



Comment les médias tirent parti des données ?

Mars 2018

LE FORMATEUR



MEDIACULTURE

Nom

Cyrille FRANK

Email

cfrank@mediaculture.fr

SMS

+33 6 60 38 55 18

Social Media



@cyceron



Cyrille Frank



Cyrille Frank

PROGRAMME

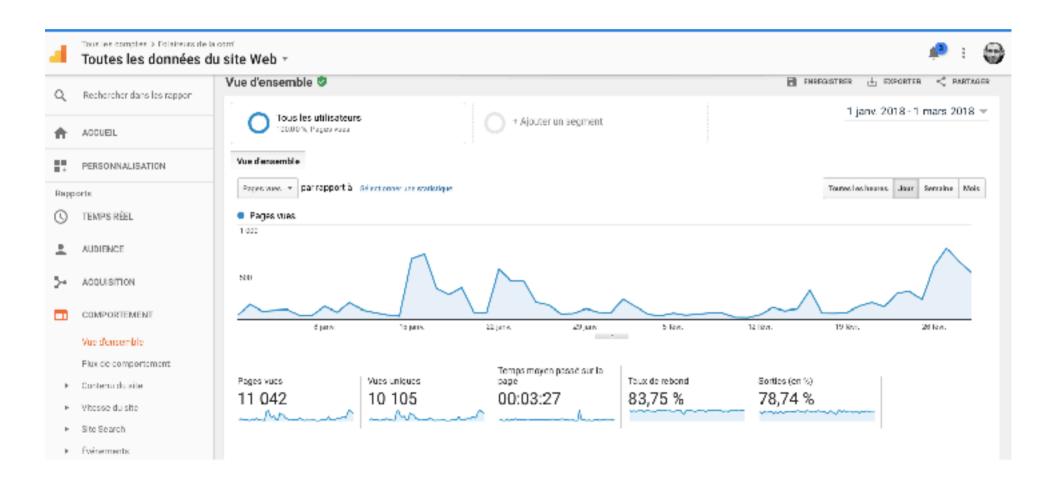
I- L'usage des données pour améliorer la qualité éditoriale ou l'expérience utilisateur

II- L'usage des données sur le plan marketing (recruter des abonnés...)

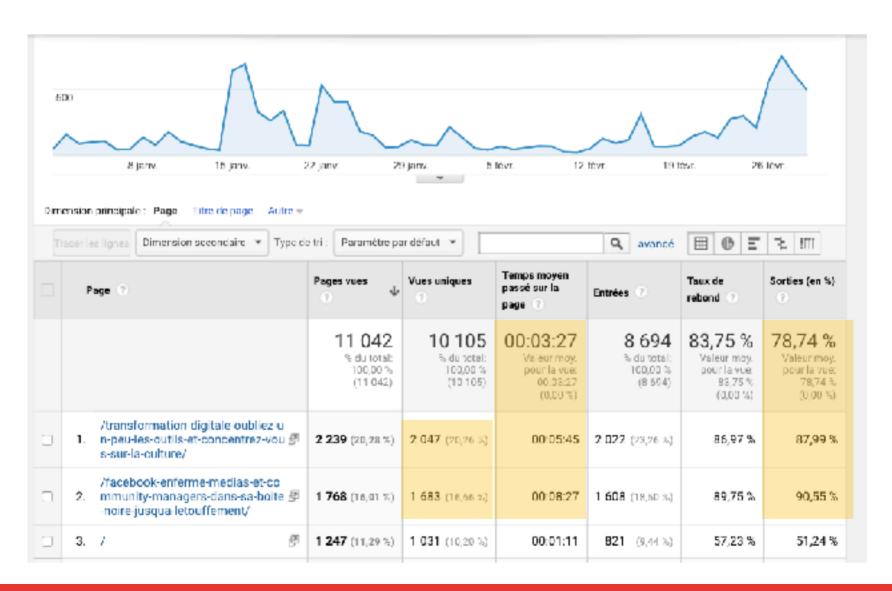
L'USAGE EDITORIAL DES DONNEES

LES STATISTIQUES D'AUDIENCE

Les outils : Google Analytics, AT Internet, Comscore, Omniture...



Evaluer le succès ou l'échec d'un contenu dans le détail.



Chez RFI, qui fonctionne avec **AT Internet**, les chefs d'édition de chaque langue reçoivent un e-mail avec les stats de la veille. Cela a beaucoup amélioré leur consultation par les journalistes.

		VIETE	TTMPS PASSE / PASTS	PAGES VILES / VISITES	TAUX DE SEDON		
sports.sports-20180304-ronalde-passes-500-marik-nadind-shape-pag-shewdown		454	00.01.02	1.1	93.1		
cellure xulture 20180206 detter-president a ellect schange-alghanistani		336	00.0027	1.5	86.4		
sports.cgorb-20180804-messi-rucks-600th-career-goal-barcelona-edge-push-at-dico-madrid		245	00.01.17	1.1	95.		
francestrance 20180001 2017 was record year french champagnege its not all good news		193	00:00:51	1.0	92		
fracted hance 20180001 park metro fines pregnant wordan walking wrong way		152	00,0058	0,5	ลา		
sports reports 20180004 champions elect manchester city face faltering chalses		m	00:07:22	5,1	97,		
sports reports 20180004 psg see troyes	119	00:01:07	1,2	91,			
fracted france 20180004 2017 was record year french champagnege its not all good news	102	00:07:06	1,5	85/			
transectionice 20040 BH pairs metro times pregnant woman walking wrong way	164	000047	32	71,			
sports sports-20180804-ronalde-passes-500-mark-mad nd ahapo-pag-ahawdawn	/>	00.0131	1,6	80,			
(OTAL) Cicronices (c)	8 234	00.02.22	1.7	73.			
GÉOLOCALISATION	歃	RETENTION					
		Errour inconnuc					

Aller voir l'article lui même pour voir sa longueur/ un problème d'accroche?

Page (?)	Pages vues	Vues uniques	Temps moyen passé sur la page		Taux de rebond ?	
/name-shame-une-tactique-de-co 34. mmunication-pertinente-ou-borde @ rline/	44 (0,40 %)	42 (0,42 %)	00:00:51	38 (0,44 %)	92,11 %	



Le « Name 8: Shame » pout constituer un levier d'influence particulièrement impactant où la honse vient frapper de plein foue: la réputation d'une marque. d'une entreprise ou d'une personne gubilique. Mais attention aux risques de dérapages, à l'houre du web social, tribunal populaire parfois hystérique.

Vous ne la trouverez quasiment jamais mentionnée dans les manuels et guides de stratégie de communication. Pourtant, la pratique du « Name & Shame » sevient à intervalles aéguliers sur différents sujets de société et à l'initiative d'acteurs plus divers qu'on ne pourrait le cooire.

Daffaire sulfurruse et scandaleuse du producteur bellywoodlen Harvey Weinstein anupgeriné de délits nesuels multiples a remis au grût du jour cette tactique avec Pirruption depuis le 15 octobre du hashing éBalancetonpore où les fernmes sont invisées à dénoncer un bomme qui aurait commis des gestes de barréllement sexuel à leur encontre.

Conjugué à la viralité extrême des réseaux sociaux, le « Name à Shame » peut effectivement constituer un l'exier d'Influence parties lièrement impactant où la honte vient frapper de ple la fouet la réputation d'une marque, d'une entreprise eu d'une personne publique. Mais il y des risques de dérapages, notamment sur le Web social eù les réseaux sociaux ne sont jamais bien loin de la contagion énotionnelle et la kroidation sommaire.

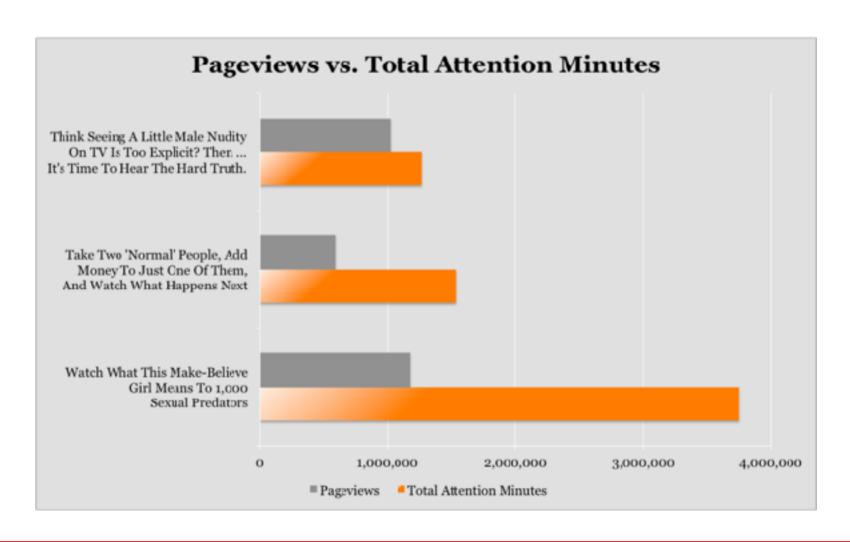


La honte mais avec quelles limites?

Certe stignatisation où les medias sociaux pesent désormais de tout leur poios, l'universitaire américaine jennière jacquet continue imperturbablement de la défendre. Auteur d'unilière remanqué en 2013 indicalé » la Share Necessary ? », elle détaille en quoi le recours à la houte peut génére des effets intéressants pour faire avancer une ceure (5) : « Une partie de la puissance de la houte provient de notre indicaisanters le négatif, cette asymétrie exectaque le notre cerveur traite le positif et le ségatif, les chares négatives manquent plus. Les opisions régatives sont auxoi plus contagnesses que les positives. Perure quelque chose, comme peut-être su réputation, met particulièrement mai à l'aise et est pire que recroir des choses bonnes ». Tout l'ouvrage défend effectivement l'atilisative de la houte pour mentre des entrephies au pied du moir et les forces à s'engager à réparer des erreurs ou modifier des comportements.

