

Hémicycle
11:00 – 11:45

MN – 24 : E-commerce :
je suis e-commerçant et j'ai besoin
d'optimiser ma présence sur la toile ?



Performance commerciale

MN24 11:00 – 11:45

**E-commerce : je suis e-commerçant et j'ai besoin
d'optimiser ma présence sur la toile?**

Alix HOWARD – Agoranet – Directrice Commerciale

Jean-Philippe HORARD – Hoyado – Directeur Marketing

Modérateur Christian de MONTMAGNER – La Mêleé – journaliste

Pour gagner en visibilité, 3 axes complémentaires :

- **le web analytic**, ou comment orienter sa stratégie en fonction de ses statistiques de fréquentation,
- **le référencement naturel (SEO)**, ou comment gagner des positions grâce à un travail de fond et de forme,
- **le Search Engine Marketing (SEM)**, ou comment mener une campagne d'achats de mots clés pertinentes et en comprendre les mécanismes.

Internet comme média « de masse »

- **Les internautes Français consacrent 38% de leur temps hebdomadaire à internet contre 35% pour la télévision**

Source : étude Fleishman-Hillard et Harris Interactive / juin 2008

- **32 millions d'internautes en France en juillet 2008**

Source : Journal du Net

E-commerce en France, état des lieux en chiffres

- 8 internautes sur 10 y préparent leurs achats
- + d'1 Français sur 3 achètent sur Internet
- 21 millions de cyberacheteurs pour 31,9 millions d'internautes
- 17,1 milliards d'euros dépensés sur le web en France en 2008.

Nombre de sites marchands actifs en France :

48 500

(Webrankinfo – Netcraft - FEVAD - Mediamétrie)

Premier axe

- **le web analytic**, ou comment orienter sa stratégie en fonction de ses statistiques de fréquentation

web analytic

Mettre en place un site, de surcroit marchand, coûte cher...

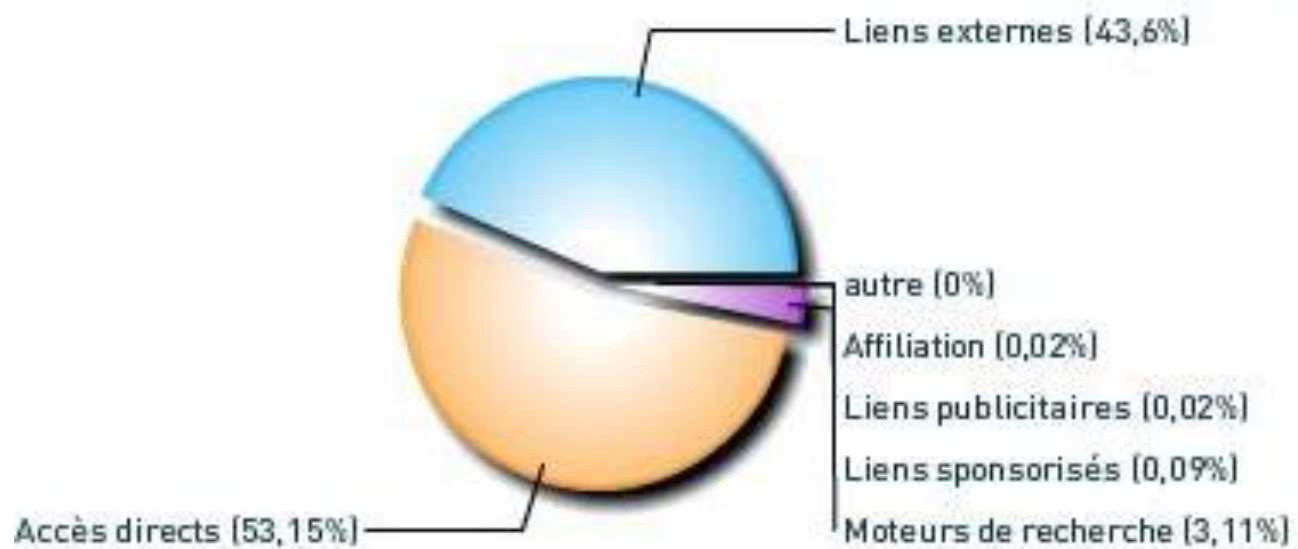
Installer un outil de mesure d'audience et de trafic :

- **est donc indispensable !**
- **permet de capitaliser sur l'investissement et de rester dans une logique de R.O.I.**

web analytic

Des outils pour des analyses multicritères précieuses :

- Mesurer votre contenu web
- Comprendre et analyser les sources de trafic
- Optimiser les parcours de navigation
- Géolocaliser vos clients
 - Analyser vos performances commerciales
 - Analyser vos contenus multimédias
 - Mesurer votre internet mobile
 - Connaître l'équipement de vos internautes

