

DIGITALNEWS

LA NEWSLETTER DE MEDIANET

ETUDES

ETUDE E-COMMERCE

Profils des internautes sur les sites e-commerce en Tunisie

P.17-18

Coworking et Coolworking spaces

Une approche innovante pour le développement de l'entrepreneuriat et l'intrapreneuriat

P.22

MEDIANET à l'international

Chiffres clés, études de cas et actualités

P. 12

TRANSFORMATION DIGITALE

Un virage stratégique majeur pour les banques

P.24

INTERVIEW

AZIZ MEBAREK AfricInvest

P.4-5

ETUDES

Les numéros de téléphone affichés sur les sites web fonctionnent-ils vraiment ?

P.25

MEDIANET obtient une licence pour perser dans l'univers de l'Internet of Things (IOT)

P.6

TRANSFORMATION DIGITALE

Le Phygital,
Un choix stratégique
ou bien une mutation
incontournable ? P.3



Téléchargez la newsletter en utilisant le QR code via votre smartphone



MEDIANET EST
CERTIFIÉE ISO 9001
DEPUIS 2010

CONFIANCE
TRANSPARENCE
COMMUNICATION
PARTAGE

Sommaire



Iheb Beji, CEO MEDIANET

MEDIANET, 20 ans déjà ...

Il y a 20 ans, MEDIANET est née d'un concept simple mais ambitieux.

Nous avons commencé par les sites web, ensuite le web 2.0, le webmarketing, le digital, pour aboutir enfin à la phase de l'entreprise e-business. Aujourd'hui, MEDIANET a conquis 20 pays et intervient sur plus de 2000 projets.

Mais tout ceci n'aurait jamais pu voir le jour si on n'avait pas innové en termes de management de l'équipe.

Nous misons sur le capital humain. Nous avons effectivement mis en place un écosystème où tout le monde se sent concerné et impliqué dans l'entreprise, comme si c'était la sienne. Ceci s'est concrétisé, par exemple, par la création du Coworking et du Coolworking spaces, deux espaces qui ont été conçus et mis en place par toute une équipe et qui sont destinés à incuber des ressources en entrepreneuriat ou intrapreneuriat.

Nous sommes allés jusqu'à ouvrir le capital aux MEDIANAUTES, étant convaincu que ceux qui ont contribué à l'évolution et à la réussite de MEDIANET méritent bien d'avoir l'opportunité d'intégrer la structure de son capital.

MEDIANET est devenue en somme l'entreprise de tous les MEDIANAUTES.

MEDIANET, 20 ans déjà ... et l'aventure continue !»

INTERVIEW AZIZ MEBAREK

AfricInvest

P. 4-5



MEDIANET À L'INTERNATIONAL

Chiffres clés, études de cas et actualités

P. 12-13



ETUDE WEBANALYTICS 2018

P. 15-19



Phygital – Les 20 ans de MEDIANET	P. 3
Interview Aziz Mebarek, AfricInvest	P. 4-5
Interview Issam Essefi BigDeal - Licence IOT, MEDIANET à la pointe du digital !	P. 6
Tendances & nouveautés 2018	P. 7
MEDIANET et les étudiants, pour le meilleur ... et pour l'avenir !	P. 8
Les actualités de MEDIANET	P. 9-11
MEDIANET à l'international : Chiffres clés, études de cas et actualités	P. 12 -13
MEDIANET Academy, l'école Collaborative de MEDIANET	P. 14
Etude Webanalytics 2017	P. 15-16
Profils des internautes sur les sites web e-commerce	P. 17-18
Etude sur les réseaux sociaux en Tunisie et en Afrique	P. 19
Teambuilding	P. 20-21
Coworking et Coolworking spaces	P. 22-23
Etudes de cas : LA TRANSFORMATION DIGITALE, un virage stratégique majeur pour les banques - Les numéros de téléphone affichés sur les sites web fonctionnent-ils vraiment ?	P. 22
Prix MEDIANET	P. 26
Actualités RSE : Les Medianautes optent pour des pauses fruits & légumes ! - MEDIANET reconnaissante envers ses anciens collaborateurs...	P. 27-30
Parole aux medianautes et mariages	P. 31



Akram Beji

Deputy CEO MEDIANET

« **MEDIANET,
20 ans,
20 pays... »**

Au bout de 20 ans, MEDIANET est bien connue en Tunisie. Nous sommes tout de même présents également au Maghreb, en Europe et en Afrique subsaharienne. Nous œuvrons à renforcer cette présence à l'échelle internationale et à nous faire une notoriété au-delà de nos frontières. Nous enregistrons d'ores et déjà 40 % de notre chiffre d'affaires sur le marché international, mais nous aspirons à consolider cette présence et à la développer encore plus. Pour ce faire, nous sommes présents à travers nos partenaires à l'international avec des projets à forte valeur ajoutée dans le e-business.



Mohamed Mellouki

CTO MEDIANET

« **Des valeurs
humaines, avant
tout !** »

Depuis le lancement de MEDIANET, il y a deux décennies, notre premier critère de choix des collaborateurs, a toujours été porté sur les valeurs humaines.

Nous recrutons, avant tout sur la base des valeurs dont disposent les candidats. Nous cherchons l'intelligence, l'esprit d'équipe, le partage, la symbiose, la complémentarité, la coopération et la solidarité. La compétence et le savoir-faire peuvent, à mon avis, être acquis par la suite grâce à l'expérience et le coaching.

Nous misons sur notre équipe. D'ailleurs, il est vrai que nous cherchons à satisfaire nos clients mais la satisfaction de l'équipe est tout aussi importante pour nous.

Nos valeurs à MEDIANET représentent une mentalité, un état d'esprit, une façon d'être. Mon rêve est de construire un jour en Tunisie, une «Silicon Valley», une pépinière de start-ups avec l'esprit MEDIANET !



Nidhal Battikh

CDO MEDIANET

« **L'avenir est
toujours le fils
du passé »**

A MEDIANET, nous croyons fermement au principe du co-leadership. Du haut de ses 20 ans d'existence, MEDIANET a œuvré à instaurer une nouvelle mentalité, celle du partage et de la passation du management entre le leadership fondateur et les jeunes collaborateurs. Nous veillons depuis plusieurs années à les impliquer dans les prises de décisions et à les faire participer aux réunions stratégiques. Nous cherchons ainsi à les préparer à relever le défi de prendre en main le leadership en assurant une passation des valeurs de MEDIANET : Confiance, Transparence communication et Partage, notre devise entre MEDIANAUTES !

Le Phygital :

L'ère du Phygital a sonné

Un choix stratégique ou bien une mutation incontournable ?

En commerce, de nos jours, être uniquement physique devient dépassé. Partant de ce principe, on a vu naître l'époque du phygital.

Le terme Phygital, apparu en 2013, représente une contraction des mots «physique» et «digital», qui renvoie à une stratégie marketing qui rallie les deux concepts. Ce terme implique la mutation de la gestion physique d'une boutique ou d'un magasin vers une gestion plus digitalisée. En effet, on constate clairement que l'environnement actuel nous pousse à évoluer et à muter, pour plusieurs motifs. On vise la rapidité, on essaie de compresser les coûts, on aspire à une meilleure qualité de gestion interne, on cherche à apporter plus de choix pour les clients, etc.

Le phygital commerce est donc un point de vente physique qui intègre les données et méthodes du monde digital. Il s'agit d'une modernisation du commerce qui va permettre de fournir un service à un consommateur de plus en plus exigeant, amener du trafic en magasin et permettre une augmentation de son chiffre d'affaires.

Par conséquent, dans l'ère de la transformation digitale générale que nous vivons, le commerce ne déroge pas à la règle. Il devient vital pour la majorité des commerces de s'aligner à la tendance et de créer des sites web marchands en corrélation avec leurs points de ventes physiques. Le phygital devient progressivement une nécessité et d'ici peu, une approche qui détermine la pérennité de tout business.

Comment devenir « phygital » ?

Il y a deux aspects, l'un est digital et l'autre est physique

Coté digital :

- e-réservation : on réserve en ligne (sans obligation d'achat) avant de passer essayer en magasin
- Click & collect : achat en ligne et enlèvement en magasin (pas de frais de livraison)



- Store Locator : localisation du magasin le plus proche avec toutes les infos utiles
- Product Locator et/ou Configurator : permet de visualiser et de se renseigner en détail sur tous les produits disponibles, voire de configurer et personnaliser son produit
- Recommandation sociale : avis clients, témoignages et partages d'expérience sur les blogs & sur les réseaux sociaux
- Couponing & email-to-store : campagnes d'emailing offrant des coupons de réduction ou des cadeaux à retirer en magasin à cette période de l'année ou lors de certains événements.
- Mobile-to-Store : le canal de contact qui a le vent en poupe : géolocalisation et envoi de notifications push promotionnelles Hyperciblées via SMS ou appli.

Sur le plan physique :

- Bornes de commande : le client peut commander en ligne (en magasin) un article qui n'est pas dans le stock, pour livraison à domicile ou en magasin.
- Vendeur connecté : pièce maîtresse du commerce connecté, le vendeur doit évoluer pour se mettre au diapason avec ses clients : avides d'informations pointues et rapides ainsi que des conseils personnalisés.

INTERVIEW

AZIZ

MEBAREK

AfricInvest



AfricInvest, concept, historique et positionnement

«Africinvest est une société qui gère 18 fonds d'investissement et qui se positionne sur l'ensemble du continent africain et sur l'Europe du sud, notamment en France. Notre rôle est d'accompagner les entreprises dans les phases de création, de développement ou de transmission.

Nous avons démarré nos activités en Tunisie et nous nous sommes établis au cours des premières années suivant le démarrage au Maroc, et en Algérie, puis quelques années plus tard en Côte d'Ivoire, au Nigéria et au Kenya, et plus récemment en France, au Royaume Uni et en Egypte pour couvrir à partir de ces différents hubs l'ensemble du continent Africain et les pays d'Europe du Sud.

En fait, notre présence Panafricaine et en Europe s'est faite dans le cadre de notre stratégie d'anticiper le mouvement des entreprises partenaires au capital desquelles nous intervenons. Nous sommes présents sur les marchés naturels de ces entreprises pour mieux les aider à s'y implanter. Nos bailleurs de fonds sont des institutions financières et family offices locaux, régionaux et internationaux qui sont intéressés par la Tunisie, pas en « stand alone » mais comme faisant partie d'un bloc économique homogène qui pourrait faciliter l'accès à des marchés plus significatifs. Nous cherchons donc à développer notre activité au-delà des frontières tunisiennes, tout en gardant la Tunisie comme centre de gravité.

La Tunisie représente environ le quart de nos engagements, mais notre impact et notre valeur ajoutée apportée aux entreprises tunisiennes dépassent, de notre point de vue, largement ce pourcentage.»

Participation à MEDIANET, pourquoi ?

«Africinvest a cherché à s'associer à MEDIANET, pour plusieurs raisons, dont notamment le potentiel humain dont elle dispose. Dans notre métier, l'élément le plus important dans notre processus de prise de décision d'accompagner

Aziz Mebarek, co-fondateur du groupe Africinvest spécialisé dans le capital investissement, nous a accordé un entretien, à travers lequel, il a présenté les activités de ce groupe et ses projets à moyen terme. M. Mebarek a également fait le point sur l'entrepreneuriat et l'intrapreneuriat en Tunisie et la volonté stratégique d'Africinvest d'appuyer de manière institutionnelle les jeunes pousses, dans les années à venir.

«La qualité de son équipe, du projet, de sa vision et de ses dirigeants ont conduit Africinvest à s'associer avec MEDIANET. »

une entreprise, est l'élément humain. La qualité des compétences à la tête d'une PME/ETI, maximise ses chances de succès même dans un environnement complexe. Et lorsque la qualité de l'équipe est doublée d'un projet de qualité (marché, compétitivité, structuration financière...), d'une vision partagée et d'un niveau de confiance élevé avec l'équipe dirigeante, nous n'hésitons pas à nous engager.

Et c'est le cas de MEDIANET en Tunisie. »

Entrepreneuriat ou intrapreneuriat en Tunisie, état des lieux

«L'environnement entrepreneurial des start-ups en Tunisie est en amélioration et peut se comparer favorablement à d'autres marchés proches.

En effet, plusieurs jeunes sont portés aujourd'hui à s'engager sur la voie de l'entrepreneuriat et sont encouragés par un écosystème en train de se mettre en place avec des co-working spaces, des incubateurs et des projets de fonds qui pourraient s'intéresser à ces jeunes pousses.

L'environnement entrepreneurial reste toujours perfectible et nous avons l'intime conviction qu'il faut toujours faire plus à travers des politiques publiques volontaristes, au niveau de l'éducation (primaire et secondaire), de l'enseignement supérieur, de la recherche appliquée, des ponts institutionnels entre l'université et le secteur privé, de la formation professionnelle, de la simplification du cadre réglementaire et des procédures administratives, de l'accès au financement que ce soit en fonds propres ou en crédit et également de l'accès au marché et notamment aux premières commandes.

