



Book d'inspirations Content B2B

2024



Les 4 étapes principales d'un dossier de Prime Effy

Realiser chaque étape depuis l'appel ou l'espace Effy Pro

- Avant les travaux**
 - 1. Demande de Prime Effy: Uniquement pour vos propres clients car pour les clients transmis par Effy la demande de Prime Effy a déjà été faite.
 - 2. Envoi du devis signé à Effy au plus tard 7 jours après sa signature: Effy l'analyse et vous informe en cas de non-conformité. Envoi de l'avis d'imposition du particulier si les revenus sont modestes ou très modestes.
- Après les travaux**
 - 3. Envoi de la facture à Effy: au plus tard 15 jours après son édition. Effy l'analyse et vous informe en cas de non-conformité.
 - 4. Signature en ligne de l'attestation sur l'honneur: Contrôles aléatoires du chantier (si les travaux sont systématiquement contrôlés) et validation de la conformité de ce dernier. Validation administrative du dossier de Prime Effy.

Après validation administrative du dossier de Prime Effy

Versement de la Prime Effy sous 15 jours

1, 2, 3 par le pro ou le particulier | 4 par le pro et le particulier

5 conseils pour créer la fiche produit parfaite en 2024

La fiche produit parfaite est un document essentiel pour votre entreprise. Elle permet de présenter vos produits de manière claire et concise, tout en mettant en valeur leurs avantages et leurs caractéristiques. Voici 5 conseils pour créer la fiche produit parfaite en 2024.

1. Choisissez un titre accrocheur et pertinent

2. Rédigez une description concise et informative

3. Utilisez des images de qualité

4. Ajoutez des caractéristiques techniques

5. Terminez par un appel à l'action

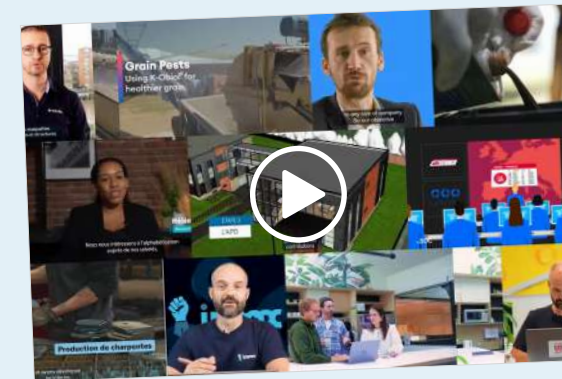
Au programme de cette fiche pratique, apprenez à :

- Rédiger un titre accrocheur et pertinent
- Rédiger une description concise et informative
- Choisir des images de qualité
- Ajouter des caractéristiques techniques
- Terminer par un appel à l'action

résidence collective : 5 étapes pour rénover une installation de chauffage

Hydronic flow control | Flamco | COMAP

- ÉTAPE 1** comprendre l'architecture du réseau
 - les plans du réseau sont-ils disponibles ?
 - OUI: L'étude est plus simple pour le spécialiste qui doit proposer la stratégie d'équilibrage.
 - NON: Le bureau d'études est chargé de définir l'architecture du réseau avec, par exemple, le nombre de colonnes.
 - quelle est la typologie du réseau et l'architecture des colonnes ?
 - Installation horizontale: Une colonne horizontale dessert un appartement spécifique. L'étude du réseau est plus simple pour le spécialiste.
 - Installation verticale: Une colonne verticale dessert plusieurs appartements. L'étude du réseau est plus complexe et nécessite davantage de réglages.
 - comment peut-on qualifier le débit ?
 - Débit constant: Lorsque le débit est constant, les robinets sur les radiateurs sont manuels.
 - Débit variable: Lorsque le débit est variable, les robinets des radiateurs possèdent des têtes thermostatiques.
- ÉTAPE 2** changement des canalisations
 - la rénovation implique-t-elle un changement de tuyauterie ?
 - OUI: Ce changement repose sur une rénovation complète des canalisations.
 - NON: Il faut mener une étude plus approfondie si on veut connaître les débits et pertes de charge.
- ÉTAPE 3** qualité du réseau
 - vérifier la qualité de l'eau
 - Présence de boue ?
 - Présence de gaz ?
 - Présence de fer ?
 - en savoir plus: Vous devez procéder à un débouillage du réseau, deux possibilités s'offrent à vous :
 - Débouillage chimique
 - Débouillage physique



How to optimise the work of your localisation teams with MT?

Farfetch x SYSTRAN

Farfetch is a major player in luxury fashion e-commerce

Before setting up the Machine Translation
A time-consuming manual and cut-out translation process

WRITER → TRANSLATOR → EDITOR → WEBSITE

Translated and localized text

Focus on some numbers

- presence in 190 territories
- localization of Farfetch website in 15 languages
- localization of 38 partner websites
- represents 5,000 localized product sheets every day

With Machine Translation

Translation as a step in the localisation workflow schema

WRITER → MACHINE TRANSLATION → LOCALISATION TEAM → WEBSITE

Real review localized

If iteration needed

Performances after only 2 years of use

- Efficiency + 41% / 65%
- 40% of freed-up time for localisation team, which can concentrate on more value-added work
- Worth noting: these numbers are steadily improving as a result of machine learning

Many benefits at stake



39
collaborateurs



380 +
clients



We love content



2 847
contenus
produits
en 2023

45
formats
différents
en 2023



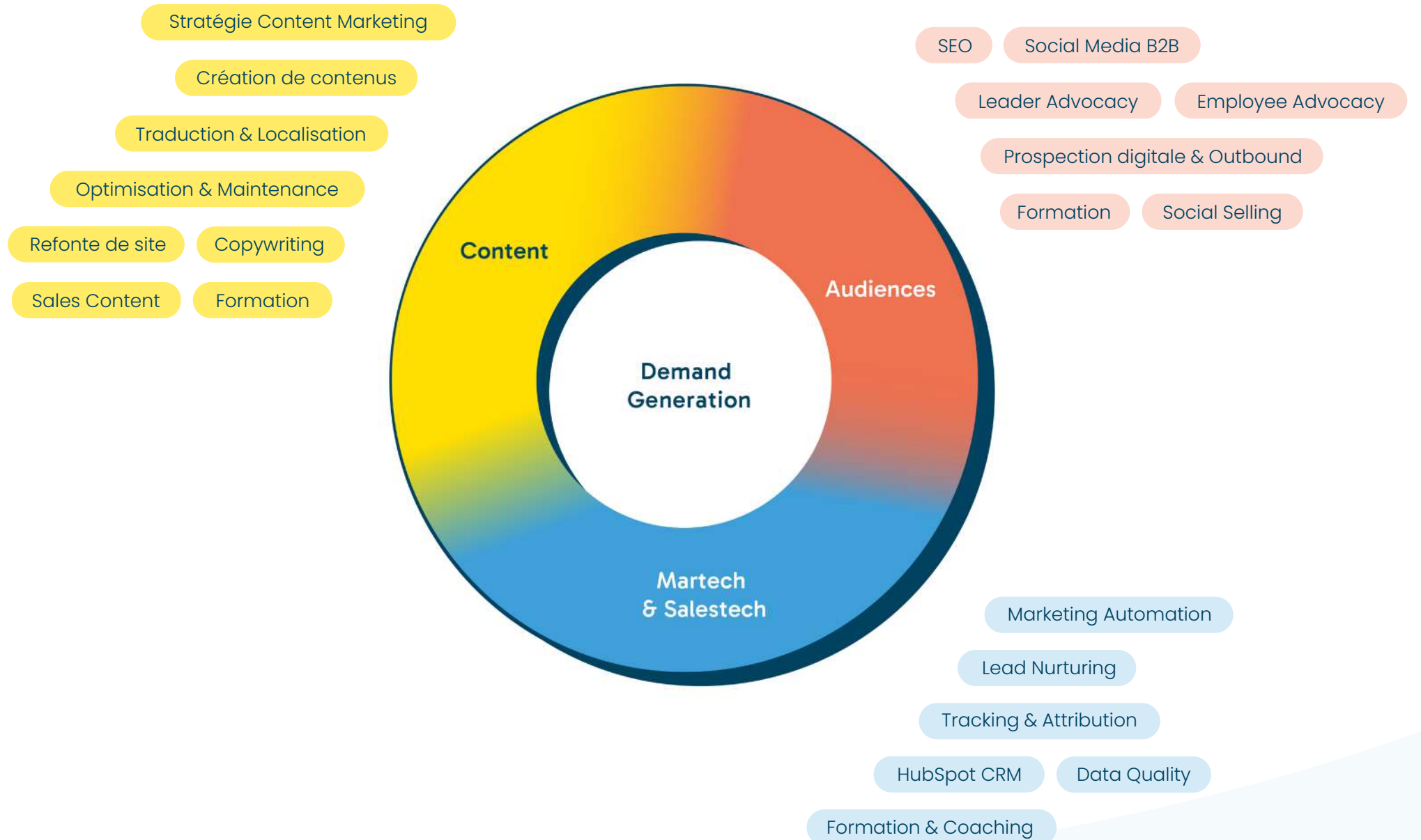
**Demand
Generation
B2B**

Depuis 2013





Contenus et leurs objectifs, formats et leurs déclinaisons, canaux de distribution et mécaniques de Demand Generation : tout s'articule fluidement et se pense ensemble dès l'idéation.



2024, nous voilà !



Pas “que” des contenus : des kits complets

Votre expertise mérite de vivre dans différents formats et sur l'ensemble des canaux où se trouvent vos personas cibles. Notre approche “kit” permet de décliner les contenus (formats Lead Magnets, articles, snacks, vidéo...) et, surtout, de penser dès leur conception un plan de diffusion efficace en fonction de vos objectifs.



Des noms, des visages, des “voix” !

Votre marque continue d'être présente, mais nous cherchons sans relâche à incarner les prises de paroles. Dirigeants, collaborateurs, experts du marché, clients : nous structurons la ligne éditoriale et toute la production des contenus pour valoriser ceux qui ont des histoires à raconter et de la valeur à apporter sur vos sujets.



S'approprier l'IA (raisonnablement)

Chez Invox, nous tirons profit de l'IA à certaines étapes de production pour gagner en vélocité, couvrir davantage de formats et de canaux. Mais cela nous permet surtout de renforcer notre vraie valeur ajoutée : le conseil strat', des choix édito forts, une vision moyen-long terme, le talent d'écriture et la créativité !



Nous avons fait appel à Invox pour renforcer notre stratégie d'**inbound marketing** et de **génération de leads**. Nous travaillons avec eux sur plusieurs projets : l'intégration de HubSpot, l'élaboration et la mise en œuvre de notre stratégie de contenus et la formation de l'équipe marketing à la rédaction web et au SEO.

Nous avons constaté **une nette amélioration de l'efficacité de nos campagnes** d'acquisition et de nurturing et **développé nos compétences** en interne. Tout cela grâce à **une équipe pluridisciplinaire** au top qui nous a proposé une stratégie adaptée à nos objectifs. Nous apprécions la disponibilité, la pédagogie et l'expertise de tous nos interlocuteurs que ce soit sur la gestion de projet, le marketing automation ou la création de contenus. Des vrais pros !



Marie Pierre BALANGER
Fluxym



Kits de contenus

Le kit de contenus, c'est la meilleure façon de couvrir un sujet de façon exhaustive et de créer des contenus adaptés à chacun de vos canaux de diffusion. Ensemble, nous définissons les sujets, les angles, les formats, les canaux de distribution... et nous lançons la production !

Kits de contenus

Ebooks et guides pratiques

Downloadables

Assessment

Vidéos

Cas client

Infographies et formats visuels

LP, E-mails & NL

Blog posts

Dispositifs SEO

Social Media

Refontes de site

Blogs / Resources center

Pages Offres

Sales Content



Chez Invox, nous sommes convaincus que l'approche en kit de contenus et de diffusion est la clé pour **adopter une approche plus volumique dans la production et gagner en vélocité** tout en donnant un maximum de visibilité aux contenus produits.

L'objectif ? Proposer plein de portes d'accès vers vos contenus sous une multiplicité de formats et de canaux !



Justine, Content Strategist

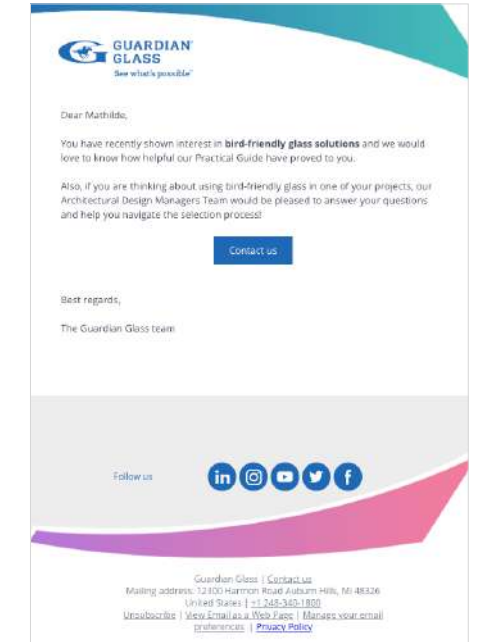
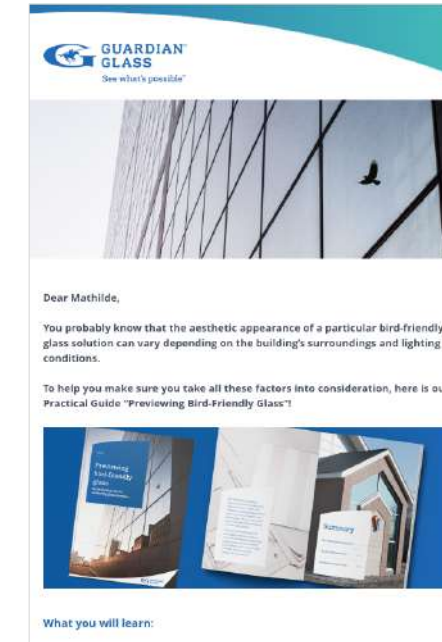
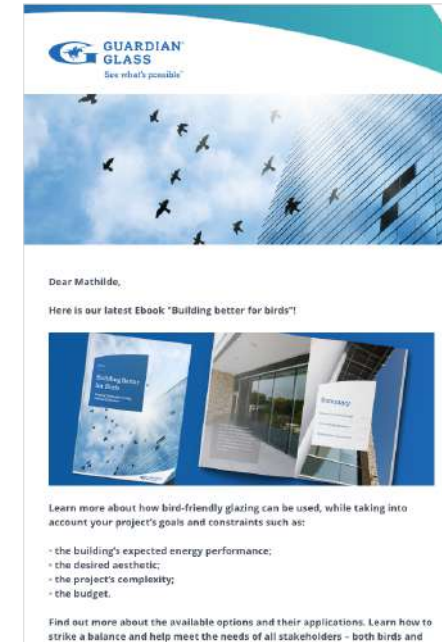
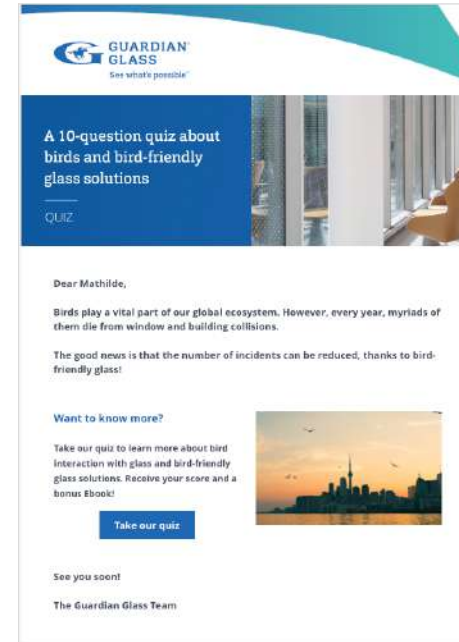


Campagne bird-friendly glass



Notoriété

Ce kit explore divers sujets liés à la thématique « bird-friendly », un verre commercialisé uniquement en Amérique du Nord en raison des réglementations qui imposent son utilisation sur les bâtiments vitrés. Si la cible manifeste un intérêt, les détails sur les types de verre lui sont présentés. Résultat : Guardian glass **sélectionne ses leads** en fonction de leur appétence pour le sujet.



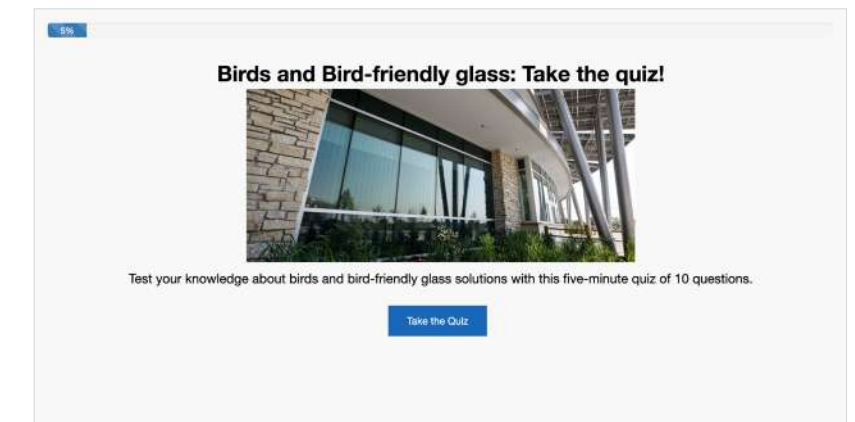
Distribution emails



Ebook Building better for birds



Practical Guide Previewing bird-friendly glass



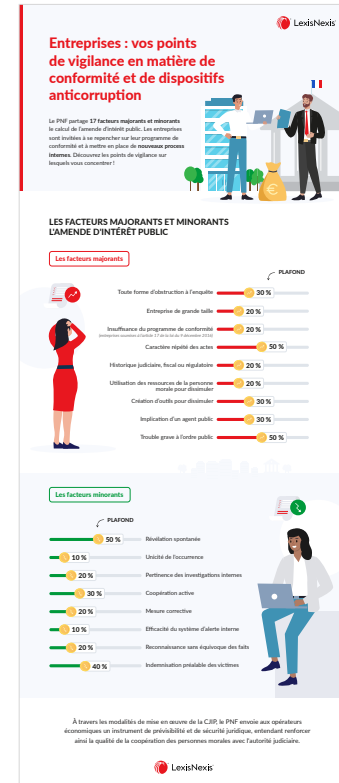
Quiz - Test your knowledge about bird-friendly glass solutions

Convention Judiciaire d'Intérêt Public



Notoriété

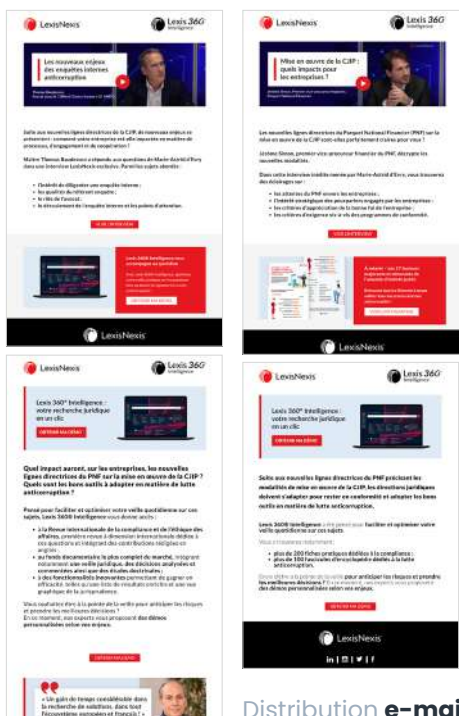
LexisNexis recycle ici efficacement un événement en capitalisant sur ses intervenants : vidéos teasing, infographie récap, e-mails thématiques, etc. L'objectif ? Pousser à la **conversion**.



Infographie - Entreprises : vos points de vigilance en matière de conformité et de dispositifs anticorruption



Vidéos teasing événement Lutte anticorruption



Distribution e-mails

Innovation dans les commerces : les bornes de recharge électrique



Notoriété

Driveco accélère son **approche ABM** grâce à ce kit de contenus verticalisé sur différents secteurs d'activité. Au programme : ebooks, cas clients, landing pages spécifiques, e-mails personnalisés. Sans oublier la conception d'un plan d'Ads autour de la vidéo et d'un accompagnement des collaborateurs en **advocacy** pour embarquer les équipes internes dans la promotion des contenus.



Déclinaison ebook par verticales



Campagne Ads



Cas client vidéo



Teaser vidéo



Post LinkedIn (Entreprise et advocacy)

Bailleurs sociaux : bien choisir votre outil d'informatique décisionnelle

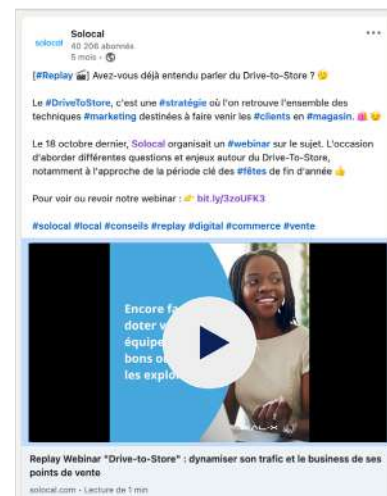


Considération

Bial-X accompagne les bailleurs sociaux dans leur sélection d'un outil de Business Intelligence, en mettant l'accent sur l'importance d'une **expertise marché**. Grâce à ce kit, Bial-X répond à un double enjeu : apporter du contenu à forte valeur ajoutée pour sa cible, et lancer rapidement sa campagne de prospection. L'ebook sur la BI pour les bailleurs sociaux est accompagné d'une vidéo push sur LinkedIn.



Fiche diagnostique pour engager la conversation avec vos prospects



Vidéo teaser et des posts pour les réseaux sociaux



Guide pratique couvrant la thématique au sens large



Série d'articles pour approfondir le sujet



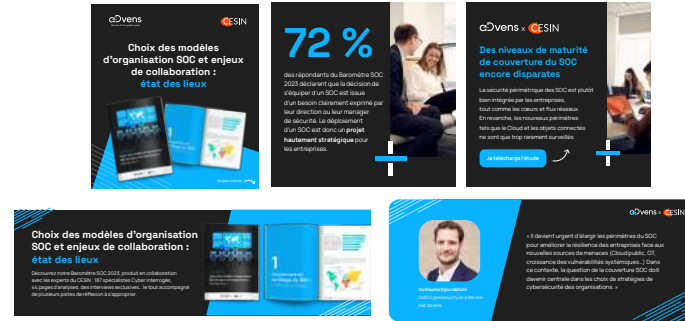
Template Social Media pour pousser tous vos contenus sur LinkedIn et Instagram

Le baromètre SOC



Notoriété

Avec kit, articulé autour d'un baromètre évaluant le ressenti des **organisations SOC**, Advens met en lumière les défis spécifiques rencontrés par les entreprises membres du CESIN.



15 **snacks** (réseaux sociaux, signature email, banniers site)



Ebook « Choix des modèles d'organisation SOC et enjeux de collaboration : état des lieux »



Infographie « Organisation et évolution des SOC en entreprise : les chiffres-clés »

Exploiter vos verbatims clients : le guide complet

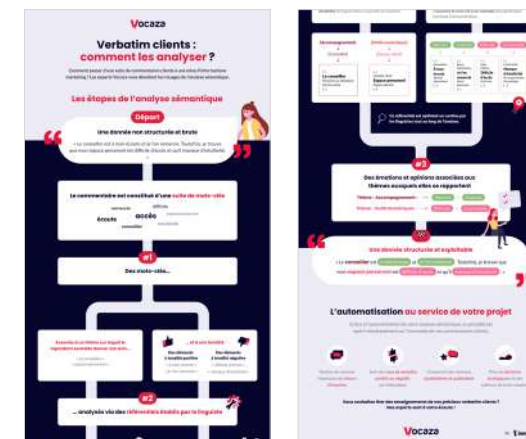


Notoriété

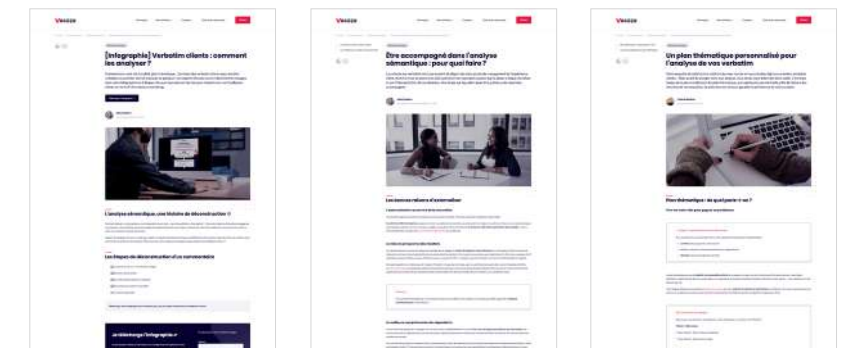
Conçu pour promouvoir une nouvelle offre d'analyse de verbatims clients, ce kit de contenu aborde **toutes les phases du funnel**. Les meilleures pratiques et la maturité de Vocaza y sont mises en avant, avec au cœur de cet ensemble, un ebook résumant les points essentiels du sujet.



Ebook « Exploiter vos verbatims clients : le guide complet »



Infographie « Verbatim clients : comment les analyser ? »



Série d'articles :

- Infographie analyse des verbatims | Les étapes à suivre !
- Analyse des verbatims : pourquoi se faire accompagner - Plan thématique personnalisé : la clé pour analyser vos verbatims

Ebooks et guides pratiques

Ces formats longs et soignés, pensés pour partager un maximum d'expertise, s'adaptent à chaque étape du parcours de conversion. Ils peuvent être le fruit d'un travail de recyclage (d'articles, de cas clients, de vidéos...) ou s'intégrer à un kit.

Kits de contenus

Ebooks et guides pratiques

Downloadables

Assessment

Vidéos

Cas client

Infographies et formats visuels

LP, E-mails & NL

Blog posts

Dispositifs SEO

Social Media

Refontes de site

Blogs / Resources center

Pages Offres

Sales Content

ROI de la traduction automatique - Panorama des retours d'expérience des utilisateurs



Décision

Ce contenu phare axé sur le ROI de la traduction dévoile une série de chiffres clés : budget, gains, qualité et productivité. **Co-construit avec les équipes commerciales** en seulement 1,5 mois pour un total de 9 000 mots, son impact est assuré grâce à un kit de diffusion, comprenant une newsletter et une landing page.

Une production en interne optimisée grâce à la conception d'une feuille de style / template avec les blocs clés.

[Voir le contenu](#) →



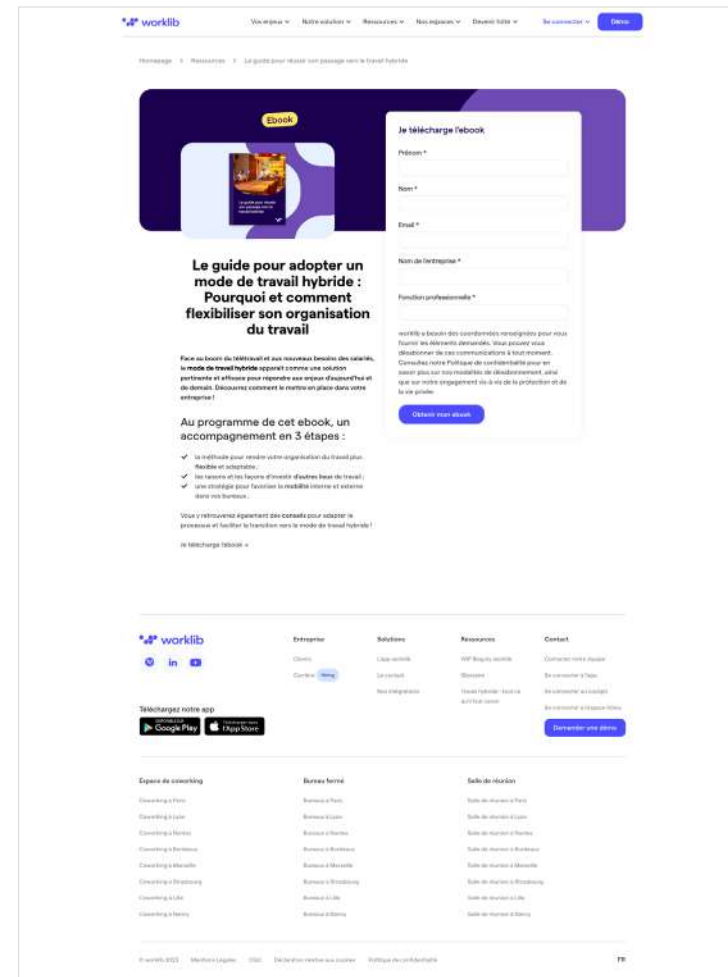
Le guide pour réussir son passage vers le travail hybride



Notoriété

Worklib **affirme son expertise** sur la transition vers le travail hybride auprès des Workplace Managers, CEO, Managers et DRH avec cet ebook de 19 pages. Publié sur le blog et partagé sur les réseaux sociaux, le contenu est décliné en 3 articles de 500 mots pour un traitement approfondi de chaque thème.

[Voir le contenu](#) →



Réseaux de chaleur et énergies renouvelables : une solution durable pour les villes



Notoriété

Les réseaux de chaleurs sont souvent méconnus du grand public et des collectivités, malgré leur potentiel en tant que solution d'avenir pour des énergies locales et abordables. Face à ce constat, l'objectif de l'ebook est d'expliquer leur fonctionnement, leur efficacité et de mettre en avant l'utilisation des énergies renouvelables. Le design de l'ebook fait office de **signature distinctive des contenus premium** d'Idex.



Maximisez votre impact business grâce à vos données B2B

ellispherē 

Notoriété

Ellisphere **renforce son positionnement B2B** avec cet ebook. Il aborde l'importance du traitement de la donnée B2B en 3 étapes : collecter, qualifier et piloter les données. Le contenu a été diffusé en format web et print lors d'un événement.

Un ebook créé en seulement 3 semaines et demie !



E-commerçant : les clés pour piloter votre commerce en ligne


LA POSTE
PRO 

Notoriété

Cet ebook offre aux e-commerçants un guide pour la création de leur site, accompagné d'une checklist. L'enjeu de ce contenu repose sur sa **tonalité** : construite sur le principe de réassurance des leads.



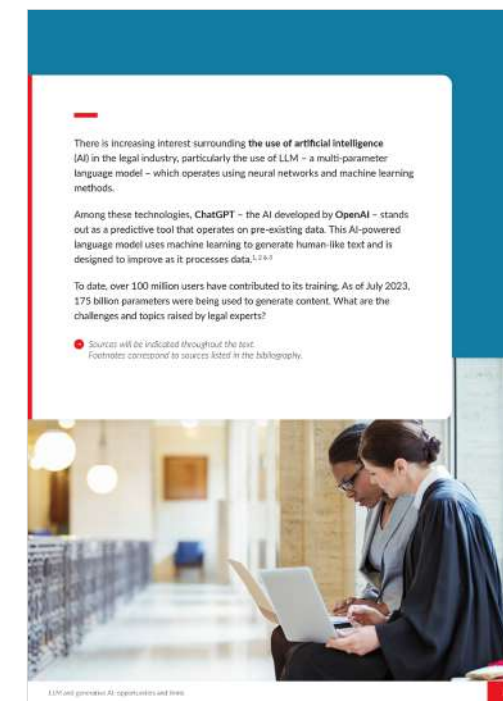
LLM et IA génératives en droit : opportunités et limites



Considération

LexisNexis aborde le rôle de l'IA dans le domaine juridique, en explorant ses usages et les risques associés. Cet ebook est le fruit de la synthèse de 55 pages d'articles juridiques, avec une prise de parole experte et innovante.

[Voir le contenu](#) →



Guide pratique - 3 étapes pour déployer la facturation électronique dans votre entreprise



Notoriété

Fluxym offre un guide ancré dans le temps avec une approche pas à pas pour la mise en place de la facturation électronique en entreprise. L'objectif ? **Simplifier un projet souvent perçu comme colossal** pour les comptabilités et les pôles achat, tout en mettant en avant le rôle essentiel des PDP.

Un contenu promu via une campagne mailing push et une vidéo sur les réseaux sociaux !

[Voir le contenu](#)



ESN et ERP : le mariage parfait pour simplifier votre facturation



Notoriété

Avec cet ebook de 8 pages, Akuiteo cible les ESN. Le but est de les convaincre de l'utilité des fonctionnalités d'un ERP pour simplifier leurs processus de facturation. **Recyclé à partir d'un pack d'articles** sur la facturation dans les ESN, son design aéré et ses illustrations vulgarisent ce sujet complexe.



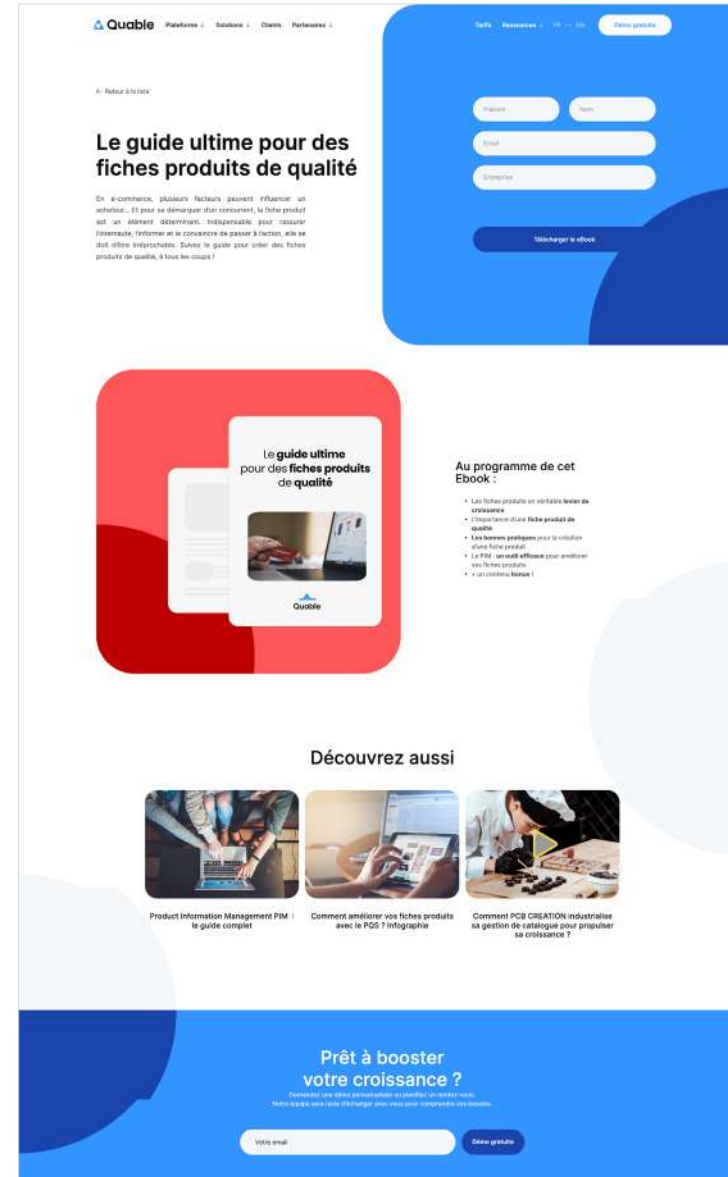
Le guide ultime pour des fiches produits de qualité



Notoriété

Quable guide les marques e-commerce vers la **création de la fiche produit parfaite**, grâce au PIM (Product Information Management) et au PQS (Product Quality Score). Soumis à formulaire, l'ebook positionne Quable comme LE partenaire pour la gestion et la mise à jour des données produits.

[Voir le contenu](#) →

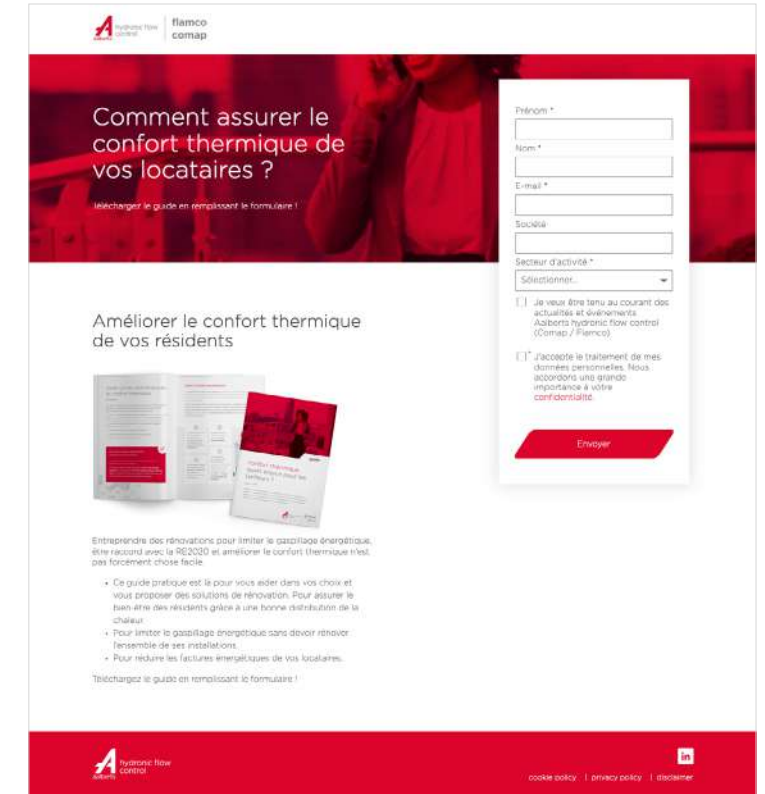


Confort thermique : quels enjeux pour les bailleurs ?



Notoriété

Aalberts HFC, fabricant de matériel de plomberie et chauffage, cible les bailleurs sociaux avec cet ebook créé dans le cadre d'une campagne emailing. Il met en avant des solutions pour assurer le confort thermique, réduire les charges de chauffage et améliorer la performance énergétique des bâtiments. Un **sujet clé, compte tenu du rôle du secteur résidentiel français** dans les émissions de gaz à effet de serre (17 %).





solocal

Novembre Décembre Janvier Février

Action n° 4

Faites vivre votre boutique et racontez-le !

L'esprit de fêtes a une influence notable sur le chiffre d'affaires et attire toujours plus de visiteurs en magasin. Votre boutique devient votre principale locomotive en cette période, l'occasion de **capitaliser** dessus !

Misez sur le **story telling** : racontez l'histoire de la mise en place d'activités et d'évènements, pas seulement le jour J, mais tout au long de l'installation. Black Friday, fêtes de fin d'année, soldes... Vos clients se sentiront inclus dans la **vie de votre boutique**.

Comment choisir les bons hashtags ?

Vous pouvez mentionner :

- votre **activité** (#conceptstoreforkids),
- votre **localité** (#lyon),
- les mots-clés de votre secteur (#vetementenfant #jouetenfant, #decoenfant),
- ou créer **votre propre hashtag** (#cabinedalice)

solocal

Action n° 3

Préparez votre site internet à la fin d'année et aux soldes !

La soirée «vous 700 \$ de France» présente aujourd'hui leurs achats de Noël et aux soldes !

Info savoir : la soirée «vous 700 \$ de France» présente aujourd'hui leurs achats de Noël et aux soldes !

Deux canaux de vente à exploiter : le 14 et le 18 décembre envisagez une vague de conversions importantes. Les clients ont une semaine avant le grand jour. Au-delà de cette date, les acheteurs ont tendance à reporter leurs achats de dernière minute pour Noël trop tard et se tournent vers les **boutiques physiques**.

Pour être sûr de ne pas rater le coche, ce qui se voit pour le **Black Friday**, le **Cyber Monday** ou Noël, pensez-vous que votre site internet est prêt à recevoir un fort trafic et pour supporter une **hausse** des commandes.

Collez un site internet performant et crée un calendrier de contenu

Source : Commerce de détail - Datas - Évaluation de la performance des consommateurs 2022

Action n° 4

Votre site est-il prêt pour les fêtes et les soldes ?

Design et contenu impactant : votre site est-il l'image de votre boutique ? Si les basculés et les ventes à l'unité sont importants, mettez-les en avant sur votre site.

Visibilité sur Google : assurez-vous d'être en tête des résultats sur Google à la fin de l'année. Utilisez des mots-clés pertinents et optimisez votre référencement.

Contenu de destination : proposez des messages faciles pour mettre en contact avec vos clients. Utilisez des images et des vidéos pour rendre votre contenu plus attrayant.

Expérience d'achat optimisée en ligne : votre boutique en ligne doit être simple à utiliser. Assurez-vous que vos fiches produits soient pertinentes et complètes.

Appel à l'action : chaque page doit avoir un appel à l'action clair (par exemple, « acheter maintenant »).

Fiches produits à jour : assurez-vous que vos fiches produits soient à jour et reflètent les dernières tendances et les offres de la saison.

Besoin d'aide ? Solocal vous aide à préparer votre site internet.

Action n° 5

Marathon des fêtes de fin d'année : nos conseils forts pour préparer ces temps forts !

Comment ne manquer aucune opportunité business ?

La période de fin novembre à début février est riche en événements festifs et commerciaux. Suivre ce rythme effréné en matière d'actions marketing et de communication peut devenir complexe. **Être organisé et efficace pour profiter de cette succession de temps forts** pour booster son business est donc de mise !

Retrouvez des conseils et des exemples concrets pour :

- avoir une meilleure visibilité sur les événements à venir et vous positionner sur ceux importants pour votre business ;
- décliner une communication sur les réseaux sociaux, par étapes, pour bien mettre en avant vos produits et services ;
- préparer votre activité au pic de trafic des fêtes de Noël et des soldes d'hiver ;
- l'objectif est d'être prêt au moment où les consommateurs seront en recherche de cadeaux, d'animations et d'informations pour fêter la fin d'année (et commencer la nouvelle) comme il se doit !

Cas pratique : « La Cabine d'Alice » à Lyon

Ceci est un **cas pratique** pour une boutique type concept store à destination des enfants. Mais vous pouvez tout aussi bien être un vendeur de produits de beauté, de vêtements, de produits alimentaires, etc. Adaptez ces conseils à votre secteur d'activité et de vos **canaux de production** !

Avant d'exploiter vos verbatim : cadrage de l'enquête et collecte de la donnée

Déterminer les objectifs et la cible à interroger

Pour exploiter vos verbatim, il est essentiel de définir les objectifs de votre enquête et la cible à interroger. Cela vous permettra de cibler les bonnes questions à poser et de collecter les données pertinentes.

Choisir un prestataire (ou non) pour analyser les données

Les prestataires de services d'analyse de données peuvent offrir une expertise précieuse pour analyser vos verbatim et identifier les tendances et les insights clés.

Poser les bonnes questions à vos clients

Les questions à poser doivent être pertinentes et adaptées à vos objectifs de recherche. Elles doivent être ouvertes et permettre aux clients de partager leurs expériences et leurs opinions.

Définir les canaux de collecte

Il est important de choisir les canaux de collecte de données qui conviennent le mieux à votre entreprise et à votre cible. Les canaux peuvent varier de l'enquête en face à face à l'enquête en ligne.

