

# PASSEZ A LA DIFFUSION 2.0

LA **DIFFUSION** PAR **E-MAIL** EST LE  
MODE D'INTERACTION LE PLUS **EFFICACE** POUR  
LES **RELATIONS PRESSE** ET LE **MARKETING**.  
OPTIMISATION DU **HTML**, **CIBLAGE** PERFORMANT  
ET PREVENTION DU **SPAM** SONT LES **CLES** DE  
**L'IMPACT** ET **L'EXPERIENCE**  
**UTILISATEUR**

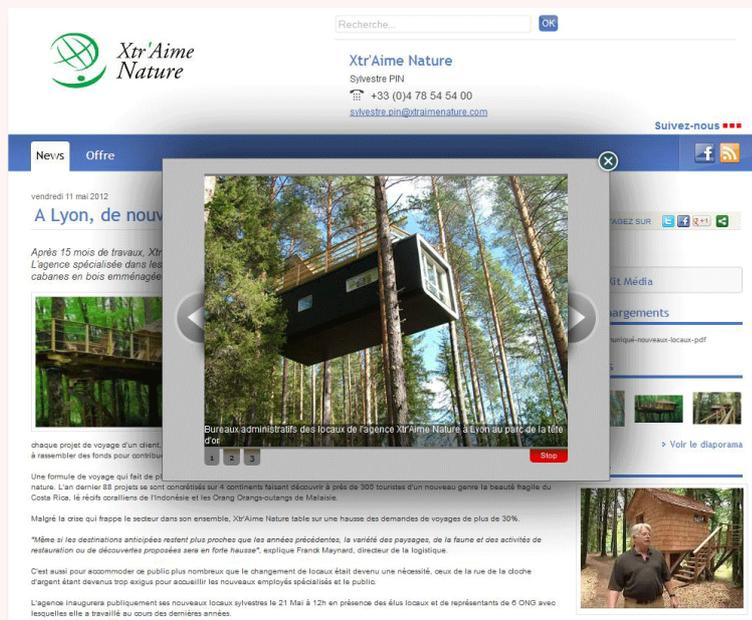
# 30 SECONDES POUR UNE

Aujourd'hui encore, l'email reste le mode d'échange d'information préféré de la quasi-totalité des journalistes et blogueurs. C'est aussi une source d'interaction et de fidélisation de communautés présentant un rapport signal sur bruit bien plus favorable que les réseaux sociaux.

Mais la majorité des campagnes de mail échoue dans les filets des filtres anti-spam, les corbeilles des destinataires avant même ouverture et l'oubli à peine deux secondes après l'ouverture. Le ROI de ces envois n'est jamais à la hauteur des efforts consentis.

## t - 30 secondes

L'information est importante, votre communiqué bouclé. Les images, le dossier de presse et les vidéos HD sont en place, prêts à être visualisés.



## Publié et diffusé

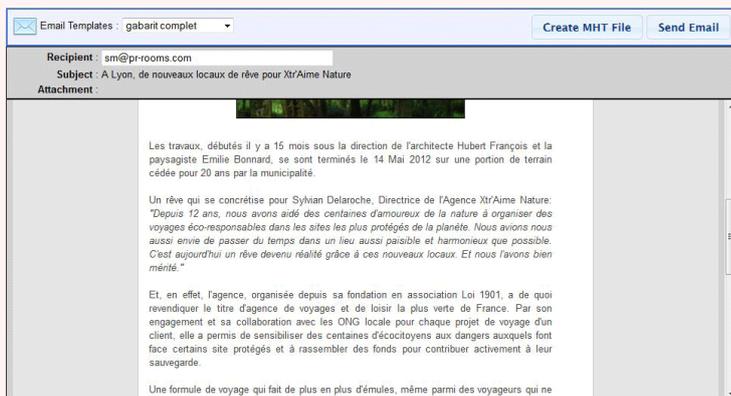
Au lieu de terminer sa vie au fond d'un dossier dans un document texte, votre communiqué est en ligne, contribuant à la visibilité de l'entreprise et alimentant les conversations.

## t - 15 secondes. La liste est prête

Alors ... uniquement les journalistes (clic) spécialisé dans les voyages (clic) et l'habitat (clic). Qui ont téléchargé le dossier de presse (clic) et demandé des informations sur l'inauguration (clic).