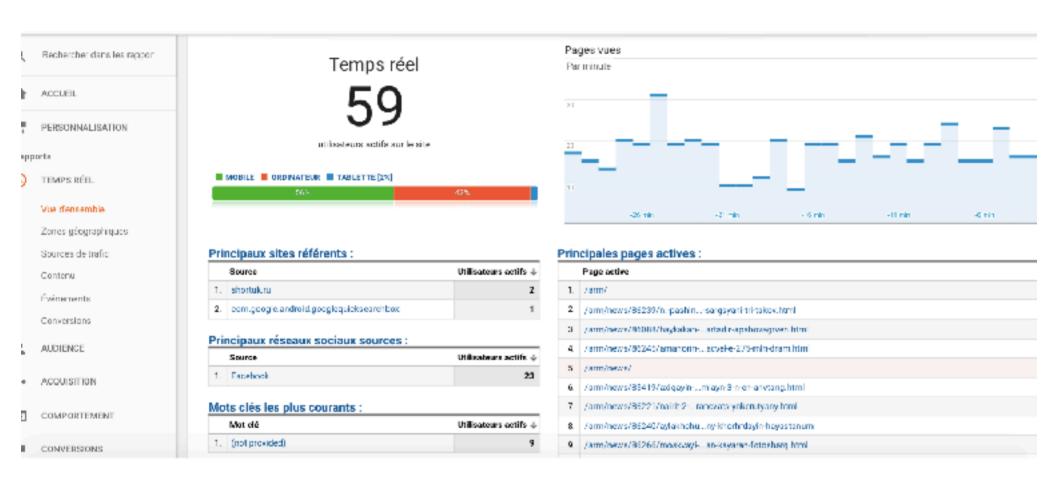
En 2015, le journaliste britannique (on Romon a également consacré un essai » So You've brez publ'oly rhomed » dans lequel il s'interroge ouvertement sur los limites et surtout les éérimes possibles du « Name and Shame ». Pour lui, c'est uns chose que c'être pointé du doigt par la communanté à laquelle vous appartence. C'en est une autre lossque d'autres personnes s'emparent de l'affaire sans rien connaître au suiet initial.

A ses yeux, le « Name & Shame » peut vite devenirune sorte de lynchage collectif plus qu'une réelle poursuite d'une meilleure Justice. A cet égard, on peut se souvenir des déboires de Justine Sacco en décembre 1013. Pour avoir publié un twee. Magneur aux vagues selects natistes, cette communicante américaine a subi Le temps passé, critère qui devient clé à l'ère de l'infobésité et de la bataille pour l'attention. Ex : Buzzfeed « attention minutes »)

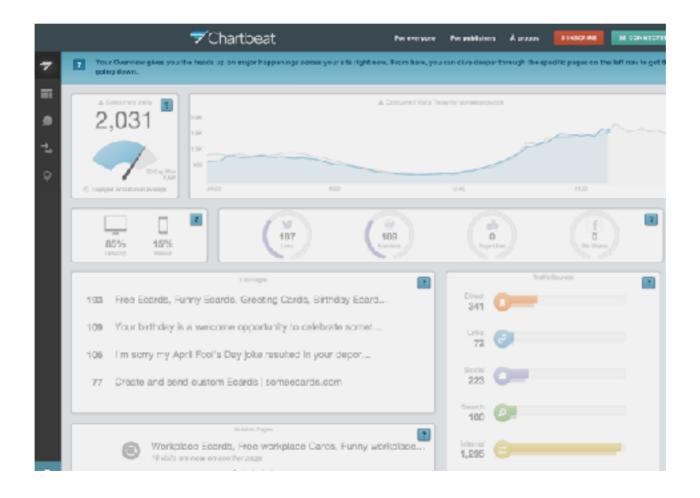


L'ANALYSE EN TEMPS RÉEL

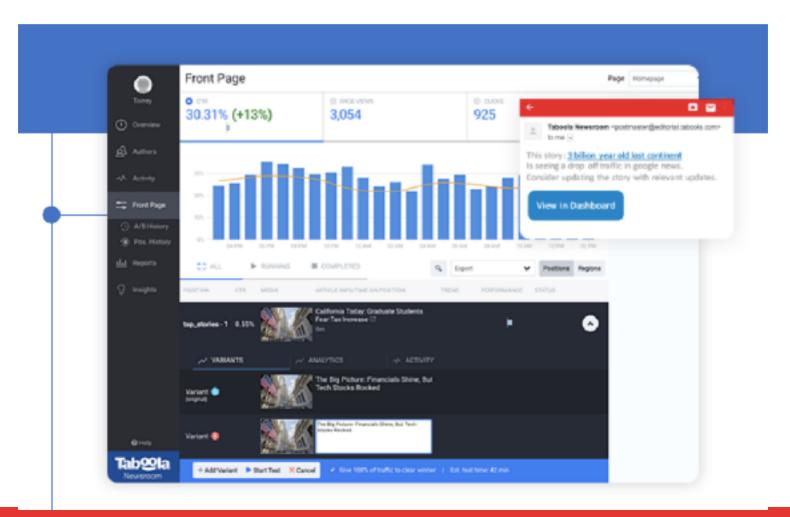
Google Analytics, offre une fonction d'analyse du trafic en temps réel, avec suivi de performance des articles et origine du trafic (canaux, sites référents)



Chartbeat, outil d'analyse du trafic en temps réel, surtout utilisé pour la gestion des pages d'accueil. A condition d'avoir de solides références d'audience, sinon peut-être inutile, voire contre-productif.

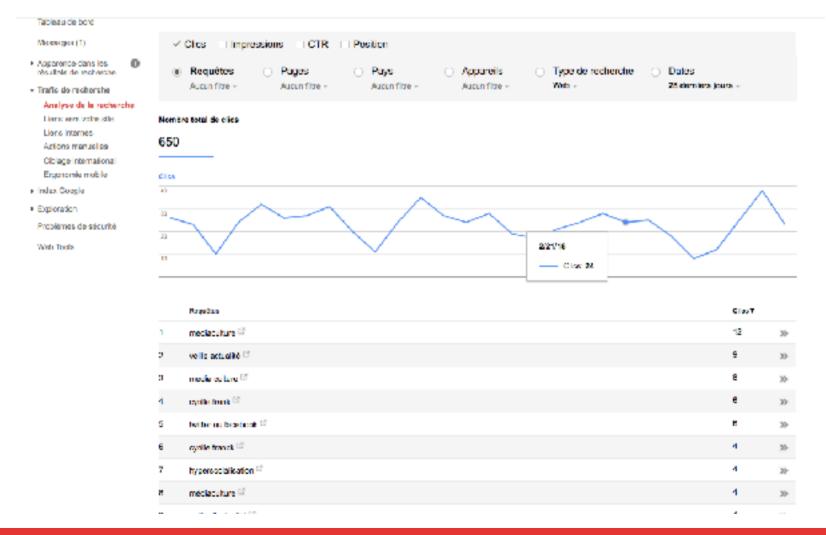


Taboola Newsroom, utilisé par **L'Express et Libération** offre en sus des conseils d'optimisation. Ex : cet article est 30% moins consulté que la moyenne en Top1, déplacez-le en position 2.



L'ANALYSE DES TENDANCES ET BESOINS ÉDITORIAUX

La Google Search console permet de retrouver les mots clés utilisés par les internautes pour trouver votre site. Donne une idée des mots clés/ sujets à creuser.



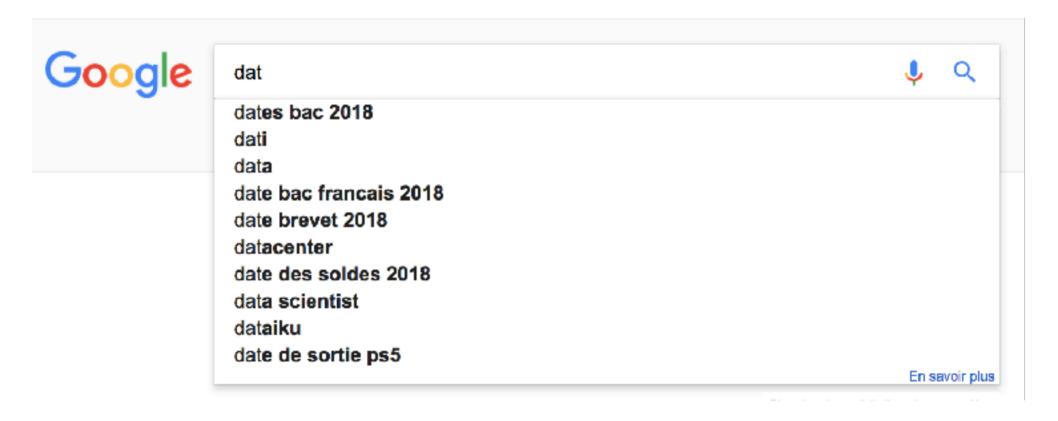
Les stats d'audience de Twitter permettent de mesurer l'impact de votre travail, mais aussi de lancer des ballons d'essai et voir ce qui fonctionne bien.

