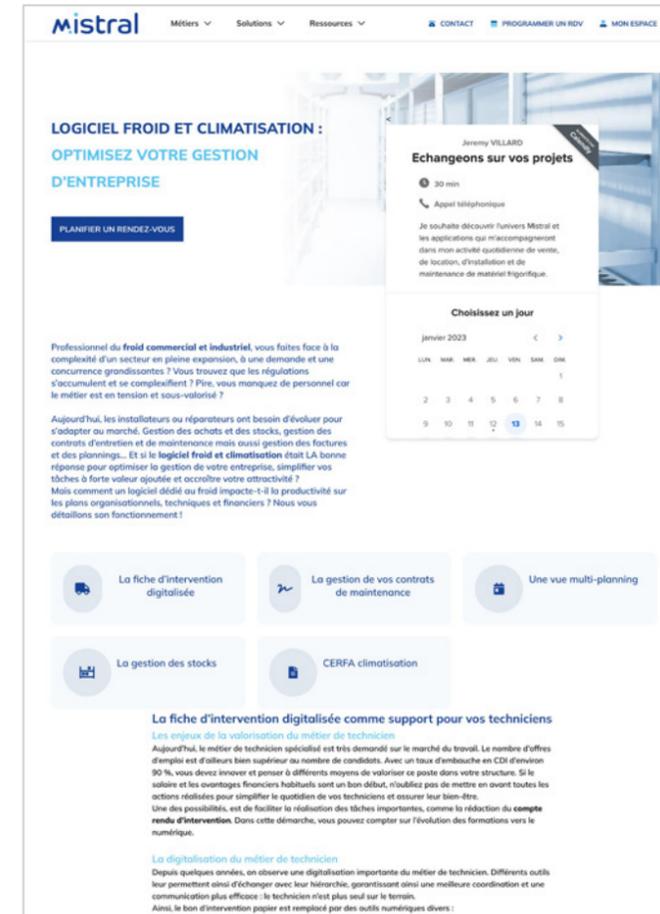


Voir le contenu >

Enregistrer une vidéo pour l'enseignement : le guide complet



La page pilier et les 5 articles du cocon ont été créés pour positionner Ubicast sur la requête « enregistrer une vidéo » (mot-clé principal de la page pilier) et sur les sous-thématiques liées à la requête principale (« flux vidéo », etc.). Le cocon s'adresse à la cible « enseignement » pour expliquer les différentes possibilités d'enregistrement vidéo – en montrant l'accompagnement proposé par Ubicast lorsque c'est pertinent !



Voir le contenu >

Logiciel froid et climatisation : optimisez votre gestion d'entreprise



Cette page pilier s'inscrit dans le cadre du lancement de la nouvelle offre ERP Froid Industriel de Mistral. L'objectif : positionner le site de Mistral en one-stop-shop sur le sujet et lui donner du poids aux yeux de Google avec une page qui décortique en long, en large et en travers tout ce qu'il y a à dire sur la requête « logiciel froid et climatisation ».

La prise de rendez-vous peut se faire directement depuis la page pilier, ce qui favorise le SEO mais aussi la conversion de leads.

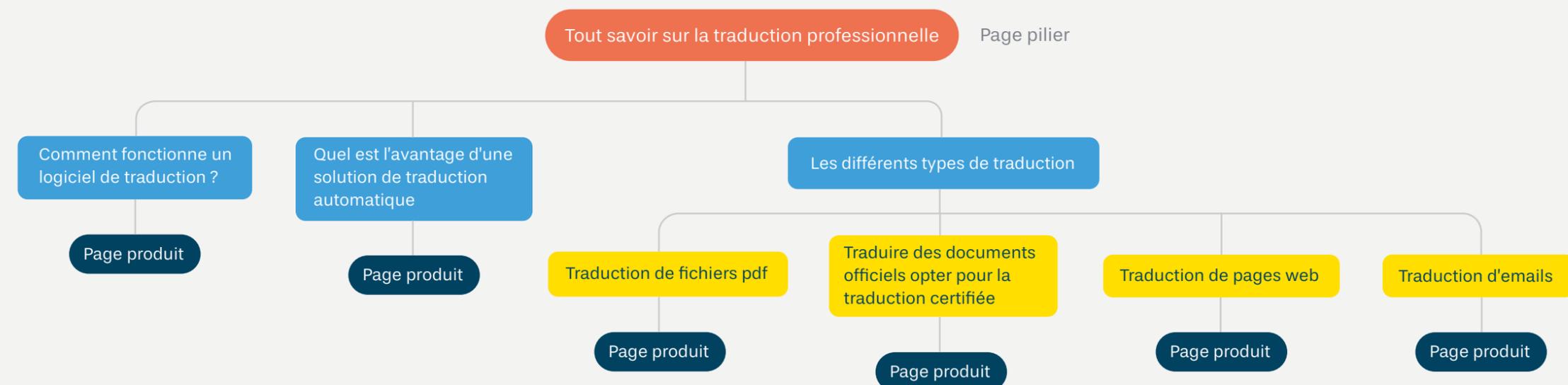
Tout savoir sur la traduction professionnelle



Ce cocon est composé d'une page pilier (avec une illustration dédiée créée par Invox), de trois pages filles et de quatre pages petites-filles, pour vraiment... **tout savoir sur la traduction professionnelle**. Ce cocon est le moyen de démontrer à Google – qui adore ces poches de contenus homogènes – que l'on est expert d'un sujet et qu'on le couvre en totalité.

[Voir le contenu >](#)

The screenshot shows the top part of the SYSTRAN website page. It includes the SYSTRAN logo, navigation menu, and the main heading 'Tout savoir sur la traduction professionnelle'. Below the heading, there is introductory text about professional translation, followed by several sections with sub-headers like 'Quel est l'avantage d'une solution de traduction automatique?', 'Pourquoi utiliser un traducteur de langue automatique?', 'Traduction automatique, quel usage pour les traducteurs? Zoom sur les outils de TAO', 'Comment fonctionne un logiciel de traduction professionnel?', and 'Les différents types de traduction'. The page layout is clean and professional, with a focus on providing detailed information about translation services.



Qu'est-ce qu'un SOC ? Définition du Security Operations Center



Destiné à une cible de SOC Manager, de RSSI, de consultant en cybersécurité ou encore en stratégie digitale, ce cocon sémantique a pour objectif d'évangéliser sur le sujet du SOC (Security Operations Center) et de présenter l'offre de service mySOC d'Advens, pure-player indépendant de la cybersécurité et spécialiste du modèle « Security-as-a-Service ».

Voir le contenu >

Une bonne intégration peut faire la différence !
La page pilier est fluide et agréable à lire : elle n'est pas là uniquement pour plaire à Google.



Qu'est-ce qu'un SOC ? Définition du Security Operations Center

Un SOC (Security Operations Center ou centre des opérations de sécurité) est un processus mis en place pour protéger le système d'information d'un client. Un SOC, c'est une mission et un périmètre d'exécution précis et une protection 24/7 des éléments stratégiques d'une organisation : ses users / clients ; ses collaborateurs ; ses données ; ses actifs.

Les SOC font face à un enjeu de taille : alors qu'un processus est censé être stable et normé, un SOC est conçu pour s'adapter aux menaces qui cherchent à prendre des formes méconnues pour rester les plus efficaces possibles. Un SOC est ainsi un processus en constante évolution.

SOC : définition et vue d'ensemble



Pourquoi déployer un SOC ?

Les nouvelles vulnérabilités d'une entreprise, liées à des logiciels malveillants, à un accès non sécurisé à des données ou à une défaillance humaine, augmentent plus rapidement que la capacité des organisations à les détecter puis à les traiter. Par exemple, à l'aide de patching, en sensibilisant les collaborateurs à la cybersécurité ou encore en segmentant le réseau de l'entreprise.

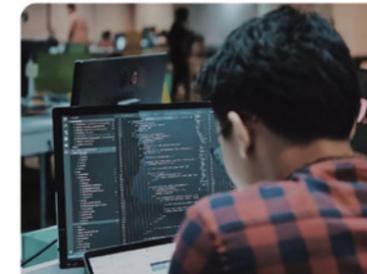
L'objectif premier d'un SOC ou centre opérationnel de sécurité est donc de protéger 24/7 les éléments stratégiques d'une organisation, les points d'accès potentiellement vulnérables et l'usage des données sensibles d'une entreprise.

35 %

35 % des cyberattaques menées entre 2019 et 2022 proviennent de méthodes d'attaques jusque-là encore inconnues (Stoik, 2022).

Le SOC doit pouvoir être suffisamment agile pour couvrir tout nouveau périmètre d'une organisation où des données stratégiques seraient à risque. Être suffisamment agile induit de détecter toute nouvelle donnée permettant d'identifier des comportements anormaux et malveillants sur ces périmètres, afin de prévenir tout problème de sécurité.

La surveillance sans interruption délivrée par un SOC sur l'activité de la totalité du système de gestion d'information (endpoints, réseaux, serveurs, base de données) permet



Comment fonctionne un SOC nouvelle génération ?



Le SOC : un processus big data

L'avenir d'un SOC est orienté sur l'analyse et le traitement de données encore méconnues pour limiter des cyberattaques en constante évolution. Il se met donc perpétuellement à jour, au rythme des techniques des hackers.

Le fonctionnement d'un SOC doit intégrer dans son périmètre de surveillance différents environnements :

- Environnement Cloud
- Environnement applicatif
- Environnement industriel connecté

Un SOC doit aussi faire le lien entre l'entreprise et la réalité de la menace grâce au machine learning. Cela est possible en complétant toutes les données de contexte de l'entreprise (ses vulnérabilités), la réalité de la menace déterminée par la CTI et l'évolution de la menace par la mutualisation de détection d'incidents auprès de plusieurs clients.

L'ère du Cloud a développé la possibilité de mutualiser les infrastructures de défense pour apprendre de plusieurs contextes en simultané. Cette mutualisation permise par des solutions XDR (eXtended Detection and Response) dans le Cloud contribue à l'amélioration en continu de la précision des détections d'incidents de sécurité.

Ce principe d'intelligence collective est enfin mis en application au service de la cyberdéfense, alors qu'elle est déjà exploitée par les cyberattaquants depuis longtemps.



Équipes SOC et équipes client : les modes d'interaction

Un processus clair doit être établi sur le mode d'interaction entre les parties prenantes, que cela concerne l'équipe du SOC et le client. Pour cela, il faut déterminer :

- Qui détecte les menaces ?
- Quel processus pour investiguer et répondre aux incidents de sécurité ?
- Comment être sûr d'avoir la bonne visibilité ?
- Quel plan de remédiation ?

Pour définir les rôles et les périmètres de chacun, chaque entreprise choisit son mode de mise en place du SOC, parmi trois options :

- 1 Externalisé à 100%
- 2 Hybride
- 3 Internalisé

Outils SOC : 6 services d'un centre des opérations de sécurité

Un centre opérationnel de sécurité contient différents outils SOC pour détecter et analyser les

Glossaire Roux Solutions



Roux Solutions est un spécialiste en solutions et accessoires de levage et de manutention. C'est dans le cadre d'une création de blog – effectuée sur HubSpot – que nous avons produit un glossaire regroupant 25 définitions liées à leurs expertises : avec des dizaines de termes techniques, d'accessoires et d'appareils, il s'agit d'une mine d'or pour le **référencement naturel** et la visibilité du blog.

[Voir le glossaire >](#)

The screenshot shows the main page of the Roux Solutions glossary. It features a navigation bar with links for 'GUIDES PRODUITS', 'CONSEILS D'EXPERTS', 'ACTUS ET TENDANCES MARCHE', and 'GLOSSAIRE'. The main heading is 'Glossaire Roux Solutions' with an alphabetical index below it. The content is organized into a grid of definition cards, each with a letter header and a 'Lire la définition' button.

- A**
 - Anneau de levage**: Accessoire permettant de relier une charge à une manille ou à un crochet de levage, l'anneau de levage se trouve sous différentes formes : fixe ou ...
 - Arrimage**: L'arrimage est le dispositif permettant de maintenir une charge en place (colis, marchandises, cartons, palettes, engins de chantier...) lorsqu'elle ...
- C**
 - Carnet de maintenance**: Les sociétés utilisant quotidiennement des machines et accessoires de levage qui nécessitent un entretien régulier doivent déclarer les opérations de ...
 - Coefficient de frottement**: Le coefficient de frottement, également appelé coefficient de friction, correspond au rapport entre la force de glissement et la force de maintien ...
 - Contrôle périodique**: Les appareils et accessoires de levage nécessitent des contrôles périodiques permettant de s'assurer de leur maintien en conformité. L'objectif : ...
 - Cric de levage**: Appareil indispensable pour la manutention de charges lourdes, le cric de levage est un outil à placer sous une charge afin de la décoller du sol. Il ...

The screenshot shows a detailed view of the 'Anneau de levage' article. It includes a search bar, the article title, a brief introduction, and several sections of detailed text.

- Des caractéristiques techniques variées**: Il existe deux modèles :
 - Anneau de levage à visser** : il est souvent de forme arrondie et comporte une tige en métal fileté. Les modèles les plus connus sont ceux de type DIN 580 (anneau mâle) et DIN 582 (anneau femelle).
 - Anneau de levage à souder** : ce modèle est en forme de D et comporte un étrier à souder par l'opérateur.
- Anneau de levage fixe ou articulé : lequel choisir**: Un anneau de levage fixe ne s'installe pas de la même façon que sa version articulée. La différence tient au nombre de points de levage pour lever une charge :
 - Les opérateurs utilisent des **anneaux fixes** lorsqu'ils doivent lever une charge via un **seul point de levage**. À savoir que ces modèles ne sont pas adaptés pour être utilisés sur le côté des charges à lever.
 - Les **anneaux de levage rotatifs ou articulés** sont utilisés lorsque **2 et 4 points de levage** sont nécessaires pour lever une charge. Ils permettent des pivotements et aux rotations de l'anneau, ce modèle peut être utilisé sur le côté des charges sans danger de chute.
- Anneau de levage à visser ou à souder : guide d'utilisation**
 - L'anneau de levage à visser et celui à souder s'utilisent sur des **structures métalliques** (châssis mécano-soudés ou des bâtiments).
 - L'anneau à souder s'installe de **façon permanente** sur un poste de travail alors que celui à visser est **démontable** : il peut être installé et retiré ponctuellement de chantier en chantier ou d'opération en opération.
 - L'anneau à visser, contrairement au modèle à souder, peut s'utiliser sur un moule.

At the bottom, there is a 'Suivant' button and a navigation bar with categories: levage, protection, équipement, architecture, arrimage.

5 — Les définitions du référencement

Algorithme Google
L'algorithme Google est en constante évolution. C'est lui qui va analyser la qualité et la pertinence d'un site ou d'une page web et décider de son classement dans les résultats de recherche Google. [Lire la définition complète >](#)

Balise
La balise fait partie du système de codage HTML, il s'agit d'un langage informatique qui permet de construire la mise en forme d'une page ou d'un site web. [Lire la définition complète >](#)

Duplicate content
Le duplicate content concerne tous les contenus identiques (équivalents) sur un même site internet, ou sur différents sites. Cette pratique endommage le référencement naturel des sites concernés. [Lire la définition complète >](#)

Google Search Console
Google Search Console est un outil qui permet d'optimiser la visibilité d'un site web sur Google, et donc d'améliorer son classement dans les résultats de recherche. [Lire la définition complète >](#)

Maillage interne
Le maillage interne, qui prend la forme de liens hypertextes, permet de relier des pages d'un même site entre elles afin de faciliter la navigation de l'internaute. [Lire la définition complète >](#)

Meta description
La meta description est une balise HTML qui permet de décrire le contenu d'une page ou d'un site internet. Il s'agit de courtes descriptions que l'on voit s'afficher sur les moteurs de recherche après une requête. [Lire la définition complète >](#)

Mot-clé
Le mot-clé est un terme, une expression ou un groupe de mots utilisé par les internautes pour trouver du contenu sur les moteurs de recherche. Les mots-clés permettent d'optimiser le référencement naturel d'une page ou d'un site internet. [Lire la définition complète >](#)

Netlinking
Le netlinking est un levier du référencement naturel qui consiste à booster la visibilité d'un site web grâce à la multiplication des liens externes qui renvoient vers ce dernier. [Lire la définition complète >](#)

Référencement naturel
Le référencement naturel, aussi appelé SEO, rassemble l'ensemble des techniques et leviers permettant d'optimiser la position d'un site ou d'une page web sur les moteurs de recherche. [Lire la définition complète >](#)

Référencement payant
Le référencement payant, aussi appelé SEA, consiste à booster la visibilité d'une page ou d'un site internet sur les moteurs de recherche via des campagnes de publicité et l'achat de mots-clés. [Lire la définition complète >](#)

SERP
Le SERP, ou Search Engine Result Page, désigne les pages de résultats qui sont générées par les moteurs de recherche (comme Google) après qu'une requête soit effectuée par un internaute. [Lire la définition complète >](#)

Social Media Optimization
La SMO est une stratégie qui regroupe un ensemble de techniques permettant d'optimiser la visibilité et l'image d'un site ou d'une page web sur les médias sociaux. [Lire la définition complète >](#)



6 — Les définitions de la publicité digitale

Display
Le Display, ou publicité d'affichage en français, est un format classique en marketing. Il désigne des espaces publicitaires sur des sites internet ou sont affichées des publicités digitales (des photos, des vidéos ou encore des GIF). [Lire la définition complète >](#)

Earned Media
Le Earned Media est une exposition gratuite d'une entreprise sur internet. Il s'agit des retombées générées de manière spontanée par les clients. [Lire la définition complète >](#)

Google Ads
Google Ads est la régie publicitaire de Google qui permet de créer des annonces publicitaires sur le moteur de recherche via l'achat de mots-clés. [Lire la définition complète >](#)

Native Advertising
Le Native Advertising est un format de publicité digitale qui a la particularité de s'intégrer parfaitement à une page web en reprenant les codes graphiques de son environnement. [Lire la définition complète >](#)

Paid Media
Le Paid Media concerne l'ensemble des canaux de communication et marketing payants exploités par une entreprise sur d'autres plateformes digitales ou sites internet. [Lire la définition complète >](#)

Publicité digitale
La publicité digitale est un levier incontournable en marketing. Il s'agit d'une campagne publicitaire affichée sur un site internet ou un moteur de recherche. [Lire la définition complète >](#)

Publicité Facebook
Le déploiement de publicités Facebook se fait avec l'outil Facebook Ads qui permet un ciblage très précis sur les critères sociodémographiques et comportementaux. [Lire la définition complète >](#)

Publicité Instagram
Faire de la publicité sur Instagram est idéal pour travailler l'image d'une marque, gagner en notoriété et engager une communauté de manière visuelle et créative. [Lire la définition complète >](#)

Publicité programmatique

solocal Solutions Ressources Société Assistance Me faire appeler 33 38 Mon compte

Articles | Dossiers | Ebooks | Vidéos | Actualités | Evénements | Témoignages

Home > Ressources > Dossiers > Définitions du marketing digital : les termes incontournables

Définitions du marketing digital : les termes incontournables

Auteur

Malick
Coach "Présence Digitale"
Mes tips pour une présence sur le web réussie !

Sommaire

- 1 - Les définitions du parcours client à l'ère digitale
- 2 - Les définitions du marketing digital local
- 3 - Les définitions du marketing digital direct
- 4 - Les définitions du marketing de

Dossier

14/septembre/2022 6 min

Glossaire # Tous secteurs

Les experts Solocal ont défini pour vous les termes incontournables du domaine du marketing digital. Nous revenons sur toutes les techniques, les outils et les stratégies marketing à connaître pour faire vivre et évoluer votre activité sur internet. Venez expert à votre tour : grâce à ce dictionnaire complet, le marketing digital n'aura plus aucun secret pour vous !

1 — Les définitions du parcours client à l'ère digitale

Click and Collect
Le Click and Collect est un service proposé aux clients leur permettant de commander un produit en ligne et de venir le récupérer plus tard en magasin. [Lire la définition complète >](#)

Cross canal
Le cross canal est une stratégie qui consiste à multiplier les parcours clients via différents canaux, dans le but de proposer une expérience client optimale. [Lire la définition complète >](#)

Drive-to-Store
La stratégie Drive-to-Store consiste à attirer les internautes dans un point de vente physique via différents leviers digitaux sur mobile. [Lire la définition complète >](#)

Omnicanal
Déployer une stratégie omnicanale permet de mobiliser des canaux marketing digitaux et traditionnels, et de créer des liens entre eux pour fluidifier le parcours client. [Lire la définition complète >](#)

Store Locator
Le Store Locator est une solution efficace qui permet de géolocaliser les différents points de vente physique d'un réseau sur le site internet de l'enseigne ou de la marque afin d'en optimiser la visibilité digitale. [Lire la définition complète >](#)

Web-to-Store
Le Web-to-Store est un ensemble de stratégies marketing qui ont pour but d'augmenter le trafic en magasin grâce à des techniques digitales sur différents canaux. [Lire la définition complète >](#)

2 — Les définitions du marketing digital local

Marketing local
Le marketing local est une stratégie qui comprend tous les leviers pour atteindre sa cible dans une zone géographique précise, afin de générer du trafic sur un site internet et en point de vente. [Lire la définition complète >](#)

Référencement local
Le référencement local, aussi appelé SEO local, est une technique marketing qui permet d'optimiser la visibilité d'un site ou d'une page web dans les résultats de recherche locale sur Google. [Lire la définition complète >](#)

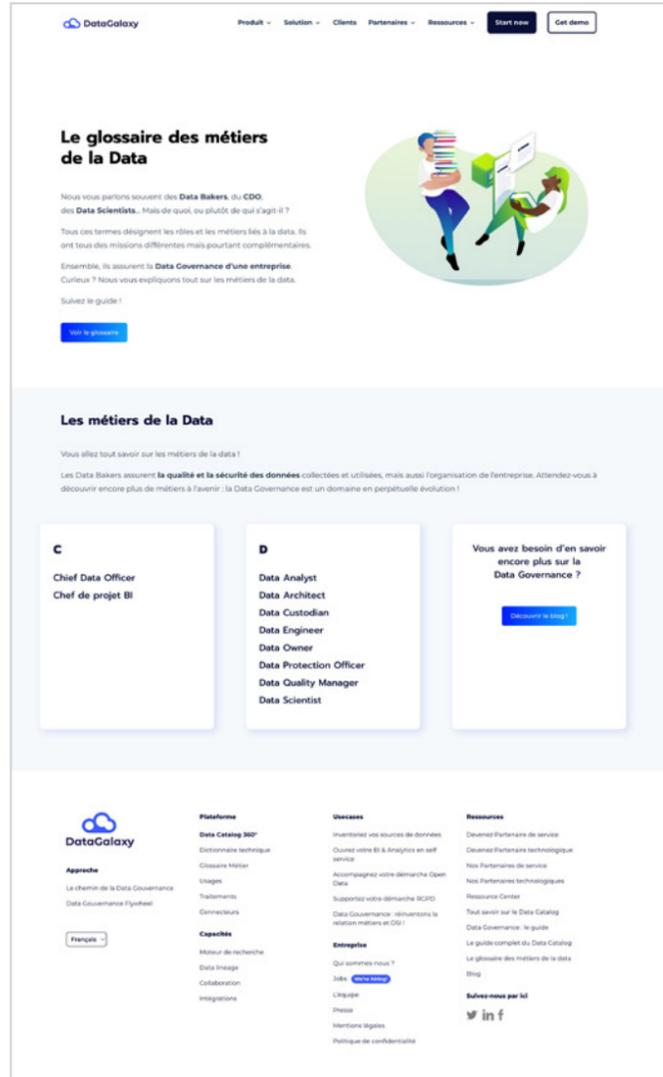
Zone de chalandise
Une zone de chalandise se définit comme la zone géographique d'influence d'une entreprise ou d'un commerce. Elle correspond à l'environnement dans lequel évolue une activité. [Lire la définition complète >](#)

Définitions du marketing digital : les termes incontournables



Solocal accompagne des TPE et PME dans leur stratégie marketing et leur développement digital. C'est dans un objectif de visibilité que nous avons créé un **grand glossaire du marketing digital** qui regroupe 53 termes indispensables, qu'il s'agisse d'outils, de techniques, ou de stratégies. Ces définitions alimentent également le Resource Center de Solocal sous forme d'articles, et sont maillés dans une page « hub » intégrée au blog.

[Voir le glossaire >](#)

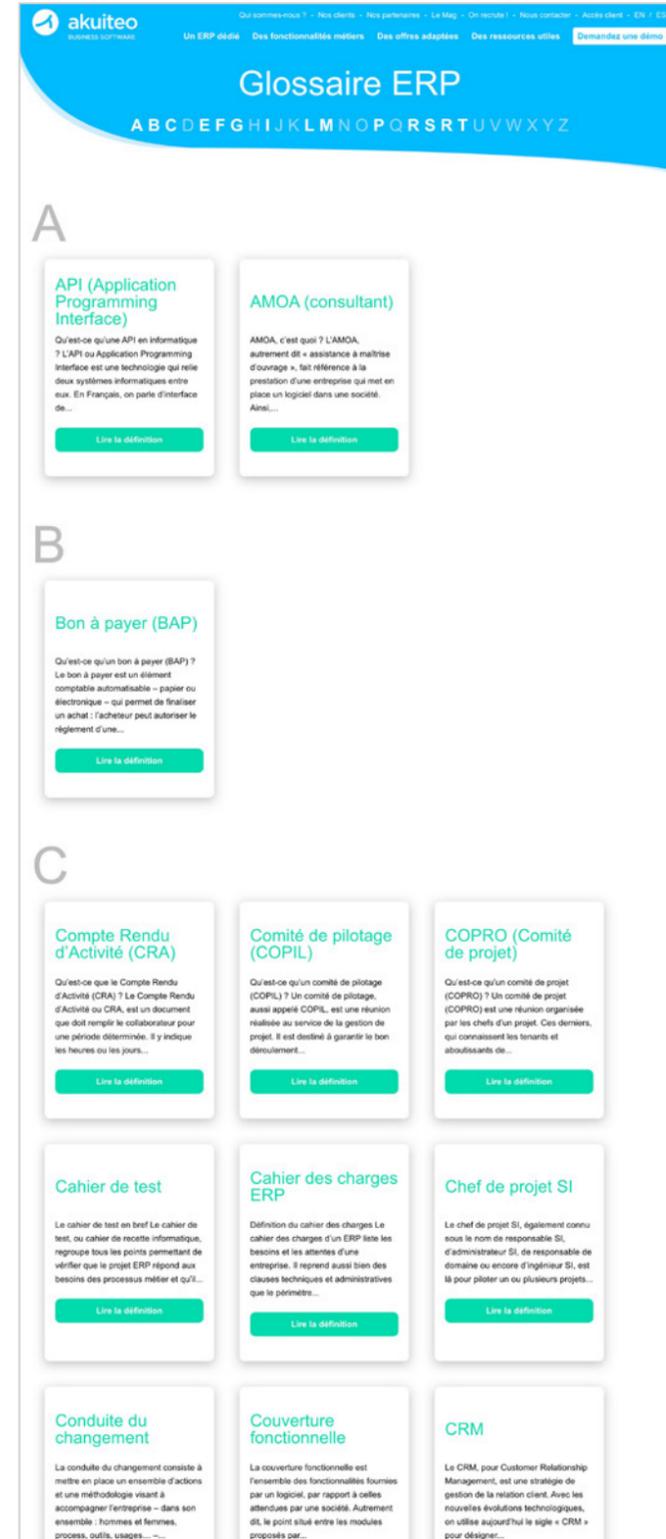


Le glossaire des métiers de la Data



Un contenu pour tout comprendre sur la data : voici l'ambition de ce glossaire DataGalaxy. On y retrouve un ensemble de définitions concernant les différents métiers et expertises du vaste monde de la data : Data Analyst, Data Architect, Data Custodian, et bien plus ! Ou comment asseoir sa visibilité, son expertise et **doper son maillage interne**.

[Voir le glossaire >](#)



Glossaire ERP



Créé pour l'éditeur et intégrateur du logiciel de gestion intégrée Akuiteo, ce glossaire définit et explore l'ERP, acronyme anglo-saxon signifiant « Enterprise Resource Planning » (ce qui se traduit en français par « progiciel de gestion intégré »). Cet ensemble de **36 définitions** est destiné aux AMOA (assistants à maîtrise d'ouvrage) et aux consultants d'aide au choix.

[Voir le glossaire >](#)

Tout savoir sur l'expérience client en 10 questions



Accueil > Tout savoir sur l'expérience client en 10 questions



L'ère du tout produit est terminée depuis longtemps... Aujourd'hui, le centre de la relation commerciale, c'est le client. Pour qu'une entreprise soit performante, elle doit lui délivrer une expérience de qualité. Mais que recouvre exactement le concept d'expérience client ? On fait le tour de toutes les questions sur le sujet.



Expérience client : 10 questions pour faire le tour de la question

#1 | QU'EST-CE QUE L'EXPÉRIENCE CLIENT ?

→ L'expérience client désigne l'ensemble des interactions d'un client avec une marque lors de l'achat d'un produit ou service. Pour qu'une expérience soit satisfaisante, le parcours doit être homogène, sans aucun irritant ou point de friction et doit répondre aux attentes de vos usagers. Pour en savoir plus sur la [définition de l'expérience client et ses enjeux](#), consultez notre article complet sur le sujet !

#2 | COMMENT AMÉLIORER L'EXPÉRIENCE CLIENT ?

#3 | QUE FAIRE POUR MESURER L'EXPÉRIENCE CLIENT ?

#4 | COMMENT AMÉLIORER L'ÉCOUTE CLIENT ?

#5 | « SERVICE CLIENT » ET « EXPÉRIENCE CLIENT » : QUELLE DIFFÉRENCE ?

Tout savoir sur l'expérience client en 10 questions



À l'aide de cette FAQ, Vocaza – pionnier du management de l'expérience client en France – se positionne sur **LA thématique clé de son activité** ! À travers 10 questions et réponses détaillées dans des articles à portée de clic, cet éditeur de logiciel permet à ses prospects de comprendre les principaux enjeux et notions liés au concept d'expérience client.

Au programme : qu'est-ce que l'expérience client ? Comment l'améliorer ? Comment la mesurer ? Et bien plus encore...

[Voir le contenu >](#)

Maintenance & Optimisation de contenus

Parfois, il ne faut pas réinventer la roue. Certains parmi vous ont déjà d'excellents contenus, sur le fond. Le problème ? Ils ne performent pas en termes de SEO et ne génèrent pas le trafic qu'ils pourraient, ou devraient. On est alors dans un cas typique où il faut **booster le patrimoine existant**. C'est un peu une opération « home staging » qu'il faut mener.

Audit SEO des contenus existants, travail sémantique autour des mots-clés, structuration des titres <Hn>, maillage interne, rallonge si nécessaire, travail de la forme et de la tonalité, mise à jour des infos : les axes sont nombreux pour **gagner des positions SEO avec des budgets limités**.

Lancez-vous dans le home staging de vos contenus avec notre guide

Télécharger le guide >



Ebooks & formats téléchargeables



Formats rédactionnels

Dispositifs SEO

Ebooks & formats téléchargeables

Use Case Factory

Vidéos

Infographies & formats visuels

Pages de site

LP, E-mails & Newsletters

Formats LinkedIn et Social Media

Sales Content

Glass. Your ally in sustainability



Guardian Glass avait besoin de muscler sa prise de parole sur la thématique du **développement durable dans l'architecture**. Cet ebook fait partie d'une campagne de notoriété auprès des architectes américains. Son but est d'expliquer comment le verre et ses innovations contribuent à la conception et la rénovation de bâtiments moins énergivores, plus confortables pour ses occupants, et moins polluants.

[Voir le contenu](#) ➔



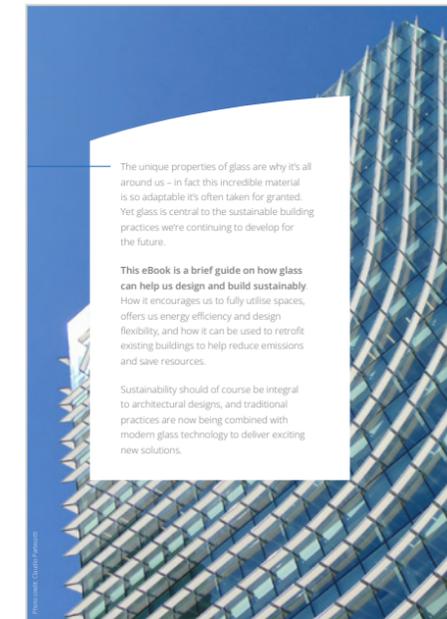
EBOOK

Glass. Your ally in sustainability.

Photo credit: versaw



Le détail en plus : notre graphiste a concocté un magnifique schéma sur le cycle de vie durable du verre.



The unique properties of glass are why it's all around us – in fact this incredible material is so adaptable it's often taken for granted. Yet glass is central to the sustainable building practices we're continuing to develop for the future.

This eBook is a brief guide on how glass can help us design and build sustainably. How it encourages us to fully utilize spaces, offers us energy efficiency and design flexibility, and how it can be used to retrofit existing buildings to help reduce emissions and save resources.

Sustainability should of course be integral to architectural designs, and traditional practices are now being combined with modern glass technology to deliver exciting new solutions.



Comfortable spaces are sustainable spaces

If quality of life wasn't important to us, the most energy efficient building would likely feature only solid insulated structures, with no views or natural light. Unsurprisingly however, very few of us would want to live or work there. The opposite is true when people enjoy a space, and this is what modern performance glass helps us achieve. It does this by:

- **delivering natural light**, often far into a building's interior, which also helps regulate our biorhythms
- **providing outside views** to give our eyes and minds a break
- **helping to control temperatures** for enhanced comfort
- **reducing noise levels** to create a calmer environment

Glass' ability to help us enjoy a space can extend that space's long-term viability and helps it work for a wider range of needs. Add to this the energy efficiency of modern performance glass and you can see why it's such an integral component of sustainable design.



Guardian recently demonstrated the level of thermal control their glass can help achieve in an extreme environment, with the **House of the Desert** project. This involved constructing a high concept, performance glass house in the middle of a desert that people could live in comfortably.

By combining different types of coated glass in triple insulating glass units, it was possible to help regulate temperature shifts of up to 30° C (or temperature shifts of up to 54° F) – shielding the house from the intense midday sun and sub-zero temperatures at night.

Project partners: OFS architects, Transcor KlimEngineering, AKT II

Many more solutions than one

Glass blends so well with other materials, offering you the flexibility to try different combinations to achieve your sustainability goals. In addition to natural light, interior comfort and energy efficiency, it can introduce form, contrast and overall aesthetic beauty.

Due to its flexibility, the role glass plays with other materials can vary greatly from one project to another. Recently, ambitious energy efficiency goals resulted in the **Orkla City Project** in Norway using a facade of 50% thermally insulated glass from Guardian and 50% non-transparent materials. It's a combination that also delivers high levels of natural light. In addition, the use of "dynamic" liquid crystal glass, a technology which responds automatically to changes in light, reduces the need for standard blinds or shades.

Project partner, NSW Architects, Norway, aim to be leaders in sustainable architectural design



Marché du e-commerce : les clés pour faire la différence

Digiposte 

Cet ebook de 15 pages est le contenu clé d'une newsletter Digiposte consacrée à la thématique du e-commerce. Digiposte, le coffre-fort numérique de La Poste, y dispense des **conseils clés en main pour les petits e-commerçants** qui se lancent ou cherchent à booster leur activité.

[Voir le contenu >](#)

↪ *L'ebook comprend une checklist « Pour une expérience client irréprochable » qui pourra être réutilisée par la suite.*



Soudage Laser : le panorama des matériaux

Laser Rhône Alpes 
LRA - laser welding

Conclusion d'une longue série d'articles détaillant les métaux, alliages, matériaux et leurs spécificités en matière de soudage laser, cet ebook de 20 pages est un **parfait exemple de re-use de contenus** – qui permet de gagner du temps et d'optimiser le budget. Une bannière CTA a été intégrée à la fin de chaque page « focus matériaux » pour inciter à son téléchargement. Laser Rhône Alpes utilise également cet ebook en rendez-vous client et en salon professionnel, pour montrer toutes les possibilités de la soudure laser.

[Voir le contenu >](#)

↪ *Après la série « focus matériaux », Laser Rhône Alpes a lancé une nouvelle série de contenus autour de ses métiers – de l'étude de faisabilité au contrôle qualité, en passant par la programmation.*



Traduction de données sensibles dans un contexte ultra réglementé : enjeux et solutions



Cet ebook de 11 pages a été décliné en français et en anglais pour les secteurs de l'assurance, des banques ou de l'industrie qui traitent des données sensibles, personnelles ou protégées. Les équipes commerciales de SYSTRAN souhaitent un document qui puisse être **partagé à la suite d'un premier contact ou en relance.**

[Voir le contenu >](#)

Un kit de diffusion global a été imaginé pour en booster la diffusion : banners mail et CTA pour le site, signature emails commerciaux, LP, vidéo teaser...

Comment faire de la livraison un levier de croissance pour votre activité ?



Ce guide met en avant toute l'expertise de Cubyn. Ce contenu, très complet et soumis à formulaire, donne à la cible des conseils, astuces et pratiques concrètes pour **optimiser sa logistique** et gagner la bataille de la conversion – autrement dit, comment poser les bons arguments en amont de l'acte d'achat et viser la livraison parfaite en post-achat.

[Voir le contenu >](#)



Ebook

Guide logistique e-commerce

Comment faire de la livraison un levier de croissance pour votre activité ?



Le e-commerce a explosé ces dernières années. Entre 2016 et 2020, le chiffre d'affaires généré en ligne en France a quasiment doublé selon les chiffres publiés par la Fedev, la Fédération du e-commerce et de la vente à distance. Et pour la seule année 2021, les ventes sur Internet ont progressé de 15,1%. Les consommateurs sont rapidement devenus des e-consommateurs aux exigences élevées.

Avec 2,1 milliards de transactions totales au cours des 12 derniers mois, les e-commerçants sont soumis à une rude concurrence avec une nécessité de se démarquer. Mais comment faire pour se distinguer parmi les 177 000 sites marchands actifs sur le toile ?

