

+
**Marketing
&
Webmarketing**

Frédéric BOSSARD
Julie MARS AUX

skema
BUSINESS SCHOOL

Introduction au Webmarketing

COMMENT CRÉER UN PLAN MARKETING / WEB-MARKETING

+
Introduction

Internet : nouvel enjeu économique

Qu'est ce que le webmarketing?

Les métiers du web : un secteur d'avenir

+ Internet nouvel enjeu économique

- « Internet » : Internet est le réseau informatique mondial qui rend accessibles au public des services variés comme le courrier électronique, la messagerie instantanée et le World Wide Web, en utilisant le protocole de communication IP (Internet protocol).

Son architecture technique qui repose sur une hiérarchie de réseaux, ce qui implique de facto une non-centralisation, lui vaut le surnom de *réseau des réseaux*. (wikipédia)

→ Description réductrice : Internet est bien plus que ça !



+ Internet nouvel enjeu économique MONDIAL

Internet : les chiffres de 2010

- + de 1,97 milliards d'utilisateurs dans le monde (juin 2010) dont:
 - 825,1 millions en Asie
 - 475,1 millions en Europe
 - 266,2 millions en Amérique du Nord.
- 107 trillions (mille milliards) d'emails envoyés en 2010
- 202 millions de noms de domaine (Octobre 2010)
- 152 millions de blogs sur Internet
- 175 millions d'inscrits sur Twitter, Septembre 2010
- 600 millions d'inscrits sur Facebook à la fin de 2010
- 2 milliards de vidéos vues par jour sur YouTube

Source : Royal Pingdom



+ Internet nouvel enjeu économique en FRANCE

Internet : les chiffres de 2010

- 37,6 millions d'internautes (taux de pénétration de 70,1%, +10% par rapport à 2009)
- 92% des internautes français surfent tous les jours sur Internet
- Internet est média deux fois plus influent que la télévision = 53% cette année
- 72% des internautes ont déjà acheté en ligne
- L'e-commerce en France pourrait atteindre 30 milliards d'€
- 1 français sur 2 a réservé ses vacances d'été via le web contre 35% en 2009
- + de 20 millions d'inscrits sur un réseau social (presque 30% des français de tous âges) dont 8 millions qui s'y rendent quotidiennement
- 12,6 millions de français ont utilisé leur téléphone pour naviguer sur Internet

Sources : Médiatmètrie Juin 2010, TNS Sofres Oct 2010, Raffour Interactive Juin 2010, Fevad Sept 2010

skema
BUSINESS SCHOOL

+ Internet nouvel enjeu économique en France

- « Aujourd'hui, plus de 60% de la population et 93% des entreprises en France ont une connexion Internet haut-débit. Pourtant l'impact réel d'Internet sur l'économie française reste encore mal connu ». (Rapport McKinsey&Company « Impact d'Internet sur l'économie française », mars 2011)
- Le rapport révèle qu'Internet contribue à 60 milliards d'euros au PIB français et à 20% de la croissance entre 2004 et 2009 employant plus d'1 million de personnes.

Source : Internet-impact.fr voir annexe « Impact d'Internet sur l'économie française »

skema
BUSINESS SCHOOL

+ Les métiers du web : un secteur d'avenir

- Internet a permis la création d'1,15 millions d'emplois, soit 4,2% de la population active. 28% de ces emplois ont directement été créés par les acteurs de l'Internet.

- Regroupe deux grandes familles de métiers que l'on peut exercer en agence web, en free lance ou dans une société qui

internajise : Conseil & Conception de contenus interactifs

Conseil en communication et marketing
Conception éditoriale et architecture de l'information
Création et direction artistique
Conception multimédia (*arborescence, ergonomie d'interface, navigation, fonctionnalités*)

Marketing Web & achats média

Publicité, Marketing direct, Trafic management & search marketing, Buzz & marketing viral...