La définition de l'intrapreneuriat est large. L'objectif est de créer un milieu et des conditions qui permettent à des cadres de haut niveau d'entreprendre au sein de l'entreprise en alignant l'intérêt de l'intrapreneur avec ceux de cette dernière. Il n'est d'ailleurs pas nécessaire de créer une société, pour son propre compte, mais l'idée est plutôt de créer une nouvelle dynamique, comme par exemple, enregistrer des brevets pour le compte de l'entreprise et avec tous les effets induits bénéfiques à l'entreprise et logiquement à ses cadres. Il s'agit donc d'innover, de transformer, de croître et en définitive, d'apporter de la valeur au sein de l'entreprise à laquelle nous apportons notre concours.

Cela pourrait (et devrait) permettre à l'intrapreneur de passer d'un statut de salarié au statut d'entrepreneur au sein de son entreprise à travers des mécanismes de stock-options ou d'accès à la détention d'une part dans le capital de sa société à des conditions favorables.»

Les jeunes diplômés chômeurs, un vivier de compétences

«Notre pays compte quelques 250 000 diplômés chômeurs et ma conviction est que cela constitue une chance pour la Tunisie. Ils ont tous de l'énergie et un potentiel qui pourrait s'exprimer de manière positive, sauf qu'ils n'ont pas trouvé des opportunités qui permettent à leur talent de s'exprimer. Alors, notre devoir à tous, est de fertiliser ce potentiel qui réside dans chacun de nos enfants et de fournir un environnement qui aide à développer les qualités de ces jeunes et notamment dans le domaine entrepreneurial.

Dans ce contexte, la démarche de MEDIANET pour promouvoir l'intrapreneuriat mais également l'entrepreneuriat externe à ses activités historiques, me semble bonne pour les jeunes qu'elle accompagne et également bénéfique à son propre développement.

Gardons donc une dose raisonnable d'optimisme pour avancer et relativiser les contingences et les échecs (qui font partie de notre vie à tous) pour en faire un marchepied pour la réussite, toujours à portée de main. Continuons à croire en notre rêve commun de voir notre Tunisie réussir ce pari d'offrir une vie décente et épanouie à tous.»

Africinvest, quels outils et quelles perspectives ?

«Notre activité est présente sur quatre segments :

- Les entreprises en démarrage pour des investissements allant jusqu'à l'équivalent de 6 millions de dinars par opération. Ce segment ne concerne que la Tunisie et le Maroc ;
- Les entreprises de taille intermédiaire, pour des opérations de développement ou de transmission et sur des tickets variant entre (l'équivalent dans les différentes monnaies locales des pays couverts) 10 et 30 millions d'Euros ;

- Le secteur financier ;
- Et enfin nos fonds ciblant des entreprises européennes cherchant à développer leur activité en Tunisie ou en Afrique.

Par contre, Africinvest ne dispose toujours pas de fonds spécialisés dans les technologies ; ce qui ne nous a pas empêchés d'investir dans les TIC à travers nos fonds généralistes.

Dans le cadre de nos activités RSE, nous sommes actuellement en cours de création d'un réseau d'incubateurs pouvant accompagner les jeunes pousses à valeur ajoutée notamment dans le digital.

Nous sommes également en train de lever un fonds « Venture » couvrant la Tunisie et l'Afrique géré par une équipe expérimentée ayant une exposition internationale notamment dans le digital.»

« L'environnement entrepreneurial reste toujours perfectible et nous avons l'intime conviction qu'il faut toujours faire plus à travers des politiques publiques volontaristes »

Propos recueillis par Dorra Megdiche

LA TUNISIE 1^{er} PAYS AFRICAIN EN QUALITE DE L'ENVIRONNEMENT ENTREPRENEURIAL !

Selon l'Indice global de l'entrepreneuriat (GEI), la Tunisie occupe le premier rang en Afrique en termes de qualité de l'environnement entrepreneurial. C'est ce qu'a révélé en décembre 2017, l'agence Ecofin, Agence d'Information Economique Africaine.

Le GEI est calculé sur la base de 14 axes jugés déterminants dans la qualité de l'environnement entrepreneurial.

Pour la Tunisie, ayant obtenu un score global de 42,4/100, elle doit son score à plusieurs facteurs dont notamment la disponibilité des capitaux privés et publics. Sur ce plan, la Tunisie a obtenu un score de 70/100.

En outre, la Tunisie est considérée comme un pays disposant d'une capacité à développer de nouveaux produits et à intégrer de nouvelles technologies. Il est à noter qu'en Tunisie, un atout est mis en exergue, celui de la qualité du capital humain, que ce soit en affaires ou encore le domaine des STIM (science, technologie, ingénierie et mathématiques). Le score tunisien dépasse la moyenne de 50/100.

Au niveau du classement mondial, la Tunisie est classée 40^{ème}.

Scores des pays africains :

(1) Tunisie (42,4 sur 100), (2) Botswana (34,9 sur 100), (3) Afrique du Sud (32,9 sur 100) (4) Namibie (31,1 sur 100), (5) Maroc (29,2 sur 100), (6) Egypte (25,9 sur 100), (7) Algérie (24,7 sur 100), (8) Rwanda (21,5 sur 100), (9) Ghana (21 sur 100), (10) Nigéria (19,7 sur 100)



«L'entrepreneuriat en e-commerce est un sport de haut niveau auquel il faut bien s'entraîner et se préparer»

Issam Essefi (BigDeal)

Nous avons rencontré Issam Essefi, jeune entrepreneur, ayant lancé en 2012 l'entreprise pionnière en matière de e-commerce en Tunisie : BigDeal

Il a répondu à nos questions et a témoigné de l'aventure du lancement de sa société de vente en ligne, des défis relevés et des étapes franchies.

Comment est née l'idée du lancement de BigDeal ?

C'était un rêve d'enfant ensuite, après les études et en début de mon parcours professionnel, j'étais développeur dans une société dont tous les clients étaient des e-commerçants en France. Je voyais ces entreprises croître et prospérer, ce qui m'a donné l'idée et l'envie de créer la même chose en Tunisie. C'était en 2006 et tout l'écosystème dont ils disposaient n'existait toujours pas en Tunisie. J'ai donc réfléchi à un concept qui aille avec la conjoncture locale de notre pays, en me posant la question suivante : Qu'est ce qui pousserait le Tunisien à acheter sur Internet ? En réponse, j'ai lancé un site web qui permet d'acheter moins cher.

Pourquoi avez-vous œuvré à vous associer avec MEDIANET et quel était son apport ?

« En nous adressant à Africinvest et n'étant pas en quête de financement mais plutôt de partenaires technologiques, on nous a proposé de collaborer avec MEDIANET. J'ai tout de suite accepté voyant directement la synergie entre BigDeal et MEDIANET. L'impact de cette collaboration est palpable notamment sur le nouveau site web de BigDeal, élaboré par l'équipe de MEDIANET. »

Vous avez commencé à BigDeal petit et vous avez grandi. Quels sont selon vous les ingrédients de la réussite d'un e-commerce ?

Il y a deux façons d'exister pour un e-commerce

1. Les grands groupes avec des sites performants dans lesquels on a mis de grands moyens et pour qui le business marche forcément;
2. Ou alors l'initiative personnelle avec comme

« L'initiative personnelle doit avoir comme point fort une idée, un concept. Ensuite il faut savoir grandir et le faire au moment propice. »

point fort une idée, un concept. Ensuite il faut savoir grandir et le faire au moment propice.

Pensez-vous que le e-commerce pourra remplacer le commerce classique, ou bien sont-ils complémentaires ?

De nos jours, on parle plutôt de commerce omni canal ou de transformation digitale du business. En fait, le commerce ne se fait plus seulement dans les boutiques et pas uniquement en ligne. Le seul maître à bord du service client c'est le client lui-même. Donc c'est à lui seul de décider quoi, comment et quand acheter. L'entreprise de son côté, doit fournir tous les ingrédients, que ce soit en boutique ou en ligne, dans le parcours du client pour qu'il soit le plus accessible, le plus rapide et le plus agréable possible.

Quelles sont les aspirations de BigDeal pour les années à venir ?

On se positionne actuellement comme étant LA marque de Bons Plans de la Tunisie sur Internet. Désormais, il est question d'attaquer d'autres marchés, vers l'Afrique essentiellement.

Quelles recommandations pour les jeunes entrepreneurs qui comptent lancer des projets en e-commerce ?

Le marché est encore gourmand en matière de projets e-commerce. L'écosystème est encore demandeur que ce soit en termes d'intégration technologique, de transporteurs, de solutions e-commerce...

Donc, il faut s'équiper de beaucoup d'expérience, chose qu'on ne peut acquérir à l'université, mais plutôt sur le terrain (stage – expérience professionnelle).

Il faut s'armer aussi de beaucoup de motivation.

Pour conclure, l'entrepreneuriat en e-commerce est un sport de haut niveau auquel il faut bien s'entraîner et se préparer avec le cursus académique ensuite avec une bonne expérience au sein des entreprises.

Interview élaborée par Dorra Megdiche

MEDIANET obtient une licence pour percer dans l'univers de l'IOT

MEDIANET a obtenu en juin 2017 à Tunis, la licence de l'Internet des objets (IoT) suite à un appel d'offres de décernement de licences pour l'installation et l'exploitation des réseaux d'accès pour la fourniture de services de l'Internet des Objets (IoT) sur la bande 863-870 MHz, dite radio de basse fréquence.

A noter que le Ministère des Technologies de la Communication et de l'Economie Numérique, avait lancé en février 2017 cet appel d'offres, dans le cadre de la mise en œuvre du plan national stratégique et le programme de développement de la Tunisie numérique.

Pour l'élaboration des conditions et des modalités d'attribution des Licences IoT, objet de cet appel d'offres, le ministère a pris en considération les avis de sept startups en réponse aux consultations élaborées par l'Agence Nationale des Fréquences entre le 20 mai et le 17 juin 2016.

Grâce à cette licence, MEDIANET est désormais habilitée à installer et exploiter des réseaux d'accès pour la fourniture des services internet des objets.

Ayant obtenu cette licence, MEDIANET va contribuer à créer de la valeur ajoutée dans le domaine des technologies de l'information et de la communication, à travers l'exploitation d'appareils de télé-détection permettant un contrôle instantané et à distance des institutions, ministères, hôpitaux et autres.

Les objets connectés sont effectivement très répandus, que ce soit à l'échelle communautaire ou bien individuelle. En effet, dans l'univers des entreprises, figure une panoplie d'objets comme les machines-outils, flottes de véhicules, avions et bâtiments. Quant au grand public, on ne compte plus les objets : voitures, autocuiseurs, machines à laver, réfrigérateurs, ampoules, serrures électroniques, compteurs, thermostats, valises, poubelles, médicaments, appareillage paramédicaux ... et la liste est encore longue. Ainsi, que ce soit dans l'environnement professionnel ou personnel, tout –ou presque- devient connecté, d'où l'importance de cette licence octroyée par MEDIANET.

En définitive, le développement de cette nouvelle technologie, permettra à MEDIANET de créer des solutions innovantes et de générer de la valeur ajoutée à ses clients, dans tous les domaines.

Qu'est-ce que l'IOT ?

IoT est le raccourci utilisé pour désigner « l'Internet Of Things » ou en français « l'Internet des objets connectés ».

Le terme d'IoT fait généralement référence à l'écosystème des objets connectés qui comprend le marché de ces objets, mais également tous les modèles économiques et marketing issus de leur développement.

Sur un plan marketing, l'IoT impacte la politique produit, la relation consommateur, les études, et peut provoquer l'apparition de nouveaux modes de distribution basés par exemple sur les dispositifs d'approvisionnement ou plutôt de réapprovisionnement automatique.

L'IoT contribue également au développement du phénomène du big data et de ses enjeux par les volumes des données collectées qu'il génère. Le terme d'IoE a été inventé par Cisco pour aller au-delà de l'IoT.

Tendances & nouveautés

2018

Relation Client

Le messaging, un nouveau canal privilégié dans la relation client !



Face à un client de plus en plus exigeant, les marques développent toutes les techniques marketings nécessaires pour l'acquisition, la conversion et la fidélisation. L'un des nouveaux canaux à privilégier est le « Messaging », un canal déjà annoncé par les GAFA (Google Apple Facebook Amazon) comme étant le futur de la relation client vu ce qu'il peut offrir comme personnalisation du « dialogue » avec le client. Notons l'exemple de Twitter qui a donné plus d'amplitude aux entreprises pour répondre à leurs clients en passant de 140 caractères à 280. Pionnier de la relation client via messaging avec Messenger depuis plusieurs années, Facebook a annoncé son ambition pour WhatsApp avec WhatsApp for Business. Google a, quant à lui, lancé en bêta une offre de messaging dans Google my Business permettant aux clients de discuter directement avec les entreprises via leur page locale.

Mariam Omrane
Digital Activity Coordinator

Social MEDIA

Facebook : 2018, c'est au tour de Youtube !