Les facteurs qui influencent les e-acheteurs à consommer sont nombreux. Parmi eux, il y en a un souvent oublié et pourtant primordial : **la logistique**. La maîtrise complète du processus de livraison e-commerce est un atout indéniable pour les e-commerçants, pour primeriser l'activité et faire croître le chiffre d'affaires. Pourquoi ? Parce qu'un mode de livraison défilant ou insatisfaisant est la cause n°1 des paniers abandonnés, des achats non concrétisés, sans parler de l'impact négatif sur la fidélité des clients.

E-commerçants, il est aujourd'hui indispensable de passer au niveau supérieur en termes de logistique, pour laisser votre concurrence loin derrière vous, répondre et rassurer vos clients et répondre à leur attente de rapidité et de simplicité. À la clé, une expérience client globale optimisée pour une relation de confiance solide sur le long terme.

Suivez le guide pour mettre en place la stratégie de livraison qui boostera vos conversions.

- En 2021, les ventes en ligne ont progressé de **15,1%**
- Au cours des 12 derniers mois, le e-commerce a totalisé plus de **2,1 milliards** de transactions
- Le nombre de sites marchands actifs a augmenté de 11% sur un an pour atteindre les **177 000**

Apprenez à connaître vos clients

→ Votre objectif

→ Détecter et lever les points de blocage. Quelles sont les vraies problématiques de vos consommateurs ?

Les e-consommateurs ont le choix. Alors quand il s'agit de passer à l'achat, tous les voyants doivent être au vert pour les convaincre de vous faire confiance. Les paniers sont abandonnés trop fréquemment ? Très souvent, **les conditions de livraison e-commerce sont responsables des ventes perdues**. Mais que veulent vos clients ?

- Le prix, un facteur décisif** : Lorsque les Français commandent des produits en ligne, ils sont 73% à affirmer que le prix de la livraison les encourage à acheter ou non. Si les tarifs sont trop élevés, ils vont voir ailleurs et abandonner leur panier. Les Français ne le cachent pas, ils veulent des frais de livraison réduits voire inexistant pour les paniers aux montants importants.
- La rapidité de livraison** : Une livraison en 48 h ? Une norme aujourd'hui ! Et pourtant, tous les e-commerçants ne la proposent pas. La livraison rapide est un véritable levier de différenciation. La preuve ? 20% des e-acheteurs ont utilisé au moins un service de livraison express au cours des trois derniers mois. Mais attention : promettre la livraison e-commerce c'est bien, mais s'y tenir c'est mieux ! 76% des acheteurs sont attachés à une réception effectuée dans le délai annoncé.

La fiabilité de la livraison

Expériences passées, retours de l'entourage, avis et commentaires... autant d'éléments qui conditionnent le comportement des consommateurs, fidélité en tête.

En jouant la carte de la fiabilité et de la transparence autour de la livraison, les e-commerçants gagnent en sérieux et fidélisent plus facilement leur clientèle.

Notifications, suivi du colis et du dernier kilomètre... L'expérience post-achat est primordiale. Alors qu'un consommateur sur deux affirme avoir déjà eu un problème de livraison, les e-commerçants sérieux et respectueux des délais se démarquent de la concurrence.

L'éco-responsabilité au cœur des attentes

87% des Français sont en faveur du mode de livraison plus respectueux de l'environnement.

Les e-commerçants font standard des consommateurs de plus en plus en ligne au respect des engagements.

L'expérience de livraison directement vos ventes

Les e-commerçants qui offrent une expérience de livraison de qualité augmentent leurs ventes et fidélisent leurs clients.

Les bonnes méthodes pour cerner vos consommateurs

- Pour mieux connaître vos clients, il faut les écouter : pensez à récolter des avis sur l'expérience de livraison. Il s'agit d'un bon moyen de vous améliorer et de répondre aux attentes de vos consommateurs.
- Vérifier régulièrement les avis de vos partenaires de logistique. Cela permet de comprendre les points de tension, les blocages et de les lever.

Faites de la logistique un levier de conversion

→ Votre objectif

→ Créer une expérience utilisateur optimisée sur votre site e-commerce. Les informations réelles de livraison sont-elles visibles ?

Communiquez sur la livraison avant qu'il ne soit trop tard

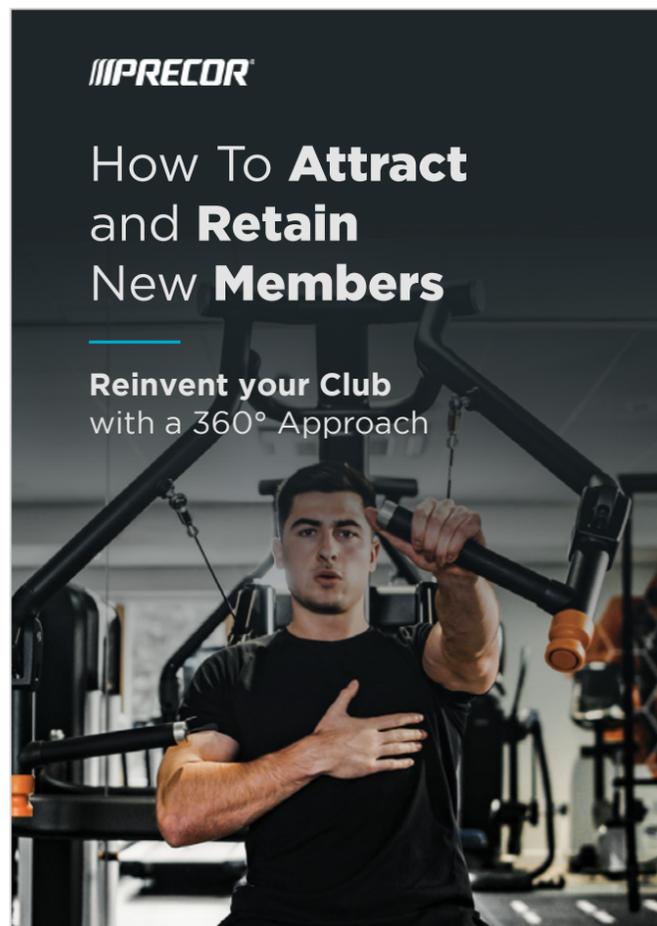
Où ajouter efficacement les informations sur la livraison e-commerce ?

La livraison est l'un des arguments importants pour convaincre les acheteurs de vous faire confiance et de passer à l'achat. Comment en faire un levier de conversion sans risquer de perdre le consommateur ?

- Clé en main** : les informations relatives à la livraison sont présentes uniquement au moment du checkout.
- La bonne pratique** : votre valeur ajoutée doit être communiquée en amont du panier pour informer vos clients et vous démarquer de la concurrence dès la homepage.
- Pour aller plus loin** : le parcours d'achat est un tout et traduit une expérience globale. Il est donc nécessaire de rassurer vos acheteurs potentiels dès leurs premiers clics sur votre site en les informant.

Voici le kit idéal à mettre en place :

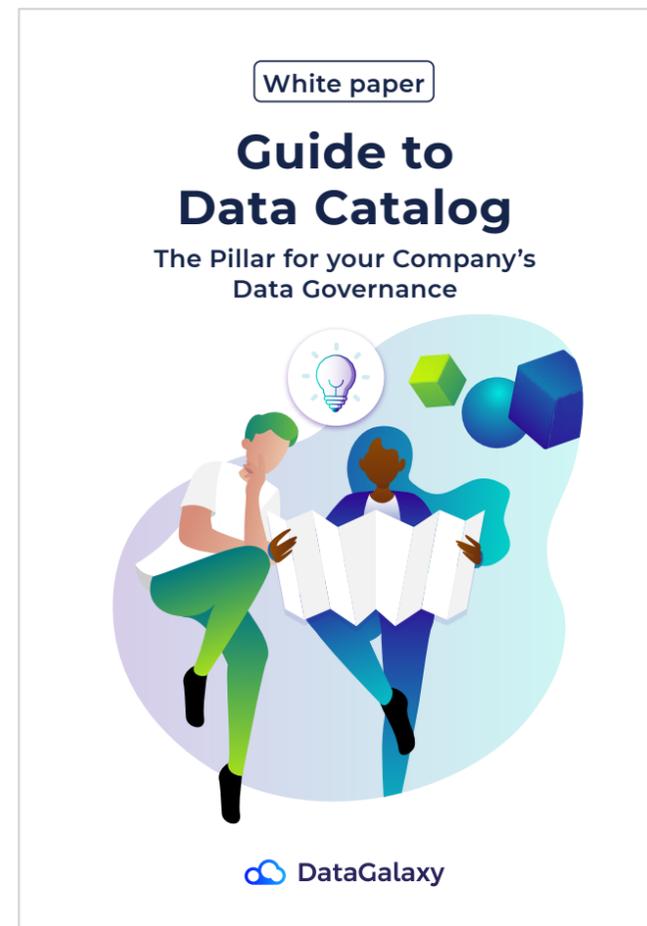
- Un header sur la livraison clairement en avant concernant votre site.
- Des bannières info pages de votre site.
- Un temps estimé de livraison garanti.
- « Commander avec livraison gratuite ».
- Une description de la livraison e-commerce.
- La plus : une FAQ visible de votre site de recherche. Utilisée dès le premier clic !



How To Attract and Retain New Members



Precor, une filiale de Peloton basée à Seattle, fabrique des machines de sport pour le marché du fitness dans plus de 100 pays. L'enjeu de la marque ? **Se positionner comme un partenaire de confiance**, sur la durée, auprès de ses clients. Avec cet ebook, Precor souhaitait mettre son expertise aux services des salles de fitness en répondant à leur première préoccupation : attirer et fidéliser de nouveaux membres.



Le contenu de l'ebook a été décliné en plusieurs webinars qui ont permis de booster la Lead Gen et le travail d'évangélisation de DataGalaxy.

Guide to Data Catalog



Première plateforme agile de cartographie des données, DataGalaxy s'adresse à toutes les entreprises pour les aider à naviguer dans l'océan de leurs informations à l'ère du Big Data. Ce guide pratique en anglais explique **en quoi le Data Catalog est le socle de toute politique de Data Governance efficace**. Cet outil permet de cataloguer ses données, les maintenir à jour, les centraliser et les rendre disponibles pour prendre de meilleures décisions. Il représente une première étape vers l'entreprise data-driven de demain.

[Voir le contenu >](#)



Le guide des outils digitaux en cabinet



QuickBooks est un logiciel de comptabilité développé par Intuit. Ce guide des outils digitaux en cabinet s'adresse aux experts-comptables et réutilise l'ensemble des contenus produits dans le cadre d'une campagne menée par Intuit auprès d'eux. Il **détaille les différentes solutions digitales dédiées aux experts-comptables** et à leur cabinet : comment les choisir, comment mieux les maîtriser — et surtout, comment valoriser leur plus-value auprès des clients.

→ Des experts externes ont été sollicités, en table ronde, pour enrichir la prise de parole d'Intuit et offrir à ce guide sa valeur ajoutée.



Avis électronique : simplifiez la gestion de vos copros !



L'avis électronique est un e-mail réglementé et horodaté qui simplifie la communication entre syndic de copropriété et copropriétaires, pour 3 cas d'usage bien précis : convocation d'AG, PV d'AG et mise en demeure. Cet ebook explique le fonctionnement de ce **nouveau mode de notification pour les syndics de copropriété** — une alternative à la lettre recommandée — ainsi que ses nombreux avantages.

[Voir le contenu >](#)

→ Cet ebook s'inscrit dans une campagne visant à promouvoir la solution « Maileva Copro » à destination des syndics de copropriété.

Importance d'une fiche de qualité : tout savoir

Produit, un élément essentiel de la décision d'achat

- 30% des internautes ont déjà abandonné un panier à cause d'une fiche produit incomplète.
- 25% des acheteurs dans le secteur de la mode ont déjà dû renvoyer un article à cause d'un mauvais descriptif.
- 86% des clients ne réitéreront pas un achat sur un site dont les descriptifs produits sont mal renseignés.

Source : Study: Essential Product Information Report

Gestion des informations produits

Les descriptifs proviennent souvent de failles dans la **gestion de l'information** engendrée :

- liens et donc mal référencés sur les moteurs de recherche ;
- incohérences ;
- liens vers des pages de ventes, marketing ou finance à analyser leurs performances.

Optimiser dans la réalisation d'une fiche produit

« En un an et demi, j'ai réussi à devenir une pro des requêtes, des tableaux croisés dynamiques et des macros, car dans mon cas, gérer 10 comptes et 3 e-restaurs signifiait 10 assortiments différents ! Une véritable usine à gaz qui demandait énormément de temps et de minutie si on voulait éviter la galère. »

Martine Petit, Cheffe de projet Trade Marketing

2 Sous-estimer l'intérêt d'une bonne fiche produit

Il est essentiel de prendre conscience des enjeux d'une fiche produit soignée. Le processus de rédaction nécessite un vrai travail et demande d'y consacrer du temps. Une fiche produit doit être pensée comme un contenu à part entière.

Au programme

- 01 Faites de vos fiches produits un levier de croissance p.3
- 02 L'importance d'une fiche produit de qualité p.4
- 03 Les bonnes pratiques pour la création d'une fiche produit p.7
- 04 Zoom sur le PIM : un outil efficace pour améliorer vos fiches produits p.10
- 05 En bonus : se lancer dans le projet PIM en 3 étapes p.11

01 Faites de vos fiches produits un levier de croissance

Le e-commerce prend une part de plus en plus importante dans les habitudes des consommateurs depuis une vingtaine d'années maintenant. Entre 2014 et 2020 en France, le chiffre d'affaires réalisé sur ce canal de vente a quasiment doublé, selon une étude de la Fevad*

Un événement récent est venu booster encore davantage le commerce en ligne : la pandémie de Covid-19.

Kantar – spécialiste des études de marché – indique que le e-commerce a progressé de 41 % sur la seule période avril-juin 2020, par rapport à la même période précédente. Dans plusieurs pays (comme la France, l'Espagne, le Chine ou le Royaume-Uni), la part de marché des ventes e-commerce a bondi de presque 4 points, pour atteindre en moyenne 12,4 %.

Conséquence ? **La transformation digitale et numérique s'est accélérée du côté des entreprises**, qui n'ont eu d'autre choix que de s'adapter. C'est d'ailleurs ce que confirme 97 % des décideurs en entreprise interrogés dans le cadre du rapport Twilio sur « la transformation numérique des entreprises et leur stratégie d'engagement client en temps de Covid-19 ».

Se démarquer pour convaincre

En e-commerce, plusieurs facteurs peuvent influencer un acheteur... Et pour se démarquer d'un concurrent, **la fiche produit est un élément déterminant**. Indispensable pour rassurer l'internaute, l'informer et le convaincre de passer à l'action, elle se doit d'être responsable.

Suivez le guide pour créer des fiches produits de qualité, à tous les coups !

*Fevad : Fédération du e-commerce et de la vente à distance

Quable

EBOOK

Le guide ultime pour des fiches produits de qualité

Product Page

General info Description

124 TOTAL ARTICLES

- ACTIVE 63%
- INACTIVE 37%
- TO UPDATE 78%
- TO VALIDATE 22%

Le guide ultime pour des fiches produits de qualité



La qualité d'une fiche produit est capitale dans le secteur du e-commerce. À travers cet ebook, les experts Quable visent à **aider les marques** à réaliser la fiche produit idéale grâce à deux outils essentiels : le PIM (Product Information Management) et le PQS (Product Quality Score). Ce guide, soumis à formulaire, permet à Quable de collecter des leads, mais aussi de **se positionner comme l'allié incontournable des marques e-commerce** pour la gestion, la mise à jour et la mise en ligne de leurs données produits.

[Voir le contenu >](#)



Confort thermique : quels enjeux pour les bailleurs ?



Aalberts HFC, fabricant de matériel de plomberie et de chauffage pour le bâtiment, s'adresse ici aux bailleurs sociaux. Créé dans le cadre d'une campagne emailing, cet ebook a pour objectif d'attirer l'attention sur plusieurs **solutions efficaces pour garantir le confort thermique d'un bâtiment** – et donc le confort des résidents – tout en diminuant les charges de chauffage et en améliorant la performance énergétique. Un sujet clé pour Aalberts HFC, dans un contexte où le secteur résidentiel français est responsable de 17 % des émissions de gaz à effet de serre¹.

[Voir le contenu >](#)



↳ *L'ebook « Vos premiers outils de communication » fait partie des ressources les plus téléchargées chez Solocal.*

Vos premiers outils de communication indispensables pour votre business

solocal

Afin de s'adresser à ses cibles (TPE, PME et commerçants) de façon pertinente, Solocal a créé une **série d'ebooks pour les accompagner dans leurs premiers pas vers le digital et la communication**. Les thématiques des réseaux sociaux, des PagesJaunes, de l'e-réputation, des bases du marketing digital et des outils de communication ont été traitées dans cette série. Et après la théorie, place à la pratique : une série de guides plus stratégiques est en cours de réalisation.

[Voir le contenu >](#)



Le b.a.-ba de la migration d'outils de tracking

DATA ON DUTY  

Qu'il s'agisse d'une mise en conformité au RGPD ou du choix d'un nouvel outil de Digital Analytics, la migration d'outils de tracking est **un enjeu central pour Data On Duty**, qui propose des solutions de monitoring RGPD et de gouvernance des données. Dans cet ebook de 12 pages adressé aux directeurs marketing, les experts Data On Duty détaillent ce qu'implique un tel chantier, son impact sur l'écosystème de tracking, et expliquent le b.a.-ba d'une migration sans accroc pour garantir un tracking continu.

[Voir le contenu >](#)

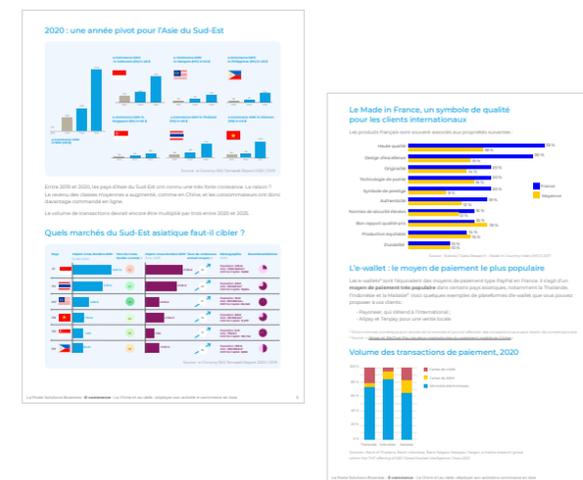


La Chine et au-delà : déployer son activité e-commerce en Asie

La Poste Solutions Business propose un nouvel espace ressources qui aide les e-commerçants à déployer leur business à l'international. L'Asie du Sud-Est et la Chine représentent notamment une cible très intéressante : cet ebook permet donc aux e-commerçants, chiffres à l'appui, de **comprendre le potentiel de ces nouveaux marchés**, les comportements et canaux de préférences des consommateurs asiatiques, ainsi que les méthodes efficaces pour les atteindre.

[Voir le contenu >](#)



La Poste Solutions Business –
 Tout savoir sur l'offre frigo connecté



Intuit QuickBooks – Attirer et fidéliser les talents dans votre cabinet



Guardian Glass –
 How to view coated glass



Aalberts HFC – Équilibrage des réseaux de chauffage : comment maîtriser le débit variable ?



Guardian Glass –
 Lessons for the Future



Intuit QuickBooks – Passez la période fiscale plus sereinement



Loi Climat et Résilience : calendrier des principales dates d'entrée en vigueur



Déclinaison premium d'un article publié dans la revue LexisNexis, ce contenu pratico-pratique destiné au persona « notaire » booste le nurturing de la base de contacts en valorisant l'expertise des publications LexisNexis. Un moyen de conforter le Thought Leadership de LexisNexis et de se positionner en facilitateur auprès de sa cible.

Loi Climat et Résilience : calendrier des principales dates d'entrée en vigueur

La loi Climat et Résilience du 22 août 2021 est marquée par des applications dans le temps, différentes selon la matière. Le calendrier proposé ci-après se concentre sur l'assainissement, la performance énergétique des bâtiments et le plan pluriannuel de travaux pour les immeubles en copropriété.

Assainissement

Performance énergétique

Plan pluriannuel de travaux

Depuis le 25 août 2021

Information du SPANC (service public d'assainissement non collectif) par le notaire qui reçoit une vente d'immeuble équipé d'une installation d'assainissement individuel.

Depuis le 1^{er} janvier 2022

Mention dans l'annonce de mise en vente ou de location ainsi que dans les actes de vente ou les baux d'un logement classé F ou G d'une obligation de travaux due à un bien énergivore.

À compter du 1^{er} juillet 2022

Dans les territoires JO 2024*, **remise à l'acquéreur** du document de contrôle de l'assainissement collectif et information du SPANC (service public d'assainissement collectif) par le notaire qui reçoit la vente.

À compter du 1^{er} septembre 2022

Obligation d'établir un audit énergétique lors de la vente des bâtiments ou parties de bâtiment à usage d'habitation qui comprennent un seul logement ou comprennent plusieurs logements ne relevant pas du statut de la copropriété, classés F ou G.

À compter du 1^{er} janvier 2024

DPE collectif pour tout bâtiment d'habitation collective dont le permis de construire a été déposé avant le 1^{er} janvier 2013, soumis au statut de la copropriété, ensemble si le bâtiment comporte plus de 200 lots.

À compter du 1^{er} janvier 2023

Obligation de remettre à l'acquéreur le nouveau carnet d'information du logement révisé lors de la conclusion d'un acte de transmission, avec mention dans l'acte de cette transmission.

À compter du 1^{er} janvier 2024

Plan pluriannuel de travaux obligatoire pour les copropriétés de plus de 200 lots.

À compter du 1^{er} janvier 2025

Les logements classés G sont **indécents** au sens de l'article 6 de la loi du 6 juillet 1989.

À compter du 24 août 2022

Aucune révision, majoration ou réévaluation du loyer ne sera possible pour les logements classés F ou G.

À compter du 1^{er} septembre 2022

Obligation d'établir un audit énergétique lors de la vente des bâtiments ou parties de bâtiment à usage d'habitation qui comprennent un seul logement ou comprennent plusieurs logements ne relevant pas du statut de la copropriété, classés E, F ou G.

À compter du 1^{er} janvier 2024

Plan pluriannuel de travaux obligatoire pour les copropriétés de plus de 50 et 200 lots.

À compter du 1^{er} janvier 2025

Les logements classés G sont **indécents** au sens de l'article 6 de la loi du 6 juillet 1989.

* Décret n° 2022-93 du 31 janvier 2022 fixant la liste des territoires dont les rejets d'eaux usées et pluviales ont une incidence sur la qualité de l'eau pour les épreuves olympiques de nage libre et de triathlon en Seine.

À compter du 1^{er} janvier 2026

DPE collectif pour tout bâtiment d'habitation collective dont le permis de construire a été déposé avant le 1^{er} janvier 2013, soumis au statut de la copropriété, comportant entre 2 à 49 lots.

À compter du 1^{er} janvier 2028

Les logements classés E, F et G sont **indécents** au sens de l'article 6 de la loi du 6 juillet 1989.

À compter du 1^{er} janvier 2033

Application de l'**obligation de travaux** prévue à l'article L. 212-2 du CCH aux copropriétés ayant bénéficié d'un report étendu en vigueur au vertu du dit article.

Mention dans les publicités relatives à la vente ou à la location ainsi que dans les actes de vente ou les baux de location de respect de l'obligation de réaliser les travaux permettant le classement d'un bâtiment à usage d'habitation en A ou E (CCH, art. L. 213-2).

À compter du 1^{er} janvier 2034

Les logements classés E, F et G sont **indécents** au sens de l'article 6 de la loi du 6 juillet 1989.

Obligation d'établir un audit énergétique lors de la vente des bâtiments à usage d'habitation qui comprennent un seul logement ou comprennent plusieurs logements ne relevant pas du statut de la copropriété, classés A, E, F ou G.

* Décret n° 2022-93 du 31 janvier 2022 fixant la liste des territoires dont les rejets d'eaux usées et pluviales ont une incidence sur la qualité de l'eau pour les épreuves olympiques de nage libre et de triathlon en Seine.

À compter du 1^{er} septembre 2022

Obligation d'établir un audit énergétique lors de la vente des bâtiments ou parties de bâtiment à usage d'habitation qui comprennent un seul logement ou comprennent plusieurs logements ne relevant pas du statut de la copropriété, classés F ou G.

À compter du 1^{er} janvier 2023

Obligation de remettre à l'acquéreur le nouveau carnet d'information du logement révisé lors de la conclusion d'un acte de transmission, avec mention dans l'acte de cette transmission.

À compter du 1^{er} janvier 2024

DPE collectif pour tout bâtiment d'habitation collective dont le permis de construire a été déposé avant le 1^{er} janvier 2013, soumis au statut de la copropriété. Pour les copropriétés, ensemble si le bâtiment comporte plus de 200 lots.

Logement non décent au sens de l'article 6 de la loi du 6 juillet 1989 si le seuil maximal de consommation d'énergie brute de 450 kWh/m² est dépassé.

À compter du 1^{er} janvier 2024

Plan pluriannuel de travaux obligatoire pour les copropriétés de plus de 200 lots.

À compter du 1^{er} janvier 2025

Les logements classés G sont **indécents** au sens de l'article 6 de la loi du 6 juillet 1989.

* Décret n° 2022-93 du 31 janvier 2022 fixant la liste des territoires dont les rejets d'eaux usées et pluviales ont une incidence sur la qualité de l'eau pour les épreuves olympiques de nage libre et de triathlon en Seine.

Place à la Lexis 360° Intelligence dans la mise en œuvre

Calendrier réalisé d'après : La Semaine Juridique Notariale et Immobilière n° 6, Climat et Résilience : principales entrées en vigueur.

Thierry Delesalle, notaire à Paris, président du 118^e Congrès des notaires de France

Vivien Zalewski-Sicard, enseignant-chercheur

Lexis 360° Intelligence, UADN Notarial

Lexis juridique, notaire, technicien du droit, pro, aides juridiques

MOBILIER

Manipulabilité

- Le mobilier est-il facilement empilable et transportable ?
- A-t-il des crochets ou des poignées d'accroche ?
- Pourrez-vous le soulever quotidiennement ?

Entretien et réparabilité

- L'entretien est-il facile ?
- Combien de temps faut-il pour nettoyer le mobilier quotidiennement ?
- La marque propose-t-elle des pièces de rechange ?

Participez à un éventuel réassort sur une extension !

Le confort et la qualité de votre futur mobilier sont-ils adaptés à la période estivale ?

Le confort et la qualité de votre futur mobilier sont-ils adaptés à la période estivale ?

Le confort et la qualité de votre futur mobilier sont-ils adaptés à la période estivale ?

Votre planning

1 mois pour tout changer, c'est possible. Commencez dès aujourd'hui !

Entre 2 semaines et 1 mois
Demandez l'ajout d'une autorisation d'occupation temporaire (AOT) auprès de votre maire (en cas d'implantation sur la voie publique).

La saison des beaux jours n'a pas de date fixe. Soyez prêt à renouveler votre terrasse à tout moment.

Pour faire le meilleur choix et vous assurer que le mobilier soit en stock, passez commande le plus tôt possible !

Vos interlocuteurs

Les professionnels et comptez sur des interlocuteurs de confiance.

Le revendeur
pour une commande multi-marques.

Le décorateur
pour un coup de pouce côté style, optimisation des espaces et gestion de projet.

À vous de jouer ! Rendez-vous dans un mois.

© p f y t in

Lafuma MOBILIER

Les critères à prendre en compte

Posez-vous les bonnes questions pour choisir le mobilier d'extérieur qui correspond à votre utilisation.

PROJET
DRINKS, PETITE OU GRANDE RESTAURATION

Typologie
Pensez aux assises et aux tables, mais aussi à l'ombrage et à la signalétique.

Utilisation
Petites tables rondes ou grandes tables carrées, optimisez l'espace en prévoyant au minimum entre 1 et 1,5 m² par couvert selon votre activité.

Budget
Filtrez les marques potentielles en fonction de votre budget pour éviter de perdre du temps.

Lafuma MOBILIER

GUIDE PRATIQUE

CHR : changer votre terrasse avant les beaux jours

Vous souhaitez changer la terrasse de votre établissement ? LAFUMA MOBILIER vous donne les clés pour passer à l'action et être prêt le plus tôt possible.

CHR : changer votre terrasse avant les beaux jours



Une fiche pratique / pense-bête pour les restaurateurs ou propriétaires de café pour annoncer la venue des beaux jours, et donc qu'il est temps de renouveler son mobilier de terrasse. Le but de ce premier contenu d'une campagne à destination de ces cibles est de les aider à **s'organiser dans la mise en place de leur terrasse**, avec les principaux points à prendre en compte pour que tout soit prêt dans les temps. Ce contenu a été créé initialement en français puis traduit en néerlandais et en italien.

[Voir le contenu >](#)

ITALIEN

Barietta, albergo, ristorante: cambia il tuo spazio esterno prima dell'arrivo della bella stagione

NÉERLANDAIS

Horeca: maak uw terras zomerklaar!

Quable

5 conseils pour créer la fiche produit parfaite

La fiche produit est-elle si importante pour l'expérience d'achat d'un client ? La réponse est oui !

- > 30 % des internautes ont déjà abandonné un panier à cause d'un descriptif produit incomplet
- > 86 % déclarent ne pas vouloir renouveler un achat chez un e-commerçant fournissant des descriptions inexactes*

Suivez nos conseils pour créer des fiches produits de qualité !

1 Renseignez des données fiables et exhaustives

La fiche produit doit comporter les informations clés qui pousseront l'internaute à ajouter l'objet à son panier et **concrétiser l'achat** :

À inclure systématiquement

- ✓ Nom du produit
- ✓ Description
- ✓ Marque
- ✓ Prix
- ✓ Modalités de livraison et retours
- ✓ Composition ou ingrédients
- ✓ Lieu de provenance

Infos à rajouter selon les spécificités du produit

- ✓ Utilisation du produit
- ✓ Consignes d'entretien
- ✓ Autres accessoires inclus
- ✓ Déclinaisons (couleur, taille, etc.)
- ✓ Caractéristiques techniques (pour les appareils informatiques, technologiques ou électroménagers par exemple)
- ✓ Guide des tailles pour les vêtements et chaussures
- ✓ Équité et impact écologique...

*Source : étude Shotfarm Product Information Report

5 conseils pour créer la fiche produit parfaite



Dans le même esprit que le NPS pour la recommandation produit, Quable a développé le PQS (Product Quality Score) : un algorithme qui permet aux marques de mesurer la qualité de leurs fiches produits. Pour la startup, c'est un outil nouveau et attractif, mais qu'il faut faire connaître pour **générer des leads**. Nous avons pris le parti d'offrir 5 conseils aux e-commerçants pour les aider à calculer leur PQS pas à pas.

[Voir le contenu >](#)

les grandes familles d'équilibrage statique et dynamique

Quelle est la différence entre un équilibrage statique et dynamique ? Quel type de vanne choisir ? Est-ce que toutes les têtes thermostatiques sont compatibles ? Toutes les réponses à vos questions sont ici !

Gamme de vanne	Equilibrage statique sur une installation à débit constant	Equilibrage statique sur une installation à débit variable	Equilibrage dynamique sur une installation à débit constant	Equilibrage dynamique sur les unités terminales (des radiateurs) dans une installation à débit variable
Type de tête	Universar	Variosar	Variosar	Solution AutoSar
Adaptation de la chaleur en fonction des besoins du logement	✗	✓	✓	✓
Gestion des variations de débit	✗	✗	✓	✓
Gestion des variations ΔT	✗	✗	✓	✓
Dépenses énergétiques	€ € € €	€ € € €	€ € € €	€ € € €
Gaspillage énergétique	++	+++	--	---
Complexité de la mise en place de l'équilibrage	Complexe Calcul théorique des vannes + Maîtrise de la méthodologie de l'équilibrage	Complexe Calcul théorique des vannes + Maîtrise de la méthodologie de l'équilibrage	Complexe Calcul théorique des vannes + Maîtrise de la méthodologie de l'équilibrage	Simple
Nuisances sonores	++	++	+-	--

Vous souhaitez mettre en place une solution d'équilibrage sur mesure ? [Contactez les experts Aalberts](#)

Équilibrage statique sur une installation à débit constant

Équilibrage statique sur une installation à débit variable

Gamme de vanne	NexusValve Fluctus	NexusValve Fluctus
Type de tête	UniverSar	Variosar
Adaptation de la chaleur en fonction des besoins du logement	✗	✓
Gestion des variations de débit	✗	✗
Gestion des variations ΔT	✗	✗
Dépenses énergétiques	€ € € €	€ € € €
Gaspillage énergétique	++	+++
Complexité de la mise en place de l'équilibrage	Complexe Calcul théorique des vannes + Maîtrise de la méthodologie de l'équilibrage	Complexe Calcul théorique des vannes + Maîtrise de la méthodologie de l'équilibrage
Nuisances sonores	++	++

Les grandes familles d'équilibrage statique et dynamique



Les bailleurs et les bureaux d'étude peuvent être réfractaires à l'idée de poser des têtes thermostatiques sur les radiateurs des logements car elles provoqueraient une sur-consommation d'énergie. Ce comparatif met en évidence les **meilleures solutions pour faire des économies d'énergie** avec les bonnes têtes thermostatiques et vanne d'équilibrage. Simple et efficace à lire, on comprend rapidement que la meilleure solution est d'utiliser un « AutoSar » – une solution Aalberts, bien entendu.

[Voir le contenu >](#)

Mission : amélioration de l'expérience client



Cette checklist a été produite à destination des entreprises souhaitant mener un **projet d'amélioration de l'expérience client**, et a été poussée dans le cadre d'une campagne SEA. Puisque mener de front conduite du changement et activité habituelle peut être effrayant, ce contenu pratique décompose le projet client en sous-tâches simples à exécuter. Ce contenu vise aussi à renforcer le discours commercial : l'idée est de positionner Vocaza comme conseiller privilégié sur l'ensemble des phases du management de l'expérience client, et ainsi de faciliter le passage à l'action.

[Voir le contenu >](#)

Vocaza

Mission : amélioration de l'expérience client

La checklist !

Beaucoup d'entreprises mettent en place des processus pour améliorer l'expérience vécue par leurs clients et les fidéliser... Mais il arrive que certaines étapes soient négligées – voire oubliées. Cette checklist, résultat d'une centaine de projets menés en amont, résume les étapes indispensables à l'amélioration de votre expérience client.

Avant de vous lancer...

- Assurez-vous d'avoir un ambassadeur au sein du CODIR** i Il doit s'assurer que l'expérience client est un enjeu stratégique de votre entreprise.
- Définissez les objectifs de votre projet de management de l'expérience client**
 - KPI à mesurer (NPS, CSAT, etc.)
 - Objectifs SMART du projet (exemple : augmenter le taux de satisfaction de X %)
- Constituez et formez l'équipe projet qui coordonnera l'amélioration de l'expérience client au sein de l'entreprise** i Attention, le décideur final doit valider la démarche et les objectifs.

Préparer l'analyse en aval

- Identifiez la ou les cibles du projet** i Les étapes clés et les différentes interactions qui contribuent à votre expérience client doivent être connues.
- Cartographiez le parcours client**
- Mettez en place le process de collecte du feedback client**
- Désignez les indicateurs à suivre et les modes de collecte**
 - Questions à poser à vos clients
 - À chaud / à froid / les deux
 - Canaux à privilégier (SMS, e-mail, pop-in...)
- Préparez le process de suivi de projet**
 - Connaissance des destinataires et utilisateurs des KPI et tableaux de bord
 - Constitution de l'équipe participant aux comités de pilotage i Le rythme des comités doit également être défini !
- Paramétrez les tableaux de bord** i Choisir les KPI en fonction des utilisateurs !

Pilotage de l'amélioration de l'expérience client

- Identifiez les clients détracteurs, promoteurs et neutres**
- Traitez l'insatisfaction**
 - Mettez en place une équipe et un plan d'action
 - Créez une cellule de rappel
 - Donnez aux équipes les moyens pour agir (formations, guide, etc.)
- Valorisez les promoteurs** i Vos clients VIP à cajoler
 - Motivez les équipes en interne en leur transmettant les retours positifs
 - Créez un programme ambassadeur qui implique les clients promoteurs dans la valorisation de l'image de marque de l'entreprise i Remontez les informations de satisfaction directement dans les outils qu'utilisent quotidiennement les collaborateurs.
- Interconnectez les résultats avec le SI interne**
- Définissez le plan d'action global et précisez les moyens d'action des équipes opérationnelles pour améliorer l'expérience client**
- Intégrez l'amélioration de l'expérience client dans le processus de formation interne**
- Liez votre projet de management de l'expérience client à la mesure de l'expérience des collaborateurs, pour une relation qui dure dans le temps**

Votre projet est en place : vous voilà prêt à booster votre satisfaction. Mais comment faire ? Vocaza propose une plateforme SaaS de management de l'expérience client pour vous accompagner. Ne vous arrêtez pas en si bon chemin : contactez-nous !

Managez votre expérience client

Vocaza



FranceConnect + et L'Identité Numérique La Poste



Notre équipe et celle de La Poste ont collaboré pour concevoir une fiche pratique adressée au grand public, mais aussi aux collaborateurs en interne. L'objectif est pédagogique : **favoriser une meilleure compréhension de l'offre L'Identité Numérique La Poste** et de ses différences avec FranceConnect. À la fin de la lecture, l'utilisateur comprend que les deux sont complémentaires et connaît les bénéfices de l'offre de La Poste !

The infographic is titled 'Quelles sont les opportunités business du printemps ?' and is dated 'Avril'. It features a 'TOP TENDANCES PAGESJAUNES' badge. The main content is a bar chart showing search trends: 'jardineries végétaux articles de jardin' (1st), 'bricolage outillage' (2nd), 'horticulteurs' (3rd), 'marais' (4th), and 'vente directe de produits fermiers' (5th). A section titled 'Grand ménage de printemps pour les Français en avril !' includes a list of business opportunities like 'Recevoir une lettre recommandée électronique' and 'Signer électroniquement des documents'. A bottom section highlights 'Autre temps fort du mois : Pâques'.

Quelles sont les opportunités business du printemps ?



Chaque mois, PagesJaunes enregistre 45 millions de recherches de professionnels : Solocal a analysé cette data pour faire ressortir les **grandes tendances de recherches de chaque mois sur la plateforme**. Ces fiches pratiques aident les secteurs concernés à développer leur activité au bon moment sur Internet, grâce à des conseils pratiques et des solutions marketing concrètes. Ces fiches sont également disponibles au format trimestriel.

