MEDIANET

E-business
Digital Strategy

2020 N°9

DIGITALNEWS

LA NEWSLETTER DE MEDIANET

MEDIANET DIGITALE
UN ACCOMPAGNEMENT CLIENT À 360°
P.18

Étude Webanalytics 2019
P.11

ETUDE E-COMMERCE
Profils des internautes
P.10

ETUDE FINANCE
ÉTUDE BANQUE & FINANCE
P.10

MEDIANET FORMATION
LA FORMATION PAR NOS EXPERTS POUR DES EXPERTS !
P.17

ÉTUDE DE CAS GAT, LILAS ASPIM, FOUNA
P.6

TÉLÉTRAVAIL & DIGITALISATION

Téléchargez la newsletter en utilisant le QR code via votre smartphone

MEDIANET EST
CERTIFIÉE ISO 9001
DEPUIS 2010

CONFIANCE
TRANSPARENCE
COMMUNICATION
PARTAGE

Édito

Iheb Beji, CEO MEDIANET

En cette année très particulière et en ces conditions spéciales liées au Covid19, MEDIANET lance son 9ème numéro de DigitalNews. Un numéro au format digital !

En effet, la conception de ce numéro s'est faite exclusivement en télétravail. Plus de 40 personnes y ont collaboré à distance et ont réussi le challenge grâce à une forte culture du travail collaboratif.

Nous travaillons depuis quelques mois en mode agile au vrai sens du terme et les résultats de cette méthode de travail sont réellement positifs.

Nous partageons donc avec vous dans ce nouveau numéro différentes actualités, études, tendances et bien d'autres informations qui, nous espérons, vous seront utiles et enrichissantes.

Nous tenons à remercier l'équipe MEDIANET pour son dévouement, ainsi que nos partenaires et fournisseurs pour leur confiance et adaptation.

Très bonne lecture.

Sommaire

ÉTUDE DE CAS
ASPIM, FOUNA, GAT, LILAS
P. 6

ÉTUDE
WEBANALYTICS 2019
P. 12-14

MEDIANET
DIGITALE
un accompagnement client à 360°
P. 18

MEDIANET
remporte le prix
RH AWARDS 2019
P. 21

MEDIANET Incubator Space P. 3
MEDIANET dans le monde P. 4-5
Etude de cas : ASPIM / Founa / GAT / Lilas P. 6-9
Étude Banque & finances P. 10
Étude e-commerce, profils des internautes P. 11
Étude webanalytics 2019 P. 12-14
Étude sur les réseaux sociaux en Tunisie et en Afrique P. 15-16
MEDIANET Formation P. 17
MEDIANET Digitale P. 18-19
Actualités P. 20-23
Télétravail P. 24-25
Tendances et nouveautés P. 26
Parole aux Medianautes P. 29

MEDIANET incubateur
L'accélérateur de startup

Dans son approche innovante de développement de l'entrepreneuriat et de l'intrapreneuriat en entreprise, l'incubateur technologique de MEDIANET accompagne aujourd'hui différents porteurs de projets dans le but de transformer des idées innovantes et créatives en des projets réalistes et des entreprises performantes dont nous sommes partenaires.

Grâce à son expérience de plus de 22 ans dans le monde des nouvelles technologies et de l'évolution numérique, MEDIANET met à disposition des entrepreneurs le savoir-faire des experts techniques et métiers.

MEDIANET INCUBATOR SPACE : Co-entrepreneuriat

Les avantages d'intégrer un incubateur technologique sont très nombreux !

En plus de travailler dans un environnement propice à l'entrepreneuriat, intégrer MEDIANET incubateur c'est bénéficier des interventions d'experts techniques, de services sur-mesures ainsi que d'être en relation avec différentes entreprises incubées, avec des partenaires, des investisseurs… Bref un espace collaboratif d'entrepreneuriat.

Nous nous sommes fait confiance

bigdeal À fond les bons plans !

BOOSTINY

Shwoppy Swap & Shop

ubli ticket LA PUB AU VERSO DES TICKETS DE CAISSE

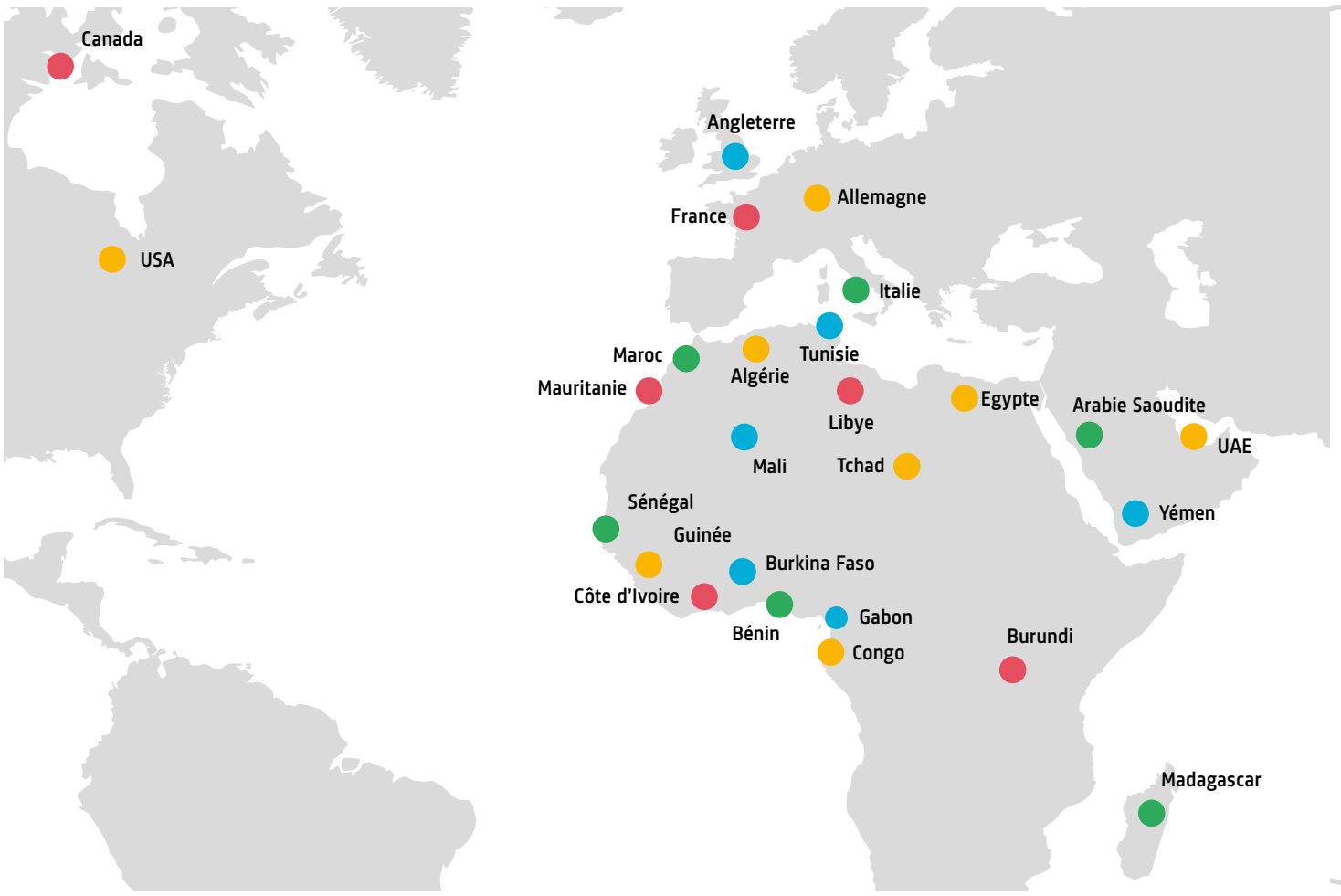
MEDIANET à l'international

Une présence sur 4 continents

26 pays dans le monde

17 pays en Afrique

Aujourd'hui, MEDIANET est présente sur quatre continents et ne cesse d'accroître son activité à l'échelle internationale notamment en Afrique Subsaharienne par des projets dans différents pays tel que le Canada, les USA, la France, l'Angleterre, l'Allemagne, l'Italie, l'Algérie, le Maroc, la Mauritanie, le Sénégal, la Côte d'Ivoire, le Burkina Faso, le Bénin, le Gabon, le Congo, la Guinée, le Mali, le Burundi, le Tchad, la Libye, l'Egypte, l'Arabie Saoudite, le Yémen, le Madagascar et les UAE.

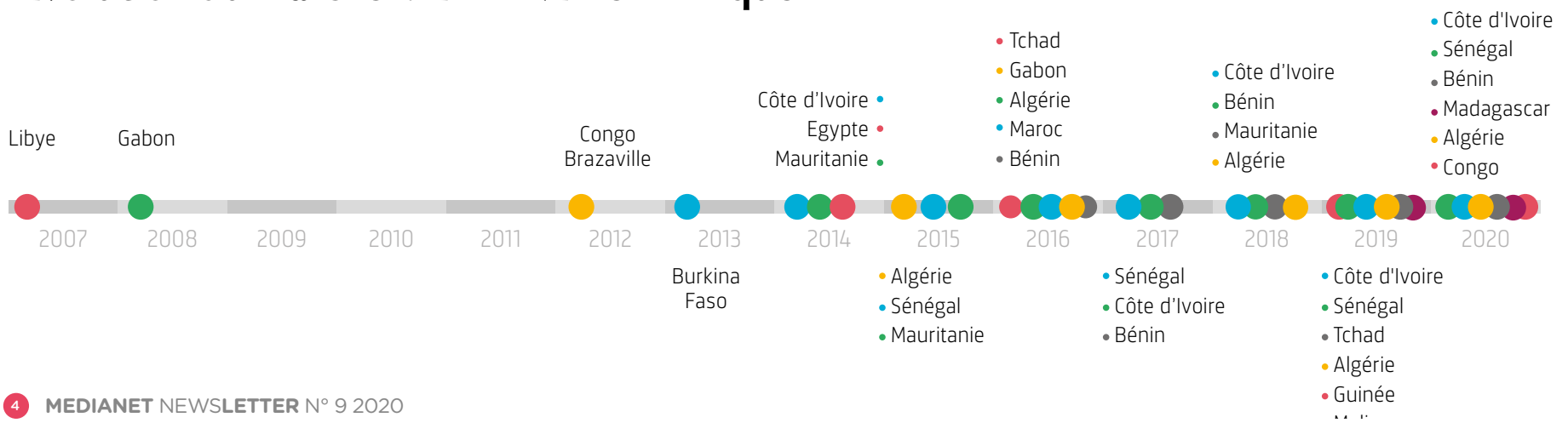


Avis d'expert

Nous accordons une grande importance à la culture de notre client. Nous ajoutons à cela notre expertise pour co-créer de la valeur ajoutée avec nos partenaires à l'échelle internationale.

Akram Beji
CO-FOUNDER

Evolution du marché MEDIANET en Afrique



MEDIANET développe le portail web PANPA

Port Autonome de Nouakchott « Port de l'Amitié »

Premier port public commercial au sud du Sahara et carrefour entre l'Europe, l'Afrique et l'Amérique du Nord, le Port Autonome de Nouakchott dit « Port de l'Amitié » (PANPA) jouit d'une position géographique privilégiée.

Jouant un rôle prépondérant dans l'économie et les échanges commerciaux nationaux et internationaux, l'équipe du PANPA a pensé à étendre cette ouverture en offrant un moyen de communication digital avec les parties prenantes du port.

Dans ce contexte, l'équipe du PANPA a fait appel à l'expertise de MEDIANET pour le développement de son nouveau portail web www.port-nouakchott.com qui a pour objectif de faire connaitre le PANPA à travers la mise à disposition d'informations utiles et d'offrir les informations et conseils sur les services nécessaires du port.