Voilà, 13 noms en autant de secondes.

Prénom	Nom	Email	Société: Rédaction	Fonction	Téléphone	Date	Labels	Actions
PIERRE	BABEY	pierre.babey@france.fr	FRANCE 3	Journaliste		18/05/12	Premier import CSV	
ROUZANE	AVANISSIAN	rouzane.avanissian@france.fr	FRANCE 3 QUERCY ROUERQUE	Journaliste		18/05/12	Premier import CSV	
SOPHIE	ANGELIER	sophie.angelier@radiofrance.com	FRANCE INFO	Journaliste		18/05/12	Premier import CSV	
FRANCOIS	ANGELIER	francois.angelier@radiofrance.com	FRANCE CULTURE	Journaliste		18/05/12	Premier import CSV	
DOMINIQUE	ANDRE	dominique.andre@radiofrance.com	FRANCE INTER	Journaliste		18/05/12	Premier import CSV	
FABIENNE	AMIACH	fabienn.amiach@france.fr	FRANCE 3	Journaliste		18/05/12	Premier import CSV	
MARIE	AMELINE	marie.ameline@radiofrance.com	FRANCE BLEU PAYS DE SAVOIE	Journaliste		18/05/12	Premier import CSV	
VALERIE	ALEXANDRE	valerie.alexandre@france.fr	FRANCE 2	Journaliste	+33 3 26 48 38 28	18/05/12	Premier import CSV	
JEAN VITUS	ALBERTINI	jean-vitus.albertini@france.fr	FRANCE 3 CORSE	Rédaction en Chef Adjoint		18/05/12	Premier import CSV	
CAROLINE	AGULLO	caroline.agullo@france.fr	FRANCE 3 LANGUEDOC ROUSSILLON	Journaliste		18/05/12	Premier import CSV	
THIERRY	ADAM	thierry.adam@france.fr	FRANCE 3	Journaliste		18/05/12	Premier import CSV	
PHILIPPE	ABITEBOUL	philippe.abiteboul@radiofrance.com	FRANCE INTER	Journaliste		18/05/12	Premier import CSV	
FABRICE	ABGRALL	fabrice.abgrall@radiofrance.com	FRANCE INTER	Journaliste		18/05/12	Premier import CSV	



## t - 10 secondes. Le gabarit est choisi

Résumé texte simple ? résumé avec image principale ? Texte complet ?

Texte complet !

## t - 5 secondes. J'envoie un test

Je le reçois, je vérifie avec Franck que le texte lui convient et ... j'envoie.

# DIFFUSION PARFAITE ...

Pour une efficacité maximale, un mailing doit fournir une expérience utilisateur parfaite : un contenu HTML sans faille sur tous les logiciels de mail, un design identique à celui du site destination et un chargement instantané. Passer au travers des filtres anti-spam

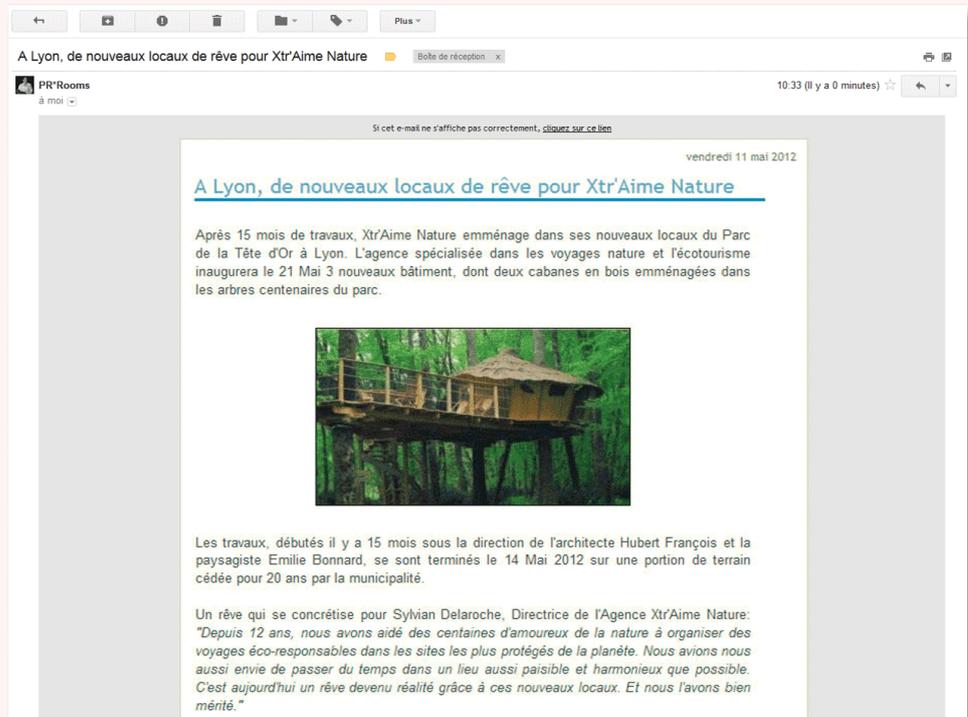
recquiert une réputation parfaite de vos serveurs et de votre historique d'envoi ainsi qu'une segmentation fine. A son tour, cette segmentation implique une base de contacts parfaitement à jour, enrichie des comportements passés de vos destinataires et de leurs préférences.

