



LE DIGITAL ET LA RADIO



ORDRE DU JOUR



**IMPORTANCE
DES SUPPORTS
DIGITAUX**

**LES SITES
WEB - APPLIS**

**LES
RESEAUX
SOCIAUX**

LES AGREGATEURS

**QUE FONT
NOS
CONCURRENTS ?**

Bonjour



YANN LEGARSON - 30 ANS - PAS MARIE - 1 ENFANT

1ER SITE INTERNET EN 1999 - TAZE.NET

1ERE ENTREPRISE EN 2006 - LYO INTERACTIVE

MASTER DE COMMERCE ENTREPRENEURIAT

FORMATION AUTODIDACTE EN DÉVELOPPEMENT WEB

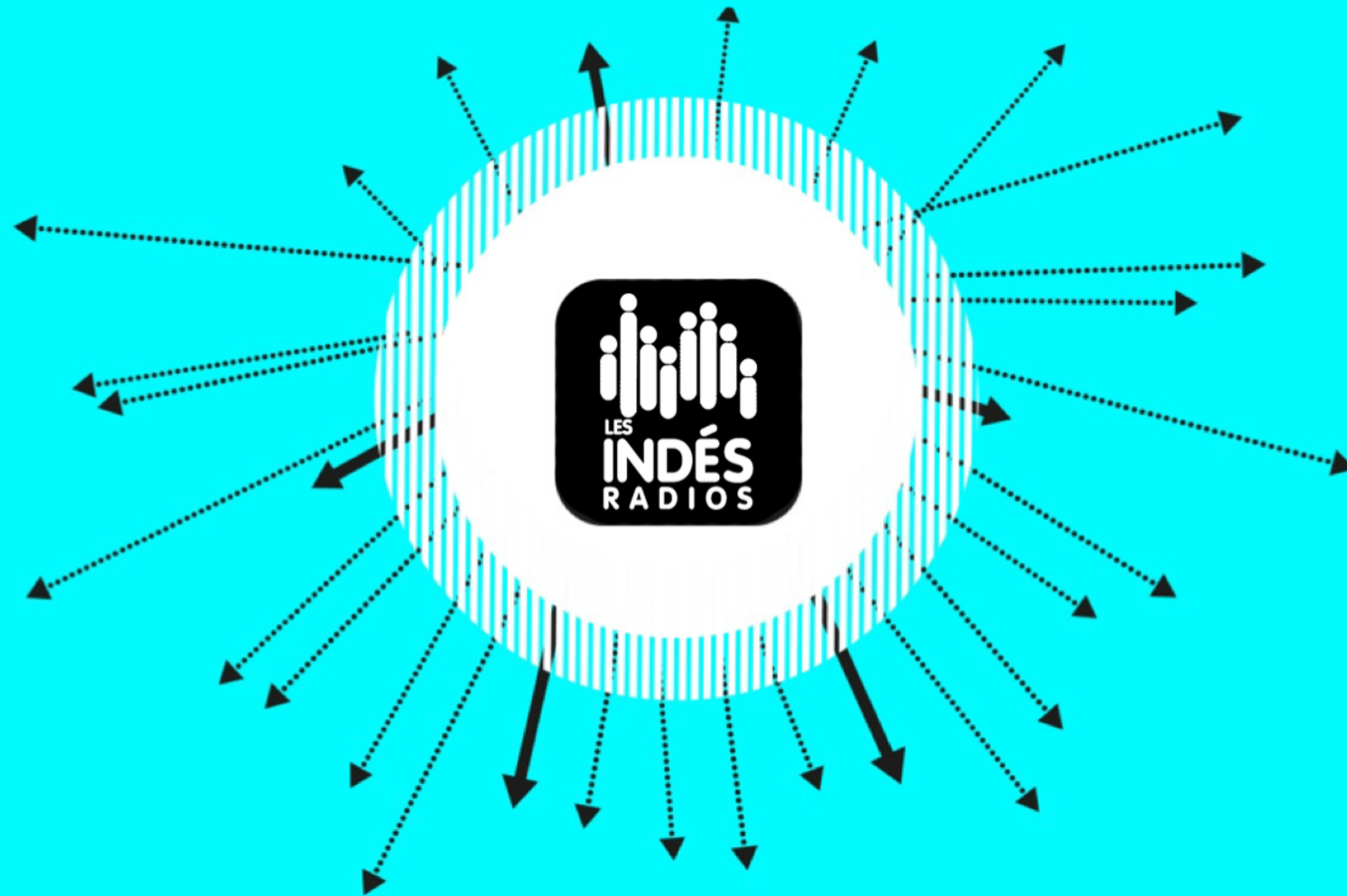


Qui êtes-vous ?



LA RADIO EN 2017

Prenons tous ensemble un coup de vieux ou pas



L'ANCIEN MONDE

AVANT 1981



- QUELQUES RADIOS PÉRIPHÉRIQUES (RTL, EUROPE 1, RMC, SUD RADIO)
- QUELQUES RADIOS PUBLIQUES (INTER, MUSIQUE, CULTURE)
- UNE DIFFUSION ANALOGIQUE PAR UN SUPPORT UNIQUE, LE POSTE TSF

INTERACTIVITE : standard téléphonique

L'ANCIEN MONDE

1981 - Libération des ondes



- DES RADIOS OUVRENT TOUS LES JOURS AUX 4 COINS DE LA FRANCE
- DES PROJETS PRIVÉS AVEC UNE MEILLEURE QUALITÉ SONORE
- MAILLAGE DU TERRITOIRE PAR LES RADIOS RÉGIONALES

Le Digital en marche : téléphone et télématique

LE MONDE D'AUJOURD'HUI

La radio devient visuelle ou filmée



LE MONDE D'AUJOURD'HUI

La radio devient visuelle ou filmée



LE MONDE D'AUJOURD'HUI

La radio devient visuelle ou filmée



LE MONDE D'AUJOURD'HUI

La radio devient visuelle ou filmée

12:01 DIRECT

BFM BUSINESS BUSINESS

MEDEF UNIVERSITÉ D'ÉTÉ

"LE PROBLÈME DE LA FRANCE, C'EST LA DÉPENSE"

%	ARCELORMITTAL	5,36 €	-2,38 %	AXA	18,98 €	+3,49 %	BNP PARIBAS	CAC
	N. Sarkozy au Medef : "Je supprimerai le compte pénibilité et le principe de précaution"							4 482,94

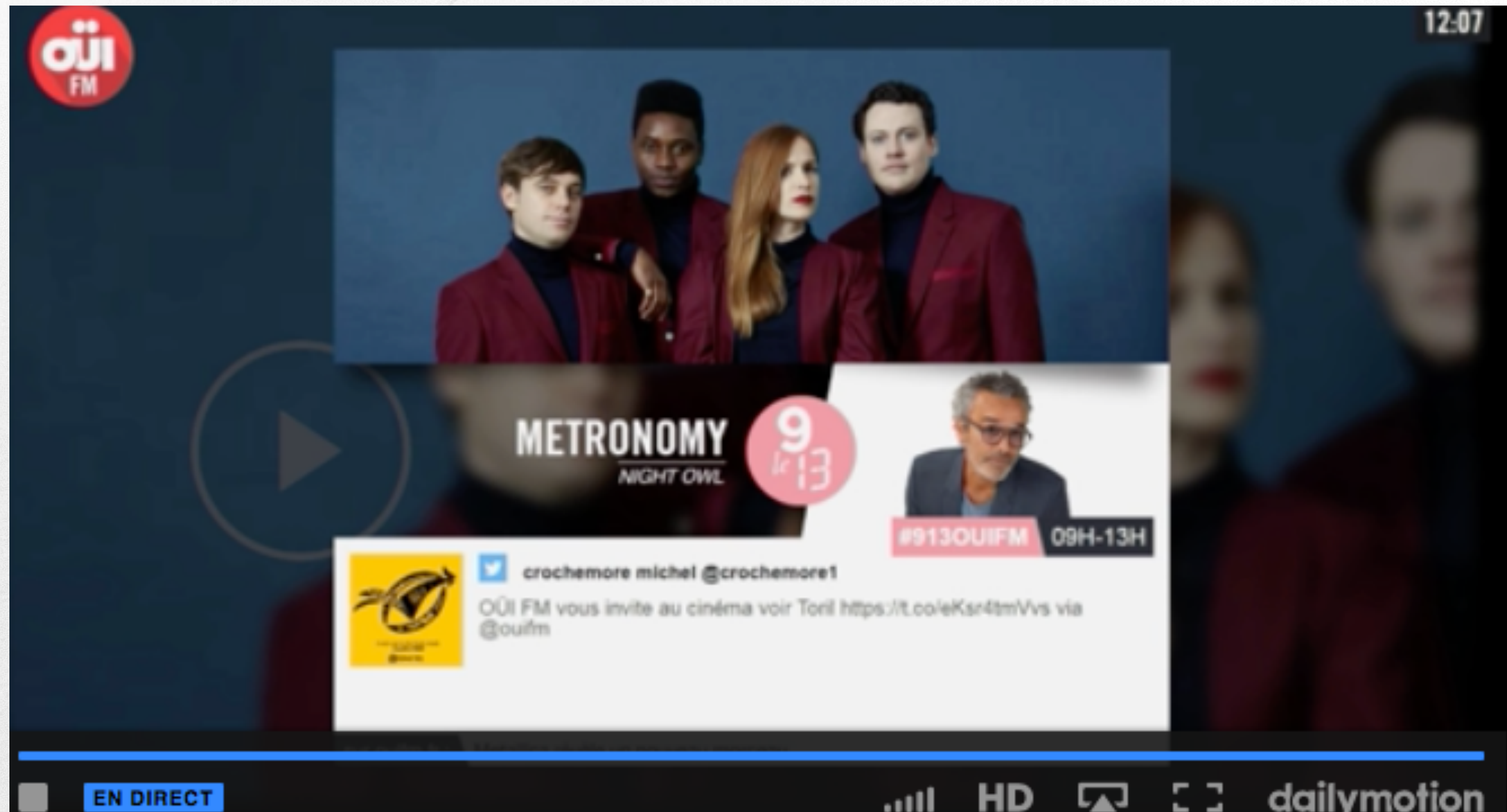
LE MONDE D'AUJOURD'HUI

La radio devient visuelle ou filmée



LE MONDE D'AUJOURD'HUI

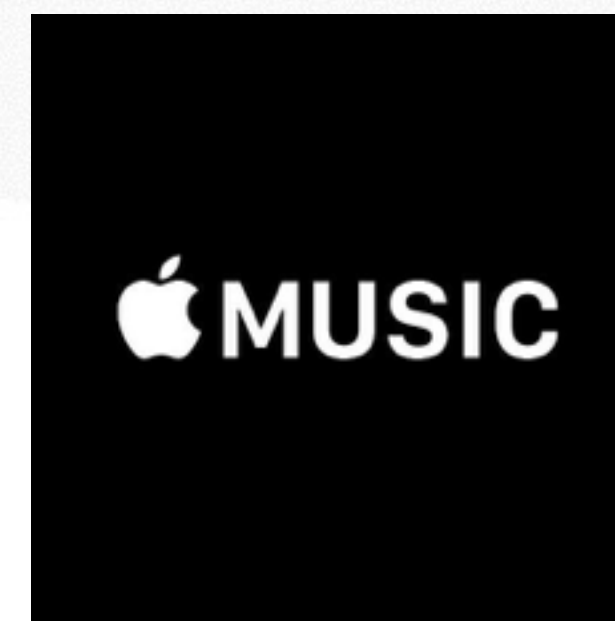
La radio devient visuelle ou filmée



De nombreux supports d'écoute



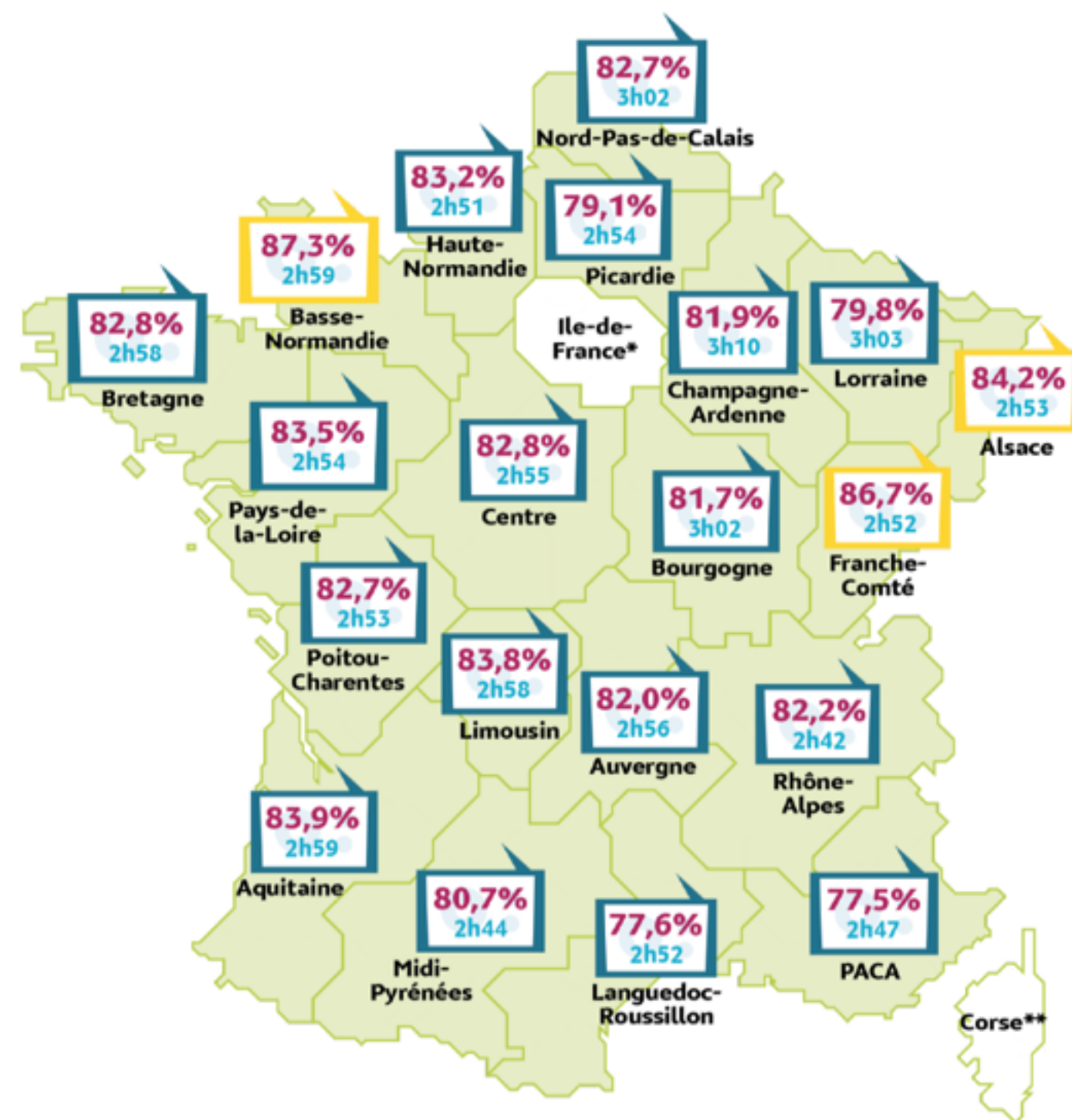
Concurrence de nouveaux acteurs



UNE AUDIENCE REALISEE SUR LA MEME BASE

La 126 000 - Médialocales

AUDIENCE DE LA RADIO PAR REGION
13 ans et plus - Lundi / Vendredi - 05H / 24H
AUDIENCE CUMULEE (%) ET DUREE D'ECOUTE PAR AUDITEUR



* Les résultats sur l'Ile de France font l'objet de l'étude 126 000 Radio Ile de France