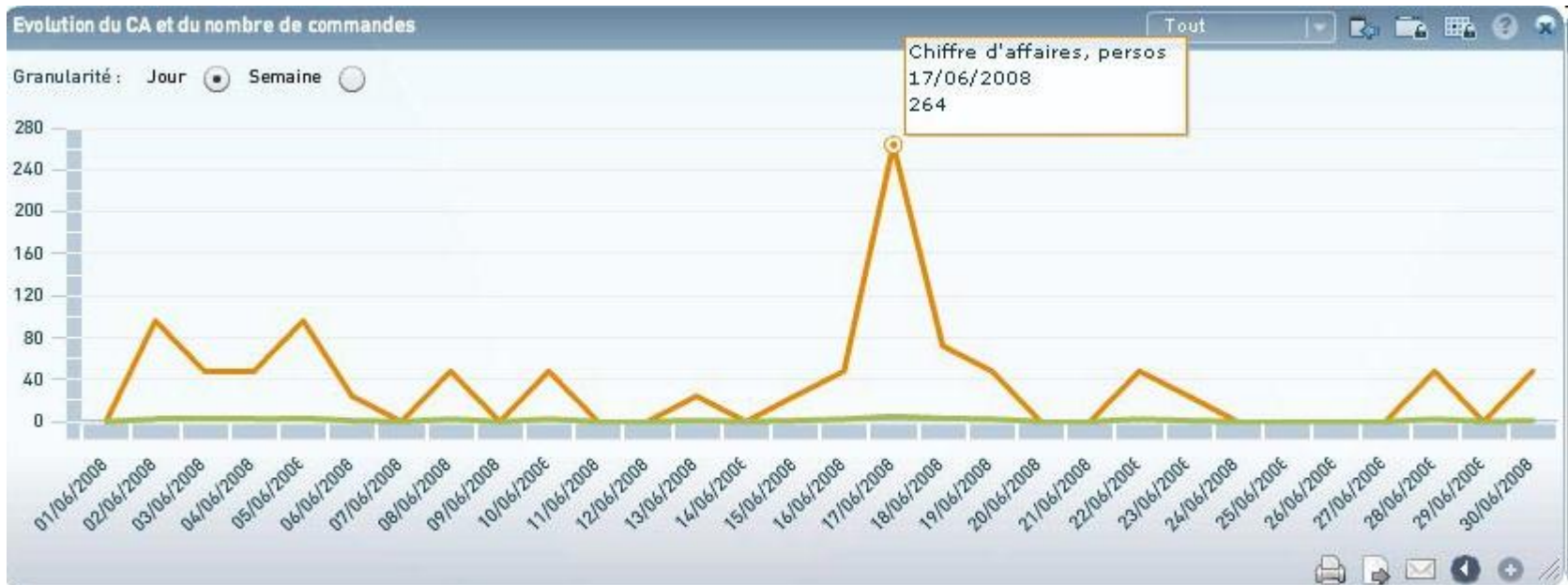


AMERIQUE DU NORD
299 Pages vues



Quimper
97 Pages vues





- Optimisation du e-marketing,
- Suivi centralisé et Mesure R.O.I. de toutes vos actions de marketing on line,
- Suivi des critères renseignés dans les moteurs et formulaires internes au site,

- Des résultats en temps réel pour gagner en réactivité (ex. eStat'Widget),
- Programmation d'alertes pour établir immédiatement vos records,
- Diffusion programmée de rapports par e-mail,
- Efficacité comparée des accès naturels et payants.



Mots-clés par Moteur [Fréquentation générale]

Moteur de recherche	Élément analysé	visites S	visites (var.)	visites moy. S-1/S-2	Navigateurs (cumulés) S	Navigateurs (cumulés) (var.)
Google (FR)	estat	116	+22,75 % ↗	94,5	109	+27,49 % ↗
Google	estat perso	111	+43,23 % ↗	77,5	76	+31,03 % ↗
Google (BE)	estatperso	23	+475 % ↗	4	18	+500 % ↗
	estats	19	+72,73 % ↗	11	19	+100 % ↗
	mediametrie estat	16	+100 % ↗	8	16	+146,15 % ↗
	estat.com	11	+266,67 % ↗	3	10	+233,33 % ↗
	cyberestat	7	-22,22 % ↘	9	7	-22,22 % ↘
	Google (FR)	363	+53,81 % ↗	236	307	+55,05 % ↗