t

Votre message fait son apparition dans la boîte de réception de vos destinataires.

Les ouvertures sont enregistrées ainsi que les clics vers la salle de presse en ligne. Les pages visitées sont comptabilisées et les documents téléchargés viennent alimenter l'historique de votre base de contacts.

Les options d'abonnement par RSS ou par mail complètent votre arsenal de fidélisation et d'optimisation de la relation avec vos publics.



## t + 1 minute

Un destinataire consulte la version en ligne du communiqué enrichi et la partage sur Facebook.



## t + 30 minutes

Un journaliste vous contacte via le formulaire en ligne de la newsroom. Cette interaction enrichit son profil dans votre base de données pour affiner de futurs emailings.

VOS COORDONNÉES...

Prénom

Nom

Email \*   
Champ obligatoire

Société \*   
Champ obligatoire

Téléphone

Texte   
Saisissez votre question

ENVOYER

## t + 18 heures

Des internautes lisent l'article publié par l'un de vos destinataires.

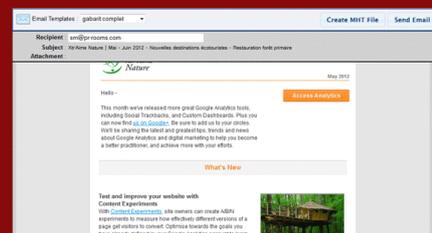
Ils cliquent sur un lien vers une page produit de votre site.

Ils y téléchargent une brochure et 2 images.

Ils recevront la prochaine newsletter.

## Pendant ce temps, dans le bureau d'à côté

Mark Hetting termine sa newsletter bimensuelle. Il lui faut 42 secondes pour décider si elle doit apparaître sur le site ou non, identifier les 237 clients anglo saxons en opt-in intéressés par les forêts primaires et pour choisir d'envoyer un résumé avec images.



Il utilise les mêmes outils et les interactions avec ses contacts enrichissent la même base. Tous les publics de l'entreprise perçoivent une présence en ligne cohérente et unifiée. Tous sont sollicités uniquement pour les sujets qui les intéressent.

Pour votre Social NewsRoom, vos communiqués enrichis, vos mailings utilisez un de nos styles prédéfinis ou utilisez le votre pour une parfaite intégration à votre site Internet.

# UNE OFFRE MODULAIRE DE COMMUNICATION & MARKETING

La discontinuité de service entre la communication, les RP, le marketing et les équipes commerciales constitue la principale source de perte d'efficacité, de perte de cohérence d'image, de réputation et, au final, de chiffre d'affaire. Dans l'environnement médiatique créé par le Web 2.0, les internautes en phase de décision d'achat perçoivent votre présence en ligne de manière unique, quel que soit le département responsable en interne. L'expérience utilisateur et le partage social sur PC, tablettes et Smartphones sont deux des critères principaux de qualité aux yeux des moteurs de recherche et déterminent grandement votre succès en ligne.