Après avoir attaqué et plagié la majorité des fonctionnalités Snapchat en 2017, la firme de Mark Zuckerberg, toujours gourmande, se retourne maintenant vers Youtube pour lui arracher une part de marché dans le domaine de la vidéo en lançant l'application Facebook creators disponible uniquement sur iOS pour le moment et la plateforme Facebook for creators.

« Nous comprenons que les créateurs ont des besoins spécifiques et nous nous engageons à les aider dans leur cheminement à mesure qu'ils grandissent et trouvent leur communauté. » Facebook.

L'application Facebook Creator est une suite d'outils, on y trouve "Live Creative Kit" pour réaliser des live personnalisés avec les effets de camera Facebook.

Les adaptes de vidéos auront également accès à "Community Tab" une boîte de messagerie commune avec Messenger et Direct d'Instagram et à la fonctionnalité "Insight" pour accéder facilement et en temps réel aux métriques clés des pages.

La plateforme Facebook for Creators est un site Web où les créateurs de vidéo peuvent trouver des conseils dont ils ont besoin pour s'améliorer.

Anwer Boukmiha
Digital Project Manager

Search Marketing

Netlinking a toujours la même importance en 2018

Le Netlinking semble perdre en importance dans la stratégie SEO mais il est plus important que jamais de lancer régulièrement des campagnes de netlinking pour conserver un bon référencement du site Internet. En effet d'après Google « Le meilleur moyen d'acquérir de nouveaux liens de qualité vers votre site internet consiste à publier un contenu unique et pertinent. » il est donc très important d'obtenir des backlinks de qualité en complément de l'optimisation de tous les autres piliers du SEO pour se positionner dans les résultats de recherche de Google.

Narimen Mansour
SEO Consultant

Social MEDIA

Facebook met en avant les vidéos dans son nouvel algorithme



Facebook annonce une mise à jour de son algorithme afin de mettre en avant les vidéos dans le fil d'actualité. Cette mise à jour est basée sur deux fonctionnalités :

- Si un internaute recherche une page qui contient des vidéos, ces vidéos sont valorisées et mises en avant.
- Les vidéos des membres avec lesquelles on interagit fréquemment et qui génèrent des vues répétitives.

Alors, n'oubliez pas de privilégier le contenu vidéo dans votre stratégie digitale.

Hanan Abouda
Social Media Manager

Mobile Search Engine

2018 sera mobile, encore mobile !

Index mobile first est une nouvelle façon d'analyser et d'explorer un site web par Google

Jusqu'à récemment, Google regardait principalement les pages Web à travers les yeux d'un utilisateur de bureau, traitant les pages mobiles comme étant importantes, mais secondaires.

Maintenant, Google traite les versions mobiles de chaque page comme la page principale à indexer, les versions de bureau étant secondaires.

Aujourd'hui Mobile-First n'est plus une stratégie, c'est la survie !

Maroua Ghazouani
SEO Consultant

Le SEO en 2018

La Balise Metas Description passe à 230 Caractères



Bonne Nouvelles au Références ! Google a dévoilé officiellement en fin 2017 que la taille de la Balise Metas Description passe à 230 Caractères ! La Meta description reste Le message Marketing qui incitera les internautes à cliquer, vous pouvez désormais proposer encore plus de descriptions de votre page et augmenter les chances de Clics !

Hanene Khiri
Digital Project Manager

Mobile Search Engine

Le format Google AMP pour les mobiles

Google AMP ou Accelerated Mobile Page est une solution pour afficher le contenu des pages avec un temps de chargement optimal. Son fonctionnement est de charger le contenu d'une façon instantanée en remplaçant le JavaScript de la page.

Les pages Mobile accélérées permettent d'optimiser l'expérience des mobinautes qui utilisent les différents types de sites (blogs, sites E-commerce...), leur intérêt est d'offrir une meilleure qualité de navigation aux clients et d'apparaître dans le carrousel AMP sur les mots-clés à fort trafic, ce qui présente un facteur d'optimisation SEO.

Safa Thraya
SEO Consultant

Social MEDIA

La vidéo au format vertical devient la norme sur Facebook

Facebook a constaté, lors de tests précédents, que les gens regardaient plus longtemps les vidéos verticales avec du son lorsque ces vidéos sont présentées verticalement dans leur fil d'actualités

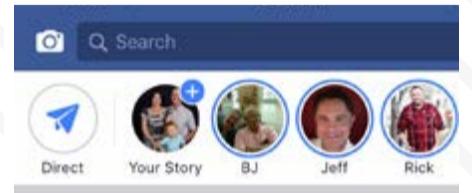
Mais, contrairement à Snapchat qui a popularisé la vidéo verticale, les vidéos verticales de Facebook apparaîtront dans le fil d'actualité des utilisateurs dans un format 2:3. Elles ne couvriront donc pas la totalité de l'écran.

C'est pourquoi, selon Marketingland, Facebook a commencé à favoriser l'affichage des vidéos verticales dans les news feeds des utilisateurs.

Mohamed BenTanfous
Digital Project Manager

Search Marketing

Les stories FB, c'est désormais pour les marques !



Suite au succès impressionnant qu'a eu la nouvelle fonctionnalité « story » sur Facebook, Instagram et Snapchat, Mark Zuckerberg a décidé d'en doter aussi les pages et les marques. Pour inciter les internautes à l'utiliser, il a permis de crossposter les stories Instagram sur Facebook ! En voilà une nouvelle façon d'engagement pratique et très intelligente !

Serait-il un simple support de contenu pour les marques ou un véritable canal de conversion ?

Soumaya Demni
Social Media Consultant

Social MEDIA

Un coup de baguette magique pour Twitter : 140+140 !



Nous allongeons la limite du nombre de caractères ! Nous voulons que ce soit plus facile et plus rapide pour tout le monde de s'exprimer », a déclaré Twitter sur son compte. De son côté, son patron-fondateur Jack Dorsey a tweeté plus sobrement « 140+140 ! ».

Après dix ans d'existence et face à de grosses difficultés financières, Twitter vient de lancer une mini-révolution pour ses utilisateurs : Doubler la fameuse limite de ses tweets, fixée à 140 caractères afin notamment de les inciter à écrire plus !

La limite des 140 caractères par tweet appartient désormais à l'histoire et ce depuis la mise à jour qui a eu lieu le mardi 7 novembre 2017. Une mise à jour majeure de son système de publication qui permet désormais à presque tout le monde de poster des tweets deux fois plus longs.

Les utilisateurs vont pouvoir s'en donner à cœur joie et poster des messages en 280 caractères ! Qui l'aurait dit ?

Mais la nouvelle qui laisse perplexe : Et si ce n'était pas la taille qui compte ?

Maroua Bani
Digital Project Manager

MEDIANET et les étudiants, pour le meilleur ... et pour l'avenir !

«Misant sur la jeunesse et la formation académique universitaire, et en vue de faire découvrir l'entreprise, aux étudiants et éventuellement futures nouvelles recrues, MEDIANET est très active dans la vie estudiantine. Elle organise à cet effet des forums, formations ou séminaires, et conclut des accords et des conventions avec diverses universités et écoles supérieures.»



Les étudiants de l'ENI Carthage et MEDIANET, une rencontre, un débat



MEDIANET partage la culture de la collaboration & de la confiance

Visite des étudiants de l'université SESAME



ISAMM : Entreprendre & planifier sa carrière by les MEDIANAUTES



Un partage d'expérience

MEDIANET, au rendez-vous à l'ISAMM WebCamp 2017



Les digital Days : Une journée de Formation à l'ISET Bizerte



Design, pub et Facebook, MEDIANET a son mot à dire aux RAID

Parce que les étudiants sont des futurs MEDIANAUTES

12^{ème} édition de HecRecrut 2017



Le management par les valeurs...

Les étudiants de l'IHET, en visite découverte à MEDIANET - 17 Nov. 2017



MEDIANET et IHET, main dans la main pour l'intégration des étudiants dans la vie professionnelle





SITIC Africa 2017

Pour un partenariat gagnant-gagnant

Le salon SITIC AFRICA 2017, dans sa deuxième édition, s'est tenu du 18 au 20 avril 2017. S'érigeant essentiellement comme salon professionnel international qui sert à mieux faire connaître l'offre tunisienne des TIC à tous les autres secteurs de l'Economie Tunisienne, MEDIANET y a pris part.

Durant ces trois jours, MEDIANET a eu l'occasion de nouer des liens avec plusieurs partenaires économiques et technologiques européens mais surtout de l'Afrique subsaharienne et a pu échanger avec eux autour de leurs expériences et les possibilités de coopération triangulaire.

Des délégations étrangères reçues par MEDIANET

En marge du SITIC AFRICA 2017, MEDIANET a convié dans ses locaux, plusieurs professionnels étrangers, de l'Afrique subsaharienne essentiellement. Cette invitation fut une occasion pour consolider les relations et avancer dans le processus de collaboration et de l'expansion des services de MEDIANET à travers le continent.

La réception, organisée en l'honneur de ces hôtes, s'est déroulée dans une ambiance conviviale et fructueuse.



MEDIANET & Sofrecom Tunisie pour une Afrique plus digitale !

En vue de créer de nouvelles synergies, MEDIANET et l'éditeur de logiciels Sofrecom Tunisie ont signé en date du 21 novembre 2017 une convention de partenariat et de coopération. Cette collaboration inclut des prestations en Tunisie mais s'étend également pour couvrir une large partie de l'Afrique.

Partant de leur forte expertise dans le domaine des Technologies de l'information et de la Communication (TIC), les deux Entreprises Sofrecom Tunisie et MEDIANET œuvrent à développer en commun de nouveaux services à forte valeur ajoutée en unissant leurs compétences et leur expertise.

La signature de cette convention a été en outre une occasion qui a aussi permis un échange sur les différents axes à promouvoir et à mettre en avant à travers cette coopération. L'objectif principal est le développement des prestations à forte valeur ajoutée pour le marché digital en Tunisie et en Afrique.



L'entrepreneuriat au cœur des préoccupations des grandes entreprises...

MEDIANET célèbre sa 1^{ère} édition de la semaine mondiale de l'entrepreneuriat



L'intrapreneuriat, le Co leadership et L'Open Innovation, de véritables leviers de la transformation managériale et la réussite entrepreneuriale !

C'est au sein de son propre coworking space que MEDIANET, a choisi de célébrer le 15 novembre 2017 sa première édition de la semaine mondiale de l'entrepreneuriat en organisant un panel de discussion. Le panel était une excellente occasion pour les personnes présentes de débattre autour de 3 thèmes majeurs : L'intrapreneuriat, le Co leadership et L'Open Innovation.

Enrichissante et interactive cette 1^{ère} édition de la célébration mondiale de l'entrepreneuriat à MEDIANET, annonce des éditions futures bien prometteuses.



MEDIANET et l'AESIT, pour un meilleur accompagnement des étudiants ivoiriens

MEDIANET et l'Association des Étudiants et Stagiaires Ivoiriens en Tunisie (AESIT) ont signé le 10 mai 2017, un contrat de partenariat et d'accompagnement de l'association dans l'organisation d'événements culturels dans le but de promouvoir la culture Ivoirienne en Tunisie ainsi que la formation des étudiants dans les nouvelles technologies et le marketing digital.



Tunisia Digital Summit 2017 : MEDIANET traite de la gestion du changement

Tunisia Digital Summit TDS est un rendez-vous annuel des professionnels du Marketing Digital et du Commerce électronique. Il s'est tenu à Tunis les 28 et 29 mars 2017.

Lors de son édition 2017, l'heb Beji, CEO de MEDIANET a animé un panel sur la digitalisation de la relation client : les objectifs, les bénéfices, la gestion du changement.



MEDIANET partenaire digital du colloque International CAPJC du Centre Africain de Perfectionnement des Journalistes et Communicateurs

Le 1^{er} et 2 mars 2017

Visite de son Excellence l'Ambassadrice du Canada à MEDIANET

En date du 20 avril 2017, MEDIANET a été honorée par la visite de son excellence l'ambassadrice du Canada, Carol McQueen. La visite, se déroulant dans une ambiance conviviale et décontractée, a été l'occasion pour échanger et discuter des possibilités de collaboration future entre MEDIANET et le Canada.



La radio publique suédoise Swedish Radio débarque à MEDIANET pour un spot RSE

Silence, ça tourne à MEDIANET !

MEDIANET a participé au tournage d'un spot de sensibilisation pour le projet «Education aux Médias».

L'objectif de ce projet est de permettre aux élèves tunisiens d'exercer leur citoyenneté dans une société de l'information et de la communication, former des «cybercitoyens» actifs, éclairés et responsables de demain !



MEDIANET et l'ESSTED ensemble pour l'initiation des étudiants à la vie professionnelle

Dans le cadre de son engagement RSE, MEDIANET a signé en date du 28 mars 2017, une convention de partenariat avec l'ESSTED.



Pour favoriser les rencontres entre les entreprises et les jeunes...