web analytic

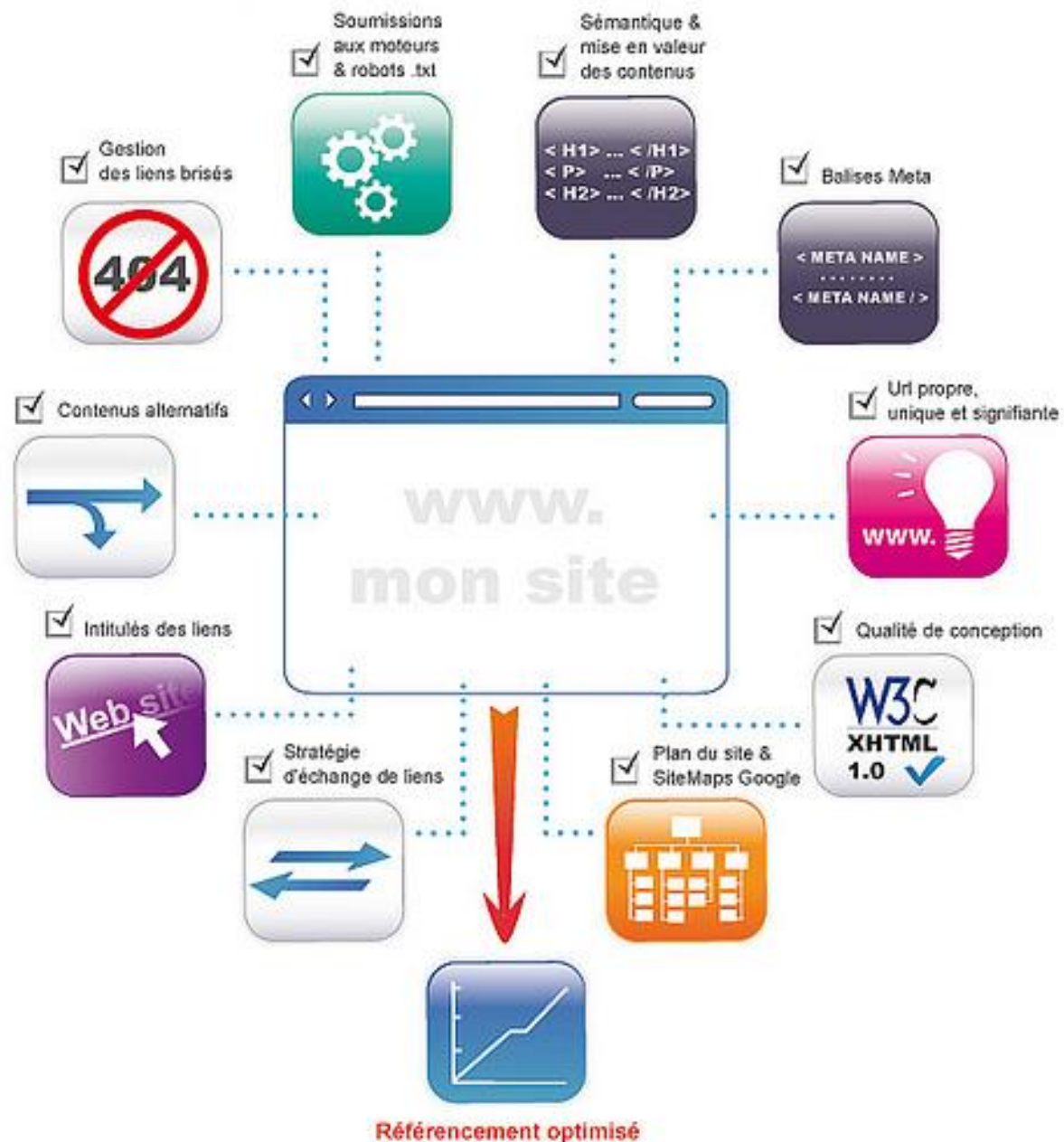
Ces statistiques vous apportent **un éclairage précieux**
pour :

- **optimiser votre site** (fond et forme, contenus et ergonomie),
- **orienter vos choix stratégiques de développement.**

Et parce que vous avez un **outil d'observation très affuté** sur ces petites bêtes bizarres qu'on appelle « internautes »,
vos stratégies de référencement, naturel et payant sur les moteurs de recherches deviennent alors un jeu d'enfant !

2ème axe

Le référencement naturel, ou comment gagner des positions grâce à un travail de fond et de forme.



le référencement naturel

Focus sur les fondamentaux de la rédaction :

- Rédiger en suivant **les règles des 5W** (Who ? What ? When ? Where ? Why ?) et **des 2H** (How ? How much ?)
- Lire sur le web = - **25%** de lisibilité
- Établir une courte liste des **mots clés essentiels**
- Rédaction **simple, concise et directe**

le référencement naturel

- Logique de la pyramide inversée :

commencez toujours par l'information essentielle pour digresser ensuite vers la précision

- Privilégier les énumérations sous forme de **listes à puces**
- Une idée forte par paragraphe

le référencement naturel

Les recommandations de Google :

- Permettre à l'internaute d'accéder facilement à l'info
- Respecter les règles d'accès du W3C et du WAI
- Offrir à l'internaute une info de qualité, originale, structurée et pertinente

Les headers, ça ressemble à quoi (dans le code source) ?

```
1 <!DOCTYPE html PUBLIC "-//W3C//DTD XHTML 1.0 Transitional//EN" "http://www.w3.org/TR/xhtml1/DTD/xhtml1-transitional.dtd">
2 <html xmlns="http://www.w3.org/1999/xhtml">
3 <!-- Entete de la page -->
4 <head>
5 <meta http-equiv="Content-Type" content="text/html; charset=utf-8" />
6 <!-- Balise Titre (ou title) -->
7 <title>Titre de la page</title>
8
9 <!-- Balise Meta Description -->
10 <meta name="description" content="" />
11
12 <!-- Balise Meta Mots clés (ou keywords)-->
13 <meta name="keywords" content="" />
14 </head>
15
16
17 <!-- Corps de la page (contenu visible) -->
18 <body>
19
20 <!-- Titre de niveau 1 -->
21 <h1>Titre de niveau 1</h1>
22
23 <!-- Paragraphe de texte -->
24 <p>Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Suspendisse congue ipsum ut mauris. Donec vestibulum dictum nibh.
Donec suscipit velit vel nibh. In hac habitasse platea dictumst. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Integer
gravida massa rhoncus orci. Maecenas sem lacus, condimentum non, laoreet nec, porta ut, velit. </p>
25
26 <!-- Titre de niveau 2 -->
27 <h2>Titre de niveau 2</h2>
28
29 <!-- Titre de niveau 3 -->
30 <h3>Titre de niveau 3</h3>
31
32 <!-- Paragraphe de texte -->
33 <p>Mauris sit amet eros. Nam non est vel lacus dignissim malesuada. Nulla neque metus, gravida ac, rhoncus sed,
malesuada sit amet, dui. Aenean venenatis rutrum arcu. Quisque eu elit non velit ultrices sagittis. Curabitur tortor. Cras tempor.
Duis sem odio, vehicula vitae, vulputate ut, rhoncus quis, mi. Cras nec erat quis dolor dapibus tempus. </p>
34
35 <!-- Titre de niveau 1 -->
36 <h3>Titre de niveau 3</h3>
37
38 <!-- Paragraphe de texte -->
39 <p>Phasellus vehicula nibh eget augue. Vivamus sit amet nisl. Proin in dolor. Donec quis turpis in dolor lacinia
egestas. Proin mattis, purus vitae ultrices mollis, nibh est lobortis dui, quis vestibulum dolor turpis at arcu. Nunc vestibulum.
Integer ac ante.</p>
40
41
42 </body>
43 </html>
```