Internet capte aujourd'hui 10 % des budgets marketing des entreprises

Source : Internet-impact.fr voir annexe « Impact d'Internet sur l'économie française »



+ Les métiers du web : un secteur d'avenir

- Les nouveaux métiers de la communication:

Chef de projet web

Traffic manager : programme et optimise les campagnes interactives (informatique & marketing)

Responsable affiliation : développe des réseaux de sites pour promouvoir des produits ou services (marketing, négociation, bilingue)

Gestionnaire de communautés internet : anime les forums (expression écrite)

Consultant e-crm : définit la stratégie et les outils de gestion de la relation client en ligne (informatique, statistique & marketing vente)

Chargé de référencement : optimise la position des sites dans les moteurs de recherche (informatique et commercial)


Architecte de l'information : gère la hiérarchie et l'ordonnancement des contenus, articles, produits, commentaires,...





+
Définir ses
objectifs
Marketing

skema
BUSINESS SCHOOL



+
Pourquoi communiquer sur Internet?

- > Développer la notoriété
- > Créer, entretenir une image de marque
- > Recruter des contacts
- > Animer une base de prospects
- > Générer du trafic et des ventes directes ou sur d'autres canaux
- > Fidéliser les clients
- > Dialoguer avec ses clients, professionnels ou particuliers
- > Optimiser les performances de la campagne en temps réel

skema
BUSINESS SCHOOL

+ Quelle est ma cible?

- Sexe
- Âge
- Centres d'intérêts
- Habitudes d'utilisation d'Internet
- Habitudes d'achat
- ...



skema
BUSINESS SCHOOL

+ Quel type de site va me permettre d'atteindre ma cible et mon objectif?

Site de présentation ou e-commerce?

<http://www.mini.fr/>

<http://www.voyages-sncf.com/>

Site pour un évènement?

<http://www.iftm.fr/>

Forum ou Blog?

<http://www.forumfr.com>

<http://blog.saint-james-paris.com/>

Buzz? Information? Corporate?

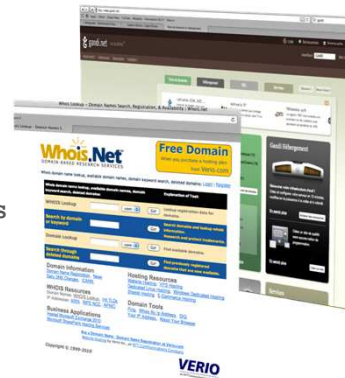
<http://www.toyota.com/vehicules/minisite/newprius/>



skema
BUSINESS SCHOOL

+ Trouver un nom de domaine

- Très important pour le référencement
- Du point de vue marketing il est aussi important que votre marque
- Doit être court, percutant, significatif, facile à retenir et à taper
- Parfois indispensable d'acheter des noms de domaines avec différentes extensions
- <http://www.gandi.net/>
- <http://www.whois.net/>



skema
BUSINESS SCHOOL



Benchmark

skema
BUSINESS SCHOOL

+ Définition



- Le benchmark est dans un contexte marketing une **démarche d'observation et d'analyse** des performances atteintes et **des pratiques utilisées** par la concurrence ou par des secteurs d'activité pouvant avoir des modes de fonctionnement réutilisables par l'entreprise commanditaire du benchmark.
- Le benchmark peut être considéré de manière simpliste comme "**une pêche aux bonnes idées**". Le benchmark est plus large qu'une pratique de veille concurrentielle dans la mesure où **il ne s'intéresse pas forcément qu'aux concurrents**.

