

MARKETING DIGITAL DAYS



CyberCité
More traffic, more business ↗

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

SEPTEMBRE 2022

LES MARKETING DIGITAL DAYS BY CYBERCITÉ : 3 JOURNÉES POUR FAIRE DÉCOLLER VOTRE STRATÉGIE DIGITALE

3 jours | 21 conférences | 8 partenaires | 26 expert(e)s
RDV les 18, 19 et 20 Octobre 2022

Les Marketing Digital Days reviennent en 2022 pour leur 2^{ème} édition, et cette année, [CyberCité](#) et ses partenaires vous proposent d'aller encore plus loin avec des conférences ultra ciblées sur tous les sujets d'actualité.

Dans un contexte digital en pleine mutation, avec notamment la fin des cookies annoncée, et un besoin croissant de redonner du sens à vos actions Marketing, il est plus que jamais indispensable de mieux penser votre stratégie Web Marketing, et de l'adapter à ce nouveau monde digital.

Comment aller chercher ses audiences ? Comment répondre aux besoins de vos clients et de vos prospects ? Comment mettre en place des actions à la fois éthiques et rentables ? Et quels sont les leviers qui vous donneront les meilleures performances et le meilleur ROI ?

Lors de ces 3 journées, tous les sujets majeurs du Marketing Digital seront abordés pour répondre à toutes vos questions !

21 conférences animées par les meilleur(e)s expert(e)s du marché se succéderont pour vous donner toutes les clés qui vous permettront de mettre en place une stratégie digitale 360 cohérente et performante.

L'objectif ? **Booster vos résultats en vous adressant aux bonnes audiences, avec les bons messages, accroître votre visibilité sur le web, et enfin suivre et mesurer vos performances.**

JOUR 1 : START

Cette 1^{ère} journée sera dédiée à la refonte, à la création de site et aux [fondamentaux du SEO](#).

Les expert(e)s CyberCité, Salesforce et Sylius vous parleront de [Core Web Vitals](#), de CMS, de e-commerce, de convergence SEO/SEA, de stratégie SEO etc.

JOUR 2 : RUN

Cette 2^{ème} journée sera consacrée à la stratégie d'acquisition : du Linking au [Content Marketing](#), en passant par l'[Ads](#) (Google, Youtube, etc.) et le [Social Media](#). CyberCité partagera le micro avec Webqam, OnlySo et Google tout au long de la journée.

JOUR 3 : ANALYSE

Et enfin, pour la 3^{ème} et dernière journée, les expert(e)s vous accompagneront sur les sujets Data et CRM, parce que l'analyse et le [suivi de vos performances](#) sont essentielles pour mesurer son ROI et ajuster sa stratégie.

CyberCité, Isoskèle, Krooga et Acoustic vous parleront de Data Quality, de CRM, de Data SEO, de génération de leads, de Google Analytics 4, et vous pourrez également assister à une battle inédite entre les algo Google et les algo Amazon.

Le programme s'annonce riche, on vous attend !

EN RÉSUMÉ !

Pourquoi les Marketing Digital Days ?

Pour découvrir et mettre en oeuvre les stratégies et les techniques digitales les plus performantes & innovantes, et renouer avec une croissance digitale forte et rentable. Pour découvrir des expériences clients et des expertises techniques diversifiées sur l'ensemble des leviers du Marketing Digital.

Pour qui ?

Les Marketing Digital Days sont un cycle de trois jours de webinars autour du Marketing Digital, des stratégies d'acquisition et de gestion de la data, à destination des Directions Marketing, Communication et Digitales. Les 21 conférences s'adressent à la fois aux E-commerçants, aux retailers, aux groupes internationaux, aux PME, aux annonceurs BtoB ou BtoC etc. Bref, à toutes les entités qui ont des enjeux digitaux !

Quand ?

Mardi 18, mercredi 19 et jeudi 20 Octobre 2022 - De 10h00 à 16h45

LE PROGRAMME

JOUR 1 : REFONTE & CRÉATION DE SITE, FONDAMENTAUX SEO

CONF 1

CORE WEB VITALS : LE TOP DES ACTIONS POUR AMÉLIORER LES SCORES DE MON SITE

*Conférence animée par Christophe BADIOU, Référent technique SEO CyberCité
De 10.00 à 10.45*

Quel que soit le CMS de votre site, vous êtes forcément concernés par la problématique des Core Web Vitals. Mais les Core Web Vitals, c'est quoi exactement ?!

Ils ont pour but d'améliorer l'expérience utilisateur sur votre site, en jouant sur 3 KPIs qui mesurent le temps de chargement de la page, son interactivité et sa stabilité.