A la différence du **référencement naturel**
qui donne des résultats dans le temps
(**minimum 6 mois** sont nécessaires
pour des résultats probants),

le référencement payant est instantané.

Engager une campagne d'achats de mots clés
revient à **s'acheter de la visibilité**
et des positions leader sur les principaux
moteurs de recherche.

3ème axe

- le référencement payant / **SEM Search Engine Marketing** ou comment mener une campagne d'achats de mots clés pertinentes et en comprendre les mécanismes.

Internet & e-commerce :

- Marché de la recherche
- E-Commerce

Le SEM :

- Panorama
- Fonctionnement
- Les points forts du SEM
- Etude de cas : Eurecia

Les Français achètent sur Internet

- 90% des internautes français font des recherches sur Google **
 - 84% des internautes ont recherché de l'information sur internet avant de réaliser leur achat (qu'il soit online ou offline) au cours des 6 derniers mois. ***
 - 56%des internautes ont consulté un site marchand avant d'acheter en magasin ***
 - 80 % des internautes découvrent un site via un moteur ou un élément de recherche
 - 36% des français achètent sur internet en 2008
- ...Dans 10 ans, 40% des transactions se feront en ligne

* emarketer Juin 2008

** Xitimonitor / juin 2008

*** Source: étude FEVAD sur le comportement des acheteurs en ligne (juin 2008 / France)

**67.7 milliards de recherches sont effectuées
tous les mois à travers le monde.**

Source : Google

Publicité sur internet : 2 milliards d'euros nets investis en France en 2008

**Le search continue d'être "le segment leader",
avec 800 millions d'euros dépensés en 2008, en hausse de 35%.**

**Le display a engrangé 510 millions d'euros, en hausse de 10%,
l'affiliation 140 millions (+30%), les campagnes d'e-mailing 130 millions
(+10%) et les comparateurs 90 millions (+15%).**

Sources : observatoire de l'e-publicité - Syndicat des régies internet (SRI) et Capgemini Consulting.

Le SEM : Présentation

Appellations courantes

Liens commerciaux
Liens sponsorisés
Liens promotionnels

Visibilité & emplacement

Pages de résultats des moteurs de recherche & partenaires
Emplacements contextuel dédiés sur sites de contenu

Forme visuelle

Annonces textuelles se composant de :

- 1 titre
- 1 descriptif
- 1 URL de redirection

SEM : Focus Google

[Web](#) [Images](#) [Actualités](#) [Maps](#) **Nouveau !** [Groupes](#) [plus »](#)
 assurance auto [Recherche avancée](#) [Préférences](#)
 Rechercher dans : Web Pages francophones Pages : France

Web Résultats 1 - 10 sur un total d'environ 3 080 000 pour assurance auto (0,30 secondes)

[Devis d'assurance auto](#)
www.direct-assurance.fr/auto Votre tarif **auto** en ligne, gratuit et sans engagement de votre part!

[assurance auto](#)
www.empruntis.com/assurance-auto Comparez les assurances **auto** en 5 mn. Jusqu'à 30% d'économie !

[AXA votre assurance auto](#)
www.axa.fr/assurance_auto Gratuit, facile et rapide, calculez votre tarif personnalisé !

[Assurance Auto - Devis comparatif d'assurance auto](#)
Assurance Auto, Comparatif d'assurances **auto** avec tarification en ligne, inscription gratuite et immédiate. Un seul formulaire à remplir pour accéder à ...
auto.kelassur.com/ - 40k - [En cache](#) - [Pages similaires](#) - [À noter](#)

[Assor : Devis assurance moto, assurances voiture \(auto ...](#)
 assor assurances propose ses prestations en assurances **auto** moto et assurances habitation.
www.assor.fr/ - 10k - [En cache](#) - [Pages similaires](#) - [À noter](#)

[Assurance auto - assurance voiture - Comparateur assurance automobile](#)
Assurance auto : Caradisiac s'est associé aux plus grands noms de l'**assurance auto** pour vous aider à assurer votre voiture.
www.caradisiac.com/php/assurance-auto.php - 40k - [En cache](#) - [Pages similaires](#) - [À noter](#)

Titre

[Eurofil assurance auto](#)
 Exclu web ! Economisez 20€ en souscrivant avant le 31/10
eurofil.com/assurance_auto
 Midi-Pyrénées

Assurance Auto
 Offre spéciale : **assurance auto** encore moins chère avec assurOne
www.assurOne.com

Assurance Auto GMF
 -15% sur les contrats autos la 1ere année avec la GMF
www.mavoituremoinschere.com

Assurance auto MMA
 Jusqu'à 2 mois offerts sur votre **assurance**. Devis gratuit en ligne.
www.mma.fr

Assurance Auto en ligne

Descriptif

URL d'affichage

SEM : Focus Yahoo

YAHOO! SEARCH

tout le Web
 en français
 en France
 Recherche multilingue (C'est quoi ?)