Source : www.definitions-marketing.com



+ Méthode

- Choisir les sites à analyser : concurrents, autres sites du même type même avec service ou produit différent, un de vos sites préférés, autres sites beaucoup consultés par votre cible
- Faire un tableau avec une liste de critères (design, ergonomie, services, systèmes de paiements, mots clés, référencement,...) à analyser et la liste de ces sites
- Faire l'état des bonnes et mauvaises pratiques





Rédaction du Cahier des Charges

skema
BUSINESS SCHOOL



A quoi sert le cahier des charges

- Définir les spécifications du service à réaliser
- Document conçu par l'entreprise permettant de sélectionner un prestataire (une web agency) puis d'organiser la relation avec ce dernier
- C'est un référentiel contractuel
- Préférable de le rédiger en interne pour que le résultat colle au plus près aux attentes



skema
BUSINESS SCHOOL

+ Contenu du Cahier des Charges

- Doit être bien détaillé tout en laissant une place à la force de conseil du prestataire
- Pas nécessaire d'être un expert du web mais juste de savoir bien exprimer ce que l'on veut
- Dans la forme le cahier des charges peut faire de 15 à 25 pages
- Contenu :
 - Présentation entreprise
 - Type de site choisi (plaquette, évènementiel, e-commerce...)
 - Objectif : notoriété, vente, lancement d'une gamme, campagne publicitaire, informer
 - Cible : B2B, B2C, homme, femme...



- Budget
- Délais
- Livrables
- La propriété intellectuelle
- Nom de domaine et sous domaines
- L'arborescence
- Les contenus
- Charte graphique/éditoriale
- Les langues utilisés
- Technologies utilisées, systèmes de paiement
- Webservices
- Le mode de gestion du contenu (FTP, Back-office, CMS...)
- Outil d'analyse du trafic
- Optimisation du SEO
- Hébergement





+ Webmarketing

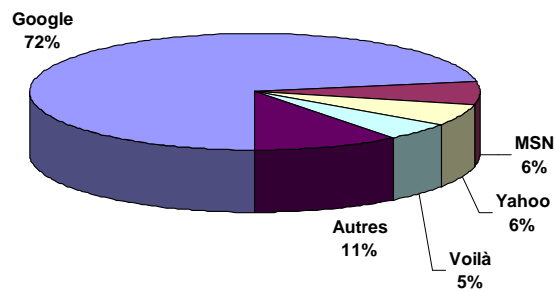
- Le Webmarketing regroupe un ensemble de techniques marketing menées sur Internet.
- L'activité se divise en quatre branches:
 - **Webmarketing stratégique** : analyse de la situation, de la concurrence, du positionnement, des objectifs...(Benchmark, CDC)
 - **Génération de trafic ciblé** : référencement naturel, liens sponsorisés, affiliation, échanges de liens, e-mailings...
 - **Analyse des performances** : évolution du positionnement sur les moteurs de recherche, de la visibilité, du trafic, du R.O.I...
 - **Fidélisation** : taux de fidélisation, de nouveaux visiteurs, analyse des ventes, mise en place de newsletters...

Source : www.idnova.fr



+ L'enjeu du référencement

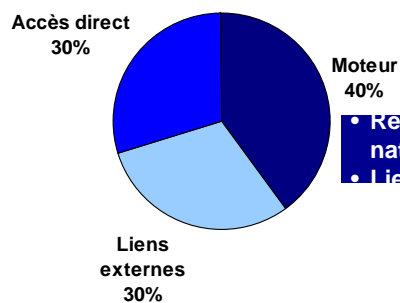
- 91% des internautes se connectent pour effectuer une recherche
- 68% consultent un moteur de recherche



skema
BUSINESS SCHOOL

+ L'enjeu du référencement

- Notoriété du site (communication on / off line)
- E-Mailing



- Référencement naturel
- Liens sponsorisés

- Liens avec sites partenaires, annuaires, portails
- E-pub

skema
BUSINESS SCHOOL

+ Référencement sur moteurs de recherche : **SEO** Search Engine Optimisation

- Référencer un site lui permet de se trouver exactement là où on le cherche
- Objectif : afficher le site dans les 2 premières pages, à la saisie de mots clés liés à son offre
 - Etude des mots-clés, générateurs de trafic qualifié
 - Mise en adéquation du site avec les critères de référencement des moteurs de recherche (spécifications à préciser dans CDC)
 - Soumission aux moteurs (Sitemap)
 - Contenu optimisé
 - Maillage, backlinks
 - Inscription sur des comparateurs
 - Google Maps
 - Pages Jaunes