Beaucoup de questions se posent : Comment optimiser rapidement les images de mon site ? Comment interpréter facilement les problématiques de stabilité de la page (CLS) ? Existe-t-il des plugins dédiés au temps de chargement sur votre CMS ? J'ai déjà optimisé mon site mais mes scores sont toujours au plus bas, que faire ? Etc.

Deux ans après la première annonce Google sur les Core Web Vitals, venez découvrir les réponses à vos questions !

Lors de webinar, nous aborderons les points suivants :

- > Rappels des fondamentaux sur les Core Web Vitals et présentation des 3 KPIs
- > Présentation des outils de mesure
- > Plugins et tips par CMS : WP, Prestashop, Magento
- > Et si ça ne marche toujours pas, je fais quoi ?
- > Les plugins, c'est comme les antibiotiques, ce n'est pas automatique !



CONF 2

SALESFORCE COMMERCE CLOUD EST-IL LE BON CHOIX POUR LA REFONTE SEO DE MON SITE E-COMMERCE ?

Conférence animée par Joohwang BAIK, Senior Functional Architect Salesforce, et Adrien PARTY, Consultant SEO Senior CyberCité
De 10.45 à 11.30

Au moment de s'interroger sur les solutions à considérer en vue d'une migration, difficile de ne pas s'intéresser à Salesforce Commerce Cloud (ex Demandware).

Pour autant, la question se pose de la capacité de la solution à offrir toutes les fonctionnalités nécessaires pour conserver les acquis du site, et aider ce dernier à décupler son potentiel de visibilité.

Lors de ce webinar, Adrien (CyberCité) et Joohwang (Salesforce Commerce Cloud) vous détailleront comment tirer parti des fonctionnalités de cette solution, de la gestion des redirections jusqu'au report des optimisations title/meta, en passant par leur amélioration.

Ils vous donneront également quelques insights sur les méthodes et techniques qui permettront d'aller plus loin avec Salesforce Commerce Cloud, dans une perspective de développement continu de votre trafic SEO !

CONF 3

LE HEADLESS E-COMMERCE : TOUT LE MONDE EN PARLE, MAIS C'EST QUOI ?!

Conférence animée par Kevin BESSAT, Country Manager France Sylius
De 11.30 à 12.15

Ces derniers mois, impossible de parler de e-commerce sans parler de headless. Et pourtant, qui est capable d'expliquer ce que c'est, et ce que ça apporte concrètement ?!

Lors de cette conférence, nous vous expliquerons ce qu'est le headless e-commerce, pour quels types de projets il est adapté, et pourquoi vous devriez (ou pas) choisir une architecture headless.

Nous tâcherons ainsi de vous transmettre les clés pour comprendre si une architecture headless est adaptée ou non à votre projet. Nous vous expliquerons également comment le choix d'une technologie peut impacter votre projet dans sa globalité, parce que oui, technique et marketing sont très étroitement liés.

Nous évoquerons notamment le cas de Tediber, et les effets concrets d'un passage sur une architecture headless en passant de Woocommerce au framework e-commerce Sylius.

CONF 4

REFONDRE OU CRÉER SON SITE SANS CATASTROPHE SEO : LE TOP DES ACTIONS ROISTES

Conférence animée par Maxime TEYZIER, Chef de Projets SEO CyberCité
De 13.45 à 14.30

Tout le monde le dit : Le SEO se construit sur le long terme. Ce qu'on dit moins, c'est qu'en SEO, rien n'est définitivement acquis, et qu'une visibilité organique peut se voir détruite en quelques instants, à cause de quelques choix malheureux.

La refonte ou la création d'un site sont des périodes essentielles et stratégiques dans la vie digitale d'un business. Quelques instants critiques peuvent vous faire basculer du côté de la catastrophe industrielle, ou du côté du retour sur investissement !

Lors de cette conférence, nous verrons ensemble, avec des exemples concrets, comment éviter les pires écueils de ces projets stratégiques, tout en allant chercher la performance grâce à une priorisation ROIste et data driven du référencement naturel.



CONF 5

UX, UI ET SEO : QUELLES SYNERGIES POUR LE E-COMMERCE ?

Conférence animée par Jean-François VERVAECKE, expert SEO / Responsable Partenariats Ecoles CyberCité
De 14.30 à 15.15

Tout le monde le dit : il faut privilégier l'expérience utilisateur dans sa stratégie de visibilité SEO.
UX, UI, voire SXO : bullshit ou réels leviers de croissance ?

Avec les dernières évolutions de Google, quels sont les enjeux de la satisfaction client pour une stratégie SEO réussie ?

Lors de ce webinar, nous vous proposerons un tour d'horizon des impacts à attendre et des leviers à activer (ou pas) pour atteindre vos objectifs de performance et de visibilité organique.