[Questions/Réponses](#)
[Mon Web](#)
[Recherche avancée](#)
[Préférences](#)

Résultats de recherche 1 - 10 sur environ 795 000 pour poussette - 0,03 s | [Filtre adulte désactivé](#)

Essayez aussi : [poussette jané](#), [poussette mac laren](#), [poussette double](#)

LIENS PROMOTIONNELS

Oclio - Poussette
Toutes les poussettes de grande marques sont chez oclio: profitez...
www.oclio.com

Poussette sur eBay
Promenez votre bébé avec des équipements adaptés à son confort : ...
www.ebay.fr

Votre poussette avec primashop.com
Primashop fête le printemps, jusqu'à -50% sur notre catalogue.
www.primashop.com

Trouvez votre poussette canne sur shopping.com
Facile et rapide : choisissez en un clic le site qui propose le...
www.fr.shopping.com

LIENS PROMOTIONNELS

- **Poussette : trouvez à prix Promo sur Happy Prix**
happyprix.topannonces.fr - Poussette à Prix Promo. Consultez vite toutes nos offres.
- **Poussettes bébé sur Vertbaudet**
www.vertbaudet.fr - Large choix de poussettes. La qualité à très bon prix.
- **Achetez votre poussette en ligne**
www.pam-pims.com - Large choix de matériels et accessoires pour bébé et enfants à petits prix, chez Pam Pim's le professionnel des 0-3 ans, toutes marques, livraison offerte 24 h en France.
- **Poussette CASUALPLAY**
pro.wanadoo.fr - Description et liste des points de vente des poussettes Play.

1. **[poussette bebe, poussette enfant chez oclio](#)**
Poussette bebe, poussette enfant chez oclio: nous vous proposons un choix large de poussettes, visitez le catalogue de oclio ... Accueil > Poussette ...
www.oclio.com/poussette-c-2.html - 54k - [En cache](#) - [Plus de pages de ce site](#)
2. **[Poussette : Achat poussette puériculture sur primashop.com](#)**
La poussette Alustar de chez HAUCK est un modèle au design moderne parfaitement adapté ...
La poussette Centro Completo de PEG PEREGO est une tout en un ...
primashop.com/poussette-siege-auto-poussette-101_20_ffr_categorie... - 76k - [En cache](#) - [Plus](#)

Titre

Descriptif

URL d'affichage

SEM : Focus MSN

sac à main **Rechercher** [Avancé](#) - [Options](#)

Uniquement [Français](#) pages : France

Résultats Web 1-10 sur 5 070 000
 Voir aussi : [Images](#), [Actualités](#), [Cartes](#)^{Beta}, [Plus](#) ▼

Sacs de Marque - [www.Batashop.fr](#)
 Besoin d'un Nouveau **Sac**? Sur Batashop Trouvez-les à Prix Doux !

Offrez un Sac pour Noël - [www.LesTresorsDeLily.com/sacs](#)
 Avec Les Trésors de Lily, Trouvez le **Sac** Dont elle Rêve !

Sacs de Marque - [www.sarenza.com](#)
 Large choix de **sac**. Livraison et retour gratuits.

Sac a main, porte monnaie, pochette et article maroqui
Sac a main femme, pochettes et articles de maroquinerie fait ma
 cabas de qualité.
[www.makeverydayhappy.com/prg999/default.asp](#) · [Page en cache](#)

Sac à main noir Puma - le prêt à porter tendance - achat et vente ...
Sac à main noir Puma - Boutique en ligne de vêtements prêt à porter féminin (achat et vente de
 pulls, blousons et jeans) - **Sac à main** noir Puma
[www.piercing-tendance.com/sac-main-noir-puma-achat-1991.php](#) · 04/01/2008 · [Page en cache](#)

Sac à main, vente et achat sac main, sacs main, occasion ou neuf sur ...
 PriceMinister Achat Vente Garanti, Sacs à **main** neuf et occasion au meilleur prix. 7 millions de
 membres, 77 millions de produits.
[www.priceminister.com/navigation/default/category/126531](#) · 05/01/2008 · [Page en cache](#)

[Maroquinerie, sacs à main, bagages en vente chez Gsell](#)

Sites sponsorisés

Sacs femme jusqu'à -65%
 Une idée cadeau pour Noël ? Les
 sacs pour femme à prix canon !
[www.laredoute.fr](#)

Sacs à Main Originaux ?
 Découvrez nos Modèles Originaux.
 Grand Choix de Sacs à petit prix !
[www.feepourtoi.com](#)

sac a main
 Découvrez le casual chic
 Somewhere... Port offert dès 59€
 d'achat !
[www.somewhere.fr](#)

Sacs à mains
 Mac douglas, texier, lulu
 castagnette, kipling duo lynx etc
[www.maroquinerie-capricielivie.fr](#)

Sacs à main
 Sur eBay trouvez un choix dingue de
 sacs à **main** à tout petit prix !
[www.ebay.fr](#)

[Votre message ici...](#)

Titre

Descriptif

URL d'affichage

Exemple de liens contextuels www.doctissimo.fr (partenaire Google AdSense)

The screenshot shows the homepage of doctissimo.fr with a navigation menu on the left and several content blocks. A blue circle highlights a sponsored advertisement for 'Le Diet'.