Télécharger votre guide !

Il est temps de tout savoir sur l'offre « Frigo Connecté »

Devenir une solution de restauration facile à mettre en œuvre et rapidement rentable ?

Cette solution vous permet de créer une cuisine sans équipement traditionnel, avec une empreinte carbone réduite et une consommation d'énergie optimisée.

Un accompagnement d'un expert de votre équipe est proposé. En plus, nous vous offrons un service de conseil et de suivi personnalisé.

Être prêt à tout moment à télécharger le guide en cliquant sur le bouton « Télécharger ».

Un cahier des charges bien construit

Définir vos besoins en collaboration avec vos équipes

Vos équipes métier sont les premières concernées par la mise en place d'un outil informatique. Elles ont les connaissances et l'expérience nécessaires pour définir les besoins et les fonctionnalités de l'outil.

Les éléments indispensables pour vous orienter

- Les cas d'usage les plus fréquents
- Les rapports les plus consultés
- Les fonctionnalités les plus utilisées
- Le volume de données à traiter

Temps forts

- Black Friday et Cyber Monday - 24 et 27 novembre
- Journée mondiale de l'écologie - 5 décembre
- Journée mondiale des personnes handicapées - 3 décembre
- Journée mondiale du climat - 5 décembre
- Noël - 25 décembre
- Saint-Sylvestre - 31 décembre
- Soldes d'hiver - 10 Janvier et 6 février
- Aurore - 12 Janvier

Des données pertinentes pour le service de gestion patrimoniale

« Êtes-vous intéressés par le service de gestion patrimoniale ? »

« Êtes-vous intéressés par le service de gestion patrimoniale ? »

Personnel Pro

« Êtes-vous intéressés par le service de gestion patrimoniale ? »

Cybercriminalité - Rançongiciel

1.1 Cybercriminalité - Rançongiciel

La cybercriminalité est une menace croissante pour les entreprises. Les rançongiciels sont des logiciels malveillants qui bloquent l'accès à vos données et exigent une rançon pour les récupérer.

Les entreprises doivent être conscientes de cette menace et prendre des mesures pour se protéger.

La discrimination de vos systèmes énergétiques ne peut plus attendre

Une des clés majeures de la réponse énergétique est la mise en œuvre de la pompe à chaleur. Cette solution permet de réduire les émissions de CO2 et de réduire les coûts de chauffage.

Cette solution est particulièrement adaptée pour les entreprises qui souhaitent réduire leur empreinte carbone et améliorer leur efficacité énergétique.

Downloadables

Soumis à formulaire ou non, les téléchargeables sont des petits cadeaux pratiques pour vos cibles. Ils offrent de la valeur tangible aux prospects tout en renforçant la crédibilité de votre marque !

Kits de contenus

Ebooks et guides pratiques

Downloadables

Assessment

Vidéos

Cas client

Infographies et formats visuels

LP, E-mails & NL

Blog posts

Dispositifs SEO

Social Media

Refontes de site

Blogs / Resources center

Pages Offres

Sales Content

« Back to school » : tous nos conseils pour préparer la rentrée !



Considération

Ce contenu accompagne les petits professionnels ou commerçants dans leur lancement de saison via une stratégie digitale. Solocal assume une position de coach avec des **exemples concrets et réalistes de campagnes et de posts**.

La fiche pratique couvre divers temps forts commerciaux : Back to School, Marathon Hivernal, Black Friday, fêtes de fin d'année, soldes... Ils sont abordés avec des **plans de communication multicanaux** adaptés à différents commerces (mode enfant, restaurant, chauffagiste, magasin de déco) et accompagnés de moodboard pour des campagnes inspirantes (Saint-Valentin, Fête des Mères).

Objectif :
Lead Gen sur le blog, et upsell en social selling.

GUIDE PRATIQUE

« Back to school » : tous nos conseils pour préparer la rentrée !

Comment surfer sur le temps fort de la rentrée et booster votre business ?

Retrouvez des conseils et des exemples concrets dans ce cas pratique :

- un **rétroplanning** clé en main pour capitaliser sur le temps fort du « back to school » ;
- un **plan de communication** à décliner semaine après semaine pour préparer votre activité au pic de trafic de la rentrée, et ce dès le printemps ;
- des **exemples d'outils** et de solutions à déployer.

L'objectif est d'être prêt au moment où les consommateurs seront en recherche de matériel, activités et informations pour bien attaquer leur rentrée !

Cas pratique :
« Le Studio de Danse du Littoral à Étretat »
Ceci est un cas pratique pour un studio de danse, mais vous pourriez tout aussi bien être libraire, opticien, ou tout autre professionnel de proximité. À vous de vous approprier ces actions en fonction de votre clientèle et de vos canaux de prédilection !

Action #1
C'est le moment de réfléchir et d'anticiper

- (re)dimensionnez votre offre, vos services, votre organisation et vos objectifs ;
- définissez votre **plan de communication**, du début du printemps jusqu'à la fin de l'été, afin de ne manquer aucune opportunité business ;
- équipez-vous de **solutions digitales** pour répondre à vos objectifs et enjeux de communication.

95% des Français privilégient des professionnels proches de chez eux*

*Source : Étude Top 4 PagesJaunes (novembre 2022) sur les nouvelles attentes des consommateurs.

Action #2
Optimisez votre présence en ligne
Mettez à jour les informations de votre studio sur toutes vos plateformes en ligne à commencer par PagesJaunes.

- vos horaires d'été, vos dates de fermeture durant les vacances scolaires ainsi que vos horaires de rentrée ;
- le moyen le plus sûr de vous rendre ;
- les informations nécessaires pour s'inscrire à un cours de danse pour la rentrée.

Action #3
Lancez une campagne de marketing direct
Les familles profitent du début des vacances scolaires pour réfléchir et anticiper les activités extra-scolaires de la rentrée.

Proposez une offre d'inscription à votre cours le grand début, en proposant par exemple -5% sur l'abonnement, sollicitez ensuite votre fichier client lancez une campagne emailing ou SMS auprès de vos adhérents, pour les encourager à se réinscrire au plus vite.

Action #4
Misez sur les réseaux sociaux pour garder le contact durant l'été
Exemple d'interaction et de publication sur le compte Instagram du studio de danse pour le mois d'août.

- 3 août : Retour sur les meilleurs moments de l'année
- 7 août : Nous espérons que vous passiez de bonnes vacances ! Nous avons hâte de vous retrouver en pleine forme pour attaquer la rentrée !
- 14 août : La saison nous l'a déjà permis d'annoncer nos dates et horaires, quel que soit l'âge !
- 21 août : Premier cours le 13 septembre !

95% des Français privilégient des professionnels proches de chez eux*

Action #5
Créez un événement - Journée Portes Ouvertes
Mettez vos élèves à l'honneur, leur famille et les professeurs en leur offrant un moment d'écoute et de dialogue. Vous pouvez organiser une journée d'inscription au sein d'un parc public pour mettre en valeur toutes les disciplines de votre studio de danse.

Votre plan en 3 étapes

AVANT

- Annoncez votre événement sur les réseaux sociaux
- Invitez vos clients et leurs familles à venir découvrir votre studio
- Préparez un plan de communication pour annoncer votre événement

Pendant

- Organisez un atelier de découverte pour les enfants et leurs familles
- Offrez un aperçu de vos cours et de vos professeurs
- Présentez votre studio et votre équipe

APRÈS

- Évaluez l'impact de votre événement
- Remerciez vos clients et leurs familles
- Analysez les retours et ajustez votre stratégie

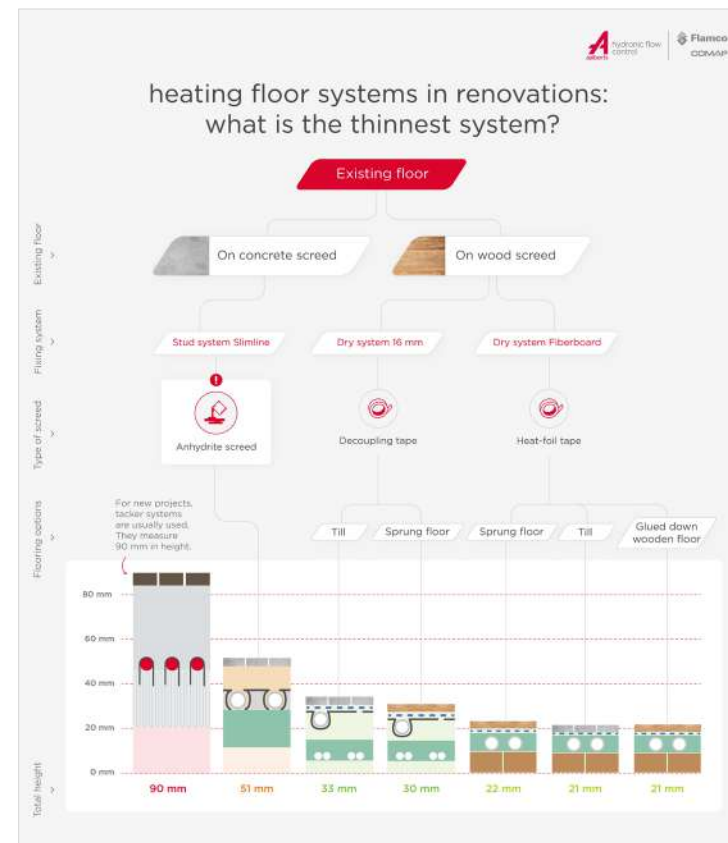
Action #6
Lancez votre publicité digitale
Mettez en place une campagne de publicité digitale sur les réseaux sociaux et sur votre site internet. Choisissez des publicités qui correspondent à votre cible et qui sont personnalisées. Utilisez des images et des vidéos de qualité pour attirer l'attention. Lancez votre campagne de publicité digitale dès le début de votre campagne de marketing digital.

SHC in renovation projects... what about the height limitations ?



Considération

À travers cet **arbre décisionnel**, Aalberts aide ses prospects dans le choix d'un système de fixation d'un plancher chauffant, tout en assurant la promotion de ses dernières solutions.



Facturation électronique obligatoire : ce qu'il faut savoir



Notoriété

Derrière cette fiche pratique, Akuiteo relève deux défis. D'une part, proposer un format court, accessible et agréable à lire sur un sujet dans lequel le lecteur est noyé d'informations. D'une autre, démontrer en quoi les fonctionnalités de l'ERP font écho au **contexte légal et technique** entourant la facturation électronique obligatoire.

Facturation électronique obligatoire : ce qu'il faut savoir

Pour lutter contre la fraude à la TVA et renforcer la compétitivité des entreprises nationales, la DGFiP poursuit son projet d'e-facturation obligatoire en s'attaquant dès 2024 aux transactions BtoB. Que faut-il retenir de cette nouvelle réglementation ?

Pour qui et pour quand ?

Après les flux BtoG, c'est l'ensemble des transactions BtoB - d'achats et de ventes, de biens ou de services - réalisées entre des entreprises françaises assujetties à la TVA qui seront concernées.

À compter du 1^{er} juillet 2024, toutes les entreprises devront être en mesure de recevoir une facture électronique.

L'obligation d'émission sera quant à elle échelonnée sur plusieurs années.

2024	2025	2026
1 ^{er} juillet 2024 Grands comptes (+ de 5 000 salariés et/ou CA > 1,5Md€)	1 ^{er} janvier 2025 ETI (de 250 à 5 000 salariés et/ou CA entre 50 M€ et 1,5Md€)	1 ^{er} janvier 2026 PME et TPE (- de 250 salariés et/ou CA < 50 M€)

Toutes les factures devront transiter via une **plateforme publique de facturation** pour permettre à l'administration fiscale d'accéder à l'information :

- privée, immatriculée comme plateforme de dématérialisation partenaire (PDP) ;
- ou publique (et gratuite), comme Chorus Pro.

Sinon quoi ?

Une amende de 15 euros par facture et de 250 € par e-reporting non conforme. Le tout, limité à 15 000 euros par an.

Bailleurs sociaux : 5 signes que votre outil d'informatique décisionnelle est à revoir



Notoriété

Bial-X encourage les bailleurs sociaux à avoir un regard critique sur leur équipement BI actuel tout en proposant sa solution, dédiée à leur marché.

La valeur de ce contenu réside dans sa verticalisation, avec des sujets et problématiques propres aux bailleurs sociaux.

Bailleurs sociaux

5 signes que votre outil d'informatique décisionnelle est à revoir

Suivre de manière précise vos indicateurs de gestion n'est plus une option : l'optimisation et la valorisation du parc HLM national se basent sur ces données ! Vos tableaux de bord sont-ils à la hauteur ? Certains signes ne trompent pas.

- La collecte de données en autonomie est impossible**
Vous dépendez des services informatiques, de contrôle de gestion ou des services fonctionnels pour suivre l'activité et la performance de votre organisation. Vous les sollicitez régulièrement pour interroger votre base de données ou épouser les comptes et autres Excels volants.
- Les enquêtes de l'ANCOLS monopolisent vos équipes**
Vos réponses doivent être précises et fiables pour répondre aux exigences gouvernementales et fournir une vision réaliste du parc HLM national. Résultat ? Vos équipes multiplient les extractions et croisement de données manuelles, parfois durant des semaines.
- Les délais s'allongent pour obtenir les chiffres demandés**
Vos collaborateurs croulent sous les demandes de chaque service. Des tâches chronophages et à faible valeur ajoutée qu'ils peinent à accomplir dans les délais attendus.
- Vos services obtiennent des chiffres différents pour un même indicateur**
Vos tableaux de bord s'appuient sur des sources diverses : les erreurs ne sont donc pas rares, et ce, malgré la vigilance de chacun. Les conséquences peuvent parfois être lourdes pour l'image de votre organisme.
- Vos tableaux de bord sont lacunaires**
Ils ne couvrent pas tout le périmètre de votre activité. S'ils présentent une vue macro efficace, la moindre exploration plus précise de la donnée nécessite un développement ou un nouveau paramétrage.

Les outils pensés spécialement pour répondre aux problématiques des bailleurs sociaux existent. Vous cochez au moins deux de ces cases ? Il est temps de revoir votre informatique décisionnelle pour permettre à vos équipes un meilleur suivi des indicateurs et la bonne gestion de votre parc HLM.

Contactez-nous →

Adoption d'une nouvelle solution numérique : la checklist pour gérer le changement



Considération

Avec cette checklist, Trimble accompagne son prospect et le rassure sur sa capacité à intégrer de manière pérenne un nouvel outil au sein de ses équipes. L'accent est mis sur la **conduite du changement**, un facteur clé de l'intégration réussie d'une nouvelle solution numérique.

Adoption d'une nouvelle solution numérique

La checklist pour gérer le changement

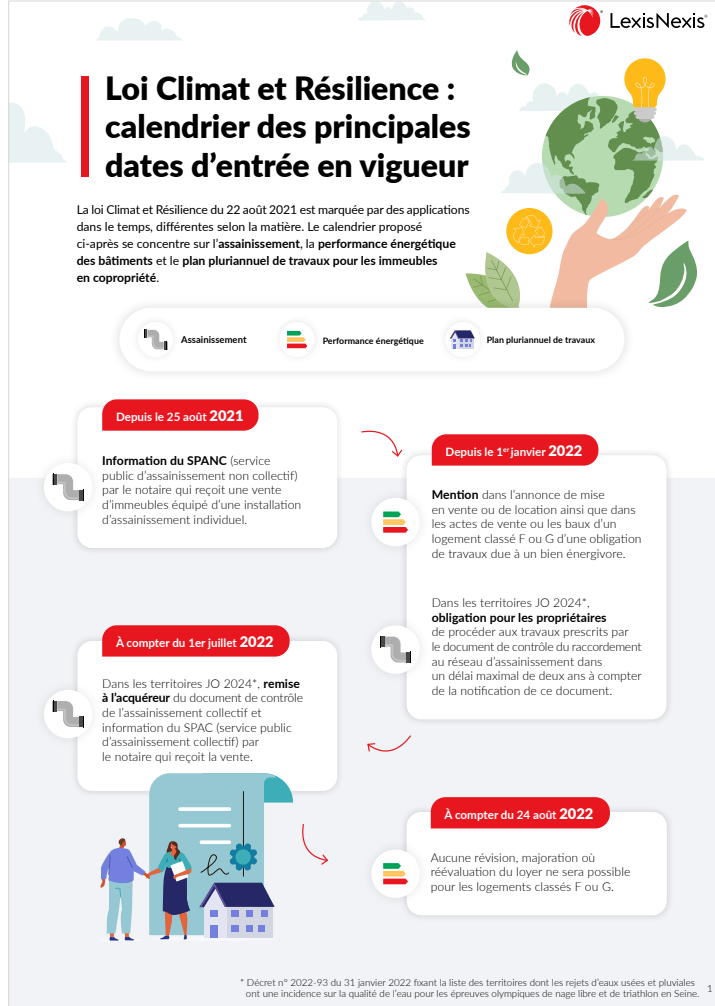
- Éclairer le chemin**
Établissez une vision claire et inspirante du projet, mettant en évidence les avantages et les opportunités offertes par les nouvelles technologies. Définissez des objectifs clés qui serviront de boussole tout au long du processus de changement.
- Communiquez avec impact**
Créez une stratégie de communication engageante, en utilisant des canaux variés et adaptés aux différentes parties prenantes. Développez des messages clairs et percutants pour transmettre la vision, les objectifs et les bénéfices du changement.
- Impliquez les acteurs clés**
Identifiez et mobilisez les personnes influentes et motivées, en les intégrant activement dans le processus de décision et d'implémentation. Favorisez la collaboration et la participation des employés à tous les niveaux, en créant un climat de confiance et d'ouverture.
- Cultivez des champions du changement**
Repérez et formez des « experts du changement » au sein de l'organisation, capables d'inspirer, d'encourager et d'accompagner les autres employés dans leur transition vers les nouvelles technologies.
- Testez, itérez et améliorez**
Mettez en place un plan complet de tests et de pilotes pour évaluer la fonctionnalité et l'efficacité des nouvelles technologies. Utilisez les résultats des tests pour itérer et améliorer continuellement les solutions proposées.
- Formez pour transformer**
Proposez une formation adaptée et pertinente pour permettre aux employés d'acquérir les compétences nécessaires à l'utilisation des nouvelles technologies. Mettez l'accent sur les avantages concrets et les opportunités d'évolution personnelle liés à l'adoption des nouvelles technologies.
- Suivez et ajustez**
Mettez en place un système de suivi régulier pour évaluer les progrès réalisés, identifier les obstacles et ajuster la stratégie de gestion du changement en conséquence. Encouragez la rétroaction des employés et soyez réceptif à leurs préoccupations et suggestions.

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



Considération

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 bon moyen pour conforter son Thought Leadership et 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** (France)
- Performance énergétique** (France, Belgique, Italie)
- Plan pluriannuel de travaux** (France)

Depuis le 25 août 2021
Information du SPANC (service public d'assainissement non collectif) par le notaire qui reçoit une vente d'immeubles 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 éconergivore.

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 SPAC (service public d'assainissement collectif) par le notaire qui reçoit la vente.

À compter du 24 août 2022
Aucune révision, majoration ou réévaluation du loyer ne sera possible pour les logements classés 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.

CHR : changer votre terrasse avant les beaux jours



Notoriété

Cette **fiche pratique en mode « pense-bête »** s'adresse aux restaurateurs ou propriétaires de café et annonce la venue des beaux jours... Il est donc temps de renouveler son mobilier de terrasse ! Avec ce contenu intégré à une campagne, Lafuma Mobilier aide ses cibles à s'organiser dans la mise en place de leur terrasse, avec les points clés à prendre en compte.

[Voir le contenu](#)



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.

Mission : amélioration de l'expérience client



Notoriété

Vocaza s'adresse aux entreprises engagées dans l'amélioration de l'expérience client. Cette checklist, poussée dans une campagne SEA, décompose le projet client en sous-tâches simples. L'objectif est de se positionner comme **conseiller privilégié sur toutes les phases du management de l'expérience client**, facilitant ainsi 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 ! 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 ! Attention, le décideur final doit valider la démarche et les objectifs.

Préparer l'analyse en aval

- Identifiez la ou les cibles du projet ! 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 ! Le rythme des comités doit également être défini !
- Paramétrez les tableaux de bord ! Choisir les KPI en fonction des utilisateurs !

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

Mobilité automatisée : les 5 niveaux de l'hypervision



Notoriété

beti propose un référentiel d'Hypervision pour clarifier les services liés à la navigation des navettes automatisées. En l'absence de modèle réglementaire actuel, ces 5 niveaux de conduite, plaçant l'opérateur au centre, vise à **lever un frein à l'expansion du marché**. Soumis à la DGITM, ce référentiel unique place beti en tant que leader sur le sujet.

Déposé à l'INPI, le référentiel est accompagné d'un webinar pour expliquer les enjeux de lecture.

[Voir le contenu](#) →

Mobilité automatisée : **LES**

	NIVEAU 0 Pas d'Hypervision	NIVEAU 1 Hypervision légère Facilite le déplacement de A à B	NIVEAU 2 Hypervision partielle Résout des incidents
SUPPORTER	Gestion du service	Gestion des événements	Gestion des passagers
RÉACTIF	Interventions sur la conduite	Gère la sécurité et le confort des passagers	Gère la sécurité et le confort des passagers

Surveille les horaires, génère des KPI de service, démonte et arrête le service

Affiche les alertes à l'opérateur (état des systèmes, freinage d'urgence...)

Gère la sécurité et le confort des passagers - assiste et informe via toutes les IHM (Interface Homme-Machine) et gère les accès (portes, rampa...)

Débloque le véhicule ou initie une manœuvre de sécurité

Partagée entre le véhicule automatisé et l'opérateur Hypervision

Envoie les missions

Assiste les passagers avec un interphone
Affiche des informations

L'opérateur à bord ou l'opérateur terrain peut manœuvrer le véhicule si nécessaire

La responsabilité de conduite est partagée entre le véhicule automatisé et l'opérateur à bord

Débloque le véhicule ou initie une manœuvre de sécurité

Partagée entre le véhicule automatisé et l'opérateur Hypervision

S'intègre au système local MoaaS (Mobility as a Service)

Régule dynamiquement le service et génère des statistiques

Sur alerte : propose des procédures ou engage des actions véhicule et enregistre les données

Se connecte aux Infos locales (météo, travaux, urgences...) et anticipe les situations dangereuses (manifestations, manifestations...)

Propose des améliorations locales sur la base d'informations multi-sites

Envie des demandes d'arrêt ou de limitation aux véhicules (vitesse maximum, zones interdites...)
Débloque le véhicule ou initie une manœuvre de sécurité

Le véhicule automatisé est responsable des décisions de conduite

Réussir l'audit en boîte blanche de son Active Directory

Suivez la méthodologie d'Advens!

De toutes les phases nécessaires pour renforcer la sécurité de votre Active Directory (AD), l'audit en boîte blanche est sans doute l'une des étapes les plus indispensables. L'audit en boîte blanche est sans doute l'une des étapes les plus indispensables. L'audit en boîte blanche est sans doute l'une des étapes les plus indispensables. L'audit en boîte blanche est sans doute l'une des étapes les plus indispensables.

Comment procéder ?

ÉTAPE 1 Régler les aspects juridiques

La procédure d'audit est très réglementée.

- La structure audité doit officialiser le fait qu'elle accepte l'audit et que, dans certains cas, des simulations d'attaques peuvent être menées.

ÉTAPE 2 Identifier les besoins et spécificités du client

Cette phase d'analyse permettra aux équipes de s'adapter et de mieux cibler les risques redoutés.

les grandes familles d'équilibrage statique et dynamique

Quelle est la différence entre un équilibrage statique et dynamique ? Quel type de vanes choisir ? Est-ce que toutes les têtes thermostatiques sont compatibles ?

Toutes les réponses à vos questions sont ici !

comparatif

	Equilibrage statique sur une installation à débit constant	Equilibrage statique sur une installation à débit variable	Equilibrage dynamique sur une installation à débit variable	Equilibrage dynamique sur les unités terminales (les radiateurs) dans une installation à débit variable
Gamme de vanes	NexusValve Fluctus	NexusValve Fluctus	NexusValve Passim	Solution Autosar
Type de tête	UniverSar	Variosar	Variosar	Solution Autosar
Adaptation de la chaleur en fonction des besoins du logement	✗	✓	✓	✓
Gestion des variations du débit	✗	✗	✓	✓
Gestion des variations ΔT	✗	✗	✓	✓
Dépenses énergétiques	€ € € €	€ € € €	€ € € €	€ € € €
Gaspillage énergétique	++	+++	--	--
Complexité de la mise en place de l'équilibrage	Complexe Calcul théorique des vanes + Maîtrise de la méthodologie de l'équilibrage	Complexe Calcul théorique des vanes + Maîtrise de la méthodologie de l'équilibrage	Complexe Calcul théorique des vanes + 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](#)

L'Identité Numérique

Fiche pratique

FranceConnect et L'Identité Numérique La Poste

Deux services complémentaires pour faciliter vos démarches en ligne

30 millions de personnes utilisent FranceConnect pour accéder à des services en ligne publics (Ameli, impots.gouv) et privés (banque, fournisseurs d'énergie)... Mais quel est le lien avec L'Identité Numérique La Poste ? Quelles sont les différences entre ces deux solutions ? Explications.

résidence collective : 5 étapes pour rénover une installation de chauffage

ÉTAPE 1 comprendre l'architecture du réseau

les plans du réseau sont-ils disponibles ?

- OUI** : L'étude est plus simple pour le spécialiste qui doit proposer la stratégie d'équilibrage.
- NON** : Le bureau d'études est chargé de définir l'architecture du réseau avec, par exemple, le nombre de colonnes.

quelle est la typologie du réseau et l'architecture des colonnes ?

- Installation horizontale : Une colonne horizontale dessert un appartement spécifique. l'étude du réseau est plus simple pour le spécialiste.
- Installation verticale : Une colonne verticale dessert plusieurs appartements : l'étude du réseau est plus complexe et nécessite davantage de réglages.

comment peut-on qualifier le débit ?

- Débit constant : Lorsque le débit est constant, les robinets sur les radiateurs sont manuels.
- Débit variable : Lorsque le débit est variable, les robinets des radiateurs possèdent des têtes thermostatiques.

ÉTAPE 2 changement des canalisations

la rénovation implique-t-elle un changement de tuyauterie ?

- OUI** : Ce changement repose sur une rénovation complète des canalisations.
- NON** : Il faut mener une étude plus approfondie si on veut connaître les débits et pertes de charge.

ÉTAPE 3 qualité du réseau

rénovation complète

vérifier la qualité de l'eau

- Présence de boue ?
- Présence de gaz ?
- Présence de fer ?

Vous devez procéder à un débouillage du réseau, deux possibilités s'offrent à vous :

- ✓ Débouillage chimique
- ✓ Débouillage physique

en savoir plus : Débouillage d'un réseau : comment bien s'y prendre ?

La checklist pour préparer son contrôle fiscal

- Organiser et préparer la documentation**
 - Pensez à rassembler tous les documents fiscaux nécessaires dans un coffre-fort numérique, en amont du contrôle (déclarations fiscales des années précédentes, factures, justificatifs de dépenses, les comptes bancaires, les registres comptables, etc.).
- Vérifier l'exactitude de vos informations fiscales**
 - Il est préférable de le faire régulièrement tout au long de l'année plutôt que de les vérifier à la dernière minute.
- S'assurer de la conformité fiscale**
 - Être au fait des règles fiscales applicables aux entreprises et être en mesure de les appliquer est essentiel.
- Bien préparer l'entretien**
 - Il est crucial de bien connaître les données fiscales de l'entreprise et de préparer les justificatifs nécessaires pour répondre aux questions de l'inspecteur.
- Respecter les délais**
 - Pour fournir les informations et répondre aux demandes de l'inspecteur, vous devez respecter les dates butoirs.
- Garder une trace de la procédure**
 - Conservez les étapes de la procédure de contrôle fiscal, y compris les dates et les documents fournis à l'inspecteur. Cela peut être utile en cas de litige ultérieur.

Prenez conseil auprès d'un expert-comptable !

Il peut vous être judicieux de consulter un expert-comptable pour vérifier la conformité fiscale de votre entreprise et de bénéficier de conseils sur la manière d'optimiser sa fiscalité.

Le guide ultime pour des fiches produits de qualité

EBOOK

PROFESSIONNELS DE LA BEAUTÉ

Votre calendrier marketing

Mai 2021 > Oct 2021

Mai 2021	Juin 2021	Juillet 2021	Août 2021	Septembre 2021	Octobre 2021
1 Fête du travail	Mois des fiertés	Fashion Week	12 Journée de la jeunesse	2 Rentrée des classes	10 Octobre Rose
15 Nuit des musées	Journée mondiale de l'environnement	6 Grandes vacances d'été	15 Assomption	5 Journée mondiale de la barbe	3 Fête des grands-pères
22 Finale de l'Euro-Debian	13 Journée mondiale du 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	22 Journée mondiale sans voiture	31 Halloween
23 Lundi de Pentecôte	21 Été	29 Journée internationale du rouge à lèvres			31 Passage à l'heure d'hiver
28 Fêtes des voisins	21 Fête de la musique				
30 Fêtes des mères	21 Journée internationale du Yoga				
	23 Les soldes d'été				

Les 4 étapes principales d'un dossier de Prime Effy

- Avant les travaux**
 - 1 **Demande de Prime Effy** : Uniquement pour vos propres clients car pour les clients transmis par Effy la demande de Prime Effy a déjà été faite.
 - 2 **Envoi du devis signé à Effy au plus tard 7 jours après sa signature** : Effy l'analyse et vous informe en cas de non conformité.
- Après les travaux**
 - 3 **Envoi de la facture à Effy : au plus tard 15 jours après son édition** : Effy l'analyse et vous informe en cas de non conformité.
 - 4 **Signature en ligne de l'attestation sur l'honneur** : Contrôles aléatoires du chantier (si les travaux sont soumis à contrôle) et validation de la conformité de ce dernier. Validation administrative du dossier de Prime Effy.

Après validation administrative du dossier de Prime Effy

Versement de la Prime Effy sous 15 jours

1 par le pro ou le particulier 2 par le pro ou le particulier 3 par le pro ou le particulier 4 par le pro ou le particulier

5 conseils pour créer la fiche produit parfaite en 2024

5 conseils pour créer la fiche produit parfaite

- 1. Utilisez des images de qualité
- 2. Rédigez des descriptions claires
- 3. Ajoutez des avis clients
- 4. Optimisez les titres et les sous-titres
- 5. Utilisez des mots-clés pertinents

Au programme de cette fiche pratique, apprenez à :

- ✓ Rédiger des descriptions claires
- ✓ Ajouter des avis clients
- ✓ Optimiser les titres et les sous-titres
- ✓ Utiliser des mots-clés pertinents

Assessment

Ces questionnaires éclairants permettent à vos prospects de profiter d'un temps de prise de recul et d'analyse, tandis qu'ils vous identifient comme un expert bien au fait des problématiques de leur marché. Et vous, vous récupérez des contacts et un maximum d'informations : parfait pour qualifier les leads et activer le nurturing puis la machine commerciale !

Kits de contenus

Ebooks et guides pratiques

Downloadables

Assessment

Vidéos

Cas client

Infographies et formats visuels

LP, E-mails & NL

Blog posts

Dispositifs SEO

Social Media

Refontes de site

Blogs / Resources center

Pages Offres

Sales Content


Quelle est la maturité digitale de votre commerce ? Calculez votre score et optimisez vos pratiques !



Carmila souhaite récolter de la data sur les habitudes des retailers de différents secteurs. Le but ? Leur offrir la possibilité de se comparer à leurs concurrents (et pourquoi pas créer un baromètre par la suite !). Ce processus d'évaluation repose sur une **série de questions** explorant diverses dimensions. Les questions sont orientées pour mettre en avant l'expérience client, afin de récolter un maximum d'informations. Une fois les éléments du diagnostic saisis, un rapport d'audit est généré, accompagné de conseils.

Cette approche appuie la posture conseil à adopter par les commerciaux pour proposer des axes d'amélioration.

Voir le contenu
→



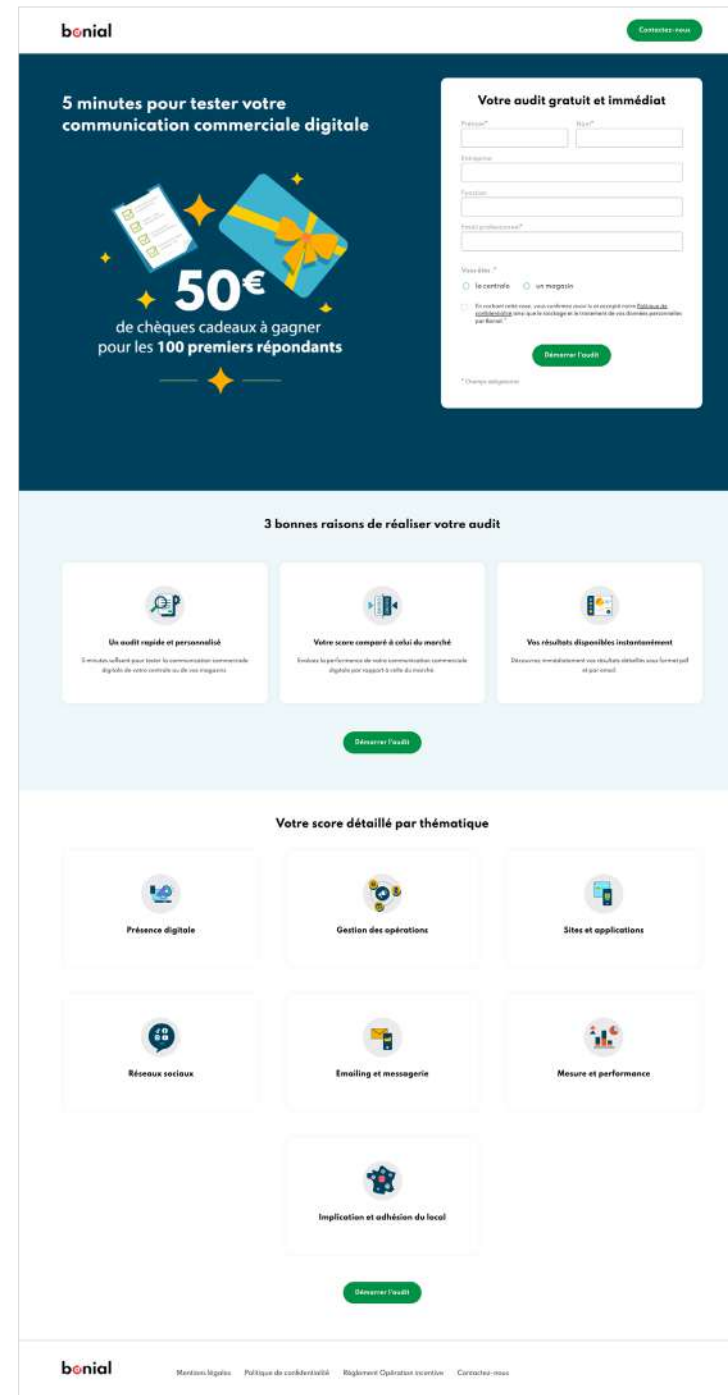
The screenshot shows the Carmila website's landing page for a digital maturity test. The page features a blue header with the Carmila logo and navigation links: "Notre Groupe", "Nos Centres", "Nos offres", "Actualités", and a "Retrouver mon test" button. The main content area has a blue background and includes a large image of a smartphone with a shopping cart icon on the screen. The text on the page reads: "TEST DE MATURETÉ DIGITALE", "Quelle est la maturité digitale de votre commerce ?", "Calculez votre score et optimisez vos pratiques !", and a "Commencer le test" button. Below this, there is a paragraph explaining the purpose of the test: "Les commerces sont en constante évolution : vous devez savoir adapter vos pratiques pour dynamiser votre activité et répondre aux attentes des consommateurs. Vente en ligne, programme de fidélité, gestion des stocks, innovations, référencement... Où en êtes-vous et quelle expérience offrez-vous à vos clients ?". A final paragraph states: "Nous avons identifié 5 grandes thématiques pour vous aider à y voir plus clair. Profitez de nos conseils et astuces pour appliquer les meilleures pratiques !". The footer contains the Carmila logo and links for "Contact", "Mentions légales", and "Paramétrer les cookies".

Index sur la communication commerciale digitale



Cet index évalue la maturité en communication digitale des enseignes de grande distribution. Il se base sur différents axes, tels que la présence digitale, les sites, les réseaux sociaux, l'emailing et la performance. Derrière cet assésment, plusieurs objectifs : comparer les scores avec ceux des concurrents, obtenir une évaluation détaillée et inciter les enseignes à contacter Bonial pour un accompagnement dans leur développement digital.

[Voir le contenu](#) →

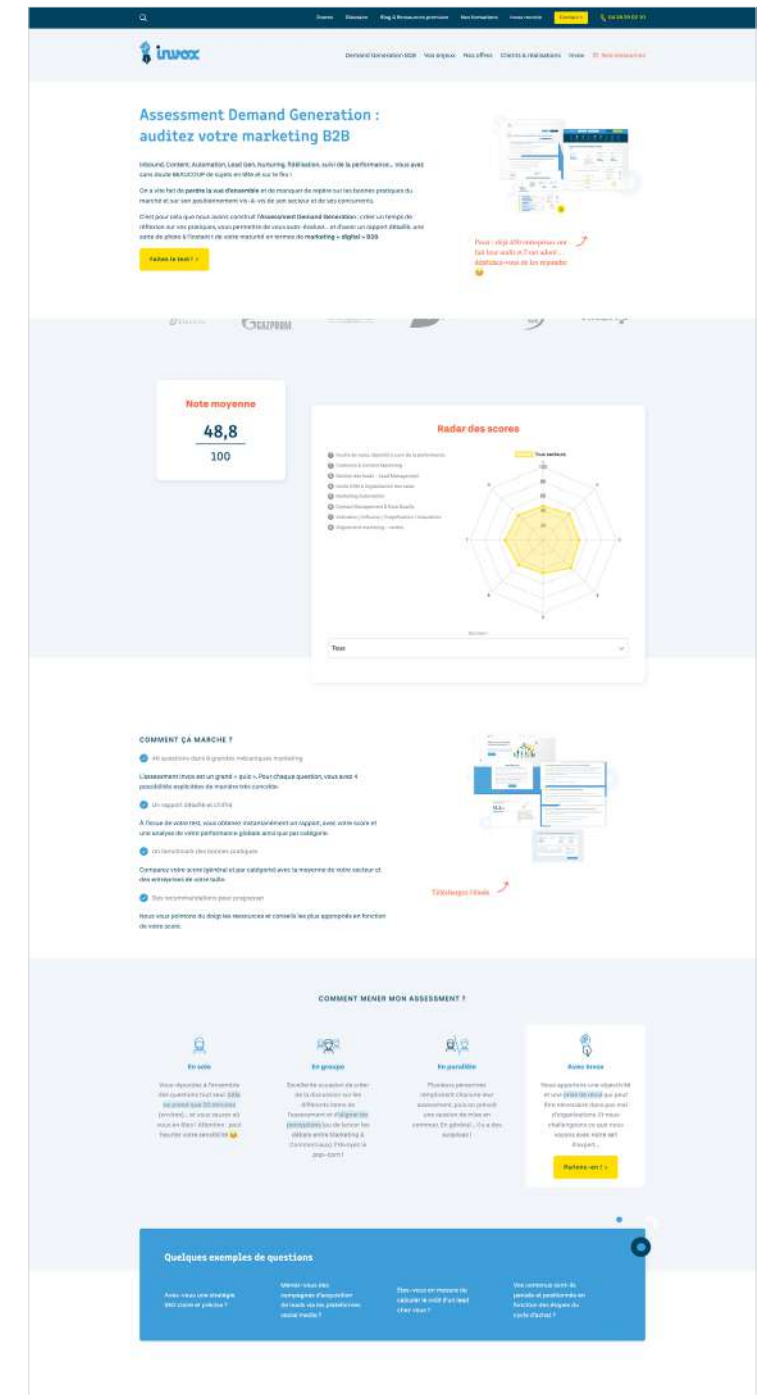


Assessment Demand Generation : auditez votre marketing B2B



Ici, il s'agit d'évaluer le degré d'expertise en Demand Generation à travers 46 questions réparties en **8 grandes mécaniques marketing**. Un rapport détaillé et chiffré est généré, en plus de recommandations pour améliorer le niveau de maturité. L'objectif : susciter une prise de conscience sur le besoin d'être accompagné sur certains sujets.

[Voir le contenu](#) →



Vidéos

Super-héroïnes de la stratégie de contenus, les vidéos tournées ou animées facilitent la compréhension d'informations complexes, boostent la confiance des clients, renforcent votre branding et votre référencement. En prime, elles se prêtent bien à une diffusion multicanale – sur vos réseaux, votre site, dans vos campagnes et même dans les mails de vos commerciaux !

[Retrouvez toutes nos vidéos inspirations ici !](#)

Kits de contenus

Ebooks et guides pratiques

Downloadables

Assessment

Vidéos

Cas client

Infographies et formats visuels

LP, E-mails & NL

Blog posts

Dispositifs SEO

Social Media

Refontes de site

Blogs / Resources center

Pages Offres

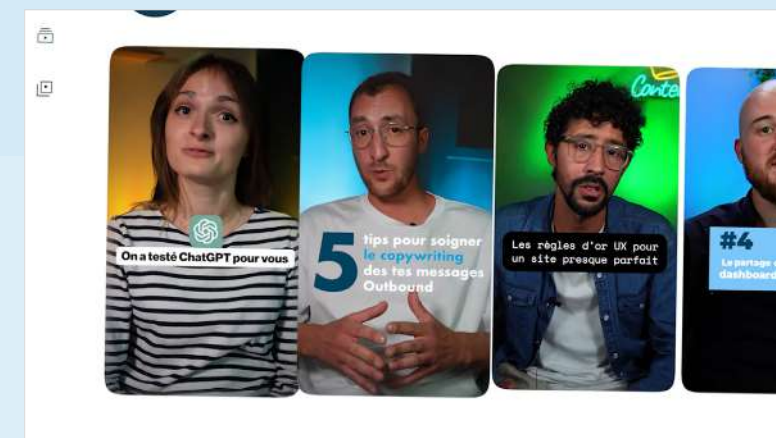
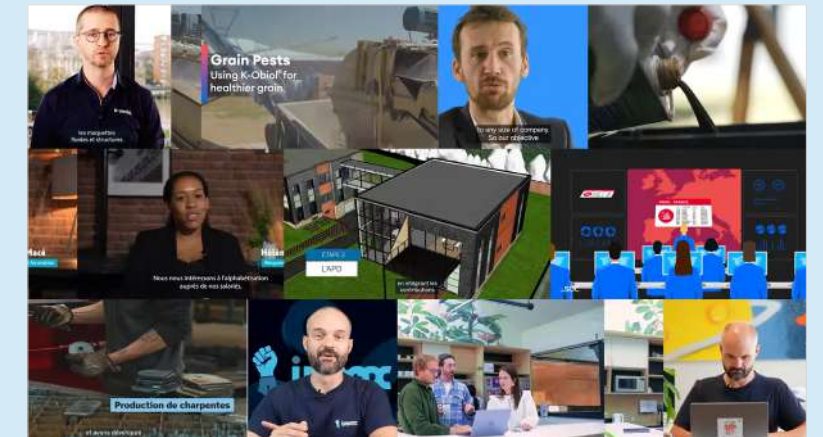
Sales Content

Showreel Invox

L'expertise vidéo Invox à votre service pour créer le format clé de votre stratégie marketing.