MEDIANET présente aux Journées Nationales de l'Emploi 19 / 09 / 2017

Organisées à l'IACE le 19 septembre 2017, MEDIANET a répondu présente afin d'exposer sa vision de l'emploi et sa volonté d'encadrer les jeunes au début de leur carrière professionnelle.

Première agence digitale certifiée ISO 9001 en Tunisie

MEDIANET renouvelle sa certification ISO 9001 / 06 sep. 2017



Ce renouvellement permet à MEDIANET de faire face aux évolutions de son contexte économique et social, de développer l'écoute interne et externe, de donner la priorité aux clients en veillant constamment à répondre à leurs besoins et de travailler de façon plus efficace.

Rencontres, informations et échanges d'expertise IT...

MEDIANET à l'«IT WORLD EXPO 2017»



Les 2 et 3 mars 2017, deux panels ont été présentés par MEDIANET. Le premier s'intitule la transformation Digitale ; état des lieux et opportunités, nouvelle vision et nouvelles pratiques du modèle économique quant au 2ème, il traitait de l'économie Digitale : e-commerce nouvelles technologies et meilleures solutions.

MEDIANET à l'international

4 continents
20 pays
40% CA export
+2000 projets

Aujourd'hui, MEDIANET est présente sur les quatre continents et ne cesse d'accroître son activité en Afrique Subsaharienne par des projets au Gabon, au Bénin, au Congo, en Côte d'Ivoire, au Burkina Faso, au Sénégal, en Mauritanie, au Tchad, en Egypte, en Algérie, au Maroc...



MEDIANET
membre de GetIt
www.getit-tunisia.com

GET'IT EN CHIFFRES
+2000 CONSULTANTS
18 ENTREPRISES
+ 20 CERTIFICATIONS



14 avril 2017
AKRAM BEJI
ÉLU NOUVEAU
PRÉSIDENT DU GET IT

Akram Beji a été élu président du groupement Get it pour un mandat de 2 ans lors de l'assemblée générale du 14 avril 2017.



MEDIANET partenaire de la Poste ivoirienne

Dans le cadre de ses prestations sur le continent africain, MEDIANET a conclu un accord de partenariat avec la Poste en Côte d'Ivoire. Cette convention a pour objectif d'apporter un accompagnement e-business à l'institution postale ivoirienne.



Table ronde avec la ministre des TIC au Bénin

MEDIANET a participé à une table ronde avec la ministre des TIC béninoise, afin de discuter des différentes formes de collaboration. La discussion était fructueuse et porteuse de plusieurs opportunités de coopération entre MEDIANET et le ministère béninois, en matière de transformation digitale, pilier incontournable de la modernisation de l'administration au Bénin.



MEDIANET présente aux Assises de la Transformation Digitale en Afrique «ATDA»

Un événement qui réunit chaque année à Paris les principaux décideurs de l'écosystème numérique africain pour échanger sur les enjeux de la construction numérique.

Entre expertise et collaboration,

Plateforme Digitale BCEAO, un Projet des plus réussis en Afrique !



MEDIANET met en place un portail web et Mobile pour la Banque Centrale des Etats de l'Afrique de l'Ouest BCEAO

Etant convaincue de l'importance de la transformation digitale, la Banque Centrale des Etats de l'Afrique de l'Ouest nous a fait confiance, en tant que consultant et expert, pour l'accompagner dans la mise en place de sa stratégie digitale.

Dans ce contexte et comme première démarche, nous avons commencé par la refonte totale du portail web et de l'application mobile, première brique essentielle au développement d'un écosystème permettant à la banque d'atteindre ses KPIs tels que : la visibilité, la proximité par rapport à la cible, avoir plus de notoriété, gestion de la e-réputation, etc.

Ce projet s'est déroulé suivant une méthodologie efficace, basée sur l'agilité et la forte collaboration entre les deux équipes.

L'association entre l'expertise et l'expérience de chaque équipe dans son métier, à savoir le métier du digital et celui de la banque, ont abouti à des workshops d'échanges fructueux autour de benchmarks, d'analyses, de KPIs, de consulting, etc.

Ces workshops, marqués par la communication et le partage, ont permis la conception d'un site web et d'une application mobile qui répondent parfaitement au besoin de la BCEAO et de sa cible.

Le projet en lui-même :

Le site web développé en deux langues et en responsive design, se caractérise par :

- Son ergonomie
- Un accès facile aux différents éléments grâce à une arborescence et une navigation fluide, simple et efficace.
- Plusieurs moteurs de recherches avancées et un système de filtrage puissant mis à la disposition des visiteurs pour faciliter la recherche et l'accès aux bases de données.

- Présentation simple des activités et des rapports de la banque.
- Une mise en avant des informations les plus utiles (rapports, publications, événements, etc.).
- Des liens faciles à trouver, à la disposition des différentes cibles (Formulaire de contacts, newsletter, etc.).
- Une logique de maillage mise en place pour promouvoir les contenus importants et augmenter la durée des visites.
- Des « call-to-action » qui incitent à l'interaction et la conversion avec des visiteurs.
- Un aménagement optimisé de la page d'accueil et des différentes pages du site.
- Un contenu riche respectant les normes de référencement afin d'optimiser le site sur les moteurs de recherche.
- Un contenu segmenté et dispatché d'une façon optimale pour répondre aux besoins des visiteurs, les attirer, les fidéliser.

L'application mobile développée en deux versions IOS et ANDROID, et dont la conception est basée sur la « User Experience », se caractérise par un interfaçage automatique avec le site web qui permet d'offrir un contenu bien segmenté et en temps réel tout en mettant en avant les informations financières telles que : les cours des devises, cours de références, indicateurs (PIB, taux d'inflation ... etc).

La réussite de ce projet revient essentiellement à une forte collaboration entre les deux équipes se distinguant par la disponibilité, l'organisation et l'ouverture d'esprit de l'équipe de la BCEAO, la compréhension rapide du besoin de la part de l'équipe de MEDIANET ainsi que son expertise et son expérience dans le domaine du digital.

Représentant la première brique de la transformation digitale, ce projet n'est que le début de cette collaboration.



Partenariat entre MEDIANET et l'AESBT « Association des Étudiants et Stagiaires Bénois en Tunisie

MEDIANET signe une convention de partenariat avec l'AESBT « Association des Étudiants et Stagiaires Bénois en Tunisie » pour les aider et les assister dans leur intégration dans la vie professionnelle et dans les différentes actions sociales

Un clin d'œil à tous les MEDIANAUTES qui ont contribué à l'aboutissement de ce projet.

#Digital #Afrique

MEDIANET Academy

L'ECOLE COLLABORATIVE DE MEDIANET

MEDIANET a vu récemment naître son académie intégrée, MEDIANET Academy. Il s'agit en fait d'un nouveau concept, une école collaborative qui consiste à partager les connaissances, le savoir-faire et les expériences. Ce concept vise à renforcer l'esprit d'équipe et la cohésion entre les différents départements.

Cet échange se fait en interne entre MEDIANAUTES mais peut également s'étendre pour concerner des consultants externes. Le but ultime n'est autre que la formation et le partage, la devise par excellence des Medianautes !

L'idée n'est pas toute neuve puisque depuis plus de deux ans déjà, la pratique de formation et de partage existe à MEDIANET. Mais aujourd'hui, il s'agit de la formaliser et ça a donné lieu à MEDIANET ACADEMY, l'école de formation interne de l'équipe.

Aussitôt créée, MEDIANET ACADEMY a occasionné plusieurs sessions de formations et différents panels, dont celui sur l'entrepreneuriat, le Co leadership et l'Open Innovation dans le cadre de la première édition de la semaine mondiale de l'entrepreneuriat à MEDIANET.

Etaient présents à ce panel, plusieurs invités d'honneur et experts afin de partager leurs différentes expériences ainsi que leur savoir-faire, à l'instar de Lotfi Saibi, président et CEO de 4D-Leadership House, Anis Aouini directeur de Tyer Wind, Issam Essefi CEO de BigDeal et Zeineb Mes-saoud directrice de « Réseau Entreprendre ».

Par ailleurs, dans le cadre de MEDIANET ACADEMY, Un panel de discussion et de partage a été organisé autour de la thématique du «Business Développement à l'ère de la transformation numérique» animé par Akram Beji Business Development Manager et Khaled Mehiri Directeur Coordinateur Chez GET'IT.

En outre, MEDIANET ACADEMY a donné lieu à des formations à travers la GIZ sur le Marketing, le Business Model Canvas et la PNL et Communication, des formations en langue anglaise organisées avec le cabinet Berlitz, des séances de coaching théâtral avec l'acteur et professeur de théâtre Hamdi Hadda.

D'autres formations ont également été assurées par nos experts autour de diverses thématiques. Nous citons à titre nominatif et non exhaustif, les thèmes suivants : comment se familiariser avec Drupal ?, la relation client, le référencement (SEO), comment faire qu'un produit impacte positivement les KPIs de l'entreprise, ...etc.

MEDIANET ACADEMY fait partie intégrante des éléments qui contribuent au succès de notre entreprise.



Remise des certifications de la formation en anglais avec Berlitz

Dans le cadre de MEDIANET Academy, les MEDIANAUTES ont suivi depuis quelques mois une formation en anglais au sein même de l'entreprise en collaboration avec le cabinet BERLITZ.



Panel de discussion et de partage

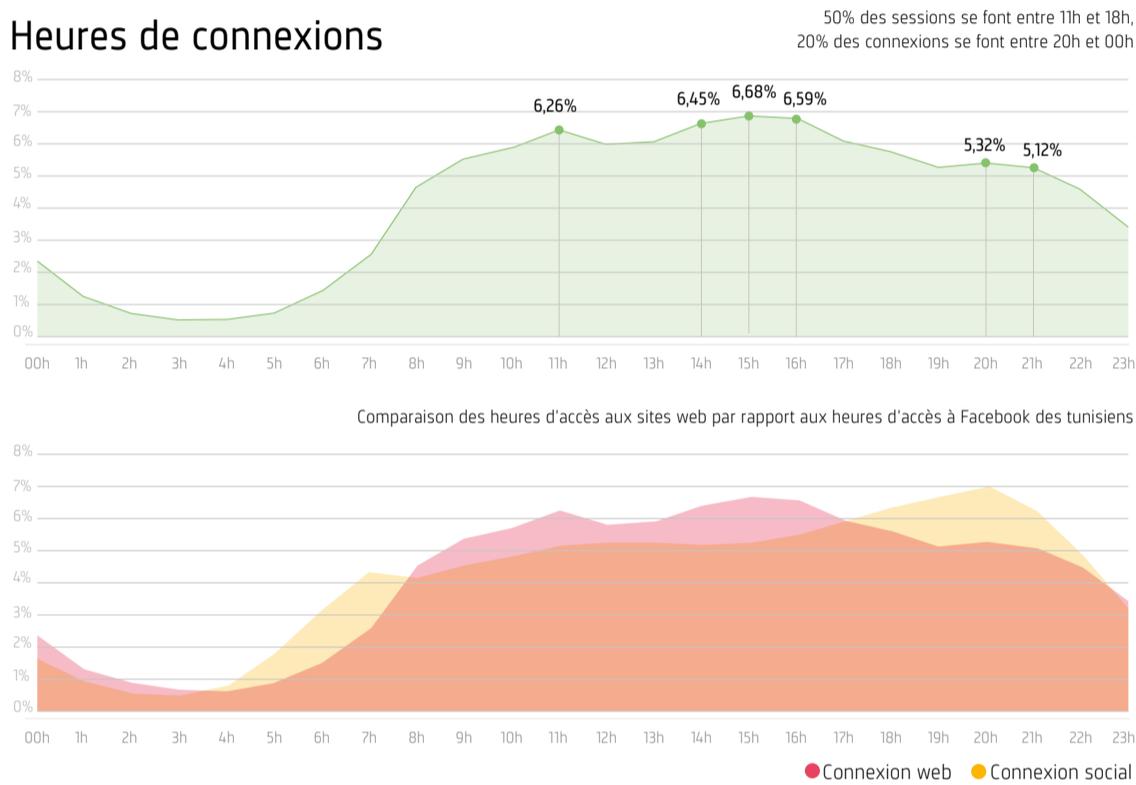
24 Novembre 2017

Un Panel de discussion et de partage sur la thématique du «Business Développement à l'ère de la transformation numérique».