CONF 6

CONVERGENCE SEO/SEA : COMMENT COMBINER VOS STRATÉGIES POUR MAXIMISER VOS PERFORMANCES ET ACCROITRE VOTRE VISIBILITÉ ?

Conférence animée par Alban RENARD, Responsable Expertises CyberCité, et Arnaud MION, Consultant SEA/Média Senior CyberCité
De 15.15 à 16.00

Pour l'internaute, Google est un outil qui permet d'obtenir une sélection de réponses adaptées à ses demandes, besoins, envies... Le fonctionnement complexe de l'arrière-boutique des services Google lui importe peu, et différencier ce qui relève de résultats organiques ou de résultats publicitaires n'est pas toujours lisible.

Pour ces raisons, et pour maximiser l'impact et la couverture de visibilité occupée par votre marque, il est essentiel de penser vos actions webmarketing dans leur globalité : search, shopping, display, youtube, discover, etc. Autant de leviers à exploiter pour combiner une visibilité organique avec une suppression publicitaire ciblée sur les bonnes audiences.

Penser convergence, c'est maximiser ses chances d'obtenir une stratégie efficace, data driven et orientée vers le résultat concret, en se posant les bonnes questions sur l'ensemble de votre site : comment la simple rédaction d'un contenu, optimisé pour le SEO, peut-il avoir un impact sur vos campagnes payantes ? Quels impacts peut avoir un site mal optimisé techniquement sur l'ensemble de votre business ? Etc.

Nos exemples d'actions SEO/SEA combinées vous mettront sur la piste de ce fameux ROI tant recherché !

CONF 7

STRATÉGIE SEO B2B : QUELLES SONT LES VRAIES SPÉCIFICITÉS ?

Conférence animée par Alban RENARD, Responsable Expertises CyberCité
De 16.00 à 16.45

La particularité du SEO BtoB est la haute valeur des audiences et leur faible quantité : la compétition est élevée sans que les audiences générées soient volumineuses. Cependant, le potentiel des contacts générés est fort puisque les affaires peuvent se compter en milliers, voire en millions d'euros !

Le SEO est donc par définition un levier à audience large : restreindre la visibilité organique d'un site à une audience déterminée et hyper ciblée est donc ardu pour les acteurs du B2B, dont les enjeux de ciblage peuvent être complexes.

Tout l'enjeu d'un stratégie SEO B2B est donc de trouver un bon ratio entre développement du trafic et maintien d'un ciblage pertinent sur cette audience.

Stratégies de contenus, pilotage data driven, optimisations techniques, stratégies offpage : quelles sont les véritables spécificités du SEO B2B ?



JOUR 2 : STRATÉGIE D'ACQUISITION

CONF 1

STRATÉGIE NETLINKING : COMPRENDRE CE QU'ATTEND GOOGLE POUR FRAPPER FORT !

Conférence animée par Quentin LOHOU, Chef de Projets SEO CyberCité

De 10.00 à 10.45

Concurrence extrême, audiences massives... Le Netlinking peut vous permettre de faire la différence face aux concurrents web, si celui-ci est travaillé avec stratégie et subtilité. Mais comment attaquer fort pour faire mieux que vos concurrents tout en restant sous les radars de Google ?

La clé du succès ? Adapter sa stratégie d'acquisition de backlinks après avoir compris comment Google traite votre thématique.

Lors de ce webinar, vous découvrirez au travers de conseils et d'astuces, comment performer en SEO sur le long terme :

- > En s'adaptant à ce qu'attend Google
- > En priorisant la qualité à la quantité (ou la qualité en quantité)
- > En mettant en place une stratégie Netlinking efficace et performante, pour vous hisser à la 1^{ère} place !

Analyse concurrentielle, compréhension de Google, réseaux de sites, etc. Bref, après cette conférence, le Netlinking n'aura plus aucun secret pour vous !

CONF 2

COMMENT METTRE EN PLACE UNE STRATÉGIE CONTENT MARKETING PERFORMANTE ?

Conférence animée par Sylvie COCHET, Responsable Pôle Content Marketing CyberCité

De 10.45 à 11.30

8 secondes : c'est le temps d'attention moyen d'un internaute sur une page web !

Un constat cinglant qui oblige à mettre le contenu au cœur de toute stratégie Marketing si l'on veut qu'elle soit percutante.

Création de contenus, vidéos, stratégie COPE, analyse des résultats, leviers à utiliser... Autant de sujets qu'il est impératif de maîtriser avant le lancement de votre stratégie Content Marketing. Alors par quoi commencer ? Comment s'assurer de la performance de sa stratégie Content Marketing ? Comment déterminer quels sont les contenus les plus pertinents en fonction de ses objectifs ?

