

Paris, mardi 19 mars 2013

1000% de croissance du trafic de nos clients en 12 mois !

1000% ! C'est l'augmentation de trafic enregistrée sur la newsroom de PR•ROOMS et celles de ses clients sur 12 mois. Cette hausse illustre l'impact des nouveaux outils de RP et de marketing de contenu sur les stratégies de communication des organisations.

Depuis sa création, le slogan et la raison d'être de PR•ROOMS sont "Pour que chaque entreprise devienne un média efficace".

Chacun des [modules de l'offre de relations publics \(relations avec tous les publics\) et de marketing de contenu](#) de PR•ROOMS a pour but de permettre aux entreprises de réaliser des campagnes de communication et de marketing adaptées aux modes de consommation d'information du Web 2.0 et d'abattre les silos délétères entre départements des relations presse, relations publiques, marketing ventes, support ...

L'augmentation de trafic ciblé à partir de sources négligées comme l'actualité des entreprises représente donc un des enjeux majeurs pour lesquels PR•ROOMS accompagne ses clients. Et c'est avec beaucoup de plaisir que nous annonçons la hausse de trafic de 1000% enregistré sur notre newsroom (salle de presse en ligne) et celle de nos clients.

Outre son ampleur remarquable, cette hausse spectaculaire présente trois aspects tout aussi positifs

- **Elle peut être soutenue dans la durée.** Le bénéfice sur le référencement lié à la publication de communiqués enrichis et de lettres d'information est cumulatif. La visibilité sur les moteurs de recherche et les réseaux sociaux croît donc avec la publication.
- **Elle est ciblée.** Aussi simple soit-il d'acheter du trafic de mauvaise qualité, cette tactique n'apporte aucune valeur à la marque et à la stratégie commerciale de l'entreprise. Le trafic généré par une newsroom est extrêmement ciblé puisque le contenu mis en ligne est lié exclusivement à la vie de l'entreprise, à son offre et à ses valeurs. Les taux de conversion et de rétention sont donc beaucoup plus élevés et les mots clés à privilégier peuvent être choisis avec précision.
- **Elle est gratuite** (pas d'achat de mots clés publicitaires) et correspond aux meilleures pratiques recommandées par Google et les autres moteurs de recherche.

Un impact essentiel pour les RP et le marketing

Cette croissance globale du trafic est liée à deux phénomènes :

- D'une part l'augmentation du nombre de clients sur 2012.
- D'autre part, l'adoption par des clients de plus en plus nombreux de notre module de newsletter permettant de fidéliser des contacts et de les diriger régulièrement et de manière

fiable vers les pages les plus importantes pour la stratégie de communication ou de marketing.

Elle légitime donc **l'impact des solutions de RP 2.0 sur la stratégie globale** de l'entreprise ou de l'institution **en contribuant de manière tangible et mesurable à sa visibilité et en renforçant sa marque auprès de publics très ciblés.**

Non seulement l'actualité et le contenu promus sous cette forme ont plus de chances de retenir l'attention de blogueurs et de journalistes sur Twitter et les moteurs de recherche - et donc de générer une couverture éditoriale supérieure - mais, là où la portée d'une diffusion de communiqués ou brochures au format PDF se limitait à une faible portion des destinataires, ces chiffres prouvent que les mêmes informations - publiées dans une section dédiée et optimisée de son site corporate - atteignent directement une population beaucoup plus vaste.

Les détails des mécanismes en jeu sont décrits dans trois de nos ebooks :

- [10 clés pour choisir une solution de RP](#)
- [Le communiqué enrichi](#)
- [Du rififi chez la newsletter](#)

A propos de PR•ROOMS

PR•ROOMS est un éditeur de logiciels spécialisé dans les outils de relations publics en ligne 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 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.