** Les résultats sur la Corse font l'objet d'une étude spécifique

*** En jaune, les trois régions où l'audience cumulée est la plus forte

- DÉCLARATIF
- DONNEES RECUEILLIES PAR TÉLÉPHONE
- LA MÉMOIRE COMME SEULE BASE

INSERER SA MARQUE DANS LE
QUOTIDIEN MULTIMEDIA DES
AUDITEURS

MAIS UN RISQUE IMPORTANT POUR NOUS

L'audimétrie



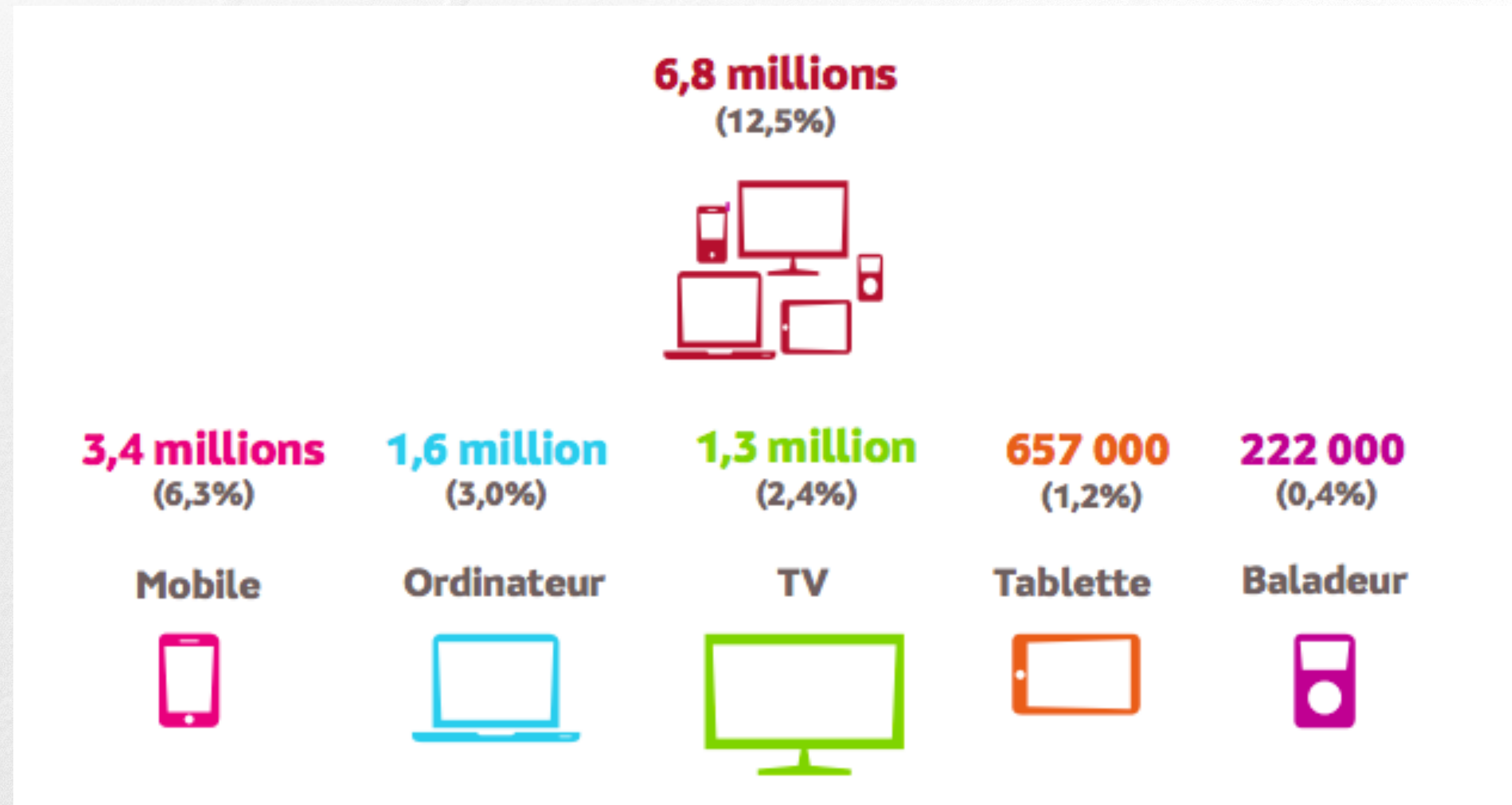
Mediametrie

- EN PLACE EN PARTIE AUX ETATS-UNIS
- UN VERITABLE DANGER POUR NOS RADIOS
- NRJ POUSSE POUR L'ADOPTION DE CETTE NOUVELLE MESURE

**VITAL D'ETRE PRESENT ET ECOUTE SUR
LES NOUVEAUX SUPPORTS D'ECOUTE**

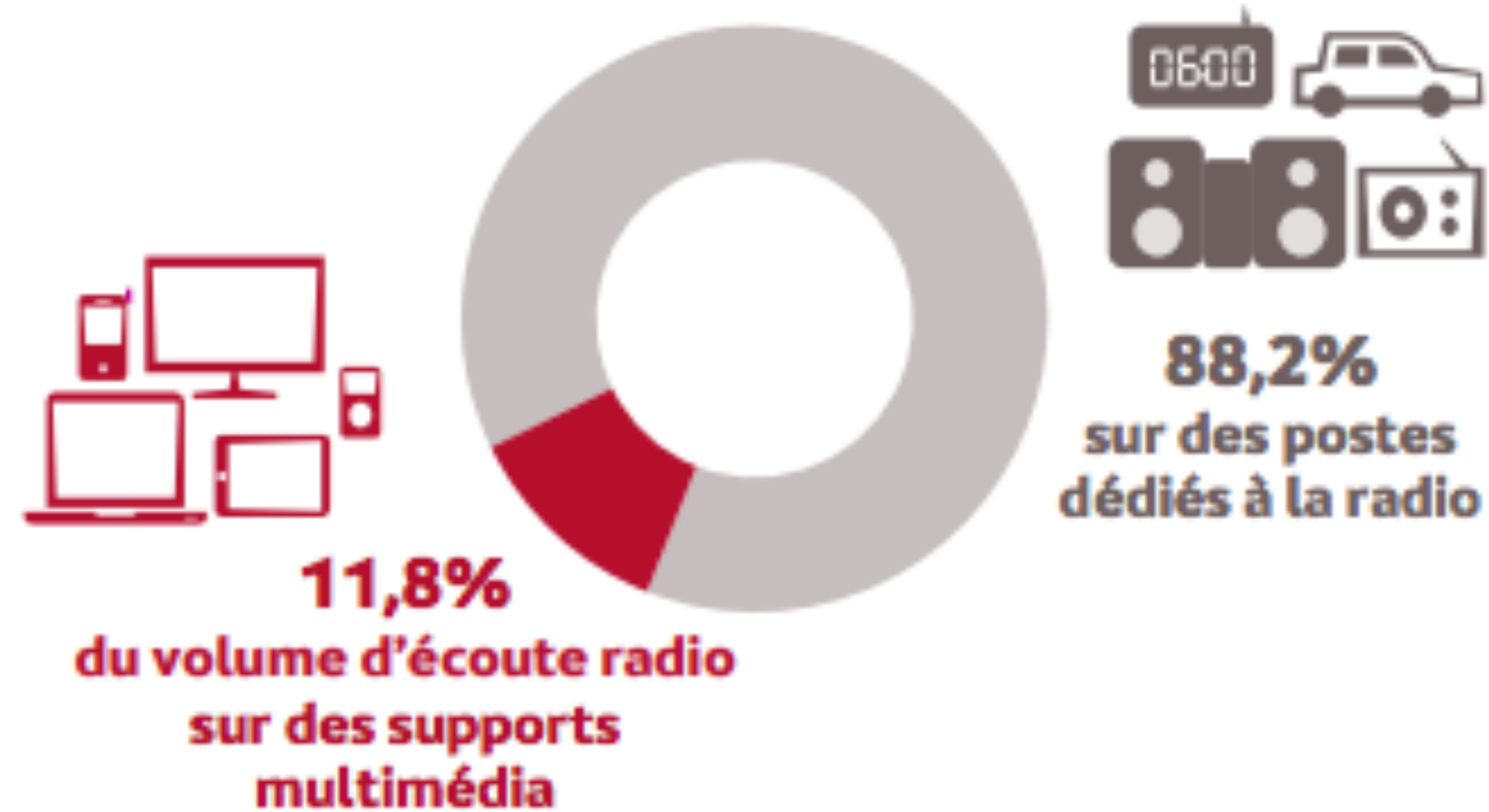
GLOBAL RADIOS

Une écoute de la radio en perpétuelle évolution



GLOBAL RADIOS

Une écoute de la radio en perpétuelle évolution



► Source : Médiamétrie – 126 000 Radio / Global Radio – janvier mars 2017

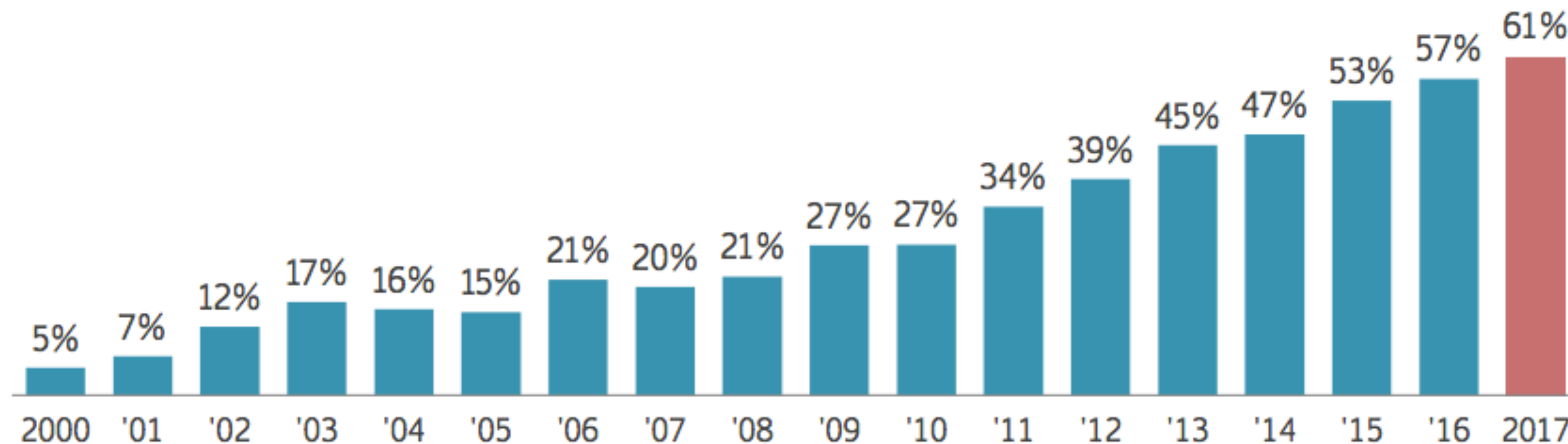
Et aux Etats-Unis ?



Monthly Online Radio Listening

Total Population 12+

Estimated
170 Million



% listening to Online Radio in last month

Online Radio = Listening to AM/FM radio stations online and/or listening to streamed audio content available only on the Internet

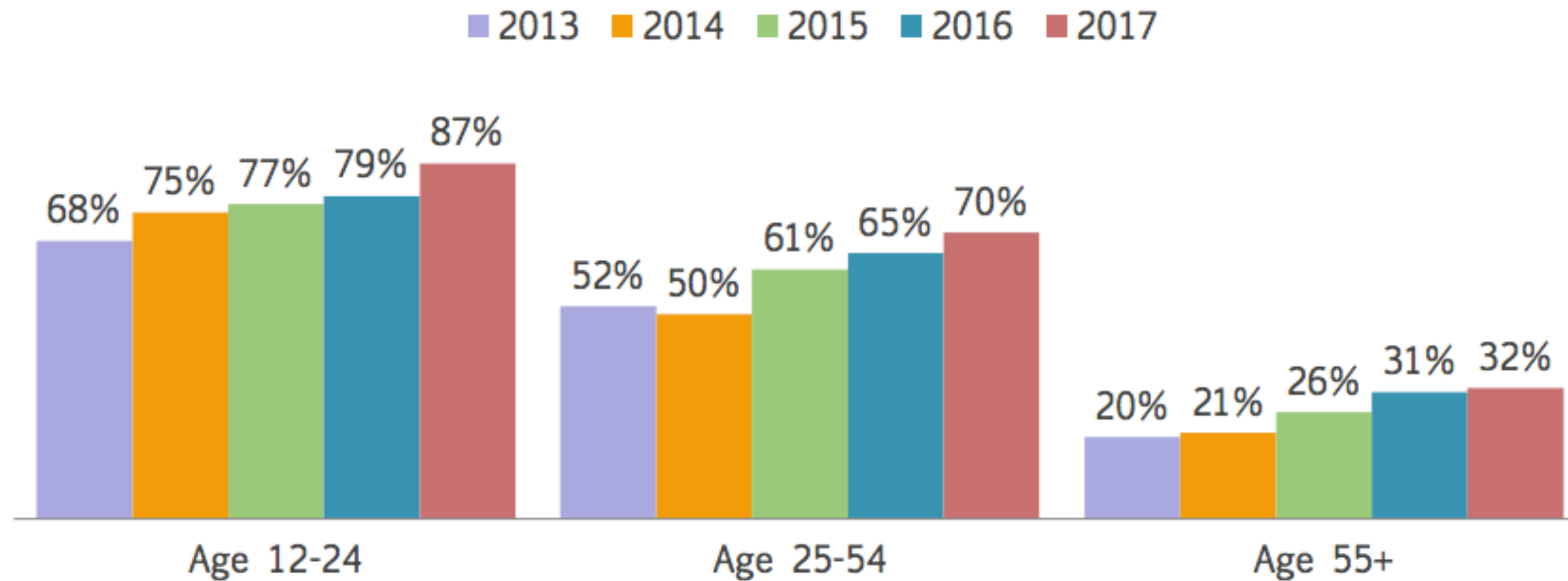
The Infinite Dial © 2017 Edison Research and Triton Digital



Et aux Etats-Unis ?



Monthly Online Radio Listening



% listening to Online Radio in last month

Online Radio = Listening to AM/FM radio stations online and/or listening to streamed audio content available only on the Internet

The Infinite Dial © 2017 Edison Research and Triton Digital



Et aux Etats-Unis ?

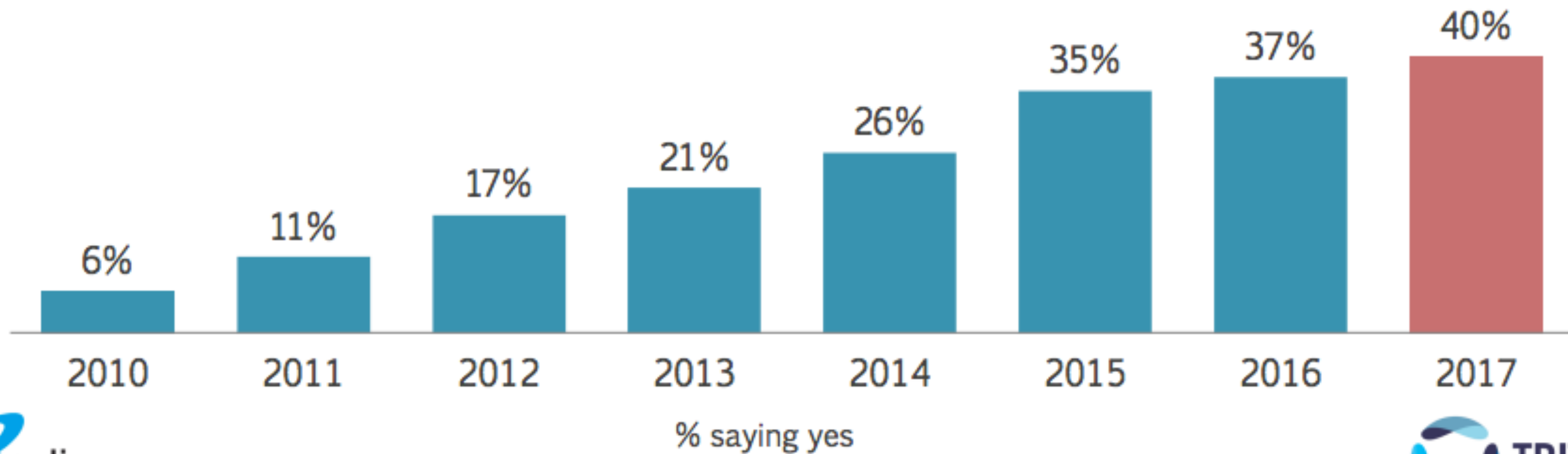


THE INFINITE DIAL
2017

Online Radio Listening in Car

"Have you ever listened to Internet Radio in a car by listening to the stream from a cell phone that you have connected to a car audio system?"