Nous décrypterons ensemble les objectifs et les messages de vos contenus qui vous permettront de mettre en place une véritable stratégie Content Marketing, pour maximiser votre performance sur le web. Ne rédigez plus pour le SEO, mais rédigez vos contenus, pour votre cible, en fonction d'objectifs précis, tout en favorisant votre Reach SEO !

CONF 3

MAILLAGE INTERNE ET NETLINKING : COMMENT LES ASSOCIER AU BÉNÉFICE DE VOTRE SEO ?

Conférence animée par Thomas BEVAN, Consultant SEO CyberCité, et Quentin LOHOU, Chef de Projets SEO CyberCité

De 11.30 à 12.15

Le lien hypertexte constitue le fondement même du web tel que nous le connaissons.

C'est sur sa capacité à prendre en compte ces liens dans son algorithme que Google a donné naissance à la notion de popularité d'une page.



Au cœur du SEO, la popularité est l'un des piliers, voire même LE pilier essentiel à activer dans sa stratégie SEO pour attaquer fort et sans pitié les mots-clés concurrentiels sur Google !

Pour atteindre le sommet, il est primordial d'utiliser la force des liens externes entrants (netlinking), tout en travaillant finement son maillage de liens internes en parallèle, pour cibler parfaitement les pages stratégiques. Gagner des votes par le biais de backlinks, c'est bien, mais les exploiter pour les pages stratégiques, c'est mieux !

Nos deux experts SEO vous présenteront le fonctionnement et l'importance des liens pour vous permettre de mesurer les impacts éventuels sur la conception même de votre site.

CONF 4

COMMENT CRÉER UNE CAMPAGNE DIGITALE PERFORMANTE ? L'IMPORTANCE DU VISUEL DANS VOTRE STRATÉGIE D'ACQUISITION

Conférence animée par Emilien POYARD, AdStudio Manager Webqam, et Manon RUSSIAS, Lead Consultante SEA-Média CyberCité
De 13.45 à 14.30

Définir une stratégie d'acquisition en cohérence avec ses objectifs et son cœur de cible, c'est bien !

S'enchaîne ensuite tout un lot de questions importantes :

Quel message communiquer ? Quel concept créatif adopter ? Quel est le bon visuel ou le ton adéquat pour sa campagne média digitale ? Quelles sont les contraintes à anticiper ? Comment (re)donner du sens à ses campagnes publicitaires ?

La production de campagnes digitales demande à la fois expérience et fine connaissance des canaux de diffusion. Quel que soit l'objectif de la campagne, la production de contenu exige stratégie marketing, créativité et efficacité.

Intérêts, conception responsable, optimisations de la surface d'expression, bonnes pratiques et performance, découvrez lors de cette conférence, comment réaliser et optimiser vos campagnes digitales sur l'ensemble de vos supports numériques grâce à des contenus pertinents, créatifs et impactants.

CONF 5

PERFORMANCE MAX : ET SI ON FAISAIT LE POINT SUR CE NOUVEAU PRODUIT GOOGLE ADS ?

Conférence animée par Emily CERISIER, Consultante SEA/Média Senior CyberCité, et Antoine GENERAU, Business Development Manager Google
De 14.30 à 15.15

Performance Max est un nouveau type de campagne qui s'appuie sur les objectifs de conversion, et qui permet aux annonceurs qui ont une stratégie SEA axée sur la performance d'accéder à l'ensemble de l'inventaire Google Ads, et ce depuis une seule et même campagne.

Lors de ce webinar, nous allons décortiquer ensemble ce produit phare de 2022 : les performances, les optimisations et les analyses à mener.

Nous verrons ainsi les points suivants :

- > Comment utiliser Performance Max
- > Quelles sont les bonnes pratiques pour garantir des campagnes efficaces et performantes
- > Quels types d'annonceurs peuvent l'utiliser
- > Quand faut-il l'utiliser
- > Quels sont les avantages de Performance Max

Pour aller plus loin, nous verrons également quel est l'impact de Performance Max sur les autres campagnes Google, et enfin, nous vous donnerons notre point de vue en tant qu'expert(e)s, en vous proposant quelques points d'alerte ! Lors de cette conférence, Emily sera accompagnée par Antoine GENERAU, Business Development Manager Google, afin de vous proposer plus d'insights sur ce nouveau produit.



CONF 6

BOOSTEZ LA NOTORIÉTÉ DE VOTRE MARQUE ET VOS PERFORMANCES DIGITALES GLOBALES AVEC YOUTUBE !