+ Référencement sur moteurs de recherche : **SEA** Search Engine Advertising

■ Stratégie

Optimiser la transformation de contacts en fonction des objectifs : trafic / vente

■ L'assurance de figurer en première page : www.google.com

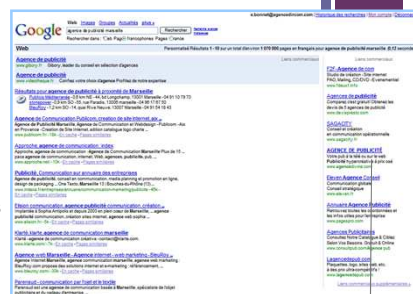
- En phase de lancement du référencement
- En renfort du référencement pendant des périodes cibles
- Sur des mots-clés difficiles à atteindre en référencement naturel.
- Possibilité de géolocalisation

■ Un coût lié à la performance :

■ Le coût de chaque mot-clé est déterminé par des enchères (0,90 € agence de publicité) et plus généralement entre 0.05 € et 0.50 €

■ Seuls les clics effectués sur les annonces amenant l'internaute sur le site sont facturés

■ Résultats :



Lagencepub.com
 Plaquettes, logo, sites web, etc.
 à des prix ultra-compétitifs !
www.lagencepub.com



+ Référencement sur moteurs de recherche : SEA Search Engine Advertising

■ Mise en œuvre – google adwords

- Choix des mots clés
- Simulation budgétaire (enchère, prévision de trafic, position) et définition d'un budget quotidien
- Rédaction des annonces (mini 1/ mot clé)
- Paramétrage du compte, du site et de la plateforme de tracking
- Diffusion sur les moteurs de recherche et les réseaux de sites affinitaires (liens contextuels – Google AdSense)
- Mise en œuvre rapide (48H) avec possibilités de modifications à tout moment
- Ciblage géographique et horaire
- Analyse du ROI



+ Liens externes : L'e-publicité et les achats média

■ Affichage de bannières

- Prix variable :
- Loyer, CPM, CPC, CPL, CPA
- Taux de clic : 0.20%
- Transformation faible si message générique



+ Liens externes : L'e-publicité et les achats média

■ Affichage de bannières

- Le pavé ou pop-up 400x400
- La bannière 468x60
- Le sky Scrapper 120x600
- Nombreuses déclinaisons possibles
- **Nouvelles Technologies :**
 - ✓ Flash
 - ✓ DHtml



+ Liens externes

■ Stratégie Média : Communication de Masse ou de Niche

> **La plupart des annonceurs utilisant la télévision** optent pour une déclinaison de leurs messages télévisés. Les supports sélectionnés sont souvent les grands portails proposés par les FAI, les chaînes télévisées et les journaux/magazines.

> **Les autres acteurs et surtout les « pure players »**, choisissent souvent une communication one to one qui permet d'adapter le message en fonction de la cible identifiée.

> **Possibilité de toucher des cibles régionales et locales**

www.cote.azur.fr

www.webtimemedias.com



+ Liens externes : l'affiliation

- L'affiliation est le principe par lequel un site marchand ou commercial propose à un réseau de sites partenaires affiliés de promouvoir par le biais de bandeaux ou de liens textes ses produits ou ses services.
- Selon les cas, les affiliés sont rémunérés par une commission sur les ventes, les visites ou les contact commerciaux générés à partir de leur liens. Le programme d'affiliation d'Amazon compte plus de 500 000 sites affiliés



skema
BUSINESS SCHOOL

+ Accès direct : e-mailing

TAUX PROMOTIONNEL
jusqu'au 27 juin 2005

C'est vraiment le moment de réaliser tous vos projets !