Base: Own a cell phone; 93%

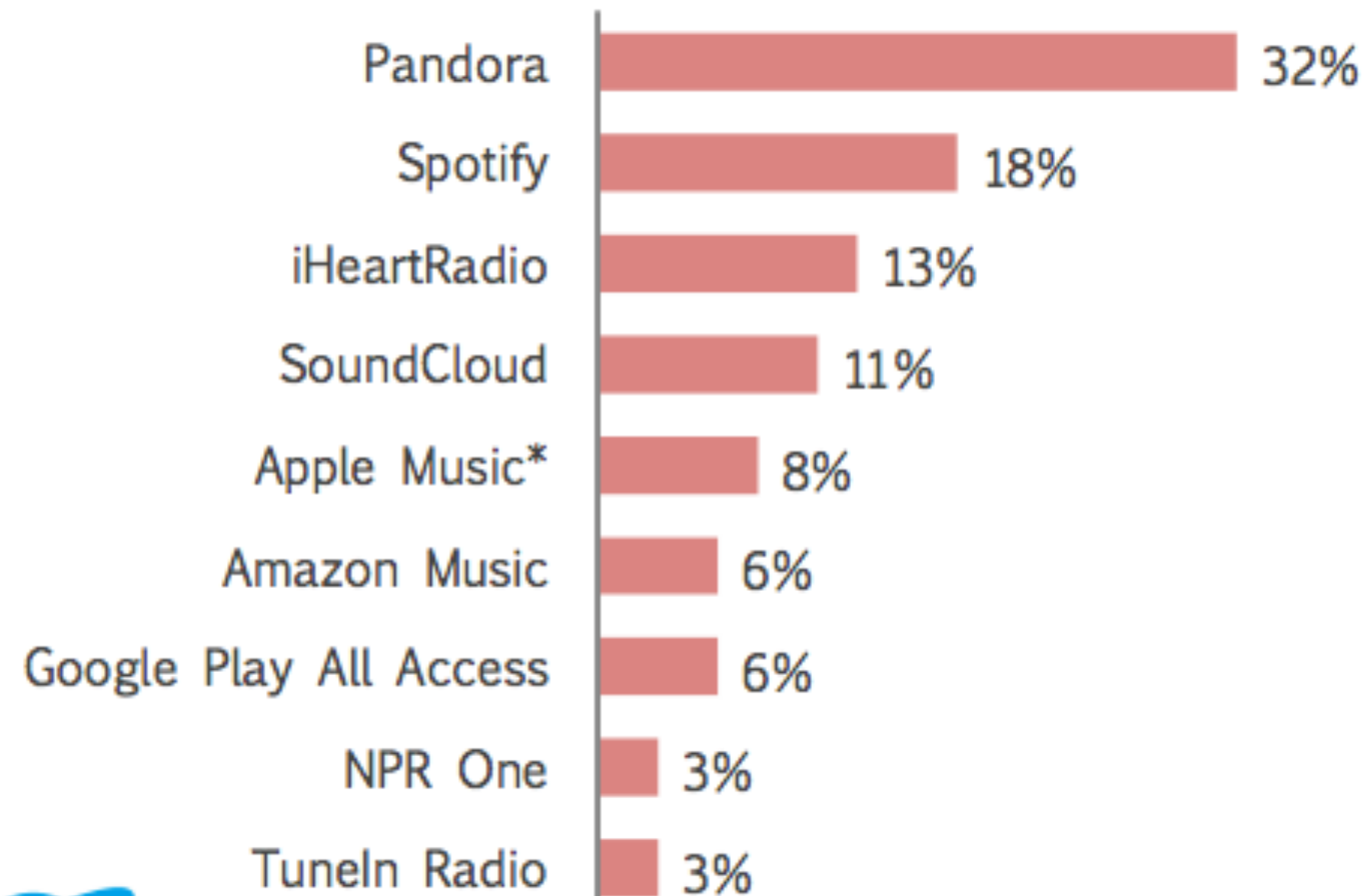


Et aux Etats-Unis ?



Listened in the last month to...

Total Population 12+



Brands lower than 3% Age 12+ not shown



**Asked as "Apple Music, the paid music subscription from Apple"*

% listened in last month

The Infinite Dial © 2017 Edison Research and Triton Digital

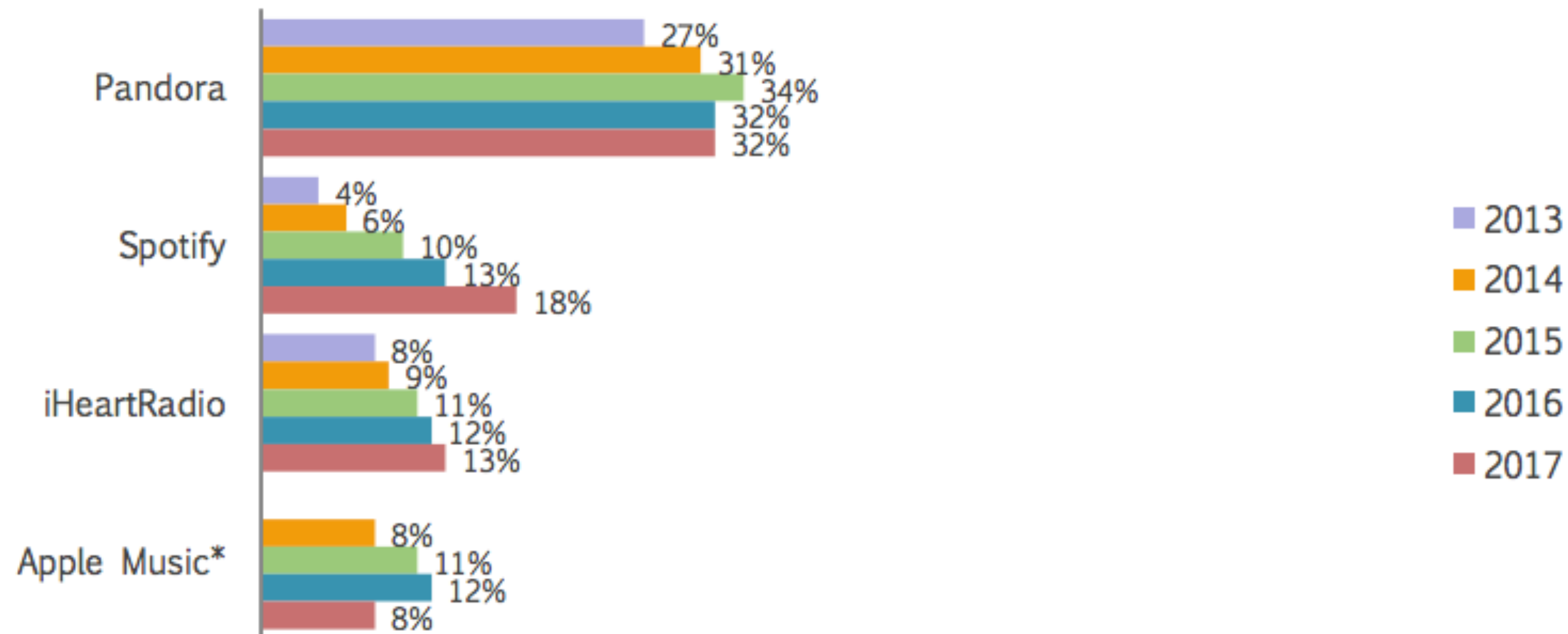


Et aux Etats-Unis ?



Listened in the last month to...

Total Population 12+



**2014-2015: Asked as "iTunes Radio"
2016: Asked as "Apple Music, formerly known as iTunes Radio"
2017: Asked as "Apple Music, the paid music subscription from Apple"*

% listened in last month

The Infinite Dial © 2017 Edison Research and Triton Digital

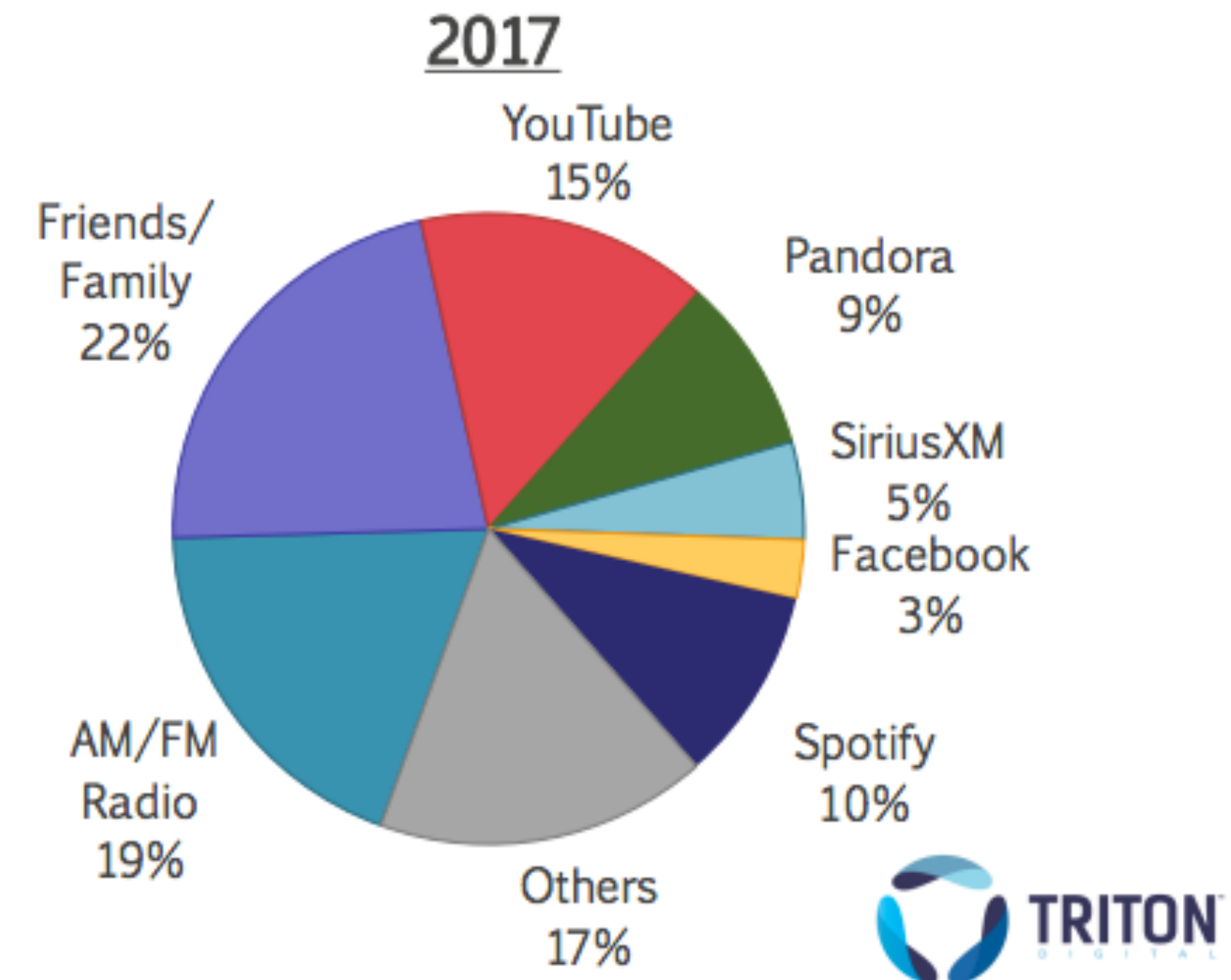
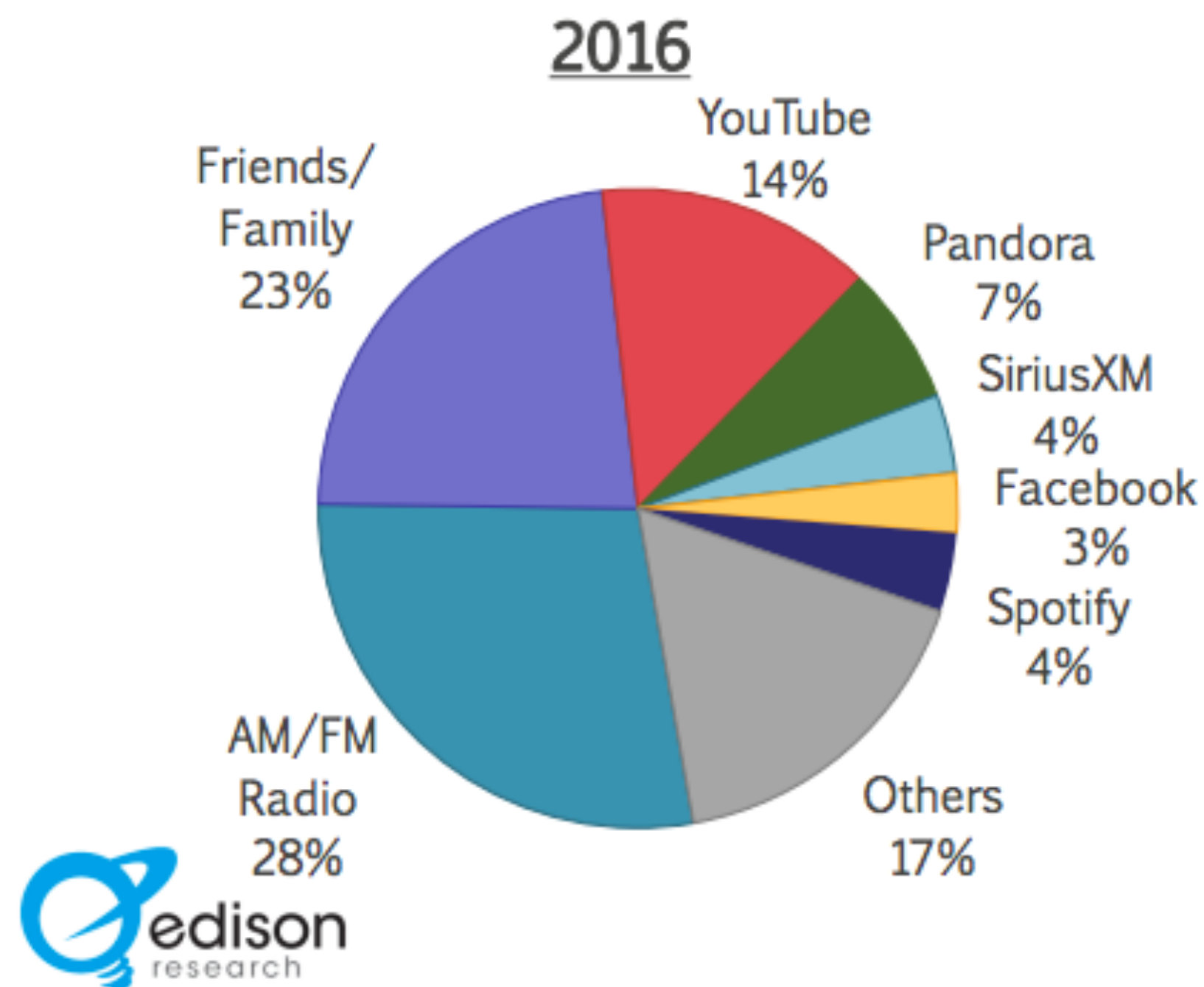


Et aux Etats-Unis ?



Source Used Most Often for Keeping Up-to-Date with Music

Base: Those saying it is "Very Important" or "Somewhat Important" to keep up-to-date with music

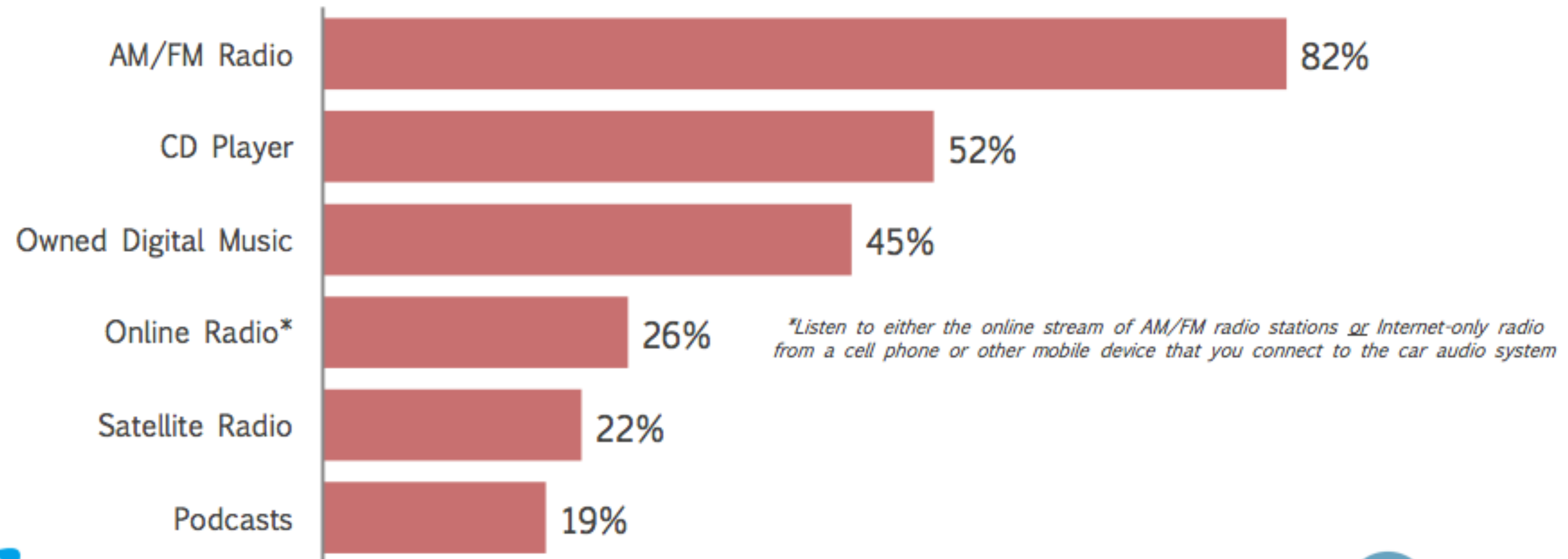


Et aux Etats-Unis ?