🍠 Sta	atistiques Accueil Tweets Audiences Événements F	olus 🗸		Cyrille Frank 🗸 🕡
1	Cyrille Frank @cyceron · 27 févr. [Très intéressant] Conflit de loyauté : si je travaille bien à l'école, vais-je trahir mes parents ? nouvelobs.com/rue89/notre-ep @Emilie_Brouze Voir l'activité sur Twitter	706	15	2,1 %
9	Cyrille Frank @cyceron · 27 févr. Baisse du reach FB : c'est fou, les seules solutions envisagées là sont une contorsion aux plateformes : faire+de live, + de sujets engageants (donc polémiques/émotionnels) blogdumoderateur.com/facebook-media v/ @DimitriHommel #Facebook #facepalm pic.twitter.com/CtBbYmyEWk	4 558	79	1,7 %
1	Cyrille Frank @cyceron - 27 fevr. Notre-Dame-des-Landes: la communication de persuasion ne suffit plus! eclaireursdelacom.fr/notre-dame-des par l'excellent @thierryherrant v/ @EclaireursCom #communication #ComPol #trends #NDDL pic.twitter.com/EVfAvJNy7n	6 292	97	1,5 %
	Voir l'activité sur Twitter			

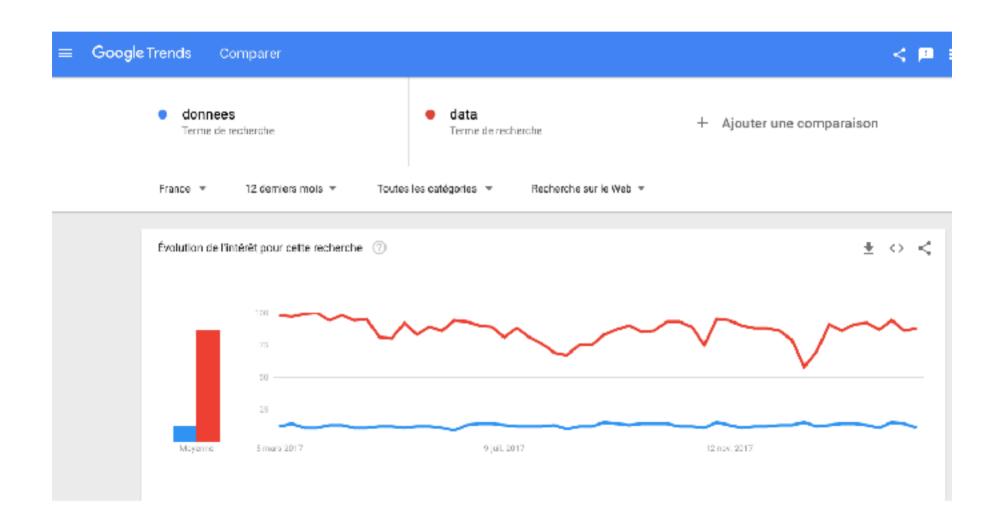
Les stats d'audience de Facebook rendent le même service, mais attention à la notion d'engagement qui mélange les carottes et les navets.

	■ F	ortée : O	rganique/Pa	ayée 📗	Clics sur la pul	blication	Réaction	ns, commentaires et partages
Publié le	Publication	Genre	Ciblage	Portée	e (I)	Intera	ctions	Promouvoir
08/11/2017 15:58	Les salariés "ambassadeur s" sont à la mode. Pour les	6	0	120		1		Booster la publication
31/10/2017 18:30	Les Mooks, top tendance, r estent des niches pour inst	©	0	103		2		Booster la publication
23/10/2017 17:03	Les Mooc n'ont plus la cot e. Pas une raison pour vide	S	0	149		7		Booster la publication
20/10/2017 13:03	L'exploitation du prolétariat émotionnel 2.0 ne fait que	Ş	0	392		16 5		Booster la publication
12/09/2017 15:31	Mise à jour d'un billet de 20 12, plus que jamais d'actua	S	0	97		0 2		Booster la publication

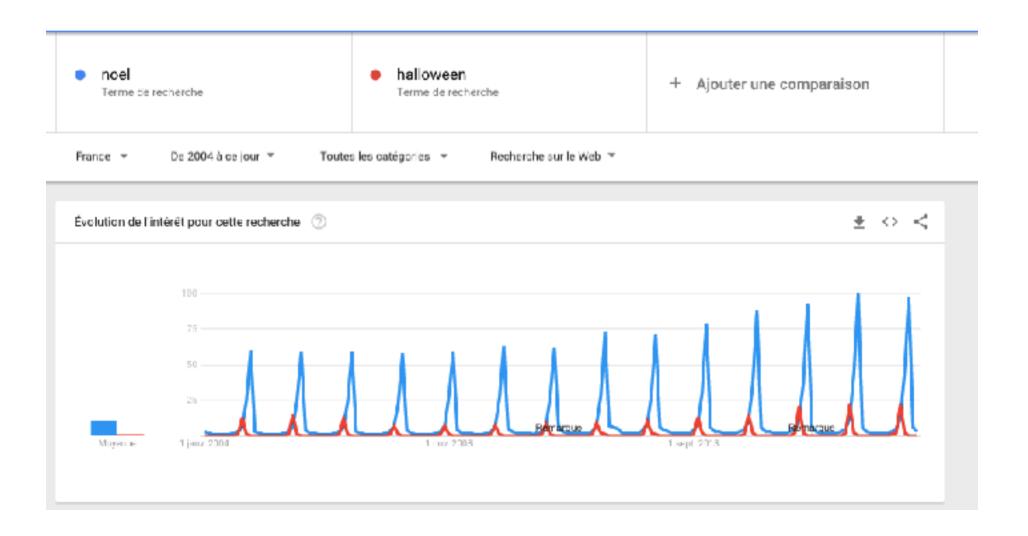
Google Instant : savoir ce que recherchent les internautes : trouver des idées de sujets.



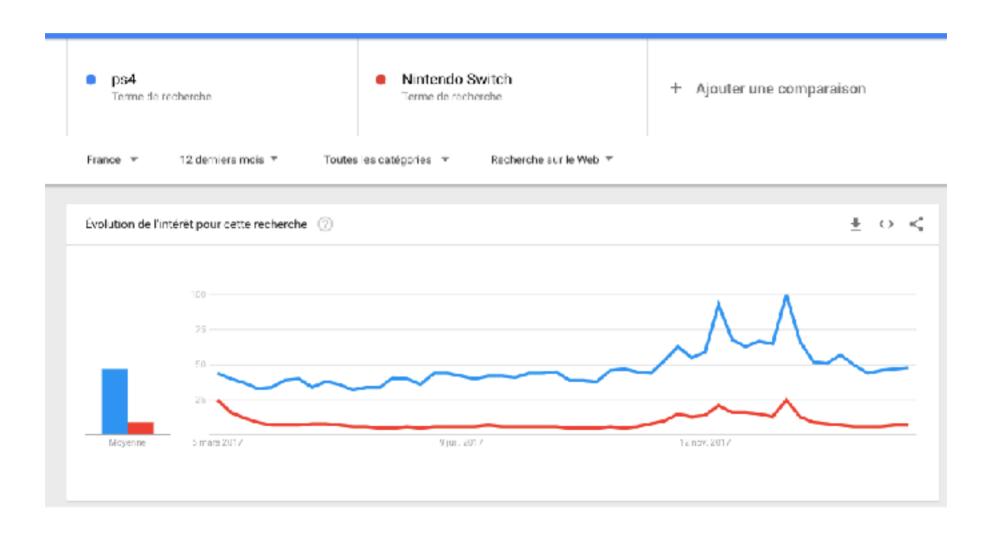
Google Trends : trouver les mots les plus efficaces pour le référencement



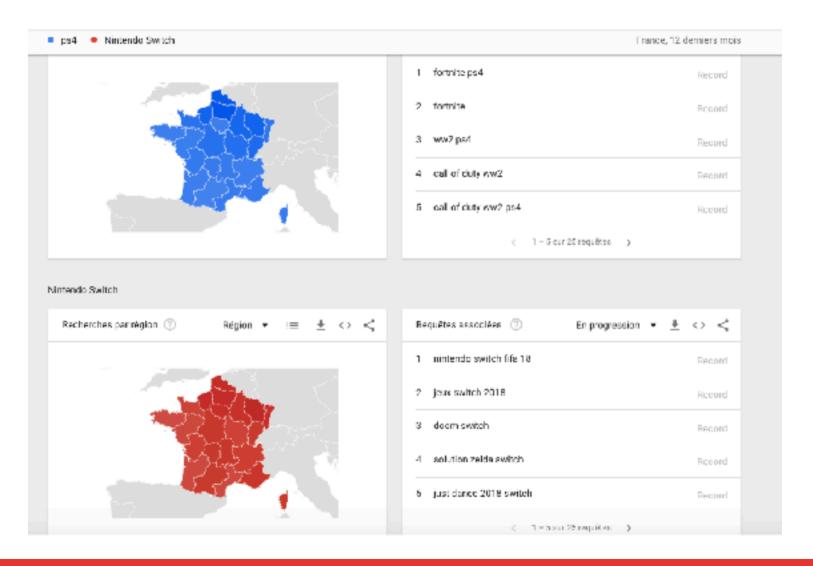
Google Trends : suivre l'évolution d'une pratique culturelle, d'une tendance...