2,90%
TEG annuel fixe

Le crédit renouvelable **Complio**, c'est

- Un dossier simple à remplir, sans vous déplacer.
- Après étude de votre dossier et ouverture définitive de votre crédit, l'argent est sur votre compte en 48h seulement !
- Aucun justificatif d'utilisation à fournir.

Complio est un crédit renouvelable d'un an. TEG annuel fixe promotionnel de 2,90% l'an jusqu'au 27/06/2005 pour toute ouverture et utilisation de crédit avant le 24/02/2004, puis un TEG annuel réévaluable hors assurance facultative : 19,18% l'an pour un solde à inférieure à 1.524€ et 18,20% au-delà.

Grâce à ce taux PROMOTIONNEL vous payez moins et moins longtemps !

Exemple : Pour 250€ empruntés, vous remboursez hors frais premiers : 48€ par mois pendant 47 mois sans réévaluation de votre crédit renouvelable jusqu'à complet remboursement.

Avec le TEG promo de 2,90% jusqu'au 27/06/2005 au lieu de 19,18% pour toute première ouverture et utilisation de votre crédit avant le 24/02/2004, vous remboursez 48€ en 47 mois seulement (au lieu de 62ème mensualité ajoutée) soit 5 mensualités de moins, d'où une économie totale de 588,54€.

Nos conseillers sont à votre écoute du lundi au vendredi de 9h à 19h et le samedi de 9h à 17h.

N° Vert 0 800 053 054

Pensez à vos amis, transférez leur cet e-mail

1. Le TEG de 2,90% ne s'applique qu'à toute première ouverture et utilisation d'un crédit COMPLIO avant le 24/02/2004. Le TEG de 18,20% s'applique en cas d'utilisation de nouveau de votre crédit jusqu'au 24/02/2005, puis le taux applicable au solde restant est précisé au bon contrat et en regard à cette date.
2. Crédit renouvelable qui se renouvelle automatiquement par le même crédit à tous les remboursements de votre dossier.
3. Mensualité : 19 € par tranches de 500 € de crédit autorisé. Les mensualités obligent le remboursement du capital, les intérêts ainsi que l'assurance au prorata de votre usage. C'est le cas de tous les nouveaux clients. C'est le cas de renouvellement. Le coût total du crédit dépend de son utilisation. Il varie suivant le montant et la durée du déboucement effectif du compte. Consultez en regard de 19,18% TEG.
4. Après expiration du délai légal de rétractation de tout prêt, avant la signature de votre contrat.
5. Le prêt se voit affecté après réception et vérification des pièces justificatives demandées jointes à votre contrat complété et signé.
- Banque COMPTON S.A. au capital de 11 000 000 € -
- Siège social : 4, rue de Valenciennes - 59100 ROUBAIX -
- Tél : 0 800 053 054 (appel gratuit depuis un poste fixe)

- Notion d'Optin et Optout à respecter
- Objet important
- Page d'atterrissage
- Message avec offre, plus value clairement énoncée
- Bonnes pratiques pour ne pas tomber dans les SPAMs
- Suivre les résultats : taux d'ouverture, clics, réactivités, plaintes...
- Prix moyen : 0.15€HT l'adresse
- 30% d'e-mails ouverts
- Taux de clic de 3% à 10%
- Message envoyé par le propriétaire ou par un tiers
- Critères de ciblage plus ou moins importants selon les bases

skema
BUSINESS SCHOOL

+ Accès direct : notoriété, marketing viral, buzz

Le buzz marketing est l'équivalent du bouche-à-oreille, le marketing viral est plus spécifiquement liée aux échanges sur internet.

Consiste à créer une information qui va être diffusée par le bouche à oreille Internet et qui va se répandre tel un virus.

Budweiser vidéos Wazzaa

Tunnel sous l'atlantique

Touyoutou tour (112 218)

Moyens de diffusion :

- campagne de bannières
- insertion dans les forums et Blogs
- module « envoyer à un ami »...



skema
BUSINESS SCHOOL

+ Accès direct : notoriété réseaux sociaux

■ Objectifs

- Générer un trafic additionnel
- Développer les opportunités d'affaires
- Recruter de nouveaux collaborateurs
- Véhiculer une image de marque cool et moderne
- Améliorer sa popularité
- Contrôler son e-réputation
- Augmenter les ventes en ligne



Attention !!!