Et si vous valorisiez votre entreprise avec des vidéos captivantes ? Découvrez comment nous mettons en lumière vos équipes, produits et services pour décupler votre impact !

[Cliquez pour le découvrir !](#)





La vidéo a tout bon : elle plaît à tous et permet toutes les libertés en termes d'habillage, d'animation, de narration... Notre rôle : **anticiper chaque détail, du script à la diffusion**, pour vous mettre à l'aise et crever l'écran !



Nellie
Content Strategist chez Invox



Vidéos tutorielles Blanchon et Syntilor



Fidélisation

Ces 22 vidéos tutos mettent en avant les produits Syntilor et Blanchon. Au programme : apprendre à réaliser un chantier de rénovation de A à Z, qu'il s'agisse de jardins ou de planchers intérieurs ! Avec un **temps de tournage** court, l'accent est placé sur la préparation des briefs vidéos pour obtenir un rendu qualitatif. Côté montage, l'optimisation est nécessaire, à la fois pour une lecture standard et pour les réseaux sociaux.

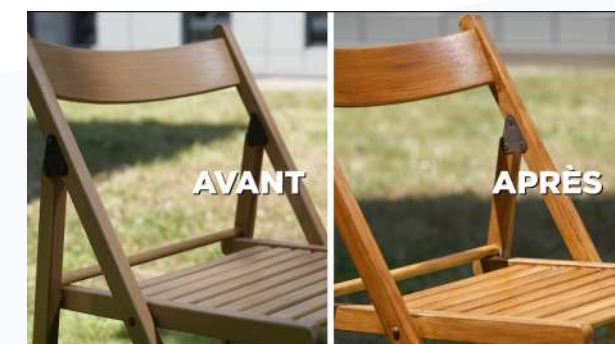
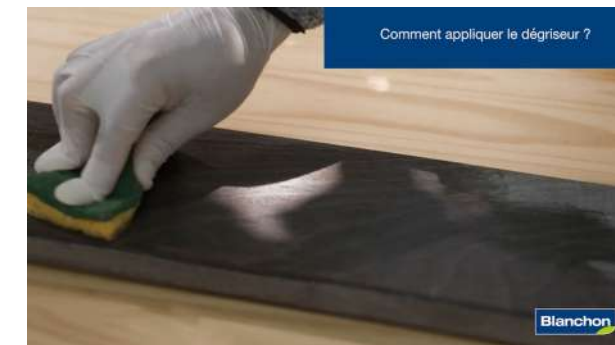
2 jours de tournage pour 22 vidéos !



« Grâce à l'aide de notre spécialiste vidéo, Ana-Luiza, et nos échanges avec l'équipe Blanchon, nous avons pu **optimiser les processus de production**. Résultat : la déclinaison de l'ensemble des vidéos a pu être réalisée dans un délai extrêmement court ! »



Florentine Lespagnol
Content Manager chez Invox



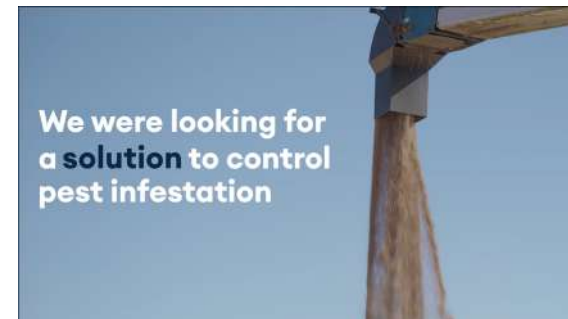
Customer Story - K-Obiol (South Africa)



Décision

Ici, Envu présente sa **success story** à destination des agriculteurs et des managers de silos à grain, en mettant en lumière l'expérience d'un client avec l'insecticide K-Obiol. Cette vidéo est intégrée dans un kit thématique dédié à cet insecticide.

Un tournage en Afrique du Sud, parfaitement assuré grâce à notre réseau international d'opérateurs vidéo !



Vidéos Success Stories

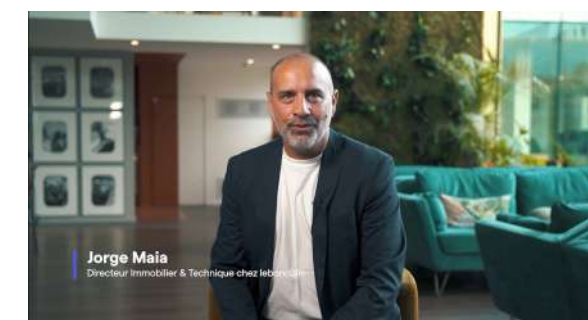
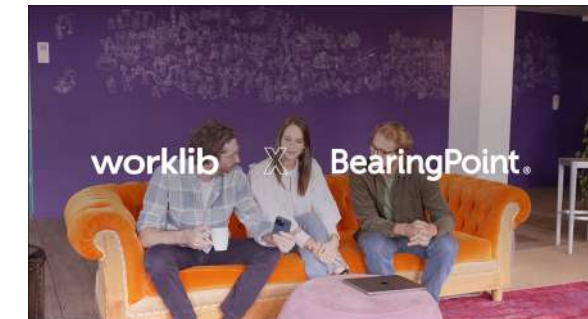


Décision

Cette série de vidéos vise à mettre en avant une collaboration avec 3 partenaires. Ces derniers ont bénéficié de l'**expertise** de worklib en tant qu'agrégateur d'espaces de travail (coworking, bureaux satellites...) dans leur transition vers le travail hybride.

3 vidéos témoignages tournées en 1,5 jour à Paris, et livrées en moins d'un mois !

Voir le contenu



Vidéos Leader Advocacy pour Serge Ferrari

Serge Ferrari 

Notoriété

Après les collaborateurs, c'est au tour du CEO de Serge Ferrari de passer devant la caméra pour **renforcer la présence de la marque sur les réseaux** en l'accompagnant sur LinkedIn. L'approche : plusieurs vidéos concises pour maintenir l'attention sans tout raconter.

[Voir le contenu](#) →



« Un élément important à souligner c'est que ce format est très rapide à créer : le tournage, le montage, avec des étapes « automatisables » et les shorts font de très belles vues sur Youtube ! »



Ana-Luiza Vulpe
Content Video Creator chez Invox



Vidéo valeur

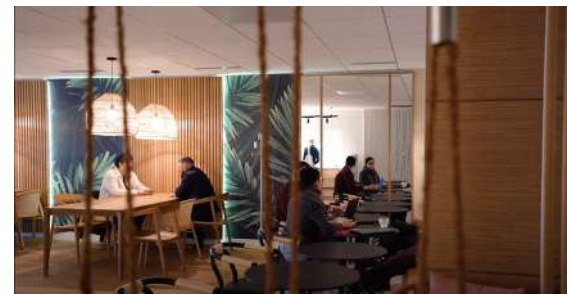


Notoriété

Avec cette vidéo **marque employeur**, IDEX met en avant ses valeurs : audace, agilité, passion d'entreprendre et esprit d'équipe. Ce contenu ambitieux intègre 5 interlocuteurs, des images de toute la France illustrant les projets d'IDEX, et une identité graphique vidéo novatrice.

Highlight : une vidéo ambitieuse pour célébrer en interne et à l'externe les 60 ans du groupe !

Voir le contenu →

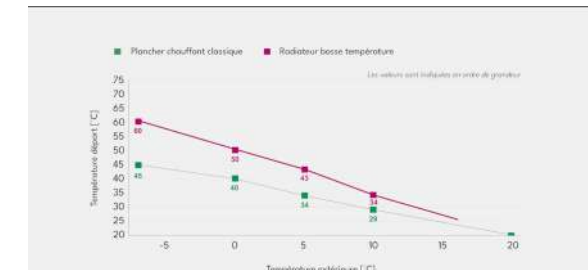


Tutoriel - Comment régler une courbe de chauffe sur un régulateur ?



Formation interne

À destination des équipes IDEX, cette vidéo vise à expliquer comment mieux utiliser les régulateurs de chauffe. La **formation** est présentée à une dizaine de personnes qui ont bien suivi le module, et les retours sont très positifs !



« L'attention portée à l'**habillage graphique** de cette vidéo est avant tout une mise en avant de la modernité et du dynamisme de l'entreprise. Elle montre aussi sa capacité à se renouveler pour être en phase avec la société actuelle. »



Stanislas Hagen
Content Designer chez Invox



TL;DR Invox

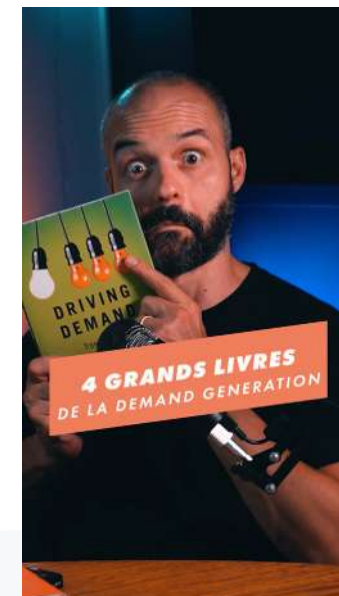
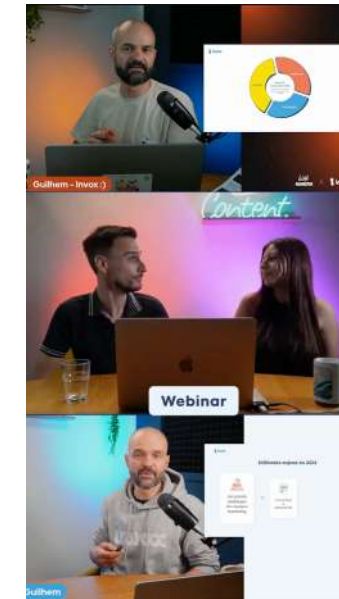


Notoriété

Le concept est simple : des sujets marketing, tendances ou concepts expliqués **en moins de 60 secondes** par les experts d'Invox. Nécessitant un petit travail d'écriture, ces vidéos mettent en avant le savoir-faire Invox avec dynamisme !

Highlight : un pack de vidéos super efficaces pour booster son positionnement d'expert sur les réseaux sociaux.

[Voir les vidéos](#) →



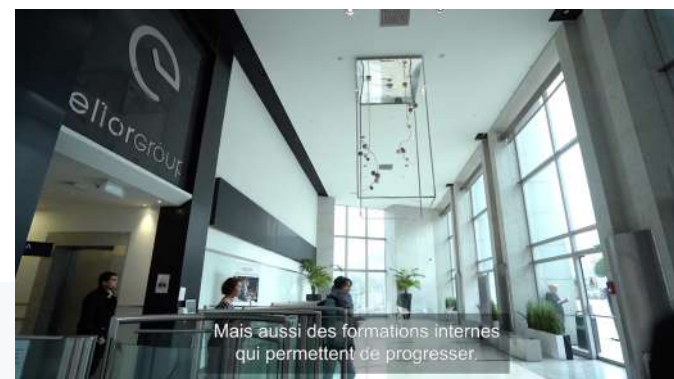
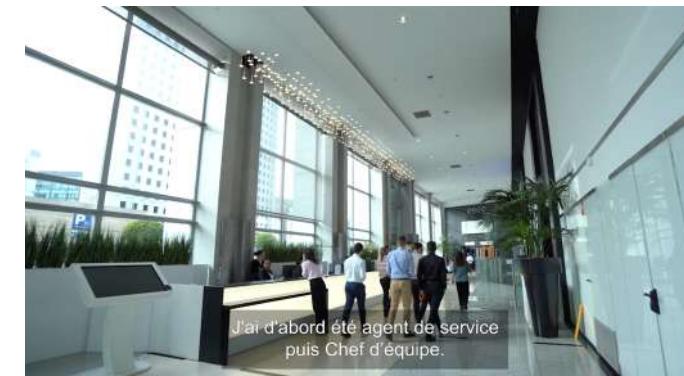
L'alternance chez Elior Services La mission handicap d'Elior Services L'alphabétisation



Notoriété

Elior Services, spécialisé dans l'hygiène, la propreté, l'hôtellerie de santé et le facility management, lance des **vidéos ciblées sur des enjeux de marque employeur**. Chaque vidéo réunit le responsable RH et un salarié, présentant des thématiques telles que l'alternance, la mission handicap et les formations. Le responsable RH expose le contexte, et le salarié partage son vécu pour apporter spontanéité et authenticité.

Voir le contenu



Translating sensitive data without security breaches: a challenge?



Considération

Avec ce teaser vidéo, SYSTRAN a pour objectif de **maximiser la visibilité d'un ebook** crucial à sa stratégie Inbound. Réalisé en animation simple avec les illustrations de l'ebook, vise à susciter l'intérêt de sa cible en quelques secondes seulement !

[Voir le contenu](#) →



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



Notoriété

Courte et dynamique, cette vidéo destinée aux réseaux sociaux de HEC Executive Education offre des **conseils pratiques aux CEO** pour réussir la formation de leurs salariés. Elle présente l'expertise pédagogique d'HEC, destiné à attirer les dirigeants pour leurs projets de formation.

[Voir le contenu](#) →



Cas clients

Vos clients ont raison de vous avoir fait confiance. Véritable preuve sociale, leur témoignage peut accélérer la prise de décision et booster votre notoriété. Une Use Case Factory permet de miser sur la qualité et de systématiser la captation de verbatims. Citations, one-pagers, vidéos, snacks... les cas clients se diffusent sur votre site, dans vos mécaniques de nurturing, et par le biais de vos commerciaux qui adorent en avoir à disposition !

Kits de contenus

Ebooks et guides pratiques

Downloadables

Assessment

Vidéos

Cas client

Infographies et formats visuels

LP, E-mails & NL

Blog posts

Dispositifs SEO

Social Media

Refontes de site

Blogs / Resources center

Pages Offres

Sales Content



Nous avons fait appel à Invox pour la réalisation de cas clients. Le résultat est à la hauteur de nos attentes : des **contenus bien rédigés et pro**. L'équipe a mené à bien le projet avec beaucoup d'efficacité et de flexibilité en fonction de nos contraintes et de celles de nos clients. Tous nos interlocuteurs ont été aux petits soins avec nous (conduite de projet, rédaction, design, etc.). Nous recommandons Invox.

Nicholson
Search & Selection

nicholson

La Use Case Factory d'Engie Green



Décision

Engie Green met en place sa Use Case Factory pour optimiser sa communication, en partant d'une base de données de 600 références et 40 « green stories ». L'objectif est d'industrialiser ces références pour mieux cibler les rendez-vous clients et les réseaux sociaux. Le processus a impliqué la création de nouveaux templates A4 et A5 générables automatiquement. Les « green stories », retravaillées graphiquement, sont enrichies de chiffres et de verbatims. Résultats : **40 nouveaux use cases** ajoutés, créant ainsi un ensemble de 80 contenus disponibles pour les équipes Engie Green.

 Référence
 #FinancementParticipatif
 #Co-développement
 #IntégrationTerritoriale

Parcs éoliens du Bois de Montrigaud et de la Forêt de Thivolet

Photo: Gilles Scaër - Drone - France

Drôme, Auvergne-Rhône-Alpes

Comment créer un parc éolien collectif en associant le territoire ?

Montrigaud et Montmiral

2017 et 2018

 **24,6 MW**
 **17,6 MW**

 **25 000**
 **et 20 000 habitants**
(55 et 45 GWh / an)

Bois, forêt et terre agricole

 **12+8** éoliennes

 **32 et 28 M€**



Succès total pour cette opération de financement participatif qui a recueilli 500 000 € en quelques jours.

Les sites : deux parcs éoliens exemplaires et fédérateurs

Construits par la Compagnie Éolienne du Pays de Romans (CEPR), les parcs éoliens de Montrigaud et de Montmiral sont les premiers de cette envergure en France associant une collectivité territoriale, un opérateur énergétique et un fonds d'investissement dans les énergies renouvelables.

12 éoliennes ont été installées sur le site de Montrigaud, et 8 sur celui de Montmiral.

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 CEPR 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 (37,95 %) ;



 Référence
 #Intégration territoriale
 #Financement participatif

Le parc éolien de Scaër

Finistère, Bretagne

Et si la production locale d'électricité renouvelable pouvait permettre au territoire de fournir autant d'électricité qu'il en consomme ?

Scaër - 2017

 **20,5 MW**

 **20 500**
habitants (est. 2017)

Exploitations agricoles

 **9** éoliennes

 **23 M€**

Ces installations génèrent de nouvelles recettes pour la collectivité. Elles permettent d'éviter de ponctionner les Scaërois avec l'augmentation de nos taxes, comme la taxe d'habitation.

Jean-Yves Le Gall, maire de Scaër

Le site : une exploitation maîtrisée, valorisée et vertueuse

Ce parc éolien, implanté au lieu-dit Le Mardy et à Crénérien, a impliqué plusieurs acteurs dès les premiers contacts en 2008 : ENGIE Green, la Commune de Scaër, et la Communauté de Communes du Pays de Quimper - qui a élaboré le schéma éolien. Pour garantir la qualité des démarches effectuées, une charte de bonne conduite tripartite a été conclue, ainsi que la mise en place d'un comité de suivi.

Résultat : une exploitation maîtrisée sur l'une des plus grandes communes de France, qui fait de Scaër l'une des premières du territoire breton à fournir autant d'électricité qu'elle en consomme.



 Référence
 #Intégration territoriale

Le parc éolien de Bernay-Saint-Martin

Charente-Maritime, Nouvelle-Aquitaine

Comment développer un parc éolien en un temps record en conciliant enjeux environnementaux, humains et paysagers ?

Bernay-Saint-Martin - 2007

 **12 MW**

 **12 000**
habitants (est. 2017)

Exploitations agricoles

 **8** éoliennes

 **14 M€**

Le parc éolien de Bernay-Saint-Martin fait partie des premiers de Charente-Maritime. Il fait suite à l'implantation de celui de Saint-Crépin en 2004.

Le site : une configuration 100 % compatible

Le site choisi répondait à tous les critères d'un point de vue technique :

- À bonne distance de la mer et de la montagne,
- Éloignement réglementaire de toute zone naturelle protégée (2 zones naturelles d'intérêt écologique, faunistique et floristique dans les environs de la commune) et de plusieurs zones Natura 2000,
- Éloignement de paysages emblématiques (l'église de Bernay-Saint-Martin étant inscrite aux bâtiments historiques),
- Bonne exposition aux vents,
- Traces d'activité humaine dans le paysage (bols à grain, lignes électriques, etc.).



42

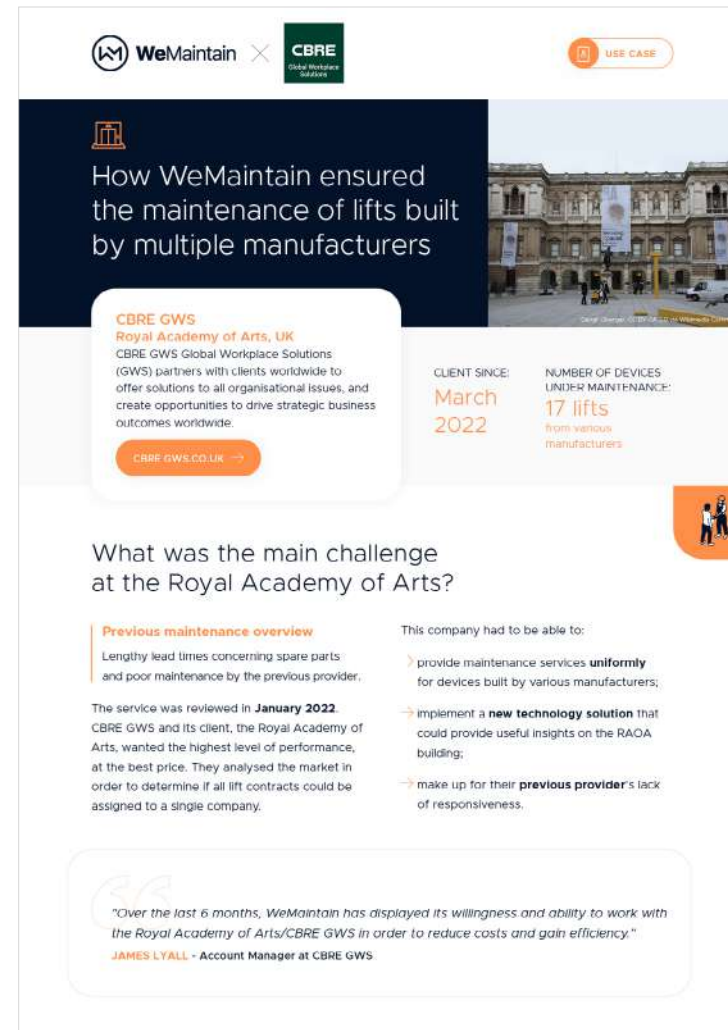
How WeMaintain ensured the maintenance of lifts built by multiple manufacturers



Décision

Ce cas client de 2 pages s'inscrit dans la Use Case Factory lancée par WeMaintain. À travers ce **format téléchargeable**, WeMaintain montre comment elle a accompagné l'entreprise CBRE Royal Academy of Arts dans la maintenance de 17 équipements.

[Voir le contenu](#) →

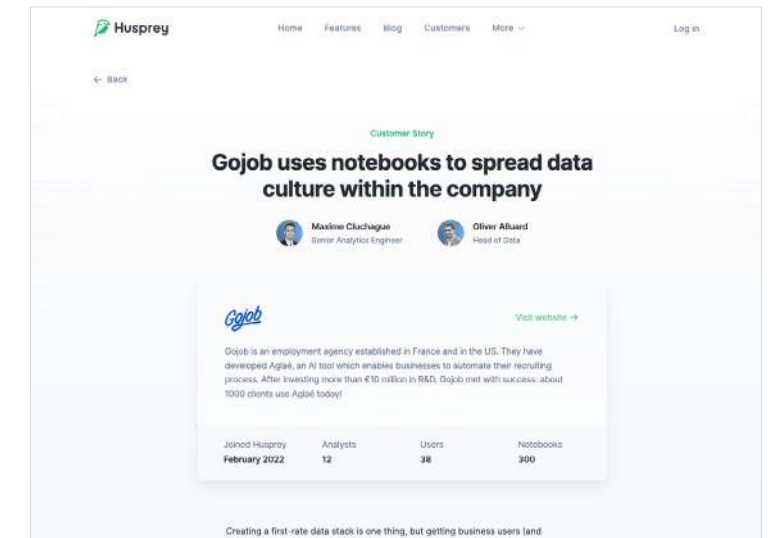


How Husprey helps GoJob implement Open Data Sessions // Le Figaro uses notebooks to assess the relevancy of hot topics

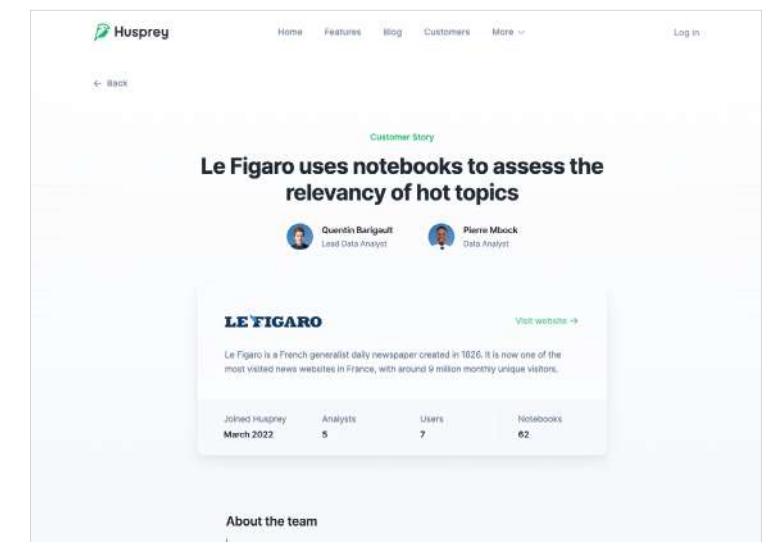


Décision

Ces deux cas clients s'inscrivent dans une démarche d'accélération de production de cas clients, grâce à la mise en place d'un format d'article très **templatisé**, pratique à prendre en main.



[Voir le contenu](#) →



[Voir le contenu](#) →

Le groupe MATY augmente ses ventes et sa trésorerie pour développer son réseau

Alma 

Décision

Cette série de cas clients vise à présenter la solution de paiement fractionné Alma, en se focalisant sur l'**expérience** Maty.

[Voir le contenu](#) →





Cas client

Fiabiliser et accélérer ses flux de trésorerie pour accompagner le développement de son réseau

Alma x **MATY**

Danfoss : Industrial part marking challenges

 **GRAVOTECH**
EXPRESSION OF THINGS 

Décision

Gravotech démontre, à travers ce témoignage, son expertise en s'adaptant aux **défis du marquage laser** en production. Pour cette production, assimiler rapidement les codes du milieu industriel en anglais est une clé.

[Voir le contenu](#) →





C'est LE type de contenu qui permet d'**asseoir votre expertise et de montrer votre valeur ajoutée** ! Souvent utilisés comme formats gated pour récupérer un maximum d'informations et qualifier vos leads, on remarque que cette tendance s'inverse pour laisser ces contenus phares en libre service



Amélie
Content Manager chez Invox



Akuiteo x Niji : l'ERP au service d'une reconnaissance comptable performante



Décision

Avec ce deuxième cas client Niji, Akuiteo se concentre sur une problématique DAF très concrète. Il est intégré dans un **pack thématique** sur la reconnaissance comptable de CA à l'avancement

[Voir le contenu](#) →

CAS CLIENT

akuiteo BUSINESS SOFTWARE

niji We deliver your ambition

L'ERP au service d'une reconnaissance comptable performante

La gestion simultanée de divers modes de reconnaissance de CA peut vite tourner au casse-tête lors de la clôture comptable. Grâce à l'intégration de l'ERP Akuiteo, découvrez comment les équipes Niji réalisent leur clôture comptable à J+5 !

Les différents modes de reconnaissance

Chez Niji, deux modes de reconnaissance de CA sont en jeu : la clôture comptable traditionnelle et la clôture comptable décalée.

Le temps passé
L'ERP permet de passer de 10 jours à 5 jours pour la clôture comptable décalée.

L'accompagnement thématique
L'ERP permet de passer de 10 jours à 5 jours pour la clôture comptable décalée.

Un accompagnement thématique
L'ERP permet de passer de 10 jours à 5 jours pour la clôture comptable décalée.

Un accompagnement thématique
L'ERP permet de passer de 10 jours à 5 jours pour la clôture comptable décalée.

Nicholson- Aria : L'accompagnement d'une startup en plein décollage



Décision

Dans le cadre d'une **série de 6 cas clients** destinée aux équipes commerciales, ce contenu met en lumière l'accompagnement stratégique de Nicholson auprès de la jeune start-up Aria, en pleine phase de recrutement pour des postes clés.

Le petit plus : des images et des verbatims intégrés dans un format design qui attire l'œil !

L'accompagnement d'une startup en plein décollage

nicholson x Aria

Capitaliser sur l'expertise d'un cabinet spécialisé

Le cabinet Nicholson a mobilisé ses 20 ans d'accompagnement de startups et scaleups au profit d'Aria. Deux objectifs à cette intervention : faire du recrutement un levier de croissance, et éviter de commettre des erreurs lors d'une étape charnière du développement de l'entreprise.

Une relation de confiance basée sur le partage d'expériences

La réussite de la collaboration entre Aria et Nicholson résulte d'une **relation de confiance** instaurée entre les CEO respectifs d'Aria et de Nicholson, Clément Carrier et Julien Gargowitch. Ensemble, ils ont mis sur le **partage d'expérience** pour mettre en place une stratégie de recrutement adaptée aux objectifs de croissance de la startup.

Clément Carrier et Vincent Fahey, cofondateurs d'Aria, ressentent le besoin de bénéficier de l'expertise d'un cabinet de recrutement, du fait de leur manque relatif d'expérience en la matière. Nicholson, cabinet spécialisé dans l'**Executive Search** et l'**accompagnement de startups et scaleups**, s'est ainsi trouvé être le partenaire idéal pour allier le champ de vision et déléguer le processus de recrutement.

« Nicholson nous aide à réfléchir à la structuration de nos effectifs par rapport à nos propres compétences, et en fonction de nos objectifs. »

Clément Carrier
Cofondateur & CEO d'Aria

Concevoir un modèle de travail hybride optimal pour son organisation



Considération

Ce cas client met en avant l'expérience du groupe Accor SA avec les solutions worklib pour la mise en place d'un **modèle de travail hybride**. La diffusion du contenu a été réalisée sur le blog et les réseaux sociaux.

[Voir le contenu](#) →



ACCOR x worklib Cas client

Concevoir un modèle de travail hybride optimal pour son organisation

Retour d'expérience d'Accor SA

Comment les outils Trimble ont permis l'adoption du BIM chez GA Smart Building



Décision

Dans le cadre d'une **série de 6 cas clients** destinée aux équipes commerciales, ce contenu met en lumière l'accompagnement stratégique de Nicholson auprès de la jeune start-up Aria, en pleine phase de recrutement pour des postes clés.

[Voir le contenu](#) →



Trimble

Success Story

Comment les outils Trimble ont permis l'adoption du BIM chez GA Smart Building

Le modèle GA Smart Building, un bâtiment en bois, fabriqué avec des produits innovants et certifiés par GA Smart Building, favorise l'écologie et la durabilité. Les outils Trimble ont permis de concevoir et de construire ce bâtiment de manière optimale.

Travaux effectués :

- génie civil
- structure générale
- conception 3D
- réalisation des ouvrages

Répartition du chiffre d'affaires :

- 90 % en France
- 10 % à l'étranger

Olivier Pellegrin, responsable de l'ingénierie BIM

GA Smart Building est une start-up spécialisée dans la construction de bâtiments écologiques et durables. Olivier Pellegrin, responsable de l'ingénierie BIM, a permis l'adoption de Trimble chez GA Smart Building.

Pourquoi GA Smart Building a choisi Trimble ?

GA Smart Building a choisi Trimble pour sa capacité à fournir des solutions complètes et personnalisées. Les outils Trimble ont permis de concevoir et de construire le bâtiment de manière optimale.

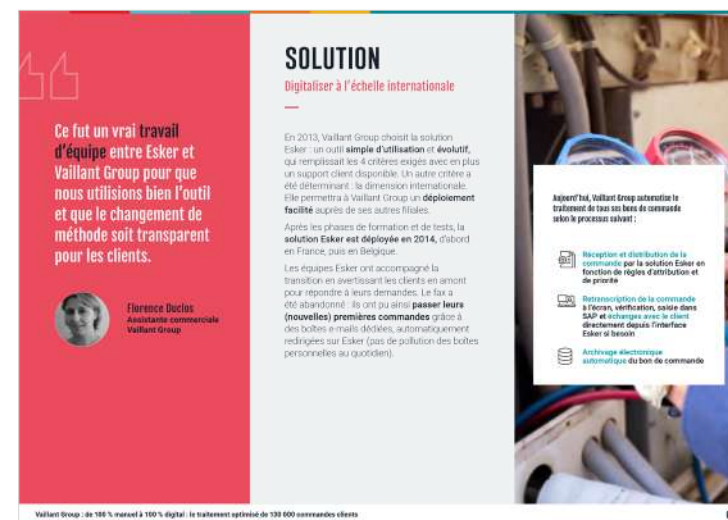
De 100 % manuel à 100 % digital: le traitement optimisé de 130 000 commandes clients



Décision

Il s'agit d'un témoignage de Vaillant Group, opérant dans 80 pays, pour qui Esker a digitalisé la gestion de ses 130 000 commandes annuelles. Le use case met en avant les **défis relevés par Esker**, dont la compatibilité avec les outils existants, l'absorption des pics d'activité, et l'intégration de la complexité tarifaire. Ces 5 pages illustrent le passage au 100 % digital de Vaillant.

[Voir le contenu](#) →



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



Décision

En digitalisant son management de l'énergie grâce à la CleanTech française, une féculerie chinoise optimise désormais son mix énergétique et réalise 90 000 dollars d'économie par an. Ce use case, dérivé d'un article dossier, offre aux **prospects industriels** des chiffres précis pour un pilotage efficace de la consommation énergétique.

[Voir le contenu](#) →



METRON

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.

Infographies

Le meilleur format pour mettre des informations en design, présenter des données et des idées de manière concise et visuelle. Rien de tel pour faire assimiler rapidement votre message !

Kits de contenus

Ebooks et guides pratiques

Downloadables

Assessment

Vidéos

Cas client

Infographies et formats visuels

LP, E-mails & NL

Blog posts

Dispositifs SEO

Social Media

Refontes de site

Blogs / Resources center

Pages Offres

Sales Content

Low temperatures and blockages : choose the right system



Considération

Le but de cette infographie ? Sensibiliser au sujet des entrées d'air et de boue dans un réseau de chauffage. Aalberts hfc y met en avant **ses produits** dans sa toute **première représentation d'un réseau** dans son ensemble, de la source de chaleur à l'émetteur.

low temperatures and blockages: choose the right system

1 in every 3 hydronic sealed systems is blocked

Blocked pipes = loss of efficiency
18% increase in boiler energy consumption
27% increase for a heat pump

Clogged boilers and radiators
Premature equipment wear = more maintenance required
30% more maintenance

the main causes: air and sludge

Air enters the system
There's no way to prevent this, so we try to limit and control it
Sludge builds up in pipes, even more with low temperature water

When do the air and sludge in the network come from?

→ the source water

The network naturally contains microorganisms
This matter is more likely to multiply at low temperatures

→ the surrounding area: water treatment

Since air will always get into the network, it's essential to use treatment solutions to ensure a long-lasting network.
Sludge and microorganisms multiply at low temperatures, so treatment solutions are crucial.

→ the heating solution itself

Having airtight products in the design, non-porous, prevents gases from penetrating the network.

materials
The material used around the tubes is relatively permeable to air. A common misconception is that concrete is completely permeable to air. In fact, it's not a good barrier!

tube
The tube is the heat emitter under the concrete and is the primary source of air entering the network.

connection
Each connection leads to an unavoidable ingress of air.

The Aalberts hydronic flow control solution
Using a 5-layer tube:
provides a true oxygen barrier
avoids the risk of scratching during installation (it's more resistant)
is easier to handle
is 100% made in Europe

magnetic sludge filter
It can work with or without external power (motor).
If it stops working, the whole network will be blocked (unless it's a Flamco sludge filter).

A well-chosen dirt separator is required to ensure the durability of the network.

The expansion vessel must be correctly sized.

A vacuum degasser is required because air dissolved very well in cold water.

At low temperatures, naturally occurring microorganisms in water multiply much faster than at high temperatures. The whole system must be designed to ensure a long-lasting network.

Programmateur chauffage connecté : têtes thermostatiques + thermostats



Décision

Aalberts hfc encourage les building managers et les responsables de l'énergie à opter pour un chauffage connecté. Cette infographie s'insère dans une **campagne de promotion** des têtes et thermostats Comap Smart Home bien variée : ebooks, articles, cas clients et kits social media sont de la partie.

Un contenu axé produit, diffusé via une newsletter et un e-mail.

Voir le contenu

les 7 avantages d'un chauffage connecté

Avoir des objets connectés pour piloter son chauffage offre de nombreux avantages. Quels sont-ils ?

quel produit ?
la tête connectée / le thermostat

pour quel bâtiment ?
Tertiaire, Industrie, Résidentiel, Institutionnel, Les établissements de santé (hôpitaux, cliniques)

1 le pilotage d'une zone via calendrier
Le thermostat se connecte sur votre planning et celui de vos salles. Le chauffage s'allume uniquement lorsque les salles sont réservées, évitant ainsi de chauffer des zones inoccupées.

2 la température maximale
Vous ou votre personnel d'énergie fixez une température de consigne usuelle et une maximale qui ne peuvent être dépassées. Les occupants peuvent lancer une consigne dérogatoire de 2 heures, ne pouvant dépasser la température maximale définie.

3 la détection de fenêtre ouverte
Si quelqu'un ouvre la fenêtre, le chauffage se coupe automatiquement : les algorithmes mesurent la chute de température et la tête se ferme.
✓ Sur les têtes thermostatiques.

4 l'interconnexion avec vos systèmes d'information
Les données liées au système de chauffage sont indispensables pour piloter la performance énergétique d'un bâtiment. En interconnectant les API, il est possible de :
• créer des **dashboards** et croiser les données ;
• exploiter les données de chauffe pour le pilotage de votre BMS.

5 la durabilité du produit : l'anti-grip
Pendant l'hiver et les mi-saisons, le chauffage ne fonctionne pas en continu. Pour autant, les têtes doivent être actionnées régulièrement pour ne pas s'abîmer.
✓ Les têtes Aalberts le font toutes seules, tous les 10 jours !
Adaptée pour la mi-saison, et le locatif avec consigne de température assez basse.

6 le mode été
En été, la production d'eau de chauffage est éteinte. Autant laisser la tête ouverte pour ne pas abîmer le robinet, ni utiliser les piles de la tête !

7 le verrouillage enfant
Le pilotage de certaines zones peut être bloqué tout en laissant la tête ouverte pour ne pas abîmer le robinet. La programmation est assurée !

Bonus : la protection antiviol
Une sécurité supplémentaire vient se fixer autour de la tête et du pas de vis pour empêcher tout vol de la pile ou de la tête thermostatique.

Les données liées au système de chauffage sont indispensables pour piloter la performance énergétique d'un bâtiment. En interconnectant les API, il est possible de :
• créer des **dashboards** et croiser les données ;
• exploiter les données de chauffe pour le pilotage de votre BMS.

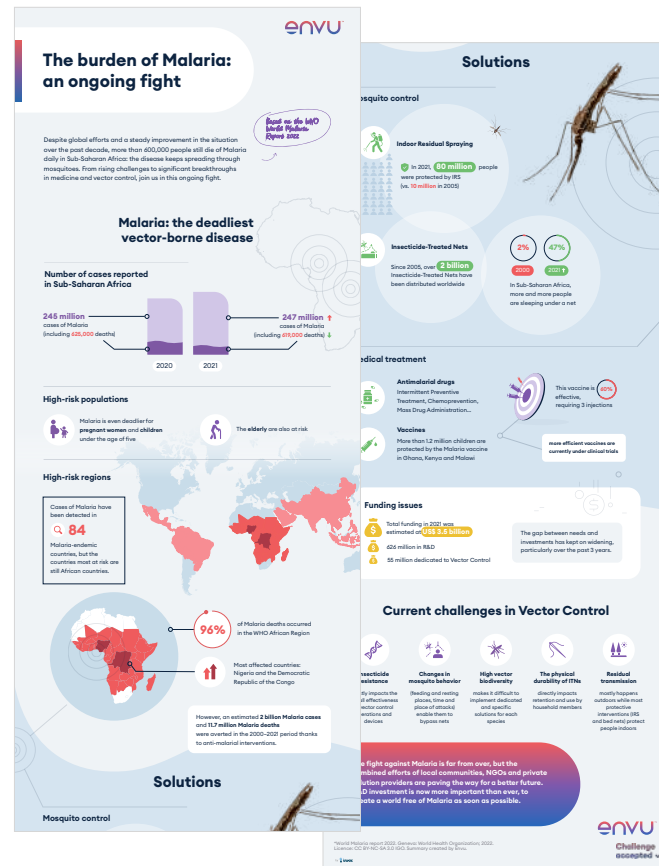
Plusieurs espaces, plusieurs bâtiments mais toutes les statistiques au même endroit.
✓ Vos données sont en sécurité, elles sont cryptées.

Les synergies entre tête thermostatique et thermostat connecté offrent davantage de précision dans le pilotage et un confort accru pour les utilisateurs et propriétaires.



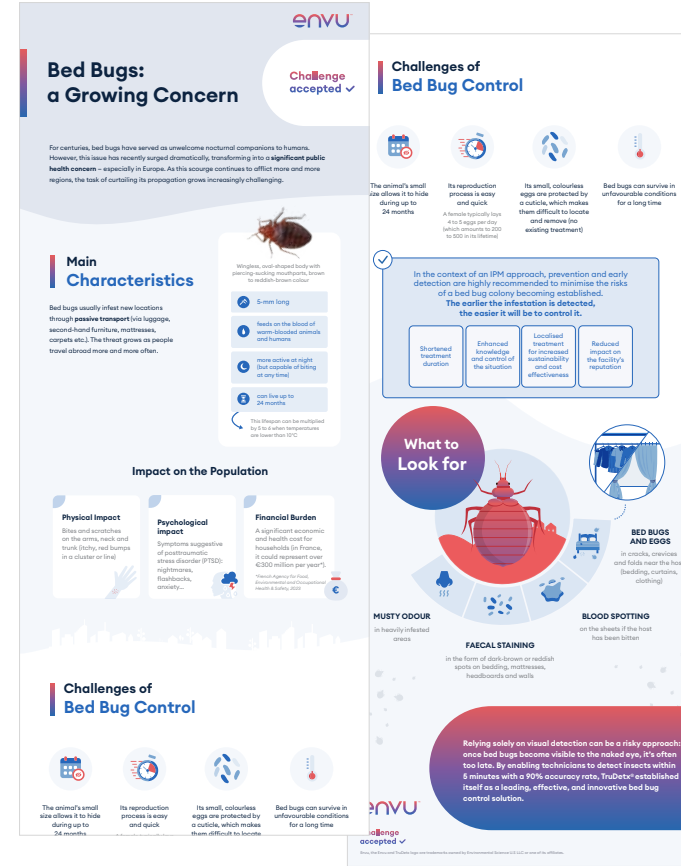
Notoriété

Voir le contenu



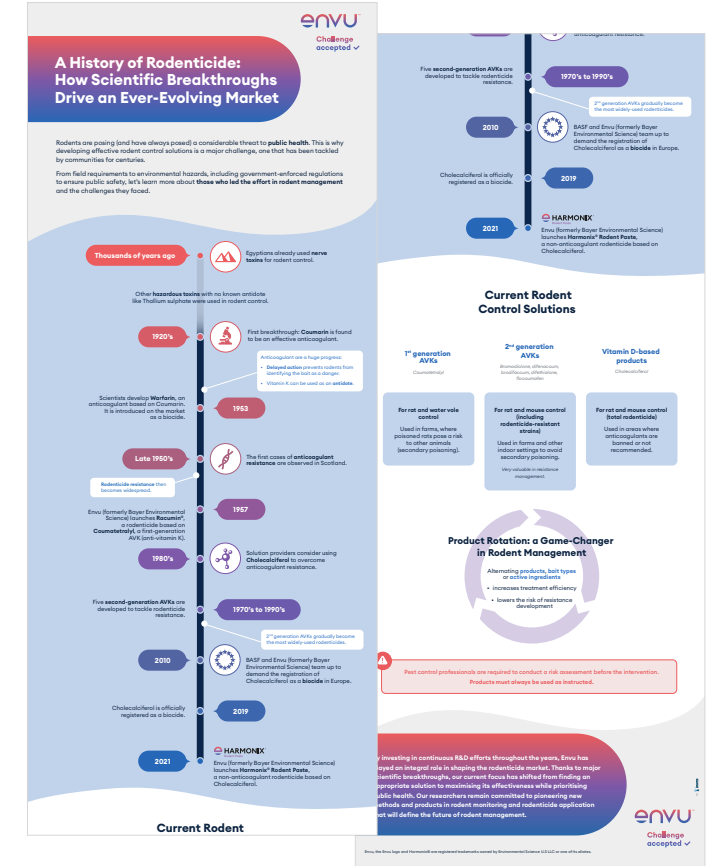
The burden of Malaria: an ongoing fight

Envu synthétise le **Malaria Report 2022** de l'OMS à l'occasion du World Malaria Day dans cette infographie. Elle offre un état des lieux, mais l'enjeu est aussi promotionnel puisqu'elle introduit une campagne sur l'insecticide Fludora Fusion et nourrit les équipes marketing subsahariennes d'informations stratégiques.



