



## **Animer et promouvoir son site Web : Les outils du community manager**

 **Télécharger**

 **Lire En Ligne**

[Click here](#) if your download doesn't start automatically

# Animer et promouvoir son site Web : Les outils du community manager

*Xavier Delengaigne*

**Animer et promouvoir son site Web : Les outils du community manager** Xavier Delengaigne

Pour l'information et la communication, le web obéit à d'autres règles que celles des médias traditionnels. Le web est une conversation. Cette dimension, avec les réseaux sociaux, le web 2.0 et les smartphones, est en train de s'affirmer comme l'un de ses axes principaux de développement. Photos, vidéos, coproduction de contenu, fidélisation du lectorat, cartographie, réseaux sociaux, référencement, e-réputation, plan e-média : cet ouvrage est un manuel pratique qui présente et explique l'utilisation, avec leurs avantages et leurs limites, des différents outils, logiciels et services d'animation de site et d'échanges interactifs sur internet. Chaque étape à suivre pour leur prise en main est analysée et illustrée avec des exemples concrets. Ce livre est un instrument indispensable pour tous ceux, journalistes, décideurs et acteurs de l'information et de la communication, qui informent, communiquent, animent ou dirigent des médias en ligne, des blogs, des sites ou des intranets 2.0 et doivent agir comme des community managers.

 [Télécharger Animer et promouvoir son site Web : Les outils du ...pdf](#)

 [Lire en ligne Animer et promouvoir son site Web : Les outils d ...pdf](#)

## Téléchargez et lisez en ligne Animer et promouvoir son site Web : Les outils du community manager Xavier Delengaigne

---

157 pages

Extrait

Introduction

Le XXI<sup>e</sup> siècle a été marqué par l'effondrement du modèle traditionnel de la presse et du journalisme en général. En France, en particulier, de nombreux journaux issus de la presse traditionnelle agonisent lentement. Le nombre de quotidiens vendus décroît d'année en année :

- «3,8 millions de quotidiens vendus par jour en 1974 ;
- 1,9 million en 2007 !»

Par ailleurs, l'âge moyen des lecteurs devient de plus en plus élevé :

- «59 % des plus de 15 ans lisaient un quotidien en 1967 contre 34 % en 2005 ;
- 43 % des lecteurs de la presse quotidienne nationale ont plus de 50 ans.» Pour de nombreux observateurs, les lecteurs de la presse papier traditionnelle ont déjà un pied dans la tombe !

Le modèle industriel de la presse papier est lui aussi en panne : les revenus publicitaires décroissent tandis que les coûts de fabrication continuent quant à eux d'augmenter. La concurrence d'autres médias comme la télévision et maintenant internet grignote chaque jour un peu plus le gâteau publicitaire.

Ainsi, pour de nombreux décideurs, le web avec ses promesses apparaît comme un véritable eldorado.

Toutefois, sur le web, les règles du jeu ne sont pas tout à fait identiques :

- une vue rapporte 20 fois moins qu'un lecteur papier\* ;
- grâce aux technologies web 2.0 les lecteurs n'ont plus besoin des médias traditionnels, ils peuvent créer leur propre média...

D'ailleurs, le web se transforme vite en Far West... De nombreux chercheurs d'or creusent et fouillent le web pour trouver le filon...

De même, de plus en plus, les médias sont confrontés aux aléas de l'économie de l'attention. Le lecteur subit de plus en plus la surabondance d'information (les Québécois l'appellent joliment «infobésité»). Le web s'apparente d'ailleurs à un véritable mille-feuille où des familles d'outils et de services se superposent aux autres. Dès lors, quelles stratégies adopter ? Investir tous les services possibles ou se concentrer sur certains (mais comment les choisir ?) ?

Ensuite, les médias traditionnels ont perdu leur mainmise sur l'information. Désormais, les internautes s'échangent de l'information de manière virale, via les réseaux sociaux en ligne et non plus via les canaux de diffusion habituels.

Enfin, les nouvelles générations se comportent différemment :

- ils n'achètent plus de journaux payants ;
- ils passent de plus en plus de temps sur internet au détriment de la TV ;
- ils utilisent de plus en plus des applications mobiles.