- Contre toute apparence poste délicat
- Ne pas confier à n'importe qui
- Suivi quotidien

skema
BUSINESS SCHOOL

+ Sponsoring

The screenshot shows the Voila.fr homepage with several sponsored sections:

- Liens sponsorisés:**
 - Vos week-ends sur mesure moins chers:** Odyssée, spécialiste du voyage en ligne, vous propose son service de voyage sur mesure: vol... www.odyssia.fr
 - Votre week-end à l'hôtel Radisson SAS:** Votre week-end à un prix abordable dans l'un des 133 hôtels haut de gamme Radisson SAS en... www.radissonsas.com
 - Tous les bons plans week-end de Best:** Les bons plans de Best Western, ce sont toutes les offres de week-ends à prix réduits dans... www.bestwestern.fr
 - Votre week-end sur mesure avec Opodo:** Comparez librement votre vol et votre hôtel dans plus de 2 000 villes du monde entier. Opodo... www.opodo.fr
- Orange Free:** A la une, Top Voila.fr, and Guide Web sections featuring Orange Free products.
- alapage:** TOUS VOS LIVRES CD, DVD, VIDEO.
- Market Data:** CAC 40 3471,86, Bourse 0,53%, and Horoscope.
- Weather and News:** "C'est va être l'enfer dans ta bouche!", "L'essentiel aujourd'hui", "Dernière minute", "Le Journal", "Météo", "Programmes télé", "Tout le sport", "Nouveaux enregistrements", "Voilà sur PDA et mobile Yoop", "Voilà.com".



+ Sponsoring

The screenshot shows the Uanadoo homepage with several sponsored sections:

- WANADOO A VOUS:** Assistance, Le Club, Parrainage, Mon compte, Mes offres.
- COMMUNIQUER:** Mes contacts, Messagerie, Le Messager, Forum, Pages perso, Racontez, l'Éclair.
- UTILISER EN PRATIQUE:** Album photos, Emploi, Immobilier, Petites annonces, Actualités, Guide TV, Météo, Divertir de ville, Plans et itinéraires, Météo, Sonneries, L'Esprit, SMS, Santé et logiciels, Logiciels, Horloge, Encyclopédies, Traduction, Réserver, Un vol.
- AL A L'UNE:** Le travail paie toujours, Les secrets pour passer l'été, Ce que vous devriez savoir.
- LES ENCONTRES:** "Troie en DVD et DVD Collector le 17 Novembre", "Un peu de tenue en Chine", "Mistral gagnant", "Maman les p'tits cadeaux".
- FRANCE:** La France fête ses libérateurs, Petite visioconférence entre amis.
- Market Data:** CAC 40 40.876, 23.04.04, Radio: dernier flash RTL, L'Éclair sur la ville, Nouvelly - sur Seine, Émission: 20h, M. Raffarin visite la jeune juif.



+ Jeux concours

GRAND JEU TELE2.MOBILE

QUEL "TÉLÉPHONEUR" ÉTES-VOUS ?

2 mn CHRONO

RÉPONDEZ AUX QUESTIONS DE RICHARD
ET GAGNEZ*
5000€
DE CAPEAUX DE VOTRE CHOIX !!!

INSCRIVEZ-VOUS :

Mme Mlle M.

Prénom:

Nom:

E-mail:

Date de naissance:

J'accepte de recevoir les offres de TELE2 Mobile et de ses partenaires (ventes privées...)

Merci d'indiquer votre choix:

JOUER!