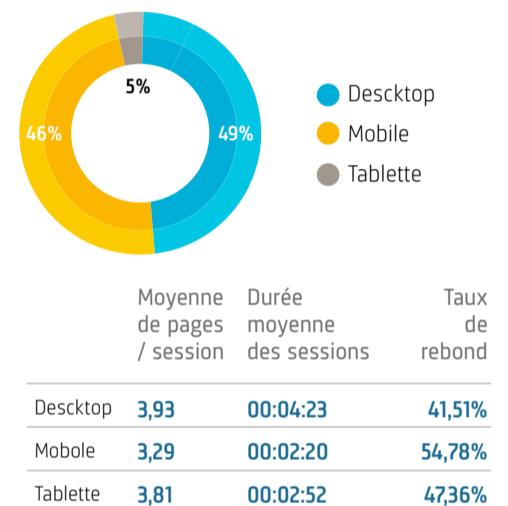
Données qualitatives de visites en fonction de la cible

Moyenne de pages/session* : 3,73		Durée moyenne des sessions ** : 00:03:14		Moyenne de taux de rebond *** : 47,98%	
Tout public	3,57	Tout public	00:03:27	Tout public	49,08%
BtoC	4,25	BtoC	00:03:09	BtoC	42,29%
BtoB	3,36	BtoB	00:03:06	BtoB	52,57%
*2016 : 3,61		**2016 : 00:02:47		***2016 : 49%	

Heures de connexions

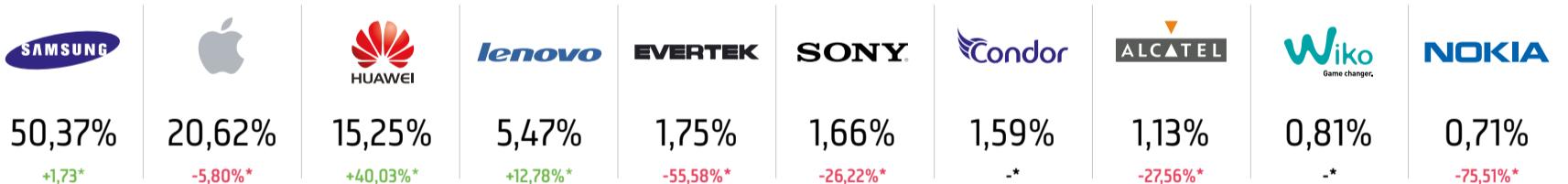


Visites par appareils de connexions



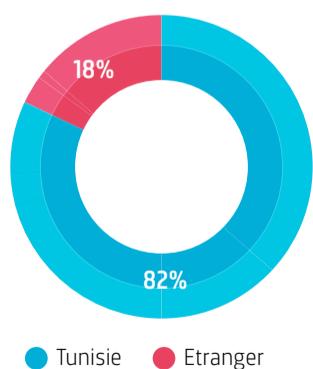
51% du trafic provient à partir des appareils mobiles

Marques mobiles



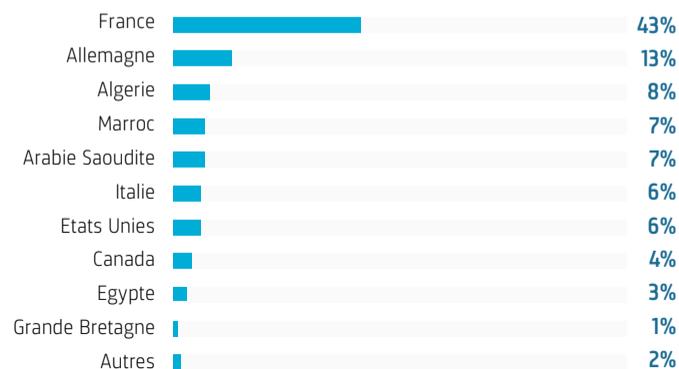
*Variation par rapport à 2016

Origines géographiques

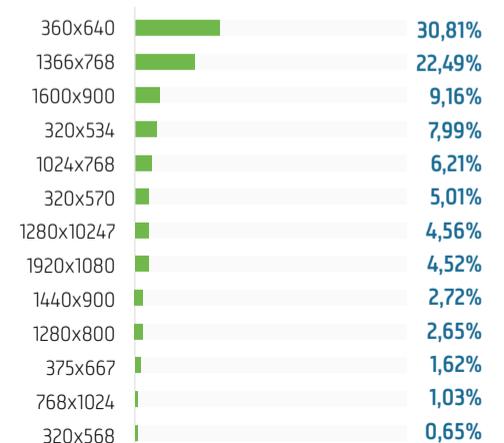


+32,64% visites depuis l'étranger par rapport à 2016

% de trafic depuis les 10 premiers pays étrangers



Résolutions d'écrans



Profils des internautes sur les sites web e-commerce

L'équipe MEDIANET Labs propose, dans ce nouveau numéro de Digital News, une étude sur les profils des internautes tunisiens sur les sites web e-commerce.

Échantillon de 20 sites web et +5 000 000 visites

Il est important de noter que la moyenne des pages/visites sur un site web e-commerce dépasse de **21%** la moyenne des pages/visites tous secteurs confondus. Pour la durée moyenne de visites **+8%** et **-17%** en rebond

4,51
Pages/visite

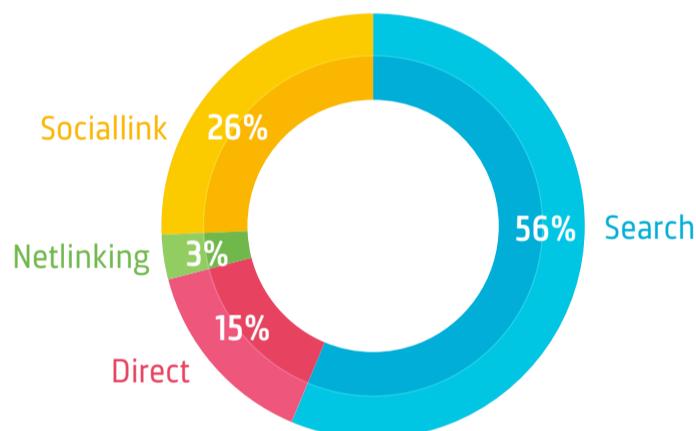
00:03:41
Durée moyenne de visite

39,98%
Taux de rebond

Canaux d'acquisition de trafic

4,25 pages/visites
03:27 minutes de navigation
38,37% de rebond

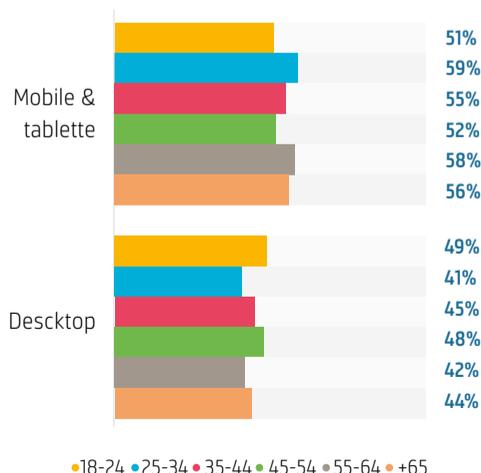
4,71 pages/visites
02:24 minutes de navigation
60,58% de Rebond



5,72 pages/visites
03:39 minutes de navigation
40,42% de rebond

6,81 pages/visites
03:57 minutes de navigation
30,94% de rebond

Accès par appareils mobile & tranche d'âge



Données qualitatives de visites

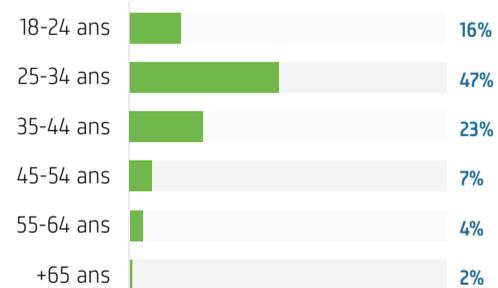
Qualité de visites par genre sur les sites e-commerce

	Moyenne de pages / session	Durée moyenne des sessions	Taux de rebond
Femme	5,63	00:03:06	42,15%
Homme	5,11	00:03:40	42,89%

Répartition des sessions par Genre

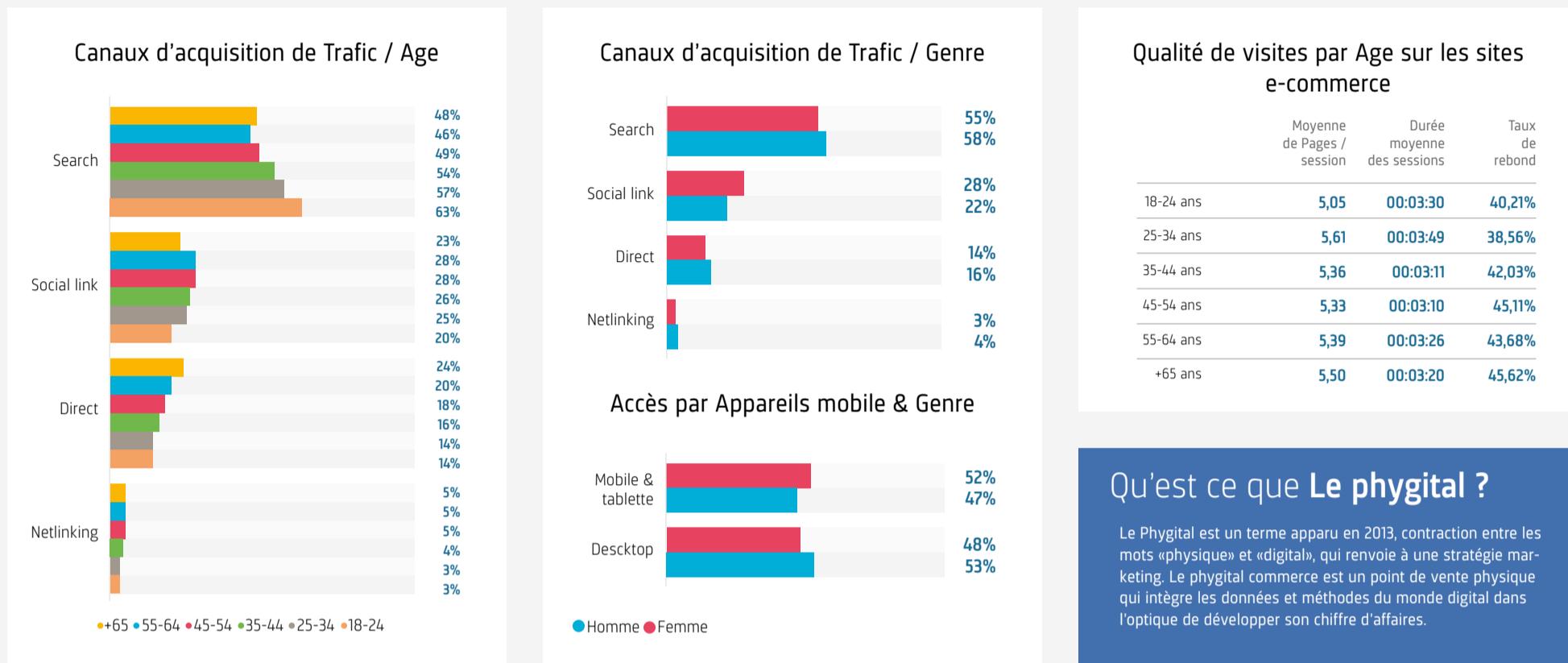


Répartition des sessions par âge



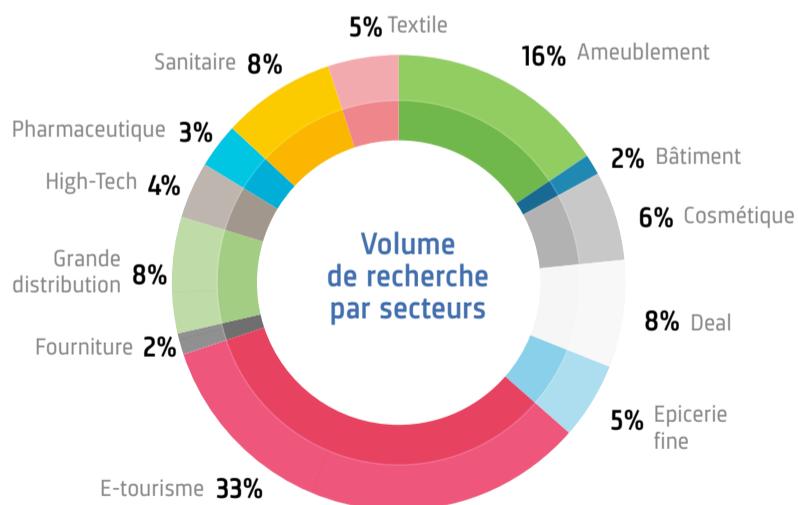
Téléchargez L'étude e-commerce en utilisant le QR code via votre smartphone

Profils des internautes sur les sites e-commerce (suite)