[Voir le contenu >](#)

Effy – Les 4 étapes principales d'un dossier de Prime Effy



LexisNexis – Lexis Explore : repoussez les frontières de l'analyse de documents juridiques !

LEXIS EXPLORE
Repoussez les frontières de l'analyse de documents juridiques !
Fiabilisez vos écritures et gagnez en productivité

Lexis Explore analyse vos documents juridiques, détecte les références citées, et permet une lecture simultanée des sources et de la doctrine associée. Et ce, en toute simplicité ! **Prêt pour le décollage ?**

#1 Dépôt du document

Accédez à Lexis Explore depuis la Page d'accueil de Lexis 360° Intelligence
Importez votre document Word ou PDF dans Lexis Explore par un simple « glisser-déposer » ou en le sélectionnant dans vos dossiers.

Quels documents analyser avec Lexis Explore ?
Dans le cadre de vos activités contentieuses et de conseil, Lexis Explore vous permet d'analyser :
✓ les jeux de conclusions, qu'il s'agisse de vos propres écritures ou de celles de la partie adverse ;
✓ les contrats et actes juridiques ;
✓ Tout autre écrit (courrier, assignation, consultation...).

Fiabilisez vos écritures et évaluez la solidité de l'argumentation adverse !

Solocal – Professionnels de la beauté : votre calendrier marketing

PROFESSIONNELS DE LA BEAUTÉ
Votre calendrier marketing

Mai 2021	Juin 2021	Juillet 2021	Août 2021	Septembre 2021	Octobre 2021
1 Fête du travail	1 Mois des fêtes	1 Fashion Week	12 Journée de la jeunesse	2 Rentrée des classes	3 Octobre Rose
16 Nuit des musées	5 Journée mondiale de l'environnement	6 Grandes vacances d'été	16 Assomption	6 Journée mondiale de la botte	3 Fête des grands-pères
22 Fête de la France	13 Journée mondiale de bien-être	7 Résultats du bac	19 Journée mondiale de la photographie	18 Semaine du développement durable	23 Vacances de la Toussaint
23 Tournoi de Roland-Garros	20 Fête des pères	6 ou 17 Festival de Cannes		22 Automne	31 Halloween
23 Lundi de Pentecôte	21 Été	29 Journée internationale du rouge à lèvres		22 Journée mondiale sans voiture	31 Passage à l'heure d'hiver
28 Fêtes des voisins	21 Fête de la musique				
30 Fêtes des mères	21 Journée internationale du frigo				
	23 Les soldes d'été				

WeMaintain – Reducing the carbon footprint of your buildings

Practical fact sheet

BUILDING OWNERS & MANAGERS
Reducing the carbon footprint of your buildings

Between investors, new regulations and user expectations, owners and managers now have a new goal: **reducing the carbon footprint of their buildings.**

What does the Future Buildings Standard say?

- The consultation took place in **2021** and covered energy efficiency, ventilation and overheating.
- From 2021 new non-domestic buildings will be required to produce **27%** less CO₂ emissions when compared to current buildings.
- The full standards will be further consulted upon in **2023** and implemented in **2025**.

User requirements are always at the centre of our concerns

While there is focus on user experience, many employees are expecting their companies to provide real solutions for energy efficiency and savings.

#2 Analyse du document et activation des liens par Lexis Explore

Lexis Explore analyse le document. Il se charge de :
✓ Détecter les **références juridiques**
✓ Identifier les documents dans **Lexis 360° Intelligence**
✓ Définir un **statut pour chaque référence**
✓ Rapprocher les **contenus doctrinaux de Lexis 360° Intelligence** des sources identifiées

Quid de la sécurité des données ?
Le traitement du document s'effectue dans un environnement sécurisé, sans conservation des données et en totale confidentialité.

Lexis Explore affiche les liens vers les contenus liés aux références citées dans votre document.

- Textes
 - Accédez aux **textes en vigueur**, aux **versions antérieures** et aux **codes annotés**
 - Découvrez une **sélection de décisions** rendus au visa de l'article considéré
- Décisions de justice
 - Accédez au **texte intégral**
 - Vérifiez les **références jurisprudentielles incomplètes** mises en évidence
 - Visualisez la **chronologie de l'affaire**
 - Accédez aux **commentaires de la décision citée**
 - Bénéficiez de recommandations de **décisions similaires**

Intuit QuickBooks – Période fiscale : ne perdez pas le fil !

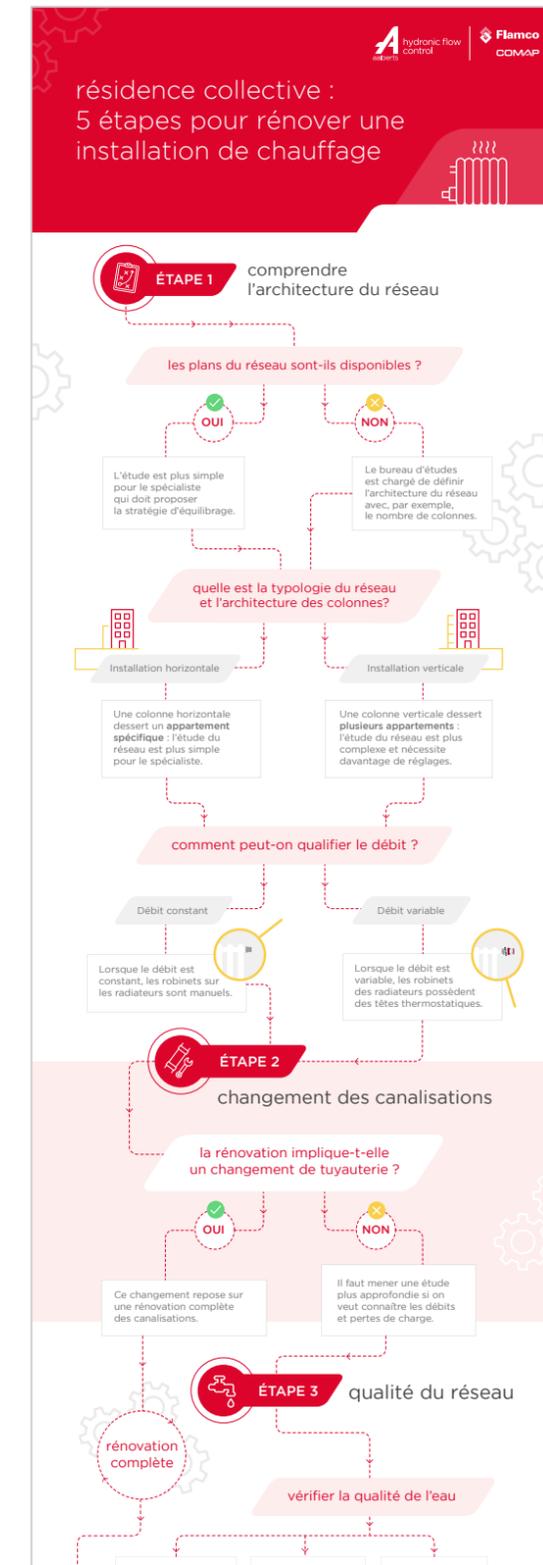
Période fiscale : ne perdez pas le fil !

Tous les cabinets d'expertise comptable vous diront la même chose : la période fiscale est un moment délicat à passer. Mais s'il n'existe pas encore de recette miracle pour la vivre sans stress, quelques astuces peuvent vous aider à vous organiser au mieux.

Avant

- Créer un **rétroplanning** indiquant toutes les clôtures de compte sur la période, avec :
 - les étapes de vérification
 - les corrections
 - les relances des clients
- Prioriser les clôtures** selon vos expériences passées : quels sont les clients les plus réactifs ? Lesquels ont besoin de nombreuses relances ?
- Rappelez aux clients les **dates clés** de la période fiscale et faites le point sur les tâches à réaliser
- Formez vos équipes** à la clôture - elles doivent savoir ce qui est attendu et où trouver les informations essentielles
- Fixez un **seuil de tolérance** pour déterminer si les révisions sont nécessaires ou non

Aalberts HFC – Résidence collective : 5 étapes pour rénover une installation de chauffage



Cas clients, Use Cases, Verbatims...



Vos clients ont raison (de vous avoir fait confiance). Leur parole peut compter dans la prise de décision de vos prospects. Et en plus... les commerciaux adorent en avoir à disposition. Difficile donc de faire l'impasse sur les cas clients !

Formats rédactionnels

Dispositifs SEO

Ebooks & formats téléchargeables

Use Case Factory

Vidéos

Infographies & formats visuels

Pages de site

LP, E-mails & Newsletters

Formats LinkedIn et Social Media

Sales Content

Le verbatim est le **niveau 1 du format cas client**. Une fois recueilli, il peut être utilisé partout : dans des articles de blog, sur un site web, dans un cas client pdf, etc.

“ Nous sommes associés à worklib pour créer une **expérience hybride épanouissante** en travaillant depuis une multitude de lieux uniques. Nous mettons à disposition les bons outils et espaces pour améliorer la collaboration et maintenir la culture d'entreprise, à commencer chez nous !

Sébastien Bazin, PDG chez Accor



“Now, Zendesk is more than a product in our portfolio, they are a true partner and central to our proposition.”



Russell Attwood,
Founder and CEO,
Route 101 Ltd.

Le mot de notre expert

Aujourd'hui, le choix de fournisseurs européens souverains pour l'hébergement de vos données est primordial. Mais il ne vous exempte surtout pas d'avoir le réflexe d'étudier en détail leurs **conditions contractuelles** concernant l'impact possible du CLOUD Act.

EMMANUEL TONNELIER

Depuis une quinzaine d'années, il travaille sur la **souveraineté** des données et la **criticité** des outils les manipulant – dont les outils de traduction automatique.

“ Ce que nous avons apprécié, c'est que notre fort besoin fonctionnel a su être entendu du côté d'Akuiteo et nous nous sommes tout de suite mis dans un format de co-construction du module.

Laurence Nicolas
DAF et DSI, NIJI



“

La force de e-Totem, c'est de pouvoir s'adapter à tous ces besoins-là : aussi bien des bornes très rapides que des bornes plus lentes qui s'adaptent aux nouveaux besoins de mobilité.



Frédéric Peyrard
Co-président de **Doing**

“

Vu la quantité importante de documents, il devenait nécessaire de créer des liens entre les différentes pages afin de pouvoir les retrouver très rapidement pour consultation.



Fabien DELALOYE
Responsable
BI & Statistiques
chez GILAI

“

« On sentait vraiment l'expertise du professionnel du bionettoyage de la part d'Elior Services, ce qui nous a beaucoup rassuré. »

Céline Le Denmat – Responsable Projets des territoires Vivalto Santé Bretagne



L'offre **Booster Réseaux de Solocal** correspond parfaitement à nos attentes, avec ses campagnes SEA personnalisées pour chaque centre technique et un suivi des performances précis et détaillé.

Pascaline Mascitti,
Directrice Commerciale et Communication d'Autosur

La série de use cases Nicholson



L'objectif : équiper Nicholson, cabinet de recrutement franco-britannique, d'une panoplie de cas clients à pousser sur les réseaux sociaux.

La méthode : création d'un **template de use case** et de sa déclinaison en snack content pour servir de base à la création des contenus. Les use cases ont ensuite été produits et traduits en français ou en anglais, selon la langue de l'interlocuteur.

Résultat : 5 use cases rendant fidèlement compte de l'expertise de Nicholson dans l'accompagnement des startups et scale-ups tech à différents stades de leur croissance !



Nicholson x Aptitude : Supporting a Growing Scaleup

[Voir le contenu >](#)



Nicholson x Dataiku : la structuration et l'accompagnement d'une startup en pleine croissance

[Voir le contenu >](#)



Financement participatif #Revalorisation #Co-développement

Photovoltaïque oussis

Comment un financement participatif est-il un indicateur de réussite pour une commune locale d'un projet ?

20,3 MWc 11 400 habitants (22 GWh / an)
23 ha 20 M€

35 million d'euros, collecté en 6 semaines auprès de 500 épargnants, 1000 euros par des habitants de la commune de Marcoussis.

Le projet : valoriser ce site délaissé par la production d'électricité renouvelable

Un projet d'installation d'un parc photovoltaïque de 20,3 MWc sur 23 ha, après l'évacuation des matériaux et la remise en état du terrain.

Le projet a été financé par un financement participatif lancé sur la plateforme PledgeMusic.

Financement participatif #Co-développement #Intégration territoriale

Parc éolien de Chemin du Bois de Montrigaud

Comment un parc éolien collectif en associant le territoire ?

2017 et 2018 24,6 MWc 25 000 habitants (20 GWh / an)
17,6 MWc et 20 000 habitants
12+8 éoliennes 32 et 28 M€

Le projet a été financé par un financement participatif qui a recueilli 100 000 euros en quelques jours.

Le projet : des chantiers à la fois collectifs, locaux et pédagogiques

Quatre actionnaires, un enjeu commun

En investissant dans ces parcs éoliens, les quatre actionnaires de la CEPS ont fondé un engagement commun pour une centrale de production électrique locale. Les quatre acteurs du projet sont :

- ENGIE Green (51,91 %)
- Valence Romans Agglo (17,95 %)

Références #Renovation

Parc éolien de Cheppes-la-Prairie

Marne, Grand Est

Comment une extension de parc éolien accélère-t-elle la transition énergétique locale ?

Cheppes-la-Prairie 2017 et 2022 23,5 MWc 23 500 habitants (11,7 GWh / an)
Exploitation agricole 17 éoliennes 23 M€

Le projet : valoriser ce site délaissé par la production d'électricité renouvelable

Un projet d'extension d'un parc éolien agricole de 17 éoliennes sur 23,5 MWc.

Un secteur agricole identifié comme favorable au développement éolien par le Schéma régional éolien (SRE) de Champagne-Ardenne

Le parc éolien de Cheppes-la-Prairie est promu au 1er rang de la liste des parcs éoliens agréés en exploitation en 2017 avec 5 éoliennes. Puis en 2019 une autorisation environnementale est obtenue pour créer Cheppes 2, une extension de 12 éoliennes supplémentaires, mise en service en mai 2022.

Au total, plus de 30 propriétaires et exploitants agricoles sont impliqués dans ce projet.

D'ailleurs, la Marne est un département historique de développement des énergies renouvelables. Le Groupe ENGIE y exploite 23 parcs éoliens qui produisent annuellement l'équivalent de la consommation électrique de plus de 350 000 habitants. Son Centre de conduite des énergies renouvelables basé à Châlons en Champagne est devenu en quelques années le centre de conduite de l'ensemble des actifs éoliens et solaires du Groupe ENGIE en France.

Références #Renovation #Intégration territoriale #Co-développement

Centrale photovoltaïque de PSA-Stellantis Sochaux

Doubs, Bourgogne Franche-Comté

Comment un industriel peut-il atteindre ses objectifs de neutralité carbone grâce à l'expertise d'ENGIE Green ?

Étupes, Vaux-Charente, Evincourt 2022 29 MWc 13 300 habitants (10 GWh / an)
Parking 36 M€ 22 ha

Le projet : des chantiers à la fois collectifs, locaux et pédagogiques

Quatre actionnaires, un enjeu commun

En investissant dans ces parcs éoliens, les quatre actionnaires de la CEPS ont fondé un engagement commun pour une centrale de production électrique locale. Les quatre acteurs du projet sont :

- ENGIE Green (51,91 %)
- Valence Romans Agglo (17,95 %)

Un parc d'expédition sur un site industriel emblématique

Le projet est financé par ENGIE Green à hauteur de 36 millions d'euros, qui en assure l'exploitation pendant 30 ans. L'électricité produite sera acheminée vers le réseau Enedis pour 20 000 volts.

Ce parking de 22 hectares, particulièrement exposé au soleil, a une capacité d'accueil de 10 000 véhicules. Un dispositif d'éclairage nocturne, une LED réversible et efficaces, complète l'offre proposée par ENGIE Green.

Le parking des expéditions, lieu actuel de stockage des véhicules produits dans l'usine de Sochaux, accueille 63 648 panneaux photovoltaïques.

Référence #Biodiversité #Intégration territoriale #Valorisation pédagogique

Parc éolien de Chemin du Bois Hubert

Oise, Hauts-de-France

Quelles sont les mesures qui permettent à un projet éolien d'être accepté localement ?

Angivillers, Lieuvillers, Plessier-sur-Saint-Just et Valescourt 27,6 MW 27 000 habitants (65 GWh / an)
Exploitation agricole 2015 12 éoliennes 34 M€

Au vu de cette expérience réussie, 2 projets d'extension du parc sont en cours. L'un des deux a même reçu immédiatement une délibération favorable de la commune.

Le site : une zone à exploiter mais une instruction qui prend du temps

Initié en 2000, les élus et la population locale ont rapidement été convaincus des bénéfices que pouvaient apporter ce projet. D'un commun accord, ils ont décidé de faire confiance à ENGIE Green en leur donnant le mandat pour étudier ce dernier.

L'instruction de la demande de permis de construire a duré presque 10 ans et n'a été accordée qu'en 2012. Après cette longue période écoulée, il a fallu convaincre à nouveau les parties prenantes du projet. Pour ce faire, un long dialogue a été mis en place, ce qui a permis au projet de ne pas être contesté.

La Use Case Factory d'Engie Green



Au départ : une base de données de 600 références Engie Green, 40 « green stories » à revoir et un énorme enjeu d'industrialisation de ces références client. Pour mieux s'adresser à ses cibles en rendez-vous client comme sur ses réseaux sociaux, Engie Green devait bâtir sa **Use Case Factory**.

Tout a commencé par la création d'un nouveau template A4 recto-verso et de sa déclinaison A5 (snack content), qui pourra se générer automatiquement à la demande des équipes Sales. Les 40 premières « green stories » ont donc été repensées graphiquement, mais aussi enrichies de chiffres et de verbatims. 40 use cases inédits sont venus compléter le dispositif, pour un total de **80 contenus** à disposition des équipes Engie Green. Et l'aventure ne fait que commencer...

De 100 % manuel à 100 % digital : le traitement optimisé de 130 000 commandes clients



Des chiffres utiles et la mise en avant d'un client pertinent, le secret d'un **use case efficace** ? Vaillant Group, présent dans 80 pays, remplit cette mission à merveille en expliquant comment Esker lui a permis de digitaliser la gestion de ses 130 000 commandes annuelles. Les challenges et les enjeux étaient nombreux pour Esker qui, en plus d'être compatible avec les outils déjà en place (CRM, ERP), devait pouvoir absorber les pics d'activité de son client, intégrer la complexité de son système tarifaire et garantir la traçabilité sans faille de chaque commande.

[Voir le contenu >](#)

Ces cinq pages percutantes racontent le passage au 100 % digital de Vaillant, première étape de sa longue collaboration avec Esker.

CAS CLIENT : VAILLANT GROUP

VAILLANT GROUP

DE 100 % MANUEL À 100 % DIGITAL : LE TRAITEMENT OPTIMISÉ DE 130 000 COMMANDES CLIENTS

En conjuguant travail d'équipe et accompagnement humain, Esker a permis à Vaillant Group de digitaliser intégralement son processus de traitement de commandes, pour des collaborateurs 100 % valorisés et une meilleure relation client.

SOLUTION

Digitaliser à l'échelle internationale

En 2013, Vaillant Group choisit la solution Esker : un outil **simple d'utilisation et évolutif**, qui remplissait les 4 critères exigés avec en plus un support client disponible. Un autre critère a été déterminant : la dimension internationale. Elle permettra à Vaillant Group un **déploiement facilité** auprès de ses autres filiales.

Après les phases de formation et de tests, la **solution Esker est déployée en 2014**, d'abord en France, puis en Belgique.

Les équipes Esker ont accompagné la transition en avertissant les clients en amont pour répondre à leurs demandes. Le fax a été abandonné : ils ont pu ainsi **passer leurs (nouvelles) premières commandes** grâce à des boîtes e-mails dédiées, automatiquement redirigées sur Esker (pas de pollution des boîtes personnelles au quotidien).

Ce fut un vrai travail d'équipe entre Esker et Vaillant Group pour que nous utilisions bien l'outil et que le changement de méthode soit transparent pour les clients.

Florence Ducloux
Assistante commerciale
Vaillant Group

Aujourd'hui, Vaillant Group automatise le traitement de tous ses bons de commande selon le processus suivant :

- Réception et distribution de la commande par la solution Esker en fonction de règles d'attribution et de priorité
- Retranscription de la commande à l'écran, vérification, saisie dans SAP et échanges avec le client directement depuis l'interface Esker si besoin
- Archivage électronique automatique du bon de commande

De 100 % manuel à 100 % digital : le traitement optimisé de 130 000 commandes clients

EN BREF

Vaillant Group

- Technologies de chauffage, ventilation et climatisation
- 13 000 collaborateurs
- 80 pays
- 2,5 mds € de chiffre d'affaires
- SAP (ERP) & Salesforce (CRM)

ENJEUX

Améliorer l'efficacité du traitement de commandes

Avec ses marques Vaillant et Saunier Duval, **Vaillant Group** figure parmi les leaders européens des technologies de chauffage, de ventilation et de climatisation.

Pourtant, jusqu'à une période récente (2013), l'ensemble des commandes clients étaient reçues par fax et **traitées manuellement** – pour un volume d'environ 130 000 commandes par an et une base d'articles d'environ 1 000 références ! Un **défi permanent** pour les 8 personnes de son service Administration Des Ventes, qui perdaient ainsi un temps précieux sur des tâches à faible valeur ajoutée.

De plus, cette méthode engendrait des **erreurs de saisie** et augmentait le risque de **pertes de commandes**. Difficile également pour l'équipe de s'organiser de manière optimale, car elle avait une **visibilité réduite** sur l'activité en cours et à venir. Pour ne rien arranger, la recherche d'un document archivé était une mission périlleuse.

Le traitement manuel des commandes clients était fastidieux...
Une seule solution : la digitalisation.

CHALLENGE

- La future solution devait être **compatible avec l'ERP (SAP) et le CRM (Salesforce)** en place.
- L'activité de Vaillant Group connaît une **forte saisonnalité** (un tiers du volume de commandes entre septembre et janvier) : il fallait donc pouvoir absorber les pics d'activité.
- Le **système tarifaire complexe** en place devait être intégré et pris en compte.
- Le groupe demandait une **traçabilité précise** du suivi du bon de commande tout au long du processus.

De 100 % manuel à 100 % digital : le traitement optimisé de 130 000 commandes clients

RÉSULTATS

Gain de temps et de qualité

Après plusieurs années d'utilisation, Vaillant Group constate de nombreux bénéfices. Toute l'équipe a **gagné du temps** et de la **productivité** : chacun peut désormais se concentrer sur des tâches à forte valeur ajoutée.

La solution empêche aussi les erreurs de saisie et offre une meilleure **traçabilité des commandes**, ce qui a **amélioré la relation client**. Dans les rares cas de litiges restants, cette traçabilité complète des bons de commandes en assure un meilleur traitement. Cette visibilité accrue permet aussi le partage des dossiers dans l'équipe, pour une **meilleure collaboration** au quotidien. Enfin, le **zéro papier** a permis un gain économique notable !

PÉRIODE DE CRISE SANITAIRE
Grâce à la solution Esker, la **continuité des services** a été assurée malgré la fermeture du site de Fontenay-sous-Bois et le ralentissement notable de l'activité. La possibilité de continuer à recevoir et à gérer les commandes clients à distance a également permis de **préserver l'activité** et d'éviter le chômage partiel.

- Gain de temps et de productivité
- Amélioration de la relation client
- Meilleure traçabilité et traitement des litiges

Nous savons très précisément où en est la commande et avons accès à tout moment aux documents et aux échanges avec le client. Ce gain de temps est inestimable, tout comme la qualité de service que nous apportons à nos clients avec des interactions beaucoup plus qualitatives.

Responsable Administration Des Ventes Produits Fins et Accessoires
Vaillant Group

De 100 % manuel à 100 % digital : le traitement optimisé de 130 000 commandes clients



Kronenbourg & Matcha lancent le Beer Matcher



Matcha, spécialiste de solutions digitales d'aide à la vente de vins, bières et spiritueux, a développé avec Kronenbourg l'application « Beer Matcher » avec un objectif précis : faire rayonner ses marques dans les établissements de restauration et stimuler l'activité des gérants à travers le prisme de l'accord mets-bières. **Un use case clé pour Matcha**, qui y déploie tout son savoir-faire dans le secteur de la bière.

[Voir le contenu >](#)

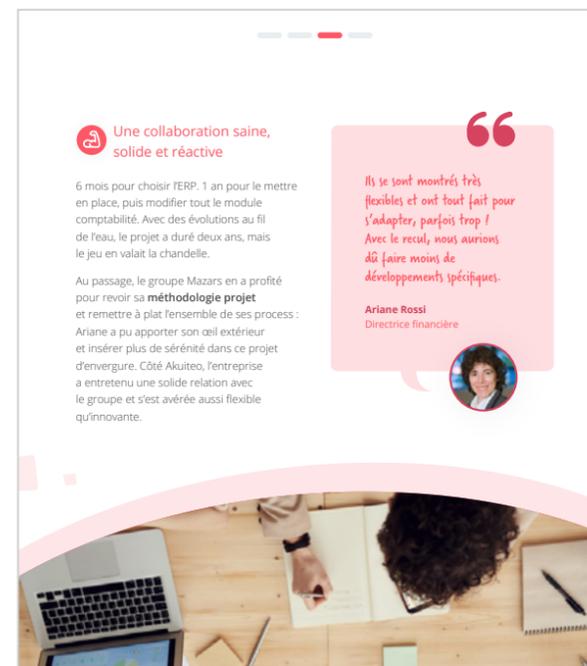


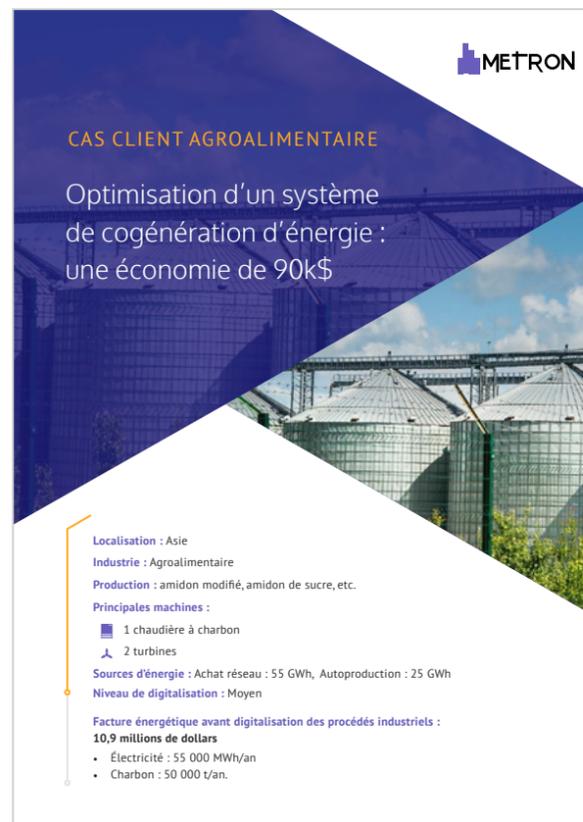
L'harmonisation d'un SI avec un ERP pour 40 entités !



Un use case qui s'adresse à une cible stratégique pour Akuiteo : celle des experts-comptables. L'histoire de la collaboration entre Akuiteo et le groupe international Mazars est celle du déploiement d'un ERP pour 40 entités juridiques à travers la France. Ce projet mêlait exigences techniques et fonctionnalités sur-mesure, le tout dans un outil simple et user-friendly. Malgré des difficultés bien normales pour ce type de travail, le nouvel ERP déployé a rapidement été adopté.

[Voir le contenu >](#)





CAS CLIENT AGROALIMENTAIRE

Optimisation d'un système de cogénération d'énergie : une économie de 90k\$

Localisation : Asie
Industrie : Agroalimentaire
Production : amidon modifié, amidon de sucre, etc.
Principales machines :
 1 chaudière à charbon
 2 turbines
Sources d'énergie : Achat réseau : 55 GWh, Autoproduction : 25 GWh
Niveau de digitalisation : Moyen

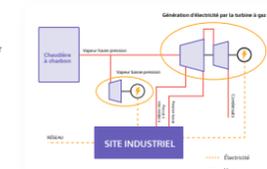
Facture énergétique avant digitalisation des procédés industriels :
10,9 millions de dollars
 • Électricité : 55 000 MWh/an
 • Charbon : 50 000 t/an.

2

Client & contexte : un challenge de consommation d'énergie

Une usine asiatique produisant de l'amidon pour l'industrie alimentaire souhaitait améliorer sa gestion énergétique et optimiser ses coûts d'électricité. Pour sa production d'énergie, la féculerie est équipée :

- d'une chaudière à charbon
- de deux turbines (l'une à contre-pression, l'autre à condensation) utilisées pour alimenter l'appareil de production en vapeur, et produire de l'électricité



La vapeur nécessaire aux lignes de production passe par les turbines, et est également produite par la chaudière. En cas de surplus, la vapeur résiduelle est utilisée à 100 % pour générer de l'électricité. Les besoins en électricité non couverts par les turbo-générateurs sont, quant à eux, directement importés du réseau public.

En identifiant les variables ayant le plus fort impact sur la consommation de vapeur, et en exploitant au maximum la flexibilité des actifs existants, l'usine avait pour objectif d'optimiser au maximum sa production d'énergie. **Un paramètre important était à prendre en compte : l'électricité produite sur le site correspond à un prix fixe, tandis que l'énergie importée du réseau a un coût variable.**

AVANT METRON : une gestion « manuelle » de l'énergie

Pour définir les règles de pilotage, un suivi mensuel était réalisé dans un fichier Excel. Les KPI analysés portaient essentiellement sur la production, avec un suivi des consommations de vapeur au regard de la production et du volume de charbon utilisé.

La production de vapeur était constante, quels que soient les coûts de production et les coûts de l'électricité importée du réseau.

Digitaliser et optimiser : le double défi de METRON

Le projet de digitalisation des procédés de cogénération devait répondre à un double objectif :

- digitaliser le management de l'énergie sur le périmètre du site (production et utilities), et suivre les KPI en temps réel pour détecter d'éventuelles dérives ;
- optimiser le mix énergétique entre autoproduction et consommation externe d'électricité issue du réseau, en vue de réduire le coût total des besoins en énergie.

Optimisation d'un système de cogénération d'énergie : une économie de 90k\$



METRON, CleanTech française fondée en 2013, experte en efficacité énergétique, **démontre l'efficacité de son accompagnement** dans ce use case, déclinaison d'un article dossier. En digitalisant son management de l'énergie, une féculerie chinoise optimise désormais son mix énergétique et réalise 90 000 dollars d'économie par an. Ce use case démontre aux **prospects industriels**, avec des chiffres précis, comment les solutions METRON permettent de faire des économies concrètes et de piloter sa consommation énergétique.

[Voir le contenu >](#)



CAS CLIENT

Inspection et contrôle de composants irradiés

EFER ENDOSCOPY choisit la soudure laser pour ses sabres endoscopiques

Déroulement du projet

La conception a pris une place importante dans la gestion du projet. Une phase d'étude et d'analyse menée conjointement a permis d'associer les expertises EFER et Laser Rhône Alpes pour coordonner les besoins et trouver une solution de faisabilité.

La réalisation d'un prototype a permis de valider :

- l'outillage développé par Laser Rhône Alpes pour la découpe et l'assemblage du sabre ;
- la méthode de fabrication et les paramètres machine.

Spécificités du projet sur la gestion documentaire

Dans le secteur, il est nécessaire de fournir des documents de suivi relatifs au soudage : cahier de soudage, DMOS & QMOS rattachés aux normes 15609-4 et 15614-11... Mais sur ce projet, compte tenu de la conception du sabre permettant de rendre les soudures non travaillantes, il a été décidé d'**alléger la partie documentaire**. Il a été décidé de travailler sur la base d'une LOFC (Liste des Opérations de Fabrication et de Contrôle) visée à chaque étape de fabrication, avec référence aux documents internes consultables chez Laser Rhône Alpes.

La caractérisation a été réalisée dans les règles de l'art, avec une vérification de la pénétration et de la qualité de la soudure pour être conforme au cahier des charges et à la norme 13919-1. Le soudeur était, quant à lui, qualifié selon les exigences de la norme ISO 14732.

« Après la validation du prototype – avec quelques ajustements –, nous avons pu programmer différentes phases de fabrication coordonnées entre nos équipes, pour lancer une première série de 6 sabres endoscopiques. »

Alexandre Bonnici
Responsable Bureau d'études

Inspection et contrôle de composants irradiés



L'utilisation du laser est très connue en découpe et en gravure, mais moins en soudure. Il s'agit pourtant d'un **procédé industriel extrêmement pointu**, parfaitement adapté à des secteurs de pointe ultra normés tels que le nucléaire. Démonstration dans ce use case Laser Rhône Alpes et EFER ENDOSCOPY, qui a choisi la soudure laser pour ses sabres endoscopiques – c'est-à-dire des outils en inox de 2,5 m, utilisés pour le contrôle visuel sous eau des composants irradiés de réacteurs nucléaires.

[Voir le contenu >](#)



Le raccordement instantané de COMAP sur un chantier de rénovation



Cette rencontre entre la Maison Radieuse du Corbusier et COMAP se présente sous la forme d'une longue interview de la société de plomberie, sanitaire et chauffage Blandin SAS, en charge de la réhabilitation des 161 logements de ce monument classé historique. Conçu dans un esprit plus « magazine » que le use case, le format interview se prête bien à l'intervention de COMAP sur ce chantier : au-delà des aspects techniques, c'est avant tout une **relation de confiance** que raconte ce contenu.

[Voir le contenu >](#)



L'histoire d'une prestation de bionettoyage déployée pour 4 ans



Vivalto Santé devait trouver un prestataire pour le bionettoyage de ses établissements en Bretagne. En plus de répondre à un cahier des charges très précis et normé, Elior Services devait permettre à son client d'améliorer son attractivité auprès des patients. Ce use case de 8 pages raconte l'engagement des équipes Elior Services au-delà même de leur cœur de métier : **un atout pour convaincre** d'autres établissements de santé d'externaliser certaines prestations pour se recentrer sur le soin.

[Voir le contenu >](#)

Vocaza – Comment Pacifica a optimisé le pilotage de sa satisfaction client

CAS CLIENT

Comment Pacifica a optimisé le pilotage de sa satisfaction client

Accroître les capacités des équipes chargées de la satisfaction client, avec une solution sur mesure et ergonomique, gérée en totale autonomie !

Vocaza & CA ASSURANCES

Pacifica et ses problématiques client

En bref
Pacifica est le spécialiste d'assurances dommages de groupe (Crédit Agricole, Natio de Crédit Agricole Assurances).

Les besoins de Pacifica

- Accroître et optimiser la satisfaction client, Pacifica avait besoin d'une solution de mesure et de pilotage de la satisfaction client.
- Pacifica souhaitait optimiser le travail des équipes en leur permettant d'avoir une bonne maîtrise de leurs outils et de leur données - le tout dans un environnement sécurisé.
- Pour répondre à ses attentes client efficacement, l'équipe de Pacifica devait mettre en place des outils de gestion de la satisfaction client.
- Pour améliorer la satisfaction de ses clients, Pacifica avait besoin d'une solution sur mesure et ergonomique, gérée en totale autonomie.

En 2020, Pacifica a ainsi décidé de se faire accompagner par un nouveau partenaire.

Matcha – Matcha et Casino.fr : une expérience consommateur inédite au rayon vin et bière

CAS CLIENT

Matcha et Casino.fr. Une expérience consommateur inédite au rayon vin et bière

GRUPPE Casino
NEUVIÈME MONDE DE DIVERSITÉ

Guardian Glass – Glass: a versatile and energy efficient solution for different climates

USE CASE

Glass: a versatile and energy efficient solution for different climates

GUARDIAN GLASS

Klaxit – La mobilité monégasque et le covoiturage

klaxit x Gouvernement Princier
PRINCIPAUTÉ DE MONACO

La mobilité monégasque et le covoiturage

Comment Monaco a relevé le défi du covoiturage avec Klaxit Mobilités ?

Intuit / QuickBooks – Déployer une offre digitale en cabinet avec succès

intuit quickbooks

CAS PRATIQUE

Défi

Déployer une offre digitale en cabinet avec succès

Le témoignage du cabinet CTN France

Pour répondre à toutes les problématiques de ses clients, le cabinet d'expertise comptable CTN France a opté pour la mise en place de solutions collaboratives. **Elouan Souplet**, chef de mission digitale pour le cabinet, revient sur le déploiement de l'écosystème QuickBooks.

CTN France
Experts en IT et Cloud

CTN France en quelques chiffres

- 90 ans d'expérience
- 2500 clients comptabilisés
- 100 collaborateurs
- 10 sites

www.quickbooks.fr

Solocal – Comment booster son SEO local grâce à un Store Locator ?

CAS CLIENT

Animalis
Les animaux de France et de l'étranger

Comment booster son SEO local grâce à un Store Locator ?

Retour d'expérience Animalsis

Signes de national

12 boutiques déployées clients une large gamme de clients, oiseaux, la ferme.

en France et son site de produits en ligne sont.

profiter d'une meilleure valeur référencement.

depuis 1998

solocal

Retour d'expérience Animalsis

Akuiteo – Quand un progiciel de gestion intégrée (PGI) s'invite dans la réorganisation d'une PME

CAS CLIENT

segat

Quand un progiciel de gestion intégrée (PGI) s'invite dans la réorganisation d'une PME

Une PME en pleine croissance malgré la pandémie, ce n'est pas banal. Sauf si cette PME s'appuie sur un business model efficace, une organisation solide... et sur les bons outils. Segat l'a bien compris : pour se renforcer dans sa croissance, la PME a engagé une réorganisation avec l'aide d'un consultant, AuréDi (Alexandre Ribadeau Dumast). Quand l'occasion se présente de faire évoluer l'entreprise dans sa globalité, il devient indispensable de déployer un ERP.

Use Case Factory

Serait-il plus simple de sortir plusieurs dizaines de cas clients par an qu'un ou deux ? Cela paraît totalement illogique, mais pourtant...

C'est toute la réflexion Use Case Factory d'Invox : avoir un système pour produire en masse les cas clients.