Bed Bugs: a growing concern

Attention, **infographies en série** ! Envu s'inspire de contenus précédemment réalisés sur les nuisibles pour mettre en avant une solution innovante de détection des punaises de lit.



History of Rodenticide

Grâce à cette frise chronologique issue d'un **pack de contenus** dédié à la **promotion d'un raticide**, Envu montre le rôle actif qu'eux et Bayer ont joué dans l'innovation sur le marché des raticides, et leur impact sur l'évolution de ce dernier.

Quel fauteuil Relax® est fait pour vous ?

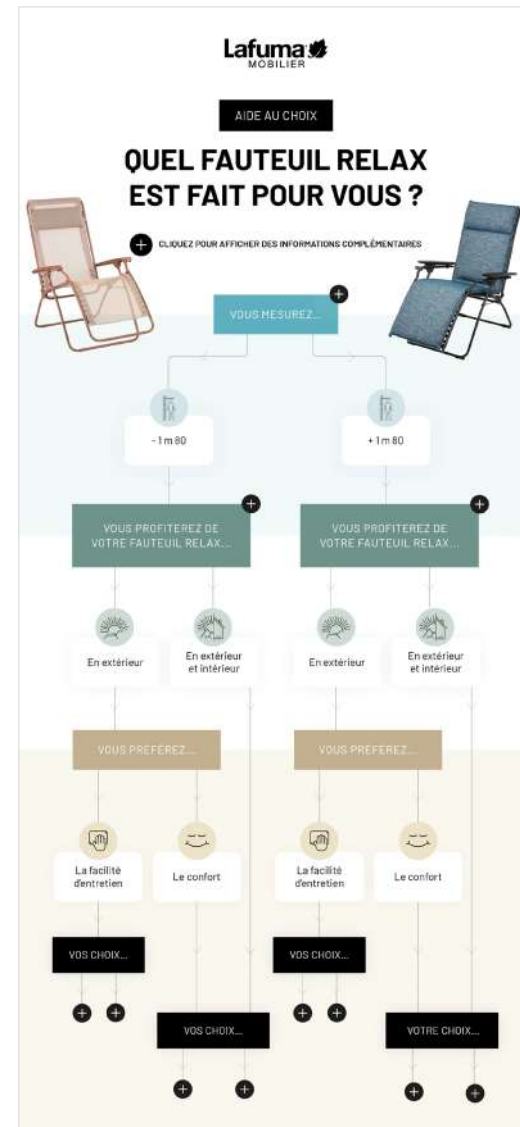


Considération

Comment choisir son fauteuil ? Lafuma Mobilier **guide ses consommateurs** en fonction de leurs caractéristiques physiques, avec un focus sur le fauteuil Relax®. L'autre enjeu du projet ? L'optimisation d'une page pilier pour améliorer le référencement de l'offre.

On pousse un infographie dans l'article via un CTA pour aider au choix !

[Voir le contenu](#) →

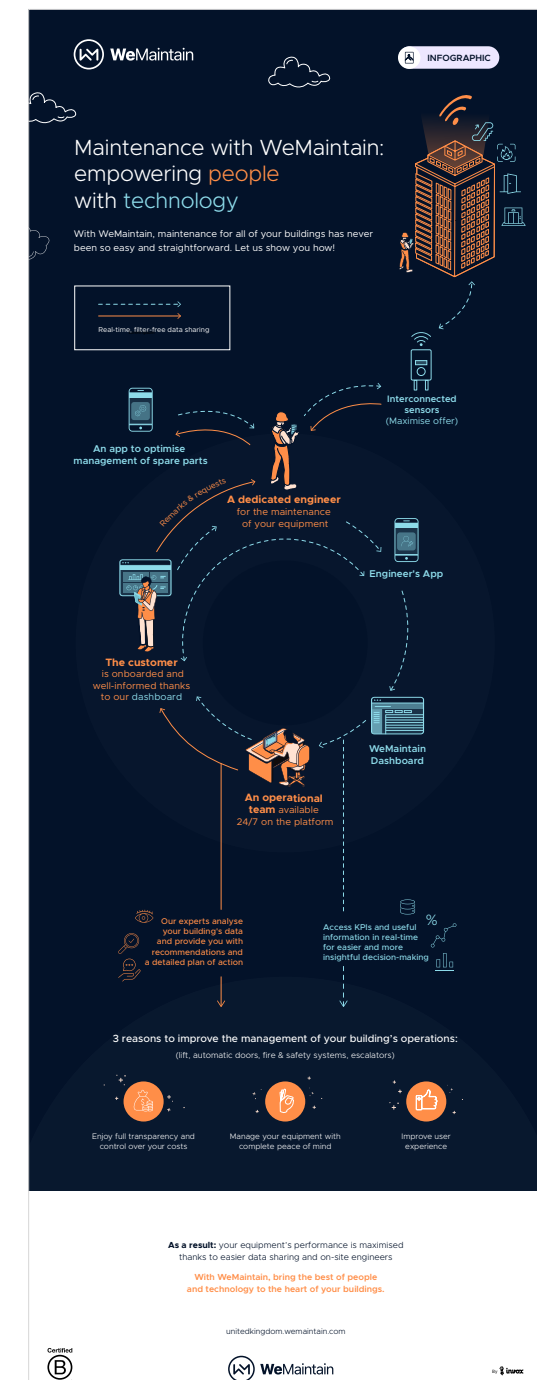


La maintenance par WeMaintain



Considération

Dans cette **série d'infographies**, WeMaintain résume de manière visuelle leur offre de maintenance des ascenseurs via l'expertise humaine et la technologie. Le plus : ils y donnent les **bonnes pratiques** de la maintenance, sous forme de checklist.



Comment fonctionnent les réseaux de chaleur

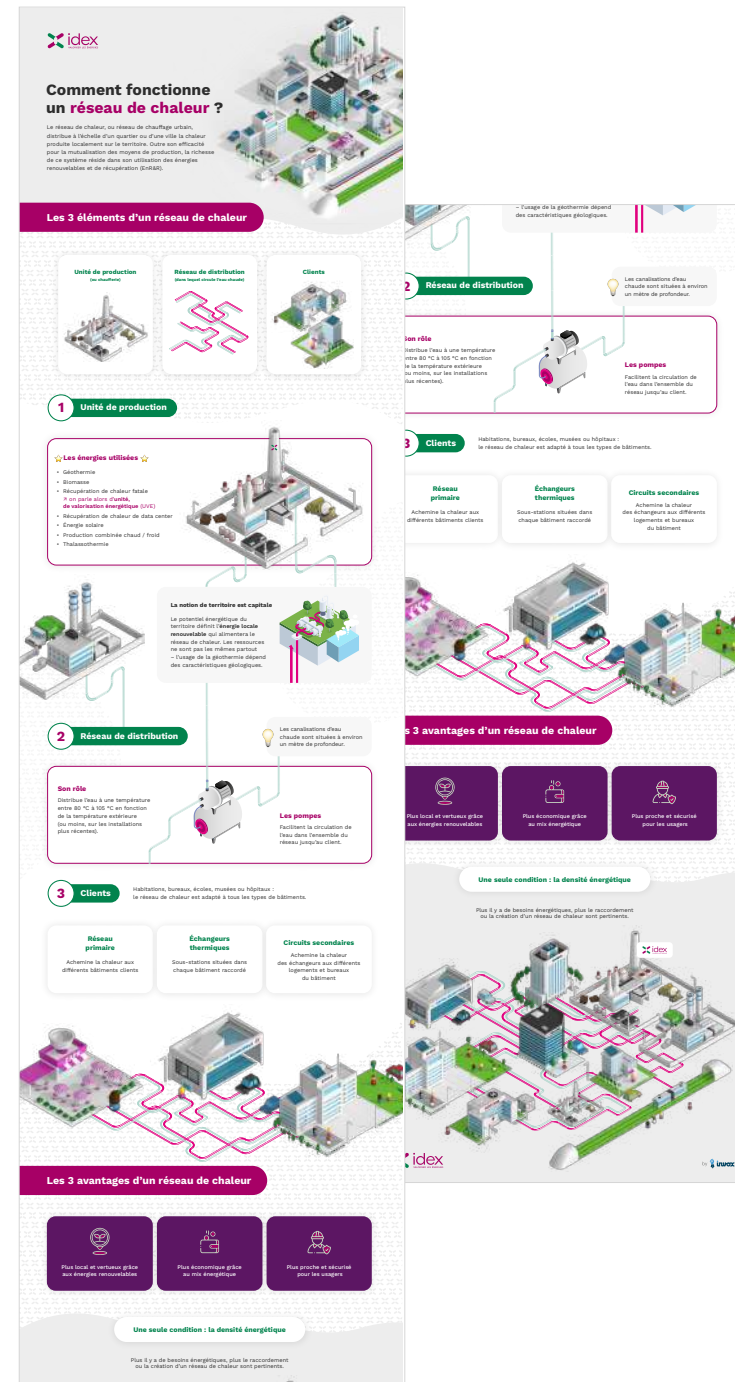


Notoriété

Ici, Idex **s'adresse aux particuliers** pour leur expliquer le fonctionnement d'un système de chauffage urbain, local et innovant : les réseaux de chaleur. Moyens de production mutualisés, utilisation d'énergies renouvelables et de récupération... c'est une solution d'avenir pour des énergies locales et plus économiques. Quoi de mieux qu'un format visuel pour **présenter ce système peu connu** ?

On pousse un infographie dans l'article via un CTA pour aider au choix !

Voir le contenu



Comment fonctionne un réseau de chaleur ?

Le réseau de chaleur, ou réseau de chauffage urbain, distribue à l'échelle d'un quartier ou d'une ville la chaleur produite localement sur le territoire. Grâce aux efficients pour la installation des moyens de production, le réseau de chaleur assure donc une utilisation des énergies renouvelables et de récupération (ENR).

Les 3 éléments d'un réseau de chaleur

- 1 Unité de production**
 - Les énergies utilisées**
 - Solaire
 - Biomasse
 - Mécanisme de chaleur fossile
 - Pan photovoltaïque (PV)
 - Mécanisme de chaleur de data center
 - Energie éolienne
 - Production combinée chaleur / froid
 - Thélocosmisme
 - Le réseau de chaleur est adapté à tous les types de bâtiments.**
- 2 Réseau de distribution**
 - Le rôle** : Distribuer l'eau à une température entre 90 °C à 105 °C en fonction de la température extérieure (ou froide, sur les installations à eau chaude).
 - Les pompes** : Facilitent la circulation de l'eau dans l'ensemble du réseau jusqu'au client.
- 3 Clients**
 - Habitations, bureaux, écoles, musées ou hôpitaux : le réseau de chaleur est adapté à tous les types de bâtiments.
 - Réseau primaire** : Achève le réseau de chaleur aux différents bâtiments clients.
 - Echanges thermiques** : Sous-stations situées dans chaque bâtiment desservi.
 - Circuits secondaires** : Achève le réseau de chaleur des échangeurs aux différents logements et bureaux du bâtiment.

3 avantages d'un réseau de chaleur

- Plus local et vertueux grâce aux énergies renouvelables
- Plus économique grâce au mix énergétique
- Plus proche et sécurisé pour les usagers

Une seule condition : la densité énergétique

Plus il y a de besoins énergétiques, plus le raccordement ou la création d'un réseau de chaleur sont pertinents.

Travail hybride : synonyme d'attractivité et de rétention des talents ?



Notoriété

worklib dresse un état des lieux du **retour d'expérience** des entreprises ayant adopté le travail hybride. Les professionnels retrouvent dans cette infographie des **conseils** étayés par des **chiffres** d'études et l'intervention d'une **experte** de worklib.

Voir le contenu



Le travail hybride pour l'attractivité et la rétention des talents

Decryptage par notre experte : **Marie-Cécile Lemaire, Talent & Culture d'entreprise**

Attractivité du travail hybride : zoom sur les chiffres

Le travail hybride au sein des entreprises

Selon le Baromètre annuel Télétravail et Organisations hybrides réalisé par Manpower Humanis*, sur un échantillon de 3 salariés :

- 48% des salariés envisagent de réintégrer géographiquement de leur site de travail habituel (dont 63% pour les moins de 35 ans)
- 67% des salariés souhaitent un management davantage axé sur la confiance et moins sur le contrôle.

Améliorer sa qualité de vie

- Réduire la fatigue
- Être libre de travailler dans le cadre qui lui convient

3 avantages à valoriser

- Augmenter l'attractivité de l'entreprise pour attirer les meilleurs talents et améliorer le mode de travail hybride dans votre entreprise.
- Élargir la liste des candidats de façon qualitative : vous pouvez sourcer dans d'autres régions.
- Renforcer la fidélisation : les salariés sont satisfaits de leur cadre de travail et sentent qu'on leur fait confiance.

Les revendications des talents

Trouver un meilleur équilibre de vie pro/perso

- Identifier d'un rythme naturel de travail
- Répondre aux contraintes familiales
- S'adapter aux activités et projets personnels

Gagner en liberté et en confiance

- Être plus autonome
- Choisir son lieu de travail librement

Et côté entreprises ?

Quelques éléments à considérer avant de franchir le pas

Une organisation à aménager

- Demander d'aménager le vie de l'équipe : rituels, all'hands, off-site avec du temps de collaboration
- Recruter une plus grande flexibilité de salariés, comme de l'expérience, et l'adoption des pratiques de management
- Il est nécessaire de revoir en profondeur la politique hybride mais aussi les intentions et la culture souhaitées pour maintenir une adhésion forte, même à distance.

DRH : comment attirer les candidats avec le travail hybride ?

- 1** Identifiez vos **personnes cibles** pour attirer les meilleurs talents et améliorer le mode de travail hybride dans votre entreprise.
 - « Les talents hybrides sont déjà habitués au télétravail ou au nomadisme, ils ont des compétences et des connaissances. Choisissez-les, ils ont une expérience de travailler de manière hybride, c'est souvent le cas des fonctions administratives. »
- 2** Proposez une **solution pertinente** dans votre offre.
 - « Une politique de travail hybride peut varier en fonction des contraintes de l'entreprise mais aussi des différents services, et peut même se décliner au niveau individuel si nécessaire. Selon les profils que l'on cherche à attirer, on peut rendre sa politique plus ou moins flexible. »
- 3** Définissez vos **rituels de travail**.
 - « Mettre en place une politique de travail hybride, c'est aussi impliquer de nouveaux rituels qui favorisent le lien et le plaisir de travailler. Il faut donc penser à définir des rituels de travail qui favorisent la culture d'entreprise, renforcer les liens et contribuer à rendre l'environnement dynamique. »

« La liberté donnée est un signe de confiance des managers et de maturité de l'entreprise. »

Le travail hybride est donc un gage d'attractivité et de rétention des talents. Qui en est-il pour les entreprises ?

Attaque par ransomware - Réagir en 5 étapes



Notoriété

Dans cette infographie, Advens présente les 5 étapes clés à suivre pour limiter les dégâts lors d'une cyberattaque. Diffusée sur leur blog et via les réseaux sociaux, elle fait partie d'un **kit thématique de contenus** sur les attaques par ransomware.

[Voir le contenu](#) →



Attaque par ransomware Réagir en 5 étapes

Étape 1: Identifier l'attaque
 - Vos outils informatiques ne répondent plus ou fonctionnent anormalement
 - Les fichiers se modifient en masse
 - Un document ReadMe apparaît
 - **À ne surtout pas faire**: Ne jamais prendre contact directement avec l'attaquant et éviter la négociation.

Étape 2: Confiner et contenir l'attaque
 - Déconnecter le SI d'Internet
 - Isoler les points de réseau qui ont été infectés
 - Appeler le CERT interne ou solliciter un CERT externe
 - Isoler vos sauvegardes pour éviter qu'elles soient infectées

Étape 3: Se structurer pour faire face à l'incident
 - Activer une cellule de gestion de crise
 - Désigner votre responsable de gestion de crise (organisation, moyens, priorités)
 - Si nécessaire, solliciter les décideurs et mettre en place la procédure
 - Vérifier que votre BSI est à jour pour anticiper les étapes de remise en service de votre SI
 - **Bon à savoir**: Structurer votre procédure en fonction de l'attaque en amont peut faire gagner du temps.

Étape 4: Restaurer et reconstruire son SI
 - Restaurer et reconstruire de façon la plus rapide possible les éléments critiques de votre SI
 - Remettre les autres parties du système d'information plus résilientes
 - **Bon à savoir**: Cette étape est l'occasion de réfléchir à vos procédures de gestion de sécurité (gestion des accès administrateurs, etc.)

Étape 5: Clôturer et détecter la fin de la crise
 - Officialiser le retour à l' normale
 - Réviser les outils et actions mis en place (ex. EDR...)
 - Organiser un post-mortem en interne
 - Évaluer de donner les moyens (temps, argent, énergie) pour renforcer le plan de sécurité.

Se protéger au plus tôt pour écarter les risques de cyberattaques est devenu essentiel.
 Le CERT Advens a publié des fiches de réponses à l'incident qui pourront vous être précieuses en cas d'incident.
 Rendez-vous sur [GitHub](#) | [@advenssecops](#)

Organisation et évolution des SOC en entreprise : chiffres-clés et analyses



Notoriété

Il s'agit ici pour Advens d'**asseoir son image d'expert** sur les SOC (Security Operations Center) en diffusant ce résumé graphique des grandes statistiques et enseignements de l'étude du CESIN. L'infographie est publiée sur le blog Advens et les réseaux sociaux.



Organisation et évolution des SOC en entreprise : les chiffres-clés

Les données représentées sont issues de l'étude réalisée entre 2022 et 2023 par les experts Advens et le CESIN (Club des Experts de la Sécurité de l'Information et du Numérique, auprès des membres du CESIN).
 L'objectif : présenter un état des lieux de l'organisation des SOC au sein des entreprises françaises et proposer des pistes d'évolution pour mieux répondre aux enjeux de mise en place d'un SOC.

Une majorité d'entreprises déjà équipées d'un SOC
 Part de répondants équipés d'un SOC (sur 187 répondants)
 - Oui, je suis équipé : 88,8%
 - Oui, mais je ne dispose pas de données : 1,7%
 - Non, mais je projette de l'équiper : 14,5%
 - Non, et je ne projette pas de l'équiper : 9,5%

Un modèle d'organisation SOC qui tend à s'externaliser...
 Types de SOC choisis (sur 133 répondants)
 - SOC Externe : 34%
 - SOC Hybride : 41%
 - SOC Interne : 25%

...notamment chez les grandes entreprises
 Types de SOC par taille d'entreprise (sur 133 répondants)
 - + de 20 000 collaborateurs : 92% SOC Externe, 8% SOC Hybride, 0% SOC Interne
 - 5 000 - 20 000 collaborateurs : 54% SOC Externe, 34% SOC Hybride, 12% SOC Interne
 - 1 000 - 5 000 collaborateurs : 38% SOC Externe, 41% SOC Hybride, 21% SOC Interne
 - 500 - 1 000 collaborateurs : 28% SOC Externe, 41% SOC Hybride, 31% SOC Interne

Taux de satisfaction pour chaque type de SOC
 (sur 133 répondants)
 - Totallement satisfait : 33,1%
 - Satisfait : 57,0%
 - Insatisfait : 9,9%
 - Non satisfait : 0,0%
 - Non satisfait : 0,0%

SOC Interne
Moins de ressources, plus de contrôle
 (sur 29 répondants)
 - Les challenges : Organisation: gestion des alertes (62%), Recrutement des équipes (44%), Réduction des coûts (42%)
 - Les avantages : Proximité et réactivité (73%), Indépendance vis-à-vis des fournisseurs tiers (55%), Maîtrise du budget (53%)

SOC Externe
Une expertise avérée mais encore de la méfiance
 (sur 104 répondants)
 - Les causes d'insatisfaction : Expertise cyber accrue (97%), Facilité de gestion des alertes (91%), Disponibilité pour les incidents hors heures SOC général (87%)
 - Les avantages : Expertise cyber accrue (97%), Facilité de gestion des alertes (91%), Disponibilité pour les incidents hors heures SOC général (87%)

Zoom sur la méthodologie et les profils des répondants
 En octobre 2022, nos experts ont mené l'enquête auprès du CESIN en soumettant un questionnaire à 187 DSI et SOC, membres du CESIN.
 Le but ? Comprendre les enjeux qui motivent leur choix d'un modèle d'organisation SOC et analyser leur niveau de satisfaction. Les résultats de cette étude ont servi à nourrir une vision d'ensemble et à générer des discussions sur les enjeux du SOC, les axes d'amélioration et les meilleures pratiques.
 Postes occupés : DSI (20%), Directeur Intranet/Opérations (21%), Responsable de la Sécurité Opérationnelle (21%), Responsable de la Sécurité (14%), Autre (24%)
 Secteurs et métiers : Industrie (21%), Services à la personne (18%), Digital & Technologie (18%), Distribution (13%), Services (13%), Secteur public (11%), Santé (11%), Sans (11%)
 187 entreprises sondées, 44 pages d'analyses et des interviews exclusives à découvrir.

Hyperlocalité responsable : comment exploiter cette nouvelle tendance ?



Notoriété

La mode est à l'hyperlocalité responsable. Dans cette infographie, Solocal dévoile aux **TPE et PME** les **tendances de la consommation** locale pour les aider à les exploiter efficacement.

Une infographie déclinée en article de 1200 mots, pour creuser le sujet en profondeur !

Voir le contenu →



How to optimise the work of your localisation teams with MT?



Notoriété

Ici, SYSTRAN réutilise avec succès le contenu d'un webinar cas client. L'infographie illustre les avantages d'une solution de **traduction automatique**, en mettant en avant son **aspect humain**.

Une déclinaison d'un webinar cas client en infographie, elle-même déclinée en un article XL.



CONTRAT D'ASSURANCE VIE

Contrôler la consommation du capital décès par le bénéficiaire majeur vulnérable

SOLUTION 1/4 STIPULATION DE CHARGES

Vérifiez au préalable la faisabilité de ce mécanisme auprès de la compagnie d'assurances

Souscripteur de l'assurance vie

Stipulation de charges dans la clause bénéficiaire

Sous forme de clause testamentaire*

Scénario n°1 : Délégation de la gestion du capital décès à un tiers de confiance

Scénario n°2 : Encadrement de la consommation du capital décès

Mise en place d'un mandat au profit d'un tiers de confiance

Décès du souscripteur

Réception du capital décès par le bénéficiaire : conditionnée à la délégation de la gestion des fonds à un tiers de confiance

Réception du capital décès par le bénéficiaire : consommation des fonds encadrée par les stipulations du souscripteur

Contrôle de l'exécution de la charge par un exécuteur testamentaire

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).

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

LexisNexis

les 7 avantages d'un chauffage connecté

Avoir des objets connectés pour piloter son chauffage offre de nombreux avantages. Quels sont-ils ?

quel produit ?

la tête connectée

le thermostat

pour quel bâtiment ?

Tuilerie

la formation (école, centre de formation)

l'hôtellerie

l'institutionnel

les établissements de santé (CHU, hôpitaux)

1 le pilotage d'une zone via calendrier

Le thermostat se connecte sur votre planning et celui de vos salles. Le chauffage s'allume uniquement lorsque les salles sont réservées, évitant ainsi de chauffer des zones inoccupées.

2 la température maximale

Vous ou votre Gestionnaire d'énergie fixez une température de consigne usuelle et une maximale qui ne peuvent être dépassées. Les occupants peuvent lancer une consigne dérogatoire de 2 heures, ne pouvant dépasser la température maximale définie.

3 la détection de fenêtre ouverte

Si quelqu'un ouvre la fenêtre, le chauffage se coupe automatiquement : les algorithmes mesurent la chute de température et la tête se ferme.

✓ Sur les têtes thermostatiques.

hydronic flow control

METRON

Energy Management

Les 6 avantages d'une solution SaaS

La question du modèle d'exploitation, SaaS ou On-premise, doit être un point d'attention au moment de sélectionner une solution d'Energy Management. Zoom sur les principaux avantages du SaaS.

1 Une structure agile, un déploiement éprouvé

- Déploiement via le cloud automatisé, sans besoin de re-développement de votre architecture IT, pour un ROI plus rapide.
- Adaptation à tout type d'architecture, sans nécessité de réaliser les compromis courants en matière d'On-premise (sur les règles de sécurité, le système d'exploitation, etc.).
- Modèle d'API « ouvertes » favorisant l'interopérabilité et le partage des données avec les services tiers (marché de l'énergie, service météo, etc.), pour un gain de temps et d'argent.

2 L'accessibilité en tout lieu, à tout moment

- Accès au logiciel SaaS et visualisation de vos consommations depuis n'importe quel appareil connecté à Internet partout dans le monde, sans installation préalable de logiciel ou d'application.
- Accès au support et services additionnels du prestataire de service, sans partage d'accès à votre réseau IT.

3 Un service tout inclus

- Mise à jour et maintenance de la solution gérée par l'éditeur (matériel informatique, logiciel, update, correction des bugs, patches de sécurité et fonctionnalités), sans phase de reproduction ni besoin d'intervention régulière par votre équipe IT.
- Accompagnement client complet grâce aux possibilités du SaaS : analyse de vos usages énergétiques, priorisation de votre feuille de route, grâce à l'accessibilité de vos données.
- Économie de ressources qui vous permet de vous concentrer sur votre business.

4 Une optimisation des coûts

- Coût d'utilisation du logiciel basé sur votre consommation horaire réelle, plutôt que sur une architecture On-premise volontairement surdimensionnée pour pallier l'absence de scalabilité.
- Économies réalisées sur de nombreux postes de dépenses : configuration et maintenance.

En Europe

Le développement à l'international

Un vrai relais de croissance !

La crise du Covid-19 a largement accéléré la croissance du e-commerce... Et elle explique en partie l'augmentation de la vente au détail en ligne mondiale de 16 % à 19 % en 2020 !

E-commerce : un marché en expansion constante

Dans le monde

- + 22 % Augmentation de la vente en ligne en Australie, Canada, Chine, Corée du Sud, Singapour, Royaume-Uni et États-Unis en 2020*
- 22 % Part du commerce transfrontalier à l'échelle mondiale en 2021*
- 26 700 milliards de dollars Volume des échanges commerciaux en ligne en 2020 soit 30 % du PIB mondial**
- 360 millions Nombre d'acheteurs en ligne ayant effectué des achats à l'étranger en 2019**

La répartition des achats par secteur d'activité du e-commerce

Prévisions de ventes e-commerce 2021 du e-commerce mondial par secteur

Mode	759,5 milliards \$
Jouets, loisirs et bricolage	590,7 milliards \$
Électronique et médias	542,4 milliards \$
Alimentaire et hygiène	468,5 milliards \$
Mobilier et électroménager	362,9 milliards \$

Les produits manufacturés représentent 1/3 de la croissance des exportations françaises.

En Europe

Les 6 étapes pour une migration de tracking rapide et maîtrisée

La migration de tracking est un moment aussi excitant que stressant. Sa réussite est conditionnée à quelques bonnes pratiques...

1 Faire un état des lieux exhaustif

- Les objectifs de conversion sont-ils bien définis et traduits dans le plan de tagging en production ?
- Les KPI sont-ils « SMART » ?
- La conformité RGPD est-elle bien appliquée pour chaque consentement ?
- Le tagging en production est-il bien le reflet exhaustif du plan de tagging à l'instar T ?

2 Préparez vos plans de tagging

- Générer les plans de tagging du site cible
- Oublier les longs fichiers Excel : générez les plans automatiquement à l'aide d'un studio visuel !
- Nettoyer les plans de tagging générés
- Concentrez votre effort sur l'optimisation des plans de tagging : DU, TMS, Tags, Variables...
- Convertir et adapter les plans de tagging
- Simulez et testez vos plans de tagging sans aucun code à développer.

3 Gérer le versioning et l'application des plans de tagging de référence

Gérez les spécificités de marques, de régions et de campagnes de vos plans.

L'objectif : avoir une vue globale de votre versioning.

4 Déployer le nouveau tagging sur le site cible

Le grand moment est arrivé !

5 Gérer le recettage exhaustif & monitoring

- Vos données remontent-elles bien ?
- Le plan de tagging est-il bien implémenté ?

Le recettage est un incontournable, réalisable en quelques clics avec Governance Manager.

6 Contrôler la conformité du tagging effectif au plan de tagging

Évitez les mauvaises surprises : movez une alerte lorsqu'il y a des écarts (DU, TMS, Tags, Variables, Valeurs...)

DATA ON DUTY

Landing pages, emailing & newsletters

Le terrain de jeu des copywriters, qui trouvent les bons mots pour encourager le clic ou – plus dur ! – le remplissage des formulaires de contact. Incontournables de la Lead Gen, ces contenus peuvent être exploités à leur plein potentiel quand on branche un Hubspot ou une autre plateforme de Marketing Automation.

Kits de contenus

Ebooks et guides pratiques

Downloadables

Assessment

Vidéos

Cas client

Infographies et formats visuels

LP, E-mails & NL

Blog posts

Dispositifs SEO

Social Media

Refontes de site

Blogs / Resources center

Pages Offres

Sales Content

Emails Déclaration IFU LexisNexis

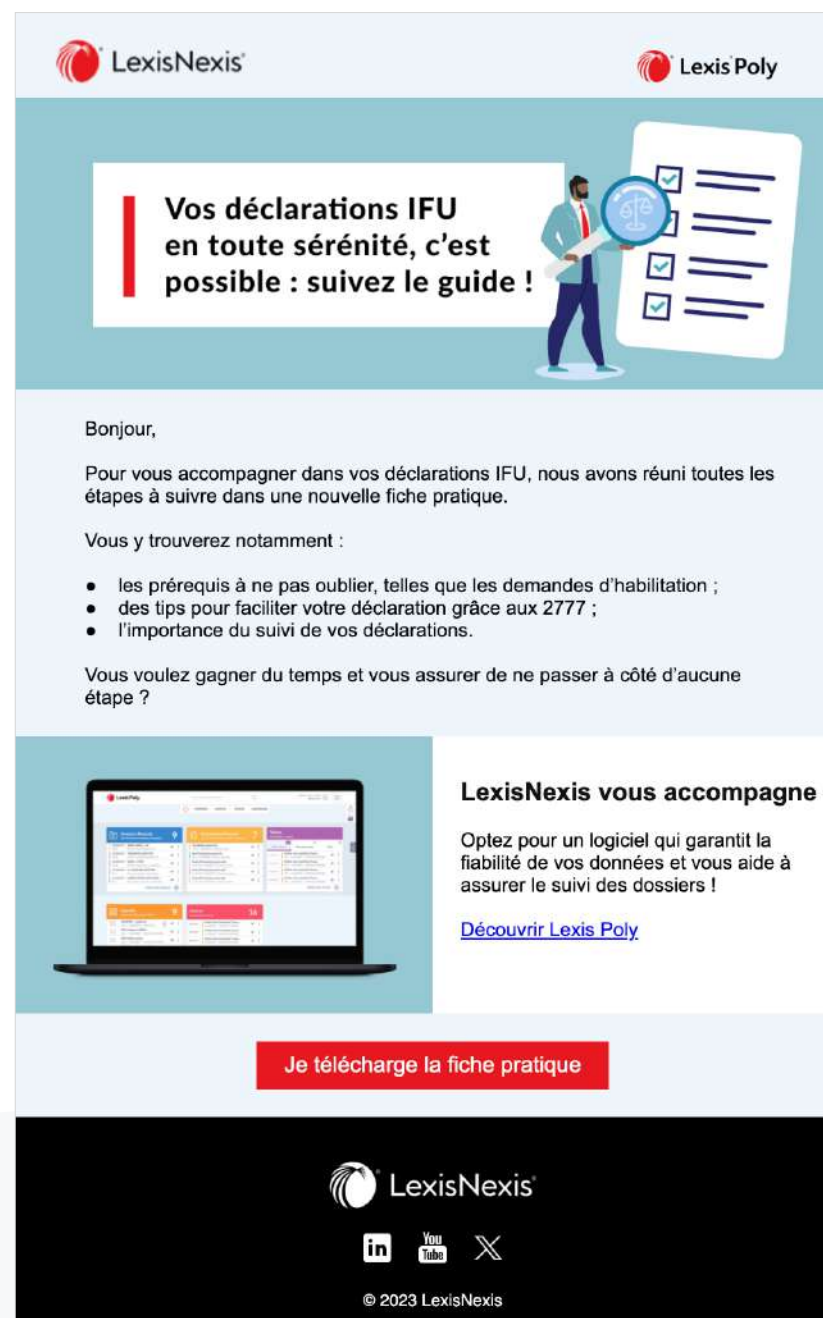


Notoriété

Considération

Décision

Chaque début d'année, il faut déclarer les IFU (Imprimés Fiscaux Uniques). C'est l'occasion pour LexisNexis de **promouvoir son logiciel** de secrétariat juridique LexisPoly.



Vos déclarations IFU en toute sérénité, c'est possible : suivez le guide !

Bonjour,

Pour vous accompagner dans vos déclarations IFU, nous avons réuni toutes les étapes à suivre dans une nouvelle fiche pratique.

Vous y trouverez notamment :

- les prérequis à ne pas oublier, telles que les demandes d'habilitation ;
- des tips pour faciliter votre déclaration grâce aux 2777 ;
- l'importance du suivi de vos déclarations.

Vous voulez gagner du temps et vous assurer de ne passer à côté d'aucune étape ?

LexisNexis vous accompagne

Optez pour un logiciel qui garantit la fiabilité de vos données et vous aide à assurer le suivi des dossiers !

[Découvrir Lexis Poly](#)

[Je télécharge la fiche pratique](#)

LexisNexis
© 2023 LexisNexis



Déclarations IFU : préparez-vous dès aujourd'hui !

Bonjour amélie chodorge,

Les déclarations IFU approchent à grands pas.

Disposez-vous bien des droits d'habilitation de vos clients ? Êtes-vous à l'aise avec les normes de 2023 concernant le chiffrage, la compression et le nommage ?

Vous pourrez effectuer vos déclarations entre le 1er janvier et le 15 février 2024. Alors préparez-vous dès maintenant pour lancer vos démarches en toute sérénité !

L'équipe LexisNexis

LexisNexis
© 2023 LexisNexis

La newsletter de Guardian Glass



Notoriété

Direction : le monde. Guardian Glass s'appuie sur des **contenus existants** et un **template unique** afin de déployer des **newsletters localisées** selon différentes régions (Amérique du Nord, Europe et Moyen-Orient).

Voici notre première newsletter 2023 !

Laissez-nous vous guider à travers les derniers articles Guardian Glass. Nous vous souhaitons une bonne lecture!

La nouvelle plateforme de services techniques Guardian Glass

Offre un accès en ligne 24 h/24, 7 j/7 aux informations techniques, aux outils analytiques et à la formation.

Les clients, et plus largement les transformateurs de verre, revendeurs, architectes, prescripteurs et installateurs peuvent désormais bénéficier d'un accès en ligne 24 h/24, 7 j/7 à la plateforme de services techniques Guardian Glass, une nouvelle plateforme numérique qui offre une multitude d'informations techniques sur le verre, ainsi que des outils d'ingénierie, d'analyse et de spécification, des ressources marketing et une formation interactive, le tout en un seul endroit.

[En apprendre plus](#)

Norra Tornen

Norra Tornen est un ensemble résidentiel de deux tours hautes et modernes, situé dans le quartier de Vasastaden, à Stockholm. La tour mesure 125 mètres de haut (410 pieds), avec 38 étages.

[Découvrir le projet](#)

Verre incurvé

Une flexibilité de conception sans compromettre les performances énergétiques.

Le verre incurvé permet aux concepteurs de se démarquer avec de nouvelles constructions ou rénovations qui changent des bords, des coins et des surfaces planes de la plupart des façades.

[Lire l'article](#)

What's new

Rendre le verre plus clair que jamais chez Guardian - Clarity™ Neutral

Développé pour répondre au désir croissant d'une plus grande transparence et d'un verre d'apparence neutre, Guardian Clarity™ Neutral est un nouveau verre antireflet de pointe destiné à un large éventail d'applications commerciales.

[Lire l'interview](#)

Difficultés techniques liées au verre pour les bâtiments très hauts

On a souvent tendance à considérer le verre comme une évidence dans les aspects techniques pour les bâtiments très hauts (c'est-à-dire les gratte-ciel de plus de 600 mètres de haut). Pourtant, le vitrage high-tech à haute résistance qui couvre les très hauts immeubles d'aujourd'hui, tels que le Burj Khalifa à Dubaï, est tout aussi important pour la performance du bâtiment que l'acier et le béton.

[Découvrir l'article](#)

Here's our first newsletter of 2023!

Let us guide you through the latest Guardian Glass articles. We wish you a pleasant reading!

The new Guardian Glass Resource Hub

Offers 24/7 online access to technical information, analytical tools and training.

Customers and the wider glass community of fabricators, wholesalers, architects, specifiers, glaziers and installers can now benefit from 24/7 online access to the Guardian Glass Resource Hub, a new digital platform that offers a wealth of technical information on glass, as well as engineering, analytical and specification tools, marketing resources and interactive training - all in one place.

[Let's have a look](#)

Massachusetts Department of Transportation

Guardian SunGuard high performance glass helps Massachusetts Department of Transportation pursue net zero.

[Discover the project](#)

Curved glass

Design flexibility without compromising on energy performance.

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

[Learn more](#)

What's new

Guardian launches SunGuard® SNR 35 and SunGuard® SNR 50 coated glass

New products balance neutral silver color with optimal reflectivity.

Guardian Glass North America has launched two new products in its commercial range of double silver coated glass: SunGuard® SNR 35 and SunGuard® SNR 50 coated glass.

[Read the article](#)

Guardian Glass signs agreement to acquire Vortex Glass

Guardian Glass ("Guardian") and Vortex Glass ("Vortex") have announced an agreement for Guardian to acquire the assets of Vortex, a Miami, Florida fabrication business. The transaction is expected to close on January 23, 2023.

[Discover the article](#)

Guardian Glass honors customers

More than 40 projects recognized at Guardian Glass Commercial Project Awards. Guardian Glass North America honored the glaziers and fabricators of seven commercial projects at its 6th annual Commercial Project Awards event.

[Read more](#)

Aquí está nuestra primera newsletter de 2023

Permítanos guiarle a través de los últimos artículos de Guardian Glass. ¡Le deseamos una agradable lectura!

El nuevo Centro de recursos de Guardian Glass

Ofrece acceso online ininterrumpido a información técnica, herramientas de análisis y formación.

Los clientes y la comunidad del vidrio en general, formada por fabricantes, mayoristas, arquitectos, prescriptores, vidrieros y distribuidores, pueden beneficiarse ahora del acceso online ininterrumpido al Centro de recursos de Guardian Glass, una nueva plataforma digital que ofrece una gran cantidad de información técnica sobre el vidrio, así como herramientas de ingeniería, análisis y especificación, recursos de marketing y formación interactiva. Todo en un solo lugar.

[Echemos un vistazo](#)

Norra Tornen

Norra Tornen es un conjunto de dos torres residenciales modernas ubicados en el distrito de Vasastaden, Estocolmo.

[Descubre el proyecto](#)

Vidrio curvo

Flexibilidad para diseñar sin comprometer el rendimiento energético.

El vidrio curvo permite a los diseñadores destacar con nuevas combinaciones de materiales que se desmarcan de los bordes rectos y las superficies planas que se emplean en la mayoría de fachadas.

[Más información](#)

What's new

Vidrio más transparente que nunca: Guardian Clarity™ Neutral

Desarrollado para satisfacer la creciente demanda de vidrio de aspecto neutro y más transparente, Guardian Clarity™ Neutral es un nuevo vidrio con capa antireflectante avanzada para una amplia gama de aplicaciones comerciales.

[Lea la entrevista](#)

Desafíos técnicos del vidrio para los edificios de gran tamaño

Sin embargo, el acristalamiento de alta tecnología y alta resistencia que cubre los edificios de gran tamaño actuales, como el Burj Khalifa de Dubái, es tan importante para el rendimiento del edificio como el acero y el hormigón de su interior.

[Lea el artículo](#)

De un lienzo blanco, a una fachada real - sin sorpresas

Hier ist unser erster Newsletter 2023!

Was gibt es Neues bei Guardian Glass? Wir stellen es Ihnen gern vor!

Der neue Guardian Glass Resource Hub

bietet rund um die Uhr Online-Zugriff auf technische Informationen, Analysetools und Schulungen.

Unsere Kunden die Glaserarbeiter, Großhändler, Architekten, Planungsbüros, Glaser und Händler können jetzt rund um die Uhr via Internet auf das Guardian Glass Resource Hub zugreifen. Es handelt sich dabei um eine neue digitale Plattform, die eine Fülle von technischen Informationen rund um Glas sowie einige interessante Werkzeuge zur analytischen Ermittlung von Daten zur Glasspezifizierung bietet sowie außerdem, ebenfalls sehr interessante Marketing-Ressourcen und interaktive Schulungen bietet.

[Sehen wir es uns gemeinsam an](#)

Norra Tornen

Norra Tornen ist ein modernes, aus zwei Wohntürmen bestehendes Hochhaus im Stockholmer Stadtteil Vasastaden.

[Hier geht's zum Projekt](#)

Gebogenes Glas

Designflexibilität ohne Kompromisse für eine effektive Energieleistung

Mit gebogenem Glasstrukturen, die sich von den herkömmlichen quadratischen, rechteckigen und flachen Oberflächen der meisten Fassaden abheben, können Designer für Neukonstruktionen oder auch einem Glasrenovierung ein herausragendes Statement setzen.

[erfahren dazu mehr](#)

What's new

Guardian macht Glas transparenter als je zuvor - Clarity™ Neutral

Guardian Clarity™ Neutral wurde entwickelt, um dem wachsenden Wunsch nach transparenter, neutral wirkenden Gläsern gerecht zu werden. Es handelt sich dabei um ein neues, hochentwickeltes, beschichtetes Antireflectglas für eine breite Palette von kommerziellen Anwendungen.