Conférence animée par Manon RUSSIAS, Lead Consultante SEA-Media CyberCité
De 15.15 à 16.00

Youtube est incontestablement une plateforme puissante : en moyenne, les français regardent 55 minutes de vidéo en ligne par jour*, et 72% de ce temps est passé sur Youtube** (10 fois plus que Netflix*** !).

Pour autant, Youtube n'est pas le 1^{er} levier auquel on pense quand on cherche à booster ses performances digitales ! En effet, beaucoup de challenges gravitent autour de la plateforme : les budgets ne sont-ils pas trop élevés pour mettre en place des campagnes efficaces ? Les audiences visionnent-elles réellement les vidéos publicitaires ? N'est-ce pas trop compliqué et cher de faire des vidéos ? Les audiences sont-elles pertinentes ? Etc. Mais avec cette hyper consommation de la vidéo sur Youtube, il est indéniable que vous allez forcément y rencontrer vos audiences !

Lors de ce webinar, nous verrons comment booster vos performances digitales en travaillant votre notoriété et votre image de marque sur cette plateforme.

Nous aborderons également les différents formats & stratégies d'audiences pour toucher efficacement vos prospects et clients, avec des applications concrètes via deux cas clients CyberCité : Sanytol et Culligan.

Sources : *Global Vidéo - V25 - Médiamétrie (France Entière 4+) **Médiamétrie Internet Vidéo ***Google internal data

CONF 7

RÉUSSIR VOTRE ACTIVATION SOCIAL SHOPPING : QUELLES PLATEFORMES ET QUELLE STRATÉGIE SOCIAL MEDIA METTRE EN PLACE ?

Animée par Margot HENRY et Fanny LOUBATON, Social Media Strategists OnlySo
De 16.00 à 16.45

Les réseaux sociaux tiennent désormais une grande place dans les stratégies de communication des marques. Pinterest, Instagram, Facebook, Twitter ou même TikTok : toutes les plateformes se sont lancées dans le Social Shopping afin de devenir de véritables plateformes de vente à part entière, et ainsi permettre aux marques de promouvoir leurs produits au plus grand nombre, tout en créant du lien social pour déclencher l'achat.

Quelles sont les outils proposés par chaque plateforme pour vendre ?
Quelles sont les spécificités à connaître pour réussir ses campagnes ?
Qu'est-ce qui motive les utilisateurs à acheter sur les réseaux sociaux ?
Comment les influenceurs peuvent vous aider pour ce type de campagnes ?

Autant de questions auxquelles Fanny et Margot répondront lors de ce webinar ! Elles vous partageront également leurs conseils et leurs recommandations pour des campagnes performantes, tout en revenant sur les indicateurs clés de performance.



JOUR 3 : ANALYSE, DATA & CRM

CONF 1

DATA QUALITY : COMMENT FIABILISER ET ENRICHIR VOS DONNÉES CLIENTS ET PROSPECTS POUR OPTIMISER LE RENDEMENT DE VOTRE MARKETING RELATIONNEL ?

Conférence animée par Artus DE SAINT SEINE, DGA activités Data & Media Isoskèle, et Sam HESHMATI, Directeur de Clientèle Data Quality, Pôle Martech, Isoskèle
De 10.00 à 10.45

Au quotidien, dans le cadre de votre activité, vous collectez des données de contact et de profil sur vos clients et vos prospects. Toute cette data a vocation à être utilisée pour la mise en œuvre de votre stratégie de Marketing Relationnel.

Mais comment vérifier et maintenir l'exactitude de ces données ? Comment les compléter et les enrichir (avec des données externes ou collectées) dans le respect du RGPD, pour mieux cibler vos audiences et réaliser vos actions de communication avec un rendement optimum ?

L'objectif de ce webinar est de vous aider à évaluer le coût, souvent masqué, de la non-qualité des données, et de vous présenter les solutions de remédiation qui vous permettront d'augmenter le rendement de votre communication et de vos actions marketing.

CONF 2

DONNÉES CRM ET SOLUTIONS STATISTIQUES : PILIER DE LA CONNAISSANCE CLIENT

Conférence animée par Cédric SONREL, Responsable Pôle Data Analytics CyberCité
De 10.45 à 11.30

Dans des environnements d'acquisition de trafic de plus en plus concurrentiels (SEO, Media, Social Média, Social Ads, etc.), comment agir assez rapidement sur les leviers de la connaissance client, en injectant dans vos solutions d'analyse d'audience des données issues de votre CRM pour segmenter votre audience et la cibler de manière pertinente ?

Et surtout, comment avoir le processus inverse en envoyant dans votre CRM des données de conversions sourcées qui vous permettront de mieux mesurer et de mieux piloter vos campagnes d'acquisition ?