Navigation Menu (Left):

- Les oligo-éléments
- Les compléments alimentaires
- Les grands dossiers
- Guide des calories
- Valeurs nutritionnelles des aliments
- Nos conseils diététiques
 - Bébés
 - Enfants et adolescents
 - Femme enceinte
 - Hommes
 - Seniors
 - Végétariens
 - Sportifs
- Guide Conso
 - Alicaments
 - Balances
 - Céréales
 - Commerce équitable

Main Content Blocks:

- La méthode Weight Watchers** (with image of a scale)
- Le régime hypocalorique** (with image of a person eating)
- Le régime hyperprotéiné** (with image of a spoon with orange)
- Le régime détox** (with image of a person drinking)
- Vos articles préférés**
 - Le regime Slim Data
 - ANC, AJR, RNJ... Déchiffrez les étiquettes
 - Les secrets des aliments anti-cholesterol
 - Quizz : Etes-vous un cordon bleu ?
- Forums Nutrition**
 - Allergies alimentaires
 - Diététique et régimes
 - Manger bio
 - Vin, oenologie
- Mes courses malines**
 - Mes courses forme
 - Mes courses régime
 - Mes courses anti-fatigue
- Sondage**

Pensez-vous que le vin est un aliment santé ?

oui non **Votez !**
- Discutez sur nos forums**
 - Santé
 - Beauté
 - Famille
 - Cuisine
 - Nutrition
 - Psychologie
 - Loisirs
 - Mode
 - Sexualité
 - Vie pratique
 - Médicaments
 - Forme et sport
 - Grossesse et bébé
 - People
- NEWSLETTER Danone et vous**

Pour recevoir tous les 15 jours des recettes équilibrées, inscrivez-vous à la Newsletter Danoneetvous.com. Cette quinzaine : Pizza végétarienne

ABONNEZ-VOUS GRATUITEMENT À LA NEWSLETTER !
- Sarade de rapin aux zestes d'agrumes** (highlighted)
- [-- Les liens sponsorisés de Doctissimo --]**

Vous voulez retrouver la ligne ?
Testez un véritable programme diététique avec Valerie, la coach des stars qui vous motive !

Mincir avec Le Diet
Leader en France et aux USA. Recevez votre bilan gratuit, et perdez 4 kg en 30j !

SEM : Principes & fonctionnement

- **Les mots & expressions retenus déclenchent l'affichage de l'annonce**
 - Listing de mots illimités
 - Maîtrise du contenu éditorial des annonces
 - Choix des url de redirection vers vos pages de contenu
- **Seuls les clicks effectués sur l'annonce sont facturés**
 - Visibilité (impression/affichage) gratuite
 - Vous ne payez que lorsque l'internaute visite votre site
 - Vous déterminez librement le prix maximum que vous souhaitez payer pour chaque visite
- **Positionnement des annonces régulé par un système « live » d'enchères**
 - L'annonceur proposant l'enchère la + élevée sur un mot sera 1^{er} sur la page de résultat (CPC Max = coût par click maximum)
- **Suivi & ROI grâce au tag de tracking**
 - Un tags sur le site de l'annonceur permet de suivre les transformations issues de la campagne (selon objectifs : ventes, demandes de rappel, inscriptions newsletter...etc)

Pertinence & performance

Positionnement des annonces régulé par un système « live » d'enchère pondérée par un indice de pertinence & de performance : le Quality Score.

>> Remarque : Google, MSN et Yahoo ne publient pas les enchères des autres annonceurs.

Principe de base :

CPC Max x Taux de click (CTR) = Quality Score (QS)

> Exemple :

- Annonce A : 0,30€ (CPC Max) x 1,25% (CTR) = 0,375 (indice virtuel)
- Annonce B : 0,20€ (CPC Max) x 3,50% (CTR) = 0,7 (indice virtuel)

> L'annonce B sera positionnée au dessus de l'annonce A

Ciblage

réseau de contenu

Google | AdWords

Cibler les clients par emplacement géographique

Rechercher | Parcourir | Groupes | **Personnaliser**

Point de la carte | [Forme personnalisée](#) | [En masse](#)

Cibler un lieu personnalisé

Cliquez sur la carte ou entrez une adresse ci-dessous.

Emplacement géographique : ?

Exemple : 34000 ou 87 Rue Bobillot, Paris

Autoriser l'affichage de l'adresse dans mes annonces ?