Dès lors, comment tirer son épingle du jeu ? Animer (voire réanimer), dynamiser son site web et mettre à profit les médias sociaux 2.0 représentent des pistes pour concrétiser ses espoirs dans l'aventure web...

Naturellement, les conseils prodigués tout au long de ce livre ne se cantonnent pas à la sphère des sites web d'information. Toute personne en charge d'animer et promouvoir un site web en général y trouvera un intérêt certain. De même, ce livre s'adresse également au cercle élargi des travailleurs du web : webmaster, community manager, etc. Présentation de l'éditeur

Pour l'information et la communication, le web obéit à d'autres règles que celles des médias traditionnels. Le web est une conversation. Cette dimension, avec les réseaux sociaux, le web 2.0 et les smartphones, est en train de s'affirmer comme l'un de ses axes principaux de développement.

Photos, vidéos, coproduction de contenu, fidélisation du lectorat, cartographie, réseaux sociaux, référencement, e-réputation, plan e-média : cet ouvrage est un manuel pratique qui présente et explique

l'utilisation, avec leurs avantages et leurs limites, des différents outils, logiciels et services d'animation de site et d'échanges interactifs sur internet. Chaque étape à suivre pour leur prise en main est analysée et illustrée avec des exemples concrets.

Ce livre est un instrument indispensable pour tous ceux, journalistes, décideurs et acteurs de l'information et de la communication, qui informent, communiquent, animent ou dirigent des médias en ligne, des blogs, des sites ou des intranets 2.0 et doivent agir comme des community managers.

XAVIER DELENGAIGNE

Ancien directeur des systèmes d'information pour une grande collectivité de la métropole Lilloise, Xavier Delengaigne est le créateur et l'animateur du blog «Collectivité Numérique».

Il s'intéresse particulièrement à la cartographie de l'information, la gestion des données personnelles et la veille technologique.

Il rédige régulièrement des articles pour la presse papier et web (notamment VeilleMag, Archimag et La Lettre du Cadre Territorial).

Auteur de plusieurs ouvrages, notamment sur le Mind Mapping et les outils multimédias du web, Xavier Delengaigne est formateur au CFPJ Médias. Biographie de l'auteur

Ancien directeur des systèmes d'information pour une grande collectivité de la métropole Lilloise, Xavier Delengaigne est le créateur et l'animateur du blog "Collectivité Numérique". Il s'intéresse particulièrement à la cartographie de l'information, la gestion des données personnelles et la veille technologique. Il rédige régulièrement des articles pour la presse papier et web (notamment VeilleMag, Archimag et La Lettre du Cadre Territorial). Auteur de plusieurs ouvrages, notamment sur le Mind Mapping et les outils multimédias du web, Xavier Delengaigne est formateur au CFPJ Médias.

Download and Read Online Animer et promouvoir son site Web : Les outils du community manager Xavier Delengaigne #OE18MP93LG6

Lire Animer et promouvoir son site Web : Les outils du community manager par Xavier Delengaigne pour ebook en ligne  
Animer et promouvoir son site Web : Les outils du community manager par Xavier Delengaigne Téléchargement gratuit de PDF, livres audio, livres à lire, bons livres à lire, livres bon marché, bons livres, livres en ligne, livres en ligne, revues de livres epub, lecture de livres en ligne, livres à lire en ligne, bibliothèque en ligne, bons livres à lire, PDF Les meilleurs livres à lire, les meilleurs livres pour lire les livres  
Animer et promouvoir son site Web : Les outils du community manager par Xavier Delengaigne à lire en ligne.  
Online Animer et promouvoir son site Web : Les outils du community manager par Xavier Delengaigne ebook Téléchargement PDF  
Animer et promouvoir son site Web : Les outils du community manager par Xavier Delengaigne Doc  
Animer et promouvoir son site Web : Les outils du community manager par Xavier Delengaigne Mobipocket  
Animer et promouvoir son site Web : Les outils du community manager par Xavier Delengaigne EPub

**OE18MP93LG6OE18MP93LG6OE18MP93LG6**