[Lesen Sie das Interview](#)

Technische Herausforderungen von Glas bei „Megatal“-Wolkenkratzern

Glas für Megatal-Wolkenkratzer ist, in Wolkenkratzer über 600 Meter Höhe wird in Bezug auf seine technischen Funktionen oft als Selbstverständlichkeit angesehen. Doch die hochtechnische, extrem feste Verglasung, die für die heutigen Megatal-Wolkenkratzer - wie den Burj Khalifa in Dubai - verwendet wird, ist für die Leistung des Gebäudes ebenso wichtig, wie auch der Stahl und der Beton im Inneren.

[Lesen Sie den Artikel](#)

Le laser vert toujours plus convaincant : et vos projets ?



Considération

C'est le **rendez-vous récurrent** de Laser Rhône Alpes sur le laser vert. Les progrès rapides de cette technologie et les processus et expérimentations de Laser Rhône Alpes sont au programme de cette newsletter. Le nerf de la guerre? **Prouver leur expertise** et leur savoir-faire sans trop s'autopromouvoir, et **adapter le niveau** du contenu à leur cible.



Coup d'accélérateur sur le laser vert chez Laser Rhône Alpes

Vous l'avez déjà constaté dans le cadre de vos projets : en plus d'être adaptée à de nombreux métaux, la soudure laser est un procédé d'une précision et d'une esthétique uniques. Et elle n'a même pas encore révélé son plein potentiel...

De nombreux progrès sont en effet en cours de réalisation. La **soudure laser de matériaux dissemblables**, mais aussi de métaux très réfléchissants comme l'or ou le cuivre, sont en pleine évolution. Et la **technologie du laser vert**, que nous continuons d'expérimenter chaque jour, est sur le point de changer la donne !



Un potentiel et des bénéfices prouvés

La particularité du laser vert ? Sa **longueur d'onde**. Celle-ci est en effet divisée par deux par rapport aux lasers infra rouge classiques, passant de 1064 nm à seulement 515 nm. Son faisceau est ainsi mieux absorbé par les **matériaux à fort coefficient de réflexion**.

Pour tester ces propriétés exceptionnelles, des essais ont été réalisés notre ingénieur en recherche et développement. Et les résultats ne se sont pas fait attendre ! Rapidement, le laser vert s'est révélé très efficace dans le cadre des **soudures cuivre et aluminium**, qui sont d'une importance capitale dans le secteur de la mobilité.

Nous avons également pu réaliser une étude comparative de la soudabilité du cuivre et de l'acier inoxydable entre laser vert et laser infrarouge.

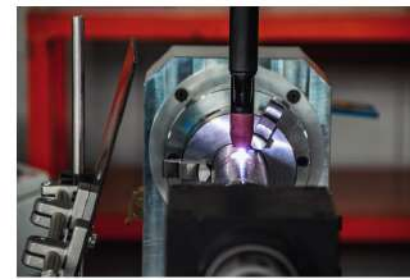


sécuritaires.

Le paramétrage a démarré début octobre. Même si notre objectif est d'avoir une machine parfaitement opérationnelle à la fin du premier semestre 2024, elle peut déjà **prendre en charge vos premiers projets** !

Le sujet vous intéresse ?

[Contactez-nous !](#)




Retour sur les PLI Conférences 2023

Organisées par le Club Laser et Procédés (CLP), Les PLI Conférences sont un rendez-vous incontournable dédié aux procédés laser industriels.

Laser Rhône Alpes y a participé, en présentant une **étude comparative de la soudabilité du cuivre et de l'acier inoxydable** entre laser vert et laser infra rouge.


[Découvrez les résultats de l'étude](#)

Et si vous voulez en savoir (encore) plus sur le laser vert, son fonctionnement et ses avantages, téléchargez notre livre blanc !



Comprendre les possibilités inédites du laser vert

[Télécharger le livre blanc](#)



La newsletter



Fidélisation

Ces newsletters mensuelles visent à promouvoir la mise en place d'un service de covoiturage courte distance (domicile-travail). Elles sont à destination des **collectivités** et des **entreprises** – deux segments aux besoins distincts. BlaBlaCar adapte son approche éditoriale à chacun.



La Newsletter BlaBlaCar Daily

Qui dit fin d'année, dit bilan ! Et cette année, l'union de Klaxit et BlaBlaCar Daily a fait la force. Résultats : une belle synergie, une double expertise et une communauté décuplée, pour toujours plus d'opportunités !

Et les chiffres parlent d'eux-mêmes : grâce à vous et à nos **400 entreprises partenaires**, voici ce que nous avons pu accomplir ensemble.

Nos succès en partageant la route en 2023

- 552 321 trajets réalisés chaque mois sur BlaBlaCar Daily** Soit **70 %** des trajets de l'ensemble des covoiturages réalisés en France*.
- Ce qui équivaut à **18 411 trajets** par jour à travers la France !
- 143 604 344 km parcourus** C'est comme réaliser 3590 fois le tour de la Terre ou parcourir **373 fois le trajet Terre-Lune**. En covoiturant, évidemment. [Découvrir le baromètre](#)
- 27 572 tonnes de CO₂ économisées***** Soit une empreinte carbone nulle pour une ville de **3 000 personnes****.
- 179 nouvelles entreprises partenaires en 2023** 3 régions particulièrement représentées : l'**Île-de-France**, la **Normandie** et le **Pays de la Loire**.
- 44 170 551 de pleins d'essence en moins** En se basant sur une consommation moyenne de 6,5 L/100 km et en supposant une capacité moyenne de réservoir de 50 L. Des **économies** pour tous !

Artots-Mobilités **National toujours plus dense**

« Le covoiturage multiplie les possibilités de mobilité dans les zones françaises les plus rurales et BlaBlaCar Daily permet aux collaborateurs et collaboratrices de se mettre en relation grâce à un vaste réseau en développement depuis des années, pour une alternative efficace à l'autosolisme. »

Eva Stel, Business Development Representative chez BlaBlaCar Daily

L'État et l'ADEME lancent la **charte d'engagement des employeurs** en faveur du covoiturage !

Rejoignez Carrefour, Auchan, Mobivia, Norauto et bien d'autres en signant cette charte qui témoigne de votre soutien dans la **promotion du covoiturage auprès de vos collaborateurs**.

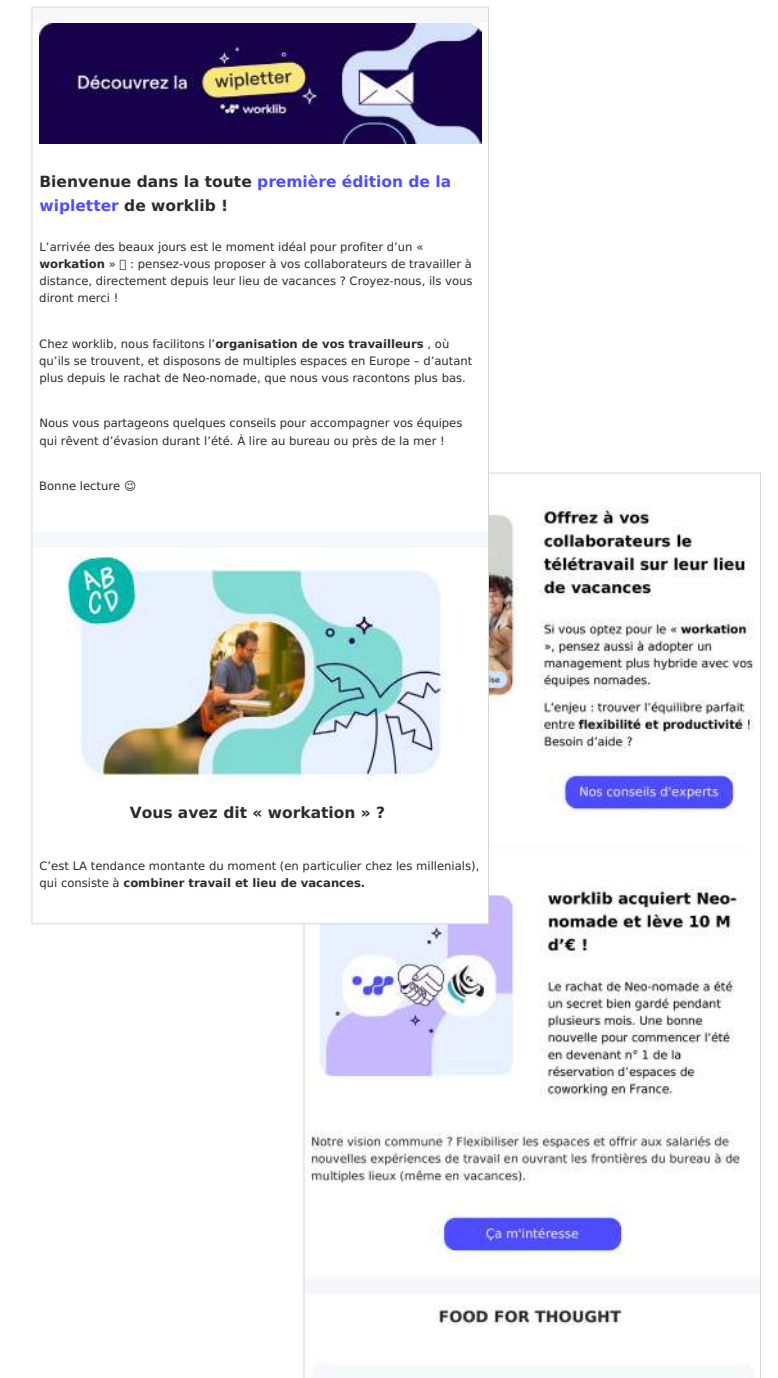
[Je signe la charte en faveur du covoiturage](#)


La wipletter



Fidélisation

Avec cette newsletter, worklib **se positionne comme LA référence** du travail hybride. Chaque épisode est enrichi d'une série d'**articles** et de **contenus premium** de fond permettant de mieux comprendre des thèmes aussi variés que l'ABW (Activity-Based Working), le workspitality...



Découvrez la **wipletter** 

Bienvenue dans la toute première édition de la wipletter de worklib !

L'arrivée des beaux jours est le moment idéal pour profiter d'un « **workation** » [] : pensez-vous proposer à vos collaborateurs de travailler à distance, directement depuis leur lieu de vacances ? Croyez-nous, ils vous diront merci !

Chez worklib, nous facilitons l'**organisation de vos travailleurs**, où qu'ils se trouvent, et disposons de multiples espaces en Europe - d'autant plus depuis le rachat de Neo-nomade, que nous vous racontons plus bas.

Nous vous partageons quelques conseils pour accompagner vos équipes qui rêvent d'évasion durant l'été. À lire au bureau ou près de la mer !

Bonne lecture ☺

Vous avez dit « workation » ?

C'est LA tendance montante du moment (en particulier chez les millenials), qui consiste à **combinaison travail et lieu de vacances**.

Offrez à vos collaborateurs le télétravail sur leur lieu de vacances

Si vous optez pour le « **workation** », pensez aussi à adopter un management plus hybride avec vos équipes nomades.

L'enjeu : trouver l'équilibre parfait entre **flexibilité et productivité** ! Besoin d'aide ?

[Nos conseils d'experts](#)

worklib acquiert Neo-nomade et lève 10 M d'€ !

Le rachat de Neo-nomade a été un secret bien gardé pendant plusieurs mois. Une bonne nouvelle pour commencer l'été en devenant n° 1 de la réservation d'espaces de coworking en France.

Notre vision commune ? Flexibiliser les espaces et offrir aux salariés de nouvelles expériences de travail en ouvrant les frontières du bureau à de multiples lieux (même en vacances).

[Ça m'intéresse](#)

FOOD FOR THOUGHT

Bornes de recharge électriques : quels bénéfices pour le secteur de l'hôtellerie ?



Considération

Une landing page qui invite au téléchargement d'un livre blanc sur les bénéfices de la mise en place de bornes de recharge pour le secteur de l'hôtellerie : vrai **atout différenciant** mais aussi un canal de revenu supplémentaire pour vos établissements.

[Voir le contenu](#) →

DRIVECO

Bornes de recharge électriques : Quels bénéfices pour le secteur de l'hôtellerie ?

L'installation obligatoire de bornes de recharge électriques sur les parkings des hôtels est une mesure clé de la loi LOM. En plus de démontrer votre engagement envers la transition énergétique, cette exigence législative est un **avantage concurrentiel** à ne pas négliger :

- Améliorer, nettement, la **satisfaction** de vos clients.
- Créer de **nouvelles sources de revenus** directes et indirectes.
- Élaborer une **stratégie marketing** ciblée grâce à l'utilisation de la data.

Télécharger le guide et découvrez comment exploiter les avantages des bornes de recharges dans votre établissement.

Télécharger le contenu

Prénom: [D] Nom: [D]
Email: [D] N° téléphone: [D]
Adresse: [D] Poste: [D]

Recevez nos conseils et informations via ce formulaire pour répondre à votre demande. Vos données seront conservées pendant 30 jours à compter de votre dernier contact avec Driveco (mail et/ou demande de renseignements) avant d'être supprimées. Elles ne seront utilisées que pour les services contractés avec Driveco.

Les enseignements clés

- 53 % des français affirment que la présence ou l'absence de bornes de recharges électriques influence leur choix d'hôtel.
- 34,6 % d'augmentation des ventes de véhicules électriques entre 2022 et 2023.
- 3 manières d'intégrer les données des bornes de recharge dans votre stratégie marketing.

ils nous font confiance

NOVOTEL | ibis | [Logo] | [Logo] | SOFRA

" La clientèle hôtelière a souvent besoin de pouvoir recharger un véhicule électrique pour continuer son voyage. C'est devenu une nécessité pour ces hôtes d'avoir accès à une borne de recharge dans l'établissement choisi. "

Olivier Lorry
Directeur Technique du groupe SOFRA

DRIVECO
© 2024 Driveco | Tous droits réservés.

10 heating choices compared: save energy, cut costs & meet regulations



Décision

2^e contenu d'une campagne awareness plancher chauffant et **premier contenu gated** après avoir remis à plat les réglementations dans le domaine du chauffage dans le tertiaire, quelles sont les grandes solutions de chauffage adéquate ? On parle beaucoup des pompes à chaleur et des planchers chauffants, mais quels sont les rendements ? Peuvent-ils vraiment aider à rafraîchir également les bâtiments ? Réponses chiffrées.

[Voir le contenu](#) →

10 heating choices compared: save energy, cut costs & meet regulations

Download the practical sheet

Find out the best heating choices aligned with the European Green Deal. Download our practical guide.

First Name: [D]
Last Name: [D]
Email: [D]
Company Name: [D]
Industry Type: [D]
Country: [D]
Select: [D]
Language: [D]
French

I want to be informed about Aalberts Hydronic Flow Control (Comap / Flamco) news and events.
 I agree to the processing of my personal data. Aalberts Hydronic Flow Control attaches importance to your privacy.

Submit

As you know, European Green Deal regulations (Energy Performance Building Directive, Renewable Energy Directive...) are unavoidable necessities. In line with the targets set, we have 30 years to reduce our energy consumption by 40%. No more, no less! Heating accounts for the largest share of household energy consumption in the EU - 62.8% of final consumption - so it's time to act fast.

The performance of a heating solution plays a crucial role in determining its efficiency and the amount of energy it wastes. The aim is to reduce energy consumption, cut costs and ensure compliance with regulations.

So, radiator? Underfloor heating? Heat pump? Heat pumps have been shown to be up to six times more efficient than traditional electric radiators. Greater efficiency means lower energy consumption and, consequently, lower electricity bills.

Want more details? Discover the full practical guide here

Aalberts hydronic flow control
comap flamco

cookie policy | privacy policy | disclaimer

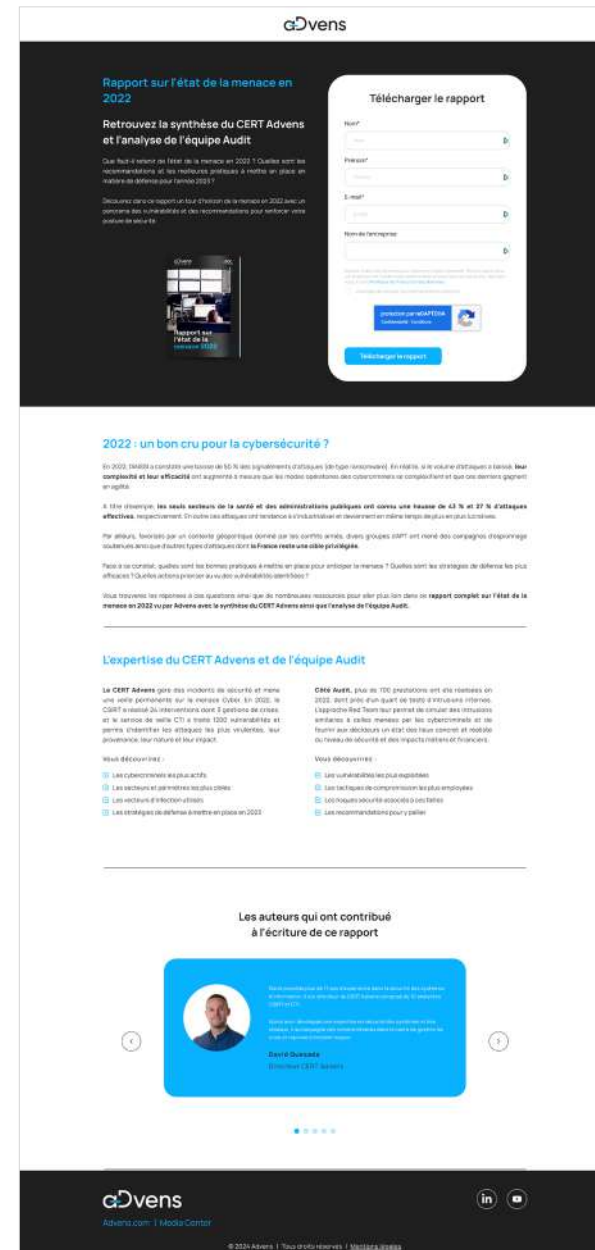
Rapport sur l'état de la menace en 2022



Fidélisation

Une landing page qui invite les SOC Manager, DSI et RSSI plutôt mature à télécharger un rapport complet sur l'état de la menace en 2022 vu par Advens avec la **synthèse du CERT Advens** ainsi que l'analyse de l'équipe Audit.

[Voir le contenu](#) →



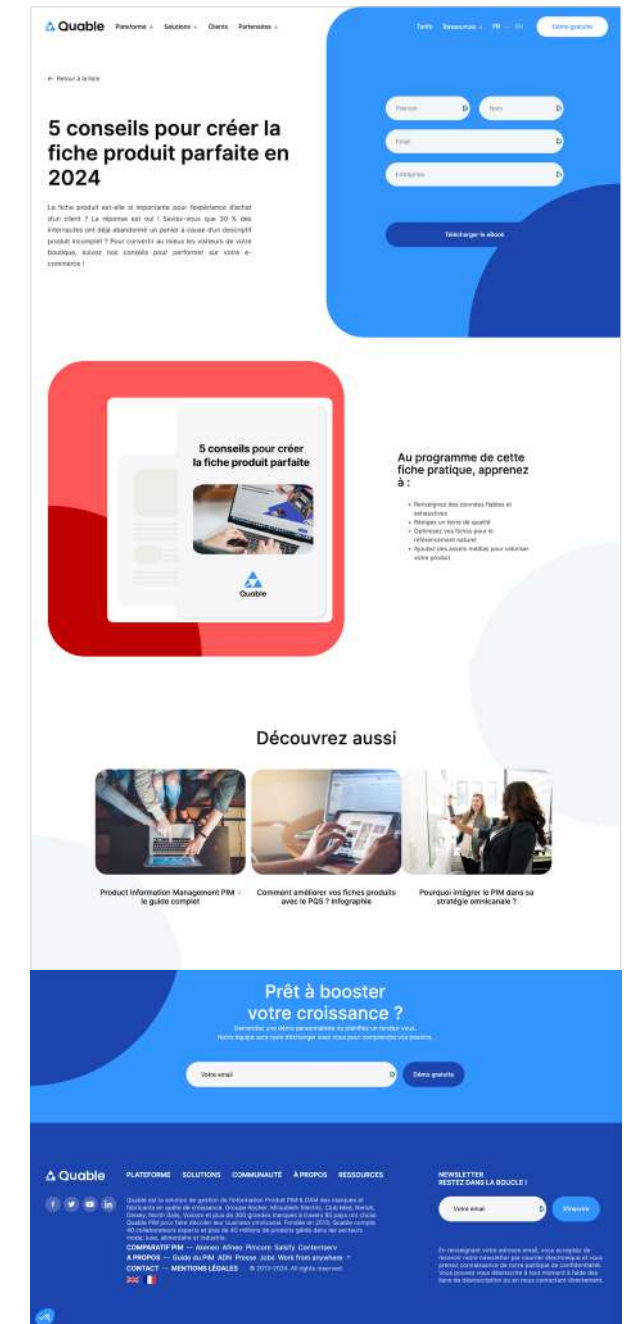
5 conseils pour créer la fiche produit parfaite



Notoriété

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 puce permet de donner plus d'éléments au visiteur qui hésiterait encore à **passer à l'action**.

[Voir le contenu](#) →



Blog posts

Bienvenue aux racines du Content Marketing : les articles de blog. SEO, pédagogie et expertise, recyclage de contenus longs, maintenance, actualisation et nurturing des prospects : les blog posts jouent encore un rôle clé dans la génération de demande. Un must-have pour votre patrimoine de contenus !

Kits de contenus

Ebooks et guides pratiques

Downloadables

Assessment

Vidéos

Cas client

Infographies et formats visuels

LP, E-mails & NL

Blog posts

Dispositifs SEO

Social Media

Refontes de site

Blogs / Resources center

Pages Offres

Sales Content

Traduction automatique : quel rôle pour le développeur front-end ?



Notoriété

Zoom sur le métier d'ingénieur de développement qui se cache derrière la traduction automatique. Ces **deux articles** qui humanisent la machine font partie d'un **ensemble thématique de contenus** sur les métiers de la traduction automatique.

[Voir le contenu](#) →

daily mt Accueil | Article | Car d'usage | Livres blancs | Vidéo | Webinaire | Événement

Traduction automatique : quel rôle pour le développeur front-end ?

Technos de traduction

Traduction automatique : quel rôle pour le développeur front-end ?

Le développeur front-end est un ingénieur en développement informatique chargé d'assurer et de faciliter l'expérience des utilisateurs. Une partie de ses missions consiste à traduire automatiquement, qui contribue à rendre fonctionnelle, agréable et simple d'utilisation, votre site et ses missions.

Travailler en "sprint"

Chez SYSTRAN, les développeurs front-end travaillent selon la méthode Agile, sous la forme d'un sprint de 2 semaines :

- Chaque développeur reçoit un nombre de tickets, correspondant à des tâches à réaliser (des bugs à corriger, des tests, un thème ou encore l'implémentation d'une nouvelle fonctionnalité). Durant ces 2 semaines de sprint, il travaille sur ses propres tickets attribués.
- Des daily meetings sont organisés pour vérifier l'avance des sujets et pour discuter d'éventuels problèmes et de résolutions rapides.
- L'organisation de leur charge de travail se fait en priorisant : chaque ingénieur fait une proposition du nombre de jours nécessaires pour réaliser une tâche, puis l'ensemble de l'équipe confirme leurs estimations pour passer à son contenu.

Travail en équipe

Les développeurs front-end travaillent en équipe. Ils s'entraident sur les points bloquants, et fonctionnent parfois en duo sur des implémentations – un partie client de leur programmation.

Amélioration de l'expérience utilisateur : deux sources possibles

L'attribution des tâches demandées aux développeurs peut être interne ou externe :

1. La demande est interne : l'entreprise souhaite améliorer l'expérience utilisateur, challenger l'existant ou renouveler les anciennes fonctionnalités pour que les interfaces de traduction restent de dernière génération sur le marché.
2. La demande est externe : le besoin est remonté par un client, il s'agit alors de faciliter l'utilisation d'un produit dans le cadre de projets opérationnels, de s'adapter aux nouvelles technologies et aux dernières mises à jour.

2 exemples concrets du rôle de développeur front-end

Le Translate Box pour traduire en ligne

Chez SYSTRAN, l'interface utilisateur est intuitive et permet de traduire directement depuis le site. Cette Translate Box est le résultat notamment du travail du développeur front-end :

Optimiser l'expérience utilisateur...

Le rôle du développeur front-end a été de concevoir et de construire la logique de navigation (disposition des boutons, présence de clics...) pour que l'interface soit la plus intuitive possible pour les utilisateurs, et l'intégration de contenus fonctionnels et plus, comme les traductions alternatives, basées sur une traduction fiable, a permis d'améliorer le parcours utilisateur.

... via du code

Le langage choisi pour coder l'interface pour les développeurs a une importance toute particulière pour assurer que fonctionnalités mentionnées ci-dessus, l'ingénieur a dû intégrer le langage de programmation vers un format .JSON - JavaScript Object Notation. Il s'agit d'un format Open Source plus facile à manipuler, qui permet plus de fonctionnalités, mais est plus difficile à afficher en termes d'interface.

Le rôle du développeur front-end a donc été de travailler le design de construction et de concevoir un code HTML, depuis un format .JSON. Concrètement, il a dû traduire dans le code du site les fonctionnalités voulues et l'intégrer au code pour la Translate Box.

Le Model Studio pour personnaliser sa traduction

Cette application a permis aux utilisateurs de gagner en autonomie, en rendant accessible ce qui fait les ingénieurs linguistes SYSTRAN : vous pouvez maintenant avoir vos propres moteurs personnalisés sans entrer dans le technique.

Cette application a permis aux utilisateurs de gagner en autonomie, rendant accessible ce qui fait les ingénieurs linguistes SYSTRAN travailler : il est possible maintenant d'avoir ses propres moteurs personnalisés sans entrer dans le technique.

Si les interfaces des solutions SYSTRAN sont fonctionnelles et faciles à utiliser, c'est grâce au travail de nos développeurs front-end. Mais pas seulement : derrière la traduction automatique, il y a de nombreux métiers avec des techniques qui interagissent.

[RECOVER](#)

Repos au travail : rêve ou nécessité ?



Notoriété

Les zones de repos en entreprise sont-elles essentielles ? Lafuma Mobilier répond à cette questions dans cet article, dans le cadre d'une **campagne de promotion** du fauteuil Relax®.

[Voir le contenu](#) →

Lafuma Tous nos produits | **SOINS PLUS** | Produits pro | Tables & Plans extensibles | Matras d'appoint | **100%**

Repos au travail : rêve ou nécessité ?

En 2021, la pandémie a considérablement augmenté le temps de travail des salariés connectés. Après une étude menée par le centre de recherches ADP, ce phénomène a permis d'établir le taux d'heures supplémentaires non rémunérées par semaine, passant de 2,5 heures en 2019 à 3,7 heures.

Et même si ces heures supplémentaires sont souvent effectuées dans le cadre de projets urgents, elles entraînent une baisse de la concentration, de la motivation, de la créativité et de la santé (stress, troubles du sommeil, problèmes de santé). Prendre des temps de repos ou de détente dans votre entreprise peut contribuer à améliorer la santé de vos collaborateurs.

L'expérience de la Siesteria chez LAFUMA MOBILIER

Une certaine énergie est le **Siesteria**, un concept pour recharger ses batteries, que nous avons le plaisir d'accompagner chez LAFUMA MOBILIER.

Au sein d'une Siesteria, nous nous reposons dans un espace agréable qui permet de se ressourcer. Le mobilier est pensé et adapté dans le but de stimuler vos collaborateurs - dans le cadre d'une atmosphère saine, où l'on peut s'échapper et faire la sieste.

Les 3 bienfaits du repos en entreprise Favorable à la productivité

Prendre une sieste régulière en entreprise est bénéfique car elle permet d'améliorer la productivité. Selon une étude menée par **entre 15 et 20 minutes**, les collaborateurs assaillis ou fatigués à court terme. Se détacher du travail augmente l'énergie et améliore la capacité à prendre des décisions.

Les entreprises font partie des entreprises pour favoriser ce point : [Lafuma Mobilier](#) propose des solutions adaptées à votre entreprise et vous aide à améliorer vos performances de 15% et à améliorer votre bien-être.

Saviez-vous que 85 % des mammifères font la sieste en journée ?

Elle est répandue non seulement dans notre espèce, mais elle est la plus courante. Nous avons même pu prouver l'efficacité de la sieste en tant que moyen de régénération contre le stress et les troubles du sommeil.

Le spécialiste de sommeil Eric M. Johns explique que la sieste est un réflexe naturel. Mais la sieste doit être prise au bon moment.

Le corps et l'esprit apaisés

La sieste est un moyen efficace de se détendre et de se ressourcer. Elle permet de réduire le stress et d'améliorer la concentration. Prendre des pauses régulières est bénéfique pour **l'équilibre mental et physique**.

Toutefois, pour profiter pleinement de ces moments de repos, il est important de respecter certaines règles :

- Éviter la sieste trop longue (plus de 30 minutes).
- Éviter la sieste trop tardive (après 15 heures).
- Éviter la sieste trop fréquente (plus de 3 fois par jour).
- Éviter la sieste dans un endroit inconfortable (sur un bureau ou une chaise).
- Éviter la sieste dans un endroit où l'on peut être dérangé.

Choisissez votre technologie de DPM : Marquage Direct de Pièces




Notoriété

Faut-il choisir une machine à graver mécanique ou laser ? Dans cet article complet, Gravotech met en avant les **avantages et inconvénients** des deux technologies pour les acteurs du milieu de la signalétique.

L'article est accompagné d'un comparatif qui reprend tous ses points. On réutilise ce qu'on explique au max !

Voir le contenu



The screenshot shows the Gravotech website's 'Choisissez votre technologie de DPM' page. It features a navigation menu with 'NOUS', 'PRODUITS', 'MATÉRIELS', 'LES APPLICATIONS', 'SUPPORT & RESSOURCES', and 'GRAVOTECH'. The main content area is titled 'Choisissez votre technologie de DPM' and includes a sub-header 'Marquage Direct de Pièces'. Below this, there are three sections: 'Marquage au laser', 'Marquage micro-percussion', and 'Marquage par rayage'. Each section has a 'SPÉCIFICATIONS', 'AVANTAGES', and 'LIMITES' tab. The 'Marquage au laser' section includes a sub-header 'Obtenez notre tableau comparatif des méthodes de DPM' and a 'Technologies' button. The 'Marquage micro-percussion' section includes a sub-header 'Obtenez nos machines de marquage micro-percussion' and a 'Technologies' button. The 'Marquage par rayage' section includes a sub-header 'Obtenez nos machines de marquage par rayage' and a 'Technologies' button.

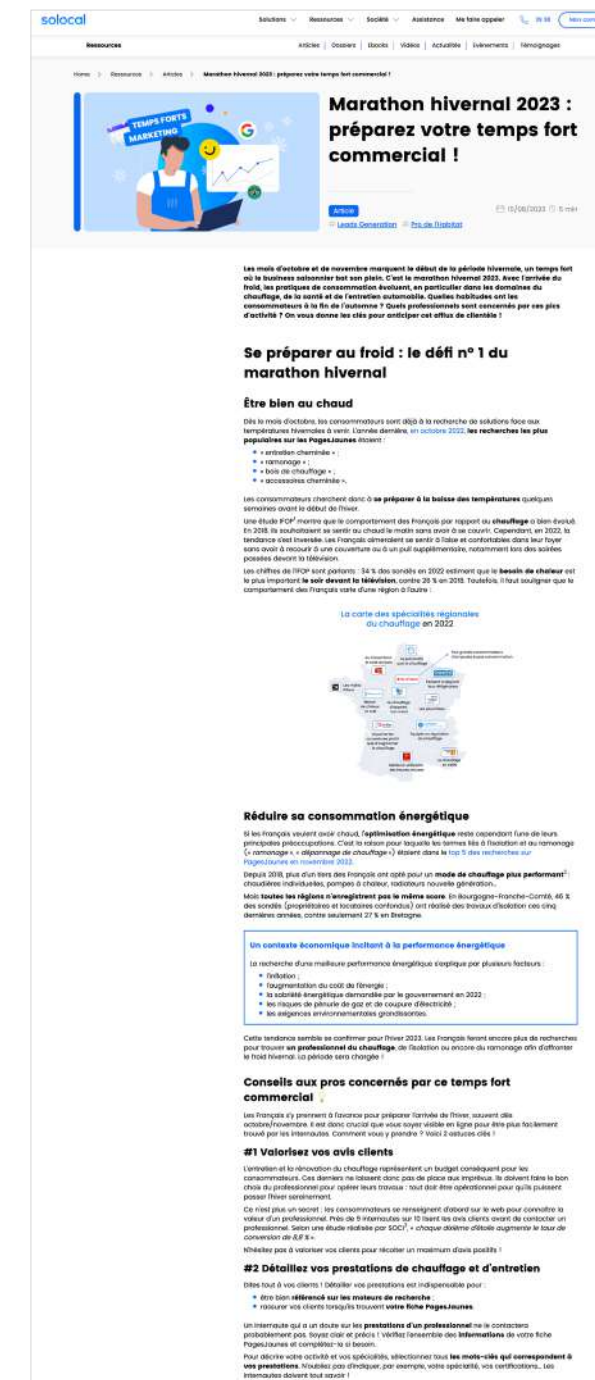
Marathon hivernal 2023 : préparez votre temps fort commercial !



Notoriété

Solocal aide les TPE et PME des secteurs du chauffage, de la santé et de l'automobile à préparer leur **activité saisonnière** avec un article et trois illustrations.

Voir le contenu



The screenshot shows the Solocal website's 'Marathon Hivernal 2023' article. The main headline is 'Marathon hivernal 2023 : préparez votre temps fort commercial !'. Below the headline, there is a sub-header 'Se préparer au froid : le défi n°1 du marathon hivernal'. The article text discusses the challenges of winter for businesses and provides tips for preparing for the winter season. It includes a section titled 'Être bien au chaud' and another titled 'Réduire sa consommation énergétique'. The article also features a map of France showing regional specialties for heating in 2022. The article is dated 03/10/2023 and has 5 min of reading time.

Contrôle qualité du soudage laser : les enjeux, le métier



Notoriété

Laser Rhône Alpes revient dans cet article sur les enjeux des contrôles qualité du soudage laser, cruciaux dans des secteurs tels que l'aérospatial ou le médical. Les lecteurs y découvrent les procédures de contrôle, qui s'adaptent aux normes et exigences de chaque projet. Beau coup de projecteur sur l'expertise de Laser Rhône Alpes.

[Voir le contenu](#)



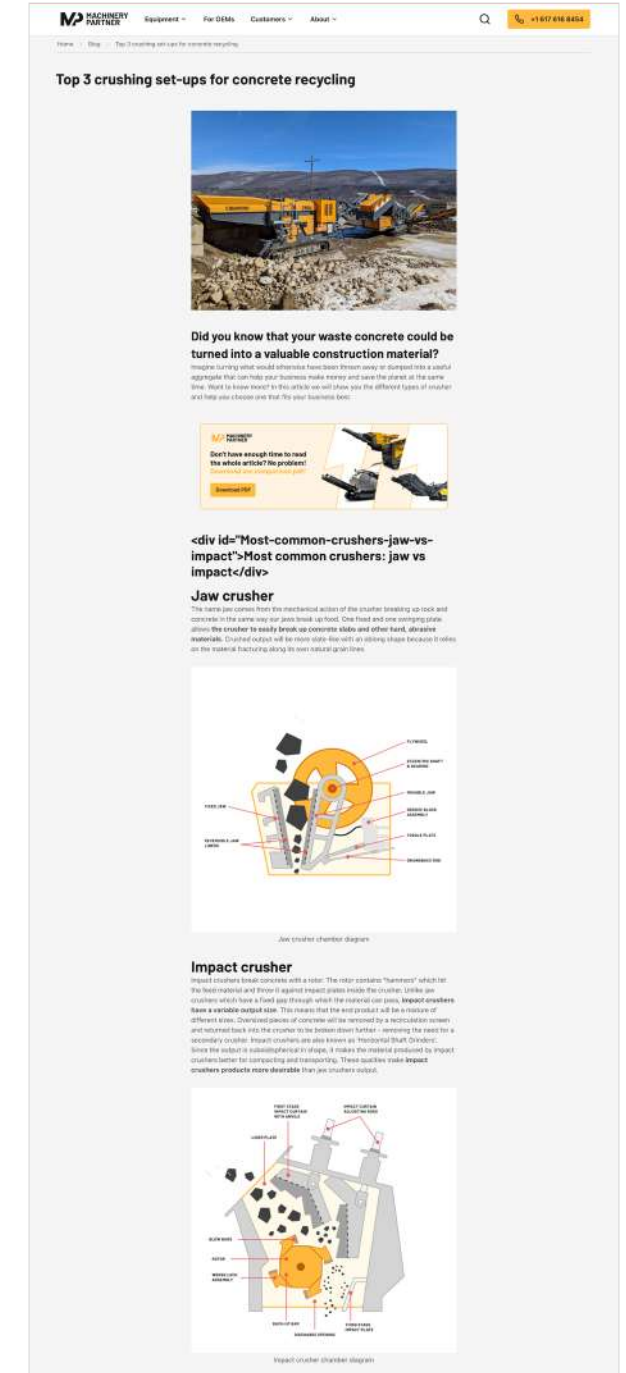
Top 3 crushing set-ups for concrete recycling



Notoriété

Transformer les gravats en matériaux de construction directement sur site à l'aide d'un concasseur, c'est possible ! Machinery Partner présente **trois modèles de machine**, offrant des solutions variées aux besoins spécifiques de ses clients.

[Voir le contenu](#)



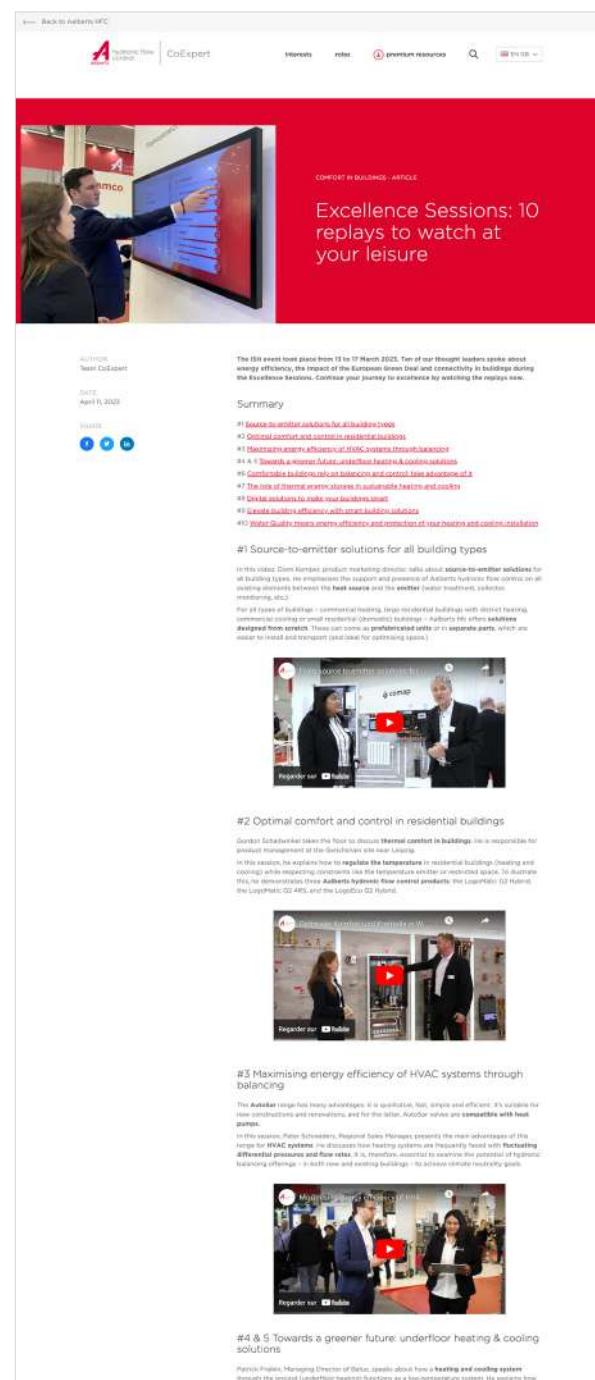
Excellence Sessions: 10 replays to watch at your leisure



Notoriété

Aalberts hfc réutilise ici les vidéos des masterclasses de 10 de ses experts, données en direct lors du salon ISH 2023. L'objectif ? Mettre en valeur l'expertise Aalberts hfc, fournir du contexte sur l'actualité du secteur de l'énergie et améliorer le **référencement SEO**.

Voir le contenu 



The screenshot shows a webpage titled 'Excellence Sessions: 10 replays to watch at your leisure'. It features a list of 10 sessions, each with a video thumbnail and a brief description. The sessions cover topics such as source-to-emitter solutions, optimal comfort and control in residential buildings, maximizing energy efficiency of HVAC systems, and greener future solutions for underfloor heating and cooling.

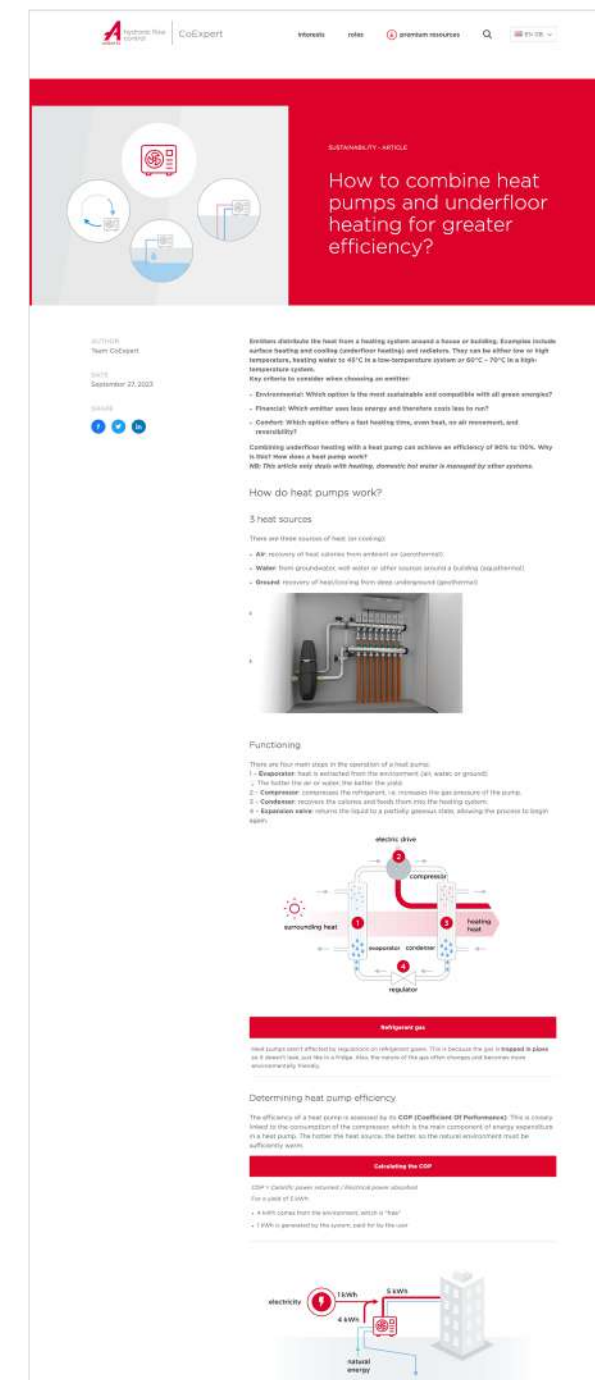
How to combine heat pumps and underfloor heating for greater efficiency?