Audio Sources Used in Primary Car

Base: Age 18+ and has driven/ridden in car in last month



% currently ever using audio source in primary car

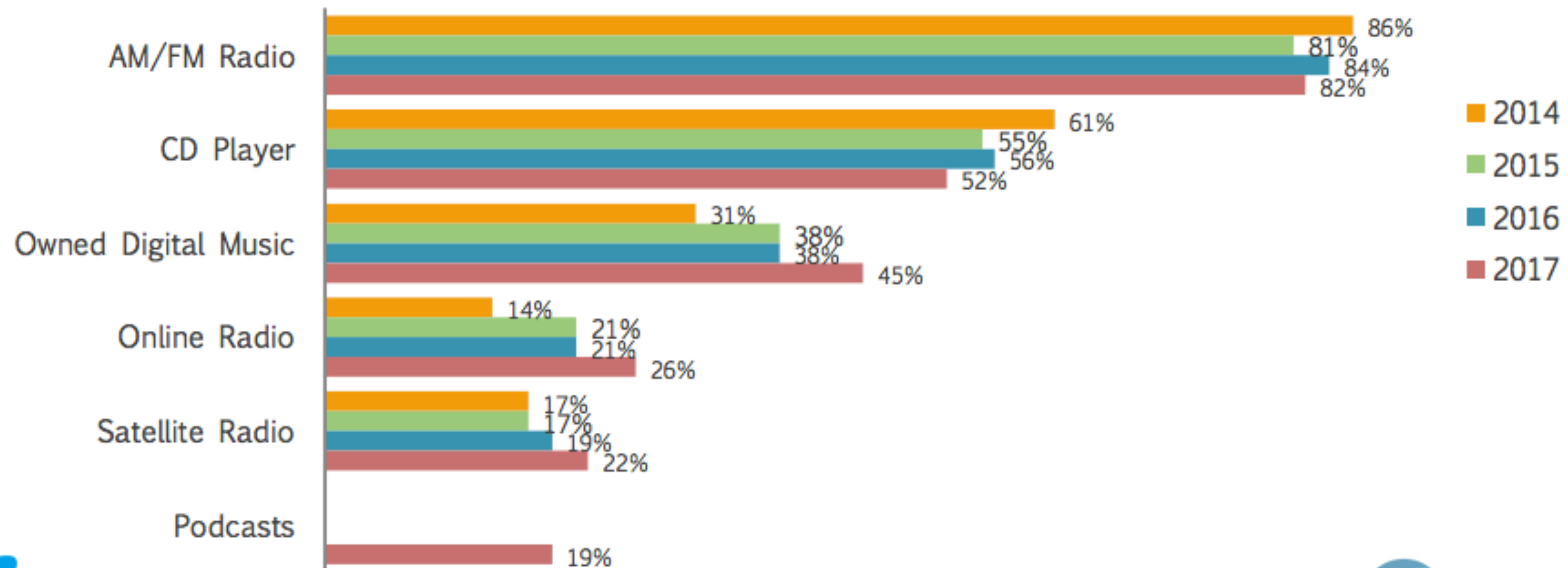


Et aux Etats-Unis ?



Audio Sources Used in Primary Car

Base: Age 18+ and has driven/ridden in car in last month



% currently ever using audio source in primary car



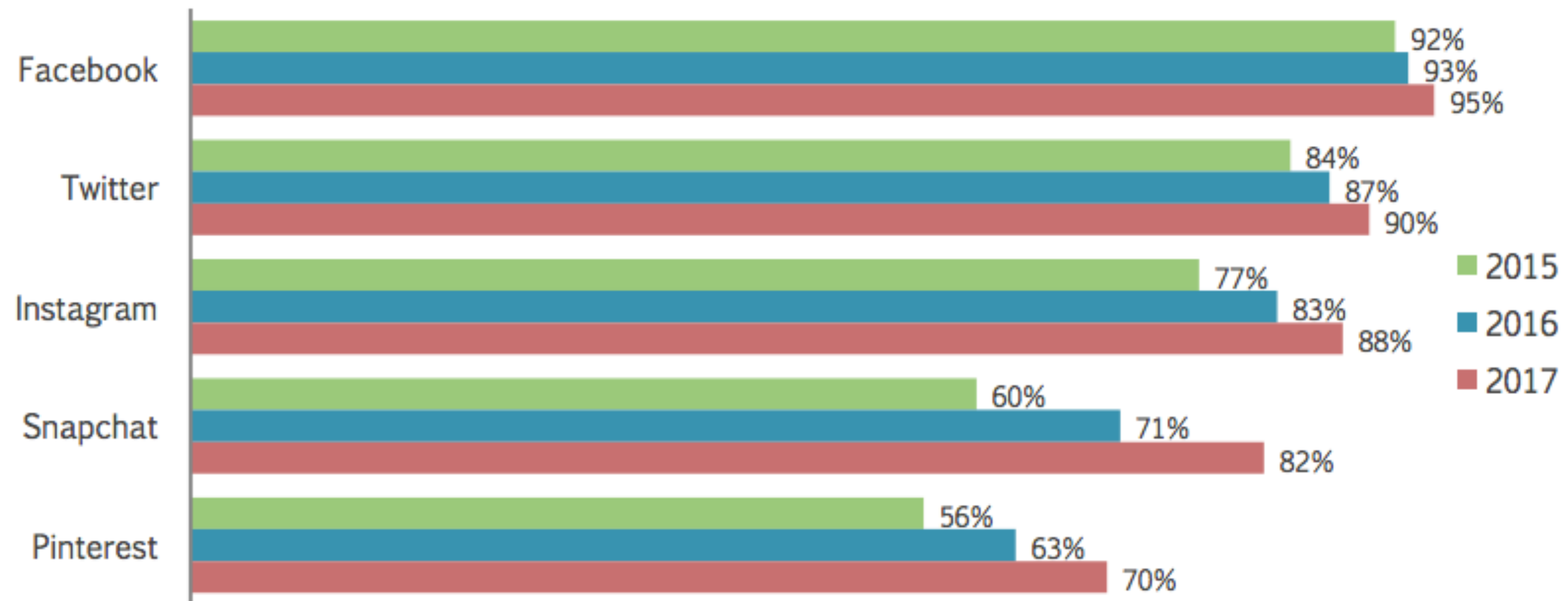
Et aux Etats-Unis ?



Social Media Brand Awareness

Total Population 12+

Page 1 of 2



% aware of social media brand



LE DEVELOPPEMENT DE LA RNT

En 2017 et après ?



- LYON - MARSEILLE - NANTES - PARIS - NICE
- LES INDES RADIOS + RADIOS ASSOCIATIVES + PURE PLAYER
- ENVIRON 1 MILLION DE RÉCEPTEURS EN FRANCE

LE DEVELOPPEMENT DE LA RNT

En 2016 et après ?



DEVELOPPEMENT DE LA RNT

Une addition d'audiences fragmentées

FM + RNT + IP = Audience globale du média radio

BBC RADIO 1 : Listen, watch, share

Une radio qui capte la jeune génération et au-delà



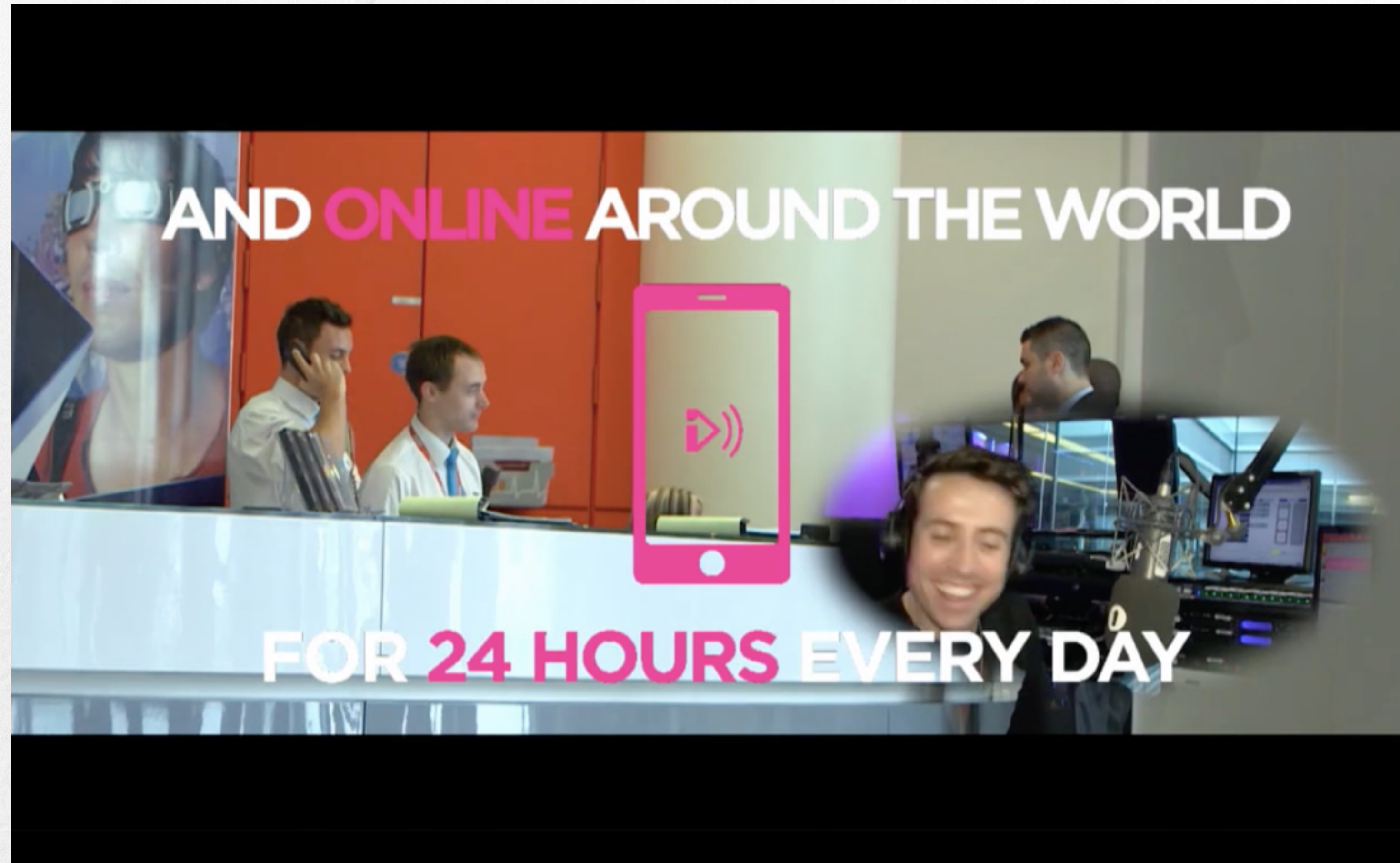
- CRÉÉE EN 1967
- DISPONIBLE EN FM / RNT / IP
- UNE FORTE PRÉSENCE DIGITALE ET UNE LIGNE ÉDITORIALE TOURNÉE VERS LE MULTIMÉDIA