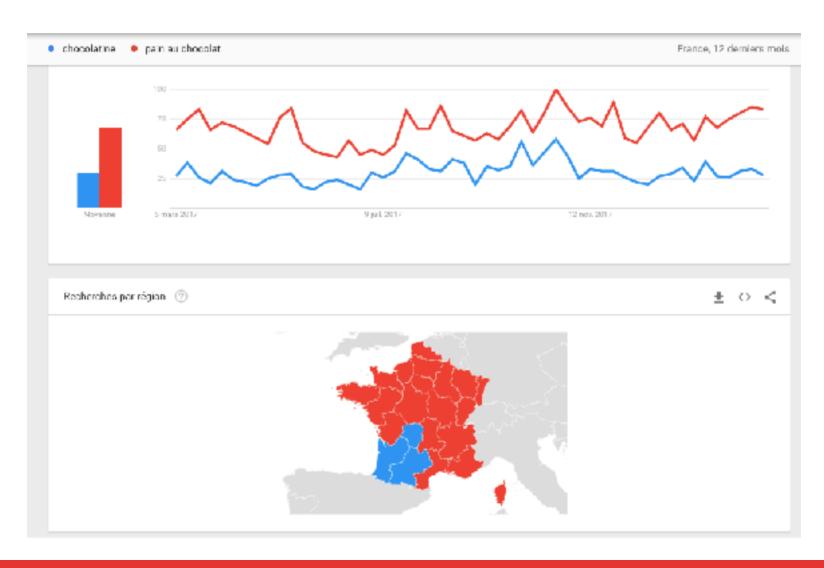
Google Trends: avoir un aperçu d'un rapport de forces



Google Trends : savoir ce que recherchent les internautes : trouver des idées de sujets



Google Trends : avoir une idée des pratiques géographiques

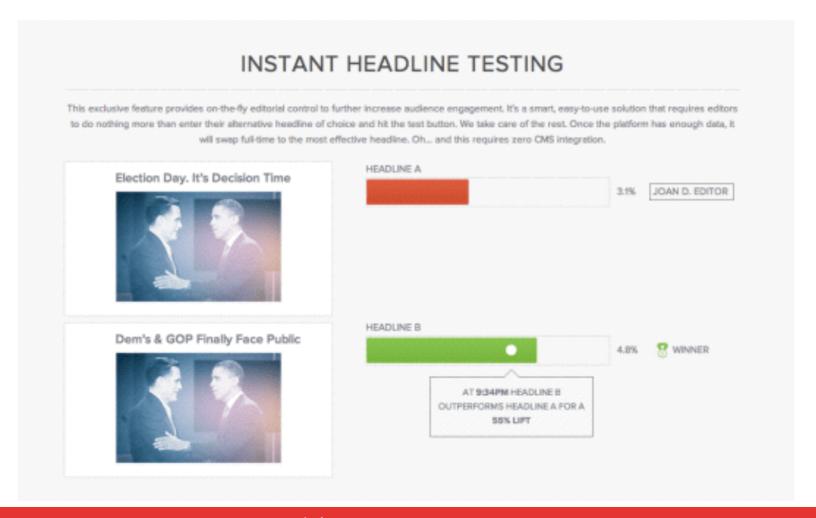




L'OPTIMISATION DE TITRAILLE ET L'ERGONOMIE DES SITES

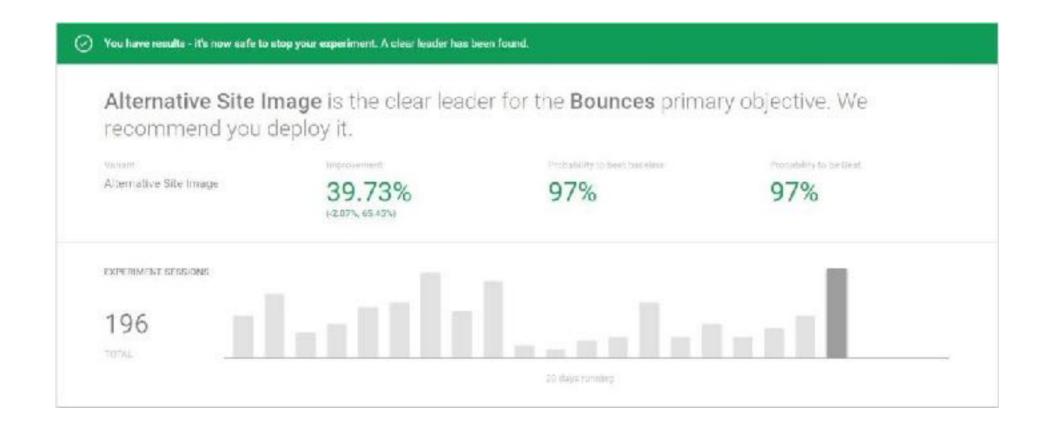
L'AB-TESTING ÉDITORIAL

Visual Revenue (racheté par Outbrain) permet par exemple de tester l'efficacité respective de deux titres en publiant les deux versions simultanément, pendant une courte période.



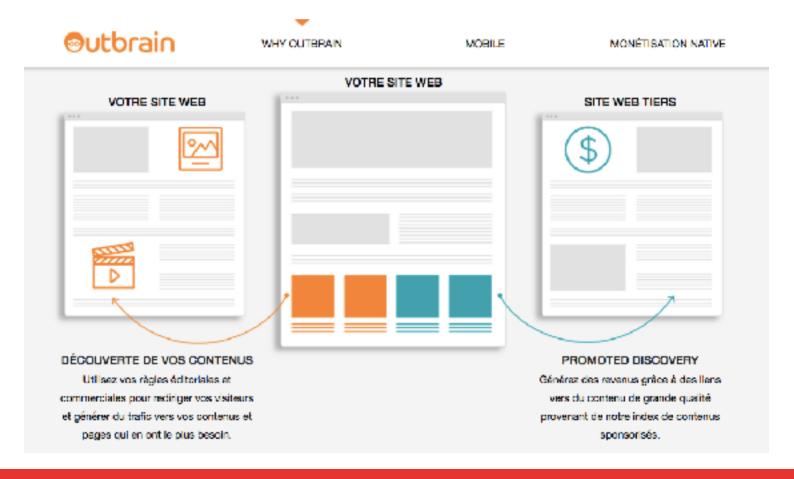
L'AB-TESTING ÉDITORIAL

Google Optimize permet lui, de tester de la même façon, l'efficacité des pages (notamment la page d'accueil). Ici on a testé le changement de visuel d'accueil pour lutter contre le taux de rebond.



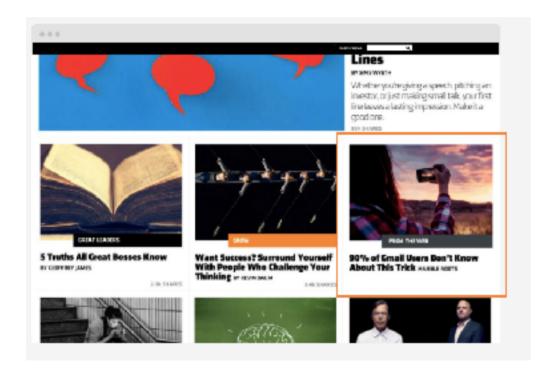
LA RECIRCULATION AUTOMATISÉE

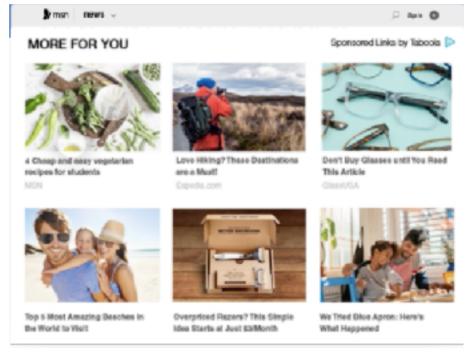
Outbrain et Taboola sont des outils permettant la recirculation automatisée des sites web, via un algorithme de type Amazon : « ceux qui ont aimé cela ont aussi aimé ceci ».



LA RECIRCULATION AUTOMATISÉE

C'est aussi un moyen de gagner quelques revenus par les liens d'affiliation des annonceurs en contenu de marque le plus souvent. Attention à bien les paramétrer : black list, dosage de pub versus recirculation interne...