Le portail comporte principalement quatre axes :

Le 1er représente l'axe institutionnel qui présente le port, sa mission, ses activités ainsi qu'une carte interactive qui schématise la totalité du port en parcelles. Cet axe permet de développer la notoriété et la visibilité du port en offrant toutes les informations utiles aux partenaires.

Quant au 2ème axe, ce dernier comporte toutes les actualités du port à savoir les évènements, les appels d'offres, les rapports d'activités, les nouveaux projets, etc. Cette partie du portail permet de fidéliser les partenaires et de toujours les garder up-to-date en leur offrant régulièrement du nouveau contenu à consommer.

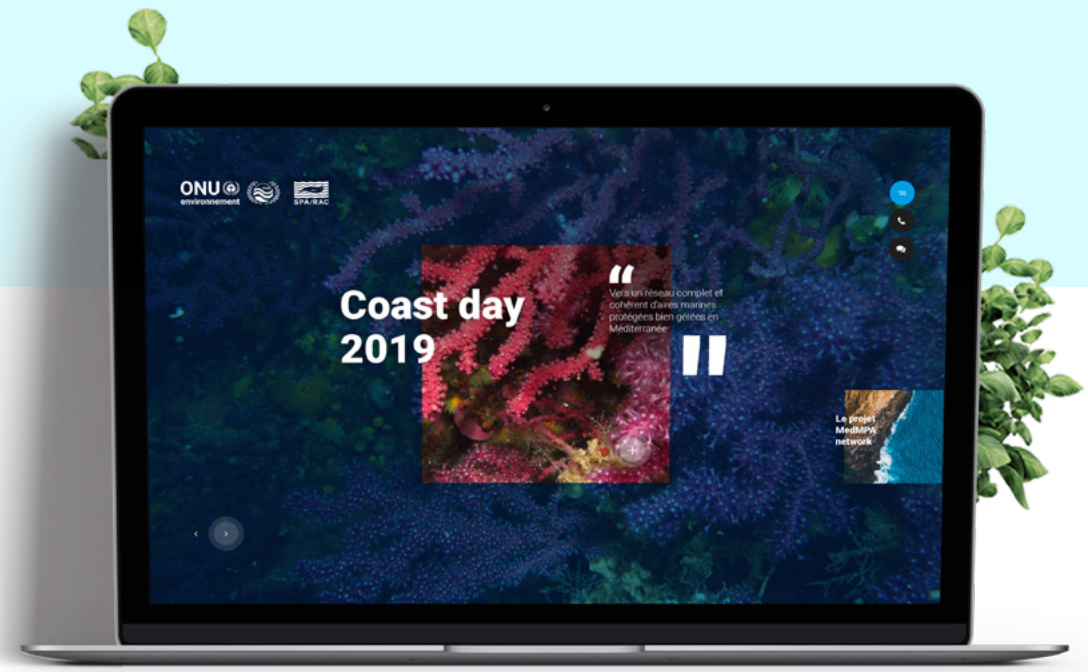
Pour le 3ème axe qui est serviciel, nous avons outillé les partenaires du port avec des services en lignes à forte valeur ajoutée en mettant à leur disposition toutes les informations nécessaires et en temps réel telles que la météo, la marée, le mouvement des navires au sein du port, etc.

Le 4ème axe transactionnel est un espace sécurisé dédié aux partenaires qui leur permet d'interagir et de communiquer en temps réel avec les services du port à travers une panoplie de services en ligne en leur adressant directement les demandes. Cet espace a pour but d'offrir une meilleure qualité de service et de développer une forte proximité avec les partenaires.

Ce projet a finalement abouti à la mise en place d'un portail web moderne, convivial et attractif qui constitue l'une des briques de l'écosystème digital. La forte et étroite collaboration entre les équipes du PANPA et de MEDIANET a permis de clôturer le projet et surpasser les circonstances exceptionnelles de la pandémie du COVID19. En effet, la phase de transfert de compétence a eu un goût très particulier, puisque la formation sur l'administration du portail s'est déroulée en ligne avec la présence de participants très motivés et enthousiastes à l'idée de voir aboutir ce projet.

MEDIANET développe la plateforme collaborative des ASPIM

Les Aires Spécialement Protégées d'Importance Méditerranéenne



MEDIANET a mis tout son savoir-faire et son expertise au service de SPA-RAC en réalisant la plateforme collaborative des ASPIM **spami.medchm.net.**

Faciliter l'UX

MEDIANET a travaillé sur l'ergonomie dans l'optique de faciliter l'expérience de l'utilisateur. Un travail approfondi et une attention particulière a été portée sur le design des interfaces et sur la hiérarchisation des informations dans chaque page de la plateforme, pour offrir à l'utilisateur un cheminement transverse efficace.

Objectifs :

- Renforcer la communication et le partage entre les gestionnaires des ASPIMs
- Développer la visibilité et la notoriété des ASPIMs
- Promouvoir et valoriser les activités des ASPIMs
- Fournir un espace d'échanges entre les gestionnaires des ASPIMs
- Développer l'image et maîtriser la E-réputation

Cibles :

- Le grand public
- La cible méditerranéenne dans le domaine de la conservation des aires marines protégées
- Les gestionnaires des ASPIM

SOLUTION :

La plateforme s'articule autour de 4 axes :

- Présentation des données spécifiques des ASPIMs
- Focus sur la communication et la valorisation des activités et des news
- Partage, communication et collaboration entre les différents gestionnaires des ASPIM
- Familiarisation du grand public au métier et lui fournir toute information sur les ASPIM

Technologies :

- UX/UI design
- Approche end-user
- Mobile first
- Interfaçage automatique avec la MBP (Mediterranean Platform On Biodiversity)
- Un Backoffice pour la gestion de la plateforme
- Modulable
- Extensible

Founa.com

Nouveau parcours client, nouveaux enjeux

MEDIANET accompagne l'équipe de Founa.com dans la mise en place de sa stratégie digitale en proposant des axes d'évolution et en définissant les objectifs prioritaires à atteindre, afin de consolider sa notoriété et développer sa visibilité et sa présence digitale.

Proposant une vision innovante, MEDIANET a décliné les besoins métiers de Founa.com pour identifier les principaux leviers à activer tout en s'alignant à leurs besoins business afin d'établir une stratégie digitale sur mesure.

L'humain, clé du succès

C'est grâce à une équipe colloborative que le challenge a été relevé. Dotée d'une vision projet dans sa globalité, cette équipe a favorisé le travail de proximité avec les équipes de Founa.com :

- Workshop de réflexion
- Benchmarking collaboratif
- Tables rondes de réflexion e-business

Au cœur du process

Tout au long de cette mission, MEDIANET a élaboré des recommandations stratégiques et des solutions adaptées aux attentes de l'équipe de Founa.com :

Un plan d'action ciblé et innovant a été mis en place afin d'assurer la mise en œuvre efficace des axes stratégiques de Founa.com :

Une campagne d'activation sur les réseaux sociaux a été impulsée. Un plan media a été mis en place. Le dispositif proposé par MEDIANET comprend, également, la création et la gestion des campagnes sponsorisées (Google ads search, campagnes display, social ads sur Facebook et Instagram), le Creative Design sur les réseaux sociaux, le retargeting pour l'acquisition d'une nouvelle clientèle, pour augmenter le nombre de commandes et pour booster les ventes de Founa.com.

Pour un impact optimal, la gestion du contenu a été confiée à des ambassadeurs (influenceurs) pour que la marque puisse s'adresser intuitivement à ses audiences.

Résultats

Cette alliance, MEDIANET – Founa.com, a permis de concilier les objectifs de notoriété et de retour sur investissement avec une évolution significative.

GAT Assurances
Une UX repensée

Renforcer la relation avec ses clients est parmi les principaux objectifs de la stratégie de transformation digitale de la GAT.

Un parcours client Agile

Au-delà d'un simple parcours client classique, la GAT en collaboration avec MEDIANET, a développé à travers les canaux digitaux, un parcours client agile, sur-mesure où le client est au centre de l'écosystème.

Les canaux au service du client final

Pour être plus proche des besoins de sa clientèle, une communication digitale a été mise en place qui accompagne le client dans ses choix et dans la présentation du produit qui répond à ses besoins.

- Conseils, accompagnement et disponibilité dans le quotidien de la clientèle
- Simplification des produits (simplification du lexique des assurances)
- Une interaction en temps réel avec des réponses nécessaires.
- Un partage d'informations qui concernent la communauté

Dans la continuité de la stratégie de communication digitale, la GAT offre un portail web qui complète le parcours client sur le web.

La personnalisation comme réponse aux besoins de sa clientèle :

Un portail qui cible les 3 types de clientèle de la GAT : entreprise, professionnel et particulier :

Pour chaque type de clientèle, un mini site a été conçu pour présenter l'offre produit et service que fournit la GAT avec des fiches services bien développées et détaillées.

Le portail web offre la possibilité aux visiteurs l'entrée en relation avec la GAT pour bénéficier des produits et services qui les concernent.

UX optimal

Etant en étroite collaboration, MEDIANET & GAT Assurances travaillent continuellement sur l'amélioration de l'expérience utilisateur sur le digital à travers la collecte, l'enrichissement, l'analyse de la data à partir des différents canaux digitaux.

Cette optimisation a pour objectif de fournir une meilleure *User Experience* (UX) qui répond le plus aux besoins et aux attentes des visiteurs sur les différents canaux.

Lilas
Le Digital au service de la marque !

Dans un contexte de réflexion, MEDIANET a accompagné les équipes de Lilas dans la structuration et la formulation d'une stratégie digitale omnicanale pour développer la visibilité et la présence digitale de la marque. Cette approche a permis de répondre aux enjeux suivants : notoriété, acquisition, fidélisation.

Dans un premier temps, MEDIANET a formalisé cette approche par :

- La création du site web du groupe LILAS (site corporate)
- La création de sites web des différentes marques de Lilas
- L'élaboration d'une stratégie social media ayant la conversion comme objectif précisant les lignes éditoriales à privilégier et indiquant les mécaniques à activer.

Une approche « Customer Centric »

Pour développer la proximité avec sa clientèle, l'accompagner et la conseiller durant son quotidien, Lilas accompagnée par les experts MEDIANET lance les applications mobiles Grossesse, Bébé et Calendrier.

Lilas sur le marché international

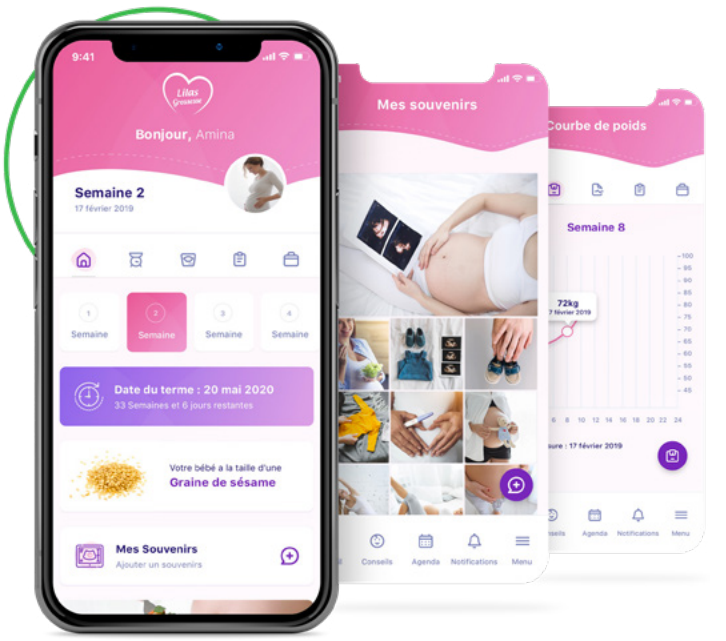
MEDIANET en tant que partenaire Lilas intervient en tant qu'expert en stratégie digitale pour étendre son marché à l'international et développer son business en proposant des concepts digitaux innovants.