Un player unique pour
les radios qui comptent au Royaume-Uni

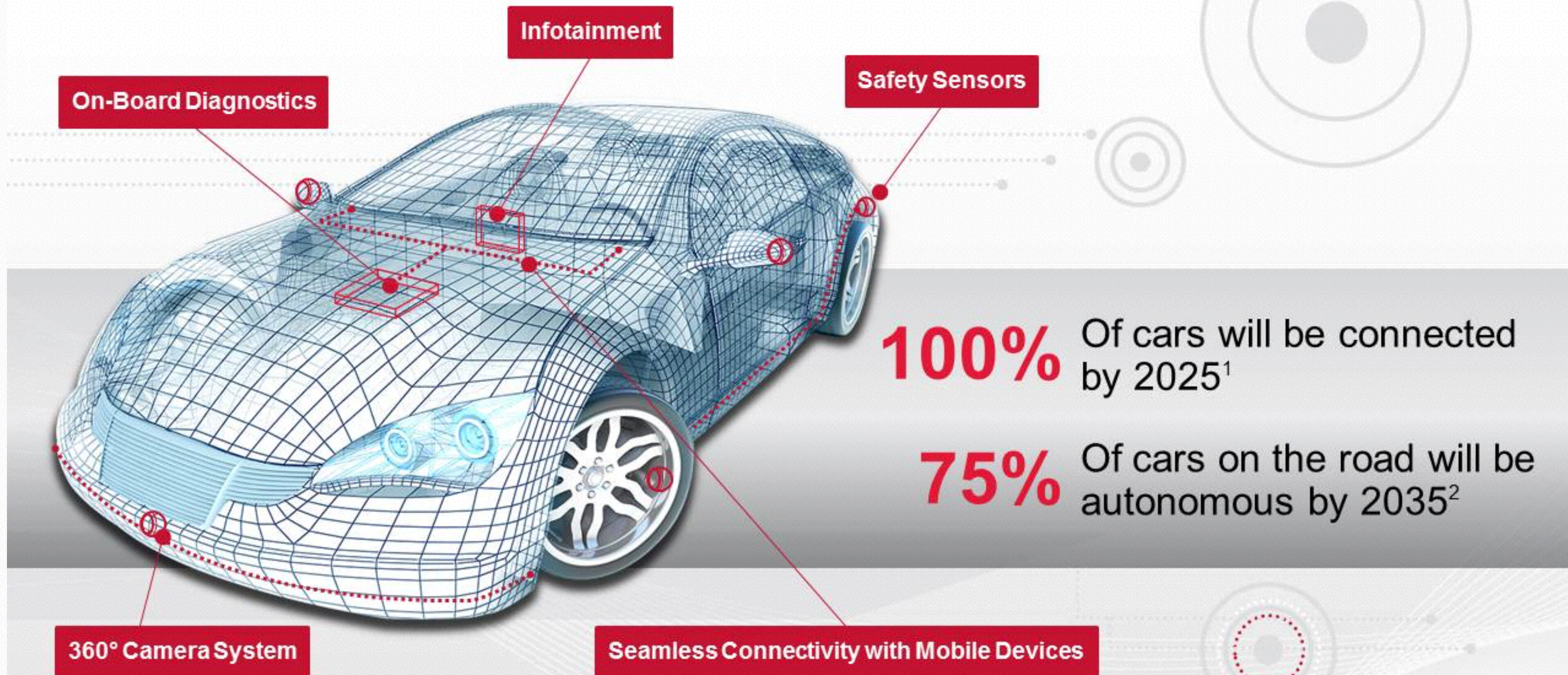
BBC RADIO 1 : Listen, watch, share

2 minutes de vidéo qui résument la stratégie



La voiture connectée - De multiples services

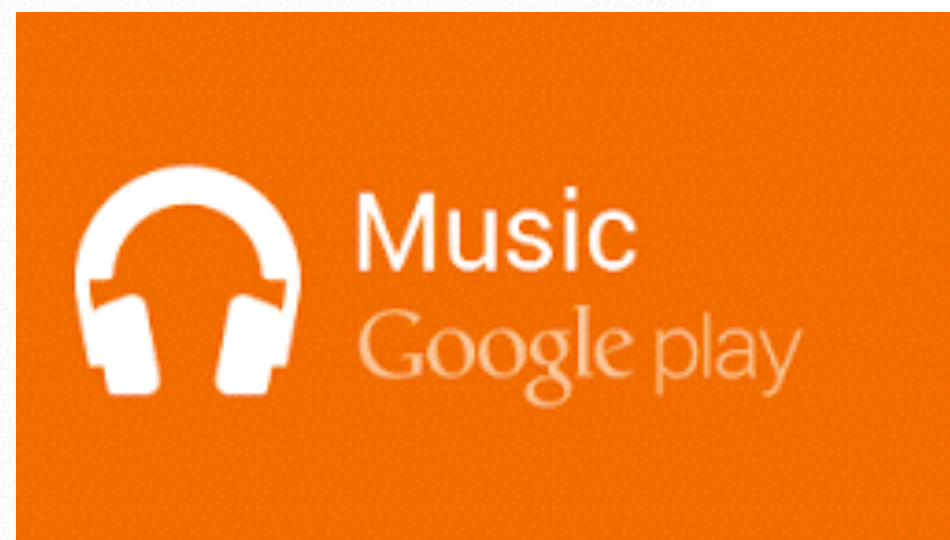
THE CONNECTED CAR



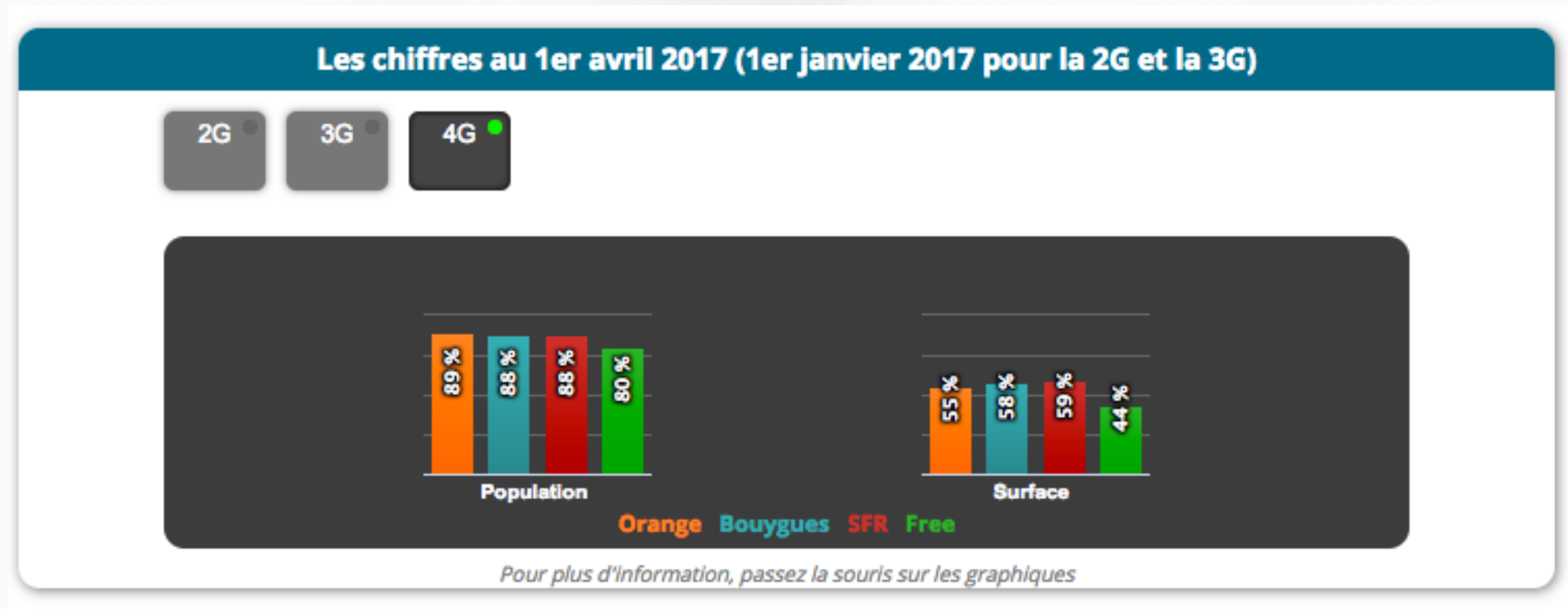
Source: ¹GSMA 2013, ²Navigant Research 2013

Broadcom Proprietary and Confidential. © 2013 Broadcom Corporation. All rights reserved.

La radio mais pas seulement

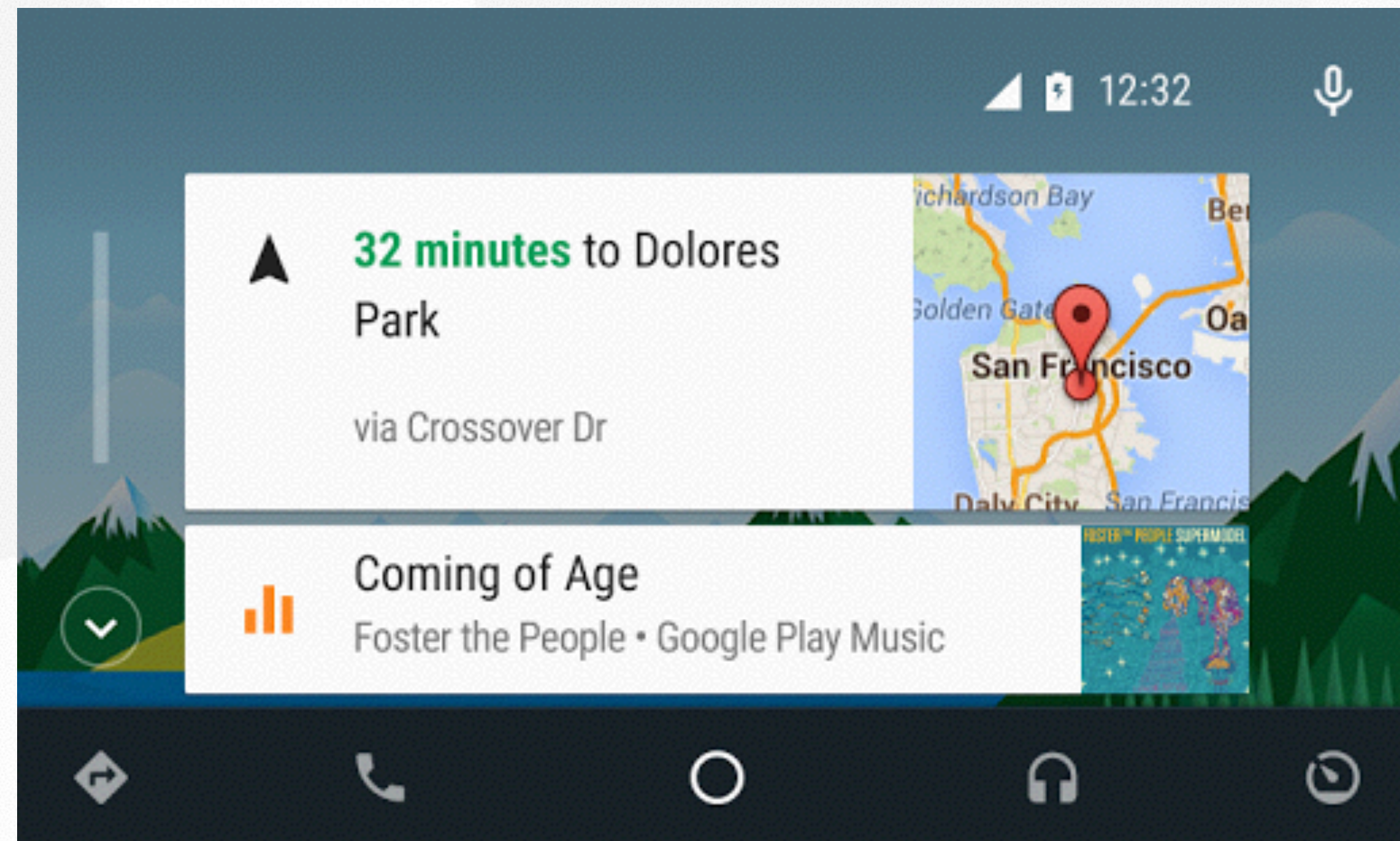


L'écoute de la radio sur IP en voiture



TOUT A FAIT POSSIBLE MAIS PAYANT POUR L'AUDITEUR

LE SMARTPHONE AU COEUR DE LA VOITURE



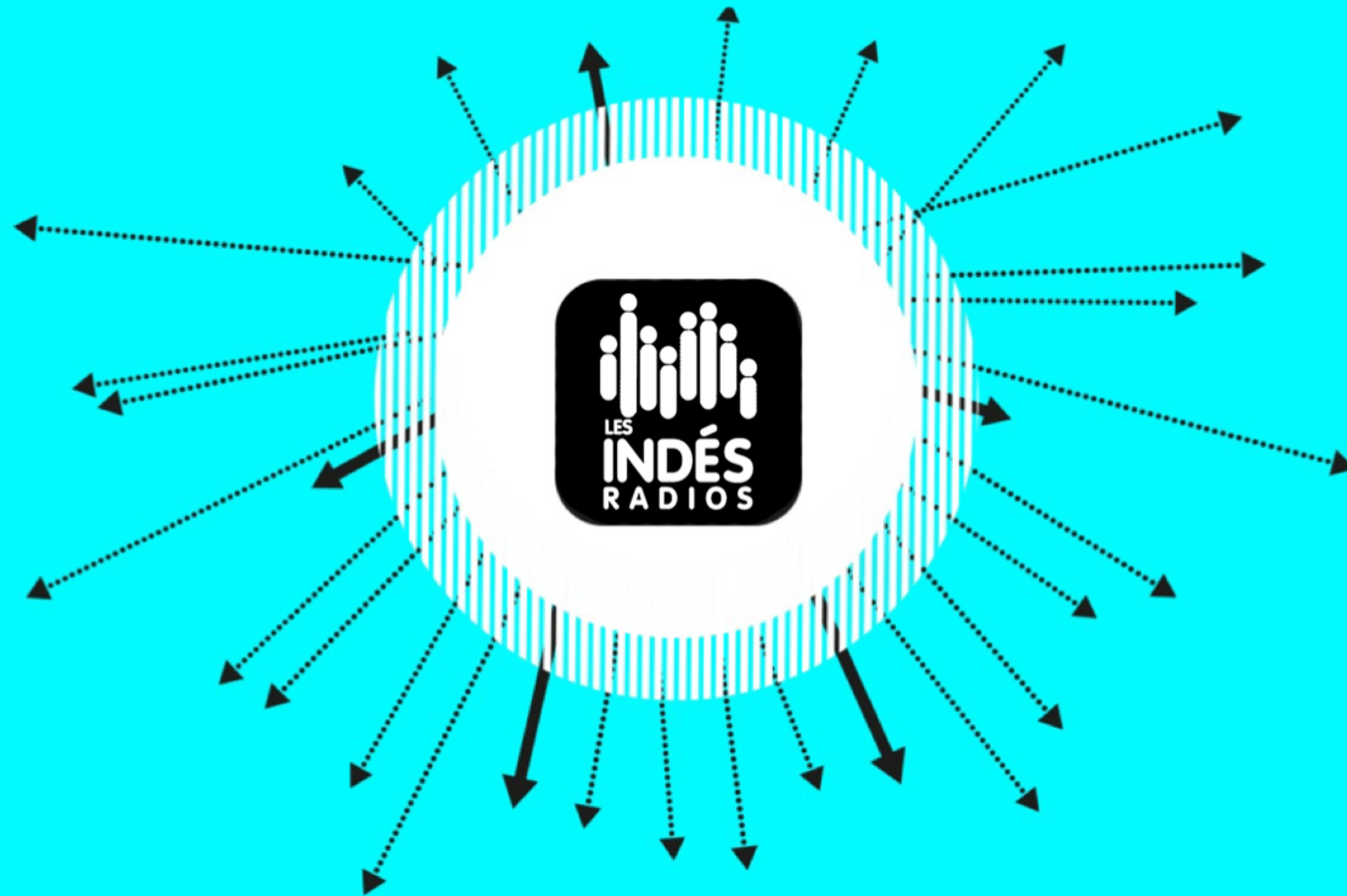
<https://www.youtube.com/watch?v=bPM6dR0bLCQ>

UNE PRESENCE MULTIPLE POUR LES RADIOS



Les agrégateurs

Sont-ils véritablement incontournables ?



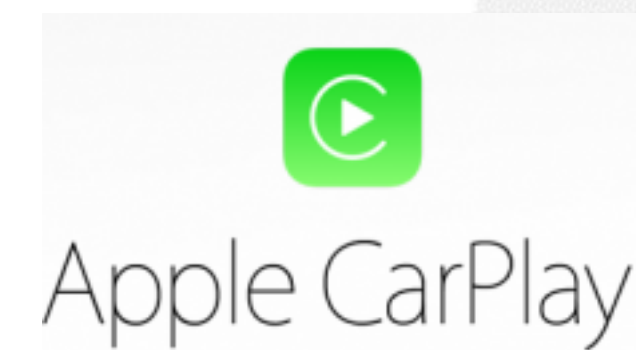
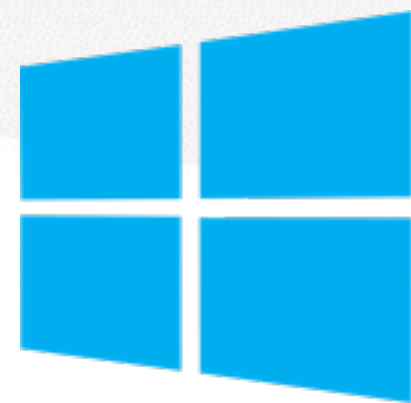
De nombreux supports d'écoute



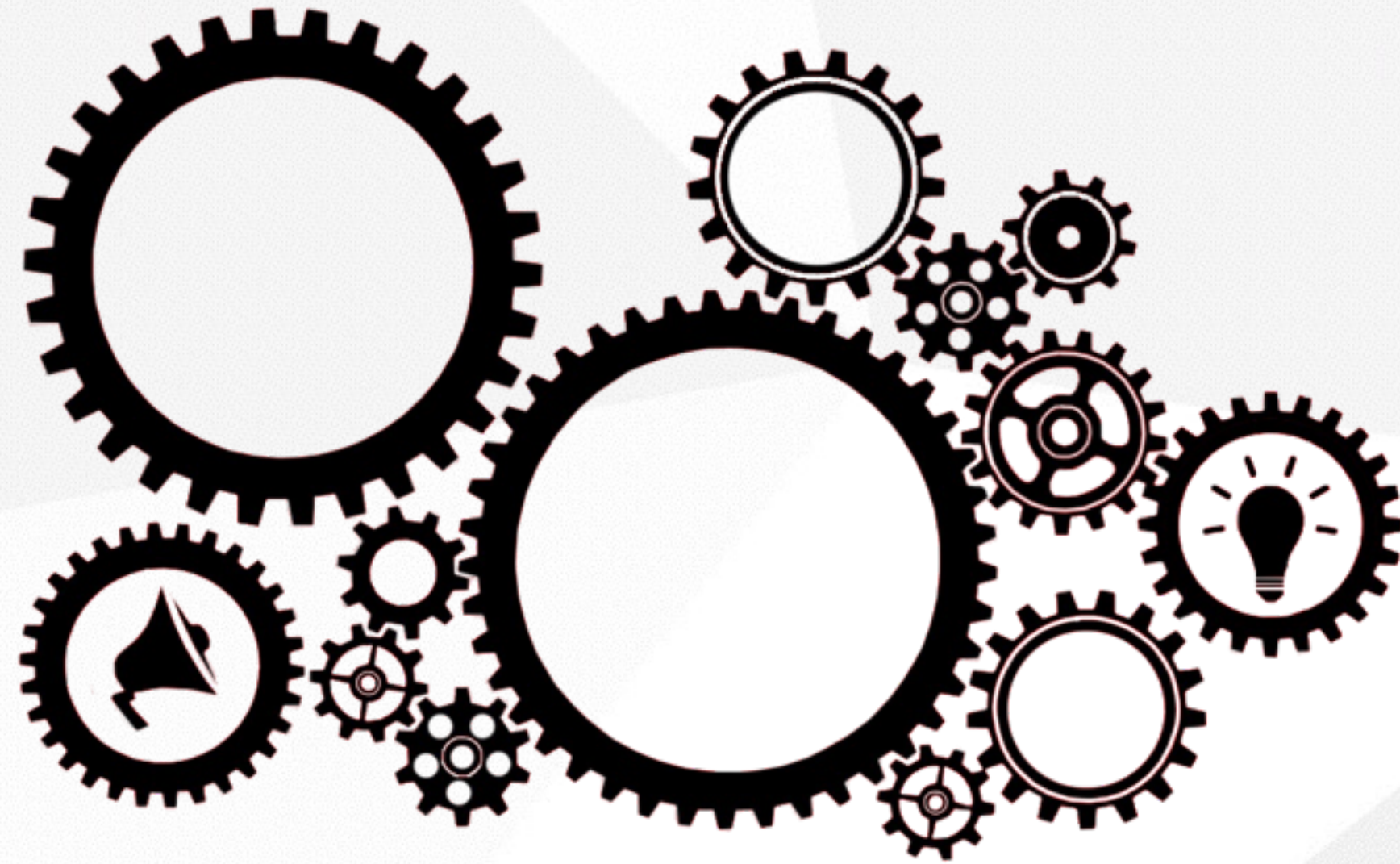
De nombreux interlocuteurs pour chaque support



Parrot



Pourquoi être présent sur ces plateformes ?