Cela passe par plusieurs éléments :

- ☑ Chercher à récolter **de manière systématique** l'avis de 100 % de vos clients
- ☑ **Impliquer les commerciaux** et/ou les équipes CSM dans la collecte
- ☑ Avoir des outils de captation (par exemple Trustfolio qu'on 🤖)
- ☑ Commencer « petit », avec de simples verbatims
- ☑ Avoir des templates pdf ou vidéo
- ☑ Animer le sujet !

[Aller plus loin sur le sujet](#)

Accédez à notre guide complet pour construire votre Use Case Factory. Vous pourrez également avoir une analyse des pratiques de plus de 200 entreprises B2B avec notre Grand Baromètre des Cas Clients B2B. Découvrez-le vite !

Avec une bonne plateforme de récolte d'avis clients authentifiés, on peut facilement industrialiser la collecte et réutiliser ensuite les avis récoltés pour les mettre sur son site web ou dans ses contenus. Chez Invox, le choix s'est porté sur Trustfolio.

[À la rencontre de Trustfolio >](#)

trustfolio



Vidéos



🎵 Video killed the radio star...

Ce format a le vent en poupe et tout le monde veut en faire. Il existe en réalité différents formats de vidéos, différents canaux de diffusion, et surtout des organisations qui permettent (ou pas) d'industrialiser le processus.

Formats rédactionnels

Dispositifs SEO

Ebooks & formats téléchargeables

Use Case Factory

Vidéos

Infographies & formats visuels

Pages de site

LP, E-mails & Newsletters

Formats LinkedIn et Social Media

Sales Content

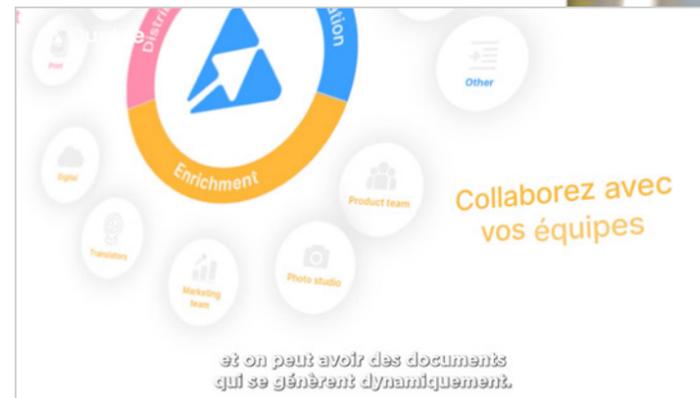
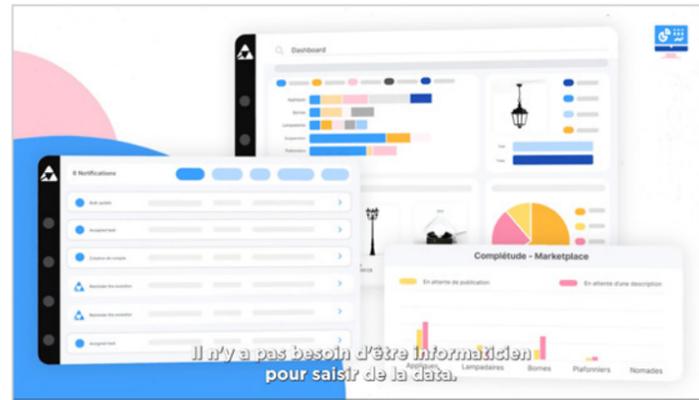
“

Nous avons mis l'accent sur la réalisation de plusieurs vidéos, dont des témoignages clients. Nous sommes ravis d'avoir eu un plan structuré, une **méthodologie d'accompagnement**. La qualité des vidéos est vraiment au top.



Patricia Calixte - Quable





Vidéo témoignage Roger Pradier



Nous avons réalisé pour Quable un lot de vidéos « témoignages clients ».

L'objectif de ces vidéos est de mettre en valeur les bénéfices de Quable et de convaincre les prospects grâce à des **discours authentiques** de clients convaincus. Ces témoignages ont été déclinés en différents formats :

- une version longue, de 2 minutes environ ;
- une version courte, en format horizontal, de 45 secondes ;
- une version teaser, en format carré, de 15 minutes environ.

L'entreprise Roger Pradier a inauguré cette série, suivie par trois autres clients de Quable qui se sont prêtés au jeu.

[Voir la vidéo >](#)

Vidéo focus Quable

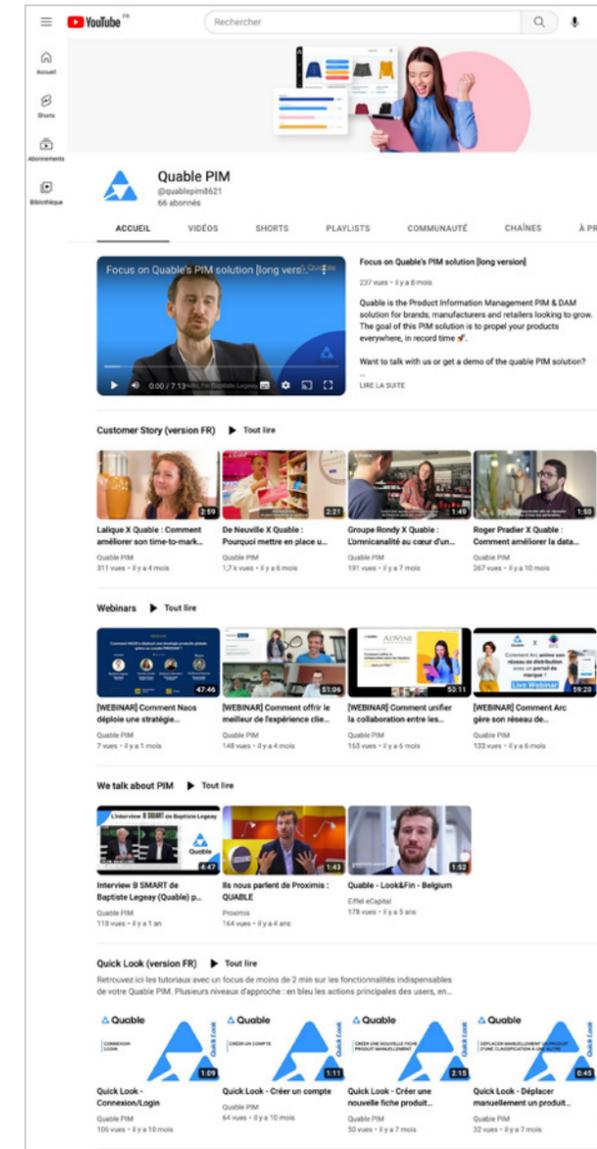
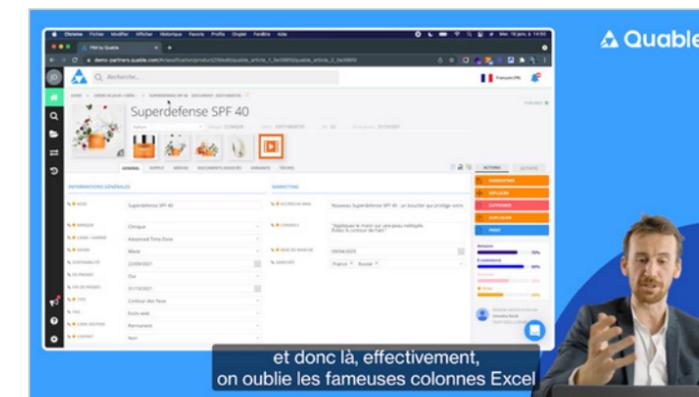
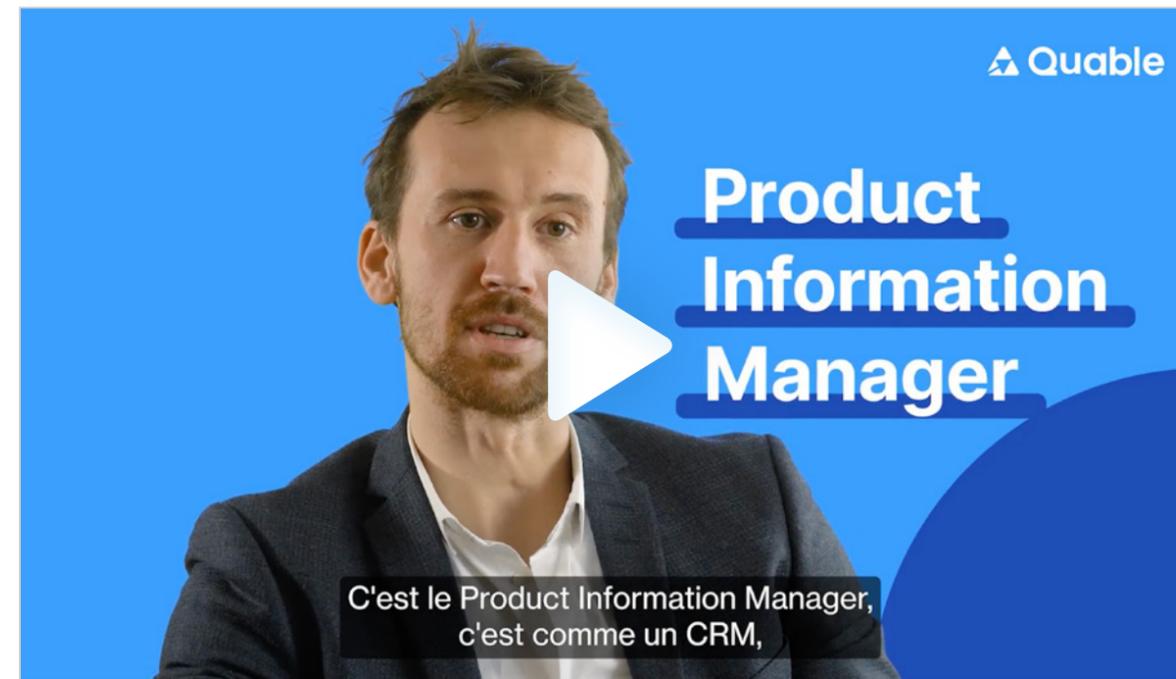


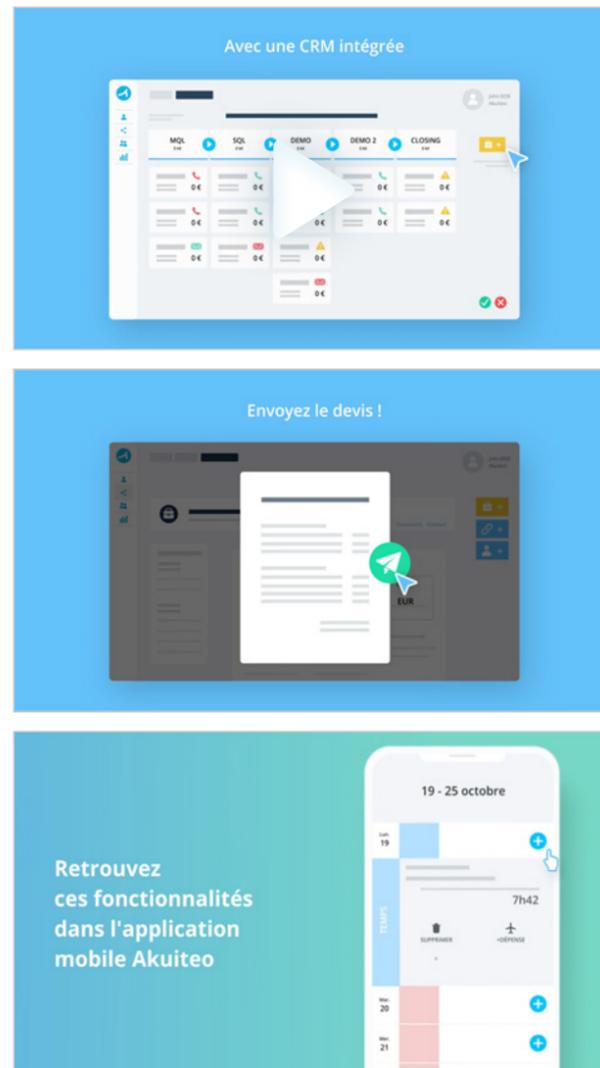
En parallèle du projet « témoignages clients », Quable souhaitait se présenter via un format plus long, toujours incarné, qui exposerait leur solution.

Baptiste Legeay, directeur général de Quable, a relevé le défi de passer face caméra : entre le témoignage et la présentation produit, ce long format de 7 minutes fait le tour de la solution PIM (Product Information Manager) de Quable avec pédagogie. Des incrustations permettent de projeter le prospect dans l'utilisation du logiciel, tout en apportant du rythme et de la modernité à l'ensemble.

[Voir la vidéo >](#)

Ce « mini webinaire » a pu facilement être découpé pour créer des mini focus à publier directement sur les réseaux sociaux de Quable.





Gérez toute votre activité commerciale



Pour décrire concrètement les possibilités que peut offrir un logiciel, une vidéo simple et dynamique vaut mieux que mille mots. Akuiteo a donc condensé les fonctionnalités de son logiciel de gestion dans une **courte vidéo en motion design**, diffusée sur la home page de son site. Les utilisateurs pourront ainsi se projeter facilement dans l'outil, mieux le comprendre et identifier rapidement quelles fonctionnalités pourraient leur être utiles. Ce contenu est aussi disponible en anglais.

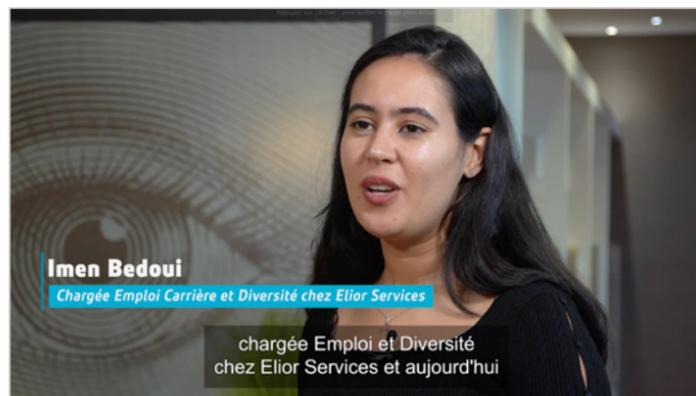
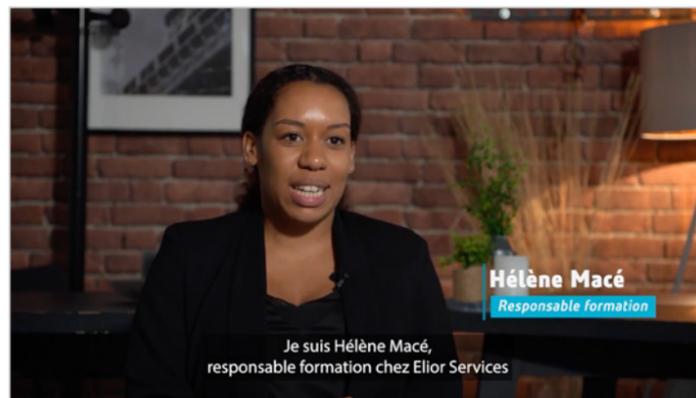
[Voir la vidéo >](#)



Translating sensitive data without security breaches: a challenge?



Un ebook capital dans la stratégie Inbound de SYSTRAN a été accompagné de nombreux contenus afin d'optimiser sa diffusion : cette **vidéo teaser**, notamment, a pour objectif de susciter en quelques secondes l'intérêt de la cible. Réalisée en animation simple et en reprenant les illustrations de l'ebook, cette vidéo a été déclinée en version française (tout comme l'ebook).



L'alternance chez Elior Services

La mission handicap d'Elior Services

L'alphabétisation chez Elior Services



Elior Services accompagne ses clients autour de trois expertises : hygiène et propreté, hôtellerie de santé et facility management.

Pour répondre à de **forts enjeux marque employeur**, Elior Services devait prendre la parole sur des thématiques comme l'alternance, leur mission handicap et les formations qu'ils proposent à leurs équipes.

Chaque vidéo réunit le responsable RH concerné et un salarié. Le premier expose le contexte tandis que la prise de parole du second vient enrichir la vidéo avec son vécu et sa spontanéité.

La première, dédiée aux parcours d'alternance, a pour objectif d'encourager les étudiants à rejoindre Elior Services. Le témoignage d'un jeune chef d'équipe, en CDI après son alternance, a pour but d'achever de les convaincre.

[Voir la vidéo sur l'alternance >](#)

→ Les vidéos ont été diffusées en interne, sur le site web, mais aussi sur le compte LinkedIn du groupe.

Screening topsoil, Crushing concrete, and Making \$\$\$ – Richard Bell, Georgetown Materials

Crushing demo waste in Massachusetts – Carlo Fragale, Fragale Building Corp



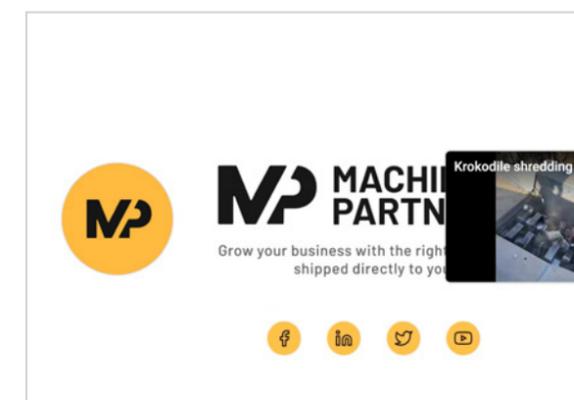
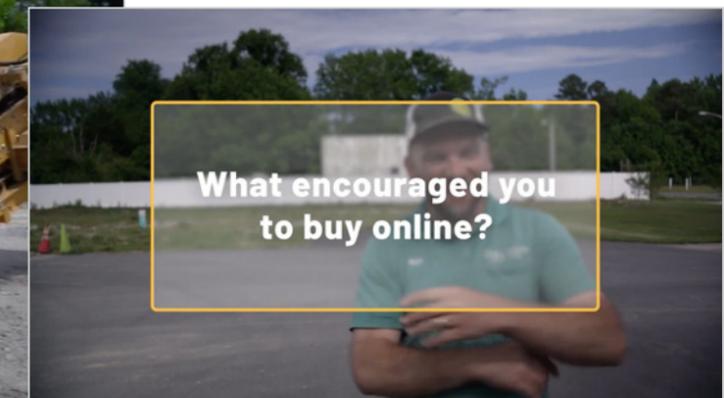
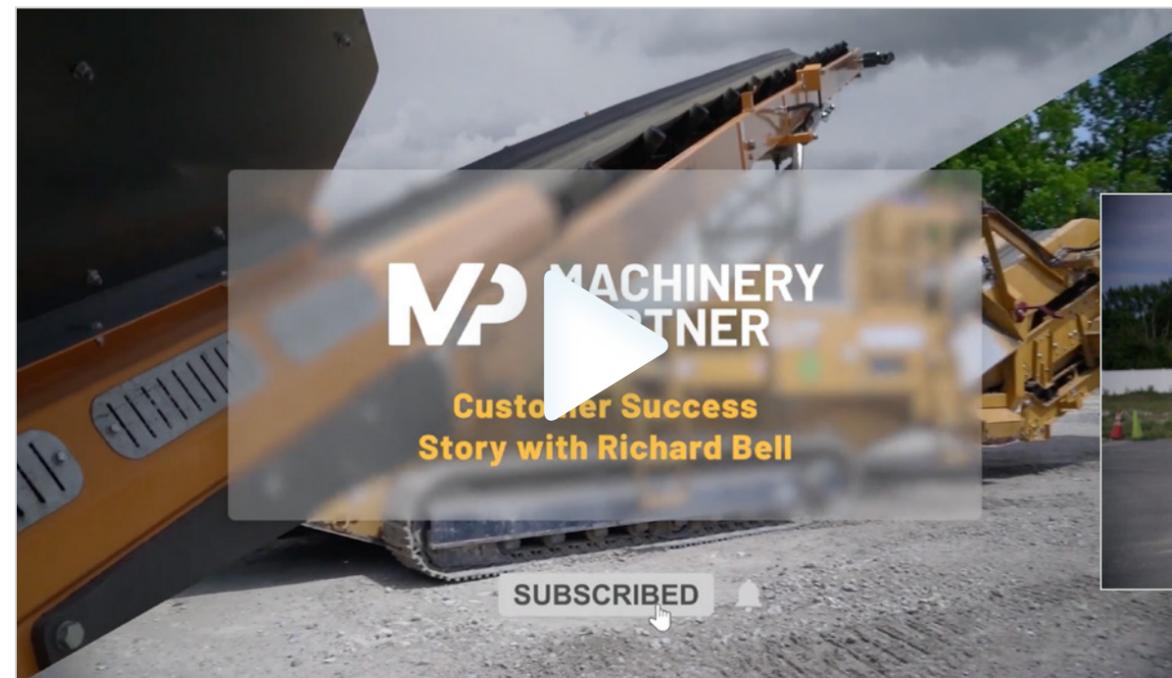
Vendeur en ligne d'équipements industriels, l'Américain Machinery Partner souhaitait muscler sa stratégie vidéo avec :

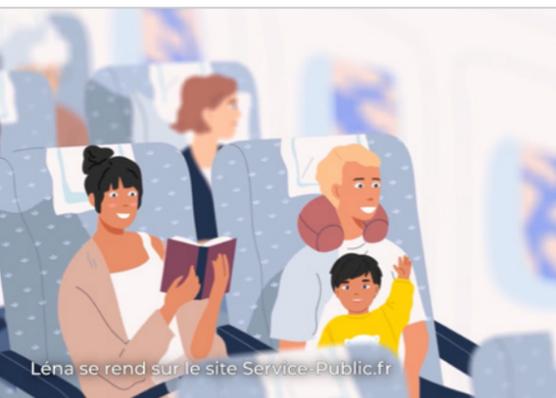
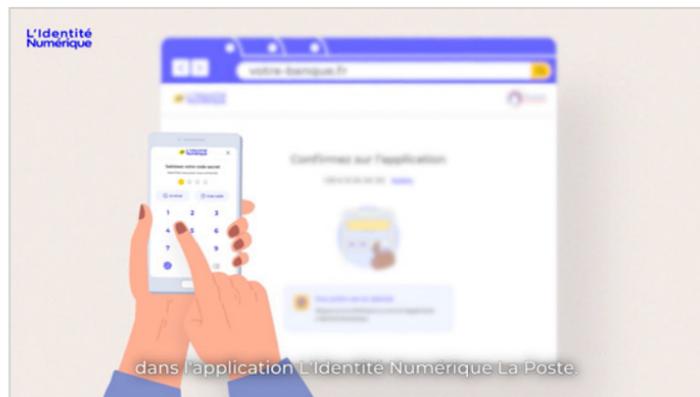
- une série de cas clients ;
- une bibliothèque complète de démos produits ;
- des focus constructeurs.

Le challenge de ce projet consistait à s'approprier la tonalité unique de Machinery Partner, dont la cible est en priorité les toutes jeunes entreprises qui se lancent dans la construction. Des **templates** ont été créés pour produire ces vidéos en série.

[Richard Bell >](#)

[Carlo Fragale >](#)





7 vidéos pour simplifier la vie des particuliers

L'Identité Numérique 

Il fallait raconter une grande histoire : celle de l'Identité Numérique La Poste et de toutes les possibilités qu'elle offre aux particuliers. Pour capter leur intérêt, nous avons choisi le **concept sériel** ainsi que le motion design, qui donne vie aux personnages et autorise tous les scénarios.

Cet ensemble de sept vidéos, dédiées essentiellement aux réseaux sociaux, raconte comment l'Identité Numérique facilite les démarches administratives tout au long de la vie.

- Simplifiez vos démarches familiales
- Simplifiez vos démarches administratives pour la conduite automobile
- Simplifiez votre déménagement
- Simplifiez vos démarches étudiantes
- Simplifiez vos démarches administratives depuis l'étranger
- Simplifiez vos démarches pour votre évolution professionnelle
- Simplifiez vos démarches La Poste avec L'Identité Numérique



Série de 3 vidéos réseaux sociaux pour les artisans



N° 1 de la rénovation énergétique en ligne, Effy accompagne les particuliers dans leur transition énergétique et collabore avec des artisans sur tout le territoire. Pour choyer ses partenaires et les soutenir dans leur développement, Effy a organisé un webinar sur la pertinence des réseaux sociaux pour les entreprises du bâtiment. Le webinar a été décliné en trois vidéos d'animation simple, **pour convaincre les artisans** du secteur de la rénovation énergétique de mettre en lumière leur savoir-faire sur Facebook, LinkedIn ou encore Instagram.

- Devez-vous être présent sur les réseaux sociaux ?
- Quels réseaux sociaux utiliser ?
- 7 astuces pour vous lancer sur les réseaux sociaux



[Voir la vidéo >](#)

Vendez vos produits en ligne en quelques clics



Carmila, 3^e société cotée de centres commerciaux en Europe, souhaitait présenter sa solution de commerce électronique aux boutiques de ses galeries commerciales. Mission accomplie avec 1 minute 30 secondes d'animation simple, un format idéal qui représente la simplicité d'implémentation de Shopping Pay. La vidéo décrit ensuite toutes les nouvelles possibilités qui s'offrent à l'utilisateur : toucher de nouveaux clients, faire du déstockage, vendre des coffrets cadeaux – le tout en Click and Collect. L'enjeu ? **Apprendre à la cible** à booster son chiffre d'affaires avec la vente en ligne, en 90 secondes.

Dirigeants d'entreprise : 5 conseils pour réussir la formation de vos salariés

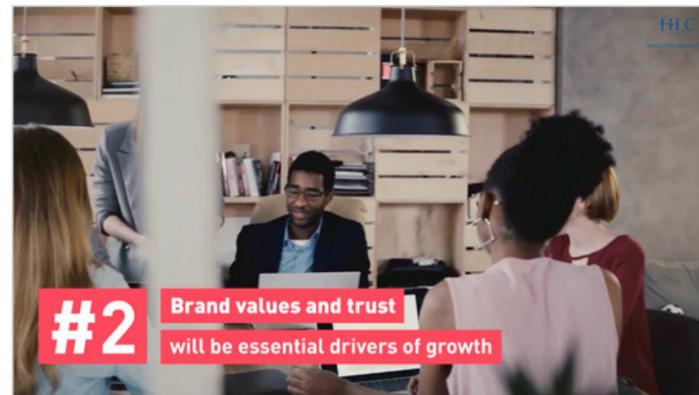
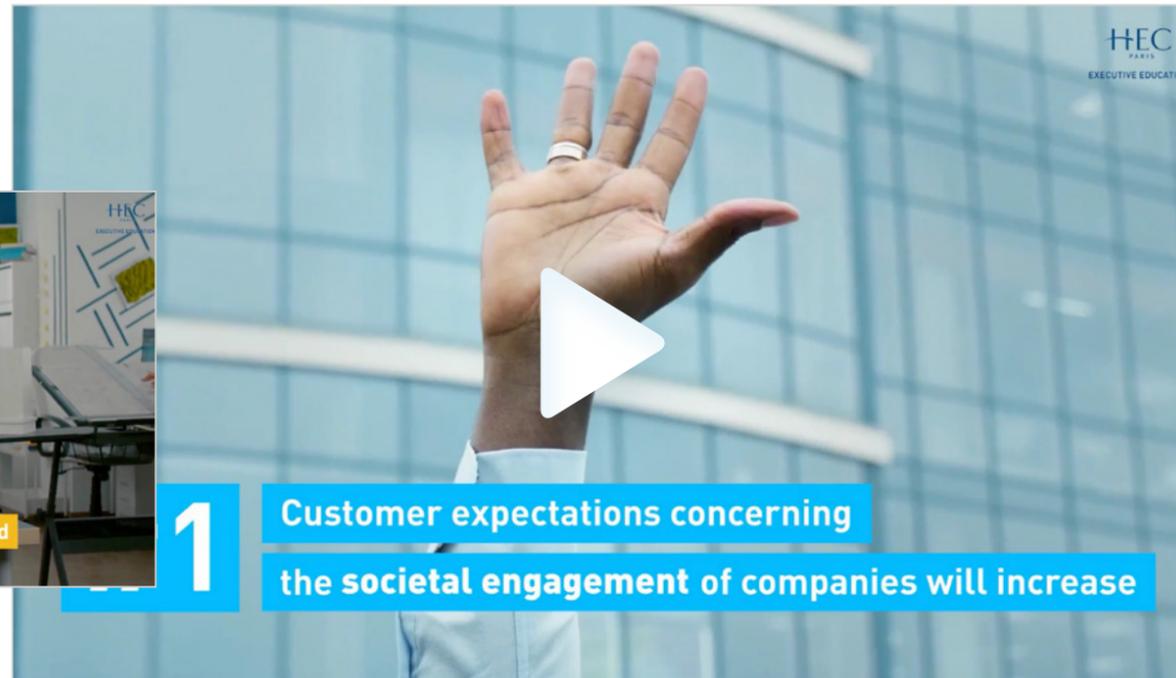


Réalisée pour HEC Executive Education, cette vidéo donne à sa cible principale, les CEO, des conseils pratiques pour réussir la formation de leurs salariés. Un aperçu de l'**expertise pédagogique** du client, qui doit amener les dirigeants à se tourner vers HEC pour leurs projets de formation.

Ce contenu court et dynamique est destiné à être diffusé sur les réseaux sociaux.

Voir la vidéo >





Global CEO Survey



Cette vidéo valorise les enseignements clés d'une grande enquête menée par HEC Paris auprès de CEO et de cadres supérieurs. Son objectif : inciter les dirigeants à **télécharger l'étude complète** afin de récolter des leads.

Ce contenu visuel concis et efficace, associant images et animation simple, atteste de l'expertise de HEC Executive Education grâce à un fort potentiel de viralité, notamment sur LinkedIn.

[Voir la vidéo >](#)

Infographies & Formats visuels



Une image vaut mille mots. Peut-être pas en SEO, mais pour expliquer simplement des choses compliquées, y'a pas photo. Voici de l'inspiration visuelle pour intégrer infographies & co dans vos stratégies de contenu !

Formats rédactionnels

Dispositifs SEO

Ebooks & formats téléchargeables

Use Case Factory

Vidéos

Infographies & formats visuels

Pages de site

LP, E-mails & Newsletters

Formats LinkedIn et Social Media

Sales Content

“

Les équipes Invox ont rapidement compris les enjeux et pointé des axes d'améliorations pertinents pour notre stratégie éditoriale. Côté design, elles ont réussi à s'approprier notre nouvelle identité et à la **décliner créativement sur différents supports.**



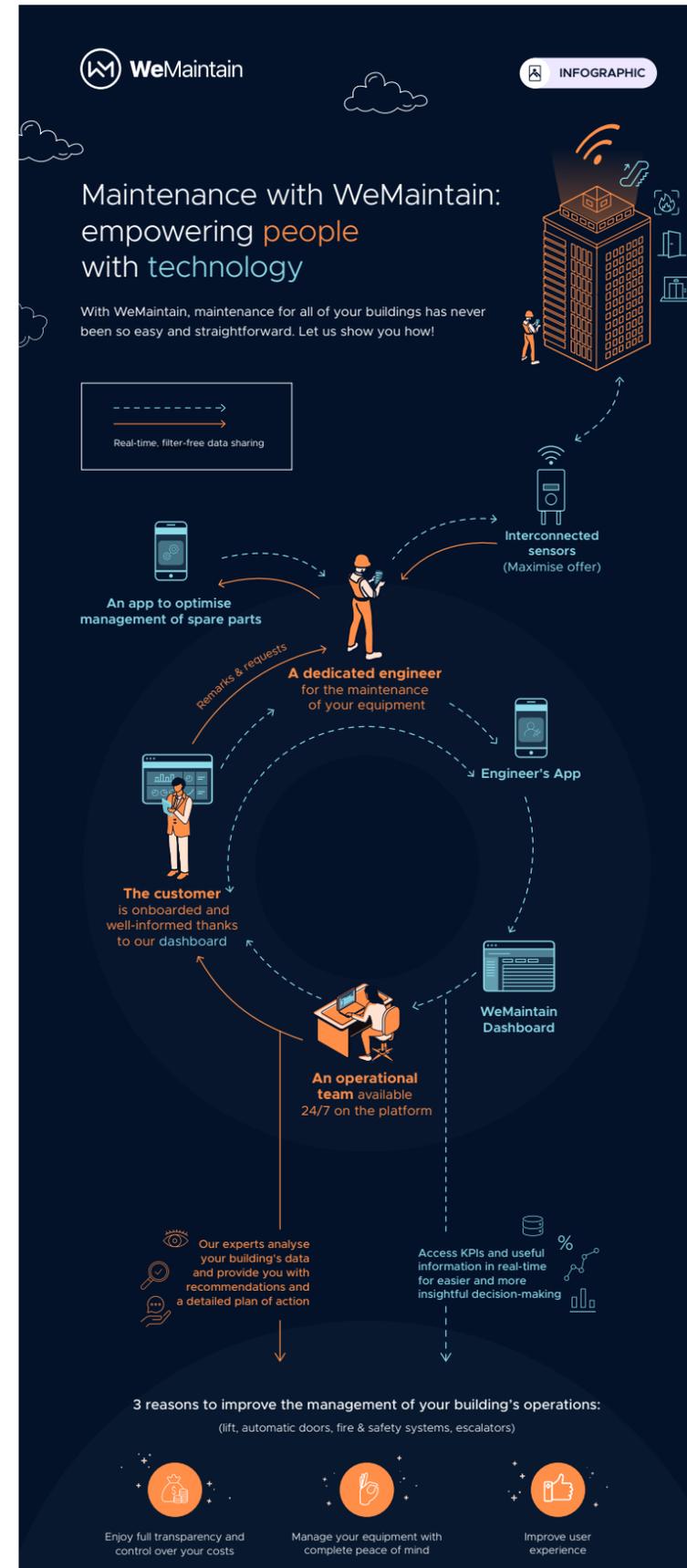
Julien Tournière – WeMaintain



La maintenance par WeMaintain

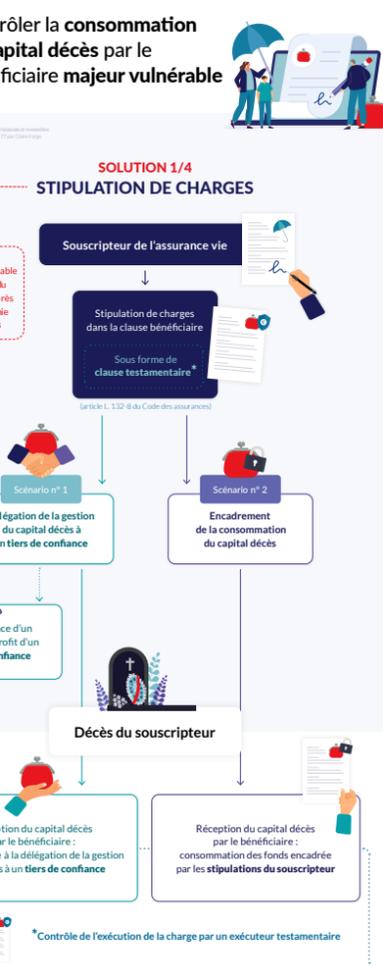


Cette série d'infographies a été réalisée en français et déclinée en anglais : l'une résume l'offre de WeMaintain de façon imagée et l'autre détaille (sous forme de checklist) un ensemble de bonnes pratiques pour réussir la maintenance des ascenseurs. Cette infographie est le fruit d'une **co-construction avec les équipes WeMaintain** afin de représenter au mieux leur offre, qui associe l'humain et la technologie pour simplifier la maintenance.



With WeMaintain, adopt these best practices to optimise your equipment

CONTRAT D'ASSURANCE VIE
Contrôler la consommation du capital décès par le bénéficiaire majeur vulnérable



Recourir à la technique du mandat ne résiste pas à la mise sous tutelle du bénéficiaire (C. civ., art. 2003). D'où l'intérêt de la seconde solution (encadrement de la consommation des fonds).

Plus loin : La Semaine Juridique Notariale et Immobilière n° 24 du 17 juin 2022, étude 1177 par Claire Farge et Sébastien Comparot.

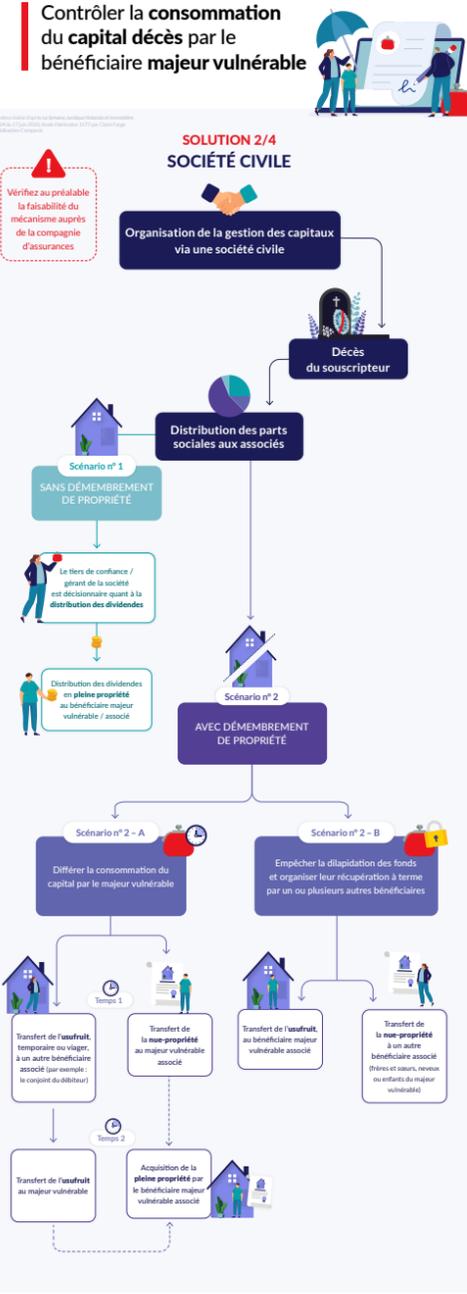
Place à la pratique

Lexis 360° Intelligence vous accompagne au quotidien pour conseiller vos clients dans la gestion de leur patrimoine.