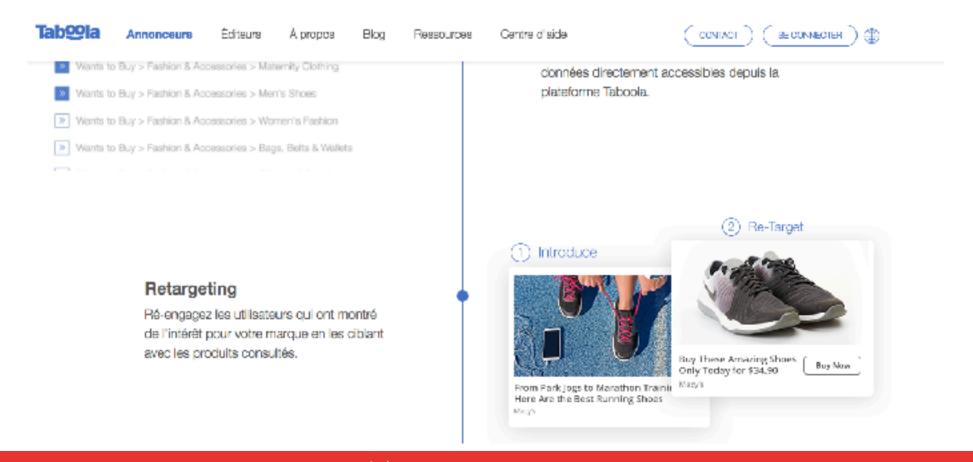




LE RECIBLAGE COMPORTEMENTAL

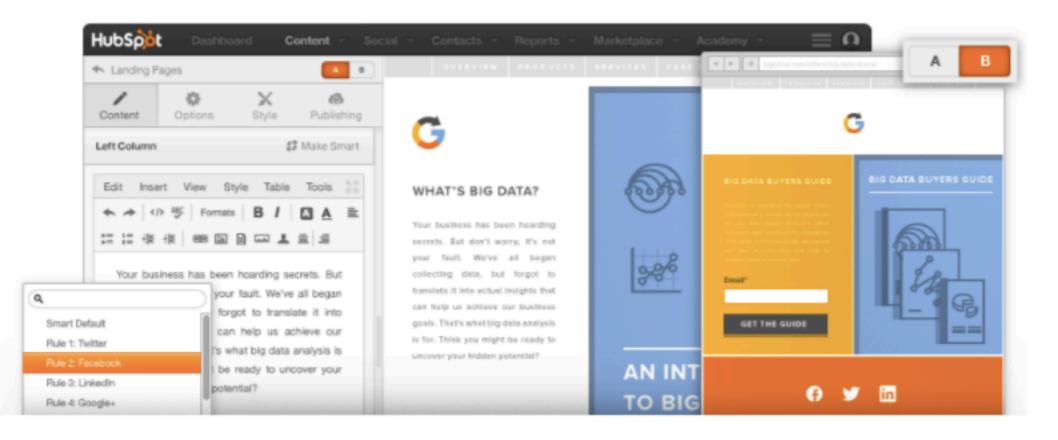
Des outils permettent de proposer des blocs d'information personnalisés, selon les contenus précédemment consultés.

Un visiteur a consulté un article sur Michael Jordan > on lui propose Un dossier+ video sur les légendes de la NBA



L'ÉDITING COMPORTEMENTAL

Hubspot permet pour sa part de créer des blocs spécifiques selon la nature du visiteur. Ici un bloc différent selon le canal d'arrivée (Facebook, Twitter, accès direct...). On peut imaginer des blocs qui promeuvent la newsletter à partir de 3e visite, pas avant!



LA DIFFUSION AUTOMATISÉE

LES PUSHS AUTOMATISÉS

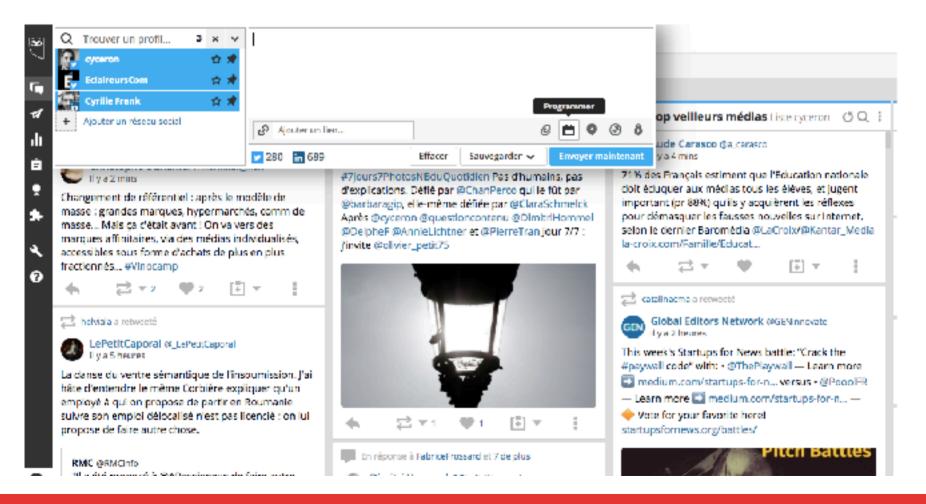
Notifications envoyées aux utilisateurs de l'application selon ses habitudes de lecture, son opt-in thématique, le nombre d'articles consultés dans la journée/semaine/mois.

Visualisation de tous les pushs envoyés par vos applications et celle de vos concurrents, qui permet de vérifier leur heure d'arrivée sur le smartphone des utilisateurs.



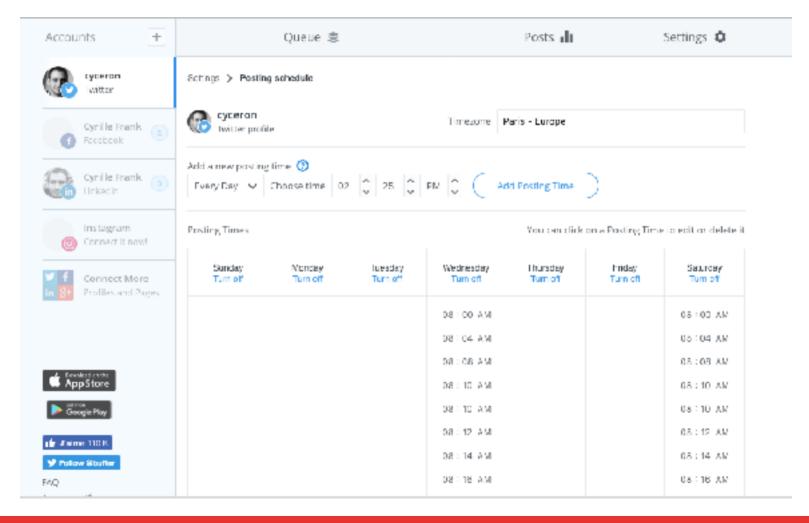
- L'AUTOMATISATION SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX

Hootsuite permet de diffuser gratuitement sur 3 réseaux à la fois. Attention Twitter annonce qu'à partir du 23 mars, il sanctionnera les abus = un même contenu publié sur plusieurs comptes



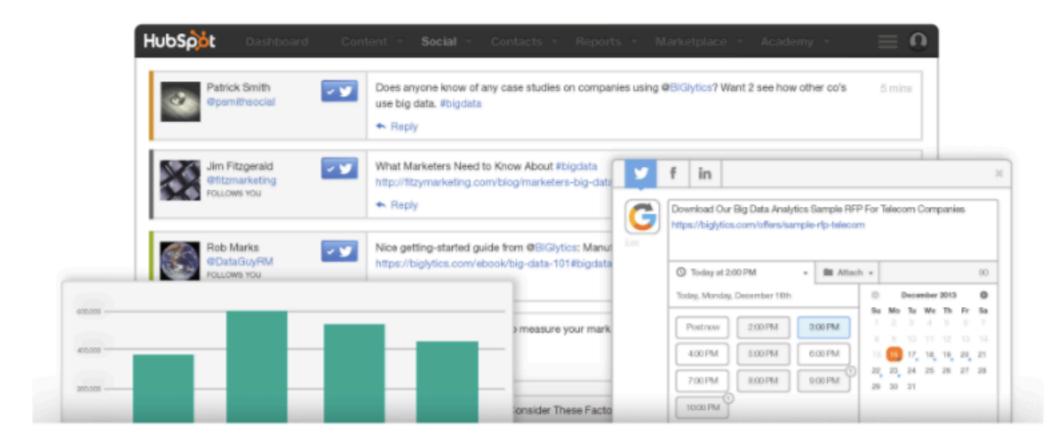
- L'AUTOMATISATION SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX

Buffer permet en outre de créer des règles de publications. On crée alors des files d'attente d'envois automatisés.



- L'AUTOMATISATION SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX

Hubspot (payant) ajoute à cette programmation, les statistiques centralisées de chaque réseau.



ORGANISER SES DONNÉES: L'IMPORTANCE DES TAGS

C'est quoi un tag?

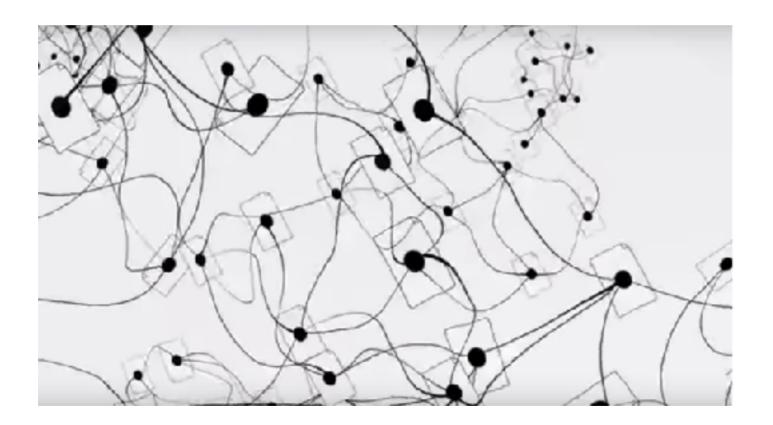
 Un tag est un mot ou une expression qui agrège tous les contenus qui le contiennent. Ex : salon de l'agriculture



 Les tags servent aux lecteurs : rassembler en un seul endroit tout ce qui traite du même sujet, et mettre ces contenus en valeur, selon l'actualité du moment.



 Les tags servent aux moteurs : faciliter l'indexation des pages par Google et lui indiquer la richesse produite sur un même pour améliorer le référencement naturel (SEO)



• Qu'est-ce qu'un bon tag ?

- **Populaire** (c'est comme cela que les gens font leur recherche -> utiliser Google Trends le cas échéant)
- **Spécifique** sinon peu pertinent ni pour Google, ni pour Google un tag n'est pas un nom de rubrique (« Agriculture » non ! « Salon de l'agriculture » oui)

- **Identique** sur toutes les pages (attendre la saisie semi-automatique du tag/étiquette dans le CMS, définir des règles de base)

- Riche en contenus. Vous avez du contenu riche sur ce sujet ou allez en produire. Ne créez pas trop de tags, seulement sur la base des mots clés présents dans l'article!