Une audience à ne pas négliger (*Tune In = 100 millions de téléchargements*)

Demande de nos auditeurs qui ont pris des habitudes

L'opportunité d'être présent sur tous les supports d'écoute face à nos concurrents.

Si nous n'y sommes pas présent de belle façon, de toute façon, les agrégateurs utiliseront nos flux sans autorisation (exemple : Radionomy).

VOTRE RADIO PRESENTE PARTOUT



free



Volkswagen



harman/kardon®

ZOOM : TUNE IN GRATUIT



6 MILLIONS DE VISITEURS MONDE

1.5 MILLIONS DE VISITEURS FRANCE PAR MOIS

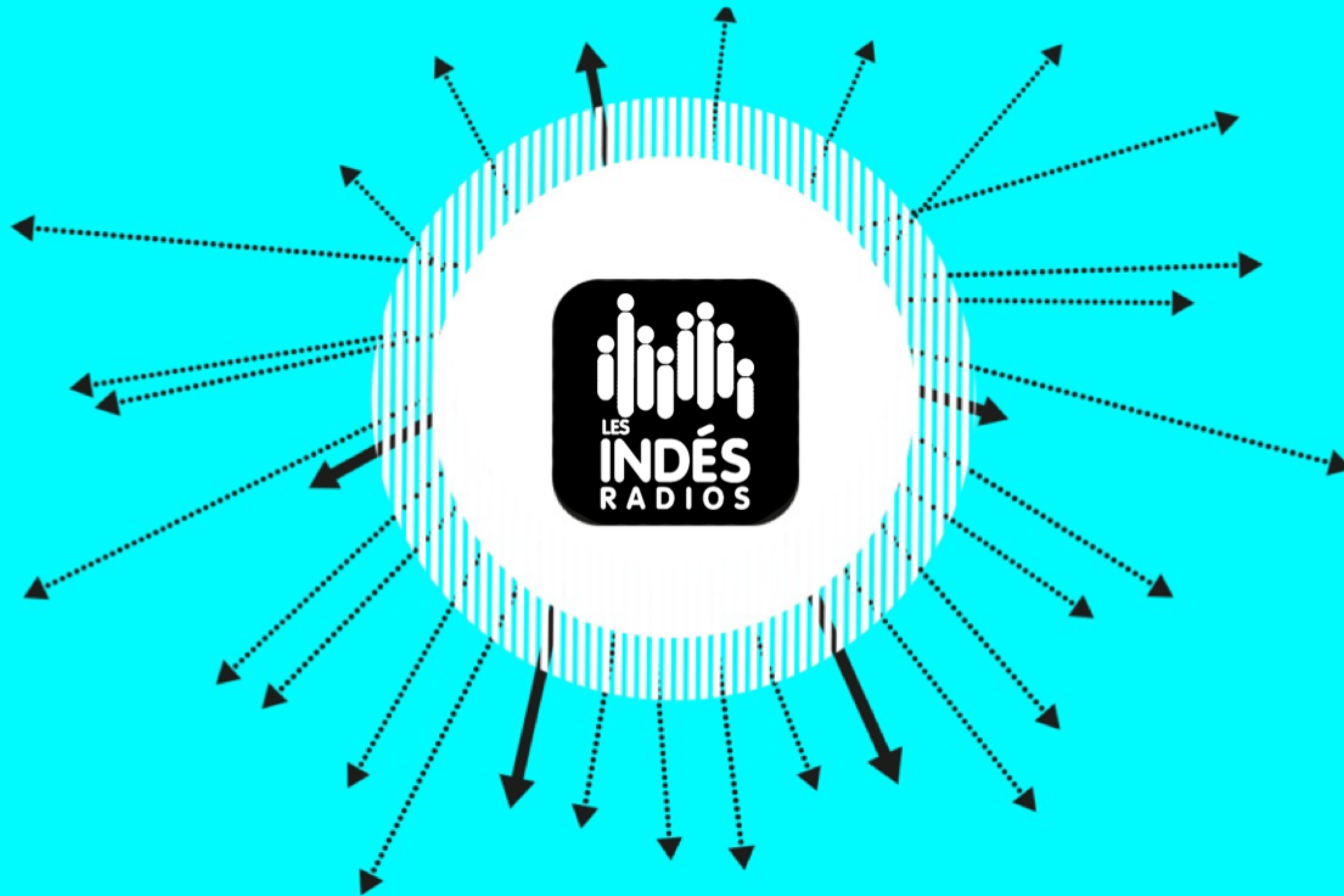
8 MILLIONS D'HEURES D'ECOUTE PAR MOIS

PARTENARIAT SIGNE AVEC LES INDES RADIOS

VISIBILITE + REVENUS POUR NOS RADIOS

Quelle stratégie digitale pour vos supports ?

La lumière dans une obscurité obscure



Des marques fortes dans un environnement encombré

The screenshot displays the RVM website interface. At the top left is the RVM logo. To its right are navigation links: RADIO, INFOS, JEUX, MÉDIAS, AGENDA, and CONTACT. Further right are buttons for 'replay' (with a microphone icon) and 'écouter la radio' (with a play icon), followed by a search icon. Below the navigation bar is a black banner for 'the shelter pet project adopt' with the text 'FIND LOVE ONLINE AT' and the URL 'THE SHELTER PET PROJECT.ORG'. The main content area features three large promotional banners. The left banner is titled 'RVM - LE JEU DE L'ANNIVERSAIRE'. The middle banner is titled 'LE JEU DE L'ANNIVERSAIRE' and includes the text 'ON VOUS APPELLE EN DIRECT À 7H10 ET 8H10 DANS BONJOUR LES ARDENNES', featuring an image of a birthday cake. The right banner is titled 'EMISSION EN COURS' and shows a portrait of a man with the time '09h00 - 13h00'. At the bottom, there is a black bar with a play button icon, the text 'LA VIE EST BELLE NASSI', and a row of icons: a heart, a shopping cart, a share icon, a speaker icon, and the RVM logo.

RVM

replay

écouter la radio

RADIO INFOS JEUX MÉDIAS AGENDA CONTACT

FIND LOVE ONLINE AT the shelter pet project adopt
THE SHELTER PET PROJECT.ORG

RVM - LE JEU DE L'ANNIVERSAIRE

LE JEU DE L'ANNIVERSAIRE
ON VOUS APPELLE EN DIRECT À 7H10 ET 8H10 DANS BONJOUR LES ARDENNES

EMISSION EN COURS
09h00 - 13h00

LA VIE EST BELLE NASSI

RVM

Et surtout des marques fortes dans un environnement encombré

The image is a screenshot of the Facebook page for RVM (@rvmradioardennes). The page layout includes a top navigation bar with the Facebook logo, the name 'RVM', a search bar, and user profile information for 'Yann'. The main content area features a large cover photo for the movie 'LA CASSINE' with the text 'GAGNEZ VOS PLACES V.I.P. POUR LE SON ET LUMIÈRE'. Below the cover photo is a post with a microphone image and the text 'Recherchez @@rvmradioardennes sur Facebook ou dans Messenger pour trouver facilement cette Page.' The left sidebar contains navigation links: 'À propos', 'Photos', 'Vidéos', 'Mentions J'aime', 'Livestream', 'Twitter', 'Publications', 'Welcome', 'Welcome', and 'Avis'. The right sidebar shows the page's location 'Société de médias/d'actualités à Charleville-Mézières' with a 4.6-star rating, and community statistics: '19 961 personnes aiment ça', '19 449 personnes suivent ce lieu', and '136 personnes y sont allées'. The bottom of the page shows the URL 'w.facebook.com/rvmradioardennes/?hc_ref=NEWSFEED#'. The page is cluttered with various elements, including a search bar, navigation links, and promotional content, illustrating a crowded digital environment.

RVM
@rvmradioardennes

Recherchez @@rvmradioardennes sur Facebook ou dans Messenger pour trouver facilement cette Page.

À propos
Photos
Vidéos
Mentions J'aime
Livestream
Twitter
Publications
Welcome
Welcome
Avis

LA CASSINE
GAGNEZ VOS PLACES V.I.P. POUR LE SON ET LUMIÈRE

RVM

+ VOS COORDONNÉES AU 7-11-12*
*0,50 CTS + COÛT D'UN SMS

APPELEZ DÈS MAINTENANT LE 0897-047-007*
*0,50 CTS PAR APPEL + SURCÔÛT SELON OPÉRATEUR

J'aime S'abonner Partager ...

Nous contacter Contacter

Suggestions

Question Du Jour?

Accueil - RVM - 100% A
RVM - 100% Ardennes 100... Contactez-nous

53 cours Briand

Société de médias/d'actualités à Charleville-Mézières
4,6 ★★★★★

Communauté

Invitez vos amis à aimer cette Page

19 961 personnes aiment ça
19 449 personnes suivent ce lieu
136 personnes y sont allées

À Propos Voir tout

w.facebook.com/rvmradioardennes/?hc_ref=NEWSFEED#

Et surtout des marques fortes dans un environnement encombré



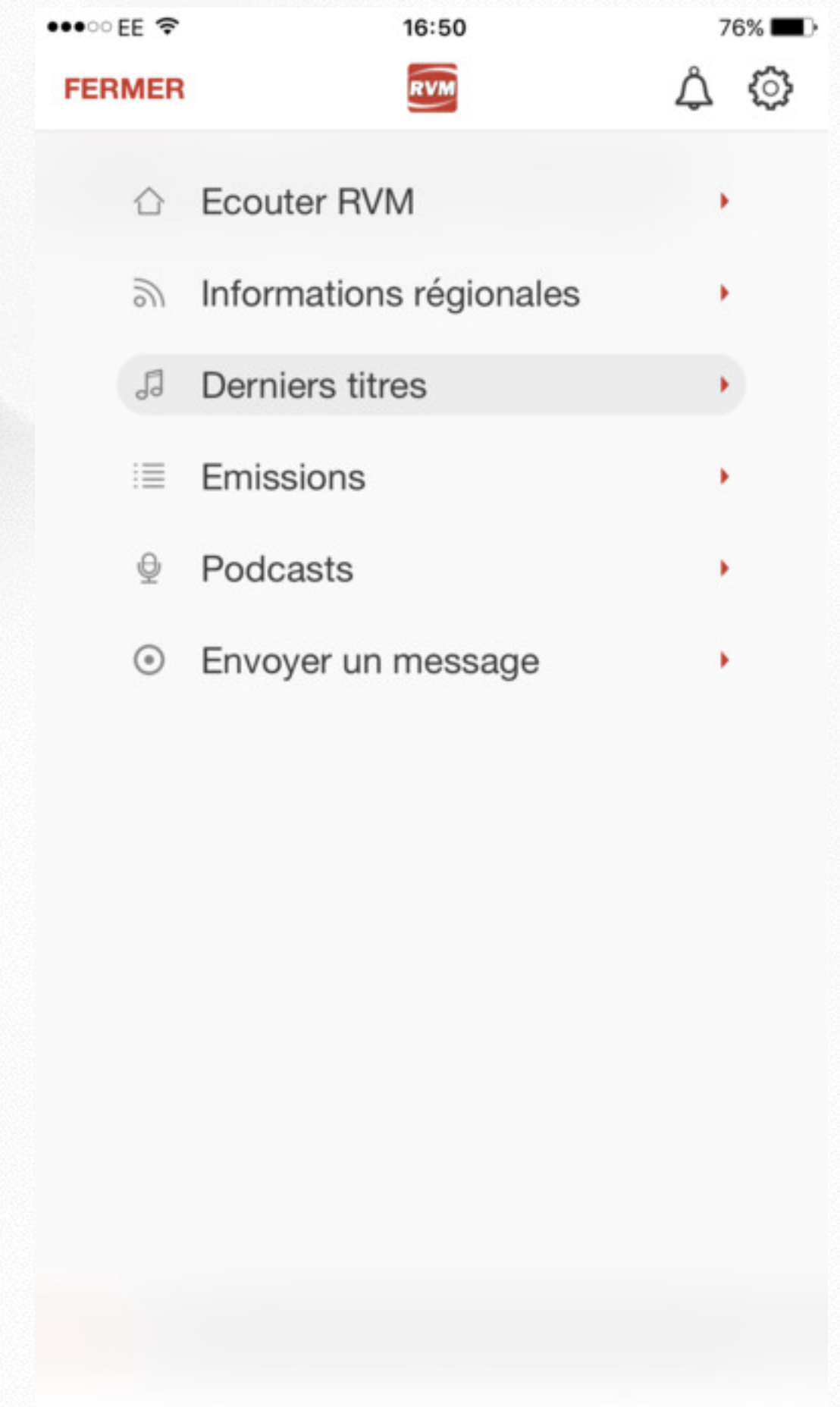
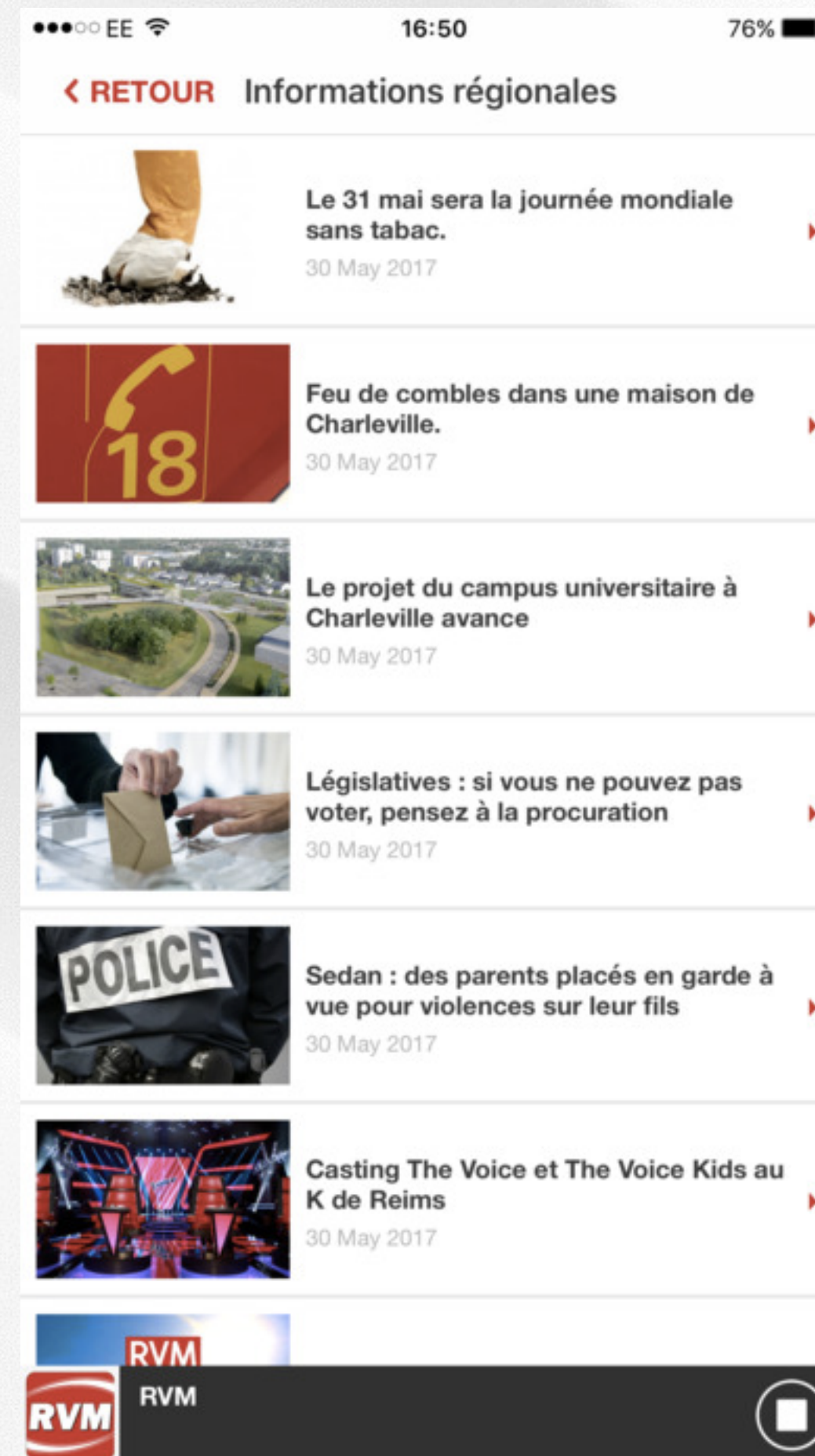
**Et surtout des marques fortes
dans un environnement encombré**