Un accompagnement

360°

- Proximité client
- Fidélisation client
- UX
- Mobile
- Référencement
- Webmastering
- Brand content

Lilas Grossesse



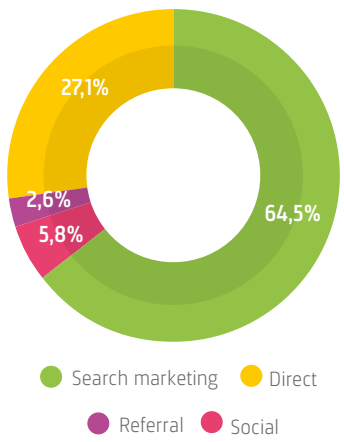
Lilas Bébé

Lilas Calendrier

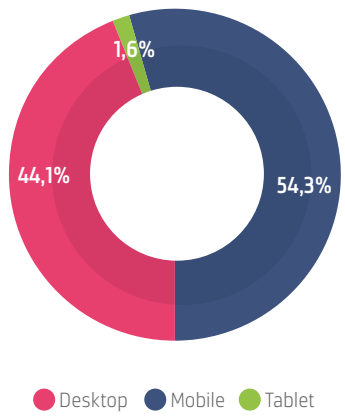
Étude Banque & Finance

Cette étude est basée sur 3 millions d'utilisateurs

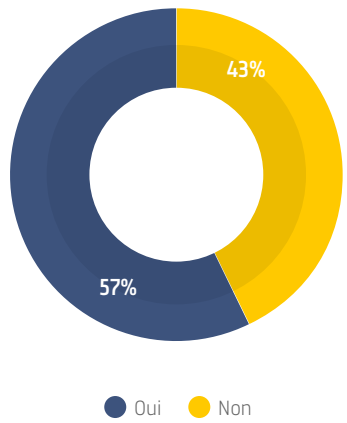
Canaux du trafic



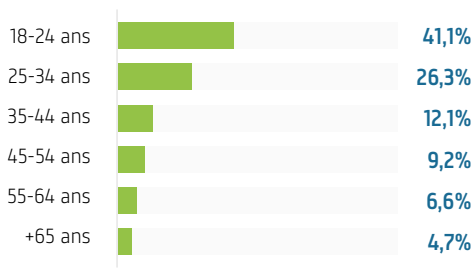
Appareils mobiles

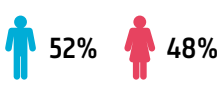


Ont une application mobile

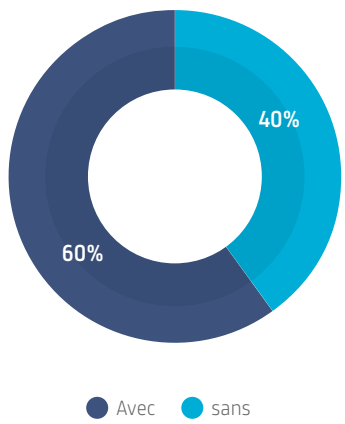


Données démographiques

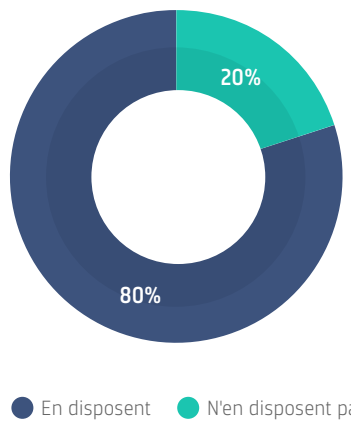




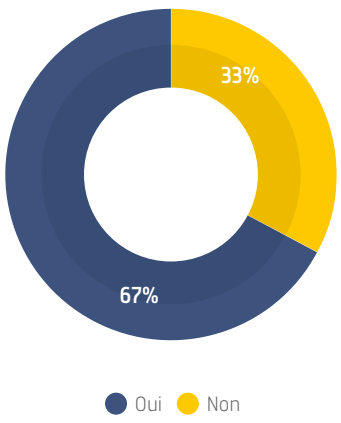
Simulateur de devis en ligne



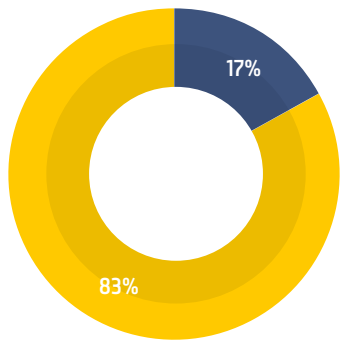
Conseiller client en ligne



Espace client privé offert



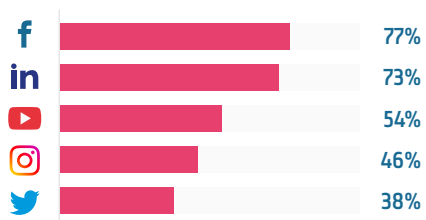
Disponibilité des services* en ligne



*application mobile, espaces privés, simulateur, demande de devis, conseiller client, prendre un RDV

Présence sur les réseaux sociaux

98% des banques sont présentes sur les réseaux sociaux



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 qui visitent les sites web e-commerce. Cette étude est basée sur un échantillon de + de 1 million d'utilisateurs / visiteurs.

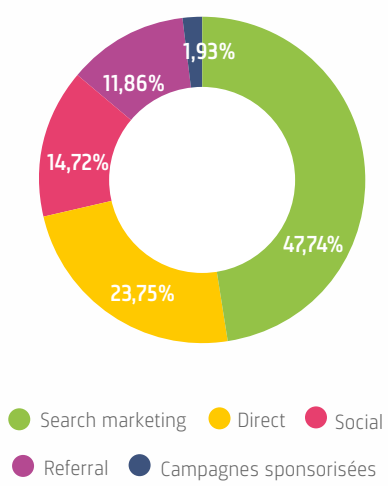
Canaux d'acquisition **conversion des sites web e-commerce**

1,84% Taux de conversion des sites web e-commerce en Tunisie

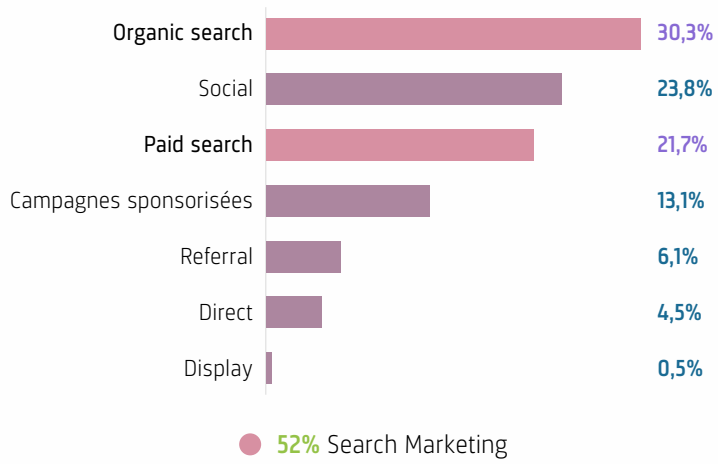
11,11% des acheteurs ont déjà payé en ligne (SMT)

100% des sessions → **9,6%** des sessions ajout au panier → **1,84%** des sessions achat

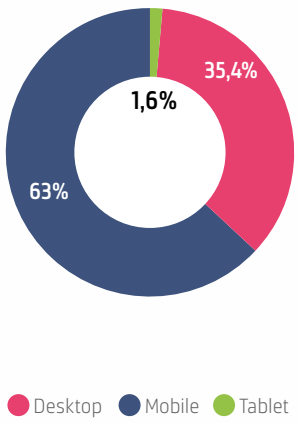
Canaux de trafic sites e-commerce



Canaux de conversion



Conversion par appareil



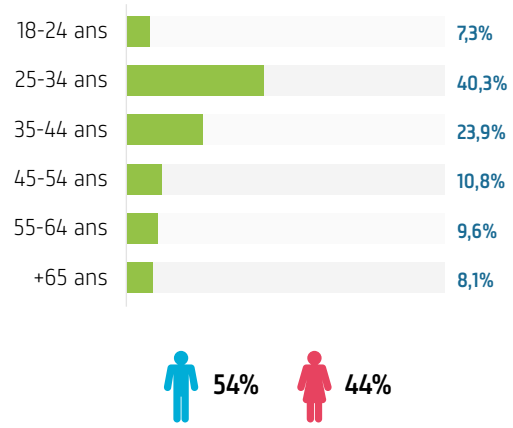
47,74% du trafic global des sites e-commerce en Tunisie provient du search marketing (Le search marketing ou search engine marketing (SEM) regroupe les différentes techniques de référencement permettant de positionner une page, un site ou divers autres contenus web au sein des pages de résultats des moteurs de recherche). **23,75%** via les accès direct soit les personnes qui ont mémorisé le nom de la marque à travers les stratégies élaborées sur les réseaux sociaux qui influencent la notoriété de la marque et qui génèrent à leur tour **14%** du trafic global.

D'autre part **11,68%** du trafic est en provenance des sites référents notamment les medias et les magazines en ligne.

Seulement **1%** du trafic vers les sites web sont via les campagnes sponsorisées.

Cette répartition change quand il s'agit des pourcentages de conversion par canal, en effet Search Marketing garde la première place avec **52%** des conversions, cependant les réseaux sociaux viennent en seconde place avec **23,82%** des conversions globales et les campagnes sponsorisées génèrent **13%** des achats sur les sites et c'est ce qui démontre que les marques affinent de plus en plus leurs ciblages et les objectifs de leurs campagnes sponsorisées.

Données démographiques des acheteurs en ligne



+40% des acheteurs en ligne sont des hommes entre 25 et 34 ans

Étude webanalytics 2019

Réalisée par MEDIANET LABS, la cellule R&D de MEDIANET

En se basant sur son expertise et sa visibilité directe sur les sites web et les réseaux sociaux, MEDIANET réalise depuis 2012, une étude webanalytics chaque année. Ces études servent de référence pour le trafic ainsi que le comportement des internautes, en fonction des secteurs, des profils des internautes et des données socio démographiques.

Comme à l'accoutumée, MEDIANET a diffusé son étude relative à l'année 2019, basée sur un échantillonnage de plus de **50 millions de visites** recensées sur plus de **155 millions de pages vues sur 287 sites web tunisiens**, sans spécification de catégorie, incluant média, industrie, e-retail, e-tourisme, service, finance, santé, immobilier... etc.

Données qualitatives de sessions

La qualité des visites en 2019 se caractérise par des sessions plus rapides où les internautes cherchent de plus en plus l'accès à l'information dans un temps très court.