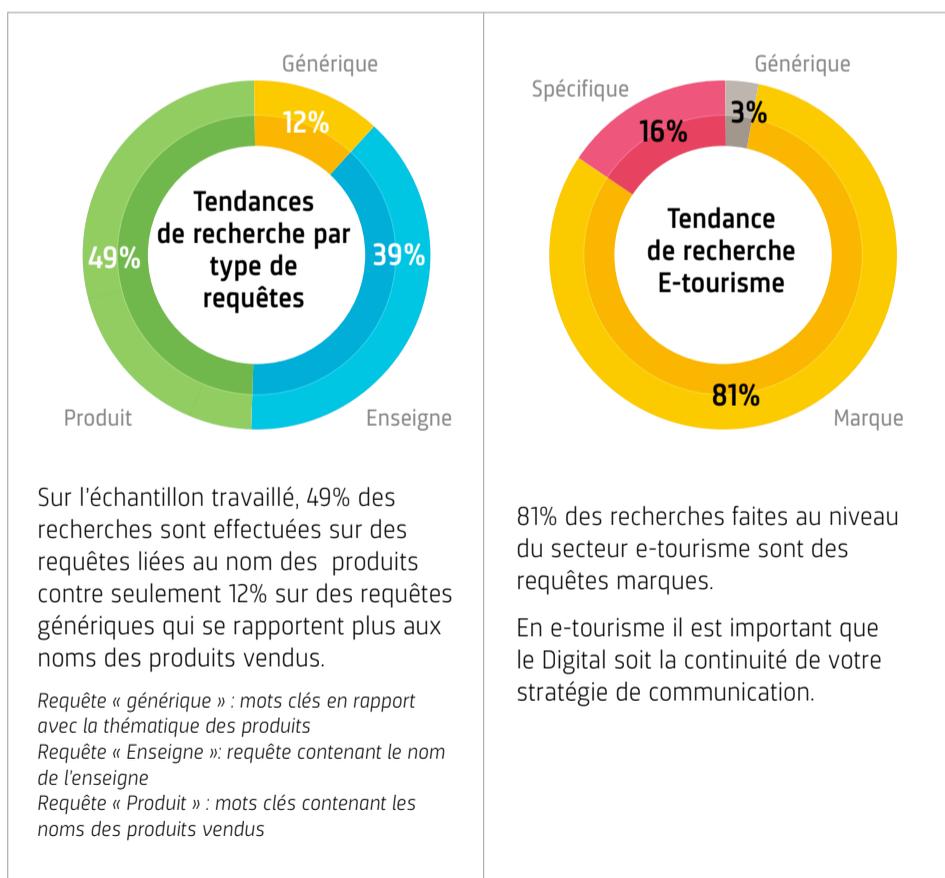


Canaux d'acquisition de trafic

Aujourd'hui dans le domaine du e-commerce, le Search constitue 56% des sources de trafic.
Les internautes ont tendance à rechercher directement sur Google pour effectuer un acte d'achat sur internet.



Sur un échantillon de 200 mots clés qui génèrent 295 350 recherches en Tunisie.
33% des recherches en ligne sur cet échantillon sont liées au secteur e-tourisme.



Etude sur les réseaux sociaux en Tunisie et en Afrique

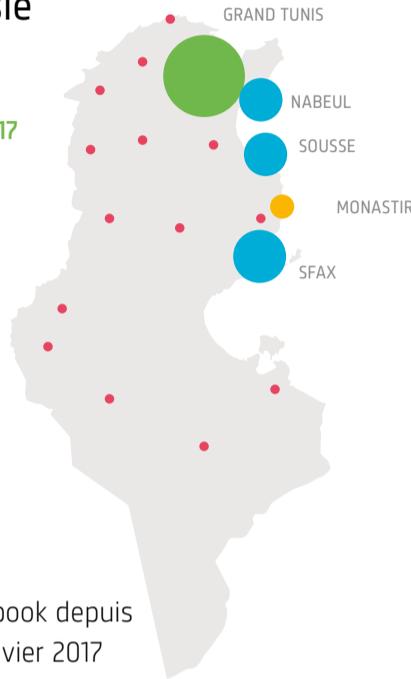
Nombre d'utilisateurs Facebook en Tunisie

7 365 800 ≈66 % de la population
+17% par rapport à Janvier 2017

55,71% Homme **44,29%** Femme

Top 5 Régions

Grand Tunis	52,33% (≈ 3 854 800)
Sfax	10,32% (≈ 760 000)
Sousse	6,79% (≈ 500 000)
Nabeul	5,16% (≈ 380 000)
Monastir	3,80% (≈ 280 000)



Connexions Facebook - Mobile

88,57% Pourcentage de connectés Facebook depuis mobile
+1,45% par rapport à Janvier 2017



50,88%

Nombre de connectés internet en Tunisie



5,6%

Nombre de connectés internet en haut débit en Tunisie



125,82%

Nombre d'abonnés à la téléphonie mobile en Tunisie

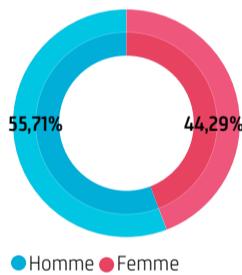
***La Tunisie est de plus en plus connectée**

+10% en nombre de connectés Internet
+26,41% en nombre de connectés Internet Haut débit

*Par rapport à 2016

Source : Banque Mondiale, novembre 2017

Données démographiques

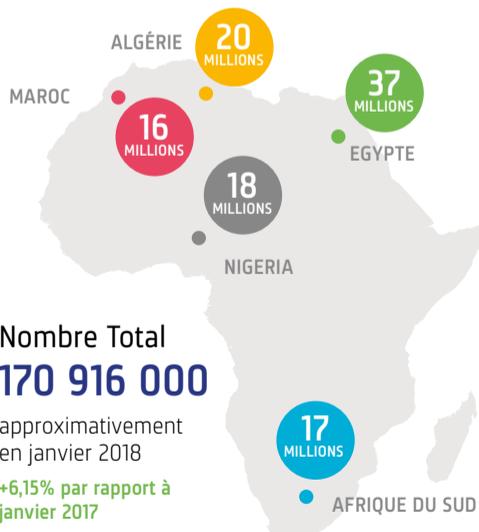


13-17 ans	9,39%
18-24 ans	29,87%
25-34 ans	34,14%
35-44 ans	14,22%
+45 ans	12,38%

Réseaux sociaux en Tunisie par rapport à la population

f	66% (7 365 800)
@	14% (1 600 000)
in	15% (1 640 000)

f Nombre d'utilisateurs de Facebook en Afrique



Nombre Total **170 916 000**

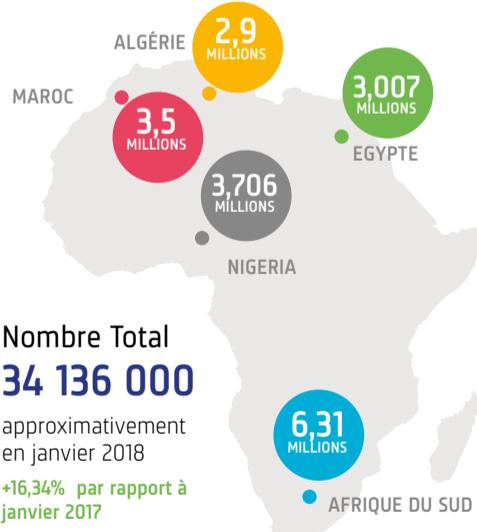
approximativement en janvier 2018

+6,15% par rapport à janvier 2017

62% Homme **38%** Femme

1 Egypte 2 Algérie 3 Nigeria 4 Afrique du Sud 5 Maroc

in Nombre d'utilisateurs de LinkedIn en Afrique



Nombre Total **34 136 000**

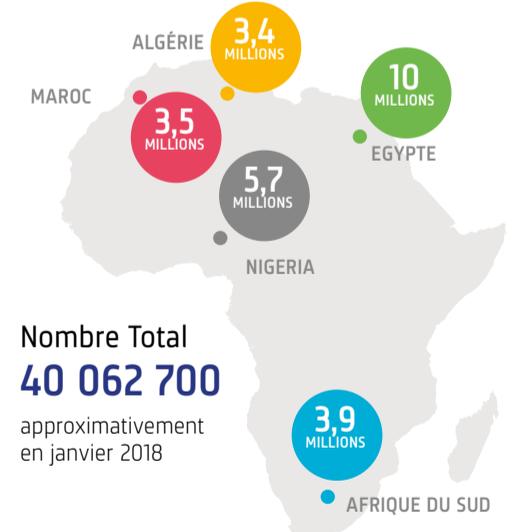
approximativement en janvier 2018

+16,34% par rapport à janvier 2017

66% Homme **34%** Femme

1 Afrique du Sud 2 Nigeria 3 Maroc 4 Egypte 5 Algérie

@ Nombre d'utilisateurs d'Instagram en Afrique



Nombre Total **40 062 700**

approximativement en janvier 2018

59% Homme **41%** Femme

1 Egypte 2 Nigeria 3 Afrique du Sud 4 Maroc 5 Algérie



L'ÉQUIPE DIRECTION DES PROJETS DE MEDIANET AU CLUB OLYMPYSKY

Une magnifique matinée d'échange et de partage entre les MEDIANAUTES de l'équipe de la direction des projets !

Au programme, rétrospective sur l'année 2017, brainstorming sur le plan d'action 2018, initiation au PADEL.

Nous tenons à remercier toute l'équipe d'Olympysky pour l'accueil chaleureux.



TEAM BUILDING ÉQUIPE DÉVELOPPEMENT

Nous partageons avec vous à travers quelques photos le magnifique team building partagé entre les équipes techniques de MEDIANET.



TEAM BUILDING

18 NOVEMBRE 2017

ÉQUIPE MEDIANET & BIGDEAL

Randonnée, visite de la ville de Béja, gastronomie avec des produits du terroir ! une magnifique expérience entre l'équipe Medianetes et celle de BigDeal

Les team buildings de MEDIANET restent toujours créatifs et originaux et se révèlent être d'excellents outils pour fédérer, fidéliser, et renforcer l'esprit d'équipe.



MEDIANET Coworking Space MCS

une approche innovante pour le développement de l'entrepreneuriat et l'intrapreneuriat



Les MEDIANAUTES font du théâtre à MEDIANET Coworking Space

Dans le cadre de MEDIANET Academy, les MEDIANAUTES font du coaching théâtral à MEDIANET Coworking Space avec le professeur et acteur Hamdi Hadda. Des séances qui nous ont rapprochés et qui nous ont permis la découverte et la compréhension l'un de l'autre.

« Seul on va plus vite, ensemble on va plus loin ! »

Le 29 Mars 2017 a été une date importante pour MEDIANET et son équipe, c'était la date d'ouverture de son Coworking Space, un espace dédié à l'échange, à la création de nouveaux partenariats ainsi qu'au développement de l'entrepreneuriat et l'intrapreneuriat à MEDIANET.

Disposant d'une culture de collaboration, encourageant l'entrepreneuriat ainsi que l'intrapreneuriat, MEDIANET a en effet songé à fournir un espace qui pourrait combiner interne et externe, partage et communication, collaboration et expériences, création et innovation.

Le projet du Coworking Space a commencé à être discuté et planifié depuis déjà trois ans. Beaucoup de questions se posaient depuis le temps quant au choix de l'endroit, à la composition de l'espace, au concept et à son employabilité.

L'idée du Coworking est née en concomitance avec la quête de l'initiation aux techniques du travail collaboratif, du travail de groupe et de l'association d'idées.

Le Coworking Space, est ainsi un espace qui a été créé pour associer d'une part, l'indépendance dans le travail individuel et d'autre part, le fait d'agir au sein d'une communauté et de travailler avec les autres.

L'idée donc de ce type d'espace combine à la fois : travail, liberté et surtout collaboration !

Afin de concrétiser ce concept en créant un espace dédié dans les locaux de l'entreprise, il fallait que l'espace soit à proximité et accessible pour tous et à tout moment.

Le Coworking Space de MEDIANET est donc constitué d'un Open Sky et d'une terrasse aménagée pouvant servir à l'organisation des réunions ou encore comme un espace de détente durant les pauses.

La partie Open Space, est composée d'une pièce spacieuse qui peut servir comme salle de réunion, ou d'un espace pour les brainstormings des équipes, les pitches, les workshops, qui peut accueillir des intervenants pour partager leurs savoirs et leurs expériences et aussi pour héberger les formations.



Et ce n'est pas fini ...

Après le COWORKING SPACE, MEDIANET lance son COOLWORKING SPACE !

Après la création de MEDIANET Coworking Space, et dans la continuité de l'instauration, l'initiation et le renforcement des techniques du travail collaboratif, MEDIANET a créé le Coolworking Space.

Vous vous demandez ce que c'est ? D'où vient l'appellation ? À quoi va servir cet espace ? Voici la réponse.

Dans l'appellation « Coolworking » nous retrouvons les deux mots Cool et Working, ce qui exprime d'emblée sa double fonction. En effet, cet espace sert (comme le mot «Cool» laisse comprendre en arabe) de cantine collective pour les collaborateurs, et est également utilisé pour des réunions, des workshops, des brainstormings, des formations... dans une ambiance «Cool», décontractée et sympathique.

Dans cet espace, se retrouvent des managers en train de partager leurs expériences avec les collaborateurs, échanger des informations, déjeuner ensemble, prendre des pauses cafés, bref un lieu convivial à multi usage, qui ne peut que renforcer les liens entre les collaborateurs au-delà des bureaux.