En quelques mots, comment mettre en place une connexion CRM avec vos solutions d'analyse d'audience, et comment envoyer à votre CRM les données de sources et de support ?

Nous répondrons à toutes ces questions lors de ce webinar !

CONF 3

MARKETING AUTOMATION : SIMPLE OUTIL DE GESTION DE CAMPAGNES MARKETING OU VÉRITABLE LEVIER D'AIDE À LA CONVERSION ?

Conférence animée par Benjamin GINOCCHIO, Directeur Département Consulting Pôle Martech Isoskèle, Chris WALKER, Responsable France et Espagne Acoustic, et Patrick STEWART, Ingénieur Commercial Acoustic
De 11.30 à 12.15

Historiquement, l'automatisation du Marketing vise à chercher de nouveaux moyens, plus efficaces, pour attirer des clients potentiels sur le site web ou l'application mobile d'une entreprise.

Bien que cela soit un point essentiel - et nous examinerons comment optimiser ces moyens dans un monde omnicanal et voué à un avenir sans cookies tiers - nous pensons que ce n'est que le début de l'histoire du Marketing Automation !

Les Responsables Marketing sont généralement évalués sur l'impact de leurs différentes actions sur les ventes de l'entreprise, mais sans forcément avoir la possibilité de suivre le parcours de leurs visiteurs sur le site, ni d'analyser où, quand, comment et pourquoi ces mêmes visiteurs ne vont pas au bout du tunnel de conversion. Car oui, même la meilleure campagne marketing peut être vouée à l'échec !



L'objectif principal de cette conférence est d'examiner comment vous pouvez fermer cette boucle, et ainsi maximiser vos taux de conversion en attirant les segments de clients potentiels les plus rentables sur votre site, en leur offrant une expérience client optimisée pendant leur navigation. Ou bien, en cas de problème, d'en être automatiquement notifié, puis d'identifier la cause et les visiteurs concernés, avec la rapidité nécessaire pour résoudre le problème et relancer la campagne marketing, afin de les récupérer avant qu'ils ne soient perdus.

CONF 4

DATA SEO ET STRATÉGIE DE MOTS-CLÉS : COMMENT SE SERVIR DE LA DONNÉE POUR PRENDRE LES BONNES DÉCISIONS ?

*Conférence animée par Thomas BEVAN, Consultant SEO CyberCité
De 13.45 à 14.30*

Les pages de résultats Google sont une mine d'or pour concevoir une stratégie SEO.
Mais que pouvez-vous réellement en tirer ?

À l'ère du Big Data, où l'accès à la donnée est devenu une commodité, pourquoi ne pas se servir de ces Data pour concevoir une stratégie SEO répondant parfaitement aux attentes des internautes ?

Comme tout levier d'acquisition, le SEO doit rentrer dans une logique ROIste, avec un ratio temps passé / résultats obtenus positif. Pour y parvenir, il est possible, via des analyses fines de vos Data SEO, d'aller chercher des leviers de croissance réalistes et réalisables.

L'analyse et le traitement de données peut nous faire gagner un temps précieux, et surtout nous permettre de prendre les bonnes décisions pour piloter son SEO par la valeur, et in fine nous projeter sur les actions à déployer.

À travers des exemples opérationnels et des cas d'usages concrets, comme la réalisation d'études de marché grâce à vos mots-clés, ou la priorisation des optimisations tactiques, découvrons comment piloter vos actions SEO par la Data.

CONF 5

ALGO GOOGLE VS ALGO AMAZON : LES PIÈGES À ÉVITER POUR PERFORMER !

*Conférence animée par David BONNAMOUR, Directeur Général Associé CyberCité, et Guillaume ROCHETEAU,
Co-fondateur Krooga
De 14.30 à 15.15*

Si Google reste en France le 1^{er} moteur de recherche, toutes recherches confondues, Amazon est devenu le 1^{er} moteur de recherche de produits selon l'étude « The Future Shopper ».

Amazon ne doit donc plus être uniquement considéré comme une marketplace, mais comme un canal marketing à part entière.

David, DGA CyberCité et expert en Search Marketing, et Guillaume, CEO Krooga et expert Amazon, vont vous décortiquer l'approche de ces 2 géants du web en matière de SEO, de SEA et de Média, pour vous apporter des éléments de réponses sur les DO / DON'T à appliquer dans vos stratégies Search Marketing en E-commerce.



CONF 6

COMMENT CHALLENGER VOS STRATÉGIES DE GÉNÉRATION DE LEADS SUR META DANS UN CONTEXTE DE FIN DES COOKIES TIERS ?