Considération

Pourquoi combiner pompes à chaleur et planchers chauffants ? Cet article très technique d'Aalberts hfc répond à la question au moyen d'**illustrations sur-mesure**.

Voir le contenu 



The screenshot shows an article titled 'How to combine heat pumps and underfloor heating for greater efficiency?'. It includes a diagram of a heating system with a heat pump, boiler, and radiators. The article discusses the benefits of combining heat pumps with underfloor heating, such as improved efficiency and reduced energy consumption. It also provides technical details on how the system works and how to determine the heat pump efficiency.

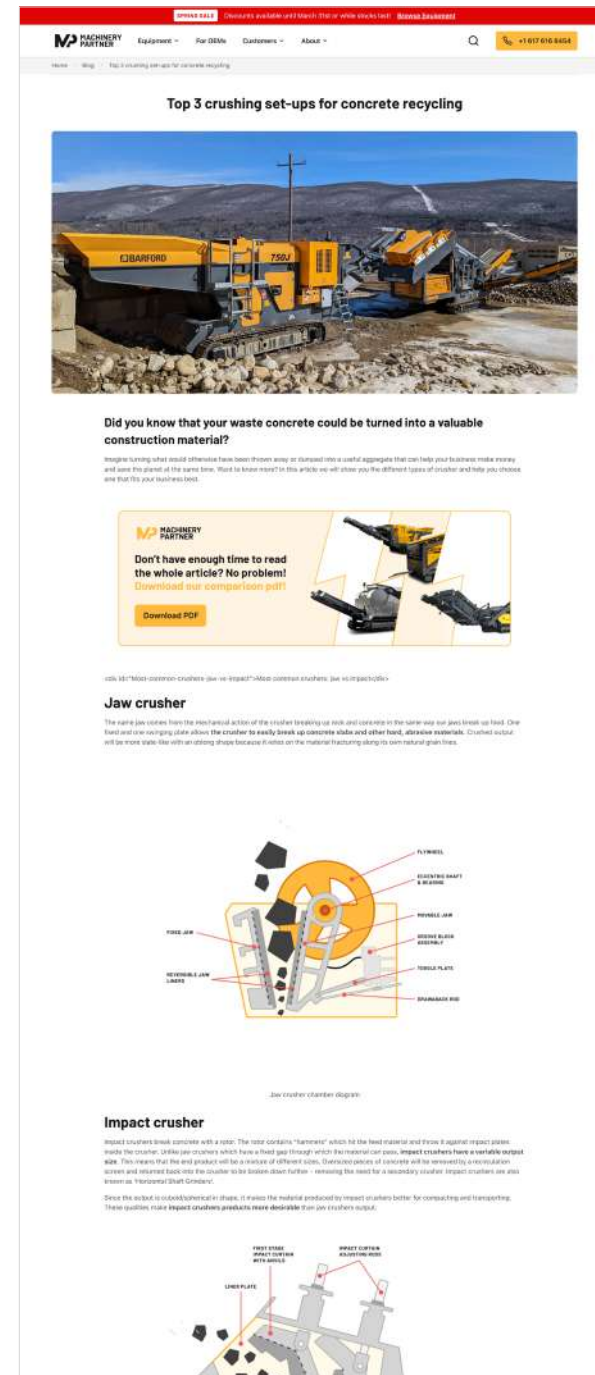
Top 3 crushing set-ups for concrete recycling



Fidélisation

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 !

[Voir le contenu](#) →



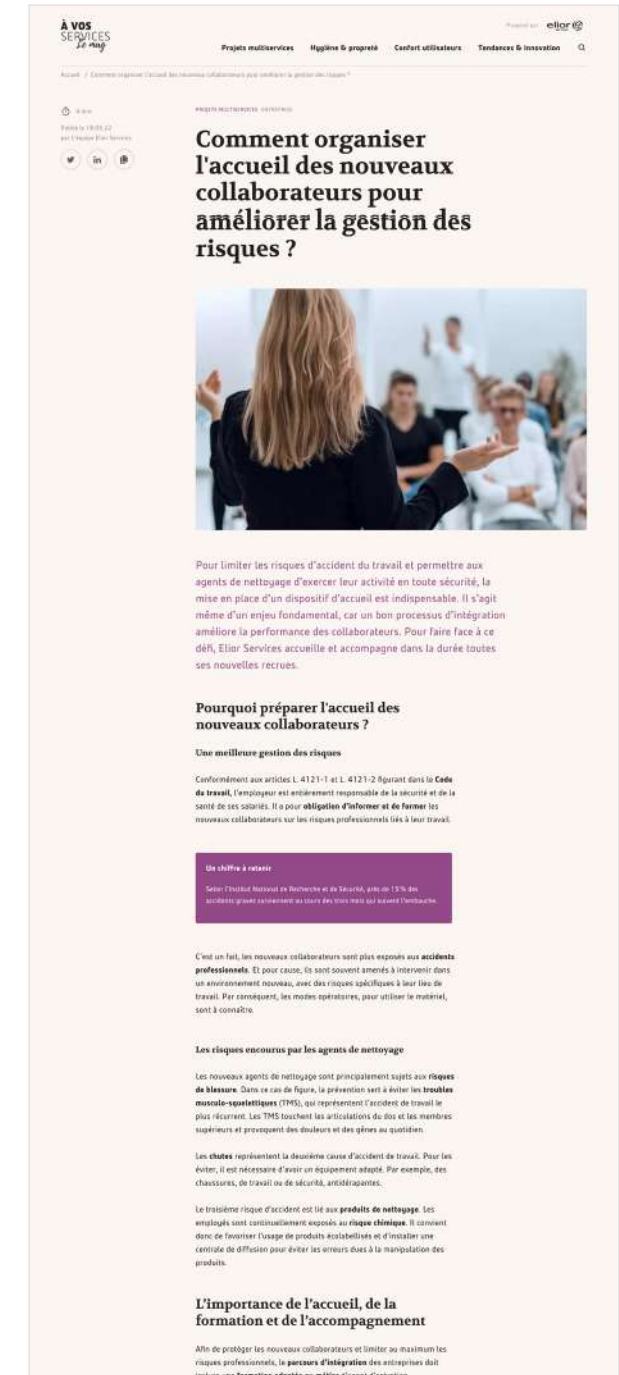
Comment organiser l'accueil des nouveaux collaborateurs pour améliorer la gestion des risques ?



Considération

Ici, Elior rappelle aux directeurs techniques et aux services généraux des entreprises l'importance de la **formation en santé et sécurité** des nouveaux collaborateurs à leur arrivée. Il faut minimiser les risques ! C'est l'occasion de **mettre en avant les process d'Elior Services**, conformes aux normes officielles.

[Voir le contenu](#) →



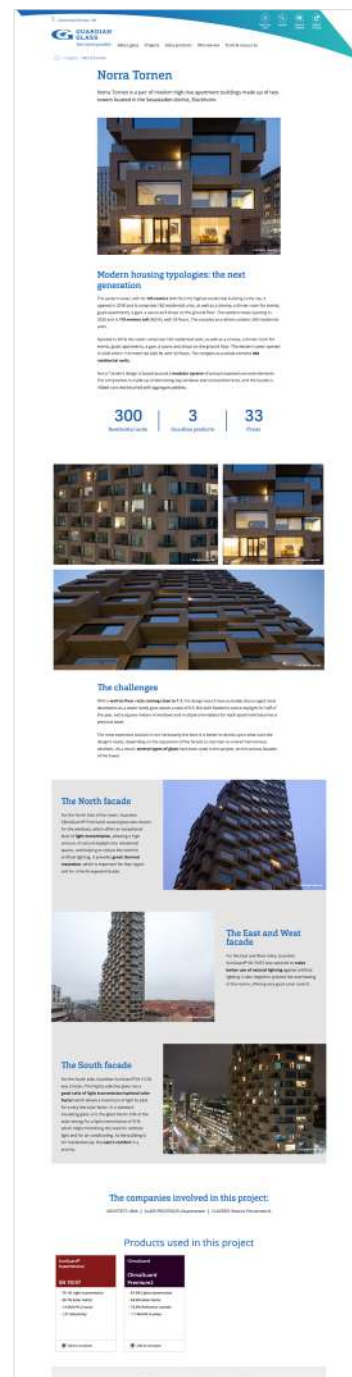
Les projets Highlights Guardian Glass



Notoriété

Guardian Glass met en avant plus d'une dizaine de ses **projets à forte valeur ajoutée** dans des articles révisés et optimisés pour faciliter la lecture. Le but ? Les rendre plus attrayants pour que les **commerciaux** puissent capitaliser dessus.

[Voir le contenu](#) →



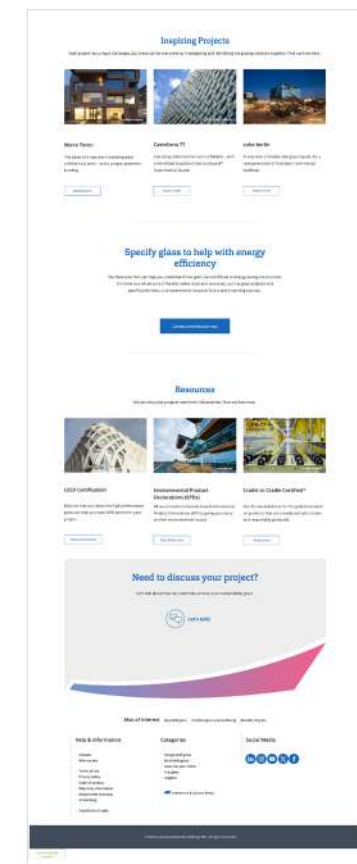
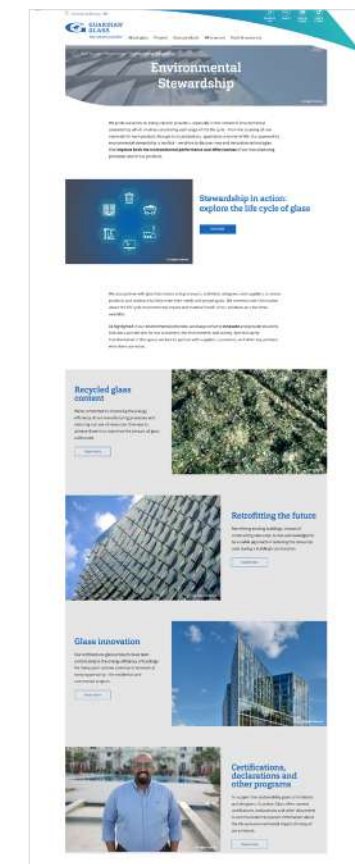
Collection Pages Guardian Glass



Considération

Les contenus se multiplient... et se dispersent. Sur cette **page Hub**, Guardian Glass regroupe tous les contenus **liés à une même thématique** mais situés à divers endroits du le site (blog, études de cas, pages). Ici, la page Hub **valorise les contenus** créés pour une campagne déployée en Europe, en Amérique du Nord et au Moyen-Orient.

[Voir le contenu](#) →



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



Considération

Avis aux gestionnaires de copropriétés ! WeMaintain souligne dans cet article l'importance de la maintenance des ascenseurs pour améliorer le bien-être des résidents et réduire l'isolation des personnes à mobilité réduite. Le but : **convaincre les lecteurs-décideurs** de reconsidérer leur choix de prestataire, en toute subtilité.

[Voir le contenu](#) →



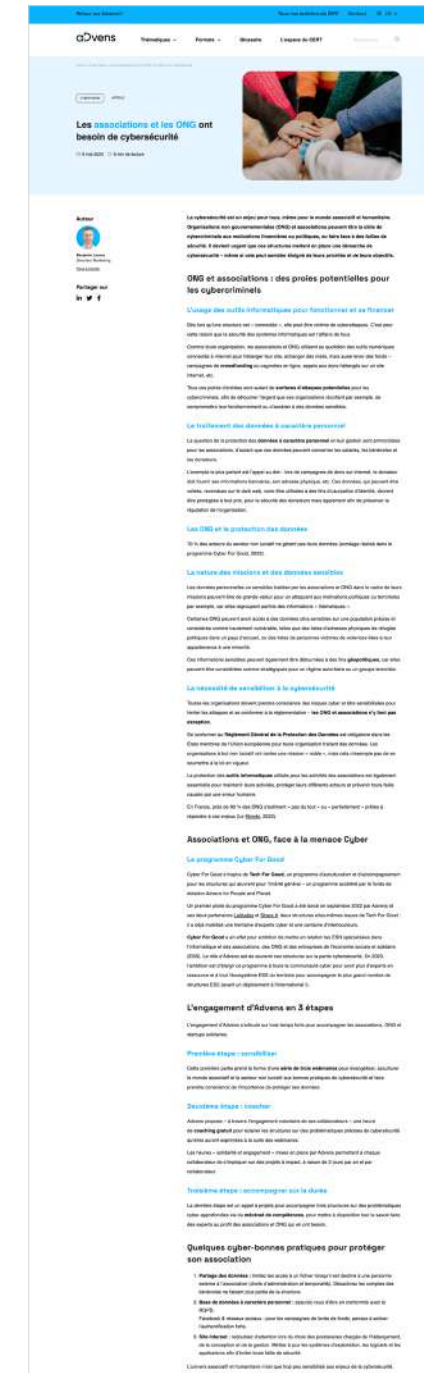
Les associations et les ONG ont besoin de cybersécurité



Notoriété

Les ONG ne sont pas immunes aux **risques cyber**. Ici, Advens **sensibilise ces organisations**, met en avant la nécessité pour elles de se protéger, et explique comment ils peuvent les accompagner avec efficacité.

[Voir le contenu](#) →



Dispositifs SEO

Pour avoir le meilleur référencement possible sur Google, les pages de site et les articles de blog ne suffisent pas toujours. Les formats spécifiques au SEO, comme les cocons sémantiques, les pages piliers et les glossaires, sont là pour y remédier !

Kits de contenus

Ebooks et guides pratiques

Downloadables

Assessment

Vidéos

Cas client

Infographies et formats visuels

LP, E-mails & NL

Blog posts

Dispositifs SEO

Social Media

Refontes de site

Blogs / Resources center

Pages Offres

Sales Content



Nous avons travaillé sur un cocon sémantique afin d'occuper les résultats de recherche Google sur une thématique très compétitive. 1 mois après l'implémentation, nous sommes aujourd'hui en **position 0 sur une requête informative stratégique**, mais aussi plusieurs mots-clés en première position et dans le top 3. Ces nouvelles positions nous ont permis d'**augmenter de 25 % notre trafic organique sur la thématique travaillé**.



Vincent Lombardo
SEO Manager chez Esker



Facturation électronique, Pag pilier + cocon



Notoriété

Fluxym **exploite l'actualité** pour mettre en avant son expertise. Dans ce cocon d'articles, ils rappellent la teneur de la **loi 2026 sur la facturation électronique**, et sensibilise les lecteurs aux avantages et obligations de ce mode de facturation.

Un excellent exemple de cocon co-construit avec des articles rédigés par Fluxym grâce aux formations de notre expert SEO et Copywriting !

Voir le contenu



Fluxym Enjeux Expertise Services Solutions | Ressources Fluxym Contact

Accueil > Facturation électronique : le guide complet

Facturation électronique : le guide complet

Le passage à la facturation électronique est aujourd'hui une étape incontournable pour les entreprises françaises. Car oui, il deviendra bientôt obligatoire pour elles d'émettre et de recevoir des factures électroniques ! L'application de la réglementation était d'abord prévue pour le 1^{er} juillet 2024, mais elle a été reportée entre 2025 et 2027 selon la taille des entreprises. Tour d'horizon de ce nouveau fonctionnement.

- Connaissance Fournisseurs
- Contrôle des dépenses
- Facturation électronique en 2026
- Gestion du risque fournisseurs
- Visibilité des dépenses

Qu'est ce qu'une E-Facture ?

L'e-facture, ou facture électronique, est un élément clé de la transformation numérique des entreprises et des administrations publiques. Remplaçant la traditionnelle facture papier ou PDF simple, ce document numérique doit être transmis, reçu et archivé sous forme électronique.

Mais au contraire de la facture traditionnelle papier, l'e-facture est **standardisée** : ses données peuvent donc être traitées rapidement et facilement par les humains comme par les systèmes informatiques !

La facturation électronique pour améliorer les délais de paiement

Après avoir passé la **facture électronique à la loupe**, vous remarquerez que l'un des avantages de ce format, c'est sa rapidité de traitement. Cela permet d'éviter les retards de paiement, et donc les pénalités et litiges avec les fournisseurs.

Focus sur les enjeux des délais de paiement

Pour le fournisseur, les **retards de paiement** entraînent souvent des problèmes de trésorerie : l'entreprise ne peut alors plus investir comme elle le souhaite, ni se développer efficacement. Elle est aussi contrainte de payer des intérêts sur le remboursement de ses crédits.

Du côté du client, les retards de paiement peuvent entraîner de nombreuses difficultés.

- Les **relations fournisseurs** : la confiance et la relation entre le fournisseur et le client se détériorent ;
- Le **image de marque** : la réputation de l'entreprise est touchée, elle est vue comme un mauvais partenaire commercial. Elle peut aussi être affichée à la vue de tous sur le site du gouvernement (Name & Shame) ;
- Les **sanctions financières** : si les délais de paiement ne sont pas respectés, l'entreprise risque de lourdes amendes et sanctions.

Les **délais de paiement** représentent donc un enjeu majeur pour les entreprises.

La dématérialisation des factures, une opportunité pour les entreprises



Exploration du format Factur-X

Quelle sont les différents formats de factures électroniques disponibles ?

- Le format **Factur-X** est un format de facturation électronique basé sur le langage de programmation XML. Il permet de structurer les données de la facture de manière standardisée et automatisable.
- Le format **UBL** (Universal Business Language) est un langage de programmation XML conçu pour être utilisé dans le cadre de la facturation électronique. Il est basé sur le langage de programmation XML et permet de structurer les données de la facture de manière standardisée et automatisable.
- Le format **Factur-X** est un format de facturation électronique basé sur le langage de programmation XML. Il permet de structurer les données de la facture de manière standardisée et automatisable.

Les avantages de la Factur-X

- Standardisation des données
- Interopérabilité
- Automatisation
- Flexibilité
- Évolutivité
- Facilité d'intégration
- Transparence
- Sécurité
- Fiabilité
- Évolutivité
- Facilité d'intégration
- Transparence
- Sécurité
- Fiabilité

L'obligation de facturation électronique et d'e-reporting



Rapport

Le rapport de facturation électronique est un document clé pour les entreprises et les administrations publiques. Il permet de suivre l'évolution de la facturation électronique et d'identifier les enjeux et les défis à relever.

L'e-reporting et l'e-reporting : de quoi parle-t-on ?

L'e-reporting est un processus de transmission de données de facturation électronique. Il permet de transmettre les données de la facture de manière automatisée et sécurisée.

Les acteurs de la facturation électronique : le FPF, l'OO et la POF

Le **FPF** (Fédération Française des Professions de Facturation) est une association qui représente les intérêts des professionnels de la facturation électronique. Le **OO** (Observatoire de l'Observatoire de l'Observatoire) est un organisme qui surveille l'évolution de la facturation électronique. Le **POF** (Portail de l'Observatoire de l'Observatoire) est un portail qui permet de consulter les données de la facturation électronique.

Fleet management : le guide des petites flottes Page pilier

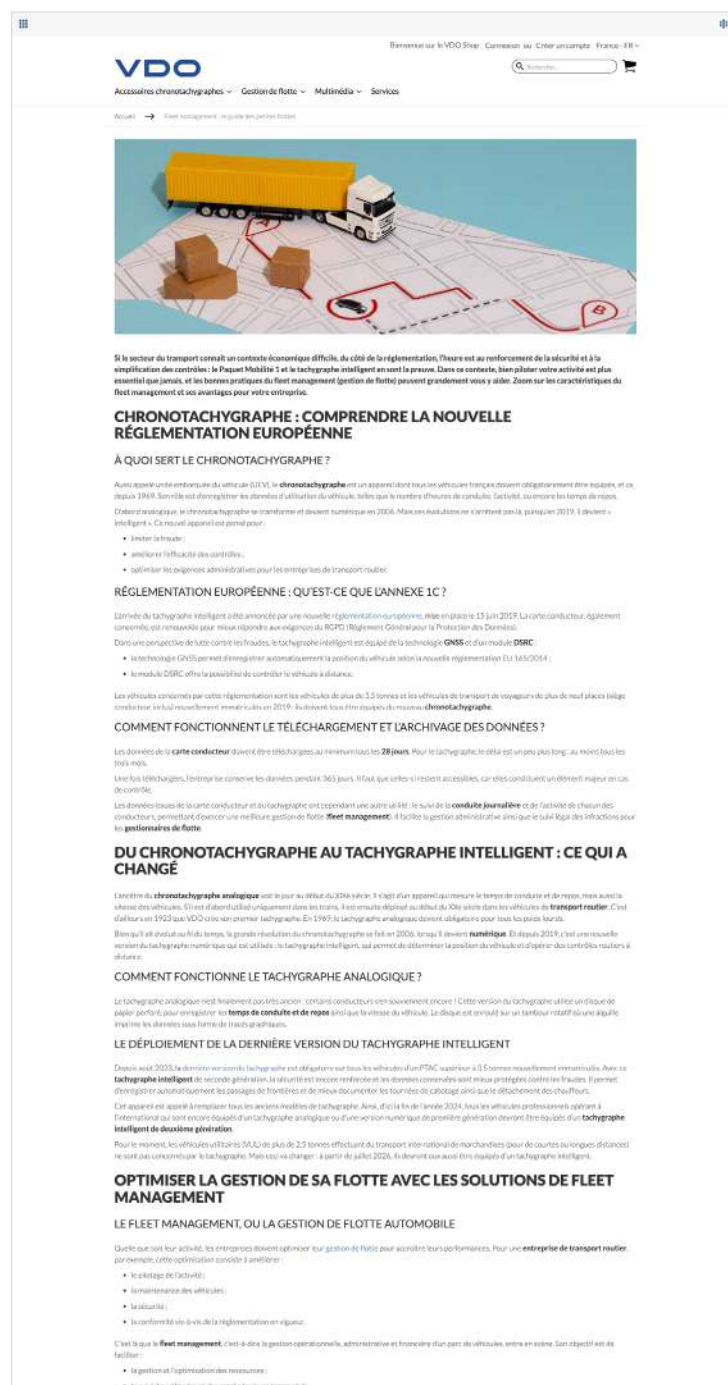


Toutes les étapes du funnel

C'est un autre contenu s'appuyant sur **une nouvelle réglementation**. Continental informe conducteurs et gestionnaires de flotte des changements à venir. L'objectif : positionner la page pilier **en tête des résultats** pour le mot-clé « **paquet mobilité** ». Pour ce faire, elle est optimisée avec Semji et enrichie de nouveaux paragraphes.

Une page qui occupe aujourd'hui la 1^{ère} position Google sur le mot-clé principal « **paquet mobilité** » !

Voir le contenu



Reprise voiture Page pilier + cocon



Notoriété

Avec ce cocon, Starterre présente aux particuliers et aux professionnels les diverses options de reprise de leur voiture dans un secteur très concurrentiel. Au programme : la **maintenance d'une page pilier** existante et **l'enrichissement de son cocon** par plusieurs articles.

Un projet inscrit dans une mission globale d'optimisation SEO, avec maintenance et création de contenu.

Voir le contenu



Logiciel froid et climatisation: optimisez votre gestion d'entreprise



Notoriété

Cette page pilier s'inscrit dans le cadre du **lancement de la nouvelle** offre ERP Froid Industriel de Mistral. Deux objectifs pour le site: lui donner du poids sur Google grâce à une page qui décortique le sujet « logiciel froid et climatisation », et le **positionner en onestop-shop** pour les clients.

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

Voir le contenu



Guide complet sur la gestion administrative d'entreprise Page pilier + cocon

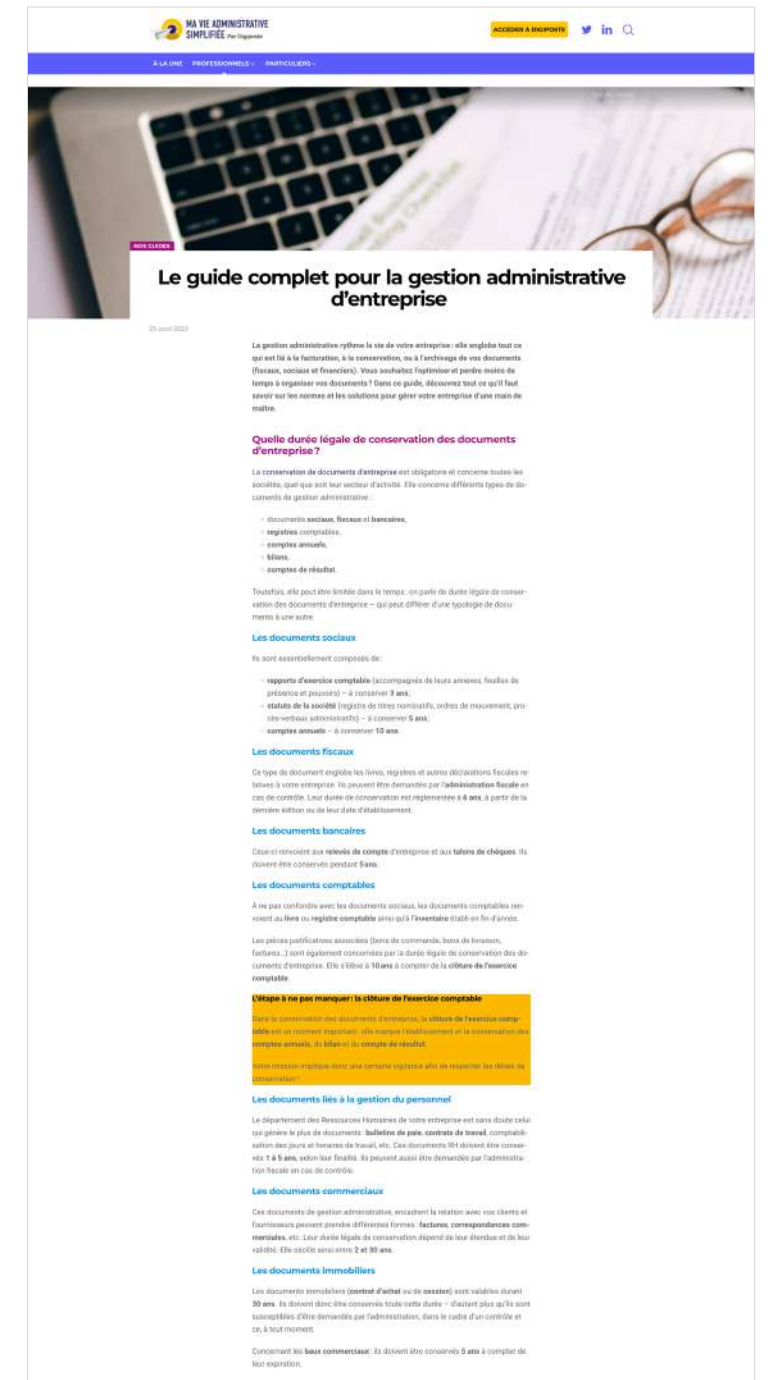


Notoriété

Digiposte accompagne ici les TPE et PME dans leur gestion administrative quotidienne: conservation des documents, choix d'une solution cloud, signature électronique... Le but? **Asseoir l'autorité du blog** Ma Vie Administrative et **promouvoir l'offre** « Coffre-fort numérique » pour les documents sensibles.

La page occupe actuellement la 7^{ème} position sur son mot-clé « Gestion administrative »!

Voir le contenu



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

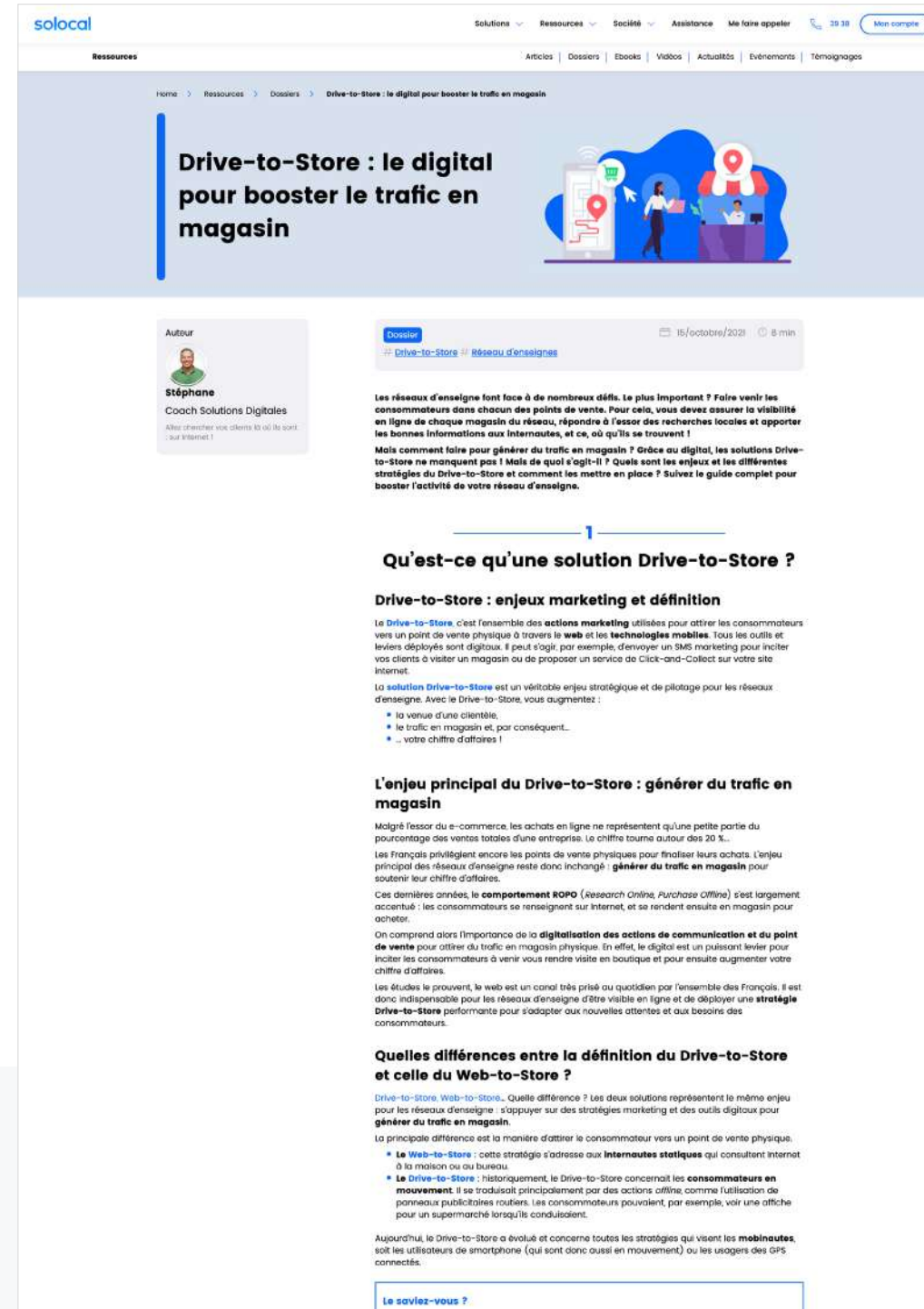


Notoriété

Pour se positionner comme le partenaire de confiance des professionnels, Solocal crée pas moins de **8 pages piliers** à destination des commerçants, TPE et PME qui font leurs premiers pas sur le web. Aujourd'hui, 3 d'entre elles sont parmi les pages les plus performantes du site ! Celle consacrée au Drive-to-Store enregistre environ **10 000 impressions par mois**, avec un **taux de clic de 1 %**. Elle apparaît même en « **featured snippet** » sur Google !

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

Voir le contenu

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

AUTEUR
Stéphane
Coach Solutions Digitales
Aidez vos clients à où ils sont sur Internet !

15/10/2020 8 min

Les réseaux d'enseigne font face à de nombreux défis. Le plus important ? Faire venir les consommateurs dans chacun des points de vente. Pour cela, vous devez assurer la visibilité en ligne de chaque magasin du réseau, répondre à l'assort des recherches locales et apporter les bonnes informations aux internautes, et ce, où qu'ils se trouvent ! Mais comment faire pour générer du trafic en magasin ? Grâce au digital, les solutions Drive-to-Store ne manquent pas ! Mais de quel s'agit-il ? Quels sont les enjeux et les différentes stratégies du Drive-to-Store et comment les mettre en place ? Suivez le guide complet pour booster l'activité de votre réseau d'enseigne.

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 de 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** (**R**esearch **O**nline, **P**urchase **O**ffline) 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 ?

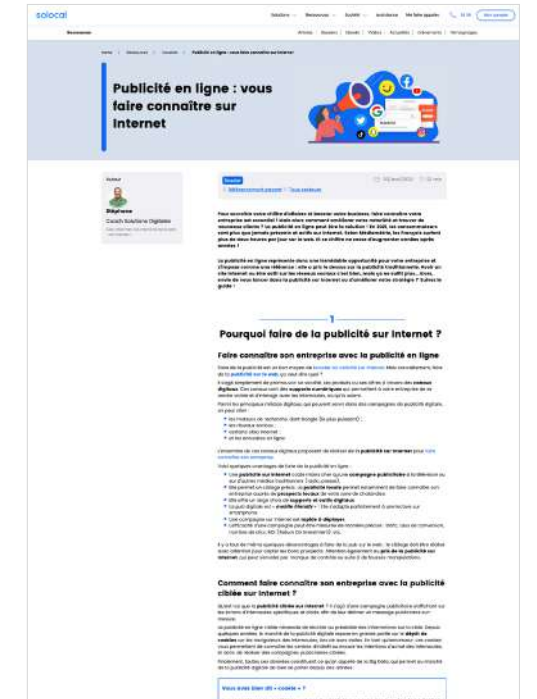
Drive-to-Store, Web-to-Store... Quelle différence ? Les deux solutions représentent le même enjeu pour les réseaux d'enseigne : s'appuyer sur des stratégies marketing et des outils digitaux pour **générer du trafic en magasin**.

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 ?



Publicité en ligne : vous faire connaître sur internet

Pourquoi faire de la publicité sur internet ?

Faire connaître son entreprise avec la publicité en ligne

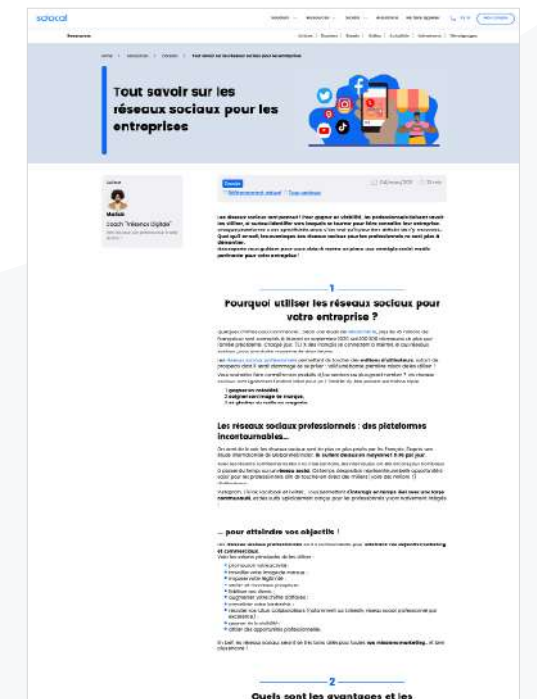
Une des grandes forces de la publicité en ligne est sa capacité à cibler précisément les internautes. Vous pouvez ainsi vous adresser à une audience spécifique, en fonction de critères tels que leur âge, leur sexe, leur localisation, leurs centres d'intérêt, etc. Cela permet de maximiser l'efficacité de vos campagnes publicitaires et d'augmenter vos chances de conversion.

Comment faire connaître son entreprise avec la publicité ciblée sur internet ?

Il existe plusieurs méthodes pour cibler votre audience en ligne. Voici quelques-unes des plus efficaces :

- La **publicité par mots-clés** : vous ciblez les internautes en fonction des mots-clés qu'ils utilisent pour effectuer des recherches en ligne.
- La **publicité par comportement** : vous ciblez les internautes en fonction de leur comportement en ligne, tels que les sites qu'ils visitent ou les produits qu'ils consultent.
- La **publicité par affinité** : vous ciblez les internautes en fonction de leur affinité avec certains produits ou services.
- La **publicité par look-alike** : vous ciblez les internautes qui ont des caractéristiques similaires à celles de votre audience actuelle.

Quels sont les avantages et les



Tout savoir sur les réseaux sociaux pour les entreprises

Pourquoi utiliser les réseaux sociaux pour votre entreprise ?

Les réseaux sociaux offrent de nombreuses opportunités pour les entreprises. Ils permettent de toucher une audience ciblée, d'augmenter la visibilité de votre marque, et de créer une communauté engagée. Voici quelques-uns des avantages de l'utilisation des réseaux sociaux pour votre entreprise :

- **Augmenter la visibilité de votre marque** : les réseaux sociaux offrent une plateforme idéale pour partager votre contenu et atteindre un large public.
- **Engager votre clientèle** : les réseaux sociaux permettent de créer une relation directe avec vos clients, de répondre à leurs questions, et de recueillir leurs avis.
- **Améliorer votre référencement naturel** : les réseaux sociaux peuvent contribuer à améliorer votre positionnement sur les moteurs de recherche.
- **Attirer de nouveaux clients** : les réseaux sociaux offrent une opportunité de promouvoir vos produits et services de manière créative et engageante.

Les réseaux sociaux professionnels : des plateformes incontournables...

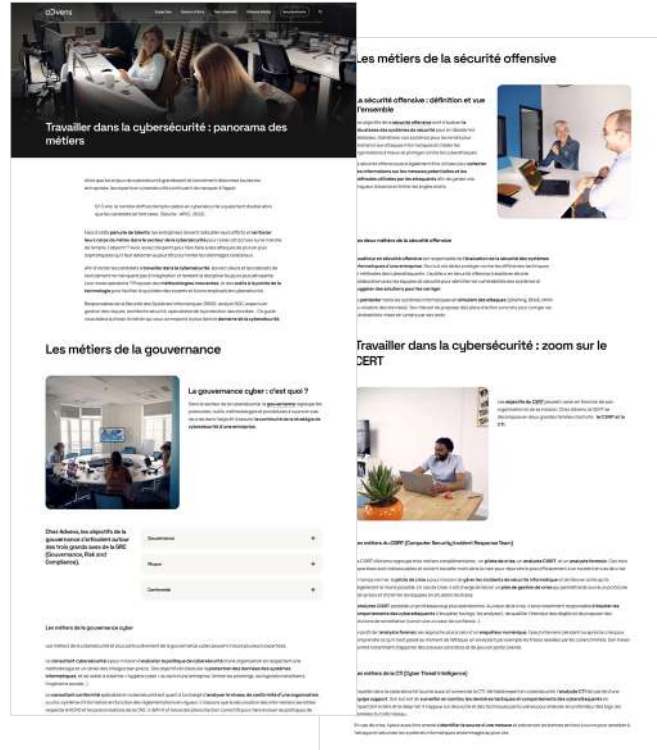
Il existe plusieurs plateformes de réseaux sociaux professionnelles. Voici quelques-unes des plus populaires :

- **LinkedIn** : idéal pour les professionnels et les entreprises.
- **Facebook** : une plateforme polyvalente avec une large audience.
- **Twitter** : idéal pour les discussions en temps réel et le partage de contenu court.
- **Instagram** : idéal pour le partage de contenu visuel et la promotion de produits.

pour atteindre vos objectifs :

- Définir vos objectifs et votre stratégie.
- Identifier votre audience cible.
- Produire du contenu de qualité.
- Interagir avec votre audience.
- Analyser vos performances.
- Adapter votre stratégie en fonction des résultats.

Quels sont les avantages et les



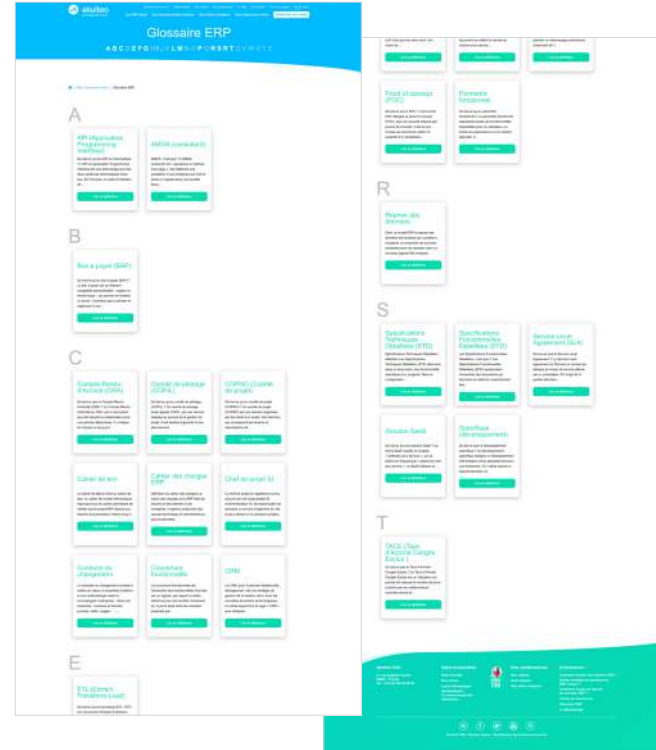
Glossaire de la cybersécurité



Notoriété

L'objectif d'Advens : se positionner comme un acteur clé de la cybersécurité, aussi bien dans un souci de prospection de futurs clients que de recrutement. Cette page conjuguant un **glossaire** de 10 premières définitions clés et un **Hub** vers d'autres contenus leur permet aussi d'optimiser le SEO du site sur des **mots clés très concurrentiels**.

[Voir le contenu](#) →



Glossaire ERP



Notoriété

L'éditeur de logiciel Akuteo définit **36 mots du vocabulaire de l'ERP** (ou progiciel de gestion) dans ce glossaire à destination des AMOA (assistants à maîtrise d'ouvrage) et des consultants d'aide au choix.