LA TRANSFORMATION DIGITALE

un virage stratégique majeur pour les banques

Le système financier tunisien comprend la Banque Centrale de Tunisie, 21 établissements de crédit ayant la qualité de banque, 2 banques d'affaires, 8 banques offshore, 8 bureaux de représentation de banques étrangères, 3 sociétés de factoring et 10 sociétés de leasing, en plus de l'Office National des Postes.*

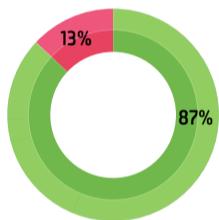
+1430
agences
bancaires

On compte actuellement plus de 1430 agences bancaires, soit approximativement une agence pour 7700 habitants.

5 472 618
utilisateurs
d'internet

Par ailleurs, la Tunisie ne compte pas moins de 5 472 618 utilisateurs d'internet avec un taux de pénétration de 48,1%. **

Banques Tunisiennes et applications mobiles

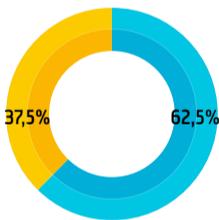


● Pas d'application mobile
● Application mobile

Ainsi, face à un client de plus en plus connecté, le digital est devenu incontournable pour fidéliser les clients existants et conquérir des prospects.

Une des évolutions les plus visibles dans le secteur bancaire concerne donc les applications mobiles puisque 87% des banques en Tunisie possèdent aujourd'hui une application mobile avec un espace dédié à ses clients et 100% ont des simulateurs de crédits en ligne.

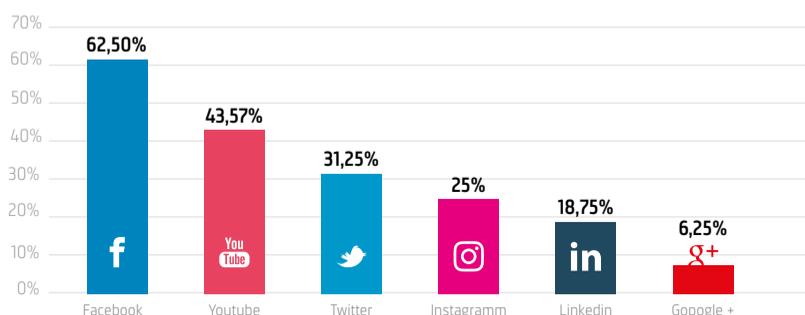
Banques Tunisiennes et présence sociale



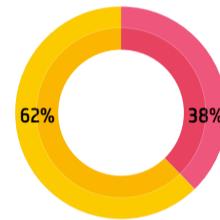
Les banques l'ont compris, le client connecté en permanence attend davantage de proximité. Elles ne peuvent de ce fait que suivre la tendance.

● Pas de présence sociale
● Présence sociale

Présence des banques Tunisiennes sur les réseaux sociaux



Jeux en ligne



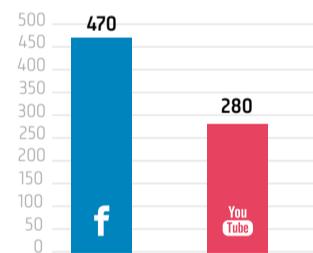
● Oui ● Non

Pour fédérer la communauté, créer de l'engagement et véhiculer un sentiment de proximité, **38% des banques ont choisi l'aspect ludique en proposant des jeux en ligne.**

Néanmoins, 20% uniquement ont gardé le bloc des avis qui permet aux internautes de noter la banque.

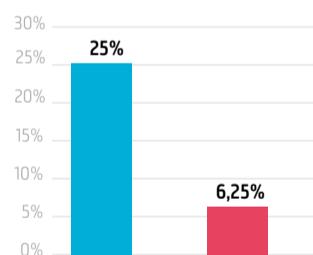
Malgré les efforts pour intégrer le web social, les banques sont-elles encore vulnérables ?

Vidéo content dans le secteur bancaire



56% des banques ont compris que la vidéo est devenue le support de communication viral par excellence et ont intégré la vidéo dans leur stratégie digitale. Facebook a dû toutefois détrôner YouTube puisque nous comptons actuellement 470 vidéos sur Facebook versus 280 sur YouTube.

Banques et RH



Si les banques ont compris l'importance commerciale du digital et sont en train de tirer parti de l'influence sur les réseaux sociaux, elles doivent se plier aux mêmes évolutions dans leur process RH puisque 25 % uniquement ont commencé la digitalisation de leur système RH.

Même si la réinvention de la relation client est le déclencheur principal, la transformation digitale ne doit pas toucher uniquement l'aspect commercial mais implique un profond changement de la culture RH de l'entreprise et amène les banques à réinventer leur business model et leur organisation.

Afin de rendre l'expérience client aussi fluide que possible, la digitalisation doit impacter tous les services de la banque et pas uniquement la communication et le marketing et les différents canaux doivent être interconnectés les uns avec les autres.

« L'écart va se creuser entre ceux qui sauront innover et conduire le changement et les autres. »

*Source : Ministère des Finances ** Internet Live Stats

Les numéros de téléphone affichés sur les sites web fonctionnent-ils vraiment ?

En 2017, il y a encore des entreprises tunisiennes qui ne répondent pas au téléphone... pourtant leurs numéros sont bien affichés sur leurs Sites Web!

C'est ce que révèle une enquête mystère lancée par Polybe Consulting en partenariat avec le centre d'appel 1waycommunications.

124 entreprises ont été appelées par téléphone dans le but d'évaluer la qualité de leur accueil téléphonique. Plus de 20 indicateurs ont été analysés à la loupe.

Cette enquête montre aussi que 15% des numéros affichés sur les sites web sont non fonctionnels.

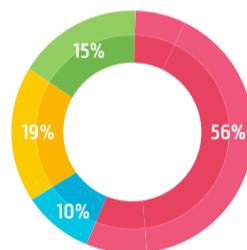
Le taux de réponse est très variable selon les secteurs étudiés: sociétés de transport terrestre et ferroviaire, entreprises de leasing, agences immobilières, hôtels, banques, assurances et concessionnaires automobile.

3 appels sur 10 n'ont pas abouti

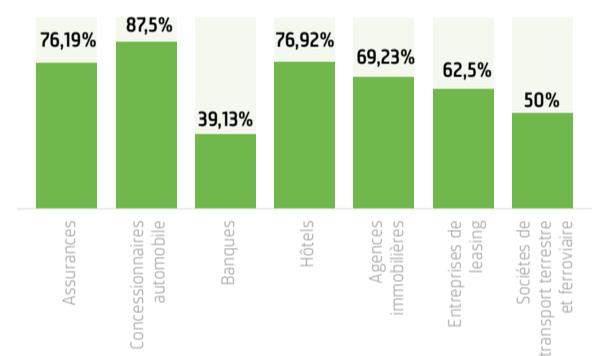
Même si dans 66% des cas, les entreprises répondent au téléphone, dans certains secteurs ce pourcentage est très bas. Les meilleurs taux de réponses sont enregistrés chez les concessionnaires automobile, les assureurs et les hôteliers (supérieurs à 75%).

Dans 5% des cas uniquement, le décrochage se fait après la première sonnerie.

Une communication téléphonique avec le répondant dure en moyenne 1 minute, 4 secondes



- Appel abouti au premier essai
- Appel abouti au second essai
- Pas de réponse
- Numéro non fonctionnel



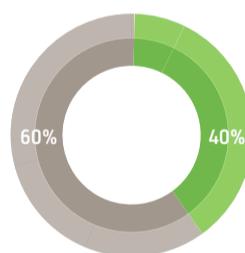
Taux de réponses par secteur

Serveur Vocal Interactif et musique d'attente

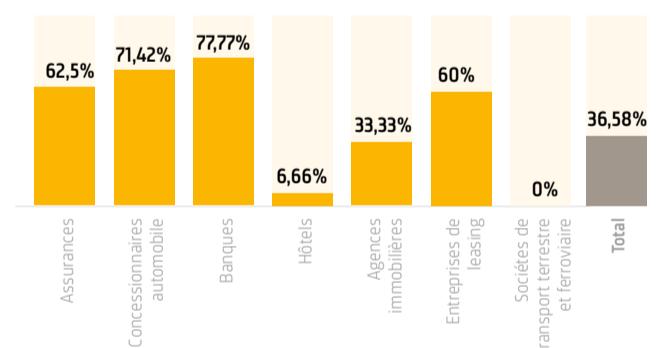
La technologie S.V.I est utilisée dans moins de 40% des cas. C'est surtout les banques, les concessionnaires automobiles et les assurances qui permettent à leurs correspondants d'interagir par application vocale.

4 entreprises sur 10 font patienter leurs appelants avec une musique d'attente.

Ce taux est élevé chez les assureurs et les promoteurs immobiliers.



- Avec musique d'attente
- Sans musique d'attente



Présence de Serveur Vocal Interactif (en %)

Communication appelant-répondant

Dans la majorité des cas, les répondants utilisent des formules de politesse mais très rares sont ceux qui se présentent ou demandent le nom de l'appelant.

5 répondants sur 10 citent le nom de leur entreprise

Dans une large majorité des cas les répondants :

- ne reformulent pas la demande de l'appelant
- ne posent pas de questions
- ne donnent pas de conseils
- ne donnent pas leurs noms
- ne remercient pas l'appelant au nom de l'entreprise.

D'une manière générale, les répondants : concluent la communication avec une formule de politesse.

MEDIANET PRIMÉE POUR LES RH AWARDS 2017

Bravo à toute l'équipe de MEDIANET pour la récompense du RHAwards 2017 ! Les 4 Lauréats sont : 1^{er} prix Faurecia, 2^{ème} prix MEDIANET, 3^{ème} prix partagé entre Téléperformance Tunisie et DRÄXLMAIER Tunisie. Ce prix revient essentiellement à notre équipe de Medianautes et comme on dit « Les Medianautes font notre force ! »



MEDIANET RÉCOMPENSÉE AU PROS D'OR 2017

MEDIANET a été récompensée par un Pros d'Or, dans la catégorie «interactive» pour la conception de site web Gourmandise.



5 février 2018

EN PARTENARIAT AVEC MEDIANET, Watania TV remporte le trophée de créateur Argent de Youtube

MEDIANET, étant le partenaire digital de la télévision nationale, a été honorée de faire partie de cette distinction. En présence d'une délégation libanaise et avec la participation des MEDIANAUTES, une petite cérémonie a été organisée au siège de la télévision nationale, en date du 5 février 2018.



MEDIANET REMPORTE UN PRIX AU «TUNISIA DIGITAL AWARDS»

MEDIANET remporte un prix au Tunisia Digital Awards pour la Digital News, son concept, son objectif, son originalité et son riche contenu !

MEDIANET était également sponsor de l'événement pour encourager la digitalisation en Tunisie. Nous avons animé une conférence sur les chiffres clés sur les réseaux sociaux dans le monde et en Tunisie ainsi qu'un Workshop sur le réseau social Instagram.

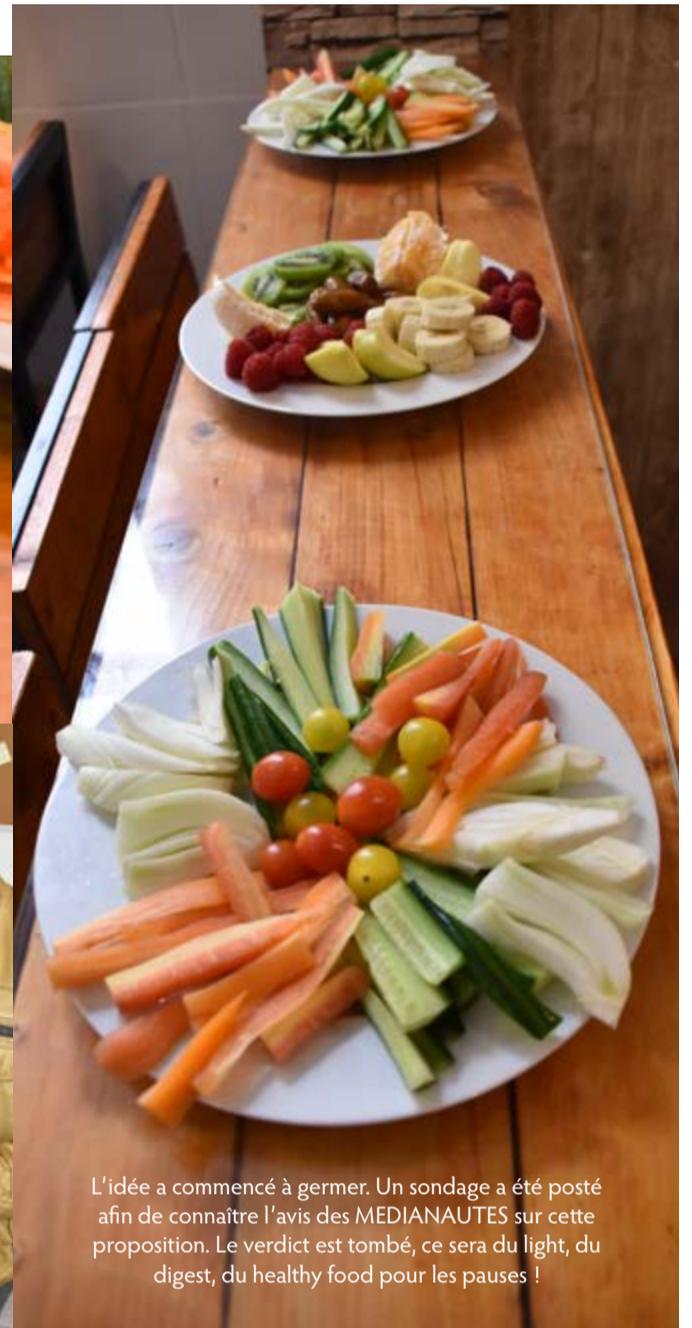




Les Medianauts optent pour des pauses fruits & légumes !