Déjà inscrit ?

skema
BUSINESS SCHOOL

+ Les clés d'une bonne campagne sur Internet

- Définir un mix d'actions répondant à vos objectifs
- Sélectionner des supports en adéquation avec vos cibles et disposant d'une puissance d'affichage.
- Prendre une part de voix maximum de 25% et un Capping de 3.
- Réaliser des messages publicitaires percutant qui renvoient vers la bonne page de votre site.
- Disposer d'un outil statistique pour vérifier les rapports des supports et pour piloter en temps réel vos actions.
- Lors de campagnes au clic, comptabiliser uniquement 1 clic par IP.
- Vérifier que les bases e-mails qui vous sont vendues sont Optin.
- Lire les CGV de chaque support.

skema
BUSINESS SCHOOL



+
Communication
Off line

skema
BUSINESS SCHOOL

+
Complémentarité On et Off line

- Radio (jeux concours, annonces...)
- Presse (magazines adaptés à la cibles, journaux régionaux...)
- Affichage (Bus, pancartes,...)
- Editions (Flyers, brochures, ...)
- Objets publicitaires
- Actions streetmarketing
- Mailing papier
- ...



skema
BUSINESS SCHOOL

+
Communication
sur Smartphone

skema
BUSINESS SCHOOL

+ Application smartphone un nouvel
essor technologique et communautaire

- un nouveau canal de communication
- Plus de 300 millions d'utilisateurs à travers le monde
- Une solution novatrice multi plateforme
- Accessible à tous
- Développe la notoriété
- Fidélise les clients
- Amélioration de l'image de marque

skema
BUSINESS SCHOOL



+

Analyse du ROI

skema
BUSINESS SCHOOL

+

Les outils de mesure du média

L'avantage d'une campagne sur le média Internet est sa rapidité d'analyse!

Pour piloter correctement une campagne il est nécessaire de disposer d'un logiciel de « tracking » qui donnera en temps réel :

- Le nombre de visites transmises par campagne et pour chaque support / éditeur
- Le taux de transformation de chaque campagne et de chaque support / éditeur
- Les actions / solutions les plus rentables



skema
BUSINESS SCHOOL

+ Les outils de mesure du média

- Google Analytics (gratuit et complet)
- Solutions payantes standardisée, ex : Xiti
- Solutions intégrées dans le développement de votre site
- Solutions plus poussées sur mesure pour les analyses et structures plus complexes



skema
BUSINESS SCHOOL



Conclusion

skema
BUSINESS SCHOOL

Nouvelles tendances du webmarketing

+ Conclusion /Nouvelles tendances

- Un média en pleine évolution et qui va prendre toute sa puissance
- Des internautes captifs et acteurs sur ce média
- Des techniques et stratégies nouvelles et en constante évolution
- Un complémentarité évidente avec les autres médias et techniques marketing
- L'ère de l'internet Mobile
- Smartphones, Tablettes
- ...



skema
BUSINESS SCHOOL



THE
END

skema
BUSINESS SCHOOL

MERCI DE VOTRE ATTENTION



+ comment créer un plan marketing et web-marketing

- **Objectif** : permet de définir clairement votre plan marketing
- **Benchmark** : consiste à étudier et analyser les techniques de gestion, les modes d'organisation des autres entreprises afin de s'en inspirer et d'en retirer le meilleur.
- **Cahier des charges** : vise à définir simplement les spécifications de base d'un service à réaliser.
- **Communication on line** : ensemble des moyens visant à promouvoir une offre (service, produit...) grâce aux technologies Internet



+ comment créer un plan marketing et web-marketing

- **Communication on line** : ensemble des moyens visant à promouvoir une offre (service, produit...) grâce aux technologies Internet
- **Communication off line** : moyens visant à promouvoir une offre hors internet, le street-marketing, les campagnes de publicité (métro, affiches...), les relations publiques...
- **ROI** : donnée importante pour les acteurs du web. C'est l'élément qui permet de vérifier si une campagne de communication online est rentable ou non.
- **Nouvelles tendances** : le marketing mobile ou comment communiquer via cette nouvelle technologie.