PRODUIRE DES DONNÉES, AVEC L'AIDE DES ROBOTS ?

FAIRE ÉMERGER LES ARCHIVES AUTOMATIQUEMENT

Le projet Zombie du Temps accessible en open source

Bonjour

Voici les suggestions de Zomble.

1- ACTUALITÉ DU JOUR

Tour de France (topics: Cydisme, Froome)

La maigreur des coureurs est une bonne nouvelle» 12.12.2014 / Score: 89.

«Le Tour de France ? Un monde de précarité» 7.11.2015 / Score : 87

Attentat en Irak (topics: Etat islamique, terrorisme)

L'Etat islamique, une histoire violente» / 31.01.2016 / Score : 80.

«L'Etat islamique fini? Pas si vite» / 22.01.2013 / Score 60.

Antoine Griezmann (topics: à Euro, Equipe de France)

«Reportage à Mâcon au pays d'Antoine Griezmann» / 31.01.2015 / Score : 75.

«Comment les recalés du foot français sont devenus des premiers» / 31.05.2016 / Score : 45

2. CETTE SEMAINE, ON PARLE BEAUCOUP DE....

Véganisme (topics: alimentation, mode de vie)

«Tiens, il paraît que je suis flexitarien» / 31.03.2012 / Score : 73.

«Faut-il arrêter de manger de la viande» / 27.02.2015 / Score : 45.

3- VOUS POURRIEZ AUSSI REPUBLIER...

«Ces Suisses qui aident les réfugiés» / 13.05.2014 / Score : 91

L'ACTUALISATION AUTOMATIQUE D'UN ARTICLE

Il est possible de relier les données publiques : taux de chômage, niveau de vie moyen, nominations publiques... à un tag pour que chaque nouveau chiffre officiel s'actualise dans l'article.

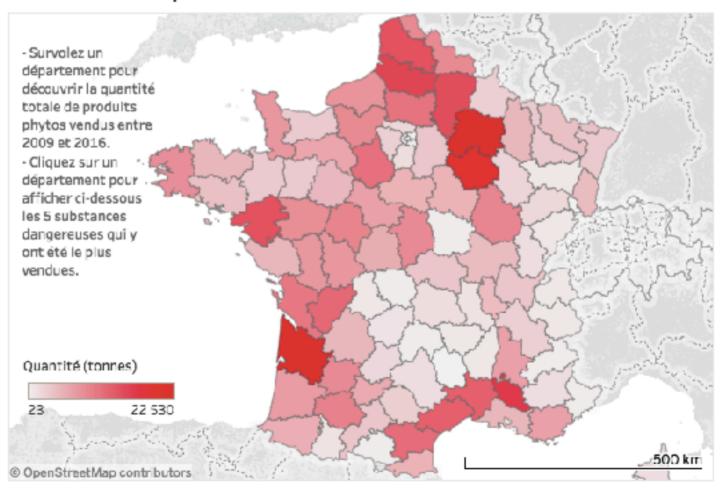
Le Monde y travaille avec les Décodeurs pour mettre automatiquement à jours des centaines de données de leur site.

L'imprévu a crée une simple tableur Excel de chiffres publics actualisé automatiquement, pour préparer le fact-checking de l'émission « Des paroles et des actes ».

Le Moniteur a lui aussi commencé à indexer sa base d'acteurs publics à partir des nominations officielles du JO.

ACTUALISATION DYNAMIQUE D'UN CONTENU MULTIMEDIA

Combien de pesticides vendus en France entre 2009 et 2016



LES ROBOTS « JOURNALISTES »

Le Washington Post et son robot Heliograf a écrit 850 comptes-rendus sportifs et alertes en 2016. Il écrit aussi régulièrement des articles sur <u>le foot universitaire US.</u>

USA Today utilise un logiciel pour créer de courtes videos.

AP utilise un algorithme pour produire des rapports financiers (entre autres). L'agence déclare avoir libéré 20% du temps de ses reporters.

Le Monde a utilisé un robot pour rapporter les résultats du premier tour des élections départementales le 22 mars 2015.

Votre avis?

Un exemple du Washington Post

Game Summary:

The Yorktown Patriots triumphed over the visiting Wilson Tigers in a close game on Thursday, 20-14.

The game began with a scoreless first quarter.

In the second quarter, The Patriots' Paul Dalzell was the first to put points on the board with a twoyard touchdown reception off a pass from quarterback William Porter.

Wilson was behind Yorktown 7-0 heading into the second half. Wilson's Anton Reed tied the score with a two-yard touchdown run. The Patriots took the lead from Wilson with a two-yard touchdown run by Tanner Wall. The Patriots scored again on Adam Luncher's 29-yard field goal.

Yorktown maintained their lead going into the fourth quarter, 17-7. The Patriots extended their lead over the Tigers on Luncher's 27-yard field goal. Wilson cut into the Patriots' lead with a three-yard touchdown run by Amir Gerald. The game ended with Yorktown defeating Wilson, 20-14.

Yorktown's top passer was Wilson, who completed 6 of 10 passes for 91 yards and one touchdown. Yorktown's top rusher was Wall, who had seven carries for 57 yards and one touchdown. The Patriots' top receiver was Wall, who had four catches for 54 yards.

Yorktown will play Wakefield High School (1-0, 0-0) on Sept. 8. Wilson will play McKinley Technical High School (0-1, 0-0) on Sept. 8.

MON AVIS...

Le traitement purement factuel de l'info n'a plus de valeur : le bâtonnage de dépêche n'a plus de sens

Les algorithmes libèrent du temps pour faire autre chose : vérifier l'info pour commencer, la rendre plus digeste

Il faudra revenir à la source du métier et monter en compétence pour améliorer la mise en forme (data)journalisme, dataviz, écriture...)

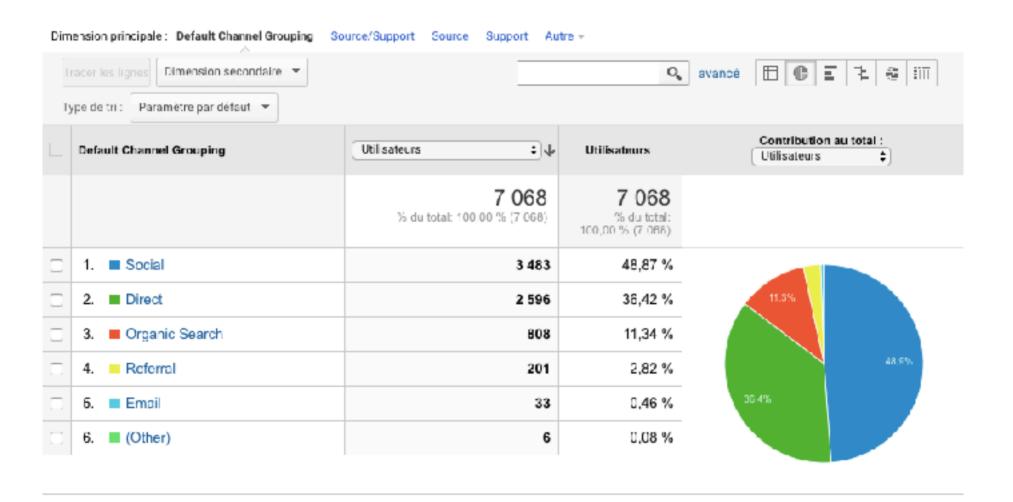
L'USAGE MARKETING DES DONNEES

MESURER L'AUDIENCE A PLUS LONG TERME

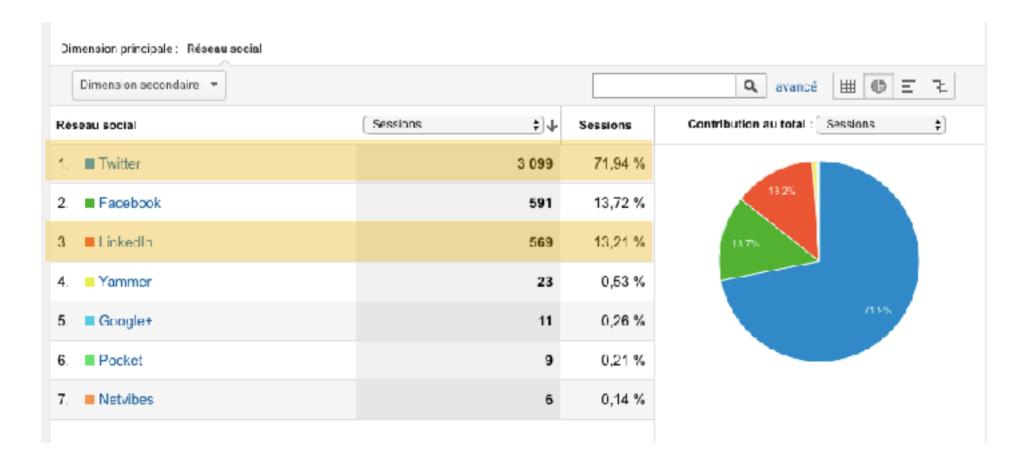
 Le marketing analyse les données sur une temporalité plus longue (mois, trimestre, année), afin d'exclure les aspects conjoncturels (actu particulière, météo...). Canaux et supports de consultation, visites, temps passé.