Conférence animée par Lucas RIOU, Consultant SEA & Media Senior CyberCité
De 15.15 à 16.00

Evolution du RGPD, restriction de l'utilisation des cookies pour les principaux OS et navigateurs, complexification du suivi des données... Les acteurs de la publicité évoluent désormais dans un environnement qui devient de plus en plus contraint.

Face à la fin prochaine des cookies tiers, META a su répliquer en proposant plusieurs solutions publicitaires qui vous permettront de faire évoluer vos stratégies de campagnes, ainsi que vos outils d'analyse de la Data.

A travers plusieurs cas clients, nous étudierons lors de cette conférence les outils à activer pour définir de nouveaux KPIs axés sur la performance réelle de vos stratégies, pour accélérer la génération de Leads qualifiés, et ainsi enrichir vos sources de données dans un nouvel environnement cookieless.

CONF 7

LE NOUVEAU GOOGLE ANALYTICS 4 : DE LA THÉORIE À LA PRATIQUE, EN PASSANT PAR LA MIGRATION

Conférence animée par Cédric SONREL, Responsable Pôle Data Analytics CyberCité
De 16.00 à 16.45

Depuis le 16 mars dernier, Google a annoncé la fin d'Universal Analytics au profit de sa nouvelle version Google Analytics 4. Nouvelle méthode de collecte, nouvelle interface, nouveaux KPIs...

Que de changements dans cette 4^{ème} itération de l'outil de Google !

Avec le recul nécessaire sur son utilisation et sur l'ensemble des changements, nous allons voir, lors de ce webinar, les principaux apports de cette nouvelle interface, ainsi que les enjeux en termes de Data. Nous nous plongerons également dans les nouveaux rapports afin de passer en revue cette interface, et vous permettre ainsi de retrouver tous vos petits !



ORGANISATEUR ET PARTENAIRES

À PROPOS DE CYBERCITÉ

CyberCité est une agence Marketing Digital, experte en Search.

Nous mettons en place des stratégies et des mécaniques d'acquisition de trafic sur les moteurs de recherche (SEO / SEA) centrées sur les intentions utilisateurs, en alliant tactique, engagement et performance.

Nos 130 collaborateurs sont répartis dans nos 6 agences françaises pour être au plus proche des territoires de nos clients.

Notre force ? Nous avons développé en 23 ans d'existence, une forte culture de l'observation, d'analyse de données massives et de reverse engineering qui nous permettent de maîtriser les algorithmes des différentes plateformes telles que Google, Facebook, Youtube, Amazon, ou encore LinkedIn. Le pilotage par l'expertise humaine de la data, de l'IA & de l'automatisation, est selon nous l'enjeu du business digital de demain.

Nous déployons des stratégies de contenus, de SEO et de SEA qui se doivent d'être convergentes afin d'engager au mieux les audiences de nos clients pour les transformer en prospects qualifiés et en clients fidèles.

Le SEO et le contenu doivent, au même titre que les autres canaux et leviers marketing, être pilotés avec des KPI business : nous parlons de stratégies ROIstes. Notre baseline en est l'image : « More traffic, more business ».

Notre atout ? Un pôle R&D qui nous permet de développer DataGarden, notre suite logicielle dédiée au benchmark, à la détection d'opportunités (avec alerte) et au suivi de votre reach en Search Marketing.

Ainsi, nous aimons réinventer notre métier chaque jour pour stimuler le potentiel business de nos clients, à travers des dispositifs de plus en plus personnalisés et engageants.

À PROPOS DE ONLYSO

OnlySo est une agence résolument social first !

Notre mission ? Vous accompagner dans votre stratégie et votre ambition social media, durablement. Notre équipe d'experts co-construit, orchestre et rend visible l'identité sociale de votre marque ou de votre entreprise. Ajoutons ensemble une dimension sociale à votre prise de parole et faisons des Médias Sociaux un levier incontournable de votre stratégie marketing !



À PROPOS DE ISOSKELE

ISOSKELE, leader en France du Data Marketing & de la Communication, accompagne au quotidien plus de 1 000 clients, pour décrypter les écosystèmes des marques, concevoir des expériences engageantes et imaginer des campagnes créatives pertinentes exécutées à l'aide des dernières technologies data marketing.

Au quotidien, ce sont 450 expert(e)s issus du datamining, des études, du marketing technologique, de l'emailing ou de la publicité qui co-construisent pour les annonceurs des stratégies de marketing relationnel performantes. Ce positionnement inédit a permis à ISOSKELE d'obtenir, depuis sa création en février 2019, plus de 70 récompenses créatives, labels RGPD et certifications multiplateformes (Adobe, Salesforce, Acoustic...).