Afficher mes annonces dans un rayon de km | [utiliser mi](#)

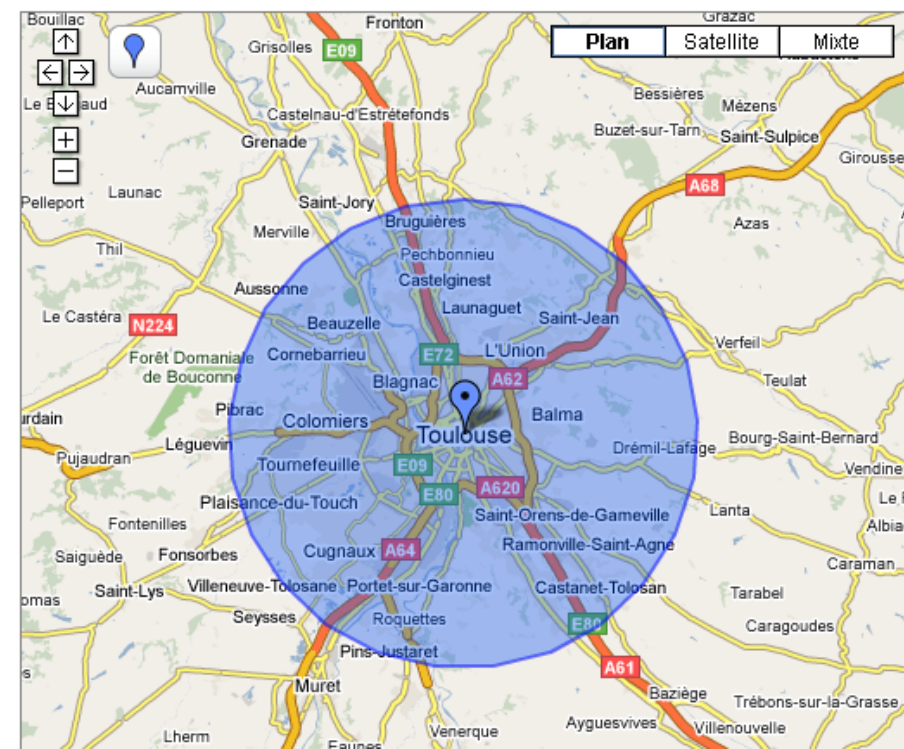
Un minimum de 16 km (10 mi) est recommandé. ?

Lieux sélectionnés

[tout supprimer](#) | [tout afficher sur la carte](#)

Dans un rayon de 15 km Toulouse, FR (Personnaliser)

Dans un rayon de 15 km Toulouse, FR ajouté [Annuler](#) [Désactiver la carte](#)



Planification

🕒 Planification des annonces

Modifiez le jour et l'heure et vérifiez la mise à jour de la planification. Lorsque la planification vous satisfait, cliquez sur « Enregistrer les modifications » pour activer la planification des annonces. Pour ajuster votre prix au cours d'une période, passez en [mode avancé](#). Vous pouvez toujours revenir en arrière. [?](#)

Les annonces sont actives sur les carrés verts, mises en veille sur les carrés gris. [Horloge à 12 heures](#) | Format 24 heures
Modification globale : [tous les jours](#), [jours de la semaine](#), [week-end](#)

			0:00	4:00	8:00	12:00	16:00	20:00
Lundi	7:00 - 21:00	Modifier	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Mardi	7:00 - 21:00	Modifier	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
Mercredi	7:00 - 21:00	Modifier	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
Jedi	7:00 - 21:00	Modifier	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
Vendredi	7:00 - 21:00	Modifier	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
Samedi	Mise en veille en permanence	Modifier	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Dimanche	Mise en veille en permanence	Modifier	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	

= En cours
 = En veille

Etude de cas :

Eurecia.com (Pascal Gremiaux)



Intuitif Simple et Performant



LOGICIELS MANAGEMENT
 Congés et Absences
 Note de Frais
 Temps et Activités
 Planning Ressources
 Questionnaires Web

Logiciel Gestion Congés et Absences

[CONGÉS - ABSENCES](#) | [TEMPS ET ACTIVITÉS](#) | [NOTE DE FRAIS](#) | [PLANNING RESSOURCES](#) | [DEVIS](#)

Les Avantages de Notre Plate-forme

ESSAI GRATUIT 30 jours

PLATE-FORME RH
 Essai Gratuit 30 jours
 Avantages
 Démonstration
 Architecture
 F.A.Q.
 Confidentialité & Sécurité

1€ / Mois / Salarié *

Demande d'Essai Gratuit

Nom : M.

Email :

Société :



ESPACE CLIENTS
 Boite à outils RH
 Devis & Commande
 Votre Compte

Imprimer

+33 (0)5-62-20-03-69

EURÉCIA
 La Société
 Clients et Partenaires
 Témoignages
 Recrutements
 Devenez Partenaire
 Nous Contacter

GESTION DES CONGÉS ET DES ABSENCES

Une solution sécurisée, simple et facile d'accès, souple et rapide à mettre en oeuvre, pour vous permettre de gagner en temps et en efficacité et simplifier la gestion de vos tâches administratives tout en réduisant vos coûts et investissements.

Essai GRATUIT 30 jours (sans engagement)

Devis Immédiat


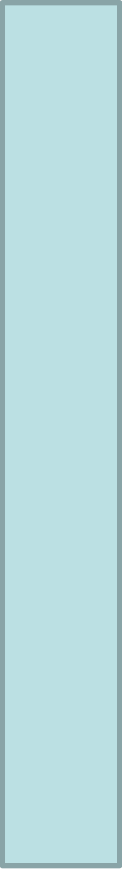
RESSOURCES HUMAINES
[Congés et Absences](#)
[Temps et Activités](#)
[Note de Frais](#)
[Evaluations RH](#)