DÉCOUVRIR LA SOLUTION

Nouveau ! Simulateurs & contenus pratiques de FIDROIT

CONTRAT D'ASSURANCE VIE
Contrôler la consommation du capital décès par le bénéficiaire majeur vulnérable



Plus loin : La Semaine Juridique Notariale et Immobilière n° 24 du 17 juin 2022, étude 1177 par Claire Farge et Sébastien Comparot.

Place à la pratique !

Lexis 360° Intelligence vous accompagne au quotidien pour conseiller vos clients dans la gestion de leur patrimoine.

DÉCOUVRIR LA SOLUTION

Nouveau ! Simulateurs & contenus pratiques de FIDROIT

CONTRAT D'ASSURANCE VIE
Contrôler la consommation du capital décès par le bénéficiaire majeur vulnérable



Plus loin : La Semaine Juridique Notariale et Immobilière n° 24 du 17 juin 2022, étude 1177 par Claire Farge et Sébastien Comparot.

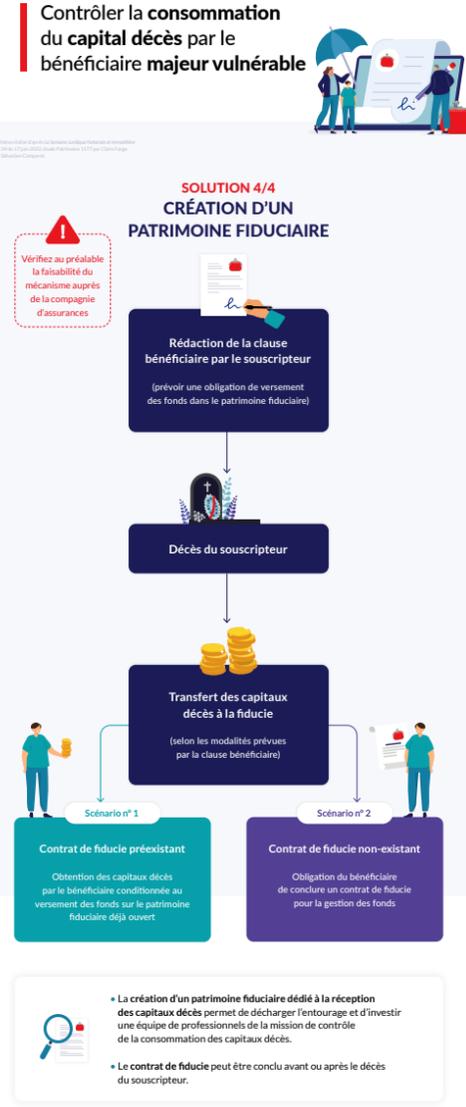
Place à la pratique

Lexis 360° Intelligence vous accompagne au quotidien pour conseiller vos clients dans la gestion de leur patrimoine.

DÉCOUVRIR LA SOLUTION

Nouveau ! Simulateurs & contenus pratiques de FIDROIT

CONTRAT D'ASSURANCE VIE
Contrôler la consommation du capital décès par le bénéficiaire majeur vulnérable



Plus loin : La Semaine Juridique Notariale et Immobilière n° 24 du 17 juin 2022, étude 1177 par Claire Farge et Sébastien Comparot.

Place à la pratique !

Lexis 360° Intelligence vous accompagne au quotidien pour conseiller vos clients dans la gestion de leur patrimoine.

DÉCOUVRIR LA SOLUTION

Nouveau ! Simulateurs & contenus pratiques de FIDROIT

Série sur le contrat d'assurance vie



Cette série de 4 infographies est tirée d'un article publié dans la revue de LexisNexis intitulée *La Semaine Juridique*. On y retrouve un ensemble de techniques adressées à une cible – les notaires – afin d'encadrer l'utilisation du capital de l'assurance vie par un majeur vulnérable.

How to save money by recycling concrete?



Ce Thinglink (ou infographie dynamique) explique comment recycler les gravats de béton facilement. Pourquoi un Thinglink ? Pour garder une infographie épurée avec toutes les machines et mettre le texte en **bulles interactives**.

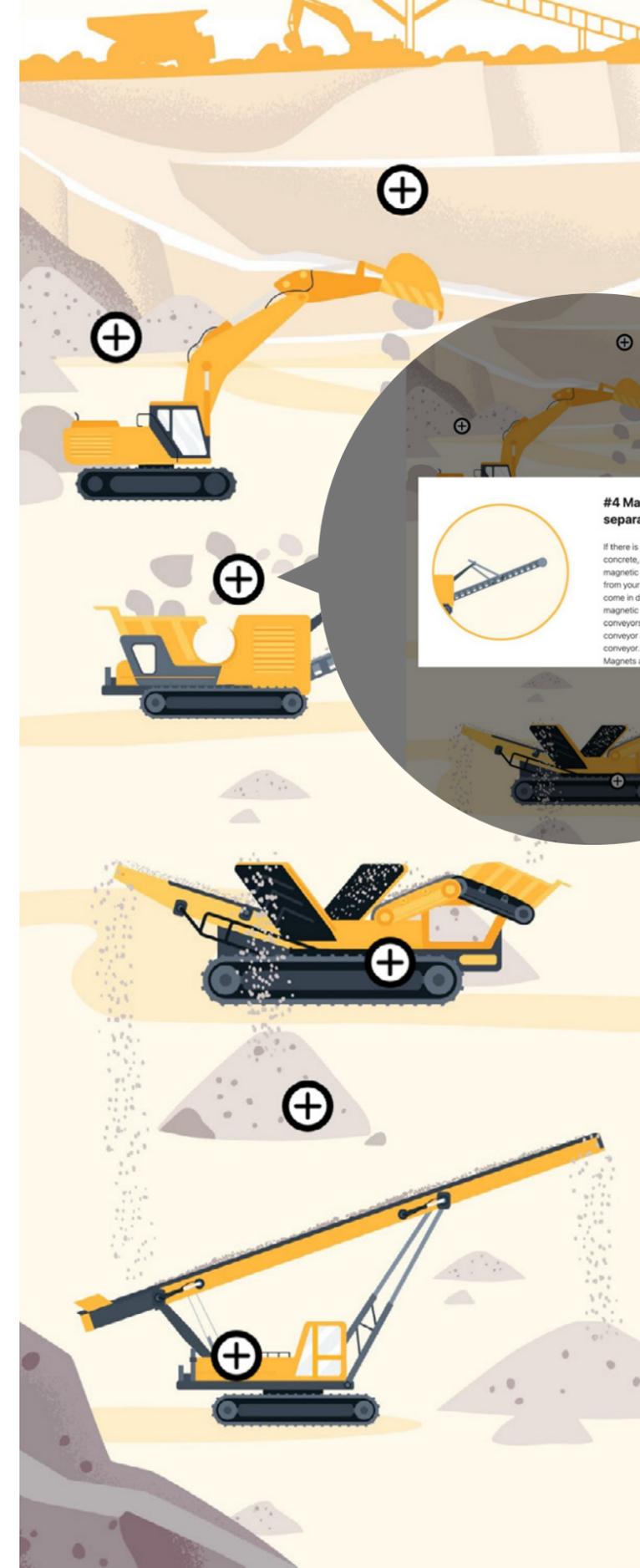
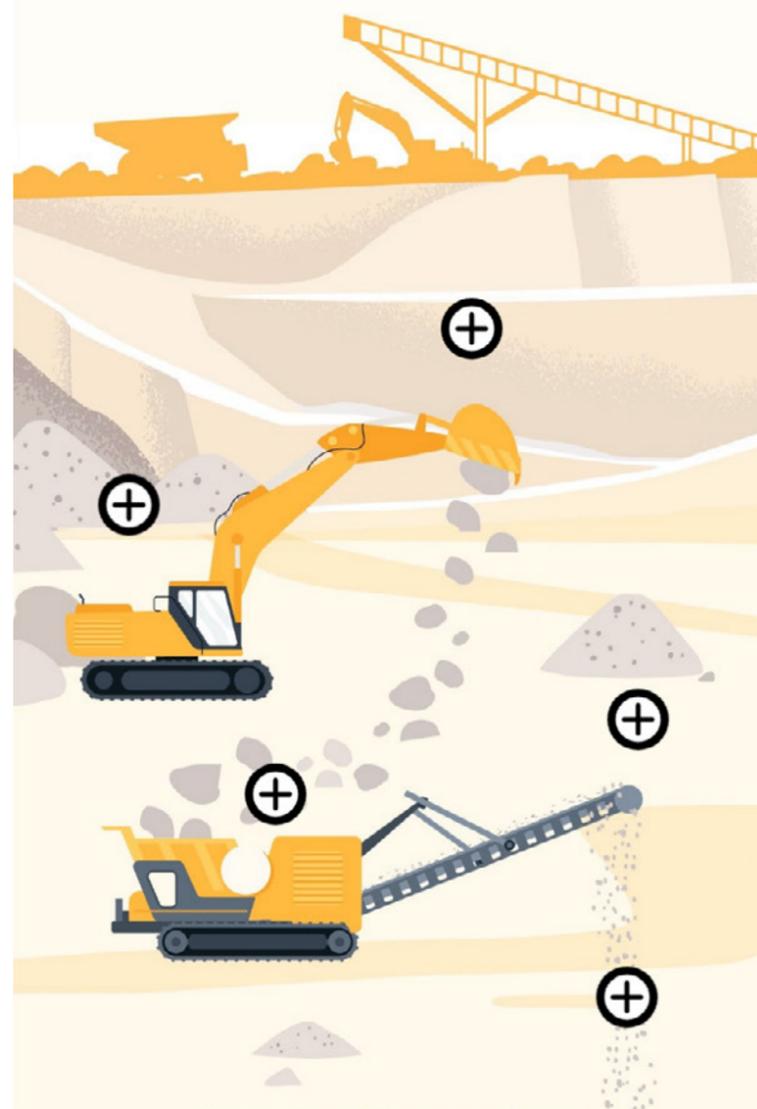
Ce contenu n'est pas arrivé seul : il a été accompagné d'un article qui met en avant tous ces points.



How to save money by recycling concrete?

Recycling your waste concrete instead of buying new material for each job is a great way to cut down on costs and make your business more efficient.

How can you make this happen? By utilizing the right equipment directly on your site! Not sure where to get started? Machinery Partner is here to provide expert advice to help you start recycling your concrete, and putting \$\$\$ back in your pocket.



#4 Magnetic separator

If there is metal in your waste concrete, you'll need to use a magnetic separator to remove it from your final product. These come in different forms, like magnetic rollers on your conveyors, or a separate conveyor above your output conveyor. Magnets are suspended over the

Trois infographies pour différentes offres de La Poste Solutions Business



E-commerçants, directeurs des services généraux, collectivités territoriales : ce sont les trois cibles centrales à qui s'adressent ces trois infographies de La Poste Solutions Business. L'infographie « Développement à l'international », s'inscrit dans le cadre d'une campagne de Marketing Automation et redirige vers un article décrivant comment définir pas à pas sa stratégie de déploiement.

Le développement à l'international, un vrai relais de croissance

Offre e-Commerce de La Poste Solutions Business



Offre Portage de repas de La Poste Solutions Business

Offre Portage de repas de La Poste Solutions Business



Entreprises et collectivités : quelles mobilités durables pour quels financements ?

Offre Vélopartage de La Poste Solutions Business



Votre parcours de soins simplifié et sécurisé



Destinée aux particuliers, cette infographie a pour objectif d'expliquer comment le parcours de soins peut être simplifié grâce à l'Identité Numérique La Poste dans un contexte de digitalisation des services de santé. Une démarche illustrée en 3 étapes clés !

Votre parcours de soins simplifié et sécurisé avec L'Identité Numérique

Vos professionnels de santé proposent de plus en plus de services en ligne, qui complètent et simplifient votre parcours de soins. L'Identité Numérique La Poste vous permet de vous identifier à distance, facilement et en toute sécurité !

Les étapes qui rythment votre parcours de soins en ligne.

- Pré-admission en ligne**
 - Complétez votre dossier patient
 - Partagez vos données personnelles avec les professionnels de santé
 - Autorisez l'utilisation de vos données
- Pré-admission chez un professionnel de santé**
 - Des personnels formés contrôlent vos documents d'identité et votre carte vitale en face à face.
- Post-admission**
 - Accédez à votre espace en ligne pour suivre votre parcours de soins
 - Gérez vos données de santé

2 types d'identification sont possibles :

- Identification 1 :** Dans le domaine de la santé, il est encore plus important de s'identifier pour une meilleure prise en charge.
- Identification 2 :** Des personnels formés contrôlent vos documents d'identité et votre carte vitale en face à face.

3 étapes clés :

- Pré-admission en ligne** (avec L'Identité Numérique)
- Pré-admission chez un professionnel de santé**
- Post-admission**

La clé qui sécurise et simplifie votre parcours de soins : L'Identité Numérique La Poste est un moyen gratuit de connexion et une preuve d'identité certifiée à toutes les étapes de votre parcours de soins.

L'Identité Numérique permet :

- Une protection des données personnelles
- Une protection contre l'usurpation d'identité

Partagez avec vos proches l'accès à vos données de santé : En plus des professionnels de santé, vous pouvez autoriser vos proches à accéder à vos données de santé. En s'authentifant de manière sécurisée, ils peuvent se connecter et suivre votre parcours de soins.

La clé qui sécurise et simplifie votre parcours de soins : L'Identité Numérique La Poste est un moyen gratuit de connexion et une preuve d'identité certifiée à toutes les étapes de votre parcours de soins.

6 types d'outils pour votre e-commerce

Digiposte

Quels outils adopter pour faire croître son e-commerce ? C'est à cette question que répond cette infographie Digiposte : on y retrouve une liste des 6 outils les plus pertinents du marché pour assurer la gestion de l'information ou des finances, ou encore la logistique d'un nouveau commerce en ligne.

Voir le contenu >

Digiposte

Développer votre activité

6 types d'outils pour votre e-commerce

Vous avez choisi une plateforme spécialisée pour développer votre activité e-commerce ? Parfait ! Mais avez-vous pensé à tous les autres outils pour faire croître votre entreprise ?

- #1 Centralisez l'information**

L'ERP (Programme de gestion des ressources humaines) centralise tous les processus et les données de l'entreprise. Il est la base d'une bonne communication entre les différents outils.

Ex : Invoa, Teamleader, Anonaut
- #2 Offrez des solutions de paiement**

Acheter en ligne est devenu courant, mais les consommateurs ont toujours du mal à faire confiance. Présentez plusieurs solutions de paiement pour les rassurer !

Ex : PayPal, Stripe, Lydia
- #3 Maîtrisez la logistique**

Gestion des commandes et des stocks, suivi logistique, service après-vente... tout est externalisable pour vous faire gagner du temps et de l'argent.

Commencez en fonction de vos besoins :

 - petits ou gros colis,
 - en local ou à l'international,
 - stockage en entrepôt ou en magasin...

Vous êtes une TPE/PME ? De nombreuses solutions d'envoi de colis existent ! En partenariat avec les transporteurs, elles vous aident à proposer différentes options d'envoi, notamment la livraison gratuite.

Ex : SendCloud
- #4 Boostez votre marketing**

La croissance d'une boutique en ligne passe par le marketing digital. Pour gagner en efficacité et en visibilité, optez pour des outils de planification et d'automatisation des tâches.

Le référencement de votre boutique en ligne sur les moteurs de recherche.

→ Essayez la mise en avant de vos produits dans la partie « Shopping » de Google.

L'envoi de mails à votre base.

→ Programmation de vos emails annuellement.

Ex : MailChimp, Mailjet, HubSpot...

La collecte d'avis clients.

→ Mise en confiance du consommateur grâce aux avis des clients : le bouche-à-oreille digital n'a jamais été aussi tendance.

Ex : Avis Vérifiés, Trustpilot...
- #5 Orchestrez vos réseaux sociaux**

Pour construire votre réputation en ligne, optez pour des solutions facilitant la création de contenu et la planification de vos publications.

Ex : Hootsuite, Buffer, Sprout Social, Agorapulse...
- #6 Analysez vos performances**

Vos mécanismes d'acquisition sont-ils efficaces ? De nombreux prestataires analytics peuvent vous aider à le découvrir et à rectifier votre stratégie si besoin.

Ex : Google Analytics, Semrush

Le saviez-vous ?

- Un mode de livraison défilant ou incertain est la cause n°1 des paniers abandonnés.
- Les transporteurs, elles osent différentes options et la livraison gratuite.
- Un mode de livraison défilant ou incertain est la cause n°1 des paniers abandonnés, des achats non concrétisés et de la baisse de la fidélité des clients.
- Mise en confiance du consommateur grâce aux avis des clients : le bouche-à-oreille digital n'a jamais été aussi tendance.
- Ex : Avis Vérifiés, Trustpilot...

Le saviez-vous ?

- Un mode de livraison défilant ou incertain est la cause n°1 des paniers abandonnés, des achats non concrétisés et de la baisse de la fidélité des clients.

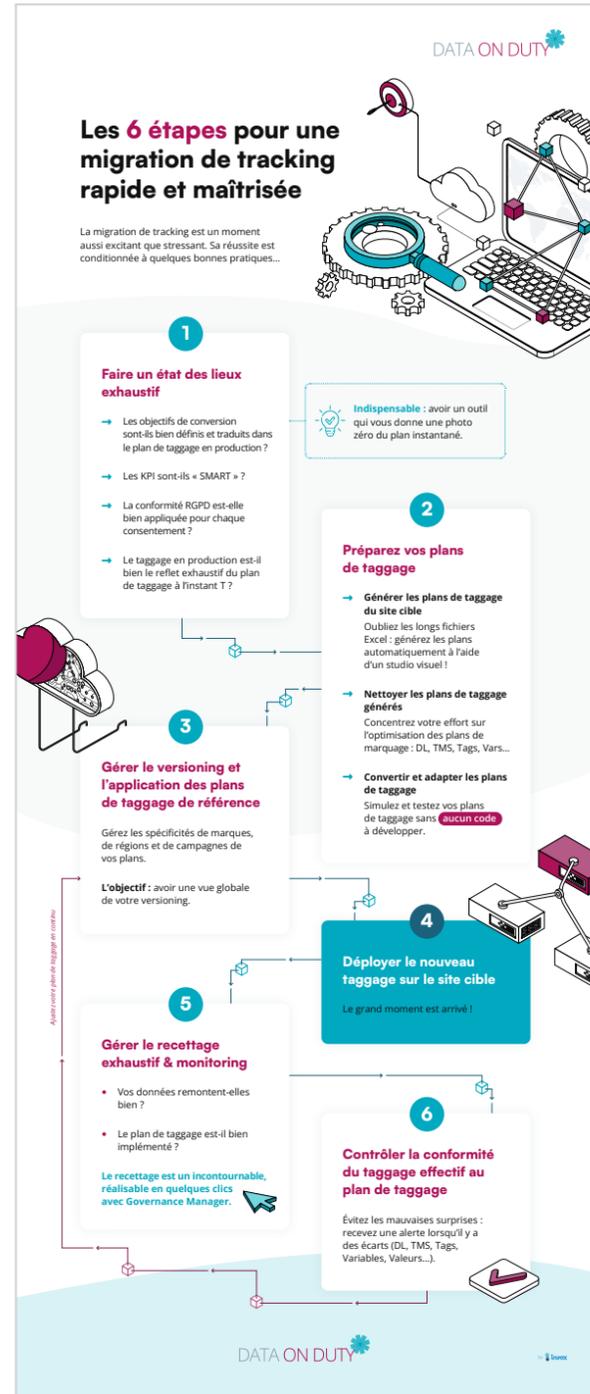
Le saviez-vous ?

- Un mode de livraison défilant ou incertain est la cause n°1 des paniers abandonnés, des achats non concrétisés et de la baisse de la fidélité des clients.

Le saviez-vous ?

- Un mode de livraison défilant ou incertain est la cause n°1 des paniers abandonnés, des achats non concrétisés et de la baisse de la fidélité des clients.

Data On Duty – Les 6 étapes pour une migration de tracking rapide et maîtrisée



Solocal – L'impact du local sur les réseaux d'enseigne



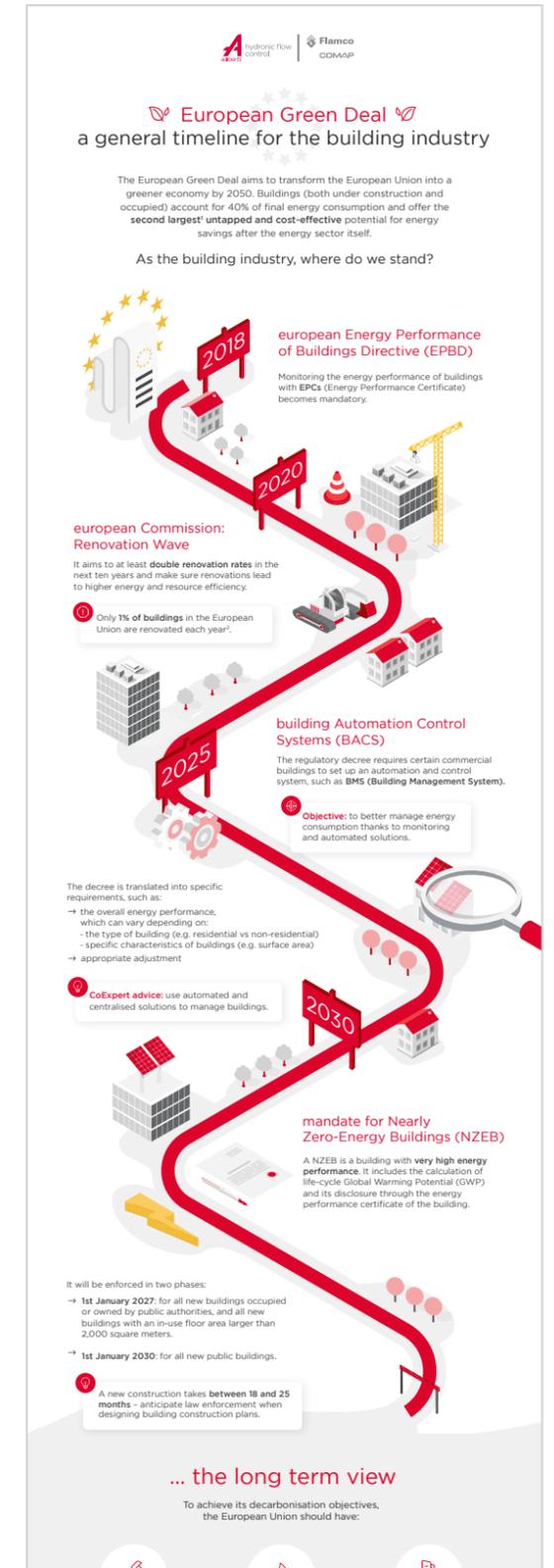
Metron – Energy Management : les 6 avantages d'une solution SaaS



HEC – La formation, une expérience unique pour vos employés et votre entreprise



Aalberts HFC – European Green Deal, a general timeline for the building industry



Pages offres / Pages de vente / Sites web



Votre site web, c'est du contenu aussi ! Il doit être en cohérence avec tout le reste de votre prise de parole. Tonalité, copywriting, incitation à l'action, couche SEO mais aussi ergonomie et design : l'ensemble de vos pages doit être soigné.

Formats rédactionnels

Dispositifs SEO

Ebooks & formats téléchargeables

Use Case Factory

Vidéos

Infographies & formats visuels

Pages de site

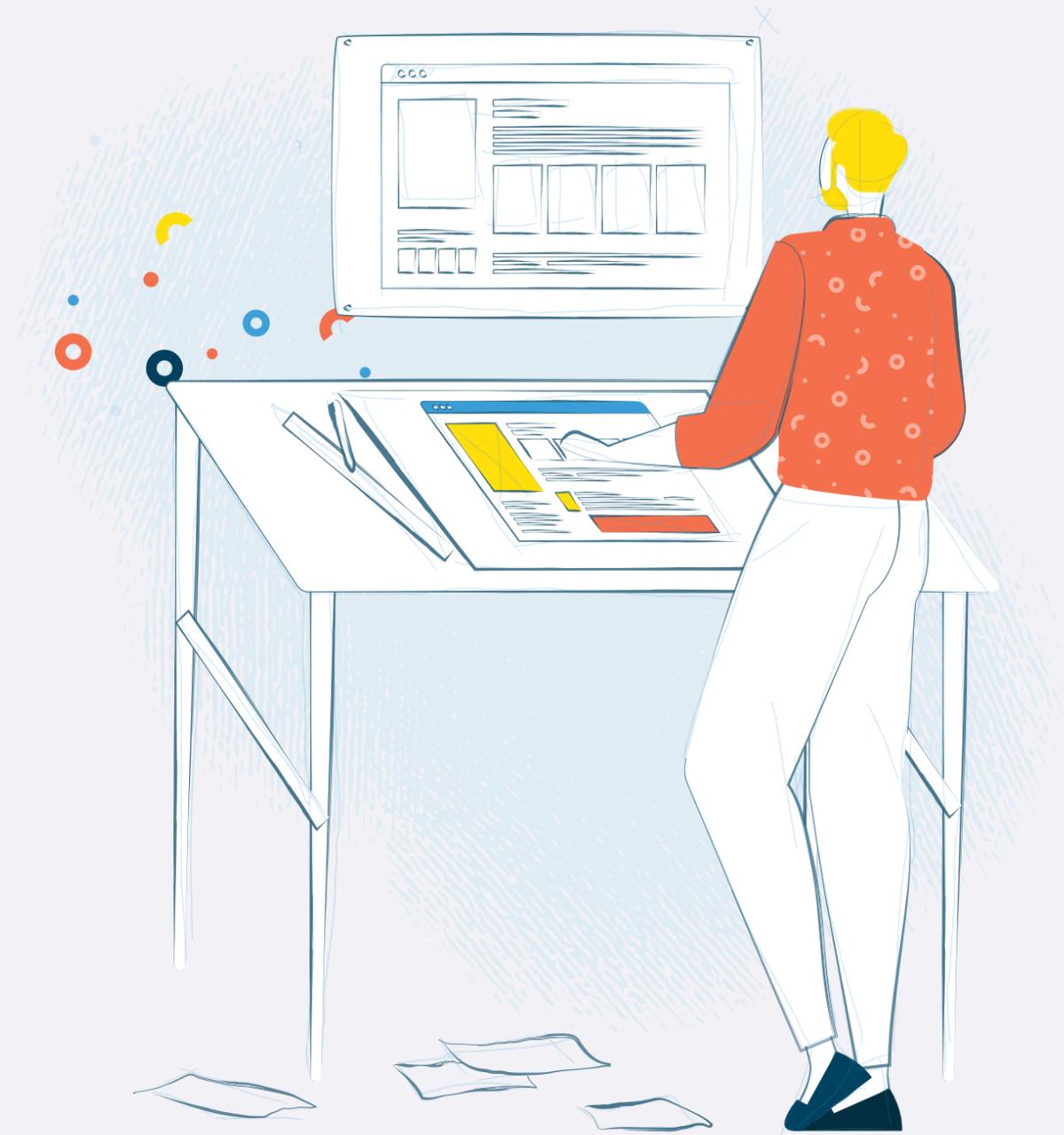
LP, E-mails & Newsletters

Formats LinkedIn et Social Media

Sales Content

Design de site web

Ergonomie, UI design, arborescence... Chez Invox, on accorde autant d'importance aux contenants qu'aux contenus ! Parce que c'est important qu'ils soient bien installés, vos contenus méritent de vivre sur des pages de site orientées **Lead Generation**, qui servent votre objectif par le meilleur des chemins pour vos utilisateurs. Notre team design est là pour refondre tout ou une partie de votre site afin qu'il s'ajuste au mieux à votre prise de parole. Résultat ? Un site co-construit, une expérience utilisateur optimale, et une interface aux petits oignons grâce à un **Design System** personnalisé et à la charte qui garantira une cohérence parfaite sur votre site !



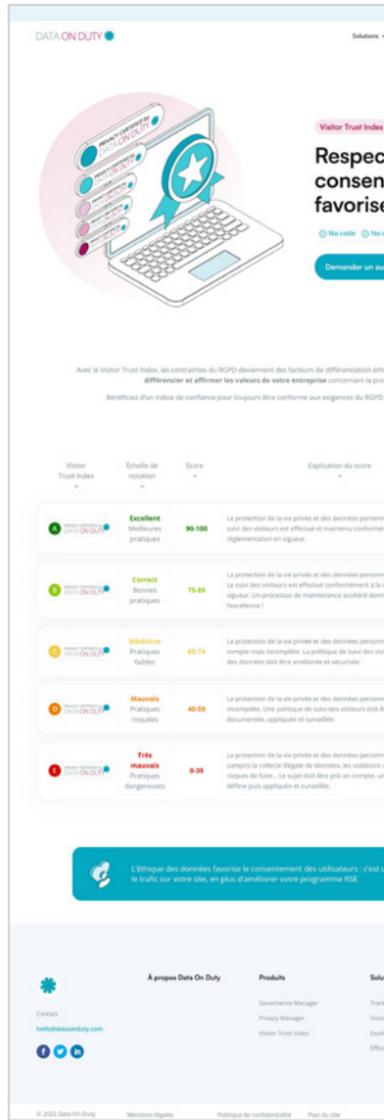
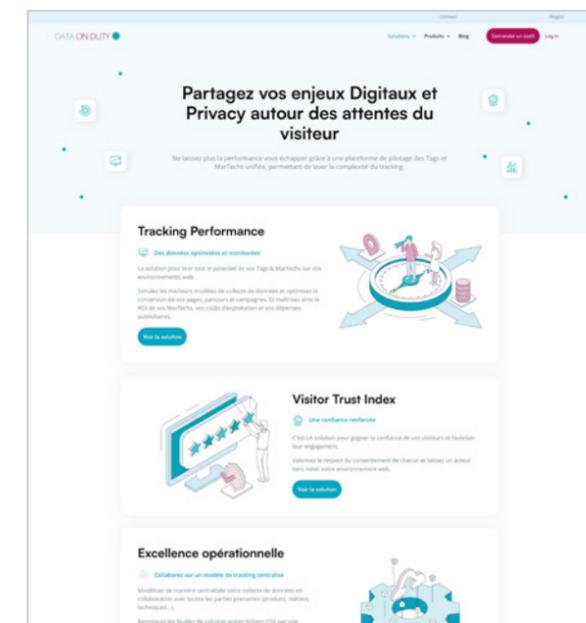
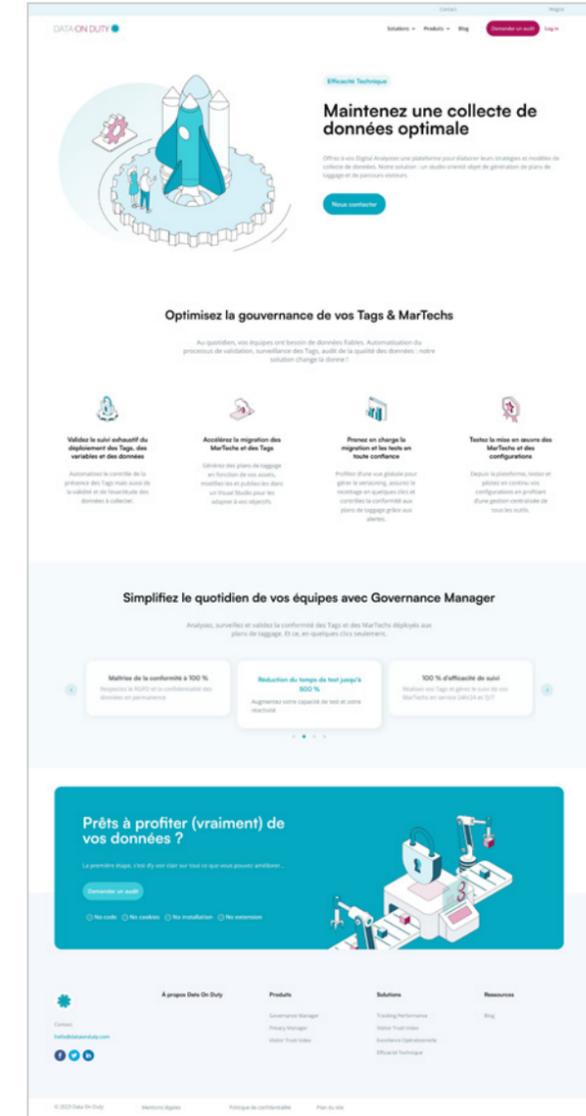
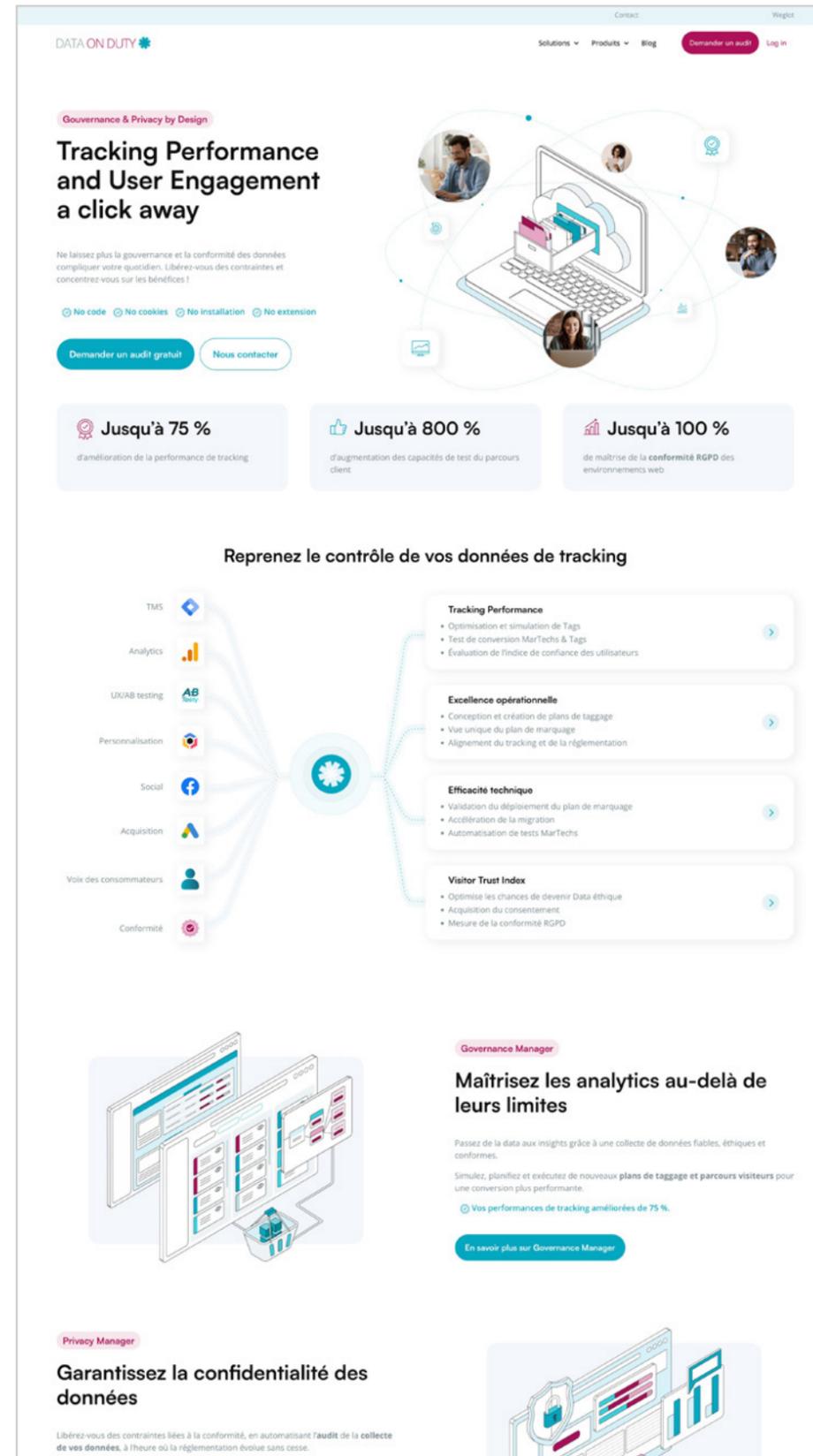
Site corporate Data On Duty

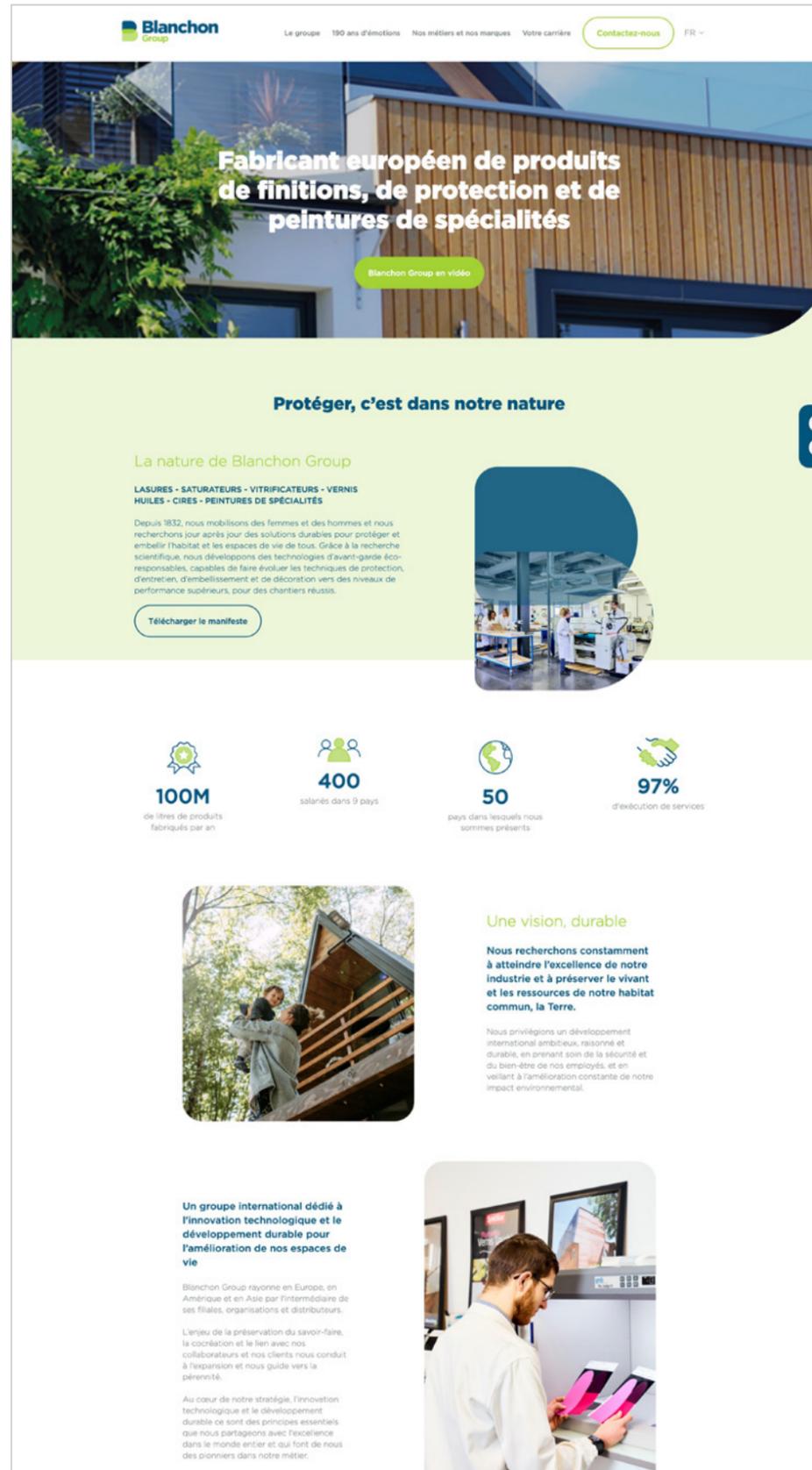


Avec cette refonte de site, Data On Duty est paré pour générer des leads grâce à une prise de parole et un design minimalistes qui visent à convertir les prospects, en **clarifiant le discours commercial** des offres. C'est aussi l'occasion de refléter les valeurs liées à leur solution de gouvernance de données : précision, simplicité, engagement, conformité et rapidité d'exécution.