**Et surtout des marques fortes
dans un environnement encombré**

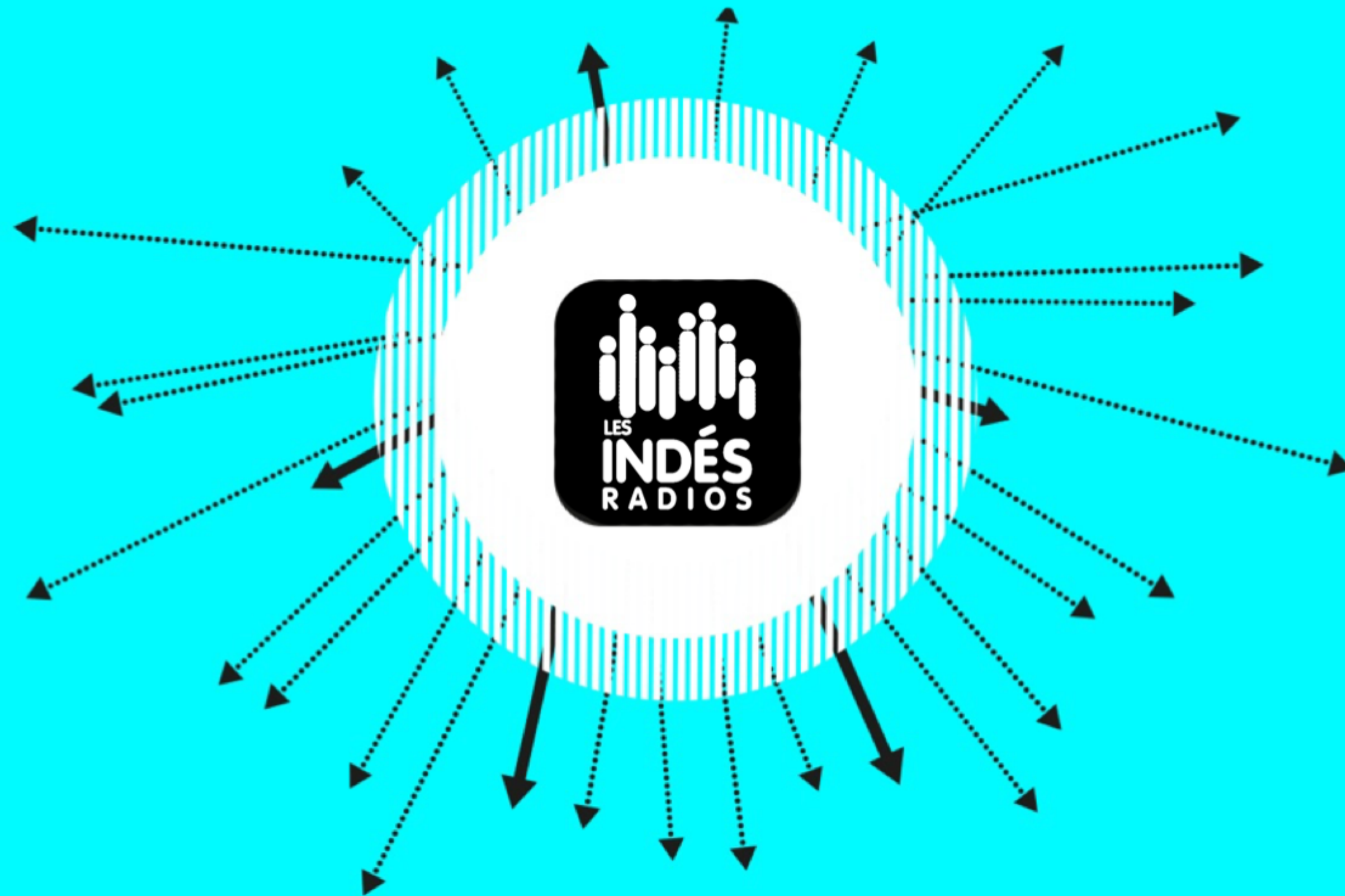


Et sur le mobile ?



Et nos concurrents dans cette histoire ?

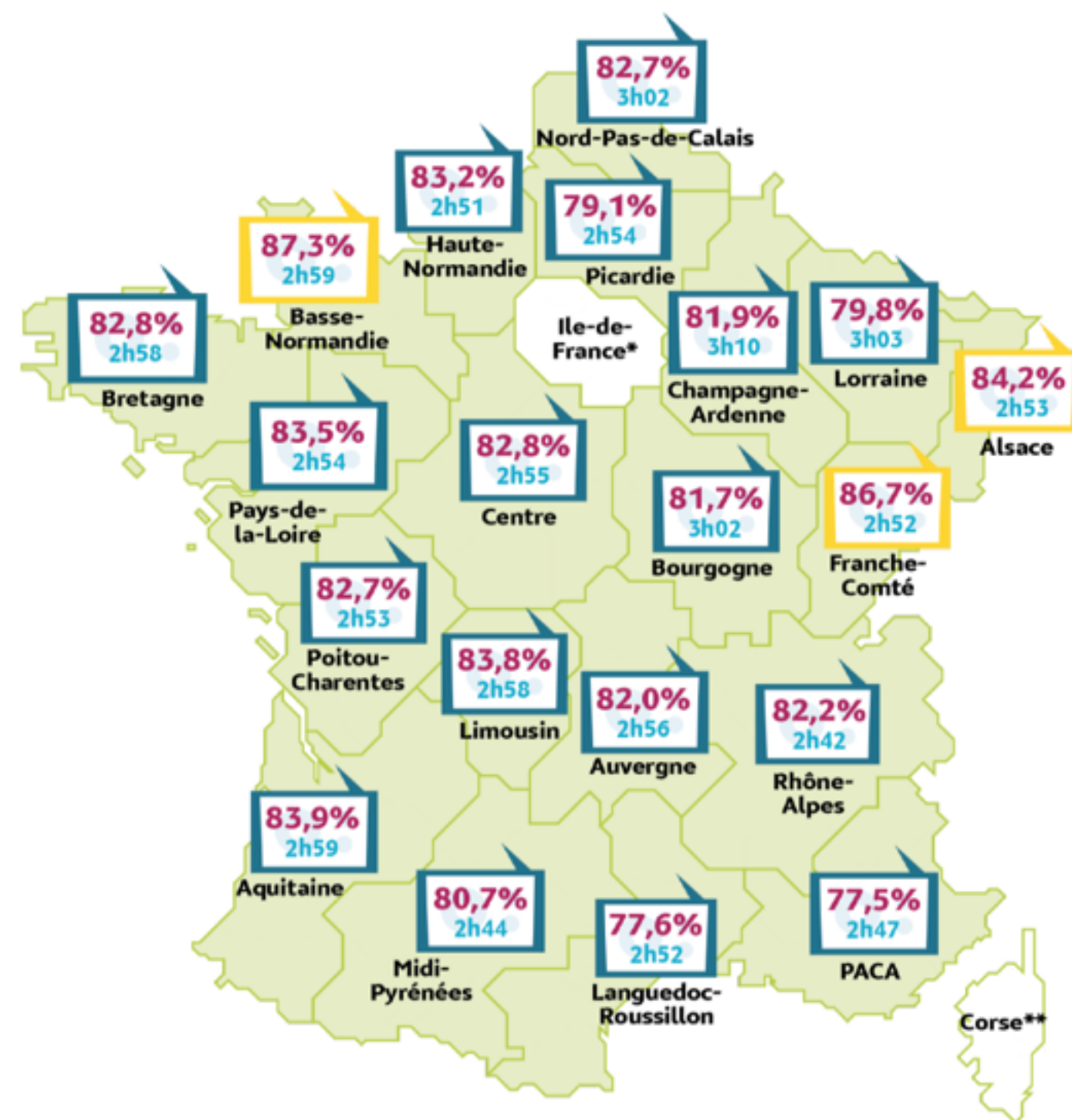
Ils travaillent mais pas toujours dans le bon sens... (bon, selon moi)



UNE AUDIENCE REALISEE SUR LA MEME BASE

La 126 000 - Médialocales

AUDIENCÉ DE LA RADIO PAR RÉGION
13 ans et plus - Lundi / Vendredi - 05H / 24H
AUDIENCÉ CUMULÉE (%) ET DURÉE D'ÉCOUTE PAR AUDITEUR



* Les résultats sur l'Ile de France font l'objet de l'étude 126 000 Radio Ile de France

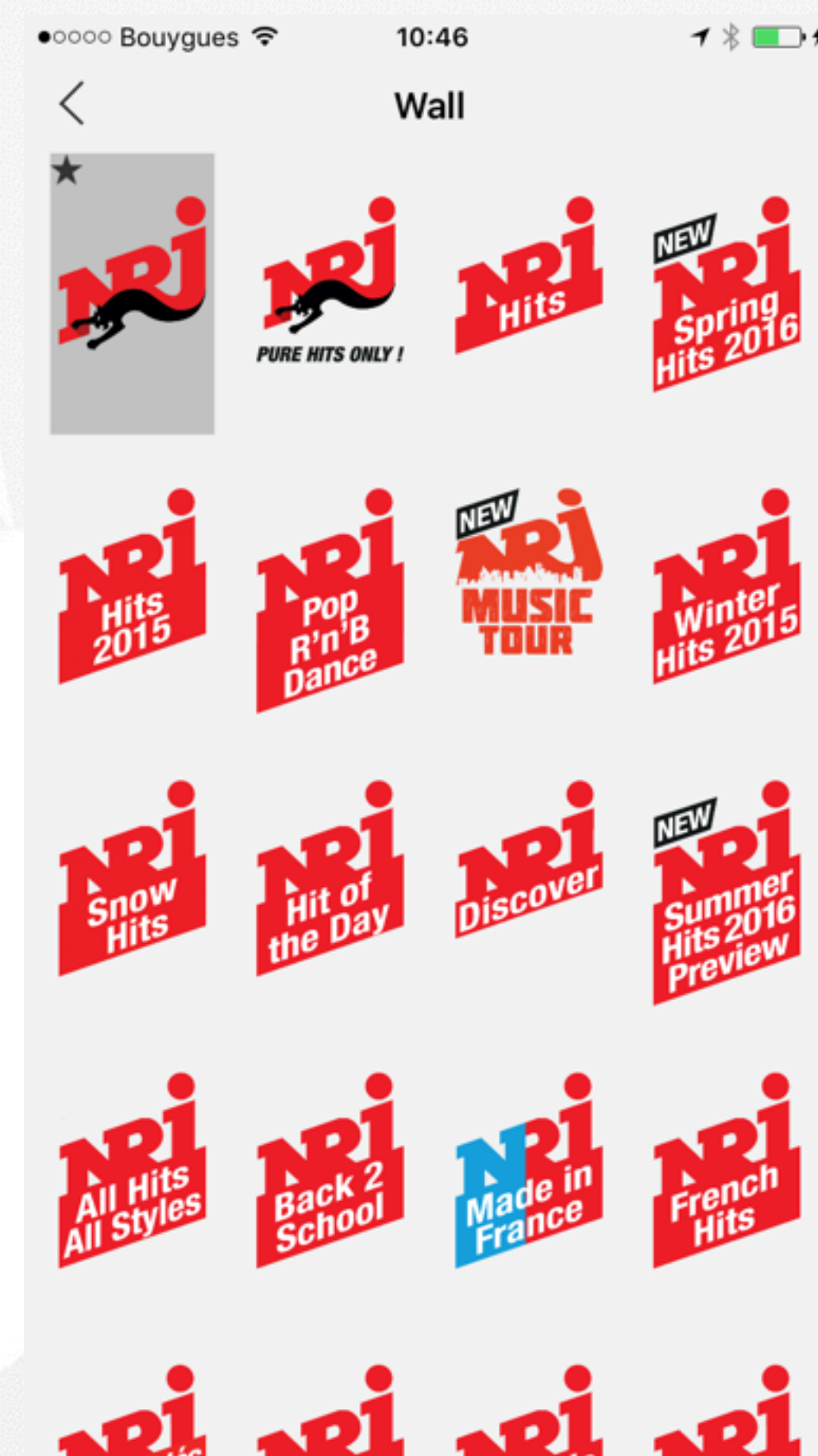
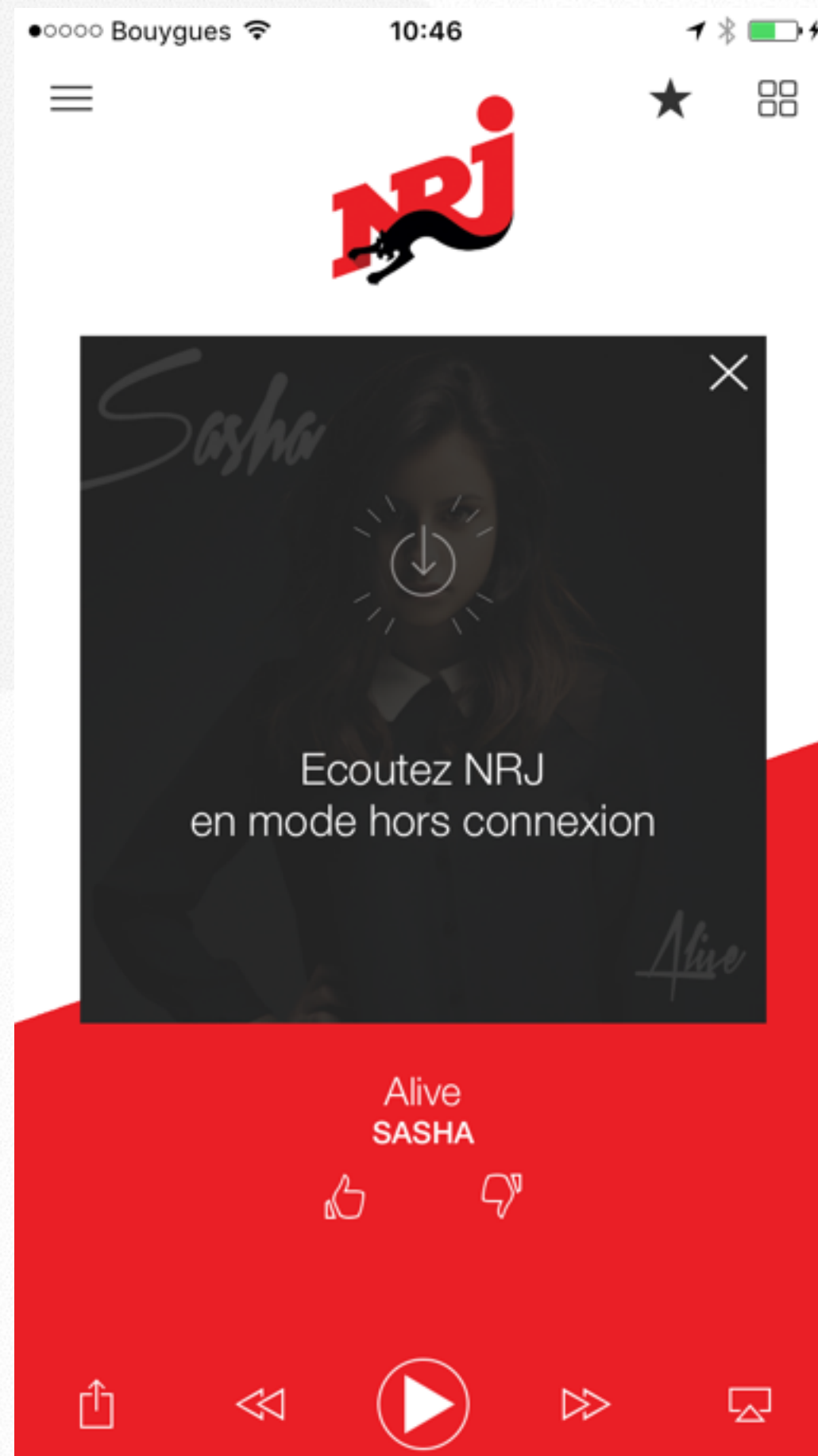
** Les résultats sur la Corse font l'objet d'une étude spécifique