Moyenne de pages / session* : 3,15	
Service	2,82
Media	2,02
Institutionnel	3,39
Industrie	3,34
Immobilier	3,25
E-tourisme	3,31
E-retail	4,31
Banque et finance	2,78

*2018 : 3,44

Durée moyenne des sessions ** : 00:02:37	
Service	00:02:12
Media	00:03:40
Institutionnel	00:03:05
Industrie	00:02:20
Immobilier	00:02:14
E-tourisme	00:02:13
E-retail	00:02:54
Banque et finance	00:02:19

**2018 : 00:03:05

Moyenne de taux de rebond *** : 51,33%	
Service	53,15%
Media	54,33%
Institutionnel	54,42%
Industrie	49,58%
Immobilier	52,17%
E-tourisme	43,16%
E-retail	52,56%
Banque et finance	51,28%

***2018 : 48,88%

Répartition des visites par genre

51%

49%

	Moyenne de pages/session	Durée moyenne des sessions	Moyenne de taux de rebond
Femme	3,09	00:02:34	50,83%
Homme	3,2	00:02:40	50,77%

Répartition des visites par tranche d'âge

Tranche d'âge	
18-24 ans	7%
25-34 ans	31%
35-44 ans	27%
45-54 ans	17%
55-64 ans	12%
+65 ans	6%

Moyenne de pages / session	
18-24 ans	2,70
25-34 ans	3,10
35-44 ans	3,15
45-54 ans	3,25
55-64 ans	3,30
+65 ans	3,40

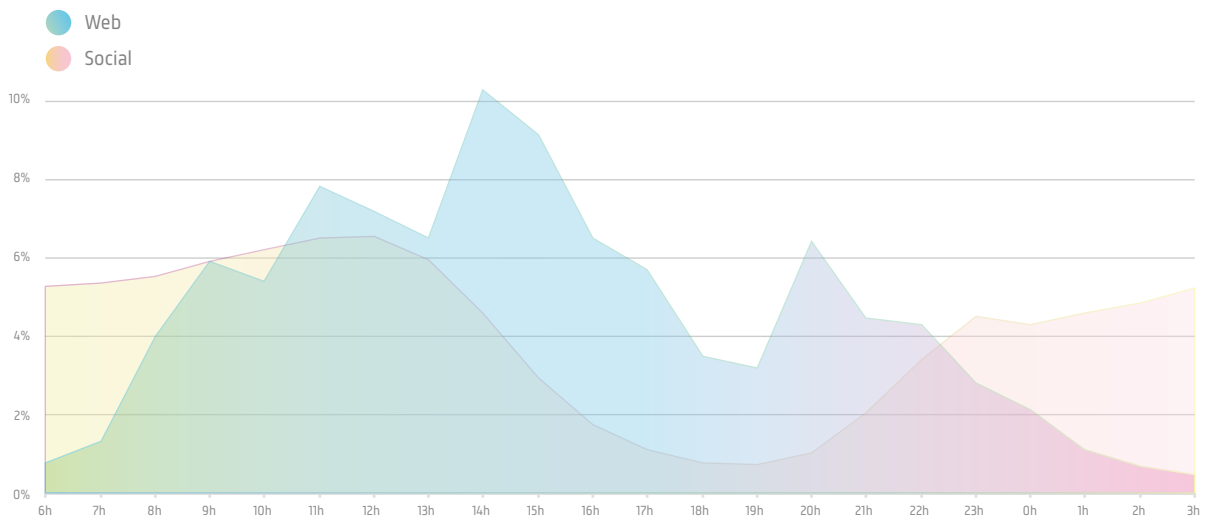
Durée moyenne des sessions	
18-24 ans	00:02:30
25-34 ans	00:03:00
35-44 ans	00:02:43
45-54 ans	00:02:40
55-64 ans	00:02:38
+65 ans	00:02:14

Taux de rebond	
18-24 ans	54%
25-34 ans	52%
35-44 ans	47%
45-54 ans	49%
55-64 ans	51%
+65 ans	51%

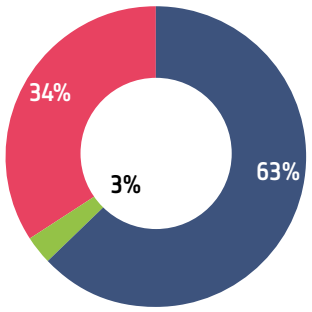
Heures de connexions

Comparaison des heures d'accès aux sites web par rapport aux heures d'accès à Facebook des tunisiens

- Pic de connexion en total à 11h et 14h
- Pic de connexion mobile à 20h



Visites par appareils de connexions



66% du trafic provient à partir des appareils mobiles

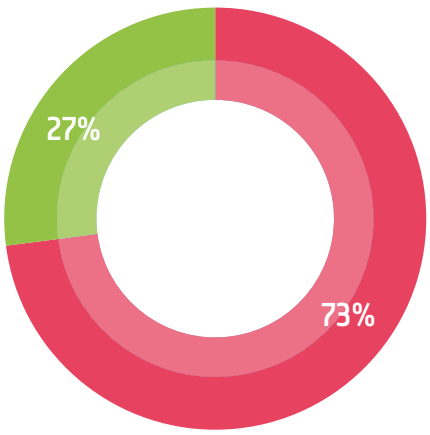
	Moyenne de pages / session	Durée moyenne des sessions	Visite / appareil
Desktop	3,6	00:03:25	47%
Mobile	2,85	00:02:05	54%
Tablet	3	00:02:23	51%

Marques mobiles

SAMSUNG	HUAWEI		lenovo	NOKIA	Condor		oppo	Wiko	ALCATEL
47,31%	21,48%	11,99%	3,46%	3,13%	2,61%	0,89%	0,86%	0,81%	0,72%
+11%*	+31%*	-7%*	-27%*	+97%*	+10%*	++*	++*	-20%*	-34%*

*Variation par rapport à 2018

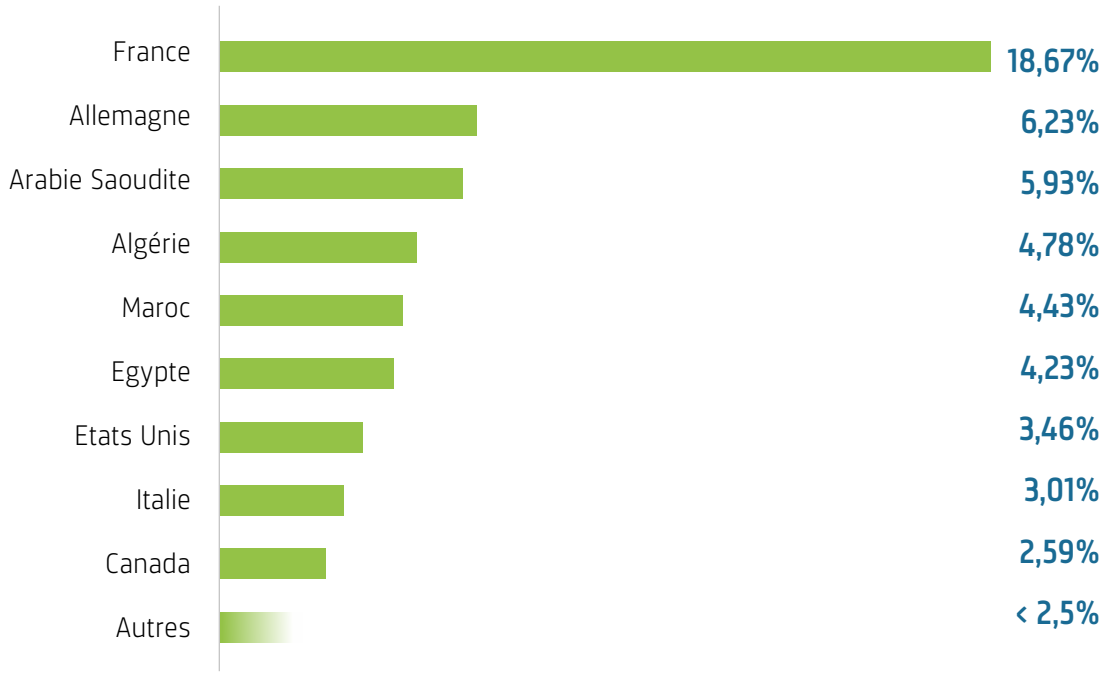
Origines géographiques



Tunisie Etranger

+4% visites depuis l'étranger par rapport à 2018

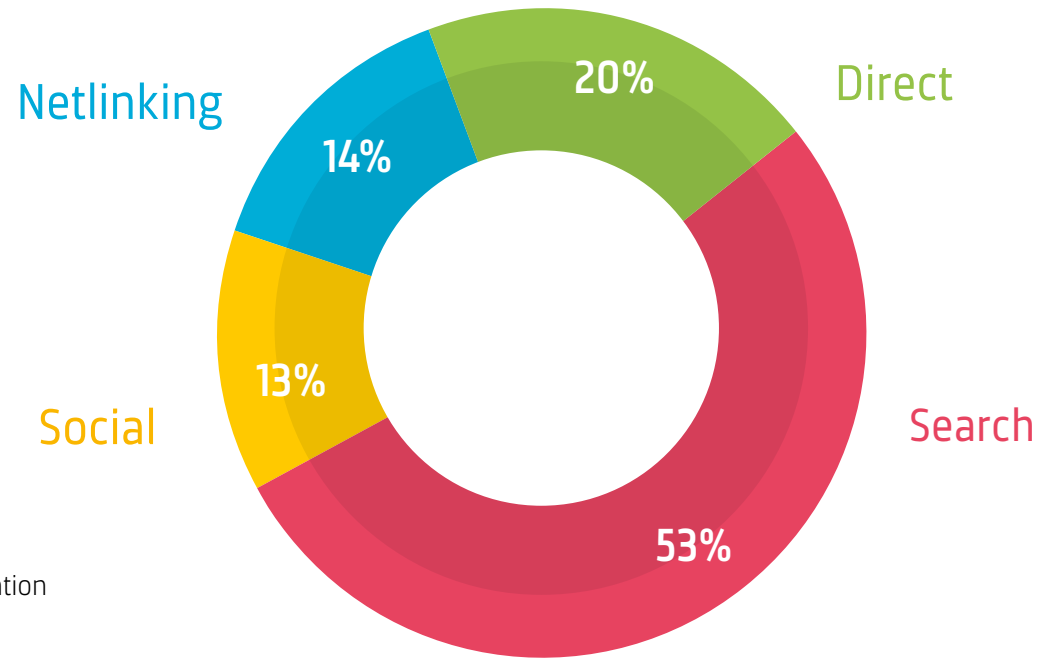
Top 10 des pays en terme de pourcentage de trafic



Pourcentages de visites par canaux / appareils

2,7 pages / session
02:05 minutes de navigation
49% taux de rebond

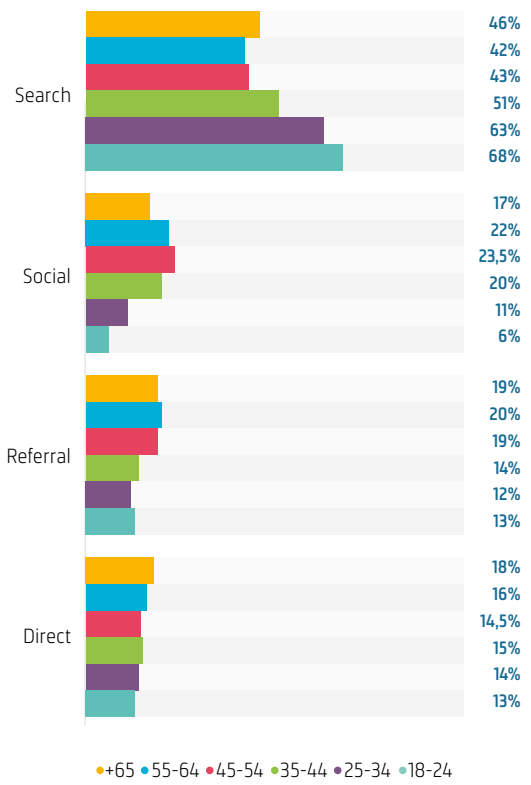
3,15 pages / session
02:40 minutes de navigation
54% taux de rebond