Des rapports précis

Mot clé	État	Enchère actuelle CPC max	Afficher les paramètres	Clics	Impr	CTR	CPC moy.	Coût	Pos. moy.	Taux de conv.	Coût/Conv	Conversions
Total du réseau de contenu	Désactivé	Contenu Auto [Modifier]		0	0	-	-	-	n/a	0,00 %	€0,00	0
Totaux sites de recherche	Activé	Par défaut €0,35 [Modifier]		3 297	112 912	2,92 %	€0,27		2,9	4,06 %		134
Total				3 297	112 912	2,92 %	€0,27		2,9	4,06 %		134
planning congés	Actif	€0,40	Paramètres	1 344	29 340	4,58 %	€0,27		2,5	3,42 %		46
gestion des congés	Actif	€0,35	Paramètres	203	6 450	3,15 %	€0,28		3,4	8,87 %		18
planning de congés	Actif	€0,35	Paramètres	360	7 033	5,12 %	€0,25		2,5	4,17 %		15
suiwi congés	Actif	€0,50	Paramètres	259	4 308	6,01 %	€0,23		1,5	5,02 %		13
logiciel congés	Actif	€0,35	Paramètres	233	6 126	3,80 %	€0,27		3,4	4,29 %		10
calcul congés payes	Actif	€0,35	Paramètres	138	11 239	1,23 %	€0,26		3,4	4,35 %		6
calcul congés payés	Actif	€0,35	Paramètres	179	16 210	1,10 %	€0,26		3,5	2,79 %		5
calcul congé	Actif	€0,35	Paramètres	210	20 761	1,01 %	€0,26		3,1	1,90 %		4
[logiciel gestion congés]	Actif	€1,50	Paramètres	20	227	8,81 %	€1,01		1,2	20,00 %		4
gestion de congé	Actif	€0,35	Paramètres	62	1 674	3,70 %	€0,24		2,7	4,84 %		3
gestion congé	Actif	€0,35	Paramètres	37	1 599	2,31 %	€0,25		3,3	8,11 %		3
[planning congés]	Actif	€0,35	Paramètres	77	1 391	5,54 %	€0,22		3,2	2,60 %		2
logiciel absence	Actif	€0,35	Paramètres	12	1 151	1,04 %	€0,27		2,4	16,67 %		2
gestion de congés	Actif	€0,35	Paramètres	63	1 672	3,77 %	€0,27		2,8	1,59 %		1
calcul congés temps partiel	Actif	€0,35	Paramètres	14	1 092	1,28 %	€0,27		2,2	7,14 %		1
gestion de congés	Actif	€0,35	Paramètres	34	1 003	3,39 %	€0,24		3,3	2,94 %		1
logiciel absences	Actif	€0,35	Paramètres	21	760	2,76 %	€0,27		3,7	0,00 %		0
planning absence	Actif	€0,35	Paramètres	12	356	3,37 %	€0,30		2,7	0,00 %		0
[gestion congé]	Actif	€0,35	Paramètres	5	114	4,39 %	€0,30		2,5	0,00 %		0
logiciel congés payés	Actif	€0,35	Paramètres	0	106	0,00 %	-		4,6	0,00 %		0

Des annonces optimisées

Variantes	Actions	État ▼	% traité(s)	Clics	Impr.	CTR	Coût	Taux de conv.	Coût/Conv.	Conversions
Suivi Congés Et Absences Logiciel Web - Congés Planning Test gratuit 30j, Simple & Efficace Eurecia.com/GestionCongesAbsences	Modifier	Active	52,0 %	1 709	58 752	2,90 %	€474,58	3,9 %		
Congés Et Absences Logiciel Web Gestion Congés RTT Test gratuit 30j, Simple & Efficace Eurecia.com/GestionCongesAbsences	Modifier	Active	4,3 %	120	4 877	2,46 %	€33,95	5,0 %		
Suivi Congés Et Absences Logiciel Web - Congés Planning 1€/mois/salarié, Test Gratuit 30j ! Eurecia.com/GestionCongesAbsences	Modifier	Active	2,4 %	65	2 720	2,38 %	€18,01	3,1 %		
Logiciel Gestion Congés Gestion Congés PME PMI, Simple & Rapide, Test gratuit 30 j, Essayez! Eurecia.com/GestionCongesRTT	Modifier	Active	3,3 %	85	3 712	2,28 %	€23,43	2,4 %		
Suivi Congés Et Absences Logiciel Web - Congés Planning 1€ par Mois/Salarié, Test Gratuit Eurecia.com/GestionCongesAbsences	Modifier	Active	1,1 %	24	1 241	1,93 %	€7,31	0,0 %		
Congés Et Absences Logiciel Web Gestion Congés RTT 1€ par Mois/Salarié, Test Gratuit Eurecia.com/GestionCongesAbsences	Modifier	Active	0,9 %	18	1 014	1,77 %	€4,72	5,6 %		
Logiciel Congés & Absence Gestion Congés PME PMI, Simple & Rapide, Test gratuit 30 j, Essayez! Eurecia.com/GestionCongesRTT	Modifier	En veille	2,5 %	56	2 773	2,01 %	€14,13	7,1 %		
Congés Et Absences Logiciel Web Gestion Congés RTT 1€/mois/salarié, Test Gratuit 30j ! Eurecia.com/GestionCongesAbsences	Modifier	En veille	1,2 %	15	1 351	1,11 %	€3,70	0,0 %		



La recherche évolue. Suivez l'évolution...

Questions / Réponses

13.0

La Mèlée Numérique

Merci de votre attention !
Nous vous réserverons le meilleur accueil
sur notre stand (le n° 19)

Contacts

Agoranet : a.howard@agoranet.fr

Hoyado : horard@hoyado.com