[Voir le contenu](#) →



Tout savoir sur l'expérience client en 10 questions



Notoriété

10 questions et leurs **réponses détaillées dans des articles** à portée de clic : avec cette FAQ, Vocaza se positionne sur LA **thématique clé** de son activité et en explique les principaux enjeux et notions à ses prospects. Au programme : qu'est-ce que l'expérience client ? Comment l'améliorer ? Comment la mesurer ? Et plus encore...

[Voir le contenu](#) →

Social Media

Les contenus et leurs déclinaisons aux formats Social Media viennent nourrir les prises de parole sur les réseaux sociaux, en organique comme en paid. Que ce soit dans une démarche de Leader Advocacy, de marque employeur, ou de mécaniques Outbound, c'est un levier puissant (et incontournable) pour servir vos objectifs business !

Kits de contenus

Ebooks et guides pratiques

Downloadables

Assessment

Vidéos

Cas client

Infographies et formats visuels

LP, E-mails & NL

Blog posts

Dispositifs SEO

Social Media

Refontes de site

Blogs / Resources center

Pages Offres

Sales Content



Audit, stratégie et animation social media ! Une **approche conseil complète** et la mise en place opérationnelle de nos contenus BtoB sur les réseaux sociaux, en passant par l'élaboration d'une identité graphique, d'une ligne éditoriale et l'activation de l'employee advocacy.



Dobel Sophie
Communication Manager chez LA POSTE



10 vidéos partenaires Colissimo



Faire connaître les solutions logistiques éco-responsables de La Poste Solutions Business : c'est le but de ces vidéos mettant en avant les partenariats logistiques de Colissimo et leurs **valeurs sociales et environnementales**.

- Thumbnail 1:** Les partenaires Colissimo. A circular diagram with 'esw.' in the center and various partner logos around it.
- Thumbnail 2:** Un colis qui peut être utilisé jusqu'à 100 fois !
 - 83 % d'impact carbone vs un carton
 - large gamme de colis souples et rigides
 - 100% recyclable en fin de vie
- Thumbnail 3:** 30 000 à 40 000 colis Hipli circulent chaque jour sur le territoire français. Includes a map of France.
- Thumbnail 4:** Un checkout 100% localisé et sécurisé pour développer rapidement vos ventes à l'international en toute sérénité. Includes a shopping cart icon.
- Thumbnail 5:** Pour en savoir plus, rendez-vous sur la Colissimo Box !
- Thumbnail 6:** Une expérience d'achat Ecommerce réussie et 100% personnalisée par pays pour vos clients internationaux. Includes a globe icon.

Newsletter mensuelle



La Poste Solutions Business lance cette **newsletter mensuelle** pour rassembler sa **communauté** sur LinkedIn en mettant en avant des actions et des offres. C'est un succès : **44 %** des abonnés à la page La Poste Solutions Business sont également abonnés à la newsletter.

Une newsletter avec 3 cibles très différentes, avec un enjeu d'adapter la ligne éditoriale pour que chacune s'y trouve

- #ACTUALITÉS:** Industrie, État & Collectivités, Tertiaire privé, Santé, Habitat.
- #RÉALISATIONS:** Au service de la transition énergétique !
- #AGENDA:** Les rendez-vous à ne pas manquer !
- #RECRUTEMENT:** +300 emplois à pourvoir !

LINKEDIN - CAMPAGNES ABM

Les Insights de DXOMARK

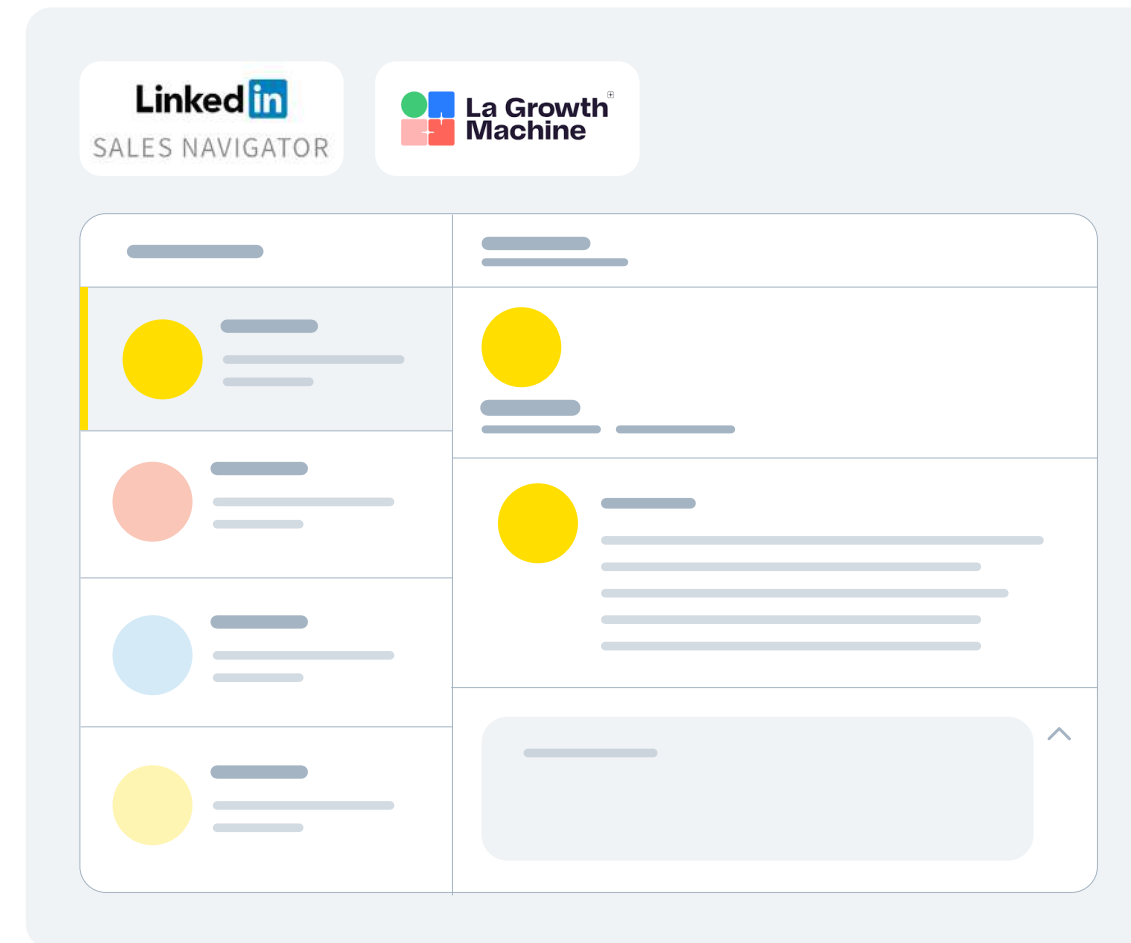
DXOMARK

À travers cette **campagne de promotion** de son nouveau service d'études sur mesure DXOMARK Insights, qui exploite les données utilisateurs recueillies pour optimiser ses produits, Dxomark **augmente aussi sa notoriété** auprès de cibles qui ne connaissent pas l'entreprise.

Campagnes Cliniques Privées

WeMaintain

WeMaintain s'adresse aux cliniques privées via une campagne de messages, emails et InMails de prospection personnalisés. L'astuce pour déclencher une réponse : des **messages incarnés** par le commercial qui les envoient et une adaptation aux **problématiques de la cible**, avec un accent sur l'importance d'un prestataire de maintenance réactif pour un établissement de soin.



Sondage technique



Avec ce sondage, IDEX teste la maturité de sa **communauté experte** sur les panneaux photovoltaïques.

Publié en juillet 2023, c'est le meilleur post de l'année, qui récolte pas loin de 800 votes en 5 jours !

IDEX
54 356 abonnés
5 mois

Une question à un million d'euros ? 🤖

Pour installer des panneaux photovoltaïques sur votre toiture, IDEX prend en compte :

- la conformité du toit à la réglementation (ça coule de source),
- l'exposition de votre toiture (pour obtenir l'irradiation solaire)
- les sources d'ombrages aux alentours.

Vous avez déjà dû remarquer que de nombreuses entreprises arborent un toit bien souvent plat. Pourtant, on remarque que les fabricants ont mis en place des systèmes pour recréer des pentes car il faut un degré d'inclinaison pour optimiser l'irradiation solaire de votre installation.

Mais quel est ce degré optimal ?

C'est la question que nous vous posons aujourd'hui. Allez ! On vous laisse deviner.

Pour les plus curieux, la réponse d'ici quelques jours en commentaire.

#Photovoltaïque #ÉnergieSolaire #TransitionÉnergétique

Quelle est l'inclinaison OPTIMALE nécessaire de vos panneaux solaires sur votre toit ?

Vous pouvez voir comment les personnes votent. [En savoir plus](#)

15°	17%
30°	66%
45°	17%

743 votes • Sondage fermé.

19 6 commentaires - 1 republication

Template Social Media SYSTRAN



SYSTRAN retranscrit sa **nouvelle identité** sur les réseaux sociaux grâce à ce nouveau template. Pensé pour une **variété de sujets** traités, il permet d'insérer des chiffres-clés, des verbatims ou encore des listes à puces.

Le template 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.



Boostez votre productivité

Avec notre nouvel outil de traduction en ligne



SYSTRAN Translate Pro
Outil de traduction en ligne

- Traduction de texte illimitée
- Traduction de documents
- 50 langues disponibles

DÉCOUVRIR




SYSTRAN Translate Pro
Outil de traduction en ligne

- Traduction de texte illimitée
- Traduction de documents
- 50 langues disponibles

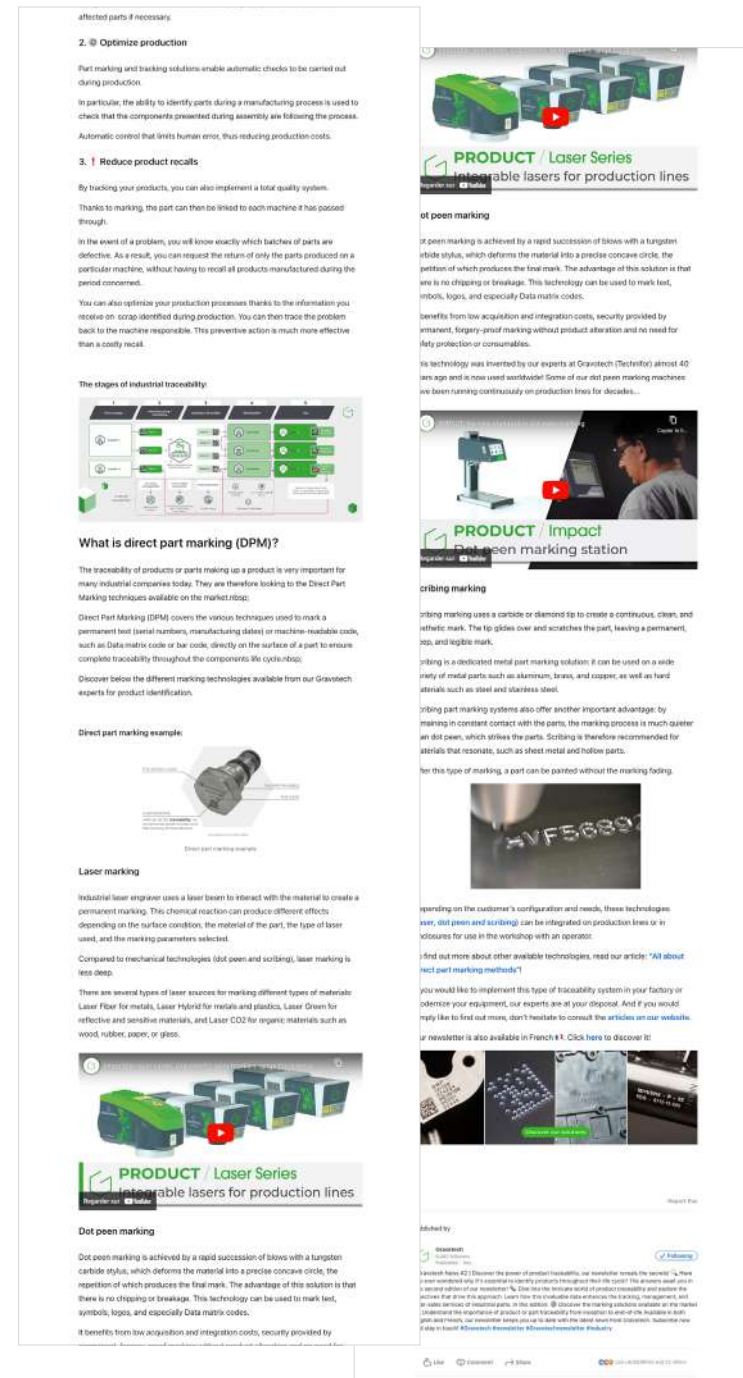
DÉCOUVRIR





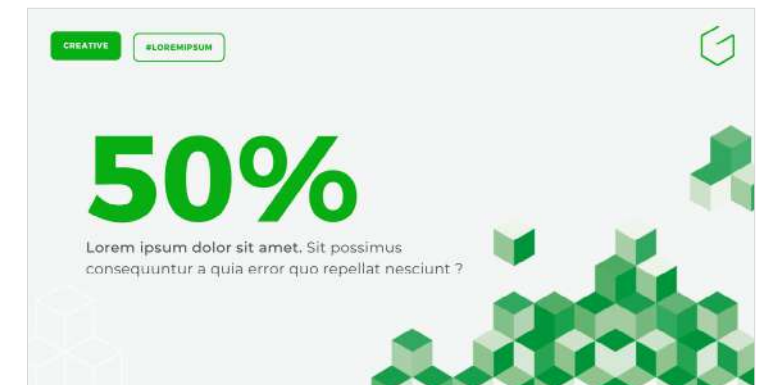

Les Newsletters Gravotech sur LinkedIn

La particularité de cette **newsletter thématique** mensuelle ? Gravotech y adresse **trois marchés distincts** tour à tour. Les acteurs de l'identification dans l'industrie, de la personnalisation dans le luxe et en boutique et de la signalétique y trouvent tous leur compte.



Template Social Media Gravotech

Grâce à ce template, Gravotech **différencie sa communication** vers ses différents marchés. Des éléments comme la couleur de fond et les pastilles utilisées annoncent la thématique et le type de contenu partagé !



Refontes de site

Un site web, ce n'est pas que du design et des lignes de code. C'est avant tout un outil de prise de parole, de conviction, de conversion des visiteurs en leads ou en prises de contact. Une refonte de site est le meilleur moment pour aligner son discours avec les attentes de ses personas et intégrer la stratégie de contenus. Copywriting et SEO jouent alors un rôle essentiel !

Kits de contenus

Ebooks et guides pratiques

Downloadables

Assessment

Vidéos

Cas client

Infographies et formats visuels

LP, E-mails & NL

Blog posts

Dispositifs SEO

Social Media

Refontes de site

Blogs / Resources center

Pages Offres

Sales Content



Invox nous a accompagné dans la **refonte webdesign de nos 3 sites web**. Leurs conseils et accompagnement sur chacune des maquettes et fonctionnalités des sites a été très efficace de la conception à la réalisation jusqu'au run. Ils ont fait preuve de flexibilité dans les imprévus ce qui a été très apprécié et nous a permis de respecter les délais. L'identité et les différents contenus de nos **sites sont dorénavant clairs, déclinables et plus lisibles**. Le webdesign proposé apporte un souffle de modernité et contribue à un parcours client plus fluide.



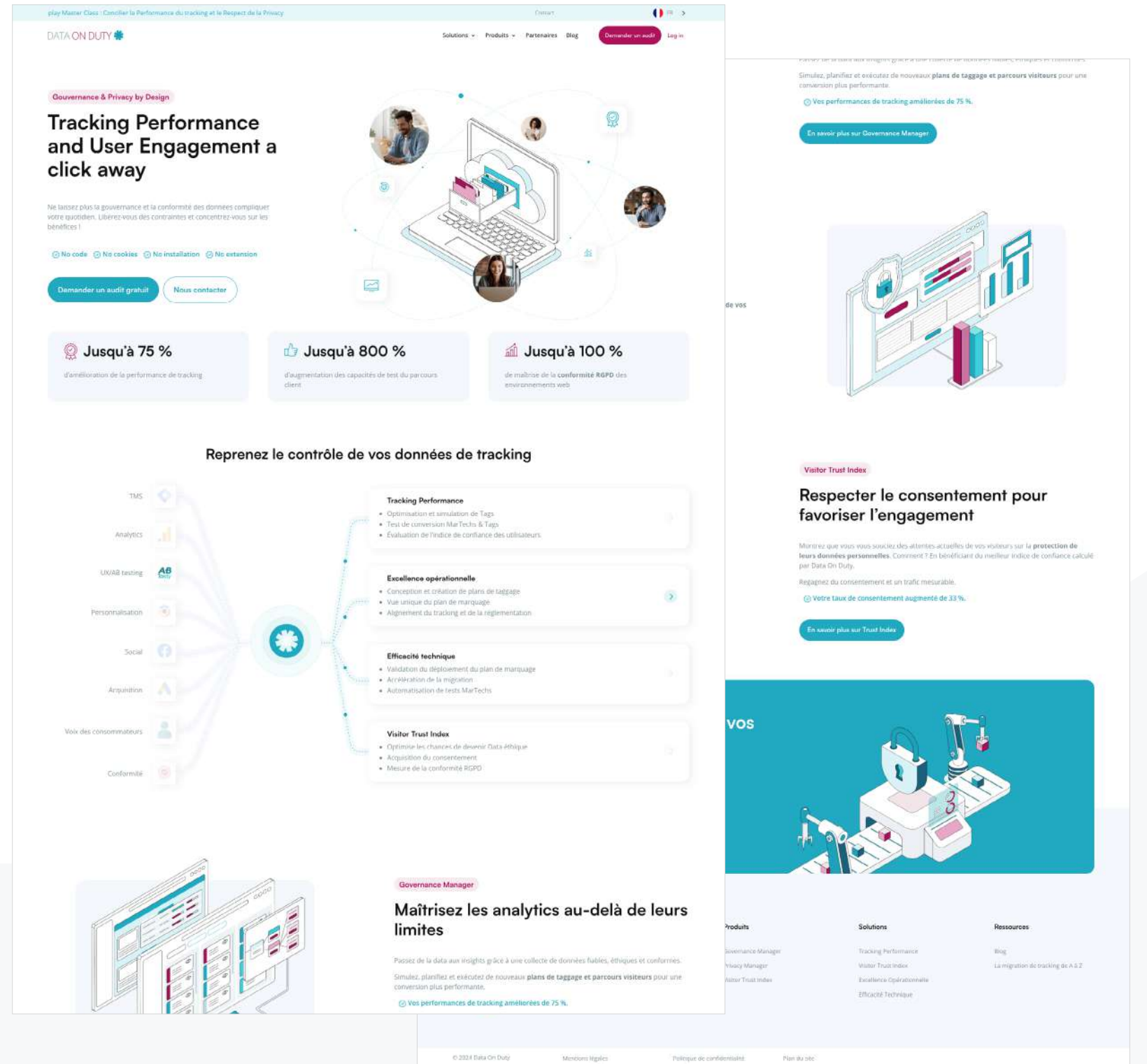
Fanny Tardy
Digital Project Manager chez Blanchon





Data On Duty se dote d'un nouveau site internet qui **traduit mieux l'ADN de l'entreprise** et les valeurs liées à sa solution de gouvernance des données – précision, simplicité, engagement, conformité et rapidité d'exécution. Mais l'atout majeur de cette refonte est son **discours commercial** plus clair, ainsi qu'une prise de parole et un design minimalistes **orientés conversion** de prospects. Par ici les leads !

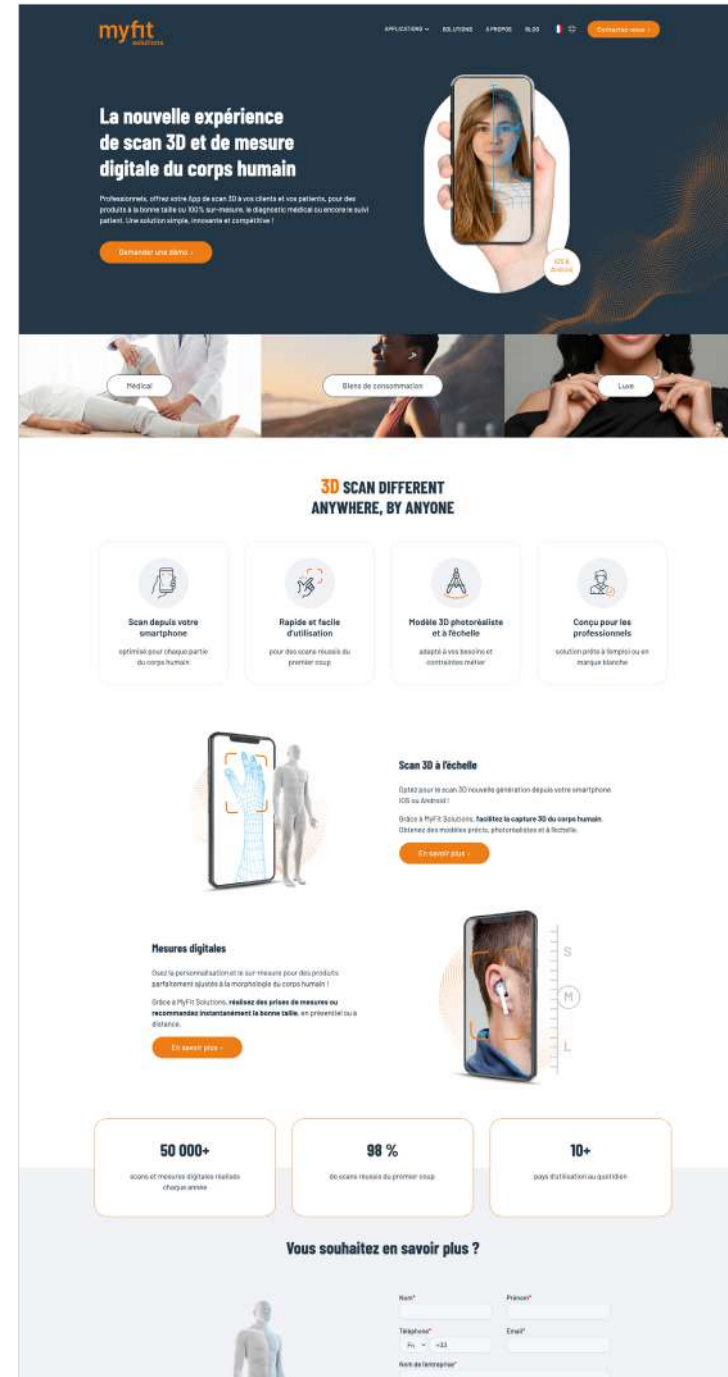
Voir le contenu





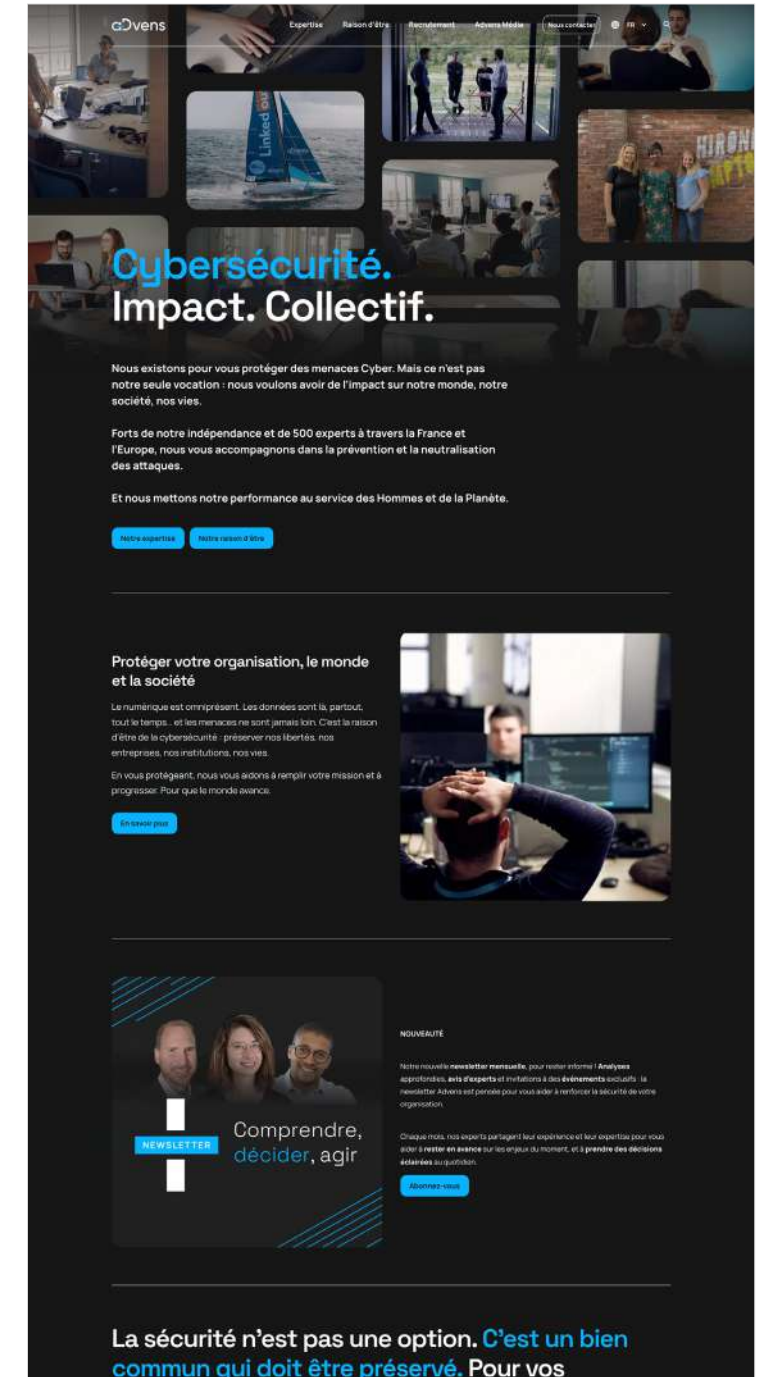
MyFit Solutions revoit son site internet de A à Z (conception, copywriting des pages, etc.) dans ce projet ambitieux visant à répondre à de **nombreux objectifs** : développer sa **notoriété** en prenant la parole sur des sujets de pointe dans le domaine du scan 3D, générer davantage de **leads** et de **ventes**... Côté web, il s'agit de régler les problèmes techniques de l'ancien site et surtout de gagner des **positions SEO** sur les mots-clés pertinents. Tout un programme.

[Voir le contenu](#) →



Ayant déjà bien avancé dans la conception de son nouveau site, Advens organise la **rédaction** des blocs de chaque page. La tonalité choisie traduit à la fois la personnalité et les valeurs de l'entreprise. Le défi ? Trouver le ton juste pour transmettre une expertise métier à une cible professionnelle dans un **but commercial**, tout en véhiculant un message, une vision et un **engagement sociétal**.

[Voir le contenu](#) →

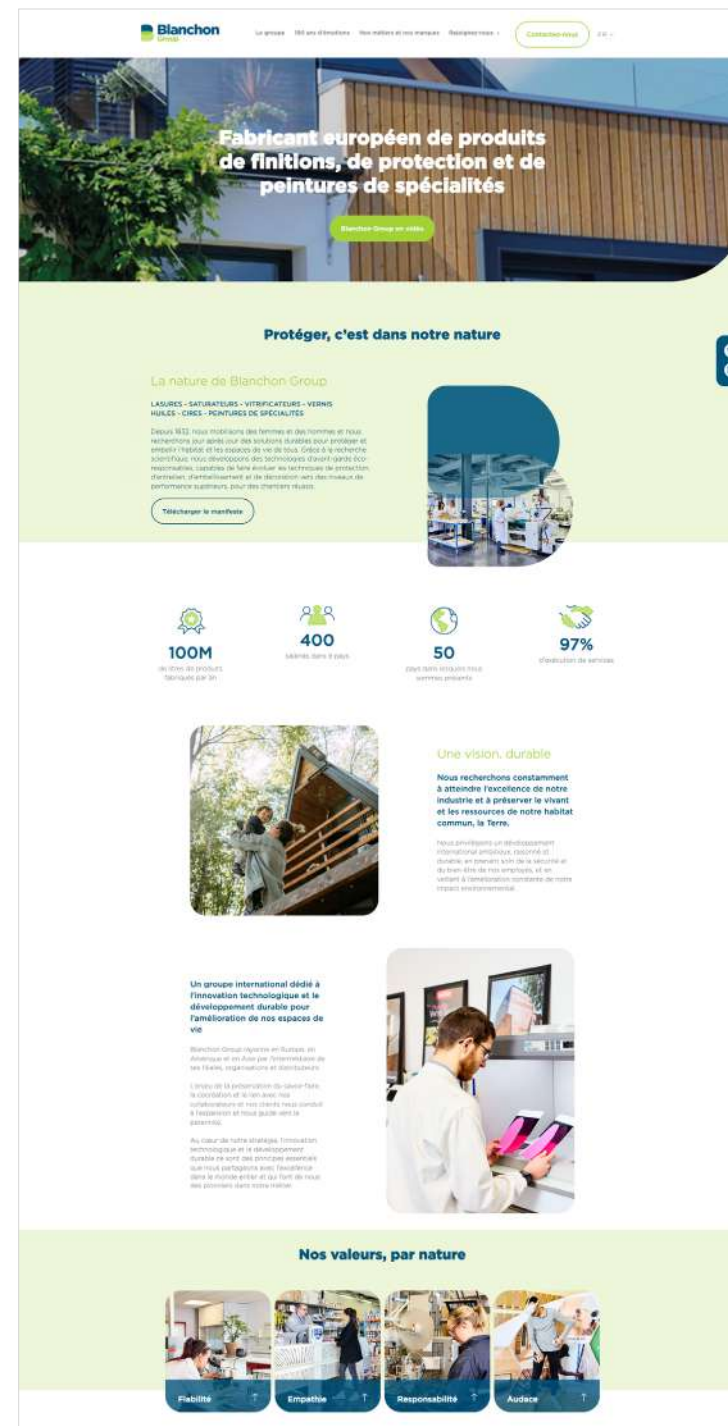




One pager corporate Blanchon Group

Dans le cadre de la refonte de son territoire de marque, le groupe Blanchon se fixe un nouvel objectif : développer sa notoriété et sa force, mais aussi celles de chacune de ses marques. La création de son **mini-site** corporate orienté **marque employeur** est un outil majeur pour y répondre. Il traduit cette nouvelle identité en mettant en lumière l'histoire et les valeurs d'engagement du groupe.

[Voir le contenu](#) →



Industry Brand de Blanchon Group : Ciranova Tech et Blanchon Tech

Blanchon lance le site Blanchon Group Industry, qui regroupe **deux marques** – Blanchon Tech et Ciranova Tech – spécialisées dans les solutions industrielles de finition haute performance pour les sols souples et bois. Cette **plateforme « duo »** propose une navigation adaptée à la **mise en valeur de l'expertise** pointue des deux marques et des travaux de recherche technologique de leurs équipes spécialisées.

[Voir le contenu](#) →



Blogs / Resources center

Les blogs ne cessent de se réinventer : magazines, blogs incarnés, mix de blogs-newsletters, Resource Centers multi-formats... Le principe ne change pas : du contenu principalement "texte", sur des sujets précis, à consommer en picking ou en session de lecture effrénée. Avec des possibilités illimitées de recyclage et de réutilisation des contenus.

Kits de contenus

Ebooks et guides pratiques

Downloadables

Assessment

Vidéos

Cas client

Infographies et formats visuels

LP, E-mails & NL

Blog posts

Dispositifs SEO

Social Media

Refontes de site

Blogs / Resources center

Pages Offres

Sales Content

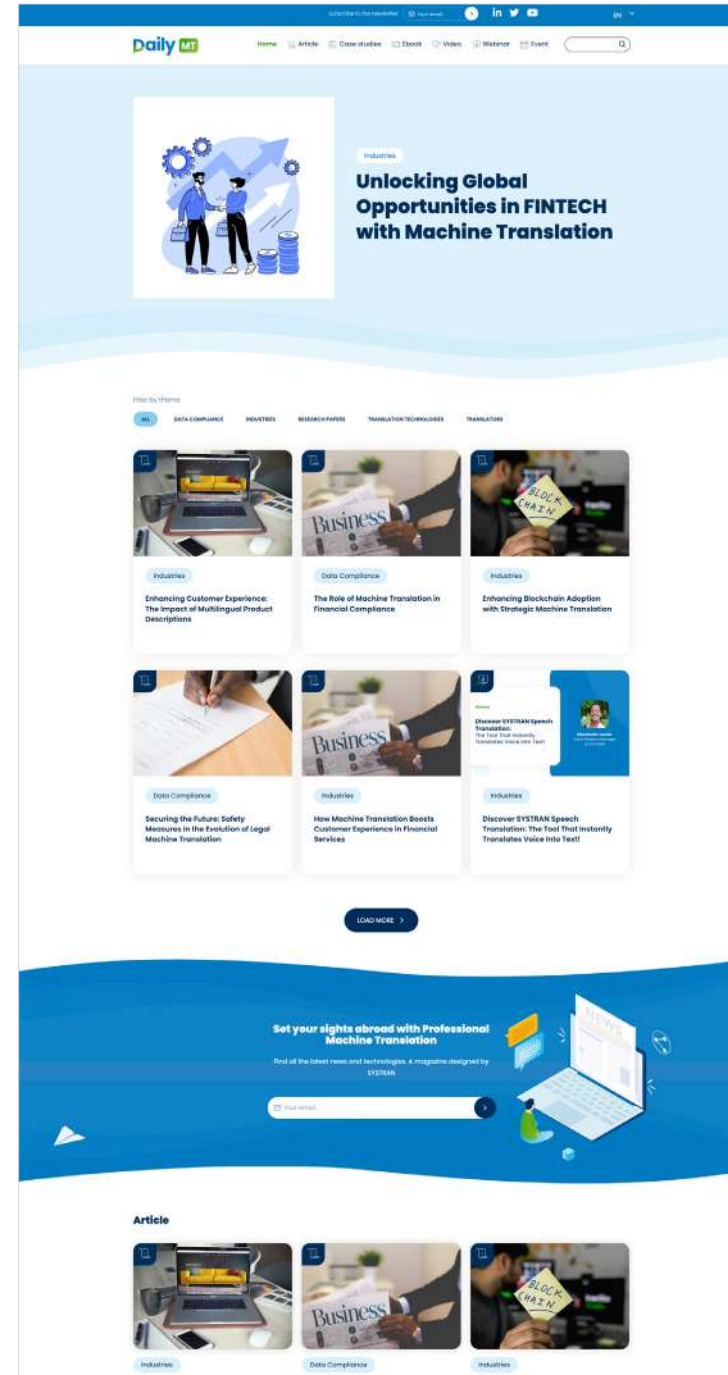
SYSTRAN - le magazine autour de la traduction professionnelle automatique



SYSTRAN capitalise sur un contenu existant riche mais non centralisé pour toucher de nouvelles cibles. Comment ? Avec DailyMT, un **magazine web** qui regroupe les contenus pour le marché français sous une **identité propre** (nom, logo...). C'est désormais le lieu de parole de SYSTRAN pour traiter des sujets experts, sécurité et nouvelles technologies en matière de traduction automatique !

Le plus : la navigation par tag et par catégorie, qui rend le blog **accessible à toutes les cibles** quel que soit leur niveau de technicité et de maturité.

Voir le contenu →



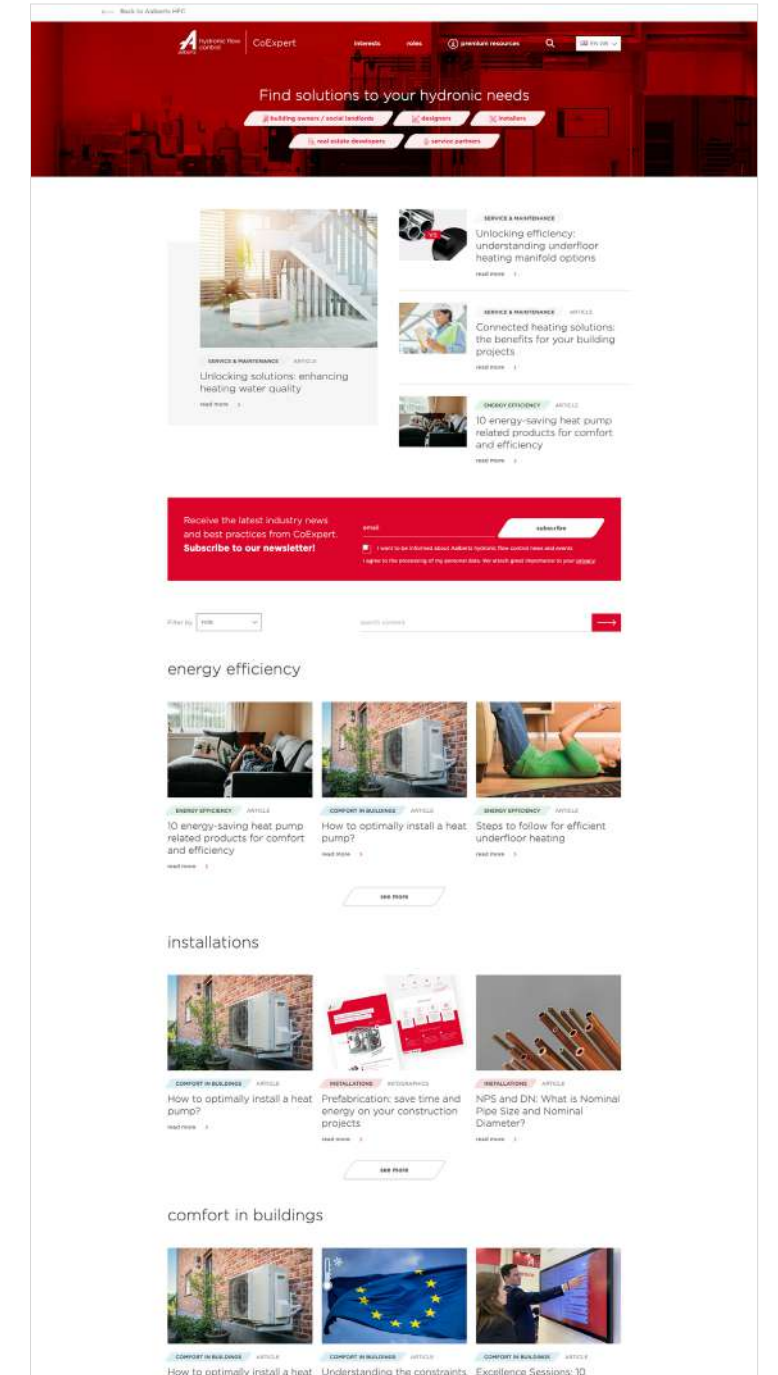
CoExpert | Aalberts hydronic flow control



Aalberts hfc, né de la fusion de deux entités, refond le blog d'une de ces marques et **retravaille son angle** à son image. L'enjeu : le positionner sur de nouveaux sujets et personas non techniques tout en continuant de s'adresser aux anciennes cibles très spécialisées.

La solution d'Aalberts hfc est un **web magazine à deux entrées** – une par sujet d'intérêt et une par rôle ou métier du lecteur. Un accès facilité aux **contenus premium** facilite l'acquisition de leads.

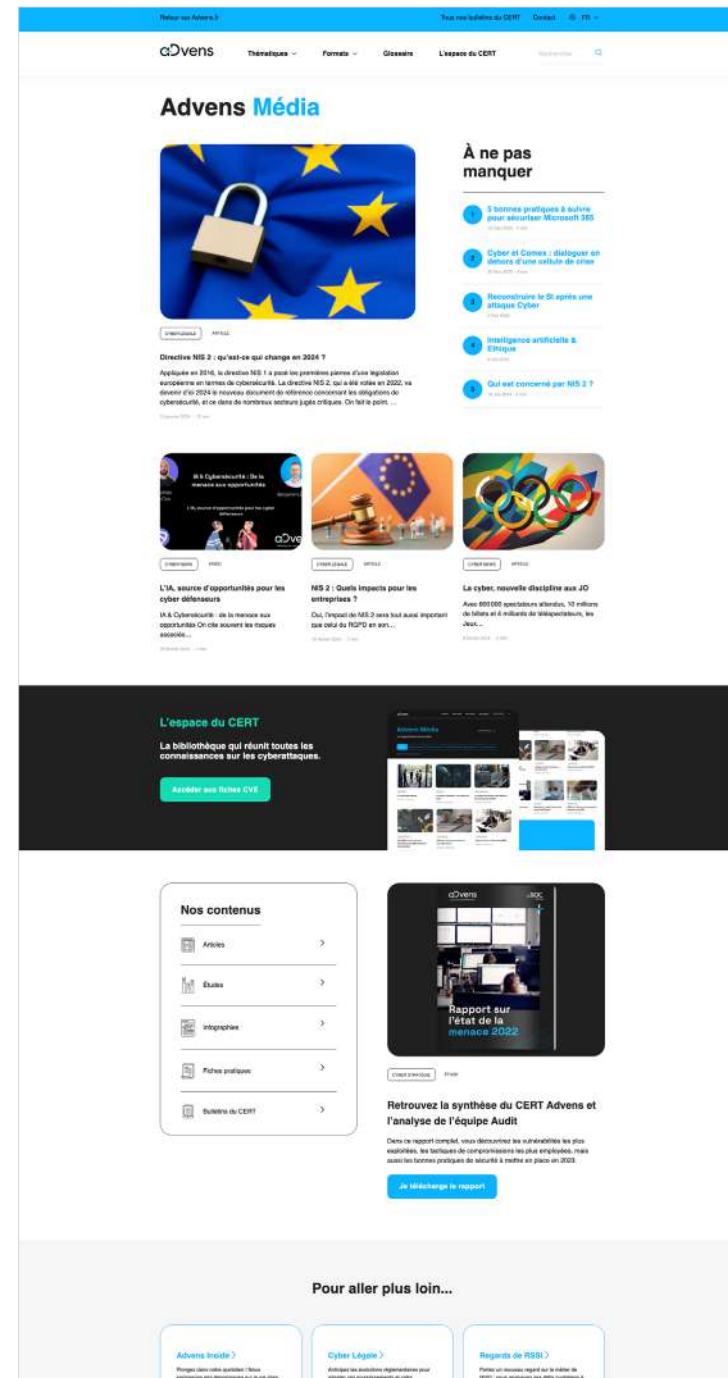
Voir le contenu →





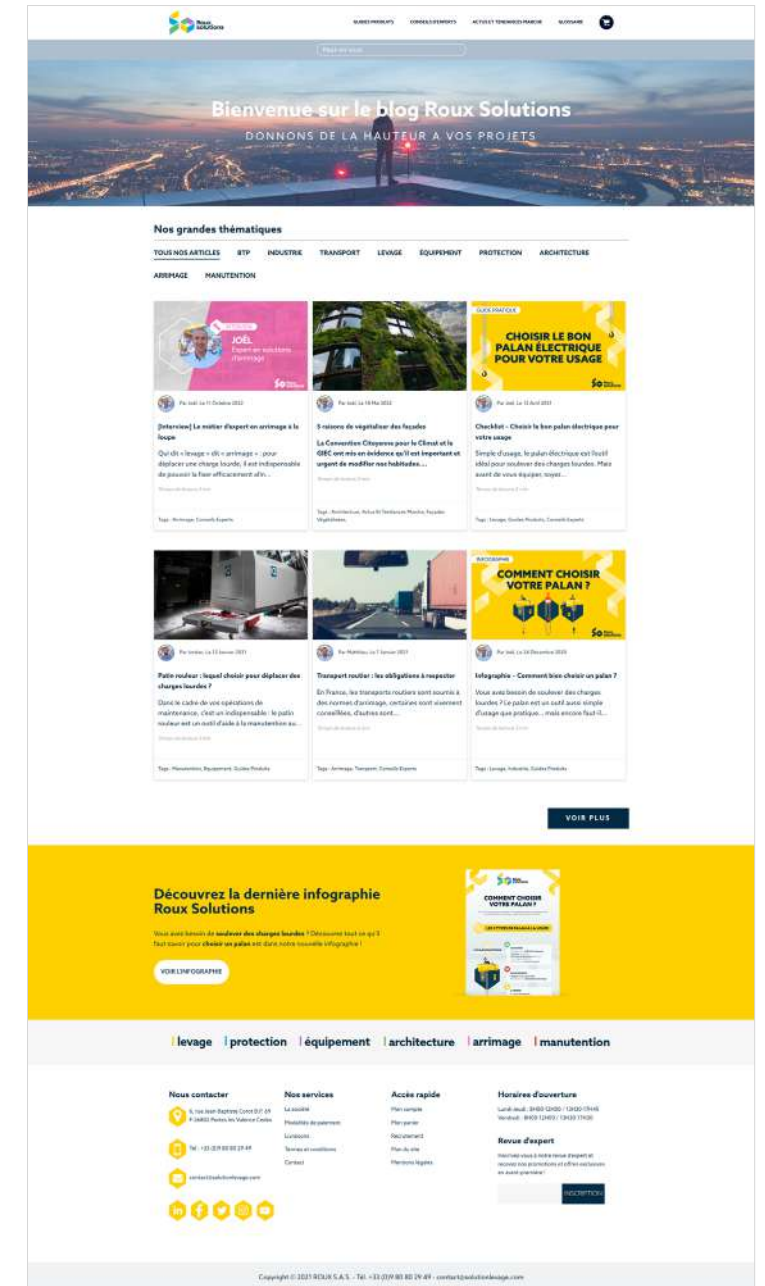
En parallèle de sa refonte de site, Advens mène celle de son média. Ce dernier est repensé de l'arborescence aux maquettes via un atelier de **design thinking**. L'espace mettant en avant leur **format clé** – les bulletins du CERT – bénéficie bien sûr d'une réflexion approfondie.