[Voir le site >](#)

Design du site + copywriting ←





One page corporate Blanchon Group



Dans le cadre de la refonte du territoire de marque du Groupe Blanchon, la création d'un site corporate a été un outil majeur pour répondre à leur nouvel objectif : développer la notoriété et la force du groupe, mais aussi de chacune de ses marques. Cette nouvelle identité se traduit par un mini-site orienté **marque employeur**, qui met en lumière l'histoire et les valeurs d'engagement du groupe.

[Voir le site >](#)

→ Design du site

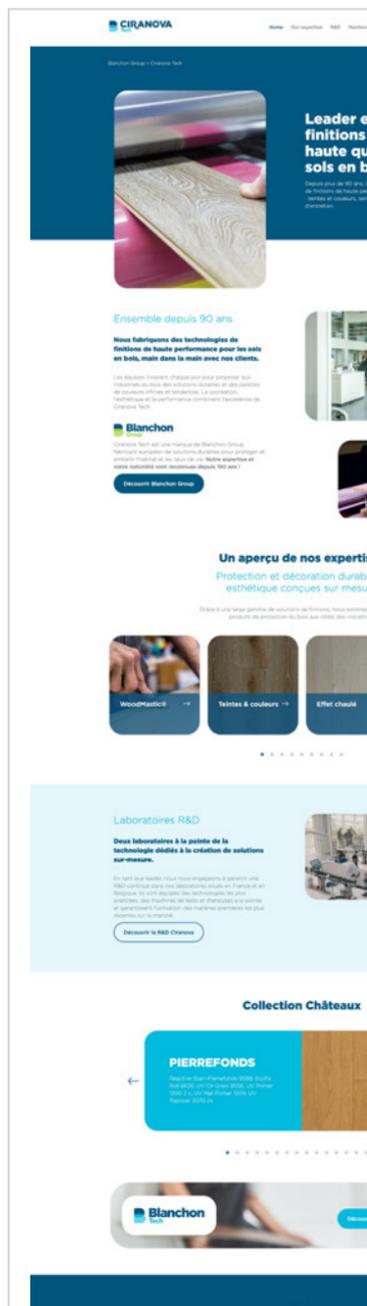
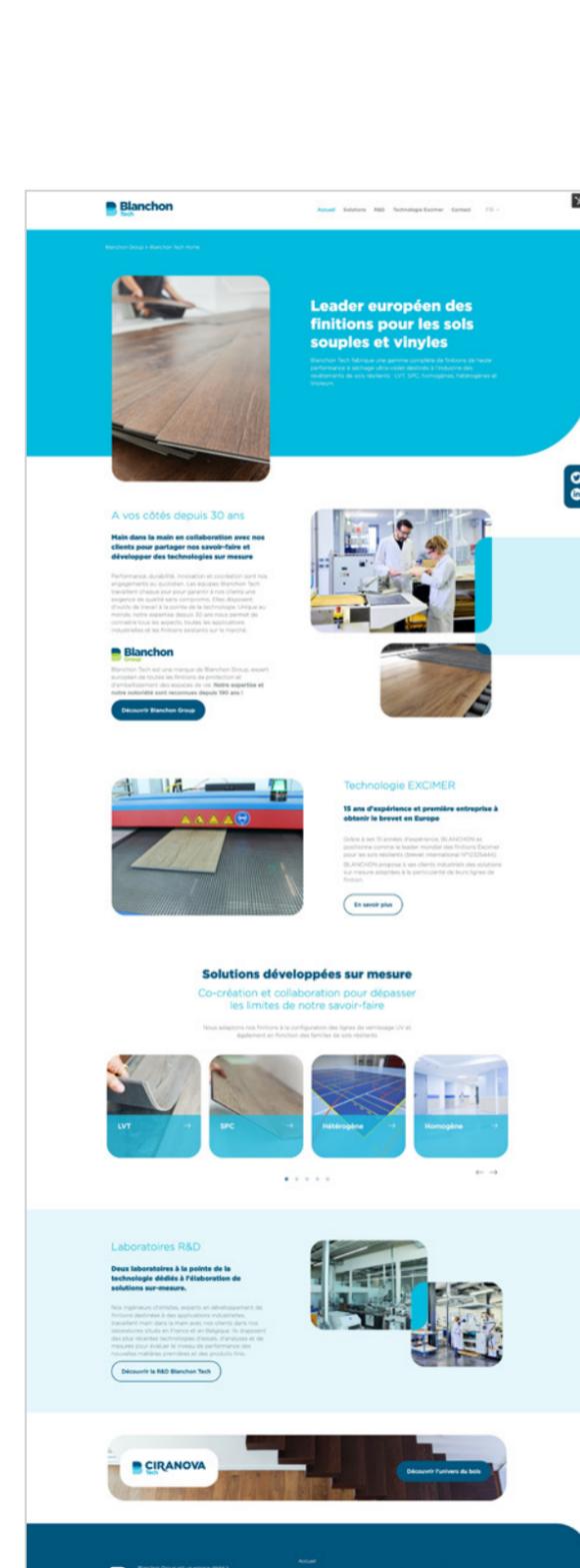
Industry brand of Blanchon Group: Ciranova tech et Blanchon Tech



Le site Blanchon Group Industry regroupe les marques Blanchon Tech et Ciranova Tech, spécialisées dans les solutions de finition de très haute performance pour les sols souples et bois, destinées à une application industrielle. L'objectif : une **plateforme « duo »** avec une navigation adaptée, pour rendre visible l'expertise pointue des deux marques et l'importance de la recherche technologique effectuée par les équipes spécialisées.

[Voir le site >](#)

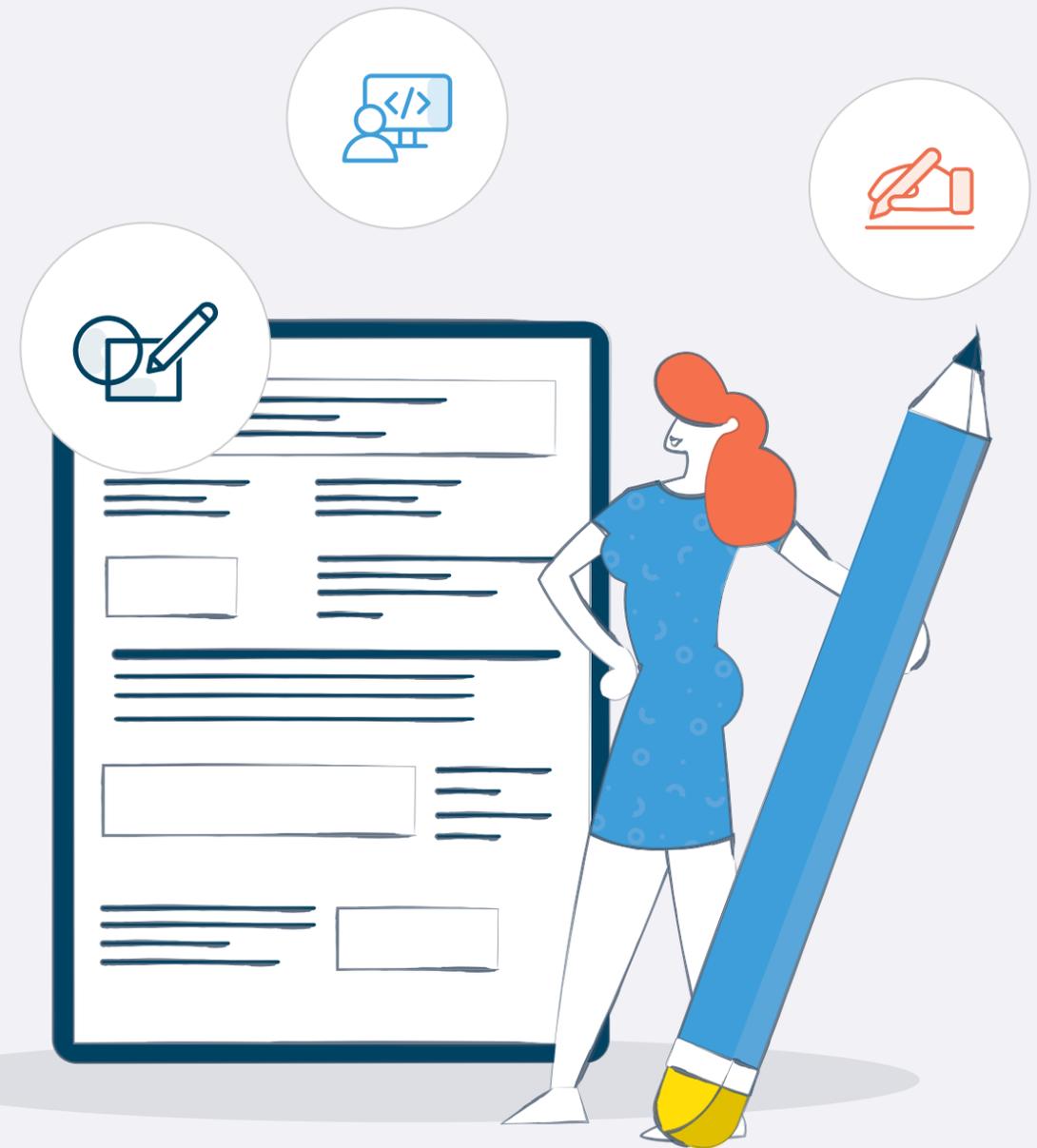
Design du site ←



Copywriting de pages

Créer, optimiser ou même refondre complètement votre site pour raconter la bonne histoire, de la bonne manière, aux bonnes personnes : c'est le sens de notre accompagnement copywriting. Nous écrivons pour vous ou avec vous pour vous aider à accoucher de la substantifique moelle de votre business.

Qu'il s'agisse de présenter sous leur meilleur jour vos offres ou produits, de **retranscrire votre ADN** et votre culture dans des pages équipe ou entreprise, de saisir précisément les enjeux de vos clients sur les pages de conversion, Invox peut tenir la plume, homogénéiser les productions de votre équipe, ou vous coacher pour que le contenu ne soit pas la dernière roue du carrosse une fois design et dev' réalisés. Nous mettons votre histoire au centre de votre site et vous accompagnons au plus près pour que le développement, le design et le copywriting soient au service les uns des autres. Parce que ce que vous avez à dire reste bien le plus important !



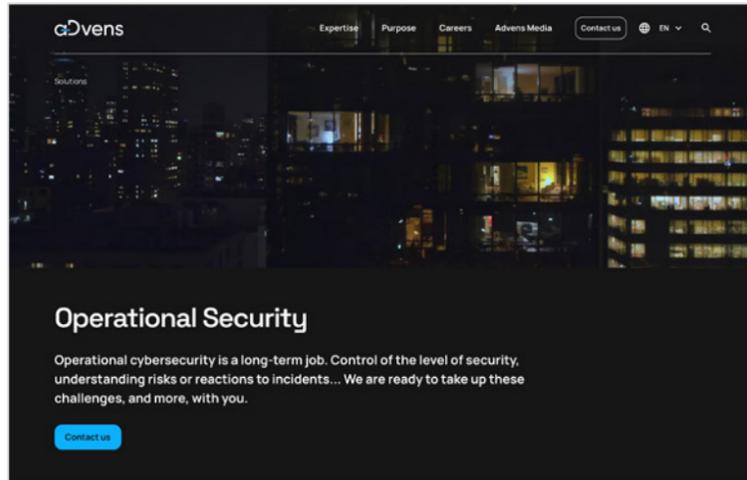
“

Invox nous a aidés à rédiger notre nouveau site. Nous avons réussi à mettre les mots sur tous les différents messages que nous souhaitions faire passer. Cela s'est traduit par une augmentation de nos audiences.



Benjamin Leroux - Advens





A 360° view of your operational security

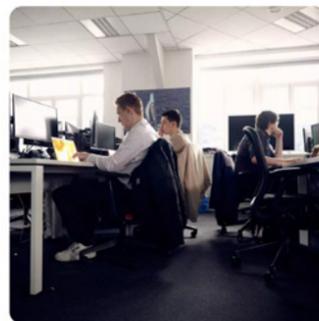
Much more than simple log analysis, operational cybersecurity is a mix between organisation, processing and tools. All these elements make it possible to anticipate threats and deal with any incident.

How about strengthening your expertise on the subject? Let's make operational safety the pillar of your protection strategy!

Our service catalogue

From defining your strategy to setting up an outsourced SOC (as well as crisis exercises), we offer services for all operational security issues.

Internal, external or hybrid approach: we adapt to your expectations!

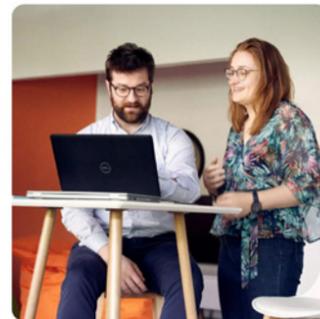
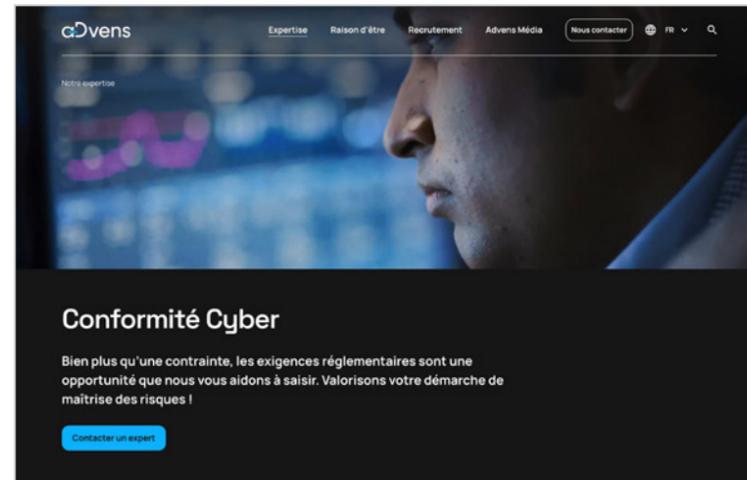
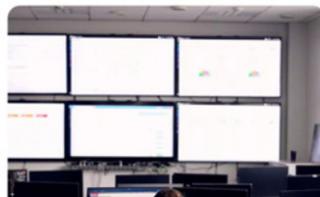


A modern and effective SOC

This is the focal point of operational security: the SOC becomes the orchestrator of detection, reaction and prevention functions.

We support you in taking the right approach, with an SOC adapted to real and ongoing challenges. All whilst remaining accessible and adaptive to your needs.

Discover mySOC



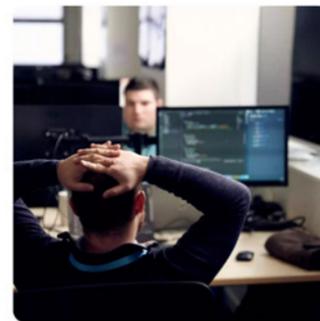
Nos convictions

- **La conformité n'est pas une fin en soi.**
C'est une démarche qui permet de répondre à des objectifs clairement identifiés.
- **La mise en conformité est un projet d'entreprise.**
C'est un projet qui doit être piloté et s'appuyer sur des solutions concrètes et opérationnelles.
- **La conformité est un processus global.**
Tous les référentiels doivent être pris en compte, et tous les chantiers mutualisés.

Les référentiels

Nous découvrons chaque jour de nouveaux référentiels !

Et c'est ce qui nous permet d'intervenir sur un grand nombre d'entre eux, qu'ils soient sectoriels ou normatifs : RGPD, Loi de Programmation Militaire, HDS, Directive NIS, ISO 27001, ISO 27701...



En chiffres



Conformité Cyber / Operational Security



Avec différents engagements à son actif, Advens se veut « bien plus qu'une entreprise ». Ces pages expertise, parmi d'autres, retranscrivent cet ADN dans les deux langues du site : en français et en anglais. Le copywriting s'appuie sur des **phrases fortes et dynamiques**, ainsi que des **cas clients** qui viennent renforcer le discours.

[Voir la page >](#)

→ Pages expertise - Copywriting

Créez vos campagnes CRM en 3 minutes chrono !



L'enjeu de Batch était de trouver la bonne tonalité, entre fun et expertise, pour parler aussi bien à la nouvelle génération de marketeurs qu'à des directeurs marketing de grands groupes. Cette page offre s'appuie sur des titres valorisants, des preuves sociales (grâce à des témoignages clients) et des chiffres clés pour renforcer la conversion.

[Voir la page >](#)

Page offre - Copywriting ↩

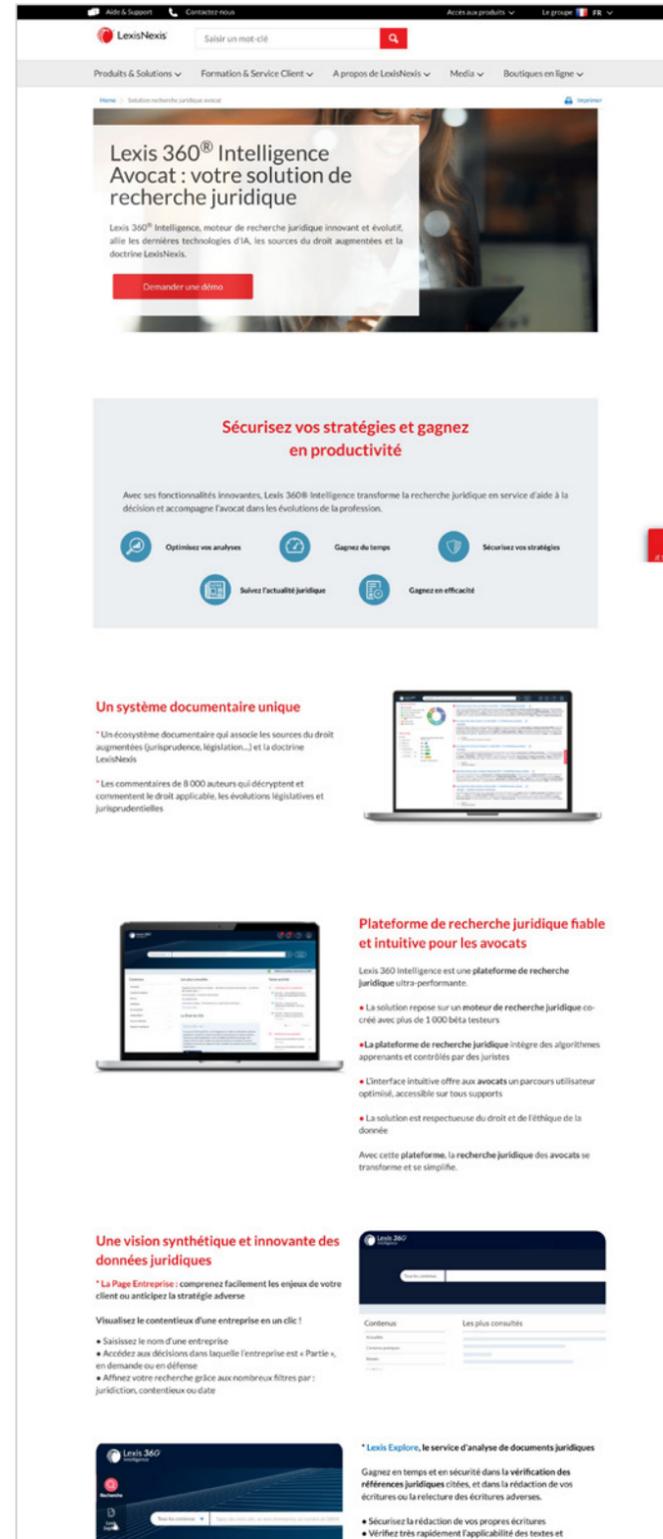
Lexis 360® Intelligence Avocat : votre solution de recherche juridique



Dans le secteur juridique, un copywriting dynamique et « frais » n'est pas un choix très répandu... C'était l'occasion de se différencier pour LexisNexis. Cette page offre, qui s'adresse à des avocats, s'inspire d'un **modèle de pyramide inversée**, présentant les principaux avantages d'abord avant d'entrer dans le détail de l'offre.

[Voir la page >](#)

Page offre - Copywriting



Développez simplement vos revenus



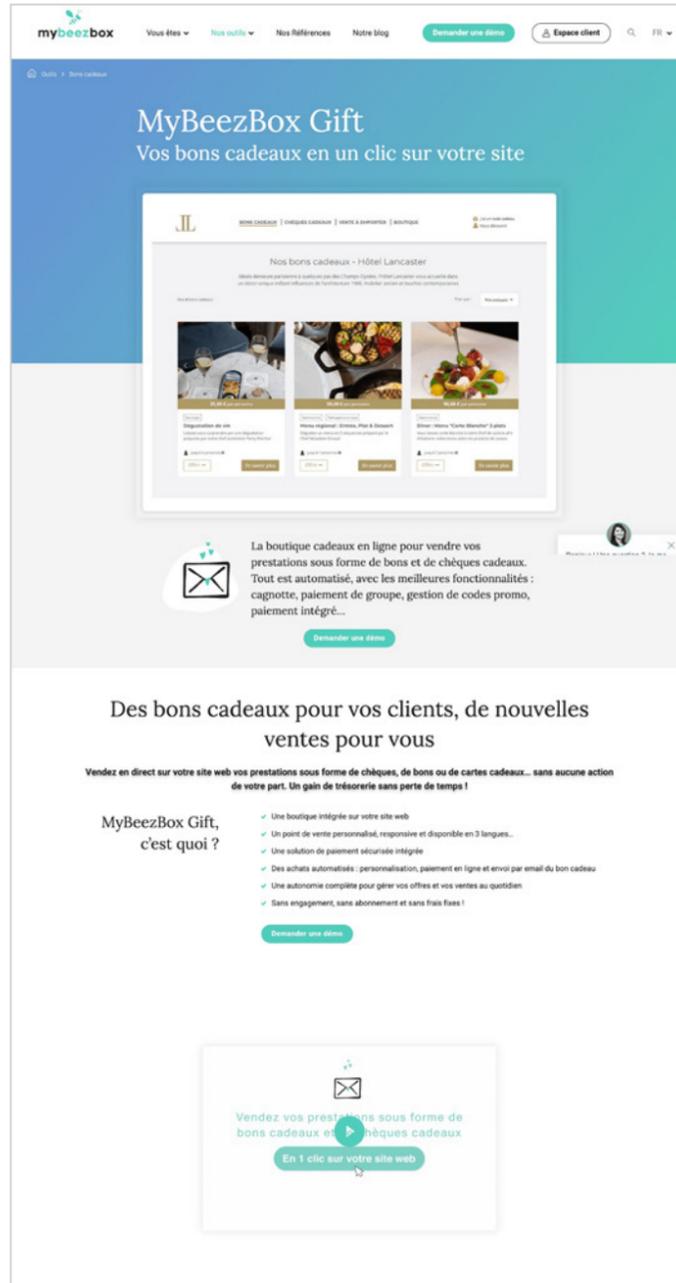
Au programme de la refonte du site MyBeezBox : mieux faire comprendre les offres et **convertir les visiteurs en leads**, en s'adressant de la bonne manière et avec les bons mots à chacune de ses nombreuses cibles – restaurants, hôtels, professionnels du bien-être, de la culture et des loisirs... Et des pages « outils » claires qui valorisent les preuves sociales et retours clients !

[Voir la page >](#)

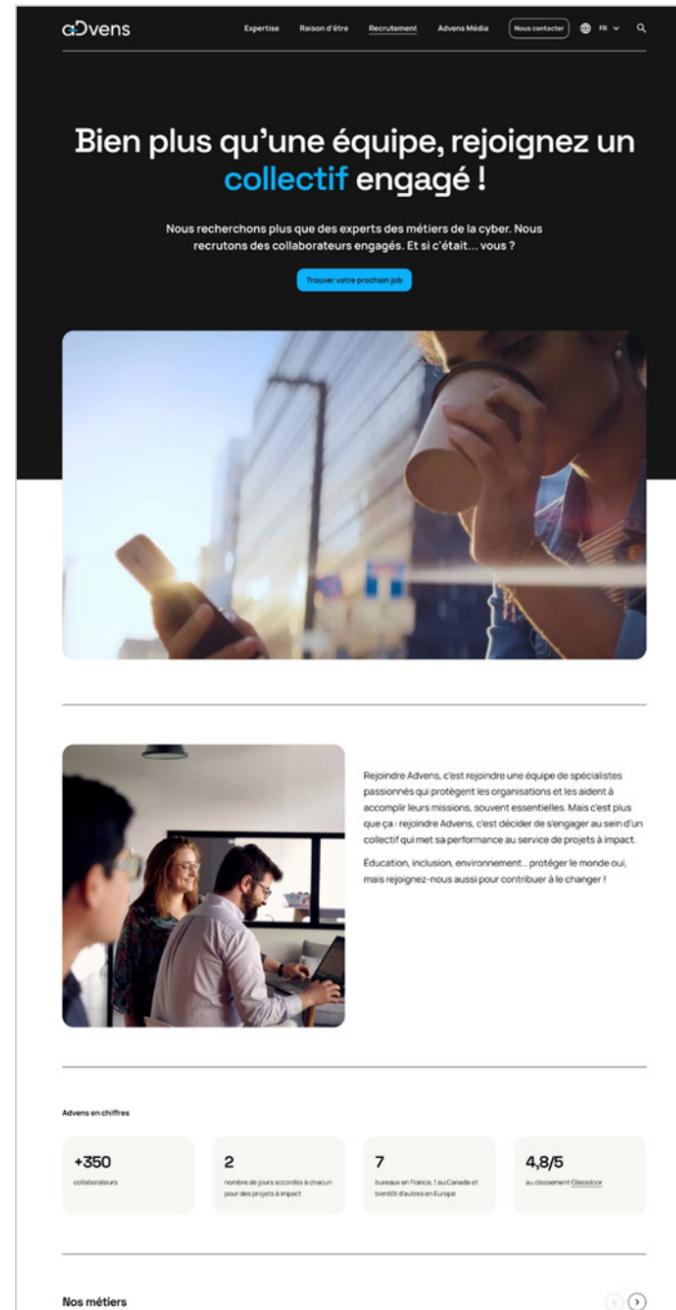
Home Page - Copywriting



MyBeezBox – Home Page –
MyBeezBox Gift : vos bons cadeaux en un clic sur votre site



Advens – Page recrutement – Bien plus qu'une équipe, rejoignez un collectif engagé !



Agora Calycé – Home Page –
Francs du Cloud : notre passion à votre service



Batch – Page Secteur – Enchantez vos clients avec des expériences d'exception



Landing pages, E-mails & Newsletters



Des formats « contraints », où chaque mot compte et où la finalité est de faire cliquer ou – plus dur – de faire saisir des données de contact. C'est un peu comme cela qu'on pourrait résumer ces assets, particulièrement utilisés dès qu'on branche un HubSpot ou une autre plateforme de Marketing Automation.

Formats rédactionnels

Dispositifs SEO

Ebooks & formats téléchargeables

Use Case Factory

Vidéos

Infographies & formats visuels

Pages de site

LP, E-mails & Newsletters

Formats LinkedIn et Social Media

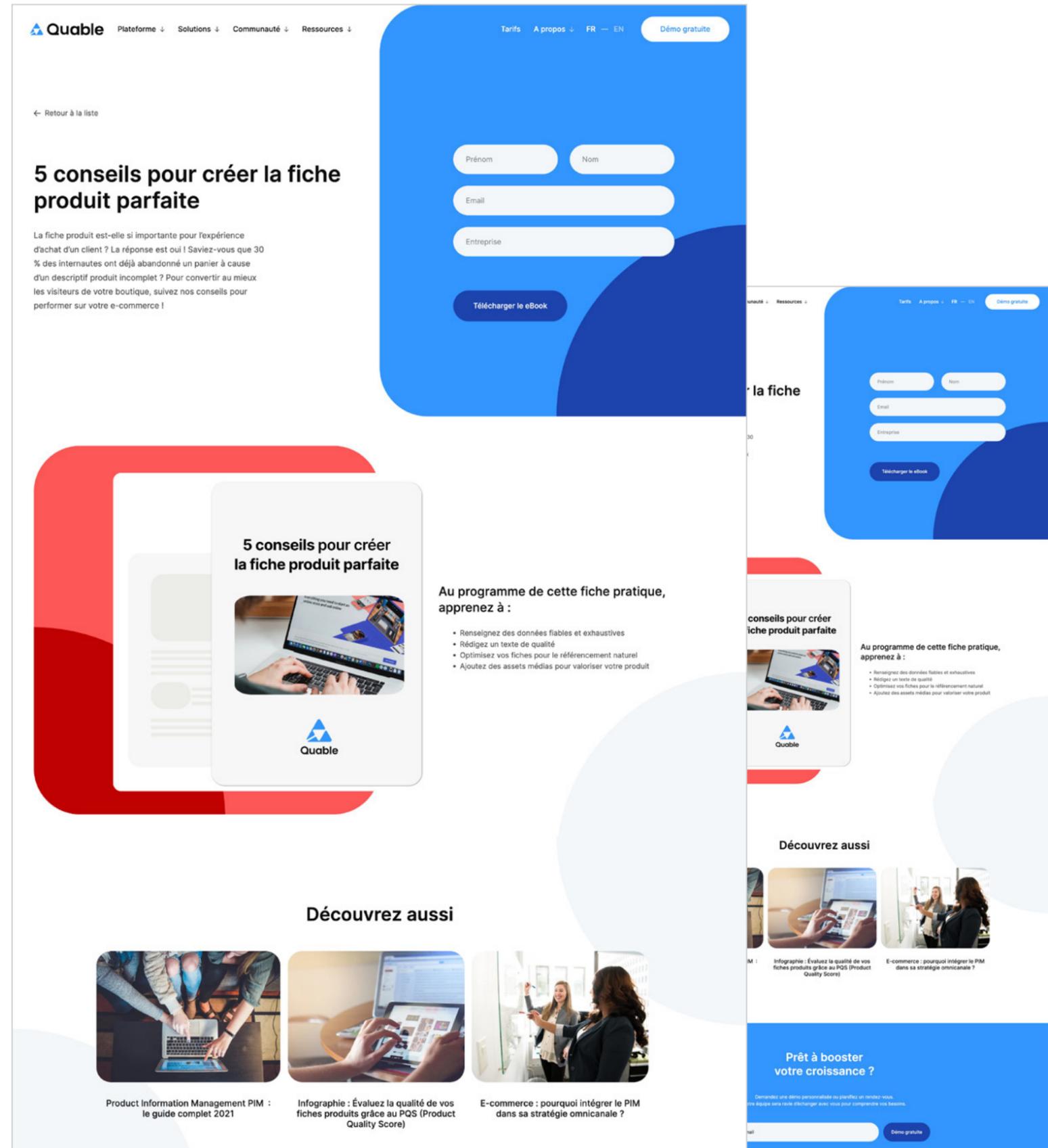
Sales Content

5 conseils pour créer la fiche produit parfaite



Une page d'atterrissage sur laquelle le formulaire est valorisé pour inviter la cible – Head of e-Commerce et Marketing – à le remplir rapidement. Il est accompagné d'un titre clair et d'un paragraphe relativement court pour convertir. Sous la ligne de flottaison, une liste à puces permet de donner plus d'éléments au visiteur qui hésiterait encore à **passer à l'action**.

[Voir la page >](#)



4 conseils pour mettre en place un ERP finance



Pour inciter au téléchargement, cette landing page joue sur les différenciants de l'ebook téléchargeable : deux expertises réunies dans un cas concret ! On applique ici nos meilleures pratiques en termes d'**UX** et de **copywriting** (en composant avec les contraintes techniques) : un header réduit à son strict minimum, une promesse claire, un aperçu du contenu, un form, tout ça en haut de la ligne de flottaison : efficacité garantie.

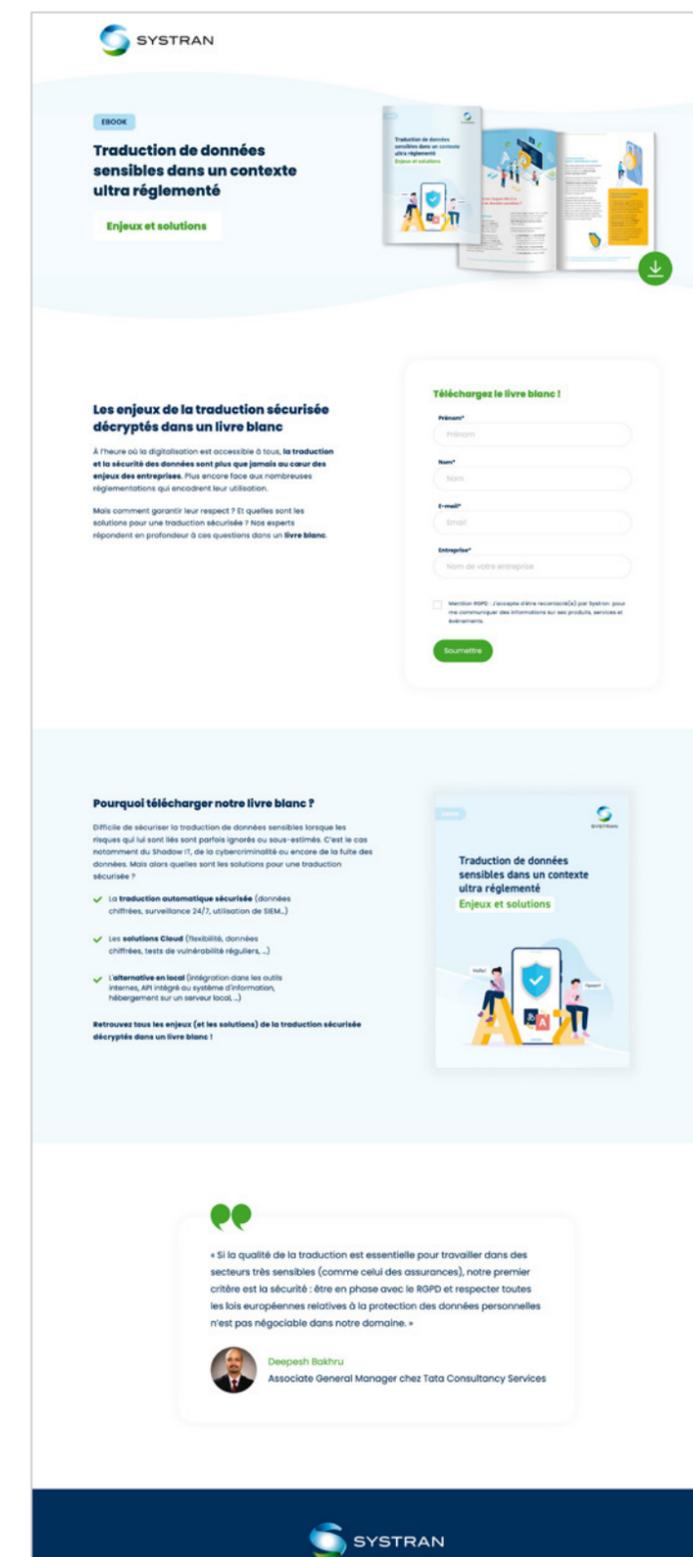


[Voir la page >](#)

Traduction de données sensibles dans un contexte ultra réglementé



Sur cette page, priorité a été donnée au design, en offrant un aperçu de l'ebook sur plus de deux tiers de la largeur. Quand le produit est beau, on le montre ! Le plus de cette landing page, réalisée à l'aide d'un template développé sur HubSpot : l'ajout d'un **verbatim d'expert**, qui joue le rôle de preuve sociale.



solocal

CAS CLIENT AUTOSUR x SOLOCAL

Personnalisation, scalabilité et performance des campagnes de référencement payant



Télécharger le Cas Client

E-mail

Prénom

Nom

Raison sociale

Intitulé de poste

J'accepte que Solocal utilise mes informations fournies pour me communiquer du contenu pertinent sur ses offres et services. Pour plus d'informations, consultez [notre politique de protection de la vie privée](#).

Télécharger

Un dispositif SEA personnalisé et performant : le retour d'expérience d'Autosur

- Les objectifs d'Autosur ? Acquérir de **nouveaux clients**, **booster le trafic** dans les centres de contrôle technique et **améliorer la visibilité digitale**.
- Les problématiques ? Un environnement très concurrentiel et une nécessité de **cibler localement les internautes** qui recherchent un centre près de chez eux.
- La solution ? Déployer des **campagnes locales de référencement payant personnalisées** pour chaque centre.

Depuis le lancement des campagnes en mars 2019, environ **170 000 contacts ont été générés** sur les 280 centres Autosur ciblés.

Téléchargez notre cas client et découvrez en détail la stratégie mise en place par Solocal pour Autosur !