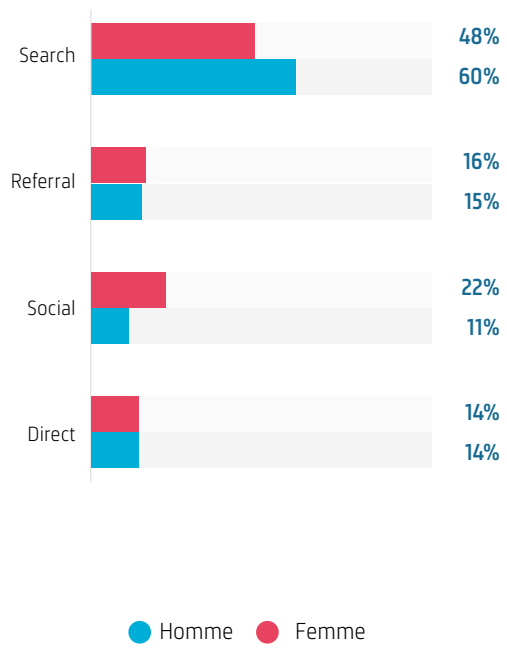
3,25 pages / session
02:21 minutes de navigation
54% taux de rebond

3,5 pages / session
03:23 minutes de navigation
48% taux de rebond

Canaux d'acquisition de Trafic / Age

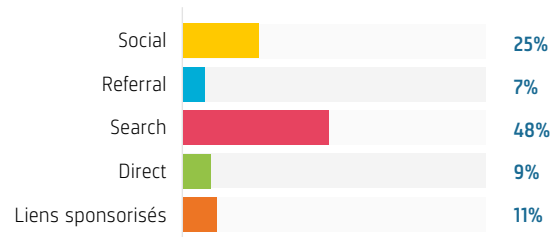


Canaux d'acquisition de Trafic / Genre

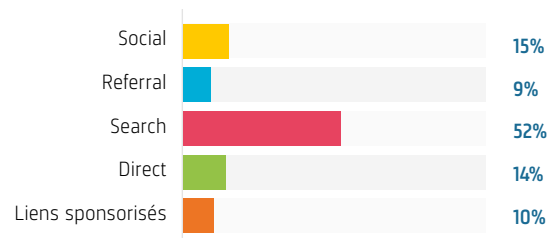


Canaux d'acquisition de Trafic / appareils

Mobile & tablette



Desktop



Etude sur les réseaux sociaux en Tunisie et en Afrique

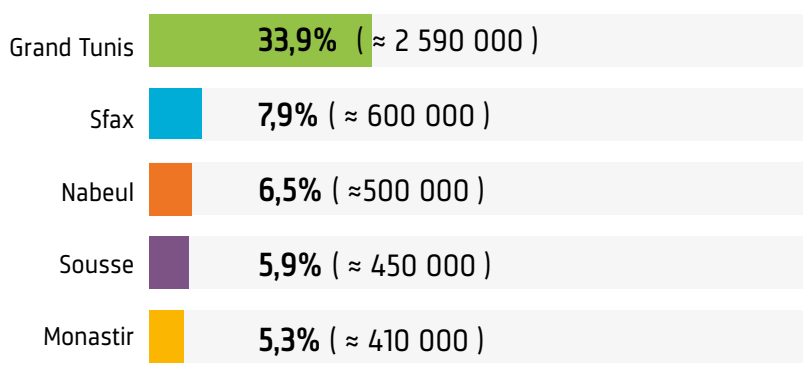
Nombre d'utilisateurs Facebook en Tunisie

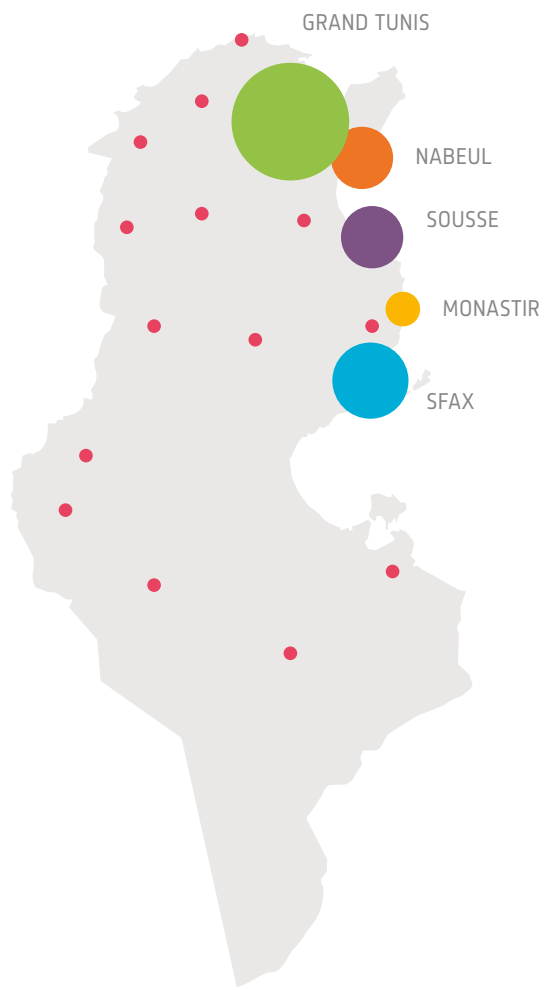
7 647 000

En Janvier 2018 : 8 124 000 **(- 477 000 / -6%)** de comptes ont été désactivés ou supprimés

97% Pourcentage de connectés Facebook via mobile **+3%** par rapport à janvier 2018

Top 5 Régions

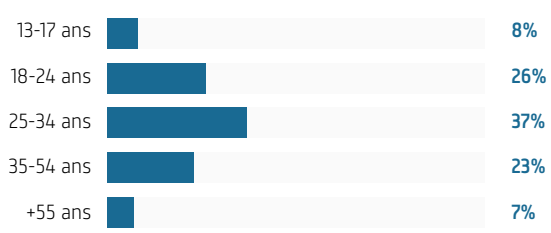




Nombre d'utilisateurs Facebook en Tunisie

7 647 000 66% par rapport à la population

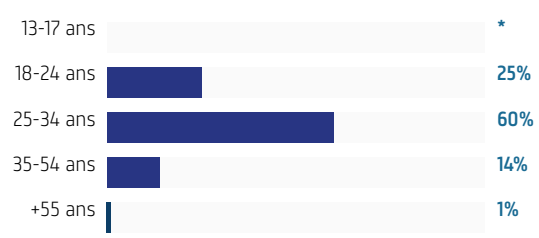
45% 55%



Nombre d'utilisateurs LinkedIn en Tunisie

2 200 000 19% par rapport à la population

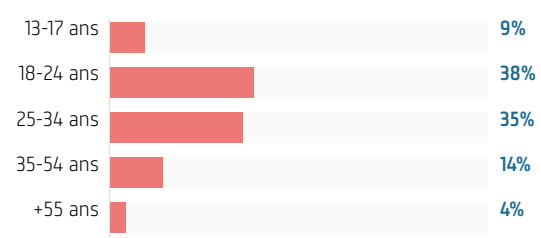
34% 66%



Nombre d'utilisateurs Instagram en Tunisie

2 113 000 18% par rapport à la population

51% 49%



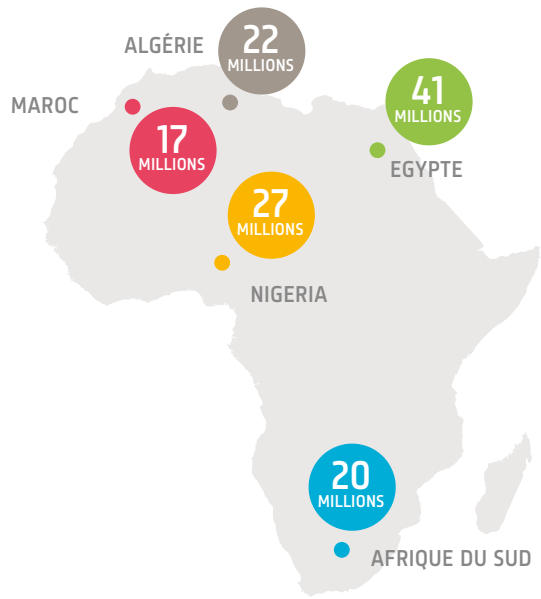
Nombre d'utilisateurs Facebook en Afrique

204 234 000 ≈ **16,86%**

approximativement en janvier 2019 — par rapport à la population (1 211 434 463)

61% **39%** **96,6%**

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



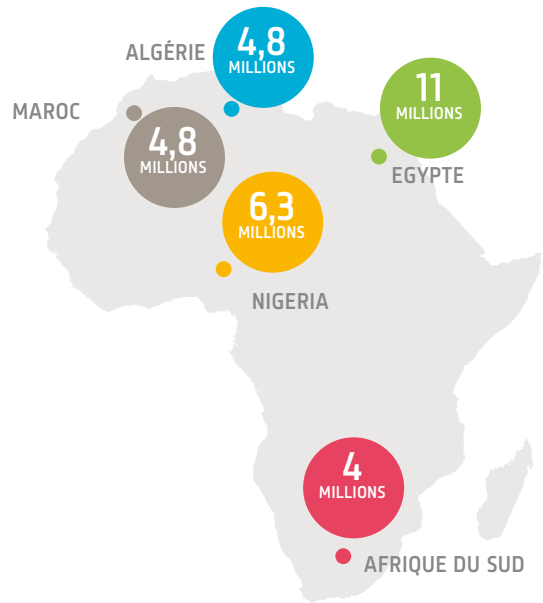
Nombre d'utilisateurs Instagram en Afrique

45 223 700 ≈ **3,73%**

approximativement en janvier 2019 — par rapport à la population (1 211 434 463)

56% **44%**

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



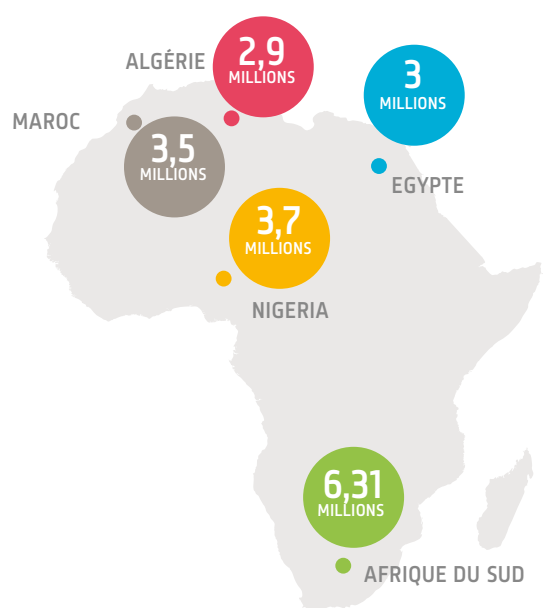
Nombre d'utilisateurs Instagram en Afrique

44 926 260 ≈ **3,71%**

approximativement en janvier 2019 — par rapport à la population (1 211 434 463)

66% **34%**

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



MEDIANET Formation

La formation par nos Experts pour des Experts !

C'est un concept unique créé par nos experts pour nos clients & partenaires et qui consiste à partager notre savoir-faire afin de les former pour mieux concevoir et gérer leurs projets digitaux.

Nous proposons des formations dans les thématiques des nouveaux métiers du Marketing Digital et E-business avec des retours sur expérience, ainsi que des formations intra-entreprise.

Nous sommes une entreprise agréée qui propose des formations en inter et intra entreprises dans les thématiques des nouveaux métiers et des tendances Digital Marketing.

N° agrément : 12/039/01

Avis d'expert

Mariem Omrane
CHIEF DIGITAL OFFICER

" MEDIANET FORMATION traduit le partage d'expertise que nous créons avec nos partenaires.