Un esprit sain dans un corps sain

L'idée est née d'une remarque tout à fait spontanée et perspicace lors d'une pause-café organisée dans les locaux de MEDIANET. Face à une panoplie de mets et gâteaux bien garnis, Akram avait dit «C'est très calorique tout ça, on devrait penser à manger moins gras». «J'ai pensé à apporter quelques fruits et légumes, ce serait mieux pour la santé, pour la ligne ...» riposta sa collègue Ihsene, avec le sourire.



L'idée a commencé à germer. Un sondage a été posté afin de connaître l'avis des MEDIANAUTS sur cette proposition. Le verdict est tombé, ce sera du light, du digest, du healthy food pour les pauses !



Le premier buffet healthy a été bien joliment préparé dans le cool-working space et une petite pause conviviale et sympathique a été improvisée... une idée innovante, prévoyante et très bonne pour la santé et aussi pour les gourmets.

Cette action donna un grand impact sur les réseaux sociaux, une grande communication a été réalisée sur la healthy attitude.

L'objectif est de donner le bon exemple autour de nous pour une meilleure santé pour tous !

Bravo à MEDIANET pour ce nouveau concept, à consommer sans modération aucune.

MEDIANET RECONNAISSANTE ENVERS SES ANCIENS COLLABORATEURS



A l'occasion de ses 20 ans, MEDIANET fait un flash-back sur son parcours depuis la création de l'entreprise en 1998 ! Pour ce faire, il est impossible de se remémorer différents souvenirs de cette épopée sans la présence des différents collaborateurs qui ont contribué à son succès !



MEDIANET a donc organisé samedi 20 janvier 2018 une réception « Rencontre des anciens MEDIANAUTES » au sein de son Coworking space pour exprimer sa reconnaissance envers les anciens MEDIANAUTES pour leurs efforts et leurs participations dans le développement de MEDIANET.



20 JANVIER 2018
**AU MEDIANET
COWORKING SPACE**



A MEDIANET nous avons tous fait de belles rencontres et nous avons tissé des liens amicaux, voire même, des liens familiaux, et nous avons beaucoup de plaisir à nous retrouver après plusieurs années. L'émotion était au rendez-vous, la nostalgie, les rires, les larmes de joie également ! Une projection d'une vidéo avec des photos des différents collaborateurs a été faite lors de cette après-midi, des quizz... bref une ambiance conviviale et agréable !

Les collaborateurs ont eu droit à un petit cadeau souvenir de l'événement.

Les retrouvailles avec les anciens MEDIANAUTES, un événement à refaire encore et encore car MEDIANET ne les a pas oubliés et ne le fera jamais !



MEDIANET sponsor de l'événement Olympysky Tournoi du Padel 2017

Le sport représente un ensemble de valeurs telles que le respect, la confiance, le plaisir, la simplicité, le partage, l'honnêteté et la rigueur. Dans son engagement RSE, MEDIANET soutient et sponsorise l'événement Olympysky tournoi du Padel 2017.



MEDIANET Partenaire du Festival Culturel Ivoirien et du festival des grillades

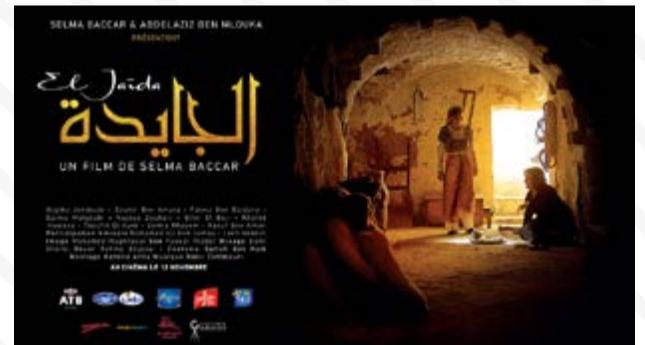
Encourageant comme toujours la culture, MEDIANET a eu le plaisir d'être partenaire au Festival culturel ivoirien 2017 organisé par l'association des étudiants et stagiaires ivoiriens en Tunisie. Ce festival avait pour but de présenter en long et en large la culture ivoirienne mais aussi de rassembler les étudiants et stagiaires des quatre coins de la Tunisie dans l'optique de créer une bonne cohésion sociale.



MEDIANET sponsorise l'événement «Le Mini Marathon»

Encourageant comme toujours le sport et la citoyenneté, MEDIANET a eu le plaisir cette année ainsi que l'année précédente d'être partenaire de la 2^{ème} édition du Mini Marathon qui a eu lieu le dimanche 5 février 2017 aux Jardins D'El Menzah !

800 participants sont allés chercher l'énergie nécessaire afin de relever le challenge.



MEDIANET sponsor du film El Jaïda

Pour le dernier film de la réalisatrice Selma Baccar, intitulé El Jaïda, Medianet a été partenaire. Il s'agit d'un événement culturel de qualité qui a drainé une foule de cinéphiles. A noter que la première projection officielle s'est tenue en marge des Journées cinématographiques de Carthage (JCC) se déroulant du 4 au 11 novembre 2017.



MEDIANET sponsor de la 19^{ème} édition des Journées Théâtrales de Carthage « JTC » !

MEDIANET partenaire des Journées Musicales de Carthage «JMC 2017» !

Partenaire de l'art, de la musique, de la créativité, de l'innovation...



HOLM YATAHAKAK

MEDIANET soutient l'action entrepreneuriale entreprise par la nouvelle émission de télé réalité qui s'appelle «Holm Yatahakak» (un rêve qui se réalise). L'objectif est de suivre le parcours des entrepreneurs Tunisiens pour mettre en place leur projet avec un financement qui peut atteindre les 100 milles dinars par projet.



MEDIANET partenaire de l'événement Layali El Abdelliya,

partenaire de la culture, de l'art, de la musique, de la créativité, de l'innovation...

Parole aux Medianautes

L'équipe MEDIANET partage avec vous ses pensées, ses tweets, ses dictons...

Lorsqu'on regarde en avant vers le siècle prochain, les leaders seront ceux qui donnent des pouvoirs aux autres.
Mouna Jelliti / Project Manager

Think big, Believe big, Act big, and the results will be big.
Khaled REJEB / Frontend Team Leader

«God loves if one of you does a job to do it well.» *Profet Mohamed PBUH*
Anes HERCHI / Hosting consultant

«Se réunir est un début, rester ensemble est un progrès, travailler ensemble est la réussite.» *Henry Ford*
Wiem Barhoumi / Multimedia Developer

"Go Ahead. You never know what could be on the other side"
Yosr Ben Aouiene / Multimedia Developer

« Drupal est un produit hautement perfectible à qui on doit laisser le temps de s'installer. C'est pour cette unique raison qu'il faut, sauf cas particulier, développer tous nos nouveaux projets en Drupal 8 plutôt qu'en Drupal 7. C'est une sorte de pari sur l'avenir.»
Aymen LOUHICHI / Front-end developer

Leadership is the art of getting someone else to do something you want done because he wants to do it. *Dwight D. Eisenhower*
Rawia Benhoula / Multimedia Team Leader

Ma plus belle victoire, c'est mon équipe. #Equipe
Takwa Rtmi / Multimedia Developer

«Productivity is never an accident. It's always the result of a commitment to excellence, intelligence, planning and focused effort.»
Malek Romdhani / Project Manager

« La plus coûteuse des dépenses c'est la perte de temps » - *Theophraste*
Maroua Ghazouani / SEO/SEA Consultant

Dans le milieu du travail, la passion est la clé à l'épanouissement, elle enrichie la personne d'énergie de volonté et d'engagement.
Nesrine Nairi / Designer

«Tout succès passe inévitablement par une discipline quotidienne.»
Franck Nicolas
Malek Cherif / Project Manager

Les tendances évoluent rapidement en fonction de nos technologies. Ces évolutions peuvent nous permettre d'acquiescer et de fidéliser des clients plus efficacement. C'est pourquoi, être en veille et devenir précurseur permet de garder une longueur d'avance sur la concurrence.
Mabrouk Haoues / Display Solution Manager

If you dream it you can do it. - *Walt Disney*
Maissa HMILA / Multimedia Developer

«On ne choisit pas ses collègues, on les subit ». A MEDIANET, j'ai la chance d'intégrer une équipe dynamique, sympathique, chaleureuse et dotée d'un esprit collaboratif hors pair. Merci à toute l'équipe pour l'accueil et la convivialité !
Dorra MEGDICHE / Responsable Editoriale

Great strength is choosing to remain silent when you have a lot to say.
Fares Slim / Social Media Consultant

« Lorsque deux forces sont jointes, leur efficacité est double » - *Isaac Newton*
Ihsene Ben Mansour / Marketing & Communication Manager

« Le seul endroit où le succès vient avant le travail, c'est dans le dictionnaire. »
Khaled Dkhil / Assistant BDM

MARIAGE

Félicitations à nos chers collègues pour leurs mariages !

- Hanan Khiari le 02/08/2017
- Mabrouk Haoues le 12/08/2017
- Cyrine Kabani 17/12/2017
- Maroua Bani 30/12/2016

FIANCAILLES

Félicitations à nos chers collègues pour leurs fiançailles

- Bilel Arselene Dkhili le 31/12/2017
- Yasmine Essaies le 24/12/2017

NAISSANCES

Félicitations à nos chers collègues pour les naissances de leurs mini-medianauts. Bienvenue à

- Yasmine fille de Khaled Rejeb née le 03/02/2017
- Adam fils de Mouna Jelliti né le 16/02/2017
- Zakaria fils de Rawia Ben Houla né le 09/10/2017

PARMI NOS CLIENTS



LES ACTIVITÉS DE MEDIANET

Transformation Digitale

Accompagnement dans la transformation digitale.
Accompagnement dans les projets E-business.

Projets Web, intranet et Extranet

Solutions pour créer des sites web personnalisés, conçus avec les nouvelles technologies et selon les nouvelles tendances web.

E-commerce & E-business

Développement de sites web e-commerce avec des catalogues produits et modules adaptés (paiement, gestion de stock, etc.)

Développement d'application mobile

Que ce soit pour un développement d'application mobile spécifique à un terminal ou bien à destination d'une pluralité de plateformes (iPhone, iPad, smartphones et tablettes Android), nous développons l'application mobile qui répondra aux objectifs du client en termes de fonctionnalités et d'ergonomie.

Affichage Dynamique (indoor & outdoor)

Solution infochannel permettant l'affichage et la gestion en temps réel d'informations.

Maintenance et webmastering

Assurer un suivi continu du bon fonctionnement des sites web, la gestion de son contenu éditorial et sa mise à jour, etc.

MEDIANET DIGITAL

Stratégie & accompagnement digital

Accompagnement dans l'élaboration de stratégies digitales adaptées aux besoins de la marque et ses communautés.

Community Management

Animation des communautés, gestion des publicités et développement de jeux-concours sur les réseaux sociaux.

SEO, SEM et display

Optimisation des sites Webs pour les moteurs de recherche.

Gestion des audits techniques, sémantiques et ergonomiques.

Gestion et suivi de campagnes d'achats médias : achats de mots clés, de liens sponsorisés et d'espaces publicitaires.

Mobile marketing

Conception et développement d'applications mobiles sur smartphone et tablette. Gestion et suivi des campagnes SMSing.

Growth Marketing

Discipline regroupant l'ensemble des leviers du Marketing Digital (SEO, Pub, emailing, Analytics, Buzz...etc) dans la finalité d'agir directement sur la croissance et la performance commerciale du e-business.

Brand Content

Organisation des Evénements (Création de concept & d'opération marketing, assistance & accompagnement, etc.)

Contenu pour le web, social, blog...



MEDIANET EN CHIFFRES

Effectif MEDIANET Groupe
Hommes : 40% Femmes : 60%
Moyenne d'âge : 30 ans
Références sur les 4 continents
800 clients
+ 29% d'évolution du CA 40% CA à l'export

facebook.com/MEDIANET.tn
 blog.medianet.com.tn
 linkedin.com/company/medianet_2
twitter.com/MedianetGroup
 plus.google.com/+MedianetTn
 youtube.com/MEDIANETtn