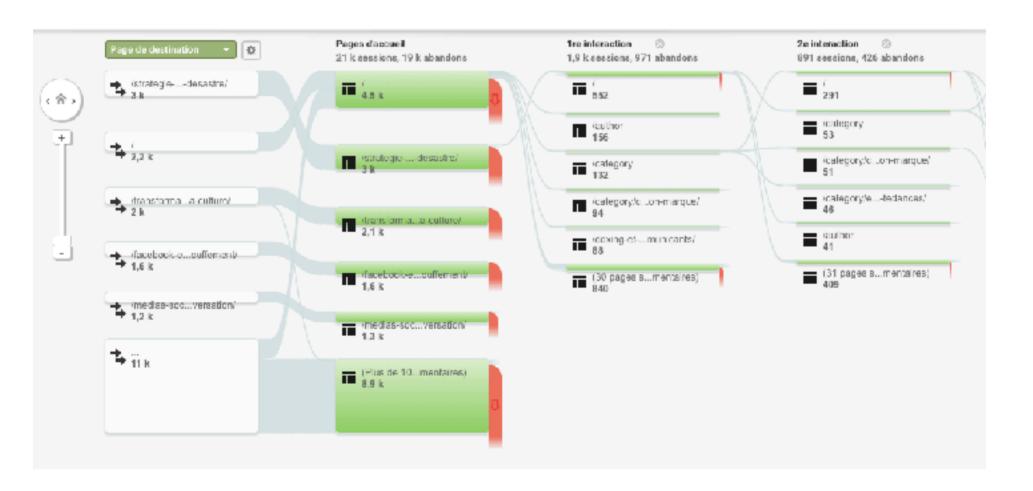
Savoir d'où viennent vos visiteurs = les canaux. Remarques ?



D'où viennent vos visiteurs, **focus réseaux sociaux.**A comparer au temps consacré à chaque réseau pour mesurer Le rendement. Ici, Twitter marche très bien, mais meilleur rendement de Linkedin.



Connaître leur parcours précis. Ici un constat : peu de recirculation > améliorer l'ux pour doper le nombre de pages vues par visite ? Plus de la moitié des visites provient de 5 articles. Il faudrait les examiner en détail !



MESURER L'EFFICACITÉ SUR MOBILE

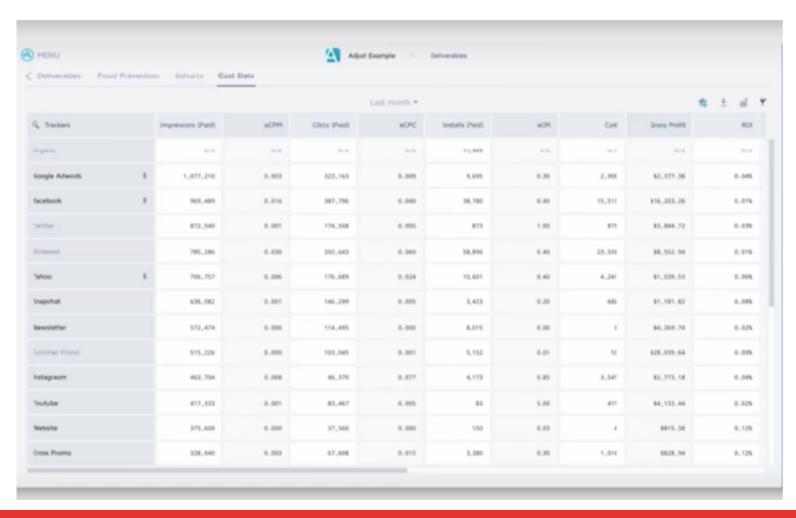
 Adjust produit des Stats sur les applications. Nombre de clics sur les bannières, nombre d'installations = taux de conversion par canal de recrutement.



 Vérifier la rétention au fil du temps, l'usage réel (sur les critères de votre choix : visites, temps passé, niveaux d'un jeu...)

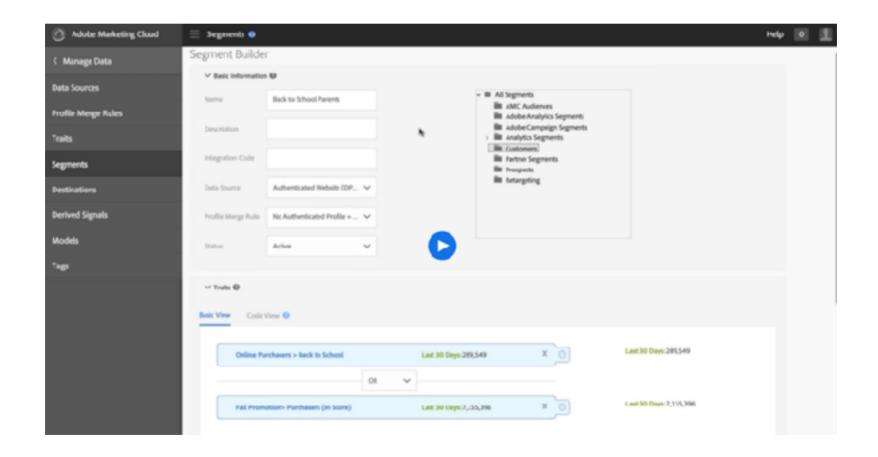
		Last month ▼					10
Clicks	Installs	Conversion Rate	Tutorial Complete	Level 1	Level 10	Purchase Gold	
N/A	11,969	N/A	9,575	1,197	1,137	934	
3,163	9,695	3.00%	8,725	969	921	756	
7,796	58,169	15.00%	40,719	5,817	5,526	4,537	
4,508	8,725	5.00%	5,235	873	829	681	
2,643	58,896	15.00%	44,172	5,890	5,595	4,594	
6,689	10,601	6.00%	6,361	1,060	1,007	827	

Vérifier le ROI par canal de recrutement sur les applis payantes.

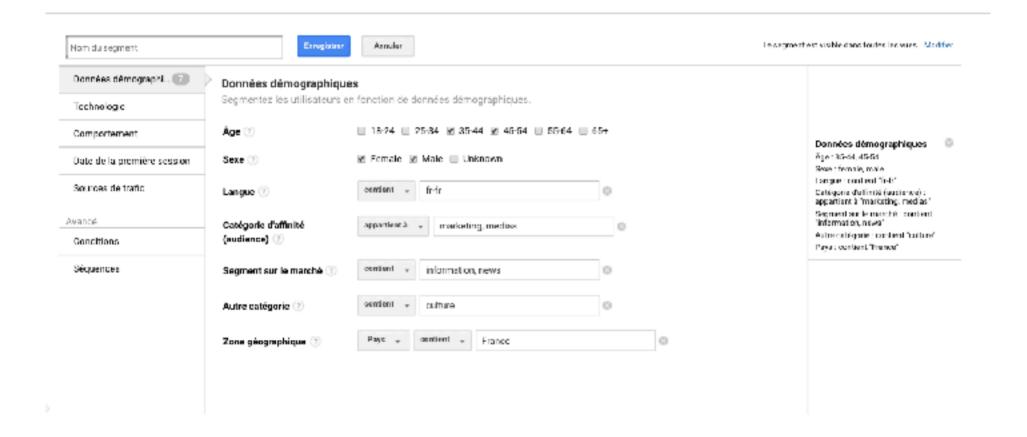


SEGMENTER SON AUDIENCE, CLÉ DE L'ANALYSE MARKETING

 Segmenter son audience en croisant des critères pour identifier de bonnes pratiques. Ex. Visiteurs en provenance de Facebook + temps passé > 3mn + iOS sup. 8 + . Ci-dessous Adobe Audience manager



 Google Analytics permet aussi de créer des segments d'audience très précis pour vérifier l'engagement d'une cible selon ses critères CSP, son équipement, ses affinités...

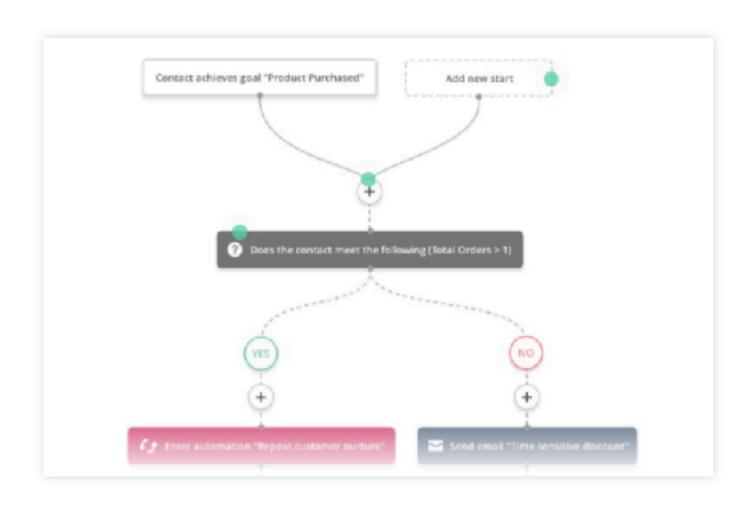


 Adjust (monitoring mobile) permet aussi de créer des segments pour mesurer des usages précis sur des catégories de publics définis.
 Ex : nombres d'installations sur iOS depuis 7 jours, nombre d'achats des 30 derniers jours sur la France, iOS >7 et <10

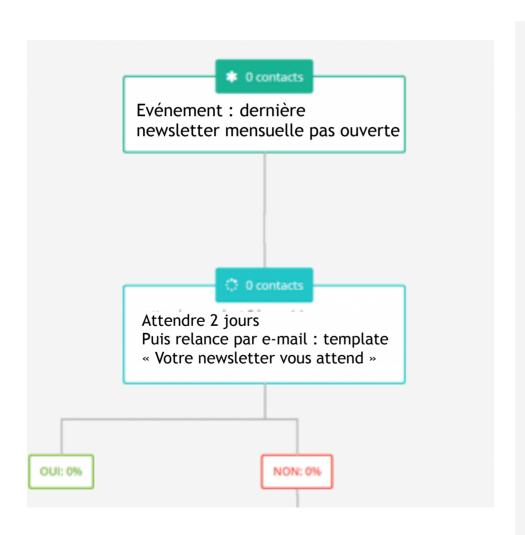


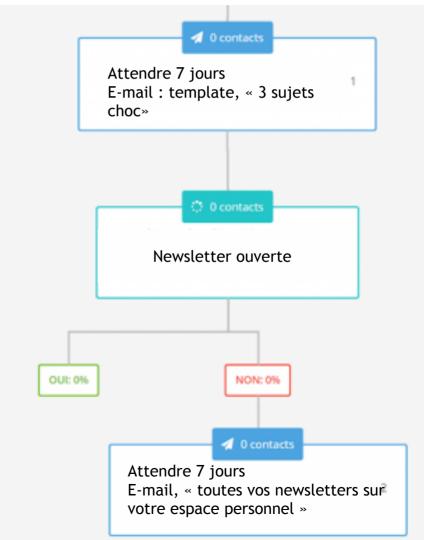
LE MARKETING AUTOMATISÉ

 Les outils comme Active Campaign permettent de créer des scénarios d'actions automatisées, sur le site ou par e-mail.