Etant une de nos valeurs, le partage est la clé de réussite de nos projets grâce à un transfert de connaissances que font nos consultants chacun dans son domaine d'expertise : Marketing Digital, stratégie E-business, Growth Marketing, stratégie Social Media, … "

Parmi nos Formations

MARKETING DIGITAL

Pour maitriser les atouts de chaque canal de communication digital et savoir établir un plan de marketing online tout en analysant ses performances.

COMMUNITY MANAGEMENT

Maitriser les techniques de communication sur les réseaux sociaux et apprendre à mettre en place une stratégie « Social Media » efficace et pérenne !

BIG DATA

Maitriser la gestion des données stratégiques de l'entreprise et connaitre les possibilités de traitement.

PHOTOSHOP POUR LE WEB

Devenir autonome en conception et retouche d'images pour le web tout en maitrisant le logiciel spécialisé Adobe Photoshop.

SEO & WEBANALYTICS

Comprendre le fonctionnement des moteurs de recherche et savoir définir une stratégie de référencement naturel cohérente avec votre stratégie business tout en analysant les performances de vos actions.

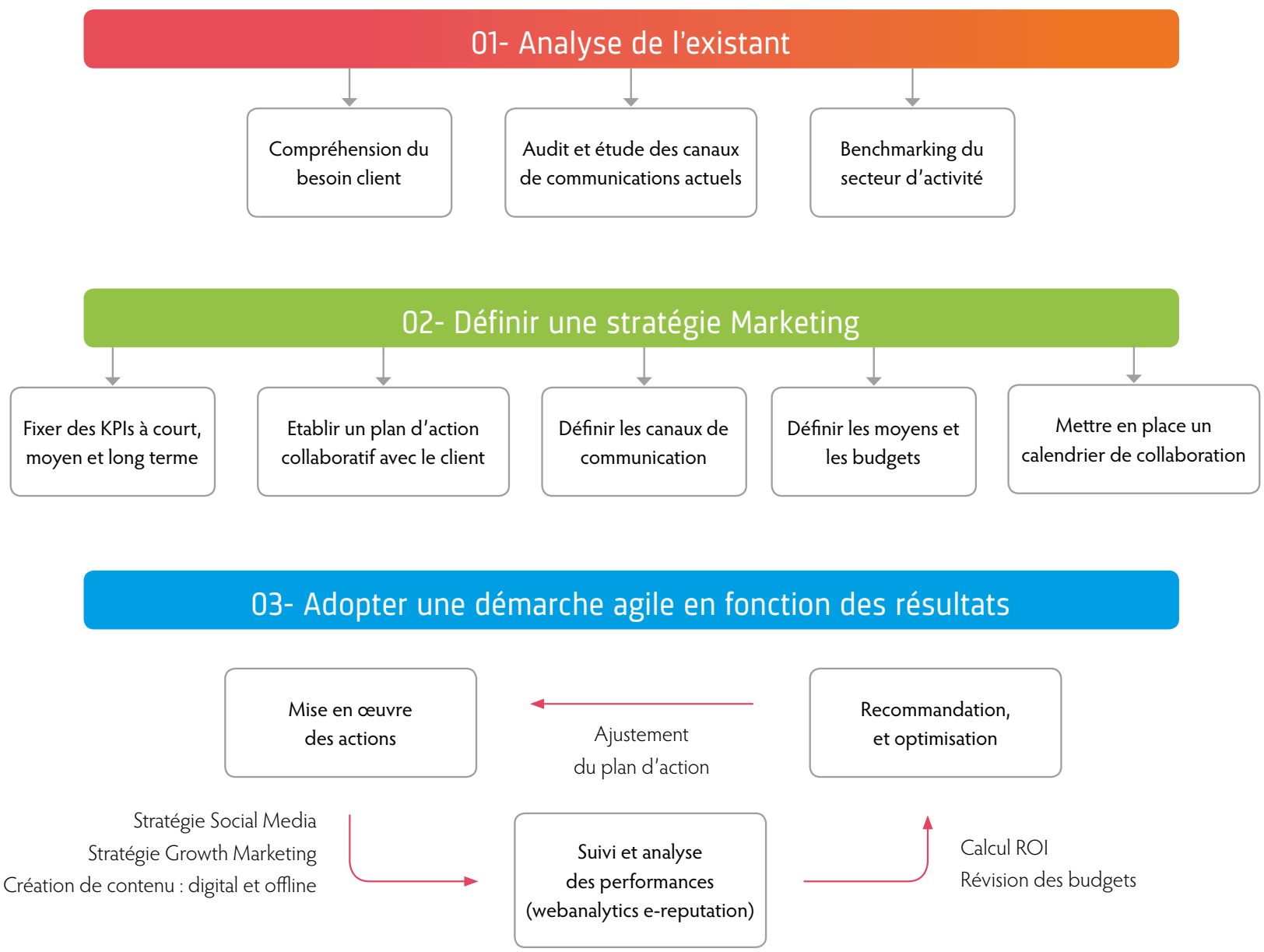
INTRA-ENTREPRISE

Se déroule dans les locaux de l'entreprise qui souhaite entreprendre la formation avec ses collaborateurs. Le choix de la date de la session de formation intra est en fonction de la disponibilité des équipes et du formateur. Le programme est donc établi sur-mesure à la demande du client.

MEDIANET Digitale

MEDIANET Digitale assure l'accompagnement en stratégie Marketing pour plusieurs secteurs d'activité et pour des cibles différentes.

Méthodologie de travail



Parmi nos références

KPIs

de l'enquête de satisfaction client 2019
en accompagnement digital

93,3%* apprécient la prestation d'accompagnement et l'efficacité de la collaboration avec l'équipe projet

100%* apprécient la réactivité des vis-à-vis

* : Les appréciations : bonne et excellente

Activités

Stratégie Digitale

La stratégie digitale au cœur de notre démarche !
Nous créons pour et avec vous, l'écosystème digital générateur de liens forts et durables pour votre marque. Nous mettons en place une stratégie digitale performante qui correspond à vos objectifs e-business.

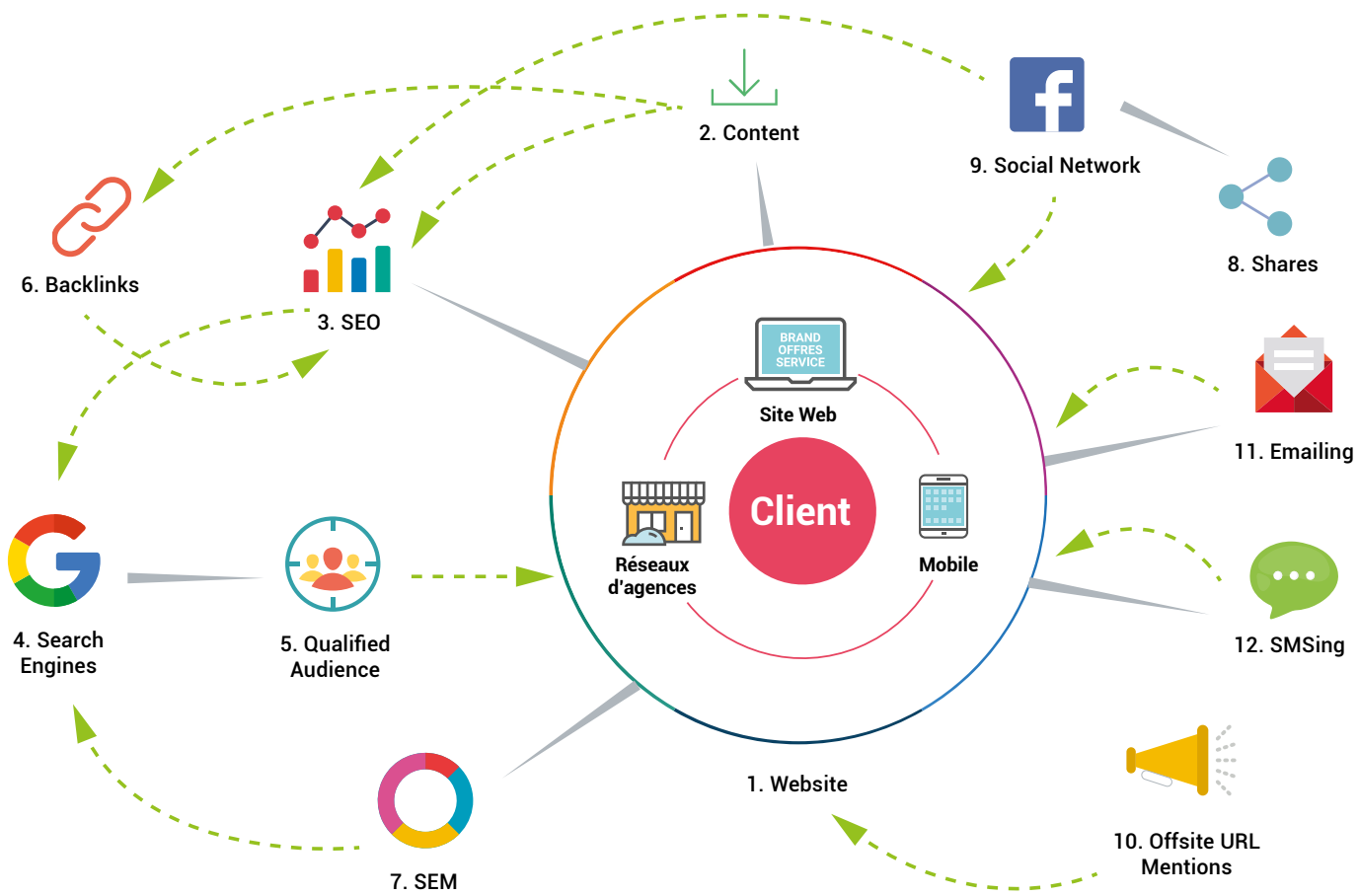
Mesure et optimisation

Nous mesurons la performance de votre site web et l'optimisons, ainsi que celle de vos réseaux sociaux, blogs… Nous optons pour une démarche qui se base sur les objectifs, le suivi et l'analyse des résultats.

Accompagnement

Nous vous accompagnons dans la transformation digitale de votre entreprise en mettant en place une stratégie personnalisée sous forme de formation, coaching, conseil, veille concurrentielle, dans le but de favoriser l'atteinte de vos objectifs stratégiques.

Écosystème E-business



FORUMS & PANELS

MEDIANET sponsor Gold de la 4ème édition du SITIC AFRICA 2019

Ce Salon International des Technologies de l'Information et de la Communication dédié à l'Afrique, SITIC AFRICA est un événement international qui sert de plateforme incontournable pour les pionniers des TICs et les décideurs qui sont à la recherche de nouvelles opportunités de coopération notamment dans le domaine du digital. MEDIANET a animé un workshop intitulé « La transformation digitale by MEDIANET GROUP »

Forum Entreprises ENICarthage 02 12 2019

Sitic Canada 12 11 2019

Tunisia Smart Industry Forum 25 04 2019

Proxif 03 10 2019

EPI Digital Day 24 04 2019

Tunisia Digital Summit 02 04 2019

TOPNET Business Day by TOPNET & MEDIANET

Topnet Business Day, un événement organisé le 11 avril 2019 par Topnet en collaboration avec MEDIANET pour parler de l'avancement technologique lié à la transformation digitale dans le monde et en Tunisie.
Le thème de cette édition portait sur "*Comment réussir sa transformation digitale*". Un thème qui a suscité beaucoup de curiosité et d'interrogation pour les amateurs et les professionnels du digital.