Découvrez comment Autosur :

- ✓ a généré de nouveaux contacts et du trafic qualifié par centre technique.
- ✓ a déployé des campagnes SEA personnalisées en multi-local.
- ✓ a obtenu 7 000 contacts par mois en moyenne.

Solocal © 2021 [Conditions d'utilisation](#) [Vie privée](#) [CGPS](#) [Cookie](#) [Accessibilité](#) [Charte](#) [Plan du site](#)

Personnalisation, scalabilité et performance des campagnes de référencement payant

solocal 

Une landing page designée par nos équipes, qui donne un aperçu de chaque partie du cas client téléchargeable et s'appuie sur des chiffres forts, sans rentrer dans le détail pour renforcer le désir chez la cible. En haut de la ligne de flottaison, **tout ce qui ne sert à rien a été enlevé** pour ne pas distraire le lecteur. Résultat, l'utilisateur a la confirmation qu'il est bien venu chercher ce cas client et peut se décider en une fraction de seconde.

[Voir la page >](#)

→ **Maquette, Design, Copywriting & Intégration Made in Invox**

Cubyn – E-commerçants, faites de la livraison un levier de croissance

→ Cubyn

E-commerçants : faites de la livraison un levier de croissance pour votre activité !



Cubyn vous donne les clés pour optimiser votre stratégie de livraison et faire grandir votre activité e-commerce.

Quelles sont les bonnes pratiques à déployer ? Comment se démarquer et répondre aux besoins de vos clients ? Toutes les réponses dans notre guide !

Au programme :

- Apprendre à connaître ses clients
- Faire de la logistique un levier de conversion
- Simplifier l'expérience client, même après le paiement
- Réduire son impact environnemental

Téléchargez votre guide !

Nom* Prénom*

E-mail*

Nom de l'entreprise* URL du site web

J'accepte de recevoir d'autres communications de Cubyn.

J'accepte que Cubyn stocke et traite mes données personnelles. Consultez notre [Politique de confidentialité](#) pour en savoir plus sur nos modalités de désabonnement et sur notre engagement vis-à-vis de la protection et du respect de la vie privée.*

Envoyer

→ Cubyn

Aalberts HFC – Problèmes d'inconforts, les différentes étapes à suivre




Vous êtes contacté par les bailleurs pour intervenir au sein de leur bâtiment ?

Téléchargez notre fiche des étapes à suivre en remplissant le formulaire !

Interpréter les 3 signes d'inconfort des résidents



Notre checklist vous aidera à interpréter les 3 types de plaintes que les bailleurs reçoivent :

- **Variation des températures**
Le réseau est peut-être mal équilibré : une étude de l'installation s'impose.
- **Nuissances sonores**
La sélect fonctionne peut-être en surrégime, et l'équilibrage peut peut-être pas accéder au réseau.
- **Augmentation des factures énergétiques**
La surconsommation peut être causée par une mauvaise distribution de la chaleur, liée à la fois à l'équilibrage et la gestion de débit !

Intervenez rapidement et sans contretemps grâce à notre checklist.

Prénom *

Nom *

E-mail *

Société

Secteur d'activité *

Je veux être tenu au courant des actualités et événements Aalberts hydraulics flow control (Comap / Flanco)

J'accepte le traitement de mes données personnelles. Nous accordons une grande importance à votre confidentialité.

Envoyer

Laser Rhône Alpes – Le panorama des matériaux en soudage laser

LASER MAGAZINE

PROJETS & ETUDES TECHNOLOGIE LASER ZOOM TECHNIQUE REGARD SECTORIEL

Ebook – Le panorama des matériaux en soudage laser

14 septembre 2022 Temps de lecture : 1 minute f t w in

Un ebook complet sur les matériaux aptes au soudage laser

Alors de vous aider à connaître la faisabilité de votre projet de soudure laser, nos experts ont réuni leur savoir-faire dans un ebook. Il décrypte 6 matériaux en détail, ainsi que la soudure laser hétérogène et des matériaux spécifiques :

- Leur compatibilité,
- Les domaines d'application,
- Leurs avantages et leurs limites en soudage laser.

Bien sûr, cela ne remplacera pas l'étude de faisabilité qui s'impose avant tout assemblage par soudure laser. Mais cet ebook vous apportera déjà des éléments de réponse pour vous lancer dans votre projet !

Remplissez le formulaire ci-dessous pour obtenir votre ebook par mail !

Prénom*

Prénom

Nom*

Nom

E-mail*

E-mail

Entreprise*

Entreprise

*Obligatoire

Je souhaite un formulaire, j'accepte que mes informations soient utilisées dans le cadre de la réalisation de la solution commerciale et/ou commerciale de projet en matière.

TÉLÉCHARGER

*Merci à utiliser vos espaces.

À LIRE AUSSI

Contrôle qualité du soudage laser : les enjeux, le métier

14 septembre 2022

Quiz – Maîtrisez-vous bien la soudure laser ?

14 septembre 2022

Ebook – Les principales technologies laser pour l'industrie

20 septembre 2022

POURQUOI CE MAGAZINE

Laser Magazine est un blog conçu par Laser Rhône Alpes, s'adressant à tous les professionnels à la recherche d'informations sur la technologie laser (soudage, micro découpe, marquage), ses possibilités et ses domaines d'application.

Laser Rhône Alpes

Laser Rhône Alpes

A propos

Soudage laser

Micro découpe laser

Marquage laser

Qualité

Domaines d'application

Contact

Laser Magazine

Projets & études

Regard sectoriel

Technologie laser

Zoom technique

Contactez nous

Lafuma Mobilier – CHR : changer votre terrasse avant les beaux jours

Lafuma
MOBILIER

CHR : suivez le guide pour changer votre terrasse en un mois

Le mobilier outdoor, c'est notre expertise. Laissez-nous vous guider !



Notre passion au service de votre établissement

Depuis plus de 60 ans, nos collaborateurs perpétuent avec passion un savoir-faire « mobilier » unique et made in France. Ces dernières années, LAFUMA MOBILIER s'est imposé comme un acteur incontournable du mobilier outdoor, accompagnant avec expertise et exigence de nombreux professionnels.

Téléchargez notre guide pratique

Récupérer le contenu pertinent sur les offres et services. Pour plus d'informations, consultez notre politique de protection de la vie privée.*

Prénom*

Nom*

E-mail*

Entreprise*

*Obligatoire

J'accepte que Lafuma Mobilier utilise mes informations fournies pour me communiquer du contenu pertinent sur ses offres et services. Pour plus d'informations, consultez notre politique de protection de la vie privée.*

TÉLÉCHARGER

Retrouvez dans ce guide...

- Un planning pour changer de terrasse en seulement un mois ;
- Les critères de sélection à prendre en compte et les questions à se poser avant l'achat du mobilier ;
- Un zoom sur les interlocuteurs qui pourront vous aider au cours de votre projet.

Envie de marquer le coup pour les beaux jours cette année ? Téléchargez le guide !



© 2022 LAFUMA MOBILIER. Tous droits réservés.

Book Content 2023

94

Glass: a versatile and energy efficient solution for different climates



Objet : Glass solutions for versatile and energy efficient projects

Cet email de fin de campagne valorise 3 cas clients, dans **3 régions du monde** – États-Unis, Suède, Arabie Saoudite. Ces projets sont le fruit d'une réflexion architecturale poussée ! L'objectif : prouver que le verre peut s'adapter aux différents climats et aide à économiser l'énergie des bâtiments.

GUARDIAN GLASS
See what's possible™

Consuming fewer resources should be a goal in every sector of activity, including construction. You may not be aware, but **glass can contribute to enhancing the energy performance of buildings.**

The **three projects** you are about to discover are remarkable. Each one is unique and has its own challenges and requirements. To adapt to the needs and specific environments of each building project, Guardian Glass offered up innovative glass solutions.

Three regions, three glass solutions, and **a range of unique objectives:**

- Norra Tornen: a residential multipurpose building in Sweden
- The Massachusetts Department of Transportation: a renovation to become a showcase for net zero energy performance
- SABIC Home of Innovation™: a LEED platinum demonstration home in Saudi Arabia

Read on to see how Guardian Glass products were carefully chosen to meet the needs of each project and location.

[Download Ebook](#)

Follow us

Guardian Glass | Contact us
Our mailing Address is: 2300 Harmon Rd. Auburn Hills, MI 48326, United States
Phone: 1-855-58-GLASS (45277)
[Unsubscribe](#) | [View Email as a Web Page](#) | [Manage your email preferences](#)

Cas client - Comment Autosur génère plus de 7 000 contacts par mois



Objet : Les bons leviers pour booster votre visibilité

Cet email trigger d'une campagne a pour but de communiquer sur l'offre Store Locator via des **retours d'expérience** et des résultats concrets sur la génération de contacts qualifiés. Elle vise à valoriser l'expertise et l'accompagnement de Solocal pour aider les réseaux d'enseigne à surmonter leurs enjeux sur la visibilité locale (campagnes SEA multilocales, géolocalisation...).

solocal

Cas client
AUTOSUR
CONTRÔLE TECHNIQUE AUTOMOBILE

Télécharger le PDF >

Autosur x Solocal : personnalisation, scalabilité et performance des campagnes de référencement payant

Un grand merci pour votre participation à notre webinar basé sur **le retour d'expérience de notre client Autosur.**

Envie d'aller plus loin ? (Re)découvrez comment Autosur a déployé un **dispositif SEA** efficace sur 280 centres de contrôle technique automobile.

À travers ce cas client complet à télécharger, nous vous donnons les clés pour booster votre activité et créer du trafic qualifié dans les points de vente de votre réseau.

[Découvrir le Cas Client](#)

Alexandre
Conseiller Digital Solocal
+33 (0)1 84 13 75 48

solocal

solocal

MA BOÎTE SUR LE WEB
Le Mag

VIDÉO - E-réputation : comment répondre aux avis clients sur Internet ?



Des internautes consultent les avis d'autres consommateurs avant d'acheter. Vous intéressez sérieusement aux avis et commentaires de vos clients peut-être ? Retrouvez les conseils de notre coach digital Lucas dans cette vidéo !

[Voir la vidéo](#)

Maîtriser votre e-réputation grâce aux avis clients

On vous donne toutes les clés pour mieux maîtriser votre réputation en ligne, développer votre business et améliorer votre image de marque.

[Lire l'article](#)

Comment répondre aux commentaires sur Facebook ?

Que faire d'un avis négatif sur Facebook, le réseau social le plus puissant en France ?

[Lire l'article](#)

solocal

MA BOÎTE SUR LE WEB
Le Mag

VIDÉO - Site Internet : 4 conseils pour développer votre activité grâce au Web !



Votre site Internet vous permet d'être visible, de contrôler votre image, d'améliorer votre référencement naturel, et donc de générer du business. Mais connaissez-vous les bonnes pratiques pour créer un site performant ? Retrouvez 4 conseils pour booster votre activité grâce au Web !

[Voir la vidéo](#)

Les contenus sélectionnés pour vous :

Création de site Internet : nos conseils pour vous lancer

La première étape indispensable pour obtenir plus de visibilité et développer votre business en ligne ? La création d'un site Internet de qualité. Découvrez nos conseils pratiques pour créer votre site professionnel !

[En savoir plus](#)

Comment créer un site Internet pour vendre en ligne ?

Accessible 7j/7 et 24h/24, votre site e-commerce peut convertir vos visiteurs en clients potentiels. On vous explique tout pour faire connaître votre marque et commencer à vendre sur Internet !

[En savoir plus](#)

Comment choisir son créateur de site Internet professionnel ?

Vous souhaitez vous lancer dans la création d'un site Internet professionnel ? Passons en revue les principales options à votre disposition pour sélectionner votre créateur de site Internet !

[En savoir plus](#)

solocal

MA BOÎTE SUR LE WEB
Le Mag

VIDÉO - Presence management : 3 leviers indispensables pour être visible sur Internet !



Le presence management vous permet d'optimiser la visibilité de votre activité sur Internet en diffusant vos informations sur un maximum de plateformes, comme Google My Business, Facebook et PagesJaunes : découvrez les incontournables du presence management, en vidéo !

[Voir la vidéo](#)

Les contenus sélectionnés pour vous :

Nos conseils pour créer votre compte Google My Business

La première étape pour une bonne présence en ligne est la création de votre fiche Google My Business. Comment ça fonctionne exactement ? On vous explique tout !

[En savoir plus](#)

Inscription sur PagesJaunes : suivez le guide !

Avec 20 millions de visiteurs uniques par mois, PagesJaunes est l'un des sites les plus visités en France : un incontournable pour votre présence sur Internet. On vous donne les clés pour réussir votre inscription !

Ma Boîte sur le Web - série de newsletters



Ma Boîte sur le Web est une série de vidéos thématiques visant à accompagner les professionnels sur le digital. Dans cette newsletter, chaque épisode est enrichi d'une **série d'articles de fond** permettant de mieux s'y retrouver sur des thèmes aussi variés que la publicité digitale ou le référencement local. L'objectif : placer Solocal comme le coach digital de référence pour tous les pros.

Laser Rhône Alpes se met au (laser) vert...



Cette newsletter présente les dernières nouveautés du blog, mais propose surtout un focus sur le laser vert, une nouvelle technologie dont Laser Rhône Alpes a fait l'acquisition. L'objectif de cette newsletter est d'indiquer aux clients que de nouveaux projets, jusqu'alors trop délicats pour un soudage laser, seront bientôt réalisables grâce au laser vert. Cette technologie très peu répandue suscite beaucoup de curiosité : cette newsletter a d'ailleurs enregistré des **taux d'ouverture et de clic records** !

Le laser vert est une thématique clé qui se décline au fur et à mesure des tests réalisés par Laser Rhône Alpes. ←

LASER MAGAZINE

Édito

Toujours au service de vos projets, nous testons de nouvelles possibilités avec le laser vert.

C'est un laser en mode continu doté d'une longueur d'onde à peu près divisée par deux (515 nm) par rapport aux lasers infrarouge classiques (1064 nm), qui **améliore l'absorption du faisceau sur les matériaux à fort coefficient de réflexion** comme l'aluminium, le cuivre ou le laiton. Il s'agit donc d'un outil précieux pour réaliser des soudures !



Transports – Les atouts de la soudure laser pour les batteries

Face aux enjeux de la mobilité et de la protection de l'environnement, la fabrication des batteries nécessite l'usage de matériaux conducteurs comme l'aluminium ou le cuivre... et le soudage laser peut être déterminant.

[On vous explique](#)



Focus matériaux – La soudure laser sur cuivre

Excellent conducteur d'électricité et de chaleur, le cuivre est souvent utilisé pour assurer les liaisons électriques. Mais il s'agit d'un métal exigeant qui demande de la rigueur...

[Tout savoir de la soudure sur cuivre](#)

LIVRE BLANC

Les défauts courants d'une soudure laser

[Obtenir l'ebook](#)

EBOOK





Envoyé à : nicolas@linox.fr

[Se désabonner](#)

Laser Rhône Alpes, 49-51 Boulevard Paul Langevin, 38600 Fontaine, France

Prim'Appro - Fini le casse-tête de l'approvisionnement



Cet email qui s'adresse aux clients et prospects d'Elior pour présenter la plateforme d'approvisionnement Prim'Appro. Pensé comme une newsletter et adressé au professionnels de la restauration collective, ce contenu bénéficie d'une **identité graphique percutante** pour encourager le lecteur à tester la solution et à s'inscrire à son webinar de lancement.

Ensemble, cultivons votre identité et votre réussite



APPROVISIONNEMENT
ACCOMPAGNEMENT
AUTONOME

L'évolution de la législation, l'inflation des coûts des matières premières, la crise sanitaire, les nouvelles tendances de consommation et les attentes des familles sur la restauration scolaire, autant de facteurs qui rendent la **gestion de la restauration des établissements scolaires** toujours plus complexe.

Dans ce contexte, comment garder son autonomie lorsque l'on a fait le choix de **l'autogestion** ?

Elior, leader de la restauration scolaire en enseignement privé, a créé spécifiquement une solution d'approvisionnement et de conseils experts : **Prim'Appro**.

Prim'Appro c'est :

- une solution informatique de gestion pour passer ses commandes, créer ses menus et leur chiffrage ;
- une proposition de menus équilibrés GEMRCN, validés par nos diététiciennes avec mise à disposition des fiches techniques créées par nos chefs experts ;
- un accompagnement en nutrition, gestion et maîtrise sanitaire ;
- des achats de produits bons et sains ;
- une hotline au quotidien ;
- et enfin, une assistance technique sur-mesure.

À vos côtés, nous cultivons votre identité et votre réussite.

Olivier Pampaloni,
Directeur Prim'Appro, Elior France



EGalim, enfin accessible !

Des **produits frais, bons et durables** à votre carte c'est possible grâce à une large gamme de produits régionaux, certifiés bio, AOC ou Label Rouge. Et grâce à une tarification négociée, vous achetez vos matières premières **au juste prix du marché, selon la saison**.

Notre département achats, certifié **ISO 9001 et ISO 22000**, sélectionne ses fournisseurs après un audit complet de qualité et traçabilité.

Vous garantissez ainsi la qualité de votre restaurant, répondez aux exigences des lois **EGalim et Climat et Résilience** et soutenez l'économie locale et l'agriculture raisonnée.

[En savoir plus sur nos valeurs >](#)

Un restaurateur-expert à votre service

Les 3 grandes missions de Prim'Appro sont de :

- **vous conseiller** : un expert local vous aide à élaborer vos menus et optimiser vos commandes ;
- **faciliter votre gestion et optimiser vos coûts** : profitez

Fluxym – Facturation électronique :
décryptage de la réforme 2024-2026

Afficher dans le navigateur



Livre Blanc

Facturation Électronique : Décryptage de la réforme 2024-2026

Bonjour CONTACT.FIRSTNAME CONTACT.LASTNAME,

La facturation électronique est une évolution mondiale amorcée depuis plusieurs années. En France, la loi de Finances a entériné le passage à la facture électronique à partir du 1er juillet 2024.

La question n'est donc plus de savoir si la réforme aura lieu mais comment préparer au mieux cette (r)évolution des échanges inter-entreprises.

Dans ce livre blanc, nous allons à l'essentiel en vous présentant :

- Les 5 points clés de la réforme à connaître
- La checklist des actions à mener en priorité pour être en conformité dans les délais attendus
- Les avantages et les opportunités de la facturation électronique pour votre entreprise.



Télécharger le livre blanc

Fluxym

Suivez nous sur les réseaux

Fluxym, 15 Rue de la Faisanderie, PARIS, ** 75116, FRANCE, 01 56 90 55 80
Se désabonner | Gérer les préférences

Guardian Glass – Push ebook –
Le verre : une solution polyvalente et
énergétiquement efficiente adaptée
à différents climats

Afficher dans le navigateur



Découvrez notre guide pratique pour renouveler votre mobilier outdoor

CHR : préparez-vous pour la saison des terrasses

Consommer moins de ressources devrait être un objectif commun à tous les secteurs d'activité, y compris la construction. Vous ne le savez peut-être pas, mais le verre peut contribuer à améliorer les performances énergétiques des bâtiments.

Les trois projets que vous êtes sur le point de découvrir sont remarquables. Chacun est unique et comporte ses propres défis et exigences. Pour s'adapter aux besoins et aux environnements spécifiques de chaque projet de construction, Guardian Glass a proposé des solutions verrières innovantes.

Trois régions, trois solutions de vitrage et un ensemble d'objectifs uniques :

- Norra Tornen : un bâtiment résidentiel multifonction en Suède
- Le Département des transports du Massachusetts : une rénovation servant de vitrine à la performance énergétique « nette zéro »
- SABIC Home of Innovation™ : une maison témoin certifiée LEED Platinum en Arabie saoudite

Lisez la suite pour découvrir comment les produits Guardian Glass ont été soigneusement choisis pour répondre aux besoins de chaque projet et emplacement.

Télécharger l'Ebook

Follow us

Guardian Glass | CONTACTUS
Notre adresse postale est : 19, rue du Puits Romain L-8070
Bertange Luxembourg +352-27-836-260
Désabonnement | Version en ligne | Gestion de votre centre de préférence

Lafuma Mobilier – CHR : préparez-vous
pour la saison des terrasses

Afficher dans le navigateur



Découvrez notre guide pratique pour renouveler votre mobilier outdoor

CHR : préparez-vous pour la saison des terrasses

En 2022, offrez à vos clients une terrasse d'exception !

La saison des terrasses arrive à grands pas et vos clients l'attendent avec impatience. Êtes-vous prêt à les accueillir ?

Entre les critères de sélection du mobilier, le choix des prestataires, les demandes de devis... vous pensez ne plus avoir le temps de renouveler votre terrasse avant les beaux jours ?

Pas d'inquiétude : un mois pour tout organiser, c'est possible ! Suivez le guide pratique LAFUMA MOBILIER et soyez prêt pour les beaux jours.

Je télécharge mon guide pratique

Le savoir-faire LAFUMA MOBILIER à votre service

Depuis plus de 60 ans, nos collaborateurs perpétuent avec passion un savoir-faire « mobilier » unique et made in France. Ces dernières années, LAFUMA MOBILIER s'est imposé comme un acteur incontournable du mobilier outdoor, accompagnant avec expertise et exigence de nombreux professionnels.

CONTACTEZ-NOUS

© 2022 LAFUMA MOBILIER, 6 Rue Victor Lafuma, Annwyron, FRANCE
Se désabonner | Gérer les préférences

La Poste Solutions Business –
Dématérialisation obligatoire
des factures

Si vous avez des difficultés pour visualiser ce message, cliquez ici.




Dématérialisation obligatoire des factures

Soyez prêt(e)

Le 1er juillet 2024 marque le point de départ de l'obligation de dématérialisation des factures pour une partie des entreprises françaises (ordonnance n° 2021-1190 du 15 septembre 2021).

Comment appréhendez-vous cette échéance ?

La facturation électronique obligatoire est avant tout une opportunité pour votre entreprise : optimisation de la gestion du cash-flow, réduction du DSO, économies...

À condition bien sûr de vous y prendre à temps (non, ce n'est pas trop tôt !) et de déployer efficacement votre projet.

Pour vous y aider, La Poste Solutions Business a créé un espace de ressources, avec notamment :

- un guide clair et synthétique sur les enjeux de la facturation électronique
- une méthodologie présentant les grandes étapes de votre projet
- une checklist pour vous guider dans le choix d'une solution

Pour découvrir l'ensemble de ces contenus, rendez-vous sur notre centre de ressources !

Soyez prêt(e)

Guide

Le "Guide de la dématérialisation obligatoire des factures" vous aide à faire le point de manière claire et synthétique sur la réforme à venir.

Checklist

Comment choisir votre solution de facturation électronique ? Assurez-vous de ne rien laisser au hasard en cochant les cases de votre checklist !

ÉTRE RAPPELÉ

Appelez nous au 09 77 40 60 99*

La Poste - Société Anonyme au capital de 5 364 851 354 euros - 356 000 000 RCS PARIS
Siège social : 9 rue du Colonel Pierre Avia 75015 Paris, France

Credit photos : © La Poste et © Adobe Stock.

*Nos conseillers sont à votre disposition du lundi au vendredi de 9h à 18h (hors jours fériés). Service gratuit + prix d'un appel depuis un poste fixe.

Pour connaître nos engagements vis-à-vis de la protection des données personnelles, consultez nos [mentions légales](#).

ECOLOGIC

Digiposte – Vivez votre rentrée
en toute sérénité

Digiposte

OFFRE PRO

SE CONNECTER

Vivez votre rentrée en toute sérénité

Bonjour Julie,

C'est l'été ! Les vacances, le soleil, la famille, les amis, le repos...

Oui mais...Jusqu'on est entrepreneur, pendant cette période on reste dans l'action ! Il peut même être difficile de décrocher totalement. Heureusement, quelques bonnes pratiques, comme de bloquer dans votre agenda une semaine de ré-adaptation suite à vos congés, peuvent vous aider à partir en toute sérénité.

Aussi, avez-vous pensé à ajouter vos documents dans votre Digiposte ? La dématérialisation des documents est sans aucun doute une aide précieuse pour y avoir accès à distance et à tout moment.

Entre anticipation, organisation et digitalisation, retrouvez nos conseils et nos publications à lire sur votre blog [Ma Vie Administrative Simplifiée](#) et dans nos articles ci-dessous :

Trucs et astuces à adopter et, à vous les vacances reposantes !

La digitalisation des TPE et le cloud : comment ça marche ?

En voici 2...

- > Débarrassez-vous dès maintenant des tâches les moins à valeur pour votre rentrée
- > Bloquez une semaine de "ré-adaptation" dans votre agenda

63% des dirigeants de TPE considèrent le digital comme une contrainte. Pourtant, entre gain de temps et sécurité, il présente de nombreux atouts.

Est-ce un allié ?

Lire les autres

Lire l'article

Partir en vacances avec sa pièce d'identité... Utile et pratique !

Vous partez en vacances ? Pensez à numériser et stocker vos documents professionnels et personnels dans votre coffre-fort Digiposte.

Documents comptables ou juridiques, assurances, passeport, billets d'avion, factures... ils sont conservés et accessibles à tout moment, où que vous soyez dans le monde, et à tout moment.

Mes documents

Même en mobilité

Accédez à vos documents professionnels à tout moment avec votre smartphone, grâce à l'application Digiposte

Apprenez sur l'App Store

Apprenez sur Google Play

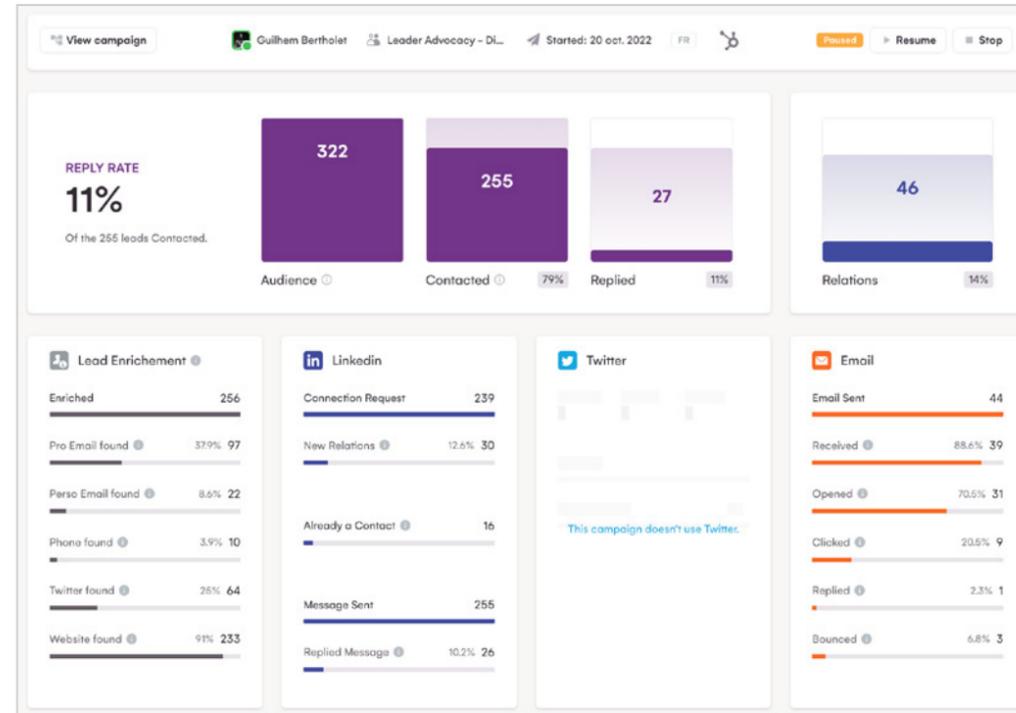
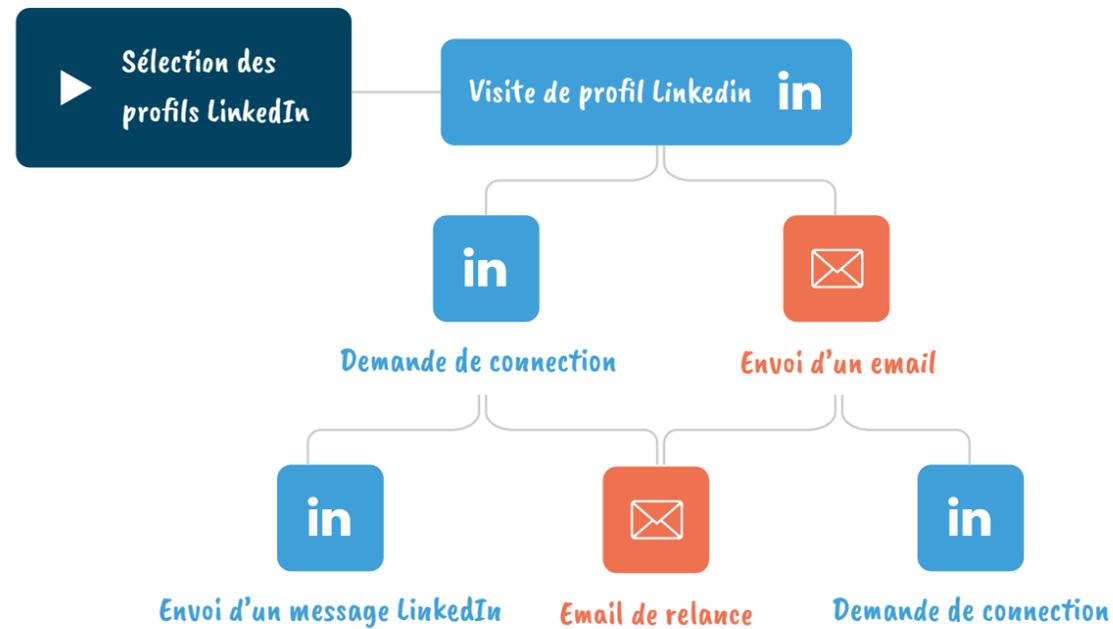
Les avantages de l'offre Pro de Digiposte

- Coffre-fort numérique sécurisé hébergé en France
- Récupération automatique de documents

Campagnes Cliniques Privées



Adressée aux cliniques privées, cette campagne se compose de 3 messages, emails et InMails de prospection personnalisés. Pour **déclencher une réponse**, la prise de parole est incarnée par le commercial qui l'envoie, et la problématique de la cible est adaptée : l'accent est mis sur l'importance de la réactivité dans un établissement de soin.



La Growth Machine

Lead ID	Audiences and Filters	Company Name	Phone
1	Talent Recruiting - AcMa		
2	Talent Recruiting - AcMa	Tale...	
3	Talent Recruiting - AcMa	Tale...	
4	Talent Recruiting - AcMa	Tale...	
5	Talent Recruiting - AcMa	Tale...	
6	Talent Recruiting - AcMa	Tale...	
7	Talent Recruiting - AcMa	Tale...	
8	Talent Recruiting - AcMa	Tale...	
9	Talent Recruiting - AcMa	Tale...	
10	Talent Recruiting - AcMa	Tale...	
11	Talent Recruiting - AcMa	Tale...	
12	Talent Recruiting - AcMa	Tale...	
13	Talent Recruiting - AcMa	Tale...	
14	Talent Recruiting - AcMa	Tale...	
15	Talent Recruiting - AcMa	Tale...	
16	Talent Recruiting - AcMa	Tale...	
17	Talent Recruiting - AcMa	Tale...	
18	Talent Recruiting - AcMa	Tale...	
19	Talent Recruiting - AcMa	Tale...	
20	Talent Recruiting - AcMa	Tale...	

Est-ce que cela vous intéresse ?

12/12/22

Hello Stéphane,

Avouez que vous avez déjà soupiré plus d'une fois à cause d'un ascenseur en panne... surtout que lorsque ça arrive, il reste immobilisé 4 jours en moyenne !

Cela représente du temps perdu, des coûts d'intervention, et de l'insatisfaction client. Sans oublier un impact négatif sur vos équipes et votre image.

C'est pour gérer ces sujets (ou plutôt, vous éviter de les gérer !) que nous avons créé une solution tout-en-un de maintenance préventive pour vos ascenseurs, portes automatiques et systèmes de sécurité incendie. Avec des boîtiers connectés, vous anticipez les pannes et identifiez les investissements prioritaires à réaliser pour réduire vos coûts et votre empreinte carbone.

Les résultats chez nos clients actuels : une baisse de 60% de leurs pannes les 6 premiers mois, et une réduction de 25% des coûts totaux de maintenance.

Si vous n'êtes pas bloqué dans l'ascenseur, prenez 15 minutes pour parler de votre maintenance actuelle. Ça vous tente ?

12/12/22

Cloniques privées - G...

Cloniques privées - Groupe B

No pro email

https://www.linkedin.com/in/1st%C3%

No phone number

No Twitter

Lead History

- DM sent Email non trouvé - In... 12/12/22
- DM sent Email non trouvé - In... 07/12/22
- Profil enriched 02/12/22
- DM sent Email non trouvé - In... 02/12/22
- Profile visited 02/12/22
- Connection requested 29/11/22
- Has not proEmail 29/11/22
- Profile visited 29/11/22
- Profil enriched 29/11/22
- Start Cliniq... Cloniques... 14/11/22

Hello Stéphane,

Quand un soign...

Comme pour les p...

maximum de réact...

soit leur marque o...

Nous travaillons a...

en combien de tem...

Formats LinkedIn et Social Media



Il est loin le temps où l'on confiait sa page à un stagiaire : l'enjeu Social Media d'aujourd'hui est fort et représente un terrain de jeu aussi bien pour le Marketing que pour les Sales et les RH. Et chaque plateforme a ses propres règles de jeu en termes de contenus qui engagent : petit tour des formats LinkedIn & co !

Formats rédactionnels

Dispositifs SEO

Ebooks & formats téléchargeables

Use Case Factory

Vidéos

Infographies & formats visuels

Pages de site

LP, E-mails & Newsletters

Formats LinkedIn et Social Media

Sales Content

Employee Advocacy & Leader Advocacy

On connaît la prise de parole « Page Entreprise » et son importance. Néanmoins, les réseaux sociaux connectent avant tout des individus : c'est donc **l'incarnation** qui amène le plus les utilisateurs à s'engager, liker, polémiquer, discuter... et c'est exactement ce qu'on recherche !

Cela implique d'inclure l'ensemble de ses collaborateurs, commerciaux, consultants – et surtout dirigeants – dans la démarche. C'est ce qu'on appelle l'Advocacy – ou les programmes Ambassadeurs – et c'est passionnant. Envie de creuser le sujet avec nous ?

Faisons un diagnostic des possibilités d'Advocacy chez vous !



Contactez-nous >

Nos ressources sur le sujet



Accédez à une analyse de la présence sur LinkedIn de plus de 2 000 dirigeants d'ETI B2B avec notre [Panorama du Leader Advocacy](#).

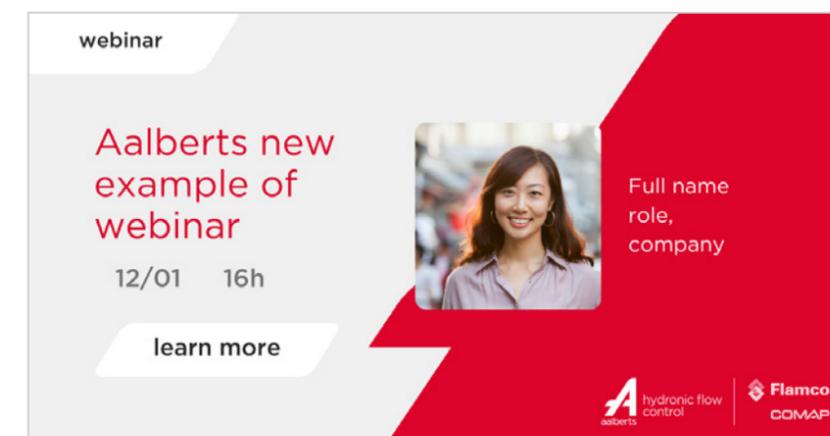
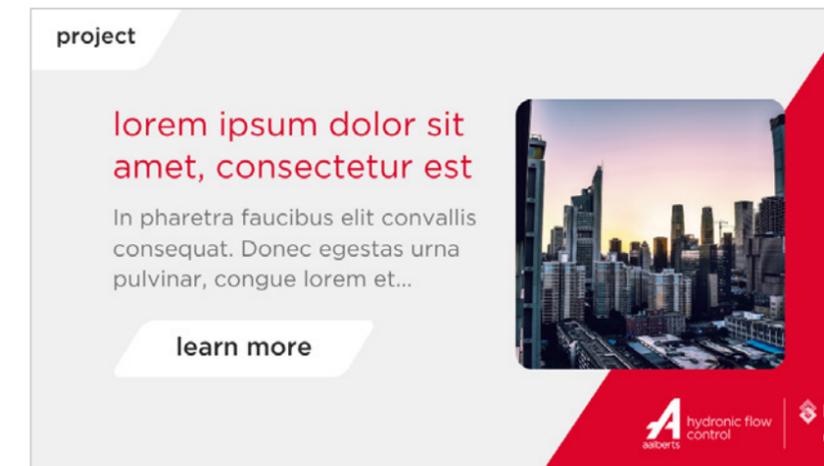
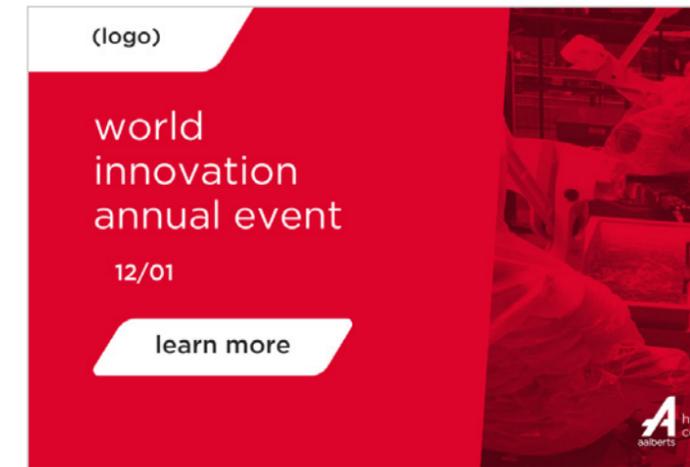
Vous pouvez également télécharger notre [méthode en 7 étapes pour déployer le Leader Advocacy](#), ainsi que notre guide complet pour [comprendre et prendre en main l'Employee Advocacy](#).