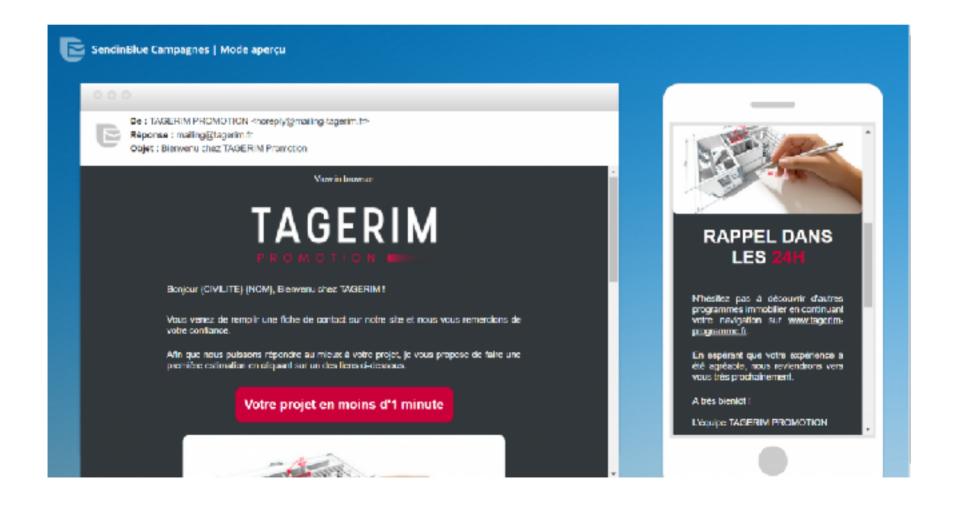


Sendinblue est spécialisé sur l'automatisation par e-mail.
 Ex. Scénario de relance d'un e-mailing (pour une newsletter payante)





 Elaboration d'e-mails ciblés pour s'adapter à chaque comportement des visiteurs / lecteurs du site. Ici, le visiteur a rempli une fiche contact > relance pour l'emmener à préciser son projet.



Plus d'une centaine de scénarios ont permis à la newsletter
 payante Brief.me de conquérir quelque 5000 abonnés en un an, multipliant par 6 le nombre initial d'abonnés depuis le lancement.

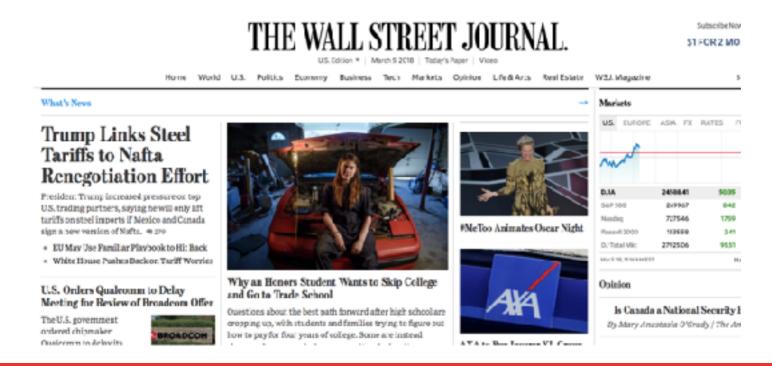
brief.me, tous les soirs l'actu qui a du sens dans votre boîte e-mail



LE PAYWALL PERSONNALISÉ

Le Wall Street Journal compile 60 signaux différents de chaque utilisateur (1e visite, système d'exploitation, matériel utilisé, canal d'arrivée, âge, sexe, CSP+ qu'il déduit à partir de leur géolocalisation...)

Un algorithme attribue ensuite une probabilité à chacun de s'abonner au prochain contact. Ce, afin d'assouplir le paywall ou de le maintenir.



LE SAINT-GRAAL : LA DMP



La Data Management Platform (M6, Prisma, Le Figaro) collecte en temps réel les données clients (anonymes) des multiples canaux, supports et sites : PC, smartphone, site web, application mobile...

A QUOI ÇA SERT?

La DMP permet ensuite de recibler des utilisateurs pour du marketing ou de la publicité.

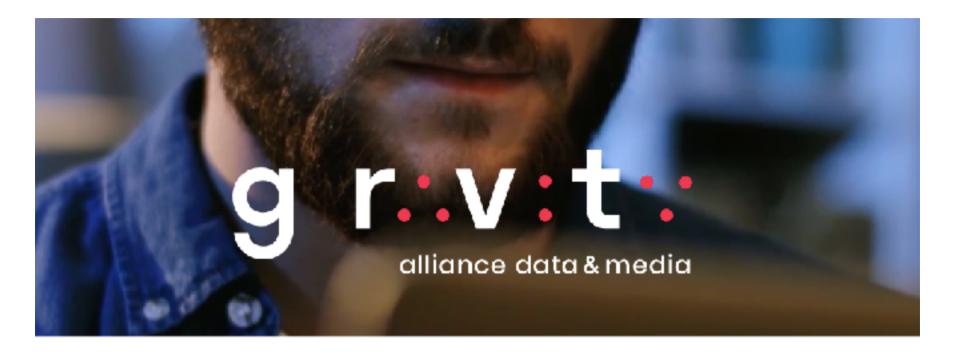
Ex. Un lecteur régulier de l'application mobile, fan de bricolage, se voit proposer l'abonnement gratuit à une newsletter thématique (usage marketing).

Il est également accompagné de publicités ciblées.

En rassemblant les données de consultation de multiples supports, le médias évite la duplication de visiteurs, grâce à un identifiant unique.

Le média **gagne ainsi en affinité ET en puissance**, ce qui lui permet de séduire les annonceurs (et d'augmenter ses tarif publicitaires)

GRAVITY: LA DMP MUTUALISÉE



<u>L'alliance Gravity</u>, de plus de 140 titres (Lagardère, Altice, Prisma...) + opérateurs Telecom (Orange, SFR) a pour but principal de s'unir pour contrer les géants Google et Facebook sur la publicité. **Le groupe La Dépêche** en est !

Sorte de guichet unique pour les annonceurs (avec 1500 segments d'audience disponibles (ciblage fin)

ATTENTION AU RGPD!

Le règlement général sur la protection des données impose de nouvelles obligations, à compter du 25 mai 2018.

Consentement préalable des utilisateurs, transparence, anonymisation, droit à l'oubli, droit d'accès à ses données personnelles...



ATTENTION AU RGPD!

Lourdes amendes : jusqu'à 4 % du chiffre d'affaires mondial annuel d'une entreprise ou 20 millions d'euros (le montant le plus élevé étant retenu).

Conséquences possibles :

- •Ça va coûter cher à mettre en place pour les entreprises.
- •La puissance marketing va décroître (on touchera moins de monde), mais au bénéfice d'un meilleur engagement.
- •Les plus petits n'ayant pas une taille critique suffisante (en données) vont souffrir : alliances ou concentrations ?

6 CLÉS DE SUCCÈS DU MARKETING DE DONNÉES

- 1- Collaborer avec le marketing. Au New York Times, le marketing participe à la conférence de rédaction pour savoir quels contenus forts promouvoir, mais aussi remonter des infos structurelles sur l'impact de telle ou telle campagne (les sujets/angles/formats qui recrutent bien)
- 2- L'équipe éditoriale garde la main sur les contenus et utilise les statistiques pour améliorer la qualité et l'impact de sa production.
- **3- Montrer ce qui a le plus de valeur**, pour espérer recruter. Il faut inverser le paradigme, comme Mediapart chez qui le scoop est gratuit, mais le feuilleton, payant.
- **4- Promouvoir vos meilleurs contenus** : ne pas hésiter à acheter de la publicité pour les diffuser et gagner des abonnés, cf New York Times
- **5- Automatiser ce qui peut l'être** en utilisant les segments et des scénarios . Mais garder en tête que c'est la qualité éditoriale qui sera surtout déterminante : quels services vous rendez vraiment ?
- **6- Investir dans des technologies** (et pilotes pour les manier). S'inspirer des meilleurs sites de e-commerce (cf. Jeff Bezos d'Amazon et du Washington Post)

Merci de votre attention!

Sur Twitter: @cyceron www.mediaculture.fr cfrank@mediaculture.fr