RH & RSE

Défi remporté & certification décrochée
ISO 9001 : 2015 renouvelée

Action de dons de sang à MEDIANET

Formation en culture de l'entreprise

RH Awards 2019 pour les meilleures pratiques suivantes :
1-La transformation digitale, 2-La compensation et benefits,
3-Management de la performance

Petit déjeuner RH à MEDIANET, afin de présenter les nouvelles recrues aux différents collaborateurs dans une ambiance agréable !

Signature de convention de partenariat Alternances

La journée nationale de l'habit traditionnel et de l'artisanat

Sponsoring du Mini marathon organisé par l'association ACJM2

LES DIGITAL DAYS

MEDIANET organise dans plusieurs écoles supérieures, universités et facultés, des journées enrichissantes : « Les Digital Days ».

L'objectif de cette action citoyenne est de permettre aux étudiants de découvrir les nouvelles stratégies et nouvelles activités utilisées dans la communication digitale et également leur donner des opportunités de se présenter, de nous parler de leur parcours et de décrocher des stages au sein de non entreprise.

27 11 2019 HEC recrut

01 02 2020 HEC challenge

06 11 2019 Fintech -Supcom Forum-

20 11 2019 Forum Esprit

26 06 2019 Les journées de l'ISBAT

06 03 2020 Cérémonie Esprit

28 11 2019 Smart Tunisia Job Fair

06 11 2019 Teckup

VISITES ÉTUDIANTS

ISAMM

ESSCT

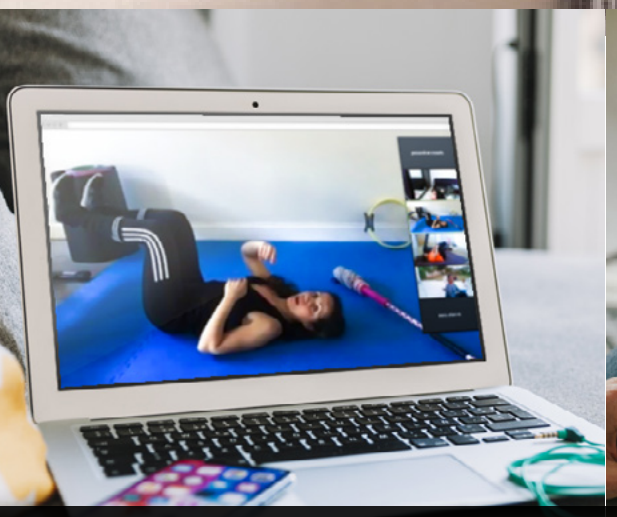
ISET

ESPRIT

IHEC

Supcom

MEDIANET au temps du Covid-19



E-teambuilding sportif

Coaching théâtral en ligne

L'apparition du virus Corona a affecté notre quotidien et a chamboulé notre mode de travail et façon de voir les choses. Pour cela, certaines mesures ont été prises :

Le télétravail

Consciente des risques de propagation rapide du coronavirus, MEDIANET a opté donc, depuis le début du mois de Mars 2020, pour la mise en place et l'exécution du mode de travail à domicile.

Le télétravail est une méthode déjà déployé à MEDIANET, depuis plus d'un an, sur plusieurs départements comme celui du digital ou du design graphique pour des personnes qui ont eu des contraintes familiales, des engagements très particuliers ou bien des urgences…

Une méthode testée sur 100% de l'effectif et les résultats sont concluant.

Évènements à distance

Nous avons également pensé au bien être des MEDIANAUTES en cette période de confinement et de stress.

Nos journées de travail dans nos locaux ont toujours été rythmées par différentes activités. Entre les cafés RH, les soirées jeux vidéo, les tournois jeux de société ou encore les Teambuilding, nous sommes toujours partants pour les moments de détente qui nous rapprochent.

Des séances de E-café entre MEDIANAUTES, qui nous ont permis de passer des moments très conviviaux tous ensemble et de partager notre quotidien.

Puis nous avons pensé à organiser des E-teambuilding. D'abord pour commencer, un **e-teambuilding sportif** sous le signe du défoulement et de l'énergie positive, le tout dans la joie et la bonne humeur.

Des sessions de sport en ligne avec tous les MEDIANAUTES et un coach pas comme les autres !

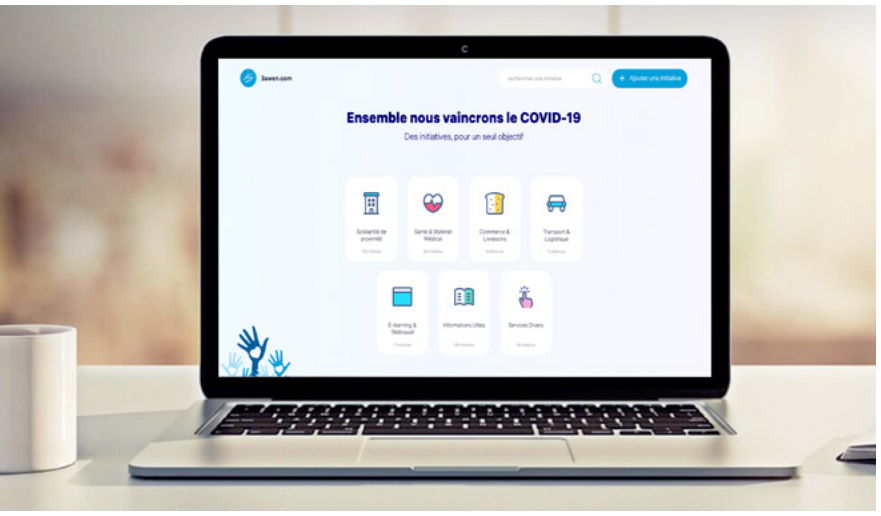
En effet nous avons eu la chance de suivre, à distance, ces séances de fitness très particulières, avec l'instructrice Imen Ben Saidane ACE CertifiedPersonaltrainer, Group Fitness instructor and Holistic coach, qui est également certifiée par la croix rouge des USA en premier secours et premiers soins.

Nous avons relevé ce challenge avec brio et suite à cette réussite, nous avons décidé de faire de ce E-teambuilding une nouvelle habitude, un nouveau rituel de partage !

Ensuite, nous avons fait des séances de **Coaching théâtral en ligne** avec le professeur et acteur Hamdi Hadda.

Des séances qui nous ont rapprochés en cette période si particulière et qui nous ont permis la découverte et la compréhension l'un de l'autre.

Plateformes développées pour faciliter la vie du citoyen tunisien en cette période de confinement



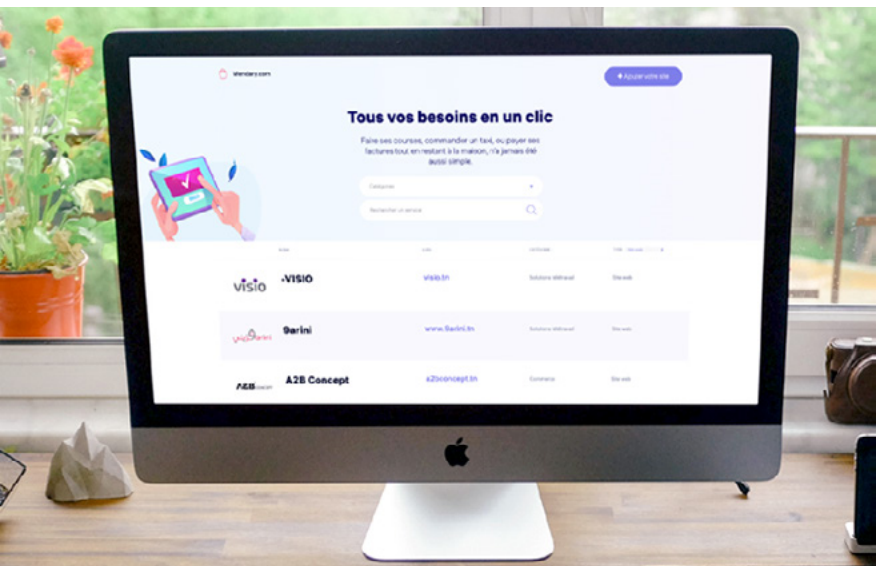
3awen.com

Dans le cadre de son engagement RSE, MEDIANET, en partenariat avec un groupe d'experts de la société civile, a récemment développé la plateforme 3awen.com pour répondre justement aux besoins du citoyen, à un moment où tout est devenu digitalisé.

3awen.com est une plateforme collaborative fondée en mars 2020 regroupant une liste d'initiatives classées dans différentes catégories : Santé & matériel médical, commerce & livraisons, e-learning & Télétravail, informations utiles…

L'objectif de cette plateforme est de centraliser l'ensemble des initiatives et réalisations Tunisiennes qui ont émergé pour faire face à la crise liée au Covid-19.

3awen.com est une plateforme évolutive et qui sera enrichie au fur et à mesure que les services se diversifient.



Mendary.com

En cette période de crise il nous est très difficile de nous déplacer pour faire nos courses, payer nos factures, commander un taxi ou autres !

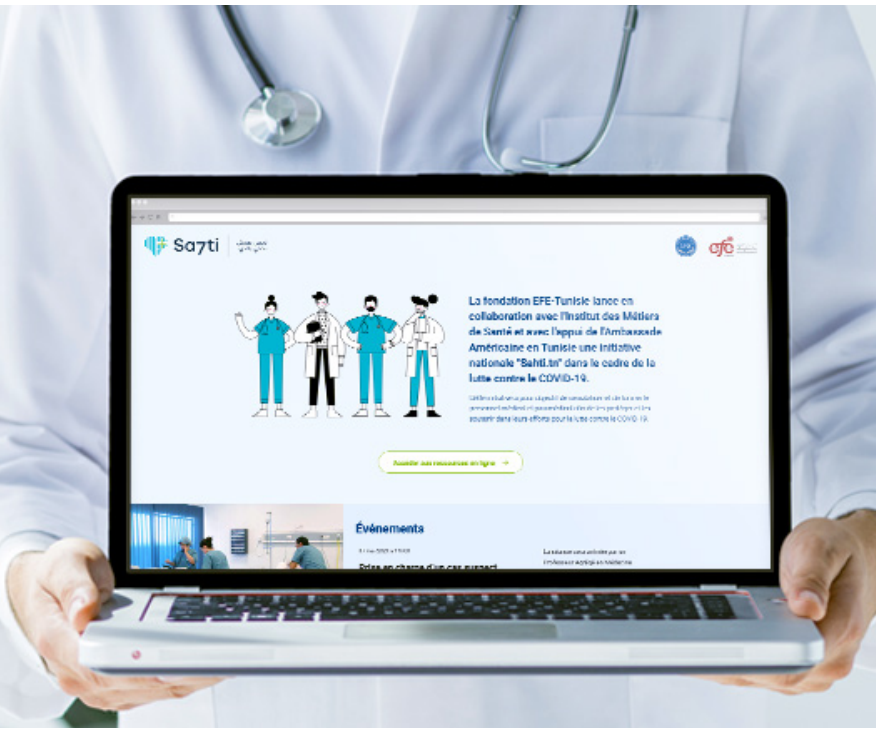
La Fédération du numérique a annoncé il y a quelques jours le lancement de la plateforme Mendary, développée en partenariat avec MEDIANET.

Grâce à cette plateforme, vous n'aurez plus besoin de vous déplacer !

Retrouvez tous les services en ligne, classés par catégories, proposés en Tunisie.

Et si vous êtes un commerçant ou un fournisseur de service, inscrivez-vous sur cette plateforme et inscrivez votre site web qui sera ainsi visible à toute la communauté qui pourra bénéficier de vos services en lignes.

Mendary est le premier fruit d'une nouvelle expérience en mode télétravail par l'équipe MEDIANET, un projet réalisé en temps record.