Également expert des problématiques fundraising et non-profit, ISOSKELE lève pour ses clients du monde associatif plus de 60 millions d'euros de dons chaque année. L'agence se distingue également chaque année en publiant deux indicateurs de référence : le Baromètre de la reconnaissance client et l'Observatoire de la data.

Depuis son rapprochement en juin 2021 avec TimeOne Group, spécialiste de l'acquisition clients multi-leviers, CyberCité première agence indépendante sur le search marketing et le social media, en janvier 2022, et l'agence de publicité St John's en février 2022, ISOSKELE compte 450 collaborateurs pour 96M€ de chiffre d'affaires.

À PROPOS DE SALESFORCE

Salesforce est une solution de gestion de la relation client (ou CRM) basée sur le Cloud, qui offre à tous les départements de votre entreprise - y compris le marketing, les ventes, le service client, et l'e-commerce - une vue unifiée de vos clients sur une plateforme intégrée.

Commerce Cloud, produit Salesforce, permet d'accélérer votre croissance grâce au e-commerce centré sur le client, mais aussi de garder une longueur d'avance grâce à une plateforme e-commerce unique et agile.

À PROPOS DE WEBQAM

Depuis 2005, Webqam évolue avec ses clients et les technologies. Ce sont plus de 60 experts qui vous accompagnent pour construire l'ensemble des dispositifs digitaux, de la réflexion stratégique à la réalisation technique.

Webqam Groupe compte aujourd'hui quatre agences intégrées pour vous accompagner dans votre communication digitale globale.

Car nous sommes des développeurs web certes, mais aussi des stratèges, des consultants, des créatifs et les développeurs d'une communication et d'un marketing efficient, pertinent et novateur.

Intégré au sein de l'agence digitale Webqam, l'Adstudio regroupe nos experts en création de contenus à destination des campagnes de publicité digitale, pour un accompagnement toujours plus complet.



À PROPOS DE KROOGA

1^{ère} agence française 100% dédiée à Amazon, Krooga a accompagné des centaines de marques vers le succès depuis sa création en 2009. Stratégie BtoB (Vendor) ou BtoC (Seller), gestion publicitaire, logistique, export, optimisation du catalogue et des fiches produits, gestion des avis... Krooga s'occupe de tout pour ses clients. Parce que chaque marque est spécifique, l'agence Krooga collabore avec chacune d'entre elles pour établir SA stratégie personnalisée, taillée sur mesure pour elle, et pour sa réussite !

À PROPOS DE SYLIUS

Sylius est un framework e-commerce open source headless ready. Notre solution, entièrement basée sur le framework PHP Symfony, est particulièrement adaptée aux projets e-commerce avec une forte dimension sur-mesure, à la fois BtoB et BtoC, sur tous types d'activités (retail, abonnement, réservation en ligne, etc.). À mi-chemin entre l'approche pré-packagée de type CMS et full-custom, notre volonté est de réunir le meilleur des 2 mondes. Sylius, c'est en effet la puissance et l'évolutivité d'un framework couplé aux fonctionnalités e-commerce de base d'un CMS. Avec son approche best-of-breed, Sylius est pensé pour être interfacé avec le meilleur des outils du marché pour garantir une expérience d'achat optimale.

À PROPOS DE ACOUSTIC

Acoustic aide les entreprises à combler le fossé de l'expérience numérique en leur donnant une vue globale de l'expérience client et en leur permettant de proposer des expériences personnalisées en fonction des besoins et des préférences des consommateurs. Le portefeuille d'entreprises Acoustic (Marketing Cloud, Tealeaf et DemandTec) aide les entreprises de tous les secteurs à accroître la valeur à long terme de leurs clients grâce à une technologie primée et à un support et des partenariats imbattables.

CONTACT PRESSE

Ophélie Tata (Responsable Marketing & Communication)
otata@cybercite.fr / 04 78 41 03 33

DÉCOUVREZ LES DERNIERS LIVRES BLANCS !

Pour qu'amateurs et professionnels s'en sortent dans la jungle du digital, l'agence CyberCité publie régulièrement des livres blancs, à télécharger gratuitement sur <https://www.cybercite.fr/livres-blancs.html>

NOS RÉFÉRENCES

Air France, Renault Trucks, Orpi, GRDF, Vattenfall, Mikit, Akena Veranda, Cuisines Aviva, Culligan, Cultura, Bouchara, Botanic, le Temps des Cerises, Natalys, Fragonard, Corolle, Groupe Lafuma, Bébé9, Méribel, Les Ménuires, Portes du Soleil, La Plagne, Apicil, Audika, Laboratoires URGO, Sanytol, Maxoutils, Coyote, Aoste, Lustucru...



Informations, publications
et cas clients sont disponibles
sur le site : www.cybercite.fr

