

# Social NewsRoom de PR•ROOMS, la salle de presse 2.0

## PR•ROOMS dévoile Social NewsRoom, la salle de presse optimisée et sociale au coeur de la communication Web des entreprises

Lundi 14 novembre 2011 – Paris. Fort de son expérience dans les salles de presse en ligne sur mesure, PR•ROOMS présente aujourd'hui son produit phare, [Social NewsRoom](#), permettant aux entreprises de toutes tailles d'utiliser au mieux leur actualité et leur expertise pour bâtir une stratégie de publication en ligne optimisée et maximiser leur visibilité sur Internet.

Partant du triple constat que:

- les envois de masse d'information ont perdu toute leur efficacité
- les entreprises ne peuvent plus se contenter de cibler leur communication exclusivement vers la presse
- journalistes, blogueurs et consommateurs recherchent par eux-même sur les moteurs de recherche et dans les réseaux sociaux toutes les informations nécessaires à leurs décisions d'achat et leurs articles

[Social NewsRoom](#) permet aux services communication et marketing de publier très simplement et efficacement toute l'information susceptible d'être recherchée par tous les internautes cibles afin d'optimiser la portée des relations presse et relations publics et élaborer une stratégie de contenu garantissant une forte visibilité en ligne sur tous les domaines importants pour leur activité.

## Une présence Internet optimisée et socialisée

En dépit de l'enjeu majeur que constitue leur visibilité sur Internet, beaucoup d'entreprises - particulièrement les PME - négligent leur présence en ligne, la confiant le plus souvent à un site statique forcément difficile à référencer ou, pire, à une simple présence sur les réseaux sociaux.

The screenshot shows the PR•ROOMS Social NewsRoom website. At the top, there is a navigation bar with links for 'Accueil', 'Médias sociaux', 'Evénements', 'Documents', and 'Date la presse'. Below this is a main header area with a large image of a laptop and a stack of papers. To the right of the image, there is a section titled 'A LA UNE' with a sub-heading 'Communication Social NewsRoom de PR•ROOMS la salle de presse socialisée au coeur de votre communication en ligne' and a 'LIRE' button. Below the header, there are two main columns: 'ACTUALITES' on the left and 'RECHERCHE' on the right. The 'ACTUALITES' section contains several news items with small icons and text snippets. The 'RECHERCHE' section has a search bar with a 'GO' button and a 'MOTS-CLES' section with a list of keywords. At the bottom of the page, there are three sections: 'ABONNEZ-VOUS' with a 'GO' button, 'PR•ROOMS EN LIGNE' with social media icons, and 'A PROPOS DE PR•ROOMS' with a 'LIRE' button. The footer contains copyright information: '© 2011 PR•ROOMS - Concurrence déloyale et concurrence déloyale' and 'UN CLAP DE JOURNALISME'.

Alors qu'un site figé perd de son autorité aux yeux des moteurs de recherche au fil du temps, publier régulièrement du contenu optimisé permet au contraire d'accroître son classement et d'adapter sa présence aux évolutions de consommation.

Adossée à un site traditionnel ou indépendante, une [newsroom](#) draine un trafic précieux et durable vers un site Web d'entreprise ou une boutique d'e-commerce, tout en communiquant l'actualité, les valeurs et l'expertise de la société à l'ensemble de ses publics.

PR-ROOMS accompagne les utilisateurs de [newsrooms](#) dans l'élaboration de leur stratégie éditoriale en au travers d'outils et de services d'identification de mots clés correspondant à leur secteur et à leur cible. De plus, Social NewsRoom bénéficie d'une intégration native avec les principaux blogs et médias sociaux pour permettre aux lecteurs de partager les articles intéressants avec leurs réseaux d'amis et collègues mais aussi de s'abonner aux informations de l'entreprise.

## L'actualité au coeur du brand content transmedia

Dans un paysage médiatique où chacun publie et consomme de l'information à son gré, le *Brand Content* (stratégie de mise en ligne de contenus éditoriaux par les marques pour démontrer une expertise, affirmer une image ou un positionnement et créer du trafic) remporte un vif succès. Et si certaines font appel à des créations sans réel rapport avec leur activité, c'est au travers de son actualité que la personnalité d'une entreprise se véhicule le plus naturellement : chaque nouvel employé, nouveau marché, nouveau contrat, nouvel outil, nouveau produit, nouvel évènement ou œuvre caritative constitue une source d'information contribuant à l'image auprès des différents publics de l'entreprise et des moteurs de recherche.

**L'expertise et l'actualité de la marque deviennent ses deux plus forts leviers de visibilité.**



Chaque page publiée (un communiqué enrichi appelé [NewsShot](#)) peut rassembler tous les éléments d'une narration transmédia de l'actualité décrite : photos haute résolution, vidéos HD, enregistrements, présentations, documents liés, liens vers applications ...

L'ensemble de ces éléments, ainsi que les dossiers de presse et les informations relatives aux contact presse apportent un gain de temps aux journalistes et blogueurs en rapport avec l'entreprise et facilitent les relations média. De plus, chaque article publié à partir d'un communiqué accroît son classement dans les résultats de recherche et augmente la probabilité de couverture par des journalistes et blogueurs n'ayant pas eu de contact préalable avec le service communication.

Les outils de partage présents permettant aux lecteurs de propager l'information auprès de leurs proches, avec les mêmes effets bénéfiques sur la visibilité et le trafic de la salle de presse.

## **Simplicité et sécurité avant tout**

Chaque newsroom fournit des modèles de page ou peut exploiter celui de l'utilisateur pour une intégration totalement transparente avec son site ou sa boutique de e-commerce. Dans les deux cas, la publication s'effectue au moyen d'un éditeur WYSISYG et d'un outil de prévisualisation

Tous les documents rattachés sont automatiquement mis en ligne avec les métadonnées précieuses pour les moteurs de recherche. Tous sont téléchargeables individuellement et bénéficient d'un suivi de clic permettant de suivre leurs consultations.

Chaque NewsRoom bénéficie d'une intégration avec le module de Web analytics de Google permettant de comptabiliser les visites dans le temps et visualiser les mots clés via lesquels son contenu a été trouvé afin d'optimiser la stratégie éditoriale.

Toutes les newsrooms PR Rooms bénéficient de la sécurité ISO 27001 d'Amazon S3 : les données sont stockées sur les serveurs virtualisés Amazon S3 qui figurent parmi les plus sécurisés, rapides et disponibles du marché. Cet hébergement est un gage de sécurité absolue des données et d'une indépendance des services communication web et de marketing en ligne vis à vis du service informatique.

## **A propos de PR•ROOMS**

PR•ROOMS est un éditeur de logiciels spécialisé dans les NewsRooms socialisées, centres de presse virtuels servant à optimiser la communication web des entreprises. Il a été fondé en 2010 par Olivier Caussin, qui met à profit 15 ans d'expertise du journalisme et des logiciels de relations presse et relations publiques pour proposer des solutions adaptées aux nouvelles réalités de la communication, du marketing et de la gestion de la réputation: un paysage médiatique plus fragmenté ainsi que des journalistes et un public hostiles aux diffusions de masses et qui trouvent par eux même de l'information sur les réseaux sociaux et moteurs de recherche. Les NewsRooms placent le contenu riche au coeur de la stratégie de communication en ligne et permettent aux entreprises d'utiliser leur actualité et leur production de documents multimédias pour s'assurer une visibilité forte et durable sur Internet. Elle sont déjà utilisées avec succès par plusieurs grands groupes européens.