Sa7ti.tn

La fondation EFE-Tunisie lance en collaboration avec MEDIANET et l'Institut des Métiers de Santé, avec l'appui de l'Ambassade Américaine en Tunisie, une plateforme e-learning dans le cadre de la lutte contre le COVID-19, une initiative nationale "Sa7ti.tn".

Cette initiative a pour objectif de sensibiliser et de former le personnel médical et paramédical afin de les protéger et les soutenir dans leurs efforts pour la lutte contre le COVID-19.

MEDIANET a développé cette plateforme e-learning avec la technologie Moodle et a accompagné la fondation dans la mise en place d'une stratégie de communication digitale ainsi que dans la réalisation du Branding et de sa charte graphique.

Sa7ti.tn est une plateforme d'apprentissage en ligne libre développée à partir de principes pédagogiques.

Différentes formations sont programmées en ligne et sous différents supports : vidéos pédagogiques avec PowerPoint , vidéos pédagogiques avec l'utilisation de la simulation médicale haute fidélité et une vidéo pédagogique en 2D.

Toutes les formations proposées sont certifiantes avec une évaluation avant et après la formation.

Tendances & nouveautés 2020

Designers Tools

Associez des couleurs de vos choix afin de créer une combinaison harmonieuse et originale. Nous avons récemment découvert Khroma, qui génère automatiquement des couleurs en fonction de vos préférences de couleur.

Un algorithme personnalisé :
En choisissant un ensemble de couleurs, vous entraînerez un algorithme alimenté par un réseau neuronal pour générer des couleurs que vous aimez et bloquer celles que vous n'aimez pas, directement dans votre navigateur.

Créer des combos infinis :
Khroma a appris parmi des milliers de palettes créées par l'homme les plus populaires sur Internet pour produire de superbes combinaisons que vous pouvez visualiser sous forme de typographie, de dégradé, de palette ou d'image personnalisée.

Houssem Eddine Nasfi
Designer

Motion Design

L'engouement des marques pour les vidéos en motion design ne cesse de grandir. Le web marketing a envahi nos écrans :
Facebook, Youtube et Instagram, impossible de surfer sur le net sans croiser de la publicité.

Alors pourquoi le motion design séduit autant d'entreprises du web marketing ?

Aujourd'hui, le trafic vidéo sur internet représente 75% des données circulantes.
Les entreprises se retrouvent alors dans la nécessité d'axer leurs stratégies vers le Motion Design.
Alors que le contenu vidéo représentera 84% du trafic en 2020, le motion design se présente comme une véritable solution pour les marques afin de se démarquer de leurs concurrents, et de contrôler les budgets investits dans la production.
La création d'une vidéo motion design demande du temps et beaucoup de créativité.
Cette technique peut être également pertinente pour présenter votre entreprise d'une manière plus dynamique qu'un simple site web.

Rami Ayari
Designer

Comment les marques profitent-elles de TikTok?

Il existe actuellement trois options clés pour les marques qui souhaitent utiliser TikTok dans leurs stratégies marketing :

•Créer leurs propres chaînes de marque et télécharger des vidéos pertinentes pour leurs entreprises

•Utiliser des influenceurs pour ouvrir votre contenu à un public beaucoup plus large (mais bien ciblé)

•Payer pour faire de la publicité en utilisant les nouvelles options

Nous sommes pleins d'idées amusantes et créatives pour le marketing sur TikTok. Voici quelques exemples que vous pourrez utiliser ou vous inspirer :

•Dans un monde où les consommateurs deviennent de plus en plus sceptiques vis-à-vis des publicités, les vidéos brutes et non éditées sur TikTok peuvent être un excellent moyen pour atteindre les personnes utilisant votre marque dans leur vie quotidienne.

•Les vidéos TikTok peuvent également être un excellent outil pour présenter les coulisses et partager du contenu instantané

•Les ressources humaines peuvent rendre les formations plus interactives en utilisant TikTok pour mener leurs sessions

•Etre proche de la cible et rajeunir la marque avec des TikTok en team

•Les boutiques peuvent utiliser TikTok pour les vidéos d'essai toujours populaires. Vous pouvez filmer toute une saison de ventes dans une vidéo accélérée amusante et vous pouvez même ajouter votre propre musique

•Votre produit doit-il être assemblé? Des vidéos étape par étape conviviales peuvent être produites sur TikTok.

Il reste encore du chemin à parcourir avant de devenir un canal clé, mais cela peut valoir la peine d'être considéré pour les campagnes 2020 des marques.

Wael Chellouf
Digital Project Manager

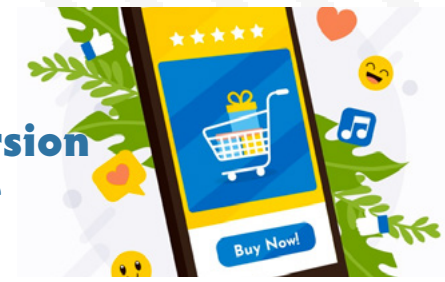
C'est quoi le SXO ?

Le SXO (Search eXperience Optimization), est défini comme le mariage entre l'expérience utilisateur (UX) et le référencement naturel (SEO). Dans cette vision, les moteurs de recherche exigent des sites web d'offrir aux utilisateurs une meilleure expérience de navigation. Le SXO a pour objectif de convertir la visibilité sur les moteurs de recherche en retour sur investissement mesurable.

Passage du SEO au SXO

Depuis l'avènement des moteurs de recherche, les techniques du référencement naturel ou SEO sont en perpétuelle évolution. Les moteurs de recherche, et en particulier celui de Google, se perfectionnent au fil du temps et deviennent aujourd'hui capables de **naviguer sur un site web** comme n'importe quel internaute pourrait le faire.
Il en ressort que de nouveaux critères de positionnement apparaissent et qu'une stratégie SEO reste nécessaire mais n'est plus suffisante pour truster les premières places des pages de résultats de Google.
Tous ces critères visent à répondre aux exigences des algorithmes des moteurs de recherche. Leur objectif c'est réserver une place dans les premiers résultats des SERP en fonction des mots clés spécifiques et réussir à amener du trafic à leurs sites.
L'expérience utilisateur (UX) proposée par un site web est désormais prise en compte pour son positionnement, d'où l'apparition d'une nouvelle discipline baptisée Search eXperience Optimization (SXO).

Hanen Khiari
Digital Project Manager



M-Commerce

Désormais, on ne parle pas que d'e-commerce, mais de m-commerce. En 2020, les achats sur mobile devraient représenter plus de 70% du commerce en ligne partout dans le monde.

Avec l'évolution de E-commerce et la digitalisation émerge l'importance de M-commerce.

En effet, 6 visiteurs sur 10 du trafic e-commerce proviennent du mobile. De surcroît, **71% des acheteurs** utiliseront également un téléphone portable pour parcourir les différents produits et commander via son smartphone en 2020.

En Tunisie au cours de l'année 2019, +60% des utilisateurs du E-commerce proviennet du mobile

Mariem Omrane
Chief Digital Officer

Parole aux Medianautes

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

«First five days after the weekend are the hardest »
Yassine Mechiche / Developer

« You can get everything you want in life if you will just help other people get what they want. » Z. Ziglar
Mohamed Zied Tlili / Hosting & System Administrator Team Leader

« Life begins at the end of your comfort zone » Neale Donald Walsch
Nermine Al-Ayeb / Developer

« Tout seul on va plus vite, ensemble, on va plus loin »
Nada Chamakhi / Social Media Consultant

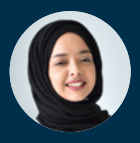
« Tout le monde savait que c'était impossible à faire. Puis un jour quelqu'un est arrivé qui ne le savait pas, et il l'a fait » Mark Twain
Salah Ayed / SEO/SEA Consultant

« Les méthodes sont les habitudes de l'esprit et les économies de la mémoire » Antoine Rivarol
Leila Dehman / Project Coordinator

« Vous devez avoir un principe pour pouvoir résister devant les autres »
Tarek Trabelsi / Multimedia Developer

La #communication est une science difficile. Ce n'est pas une science exacte. Ça s'apprend et ça se cultive
Takwa Rtimi / Multimedia Developer

« Design is not what it looks like and feels like. Design is how it works » Steve Jobs
Leila Ouertani / Designer



« Belief, hard work, love-you have those things, you can do anything. » Mitch Albom
Boutheina Louati / Sales

Cette année nous avons célébré

Les mariages de :

Slim Fares : 18/03/2019
Takwa Rtimi : 05/04/2019
Haithem Ben Rhouma : 01/05/2019
Ibtissem Riahi : 24/07/2019
Bilel Dhkil : 31/07/2019
Anwer Boukhmiha : 24/11/2019

Les fiançailles de :

Emna Moula : 12/10/2019

Les naissances de :

Yahia, fils de Borhen Aouini : 31/03/2019
Yasmine, fille de Maher Mehri : 23/08/2019
Selima, fille de Wael Challouf : 11/02/2020
Rima, fille de Kaouther Manai : 03/04/2020

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 répondera 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 DIGITALE

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 web 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

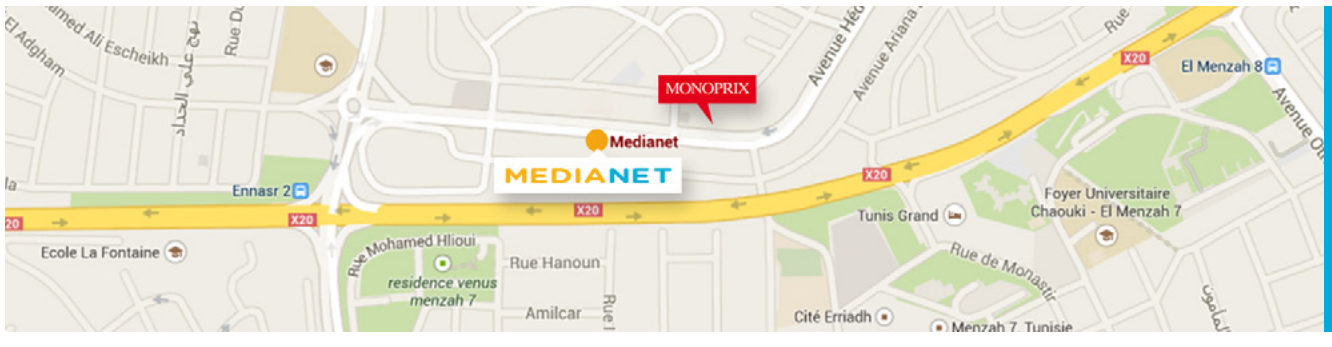
Discipline regroupant l'ensemble des leviers du Marketing Digital (SEO, Pub, E-mailing, Analytics ...etc) dans la finalité d'agir directement sur la croissance et la performance commerciale du e-business.

Brand Content

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

Contenu pour le web, social, blog...

IMPRESSION : IMPRIMERIE TUNIS CARTHAGE



MEDIANET GROUP EN CHIFFRES

4 startups

Effectif MEDIANET Group : 100
Hommes : 55% Femmes : 45%
Moyenne d'âge : 30 ans
900 clients sur 4 continents

facebook.com/MEDIANET.tn
twitter.com/MedianetGroup
blog.medianet.tn
instagram.com/medianet.com.tn
linkedin.com/company/medianet_2
youtube.com/MEDIANETtn

12 AV. HÉDI NOUIRA, Immeuble MAYA D1 ENNASR II 2037,
TUNIS - TUNISIE
Tél. : +216 71 827 484 Fax : +216 71 827 464
E-mail : info@medianet.com.tn Site web : www.medianet.tn

MEDIANET

E-business
Digital Strategy