L'offre PR•ROOMS est conçue pour garantir cette cohérence de votre site Web (et sa version mobile) à vos diffusions par mail, vos publications sur les réseaux sociaux, la gestion de vos listes de contacts et votre suivi de prospection.

## SOCIAL NEWSROOM

Publiez vos communiqués enrichis très simplement à l'aide d'un éditeur WYSIWYG. Ajoutez images haute résolution, PDF, clips sonores et vidéos HD, présentations slideshare, dossiers de presse, contacts et porte-paroles.

Le référencement de votre salle de presse en ligne est optimisé.

Les formats de fichiers les plus variés sont supportés, ainsi que les protocoles de transfert de gros volumes de données usuels.



Les communiqués mis en ligne servent de support à la génération d'emails et contribuent à la génération d'un trafic ciblé vers le site de l'entreprise. Ils attirent journalistes et blogueurs vers des formulaires et des abonnements RSS pour aider à la fidélisation et à la construction de relations durables. Ils sont consultables sur tous les navigateurs classiques, les tablettes et les Smartphones les plus populaires du marché (iOs, Android, BlackBerry).

**Social NewsRoom transforme votre actualité en un empire SEO.**

## FONCTIONNALITES AVANCEES

Les fonctionnalités vont bien au delà de ce que les internautes voient. L'utilisateur dispose d'un back-office riche permettant entre autres : une newsroom multilingue et multimarque, un processus rigoureux de publication (gestion des droits, programmation, envois par e-mail, partage social, RSS) une gestion des demandes d'information, d'opt-in & opt-out, intégration des Google analytics, liens raccourcis, intégration avec Facebook graph, une gestion avancée des contacts basée sur les interactions et comportements des internautes, et outils de SEO.

## INDEPENDANCE TECHNIQUE

Votre efficacité ne dépendra plus jamais d'autres services. Votre social newsroom peut s'adosser à un site Internet existant ou exister isolément. Choisissez simplement un style ou fournissez le votre et commencez à publier, créer du trafic et convertir. La sécurité des données est assurée par l'hébergement Amazon S3 et au Content Delivery Network associé. Vos fichiers de plusieurs gigaoctets peuvent être transférés sans difficulté par HTTP, FTP, DropBox ou Amazon S3. Publiez votre actualité directement en ligne et sur tous vos comptes sociaux. L'impact de vos publications est mesuré automatiquement au moyen d'un tableau de bord synthétique de web analytics.

## A PROPOS DE PR•ROOMS

Nous sommes un éditeur de logiciels spécialisé dans les NewsRooms socialisées, salles de presse en ligne, et les communiqués enrichis servant à optimiser la communication web des entreprises.

facebook.com/Pr.Rooms  
@prrooms

Web: [www.pr-rooms.com](http://www.pr-rooms.com)  
Blog: [blog.pr-rooms.com](http://blog.pr-rooms.com)

## DIFFUSION 2.0

Générez automatiquement vos messages HTML à partir du contenu de vos communiqués ou newsletters pour un résultat parfait à chaque fois. Choisissez parmi 3 gabarits standards ou vos gabarits sur mesure. Créez vos listes de diffusion en quelques clics en exploitant des critères variés tels que domaine d'intérêt, type de contact, historique de la relation, comportement sur le site ...

Evitez les mauvaises surprises grâce à des gabarits validés sur les logiciels de mail suivants :

- ✓ Outlook 2000 à 2010
- ✓ Outlook XP
- ✓ Lotus Notes 6.5.4, 7 et 8
- ✓ Gmail
- ✓ AOL Mail
- ✓ Hotmail
- ✓ Apple iPhone et iPad
- ✓ Android 2.2
- ✓ BlackBerry
- ✓ Windows Mobile 6.5



## CONTENT OPTIMISER

En supplément des communiqués de votre Social NewsRoom le module Content Optimiser vous permet de gérer une grande variété de pages pour votre marketing de contenu :

- Pages HTML statiques pour construire un site Internet
- Landing-page pour vos campagnes de marketing par mail
- Newsletters
- Tweetchats

Ces pages bénéficient du même hébergement et du même back-office que la Newsroom et sont suivies par les mêmes analytics. Leurs formulaires alimentent la même base de contacts.