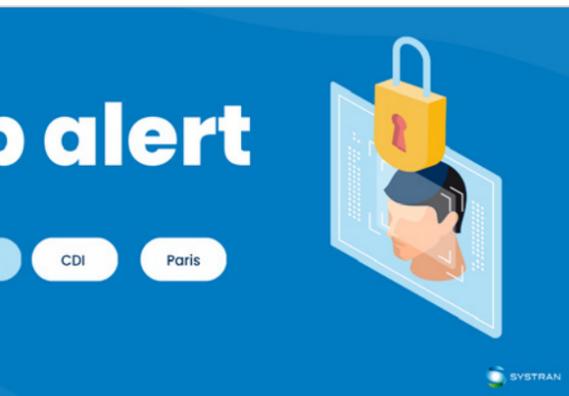
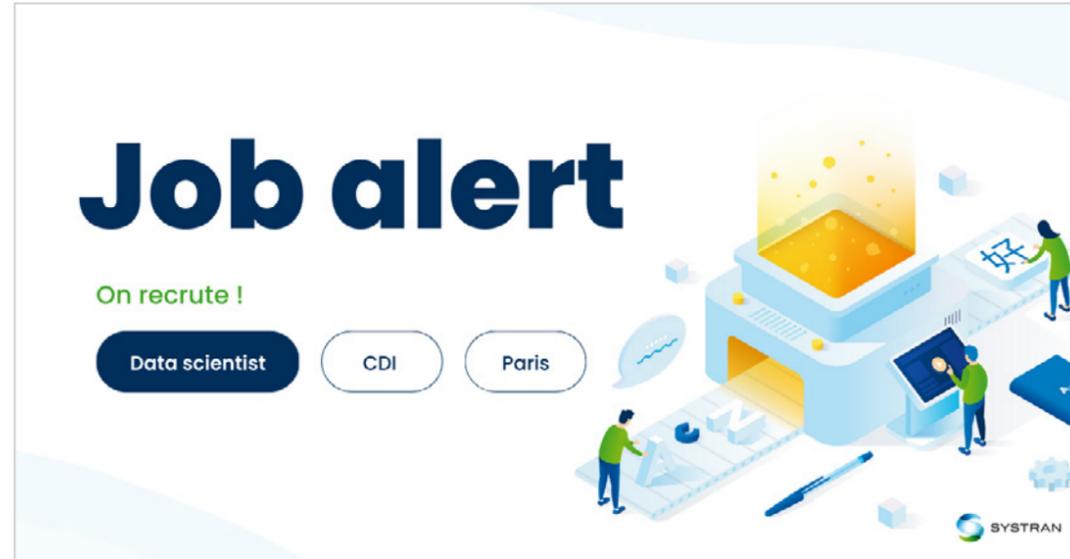
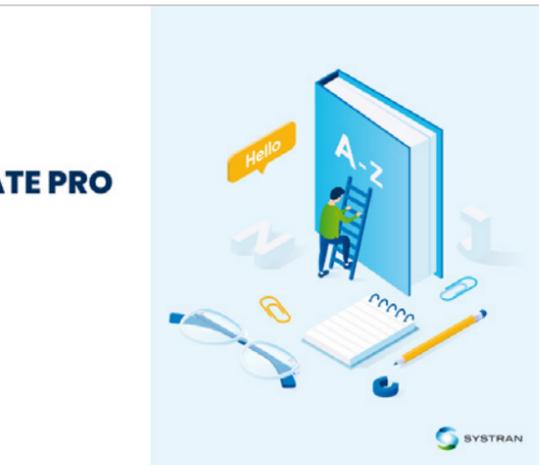


Template Social Media



Ce nouveau template Social Media Aalberts HFC permet d'uniformiser et de **charter leurs prises de parole** sur les réseaux sociaux. Il s'adapte à toutes les thématiques : la marque employeur, le push contenu, l'actualité, les cas clients ou encore les événements.





Template Social Media



Ce gabarit Social Media SYSTRAN retranscrit la nouvelle identité de l'entreprise sur les réseaux sociaux. Il a été pensé pour **uniformiser et faciliter la création de contenu** sur LinkedIn, en donnant au visuel un rôle clé dans la stratégie Social Media. Ce nouveau template permet à SYSTRAN de varier les sujets traités avec des chiffres-clés, des verbatims ou encore des listes à puces.

Template Social Media



Grâce à ce template, Gravotech peut séparer et **différencier ses marchés**. Divers éléments permettent d'identifier le sujet sur chaque post :

- la couleur de fond ;



- les pastilles – en haut à gauche – qui annoncent la thématique et le type de contenu partagé.



Cybergazette by Advens



La Cybergazette by Advens était, jusque-là, envoyée en interne. Nous avons transformé cette veille hebdo dédiée à l'actualité Cyber en newsletter LinkedIn. Ce format permet à Advens d'être une **source de veille** pour les professionnels de la Cyber.

À la fin du mois de décembre 2022, la newsletter comptait plus de 3 500 abonnés (seulement 2 mois après le lancement).

La Cybergazette by Advens
Chaque semaine, retrouvez toute l'actualité Cyber internatio... 4070 abonnés ✓ Abonné
Newsletter hebdomadaire

La Cybergazette by Advens

La Cybergazette - Édition n°14
Modifier l'article Voir les stats

Advens
13752 abonnés
31 janvier 2023

Votre actualité Cyber hebdomadaire !

WhatsApp : il serait possible de pirater votre compte quand vous dormez

Un chercheur en cybersécurité révèle comment outrepasser l'authentification sur WhatsApp lorsque le téléphone est en mode avion ou éteint. Une attaque simple, mais rudement efficace. Zuk Avraham, chercheur en cybersécurité et spécialiste des systèmes mobiles, vient de partager publiquement sur Twitter, une technique redoutable qui permettrait à un hacker de pirater un compte WhatsApp. Les techniques les plus simples sont parfois les plus dangereuses.

Ransomware et espionnage : des failles à un niveau élevé en 2022 selon l'Anssi

La Cybergazette by Advens
Chaque semaine, retrouvez toute l'actualité Cyber internationale dans un seul et même endroit
De Advens 13752 abonnés 4070 abonnés

Éditions 14

Publié le 8 y a 10 heures

La Cybergazette - Édition n°14
Advens sur LinkedIn · Lecture de 2 min
Julie VERLINDE et 16 autres personnes
J'aime Commenter Republier Envoyer

Publié le 8 y a 1 semaine

La Cybergazette by Advens

La Cybergazette - Édition n°13
Advens sur LinkedIn · Lecture de 2 min
Benjamin Leroux et 15 autres personnes
J'aime Commenter Republier Envoyer

Publié le 8 y a 1 semaine

La Cybergazette by Advens

La Cybergazette by Advens - Édition n°12
Advens sur LinkedIn · Lecture de 2 min
Benjamin Leroux et 29 autres personnes 1 commentaire

La Cybergazette by Advens
Chaque semaine, retrouvez toute l'actualité Cyber internationale dans un seul et même endroit
De Advens 13752 abonnés 4070 abonnés

Éditions 14

Publié le 8 y a 10 heures

La Cybergazette by Advens

La Cybergazette - Édition n°14
Advens sur LinkedIn · Lecture de 2 min
Julie VERLINDE et 16 autres personnes

La Cybergazette by Advens

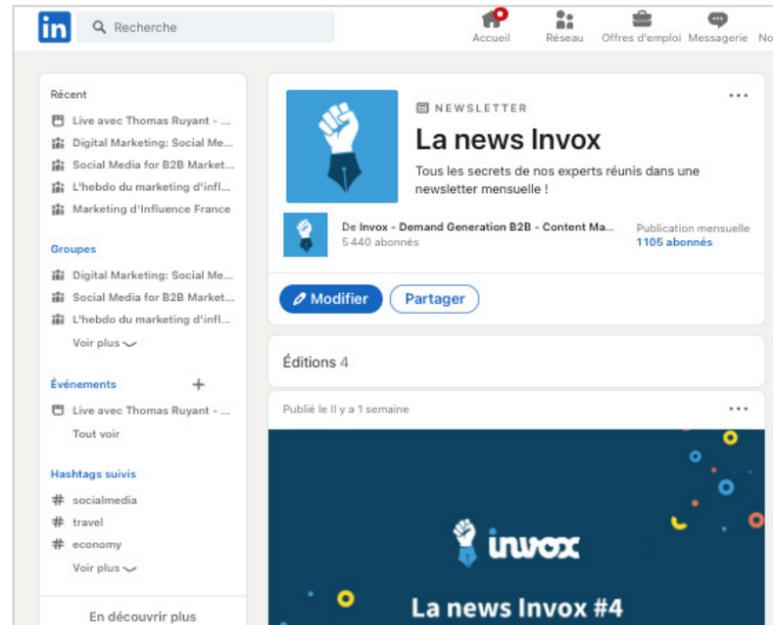
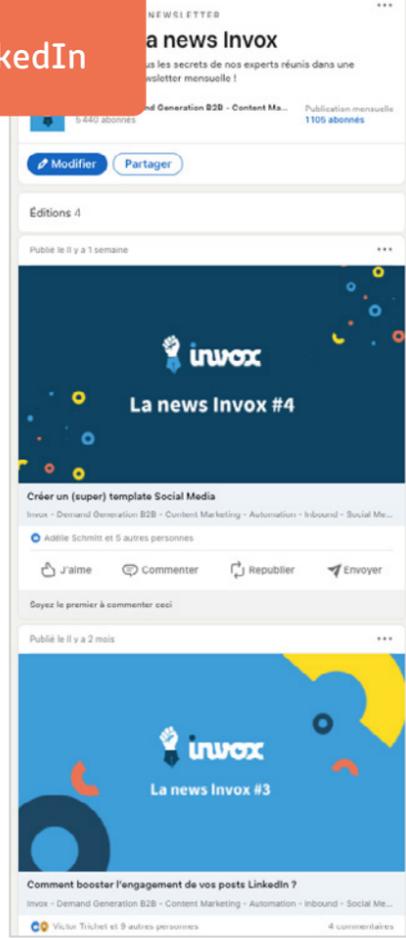
La Cybergazette
Modifier l'article Voir les stats

Advens
13752 abonnés
20 décembre 2022

Découvrez toute l'actualité Cyber
Cybergazette de l'année !

HackerOne a annoncé que plus de 65 000 détectées par la communauté de hacker augmentation de 21 % par rapport à 2021. Cette sécurité s'explique surtout par la migration numérique.

Des millions d'identifiants du site Social Blade en vente

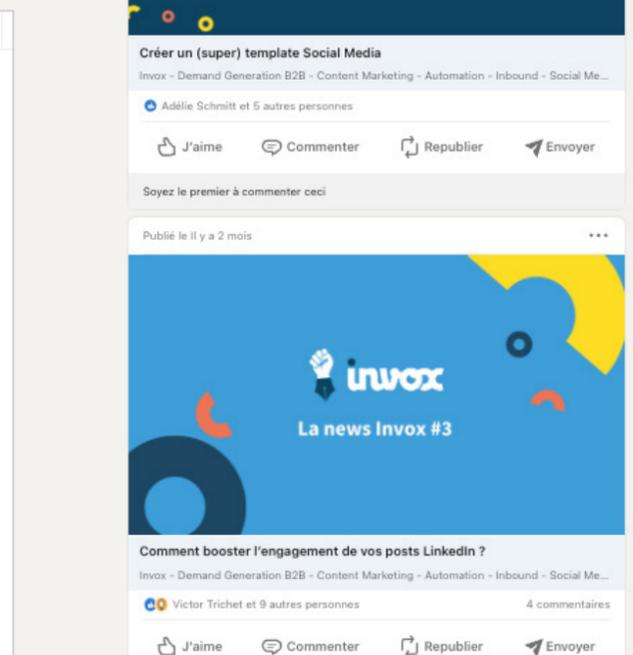


La News Invox



La News Invox est une newsletter LinkedIn mensuelle qui met en avant les **différentes expertises** d'une certaine agence de Demand Generation... Chaque opus traite un sujet précis : SEO, contenu, Social Media... Nous y partageons les conseils, tests et retours d'expérience de chacun sur ses sujets de prédilection.

S'abonner >



Carrousel 4 écrans : 6 typologies d'outils pour développer votre activité e-commerce



Cette publication pousse une infographie qui recense 6 outils pour les e-commerçants. Le carrousel 4 écrans est très adapté à Facebook puisqu'il est visible en intégralité sans clic sur mobile et ordinateur.

Voir en ligne >

La Poste Pro
28 octobre 2022 · 🌐

Référencement, logistique, solution de paiement... voici les différents leviers auxquels vous devez penser pour accroître le trafic sur votre site e-commerce. ✅

Découvrez dans cette nouvelle infographie, 6 typologies d'outils pour vous aider à pérenniser votre activité.

C'est juste ici 📄 <https://bit.ly/3f8wsjP>

6 typologies d'outils pour développer votre activité e-commerce

#1

Adoptez l'ERP pour centraliser vos données et processus

#2

Diversifiez les solutions de paiement pour rassurer vos clients

#3

Et plus encore dans notre nouvelle infographie !

Digiposte

6 types d'outils pour votre e-commerce

Vous avez choisi une plateforme spécialisée pour développer votre activité e-commerce ? Parfait ! Mais avez-vous pensé à tous les autres outils pour faire croître votre entreprise ?

- ### #1 Centralisez l'information

L'ERP regroupe en une seule plateforme centralisée tous les processus et les données de l'entreprise. Il est la base d'une bonne communication entre les différents outils.

Ex : Incoo, Teamleader, Animateur
- ### #2 Offrez des solutions de paiement

Acheter en ligne est devenu courant, mais les consommateurs ont toujours du mal à faire confiance. Proposez plusieurs solutions de paiement pour les rassurer !

Ex : Poppay, Stripe, Lydia
- ### #3 Maîtrisez la logistique

Gestion des commandes et des stocks, suivi logistique, service après-vente... tout est extensible pour vous faire gagner du temps et de l'argent.

Commencez en fonction de vos besoins :

 - petits ou gros colis,
 - en local ou à l'international,
 - stockage en entrepôt ou en magasin...

Vous êtes une PME/PME ? Des nombreuses solutions d'envoi de colis existent ! En partenariat avec les transporteurs, elles vous aident à proposer différentes options d'envoi, notamment la livraison gratuite.

Ex : Sendcloud
- ### #4 Boostez votre marketing

La réussite d'une boutique en ligne passe par le marketing digital. Pour gagner en efficacité et en visibilité, optez pour des outils de planification et d'automatisation des tâches.

La référencement de votre boutique en ligne sur les moteurs de recherche.

 - Essayez la mise en avant de vos produits dans la partie « Shopping » de Google.

L'envoi de mails à votre base.

 - Programmation de vos emails annuellement.

Ex : MailChimp, Klaviyo, Mailjet...

La collecte d'avis clients.

 - Mise en confiance du consommateur grâce aux avis des clients : le bouche-à-oreille digital n'a jamais été aussi tendance.

Ex : Avis clients, Trustpilot...
- ### #5 Orchestrez vos réseaux sociaux

Pour construire votre réputation en ligne, utilisez des solutions facilitant le management de vos réseaux sociaux.

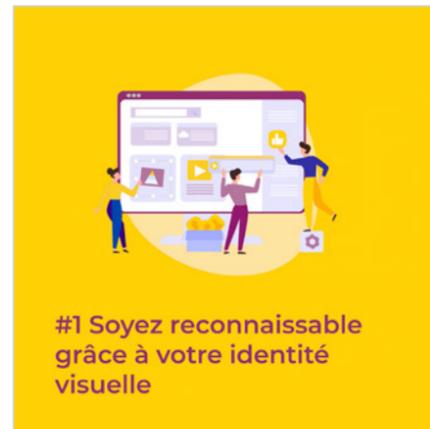
 - ne négligez pas votre actualité,
 - planification des publications,
 - rapports automatiques de performance...

Ex : Hootsuite, Sprout Social, Ajequalite...
- ### #6 Analysez vos performances

Vos indicateurs d'acquisition sont-ils efficaces ? De nombreux prestataires analysent pour vous aider à le découvrir et à rectifier votre stratégie si besoin.

Ex : Google Analytics, Semrush

Envie de faire croître votre entreprise ? Différenciez-vous de la concurrence sur le marché du e-commerce.



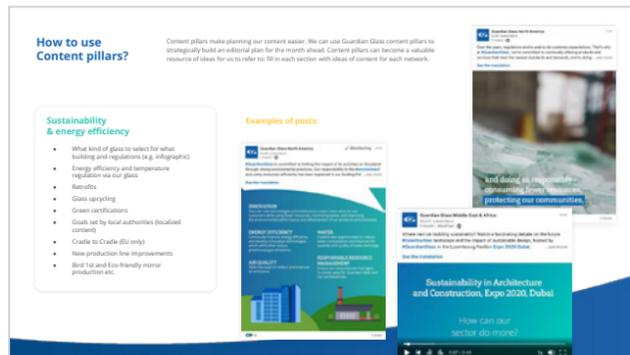
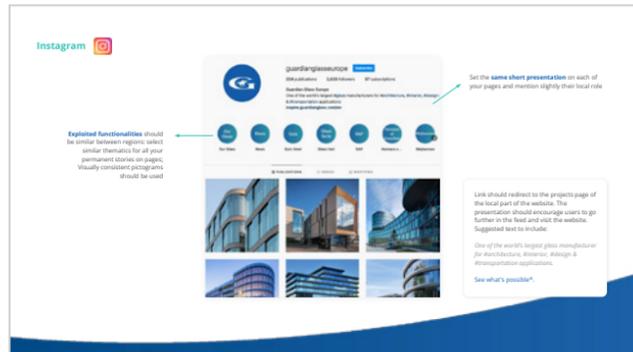
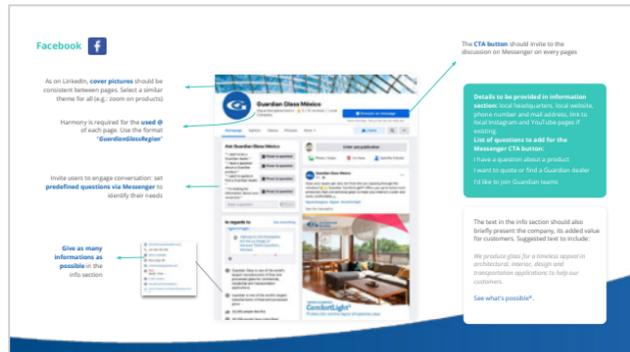
Vidéo : se différencier sur les marchés du e-commerce

Digiposte 

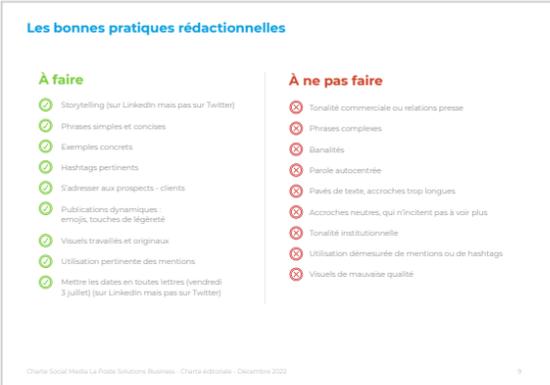
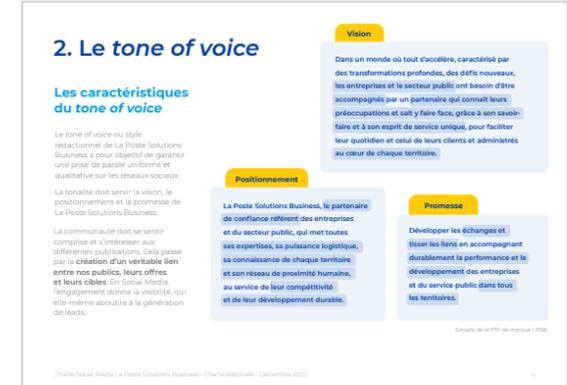
Toujours à destination des petits e-commerçants, cette vidéo met en avant 4 conseils pour les aider à se différencier. Elle reprend, dans les grandes lignes, le contenu d'un ebook.

[Voir en ligne >](#)

Guardian Glass – Editorial & Graphic Social Media Charter



La Poste Solutions Business – Charte LinkedIn et Twitter



Sales Content



On parle beaucoup Content Marketing – ce qui laisse un angle mort assez important sur les « Sales Content », tous ces contenus sur lesquels les commerciaux peuvent (devraient !?) s'appuyer et que le marketing peut leur fournir. Il y a les cas clients... mais aussi tous les autres formats. Bienvenue dans le domaine de l'alignement Marketing-Ventes !

Lisez notre meilleure ressource sur le sujet...

[Guide complet du Sales Content >](#)

Formats rédactionnels

Dispositifs SEO

Ebooks & formats téléchargeables

Use Case Factory

Vidéos

Infographies & formats visuels

Pages de site

LP, E-mails & Newsletters

Formats LinkedIn et Social Media

Sales Content

Kit Sales - Digitalisez votre point de vente avec Shopping Pay



Faire l'évangélisation d'une nouvelle offre auprès de clients existants est essentiel pour développer l'up-sell. Voici plusieurs contenus créés pour promouvoir le service Shopping Pay de Carmila :

- une landing page pour une accroche web
- une fiche pratique à envoyer après le rendez-vous
- une vidéo
- un support de présentation pour de petits webinars

Kit Sales - Digitalisez votre point de vente avec Shopping Pay
NOM DE L'EXPERT
CARMILA

01
L'impact de la crise sanitaire sur le commerce physique

L'impact de la crise sanitaire sur le commerce physique
Un contexte inédit

- Ralentissement économique
- Diminution considérable des ventes : - 80 % du CA
- Obligation de se réinventer pour poursuivre l'activité

4 Digitalisez votre point de vente avec Shopping Pay

L'impact de la crise sanitaire sur le commerce physique
Digitalisation des commerces physiques

- Accélération de la transformation numérique : un bond en avant d'environ 7 ans !
- Augmentation de la part des ventes en ligne classiques en France : de 9,8 % à 13,4 % en un an seulement (2020) !

5 Digitalisez votre point de vente avec Shopping Pay

L'impact de la crise sanitaire sur le commerce physique
Les nouvelles attentes des consommateurs

- De plus en plus enclins à découvrir des marques
- 72 % se tournent plus fréquemment vers des commerces indépendants en ligne ou en magasin

7 Digitalisez votre point de vente avec Shopping Pay

SHIPPING PAY
By Carmila & Lemonway

Le Click and Collect de à portée de main

Vendez vos produits en ligne facilement sur le site Web de votre centre commercial et profitez de tous les avantages du Click and Collect pour votre boutique !

FICHE PRATIQUE

SHIPPING PAY
By Carmila & Lemonway

La solution simple pour se lancer dans la vente en ligne

Vous souhaitez digitaliser votre commerce et mettre en place une solution de Click and Collect pour vos clients ? Rien de plus simple : avec **Shopping Pay**, vous pouvez vendre vos produits en ligne sur les sites Web des centres commerciaux. Quels sont les bénéfices pour votre commerce ? Comment ça marche ? On fait le point.

Découvrez comment vendre vos produits en ligne en quelques clics

Contactez-nous pour en savoir plus >

Shopping Pay vous permet de vendre depuis le site internet de votre centre...

Digitaliser son point de vente : 6 raisons de se lancer

La digitalisation des commerces est essentielle pour répondre aux nouveaux besoins et dynamiser son activité. Et vous ? Où en êtes-vous ? Découvrez 6 raisons de digitaliser votre point de vente !

Lire l'article

Click and Collect : les bonnes pratiques

Le Click and Collect et la e-réservation sont de réelles opportunités pour booster votre activité. On vous explique tout : suivez nos conseils pour vous y mettre et en tirer profit !

Lire l'article

CAS CLIENT
Ils témoignent

>Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cillum

Télécharger le cas client >

Pitch Deck « 1^{er} meeting »



Pour une startup en pleine accélération, le premier rendez-vous sert souvent à poser le décor, expliquer la raison d'être du service, et faire réagir ses interlocuteurs. C'est le but de la **refonte du Pitch Deck** d'Appenin, que nous avons structuré et designé.

appenin

Fidélisez vos clients en leur fournissant l'assurance habitation Appenin

Un monde inquiet et frugal

- 41 % des Français ont peur pour leur emploi et leurs revenus
- 71% réduisent les dépenses essentielles en fin de mois
- 72 % pensent qu'une pandémie se reproduira dans les 5 ans

Etude Sociovision 2021

appenin / Logo client

On en revient

- 1 Être remboursé rapidement
- 2 Gestion de sinistre simple et efficace
- 3 Un contrat d'assurance habitation facile à souscrire

appenin / Logo client

La promesse que nous leur faisons ensemble

- 1 **Être remboursé rapidement au juste prix**
Un partenaire assurance fiable et de confiance
Du conseil sur le bon niveau de garantie à attendre
- 2 **Gestion de sinistre simple et efficace**
Une expérience client traçable de bout en bout
- 3 **Un contrat d'assurance habitation facile à souscrire**
Démarche très simple, documentation claire et lisible
Prise en charge de la résiliation du contrat précédent

appenin / Logo client

On peut aller plus loin

Les besoins de couverture de vos clients sont spécifiques
Optez pour la modularité : choisissez nos packs de garanties et composez l'offre dont vous avez besoin facilement.

Vous avez besoin d'une interface de souscription clé en main ?
Optez pour une interface de souscription en marque blanche et une intégration en 3 semaines dans vos process existants

Le digital, c'est important pour vous ?
Choisissez le 0 paperasse by design et bénéficiez de la possibilité de fournir votre devoir de conseil en mode digital

appenin / Logo client

On... c

Appenin filiale du groupe COVEA (MAAF, MMA, GMF) créée fin 2019 pour révolutionner l'assurance habitation

- ✓ Conception rapide et simple de produits adaptés aux courtiers
- ✓ Expériences clients fluides et digitales
- ✓ modèle de distribution 100% B2B2C

appenin / Logo client

L'équipe Appenin

- Juliette** CEO
Ex directrice de la transformation et membre du Comex de COVEA
- Nolwenn** COO
16 ans d'expérience dans la transformation des organisations d'assurance
- Amine** Directeur actuariat
Lorem ipsum dolor sit amet
- Vincent** CTO
Co fondateur d'Empruntis, ex CTO de l'état (etalab)
- Arnaud** Directeurs commerciaux
Lorem ipsum dolor sit amet
- Edouard** Directeurs commerciaux
Ex CDO d'Asa, 12 ans dans la transformation digitale des assurances

appenin / Logo client

En bref, Appenin c'est :

Pour vos clients

- ✓ Souscription simple et fluide
- ✓ Gestion du sinistre digitale de bout en bout
- ✓ Qualité de service irréprochable
- ✓ Une assistance 24/7
- ✓ Une couverture complète et personnalisable
- ✓ Gestion de la résiliation de l'ancien contrat

Pour vous

- ✓ Des clients satisfaits et fidèles avec des niveaux de garantie solides
- ✓ Une nouvelle cible digitale first
- ✓ Du temps gagné sur la paperasse au quotidien
- ✓ Un partenariat avec le leader français du marché en assurance dommage
- ✓ Une intégration simple et rapide dans vos parcours de vente (via web ou API)
- ✓ Interlocuteur dédié et expérimenté
- ✓ Gestion déléguée de toute la chaîne de valeur

appenin / Logo client

Et de

- ✓ Assurance PNO (propr
- ✓ Remboursement autom

Un b

C'est le moment c

et où vous pouv

appenin / Logo client

FICHE PRATIQUE **solocal**

Le Click & Collect sur PagesJaunes

Les 6 raisons de l'adopter pour votre commerce de proximité

Le service Click & Collect sur PagesJaunes vous permet d'exposer un catalogue produits à vos clients et de proposer le retrait de commande, directement depuis votre fiche PagesJaunes. Maintenez votre activité et continuez à vendre malgré la fermeture de votre commerce en période de crise sanitaire !

Découvrez les avantages de ce service à travers notre fiche pratique.

- #### Une audience puissante et qualifiée

Le site de **recherches locales** de professionnels PagesJaunes est utilisé par 1 Français sur 2 et totalise 174 millions de recherches chaque mois : véritable coup de projecteur pour votre activité. Vous **bénéficiez d'une visibilité renforcée sur le site référent dans la recherche de commerces de proximité.**
- #### Une solution adaptée aux commerces de proximité

Le Click & Collect est particulièrement adapté aux **commerces** contraints de fermer leur magasin en période de crise sanitaire (confinements, couvre-feux...). **Profitez-en pour maintenir votre activité !**
- #### Votre catalogue produits accessible en ligne

Vous intégrez tout ou partie de votre **catalogue produits** : précisez les prix, ajoutez des photos, renseignez des descriptions, apportez des informations sur les quantités, etc.

Vous proposez rapidement à vos clients **une boutique en ligne organisée et personnalisée.**
- #### Une solution complète et sans commission

Avec la solution Click & Collect sur PagesJaunes, **vous ne payez aucun frais de commission sur vos ventes.**

Si vos clients optent pour le **paiement en ligne**, seuls les frais de service Paypal seront exigés lors des règlements.
- #### Pleins d'autres services inclus

Le service Click & Collect sur PagesJaunes fait partie de l'**offre Connect Premium**. Bénéficiez de nombreux services supplémentaires pour **rester connectés avec vos clients**, comme la gestion des avis clients, la prise de rendez-vous en ligne ou encore la messagerie instantanée !
- #### Avec le service Click & Collect sur PagesJaunes, mettez rapidement en place une boutique en ligne, assurez votre chiffre d'affaires et le maintien de votre activité pendant la crise sanitaire.

En prime ? Le service est gratuit jusqu'à la fin du mois de février 2021 !

[Je me lance !](#)

Le Click & Collect sur PagesJaunes - Les 6 raisons de l'adopter pour votre commerce de proximité

solocal

Doc de follow-up - Le Click & Collect sur PagesJaunes

solocal 

Toutes les décisions d'achat ne se prennent pas durant un rendez-vous ou un appel de prospection. Afin d'optimiser l'efficacité de la démarche Sales, il est souvent utile de prévoir dans les parcours une étape « **suivi de notre échange** », avec idéalement du contenu permettant de convaincre ou de simplifier l'acte d'achat. C'est le cas ici avec cette checklist.

Support de webinar - Comprendre les aides financières à la rénovation énergétique en 2022



Les changements réglementaires d'un secteur sont toujours des moments propices à faire de la pédagogie. Bien accompagnés, les commerciaux peuvent proposer à leurs prospects des webinars rapides sur le sujet. C'est ce que nous avons créé chez Effy avec ces **jeux de slides prêts à l'emploi et modifiables**.

Support interne - Comment transformer vos visites techniques en chantiers ?

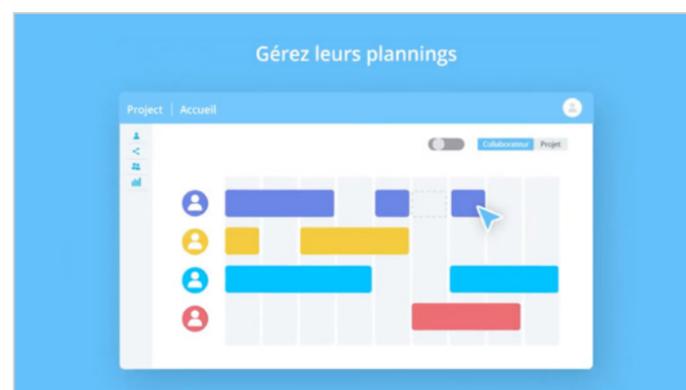
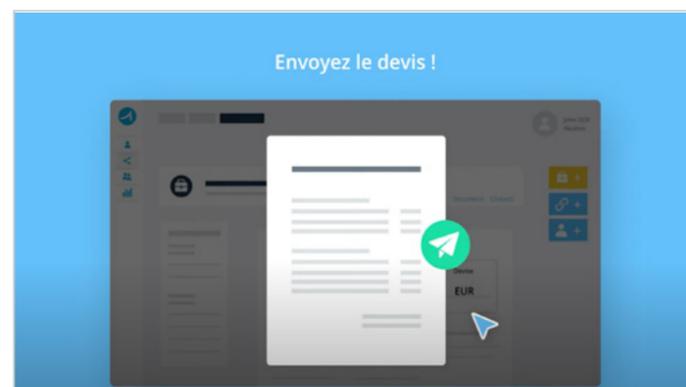


Dans une logique de bon alignement Marketing-Ventes, l'équipe marketing a souvent pour enjeu d'injecter du contenu expert dans les points de contact entre les commerciaux et leurs prospects (calls, visio, meetings, relances...). De la formation est nécessaire et ce format « interne » est idéal pour **s'assurer de la maîtrise des process et de l'expertise par les Sales**.

Vidéo démo Akuiteo



En préparation (ou en suivi, d'ailleurs) d'un rendez-vous, une courte vidéo démo / explicative peut être très pertinente pour un éditeur de logiciels. Notamment dans le cas où la décision est prise par **différents interlocuteurs** et que l'on souhaite s'assurer que chacun pourra avoir une vue rapide de la solution même sans être présent dans les échanges.



Aide au choix - Avis électronique : 5 critères clés pour choisir sa solution



L'un des grands classiques des Sales Content est la catégorie « Outil d'aide à la décision » – ici pour aider les gestionnaires de copropriété à choisir leur prestataire d'avis électronique. Ces contenus très **bottom of the funnel** sont d'ailleurs aussi bien utilisés par les commerciaux que dans le cadre de mécaniques automatisées de Nurturing.

Avis électronique : 5 critères clés pour choisir sa solution
Checklist spéciale copropriétés

Profitez pleinement des avantages de l'avis électronique – simplicité, rapidité et économies dans la gestion de vos copropriétés –, en choisissant une solution qui coche l'ensemble des critères suivants :

- Module de gestion des consentements**
L'intégration d'un module de recueil et de gestion des consentements des destinataires permet de **simplifier et de sécuriser cette étape indispensable** à l'envoi d'avis électroniques.
- Solution multicanal**
Le choix d'une solution multicanal permet d'**appliquer automatiquement, lors de l'envoi, le canal adapté** – lettre recommandée papier ou avis électronique – en fonction du consentement ou non du copropriétaire. L'ensemble des envois – physiques ou dématérialisés – est ainsi géré automatiquement au sein d'une même interface.

La Poste Solutions Business !

Parlons-en !

ECOLOGIC
Priorité neutrale carbone
Kiosco (neuro)écologique

LA POSTE SOLUTIONS BUSINESS

Les évolutions de la nouvelle version de l'app PagesJaunes



Les commerciaux ont souvent un rôle de fidélisation et de développement des ventes sur des comptes installés. Les évolutions d'une app ou d'un logiciel sont un bon moment pour recréer des discussions. Ici, c'est une infographie mettant en avant les nouvelles features de l'application PagesJaunes qui permet aux commerciaux de **renouer le contact**.

LES ÉVOLUTIONS DE LA NOUVELLE VERSION DE L'APP PAGESJAUNES

Notre méthode ? Plus d'un an de tests et d'analyses basés sur vos retours plus proches de vos besoins, continuez à nous envoyer vos remarques à l'aide du formulaire en page d'accueil de l'app.

PLUS PERSONNALISÉE
Enregistrez vos lieux de vie préférés (domicile, travail, vacances...) pour personnaliser votre page d'accueil.
Grâce aux suggestions, (re)découvrez de nouveaux professionnels autour de vous et retrouvez-les en un clic en les ajoutant à vos favoris.

PLUS INTERACTIVE
Pour contacter les professionnels en toute confiance et simplicité, vous bénéficiez de fonctionnalités supplémentaires : messagerie, réservation et prise de rendez-vous en ligne auprès de commerçants, artisans... qui les ont activés.
Profitez de contenus utiles et fiables pour bien les choisir : avis consommateurs, horaires actualisés, coordonnées, prestations détaillées, photos, actus, labels du professionnel.

PLUS DESIGN ET ERGONOMIQUE
L'interface a été optimisée pour faciliter votre navigation et rendre votre expérience avec PagesJaunes plus facile et agréable.
La nouvelle cartographie vous permet de visualiser plus facilement les professionnels autour de vous. Effectuez votre recherche directement sur la carte !

PagesJaunes réunit dans une application tout ce dont vous avez besoin pour choisir votre professionnel !

Infographie « Explications sur l'accompagnement Quable »



Les commerciaux doivent closer... mais aussi faire de la pédagogie sur « **ce qui se passe pour le client une fois qu'il a signé** ». Notamment dans les activités de service ou dans le cadre de la prise en main et du déploiement d'une solution logicielle. L'idée ici est de doter les commerciaux d'un contenu pédagogique qu'ils peuvent présenter mais qui fonctionne aussi en self-service.

L'accompagnement Quable

Vous êtes décidé à mettre en place un PIM pour gérer vos données produits, mais avez besoin d'aide pour **paramétrer votre outil** ? Quable vous accompagne et vous explique toutes les étapes pas à pas, pour un **déploiement PIM réussi** !

1 Onboarding
C'est parti : Quable vous embarque dans l'aventure PIM & DAM !

- La **personnalisation de votre PIM** : grâce à une approche adaptée à vos pratiques métier, l'articulation de votre data produit dans les outils PIM & DAM vous ressemble.
- Une **méthodologie éprouvée** : imaginé par Quable, le parcours d'accompagnement Quable Air vous permet de vous approprier votre outil PIM, étape par étape.
- Des **ateliers 1-to-1 en visio** : ils sont préparés sur mesure pour répondre à toutes vos questions.
- Une **documentation complète en cas de besoin** : nous vous mettons à disposition une aide supplémentaire pour vous permettre d'approfondir vos connaissances à tout moment.

Un accompagnement performant vous permet d'assurer le respect de votre cahier des charges, et d'éviter les surcoûts et délais supplémentaires de mise en production.

2 Formation
Quable propose deux types de formation, de l'initiation au training avancé :

- Une **formation académique** des équipes pour présenter l'interface de A à Z.
- Une **formation à la carte** en fonction des missions de la personne qui utilisera l'outil.



Nous recrutons régulièrement de nouveaux éléments pour faire grandir l'expertise de notre Team Content et renforcer la Content Factory Invox... Vous avez envie de rejoindre la meilleure équipe de créations de contenus B2B au monde (au moins) ? Apprendre chaque jour et vous challenger sur les différents aspects du métier du Content ?

Rejoignez-nous >

Suivez-nous sur Insta! 