[Voir le contenu](#) →



Roux Solutions opère une transformation digitale et marketing profonde. Une des étapes du projet : associer à leur site e-commerce un web magazine pour y transmettre toute leur **expertise** et leur savoir-faire en matière de solutions de maintenance. **Guides** pratiques, **conseils d'experts** et **tendances** du marché sont au menu. Le tout développé avec le CMS HubSpot !

[Voir le contenu](#) →



Pages offres

Tonalité, copywriting, ergonomie et design, incitation à l'action, touche SEO : vos pages offres doivent expliciter clairement à quel besoin vous répondez et toucher vos cibles au bon endroit !

Kits de contenus

Ebooks et guides pratiques

Downloadables

Assessment

Vidéos

Cas client

Infographies et formats visuels

LP, E-mails & NL

Blog posts

Dispositifs SEO

Social Media

Refontes de site

Blogs / Resources center

Pages Offres

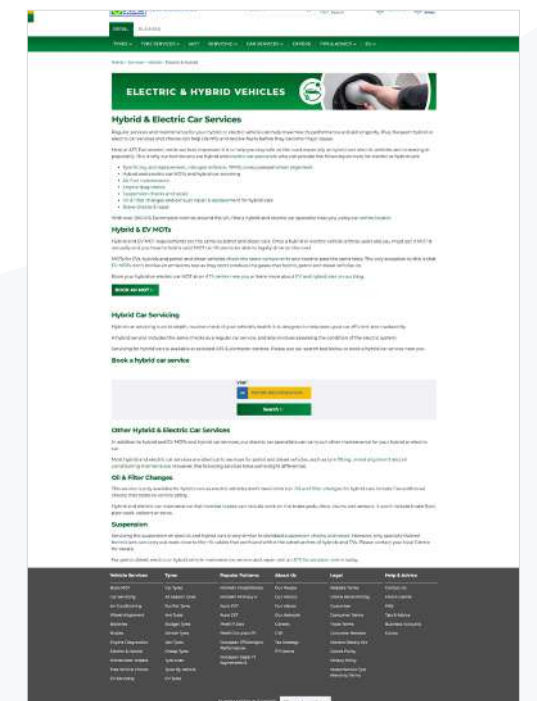
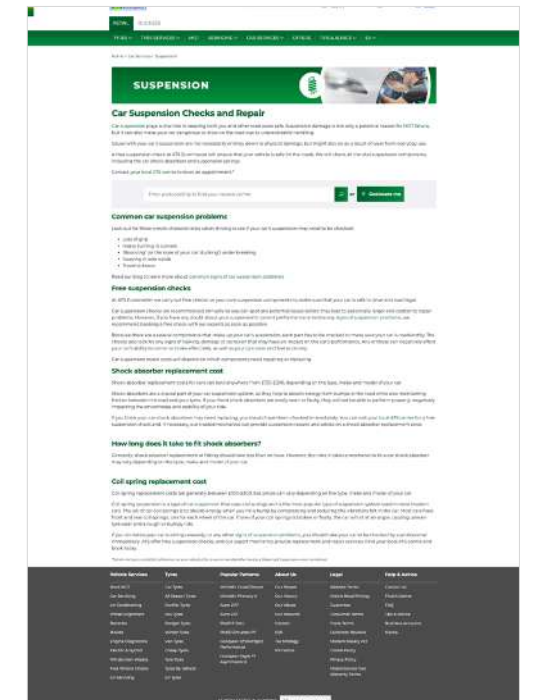
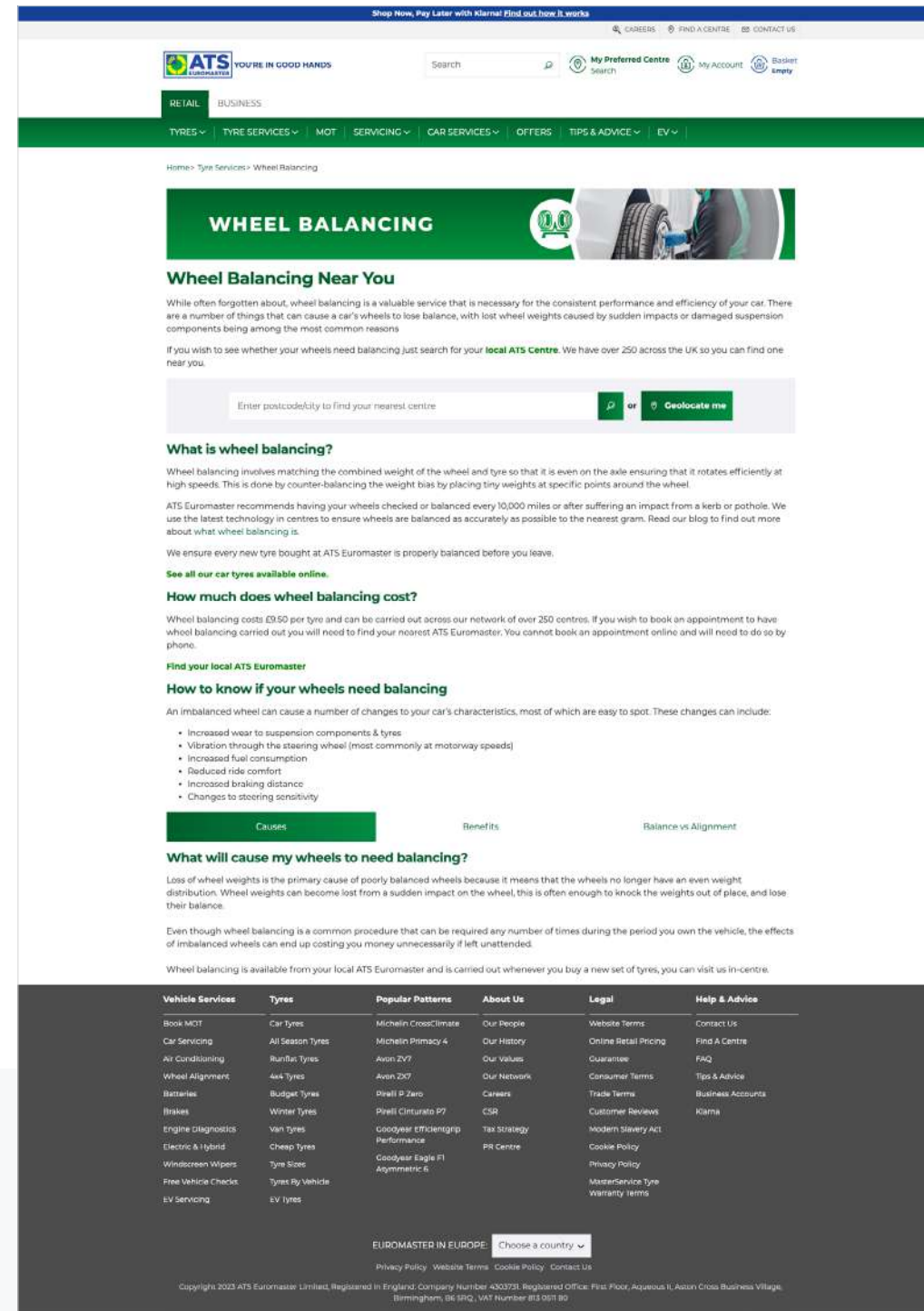
Sales Content



Décliner son message pour une **audience internationale** : c'est le défi que relève Euromaster avec ce projet de **site en anglais**. Les textes sont entièrement réécrits, bien qu'inspirés des contenus néerlandais et de ceux du site B2B français récemment refait. Le projet lui-même est mené en anglais. Les deux objectifs d'Euromaster ? Formuler le bon message, destiné à être ensuite **traduit pour tous les pays**, et obtenir un **positionnement SEO** optimal sur les mots-clés choisis.

49 pages copywritées en français et en anglais en à peine 1,5 mois !

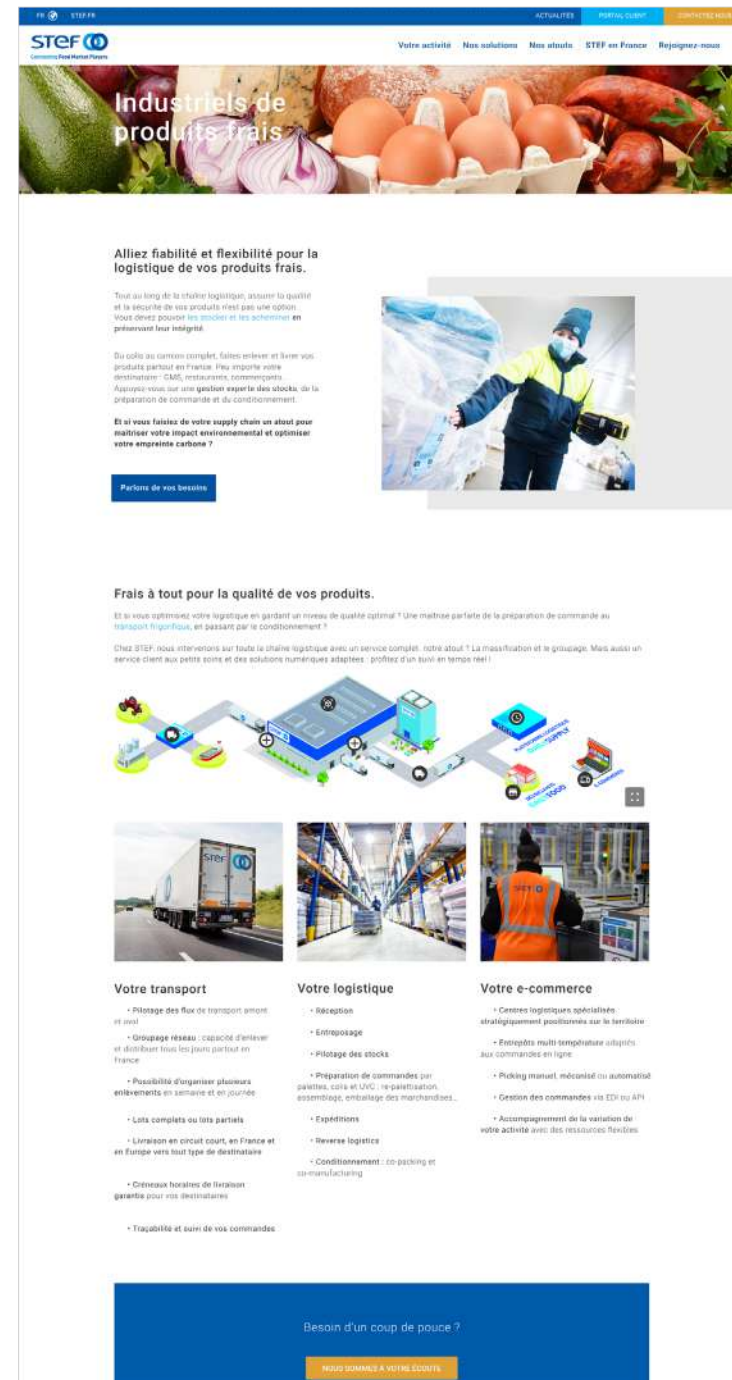
Voir le contenu





Dans le cadre de la refonte de son site corporate et de ses sites dédiés aux divers pays, STEF élabore une ligne éditoriale claire et puissante, alignée sur ses ambitions. En découle une charte éditoriale formelle appliquée à des **contenus engageants**, créés selon les bonnes pratiques du **copywriting** et de l'**UX writing**.

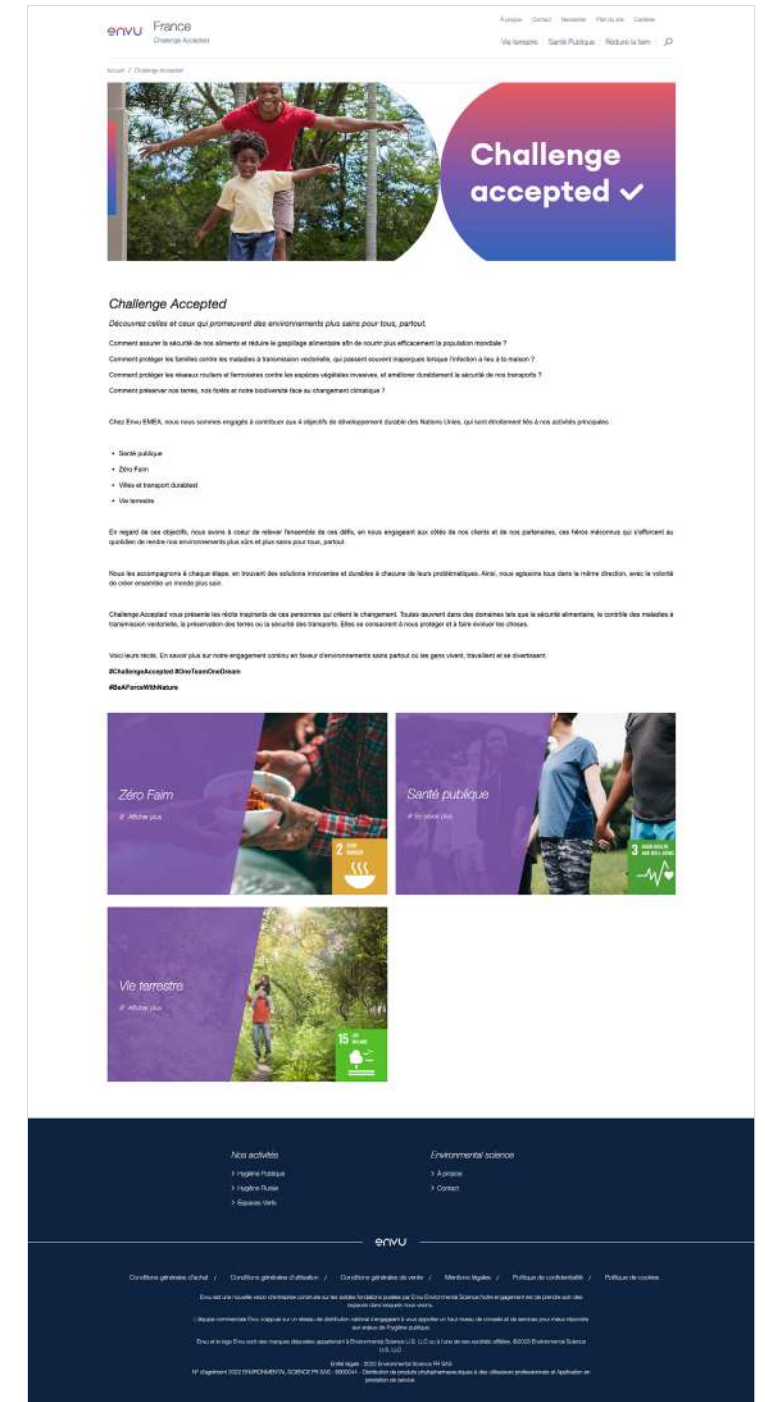
20 pages du site corporate ont été copywritées, y compris la Home Page, la section dédiée au groupe, et les engagements, ainsi qu'une FAQ.



Envu fait copywriter les pages de son site « Challenge Accepted » dans le cadre de la **campagne** du même nom. Les défis relevés : trouver la bonne approche pour présenter les produits sur un secteur parfois très **technique** et au public plus ou moins mature, et assurer la **visibilité** du projet.

Le troisième objectif d'Envu : se positionner sur les mots-clefs les plus compétitifs et d'augmenter les performances SEO des pages.

Voir le contenu →



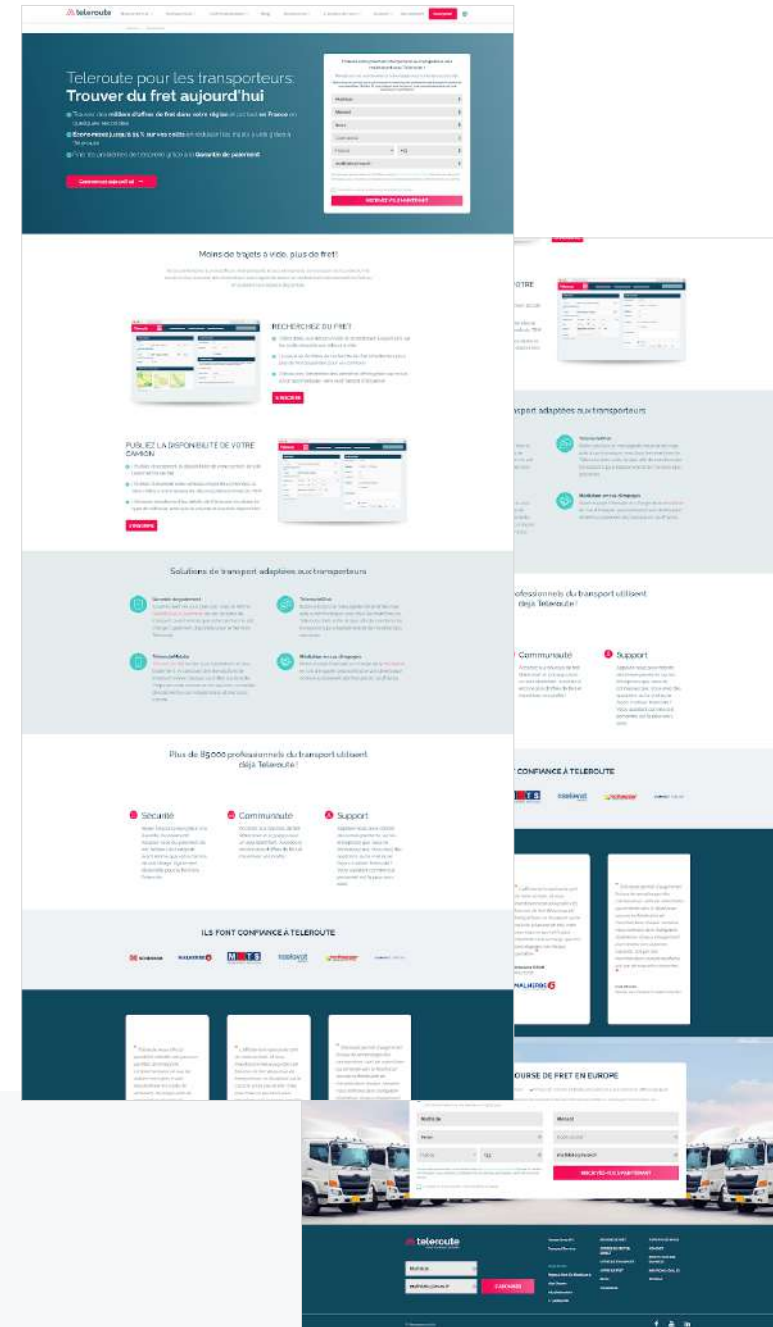


Les enjeux de la refonte pour Alpega : trouver la **tonalité francophone** pour s'adresser à des camionneurs, mettre en avant les bons **arguments de vente** et positionner Teleroute comme la bourse de fret incontournable !

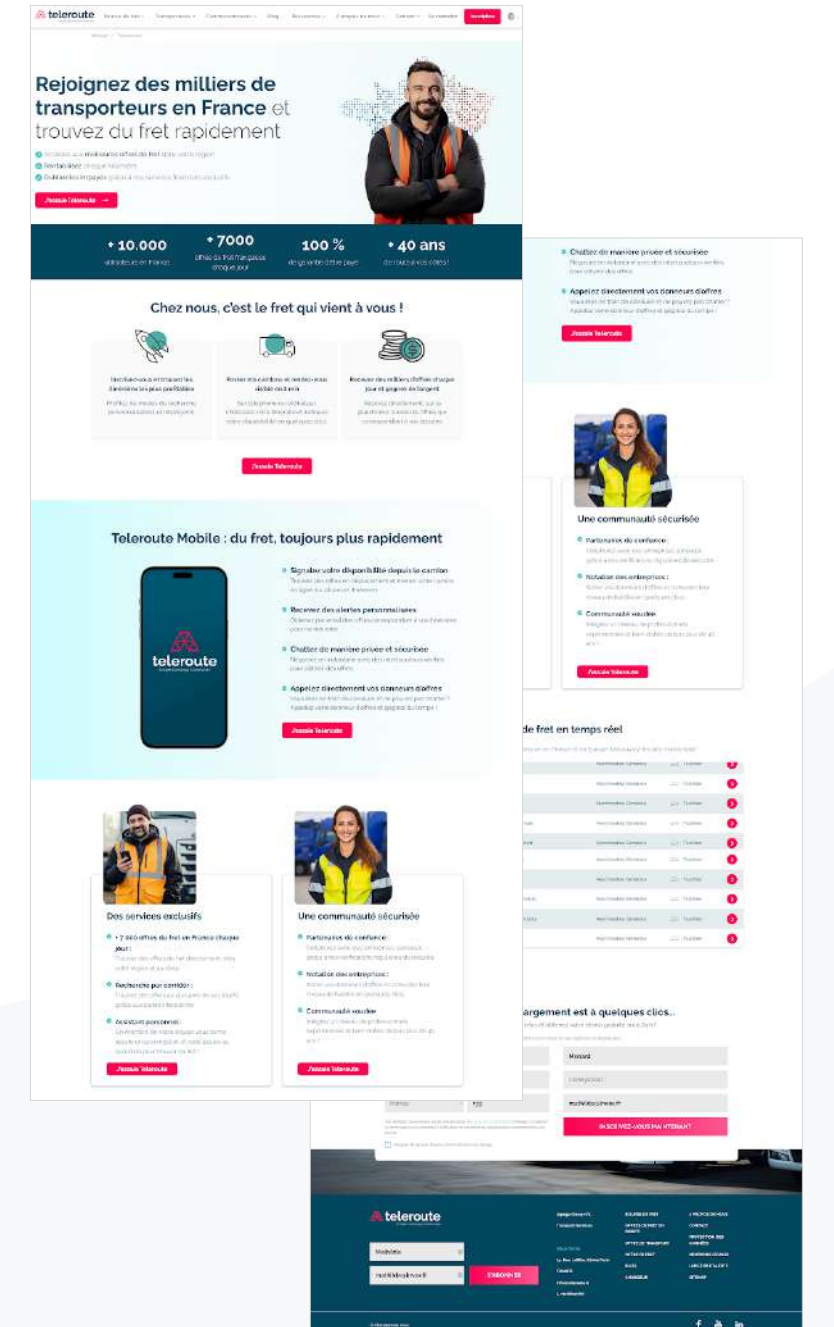
8 pages offres et 4 pages SEA ont été copywritées.

[Voir le contenu](#) →

Avant



Après





iExec relève le défi de la **vulgarisation** et de l'**explicitation** de leurs expertises à différentes cibles avec ce **mini-site B2B** à destination d'entreprises recherchant des solutions blockchain.

The screenshot shows the iExec website with a dark blue background. The main headline is "Data Governance Powered by Blockchain & Confidential Computing". Below it, there's a sub-headline: "Harness the power of Blockchain and Confidential Computing to implement traceability and ownership into your applications, effortlessly." A yellow button says "Explore our Solutions".

Below this, there's a section titled "Data Governance & Confidentiality merged into a single innovation". It includes text about governance, confidentiality, and trust, and a yellow button "Join the Web3 Conversation".

Another section is titled "Blockchain & Confidential Computing merged into a unique solution". It has two columns: "Blockchain" with sub-points like Transparency, Traceability, and Tamper resistance; and "Confidential Computing" with sub-points like Trust, Privacy, and Confidentiality.

At the bottom, there's a section "Our Solutions for your Data Challenges" with two boxes: "Digital Product Passport" and "Privacy-Enhanced Marketing".



IDEX célèbre ses 60 ans et **repositionne sa marque**. C'est le moment de mettre à jour la présentation de leurs offres et expertises. Le nouveau discours, en accord avec les défis actuels, promet entre autres une production d'énergie au plus près des besoins et un pilotage des usages.

Voir le contenu →

The screenshot shows the idex website with a light blue background. The main headline is "Tertiaire privé". Below it, there's a sub-headline: "Décarboner et assurer l'attractivité des bâtiments tertiaires".

There are two columns of text under the main headline, each with a yellow button: "Réduire la facture d'énergie" and "Valoriser les bâtiments".

Below this, there's a section "Des solutions d'avenir adaptées à vos besoins" with a grid of eight images representing different services: Exploitation & Pilotage intelligent des installations, Services de maintenance et de rénovation, Chauffage bas-carbone, Réhabiliter la solution, Multi-technique & Flexibilité Managements, Renforcement Ajout Réseau de Chauffage et de froid, Service de recharge électrique, and Photovoltaïque.

Below the grid, there's a "Chiffres-clés" section with four icons and statistics: 25% (Réduction de consommation d'énergie grâce à une gestion automatisée), 60% (Économies d'énergie grâce à l'utilisation d'énergie renouvelable et de récupération), 80% (Réduction des émissions carbone avec le mix en gaz de solutions hybrides), and 10 M (de m² en surface pour gérer en gestion multi-technique par site).

At the bottom, there's a "Nos références" section with logos for PROLOGIS, PARIS AÉROPORT, EuroAirport, B, and TotalEnergies.

Sales content

Des contenus efficaces et visuels produits pour soutenir et renforcer les pitches des commerciaux. Cas clients, one-pagers, pitch decks : bienvenue dans le domaine de l'alignement Marketing-Ventes !

Kits de contenus

Ebooks et guides pratiques

Downloadables

Assessment

Vidéos

Cas client

Infographies et formats visuels

LP, E-mails & NL

Blog posts

Dispositifs SEO

Social Media

Refontes de site

Blogs / Resources center

Pages Offres

Sales Content



Un des principaux enjeux de nos clients est l'alignement de leurs équipes Sales et Marketing. Avoir des contenus commerciaux co-crés c'est l'assurance d'avoir des **formats percutant** autant sur le fond que la forme et qui **collent aux "vraies" attentes des cibles**. L'objectif ? Accompagner les sales dans la négo et dans le closing !

Surtout, on ne néglige pas la distribution pour garantir leur utilisation effective !



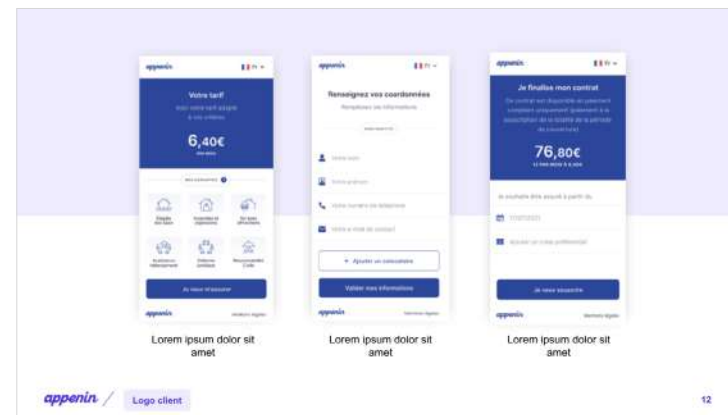
Julie
Consultant Demand Generation chez Invox



Pitch Deck : 1^{er} meeting



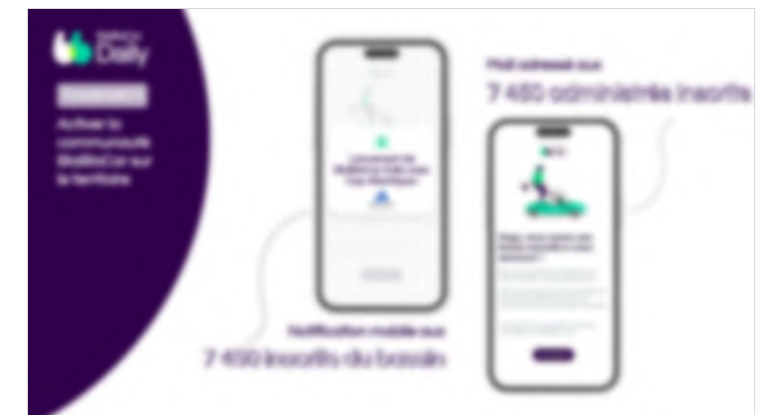
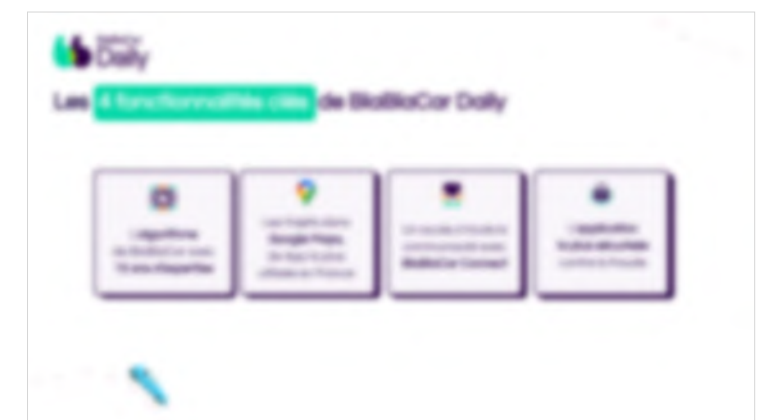
Le rôle d'un premier rendez-vous pour une startup en pleine accélération ? Poser le décor, expliquer sa raison d'être et faire réagir. C'est dans ce but qu'Appenin **restructure** et repense le **design** de son **Pitch Deck** !



BlaBlaCar Daily



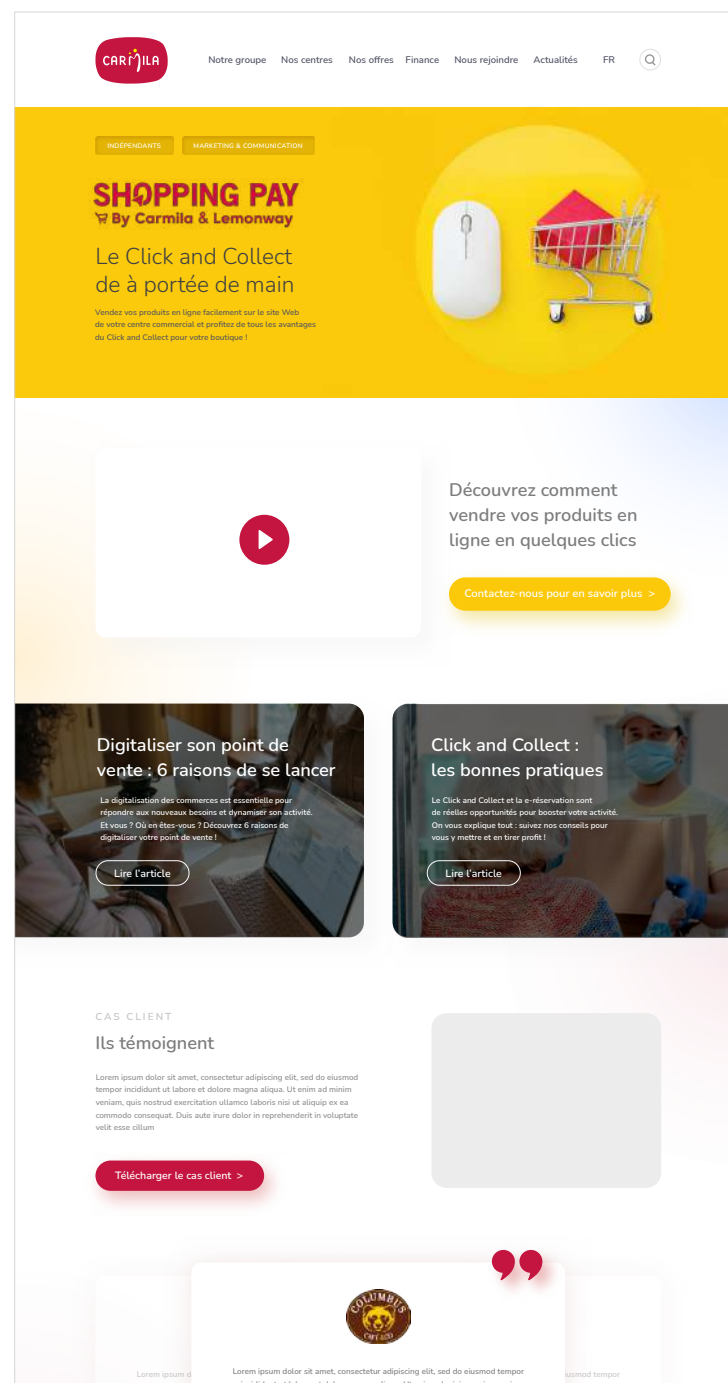
À la suite de sa **fusion** avec Klaxit, BlaBlaCar Daily révisé son discours marketing et améliore son **support Sales content**. Comment ? Grâce à un réalignement du Marketing et de la Vente sur les différenciateurs de la solution, une hiérarchisation de l'information, un discours plus clair et des **messages clés** impactants.



Kit Sales - Digitalisez votre point de vente avec Shopping Pay



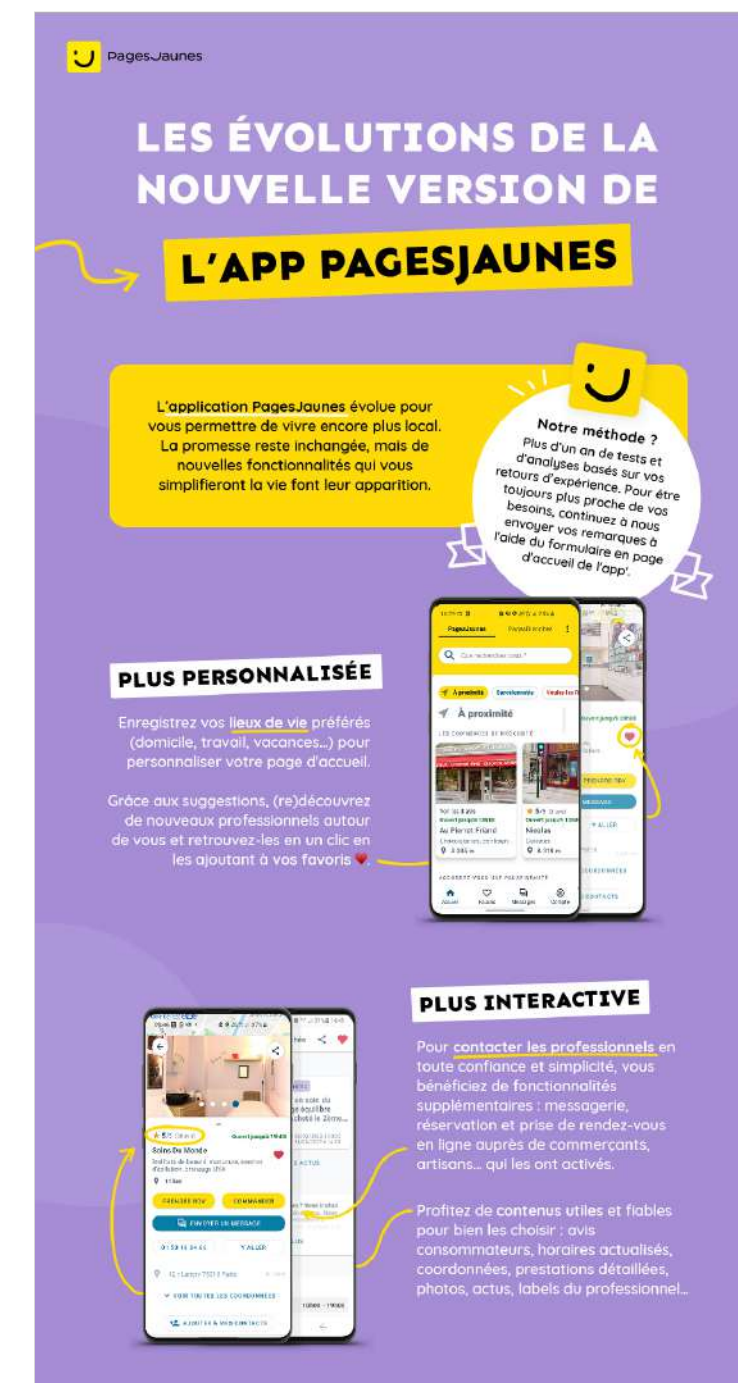
Promouvoir une nouvelle offre auprès de clients existants est essentiel pour développer l'**up-sell**. Carmila met en avant son **nouveau service** Shopping Pay en créant une landing page, une fiche pratique envoyée après le rendez-vous, une vidéo et un support de présentation pour de petits webinars. Rien que ça.



Les évolutions de la nouvelle version de l'app PagesJaunes



PagesJaunes met à disposition de ses commerciaux cette infographie présentant les **nouvelles fonctionnalités** de son application. C'est l'outil idéal pour **renouer** le contact avec des **clients existants** afin de les fidéliser et développer les ventes auprès d'eux. Vive les évolutions d'app ou de logiciel, qui créent des moments d'échange !





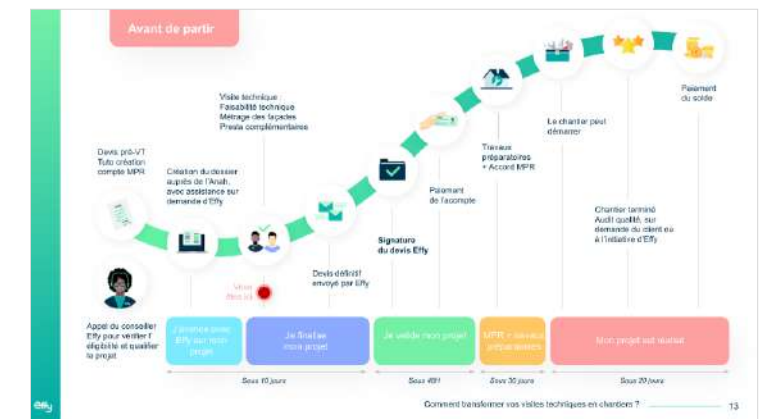
Support de webinar - Comprendre les aides financières à la rénovation énergétique en 2022

Les périodes de changements réglementaires dans un secteur sont toujours propices à la **pédagogie**. Effy propose ces **jeux de slides** prêts à l'emploi et modifiables à ses commerciaux, qui peuvent alors proposer à leurs prospects des **webinars** rapides sur le sujet.



Support interne - Comment transformer vos visites techniques en chantiers ?

Un des enjeux des équipes Marketing ? Bien s'aligner avec les Ventes. C'est possible en fournissant aux commerciaux du **contenu expert** à utiliser lors de leurs contacts avec leurs prospects (calls, visio, meetings, relances...). Effy conçoit un **support de formation** « interne » idéal pour s'assurer de la maîtrise des process et de l'expertise des **commerciaux**.



Infographie - Explications sur l'accompagnement Quable



Être commercial, ce n'est pas que conclure des contrats. Il faut éclairer le client sur les **étapes post-signature**, notamment dans le cas d'activités de service ou de déploiement d'une solution logicielle. Quable arme ses commerciaux d'un contenu **pédagogique à usage double** auprès du client : il peut lui être présenté, ou fourni pour un usage **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 !

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.

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.



Les supports pour les équipes Ventes aussi peuvent être pensés sous forme de **kit**. Advens équipe ses commerciaux d'un ensemble de contenus pour la promotion de leur nouvelle offre « cyber veille légale ». Ce qu'elle comprend ? Une **landing page**, une **plaquette commerciale** et un **snack LinkedIn**.



Nos métiers du Content

We are **Content Makers** !

C'est en équipe que les (bons) contenus se font en 2024. Chez Invox, nous avons choisi de nous entourer des meilleurs spécialistes et de les faire travailler de concert. Notre objectif ? Déployer vos stratégies de contenus et produire les meilleurs formats mettant en avant votre expertise et vos réalisations.. D'ailleurs, [on recrute](#) !

Les Content Strategists

De redoutables experts du Marketing de contenus, qui veillent sur les tendances, challengent les stratégies et **vous apportent les meilleures recos** !

Les Content Managers

Choix des sujets, pilotage, briefing des experts... ce sont les **chefs d'orchestre** de la production de contenus !

Les Copywriters

Toujours à la recherche des bons mots, l'œil rivé sur les KPI, ils **écrivent et réécrivent** pour rendre vos contenus performants.

Les Content Designers & les Video Specialists

Ils mettent les contenus, les concepts, les chiffres en images et **rendent toutes vos créations impactantes** !

Les Content Editors

Les **garants de la qualité**, chargés de relire et d'optimiser tous les contenus réalisés par l'équipe – rien ne leur échappe !

Merci !

invox.fr
04 28 29 02 10
contact@invox.fr