*** En jaune, les trois régions où l'audience cumulée est la plus forte

- DÉCLARATIF
- DONNEES RECUEILLIES PAR TÉLÉPHONE
- LA MÉMOIRE COMME SEULE BASE

INSERER SA MARQUE DANS LE
QUOTIDIEN MULTIMEDIA DES
AUDITEURS

La stratégie NRJ Group



LA RADIO HIT AVANT TOUT

UN MUR DE WEBRADIOS

ECOUTE HORS LIGNE

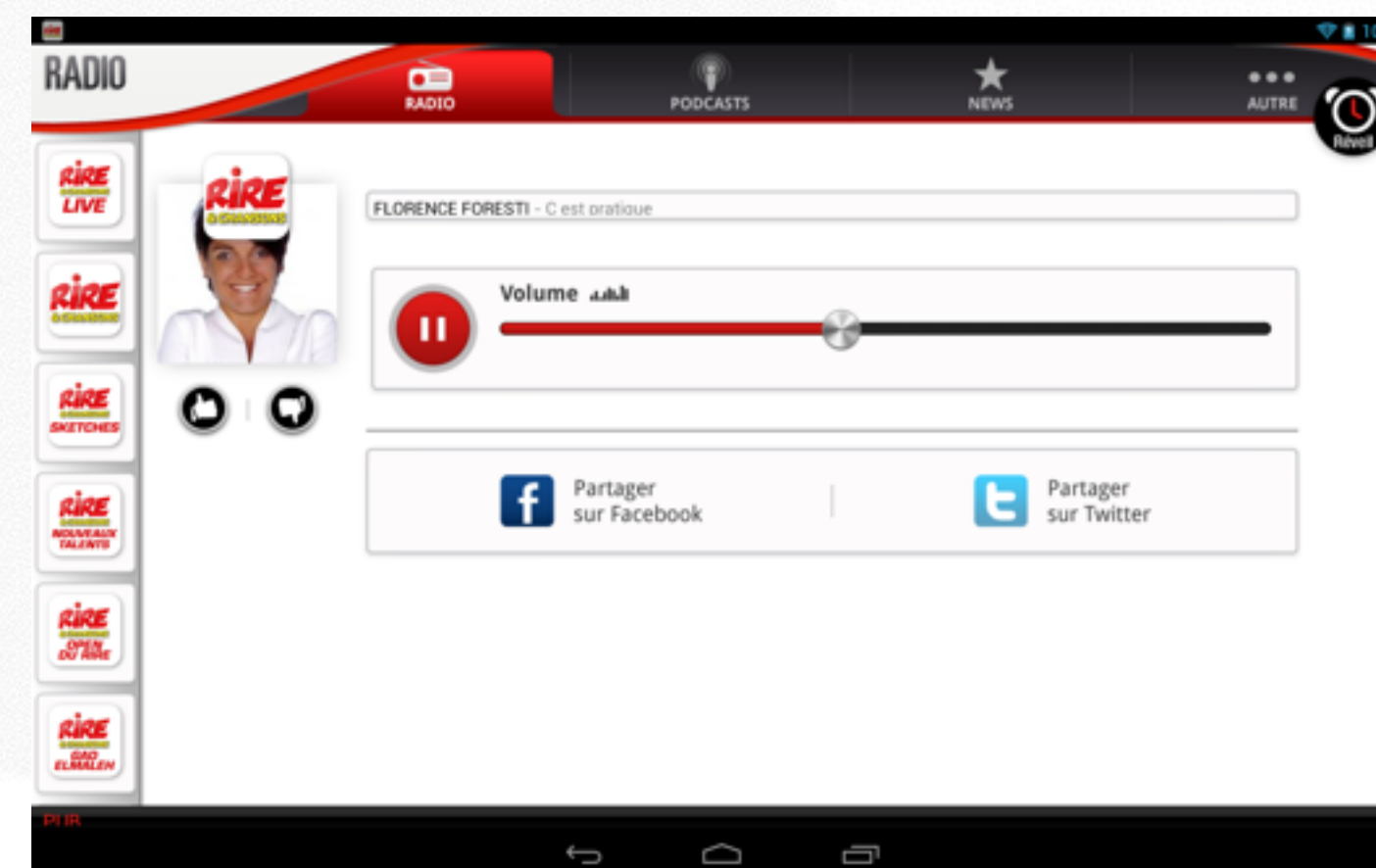
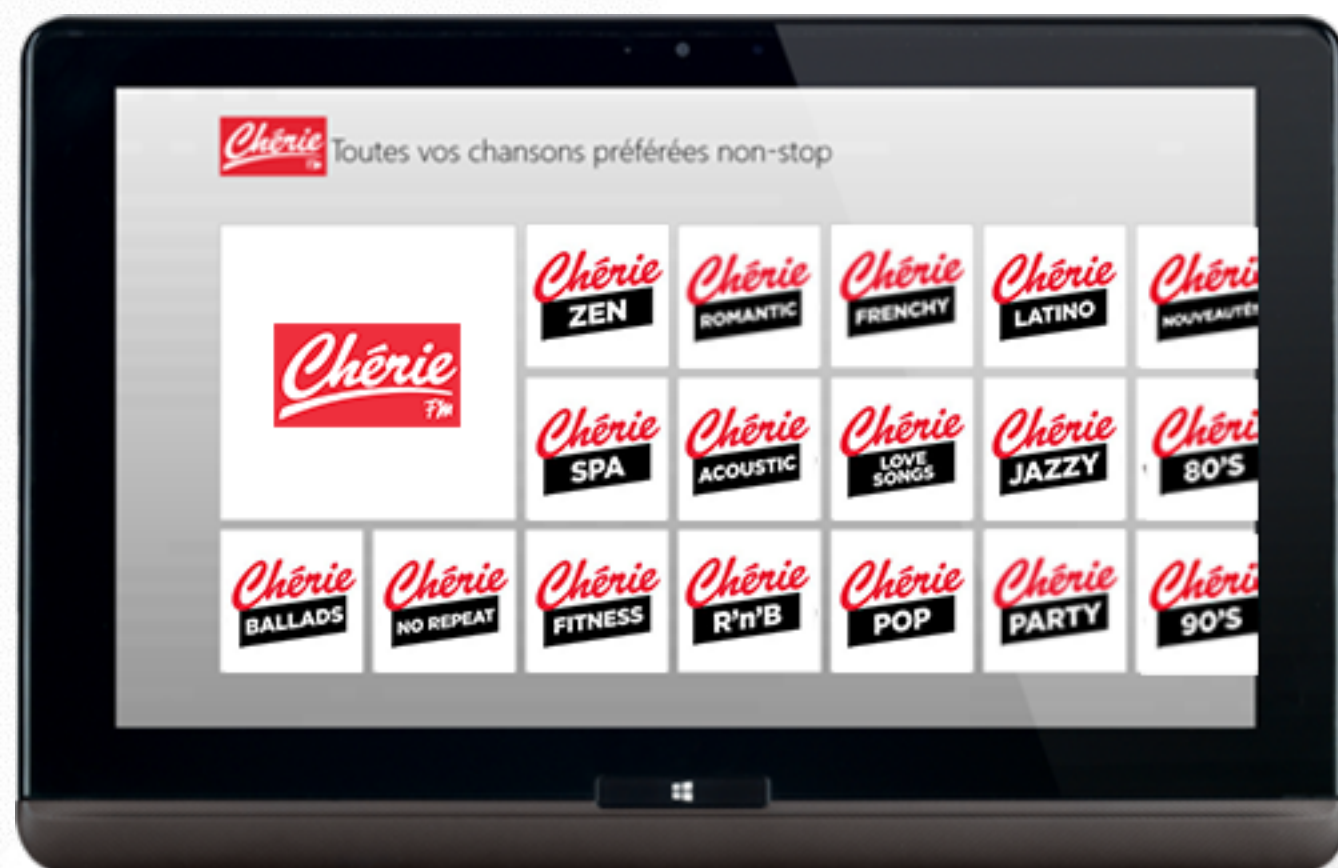
CITATION DE MARQUE POUR LA MEDIAMETRIE

DECLINAISONS REGIONALES EN COURS
D'INTEGRATION

La stratégie NRJ Group



La stratégie NRJ Group



ts targetspot

adswizz
MEASURE TARGET MONETIZE

La stratégie RTL Group



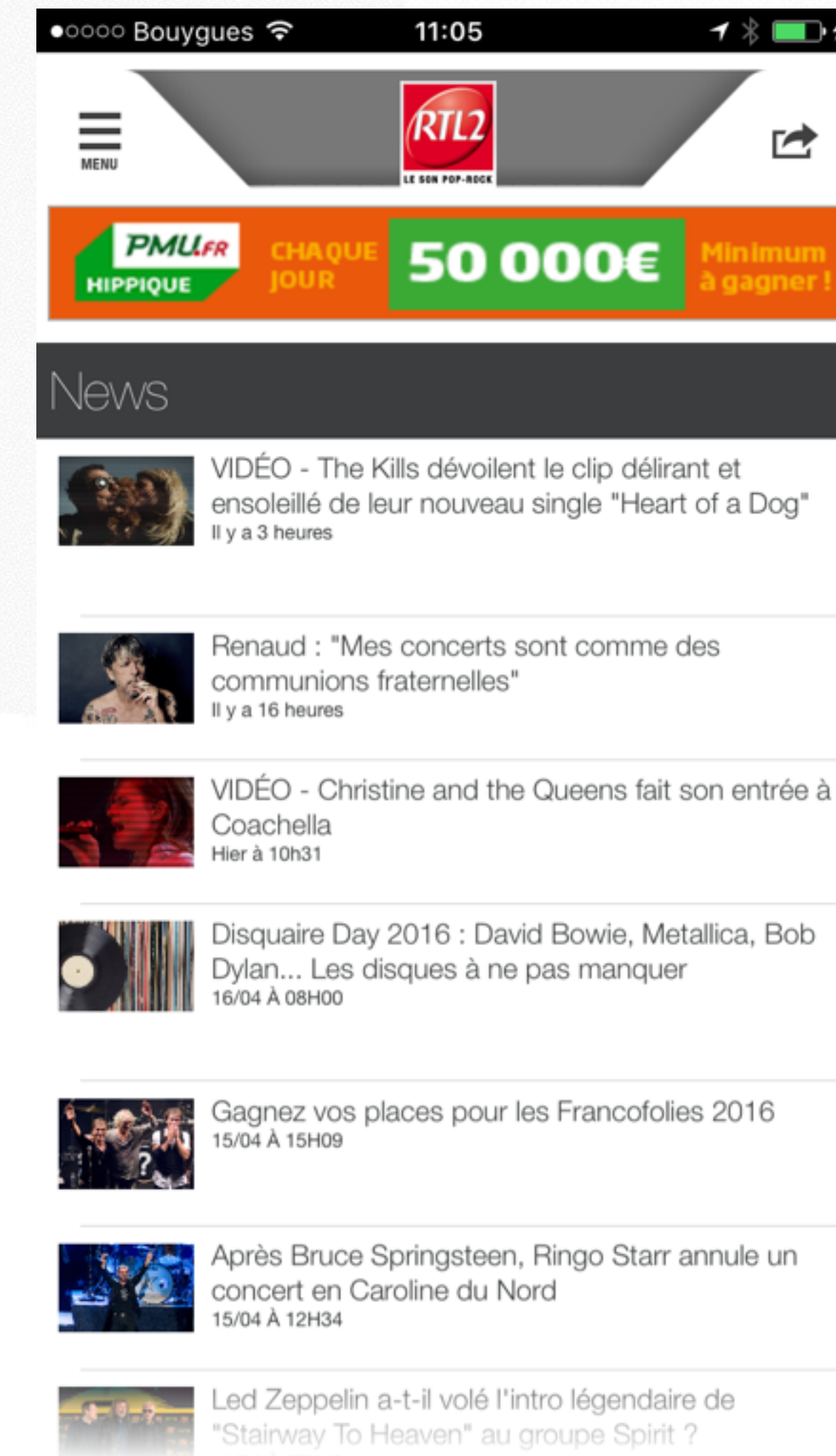
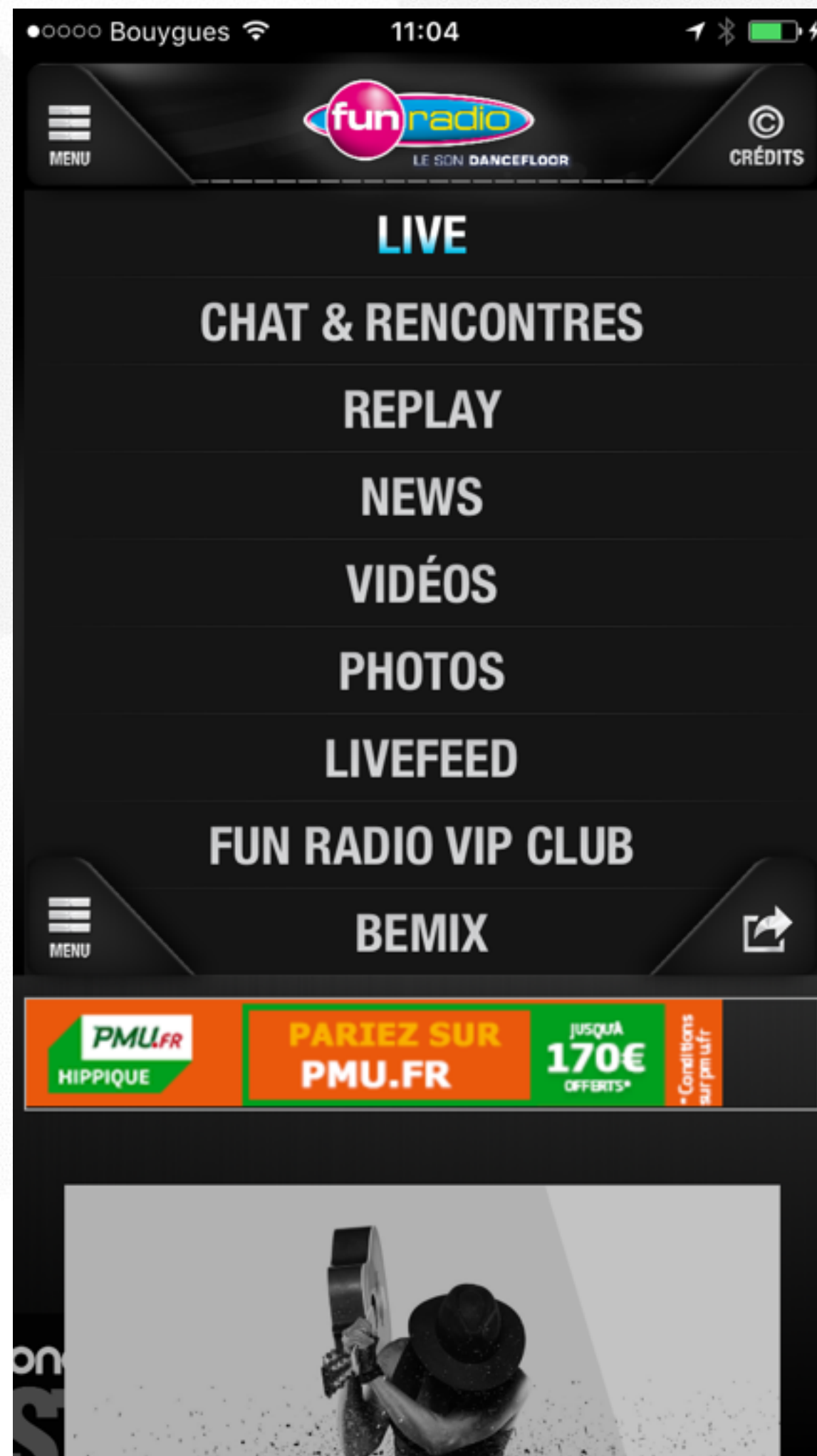
LES FONCTIONS RADIOS AU SECOND PLAN

PLUS UN SITE D'INFO QUE DE RADIO

PODCASTS DISPONIBLES

CITATION DE MARQUE POUR LA MEDIAMETRIE

La stratégie RTL Group



La stratégie Lagardère

le Lab
POLITIQUE

Europe 1

Europe 1Le Lab Europe 1Paris MatchLe JDD

Primaire LRElections

Rechercher

150€ OFFERTS*

JE M'ABONNE <

"IL M'A TRAHİ AVEC MÉTHODE"



La réaction de François Hollande à la démission de Macron.

Sébastien Tronche | Publié à 11h53, le 31 août 2016, Modifié à 12h37, le 31 août 2016 | Partagez

GRILLE DES PROGRAMMESANIMATEURSPODCASTSFRÉQUENCESLE LAB EUROPE 1EUROPE 1 SPORTSNEWSLETTERLE CLUB

Europe 1

14H00 - 15H00FRANCK FERRAND

14H00 - 15H00FRANCK FERRAND

EN DIRECT

LIVE

POLITIQUEINTERNATIONALSPORTMÉDIASCULTUREÉCONOMIESOCIÉTÉFAITS DIVERSSANTÉ

MIEUX CAPTER SON ÉPOQUE.

Europe 1



MIEUX CAPTER SON ÉPOQUE.

Europe 1

LE FLASH ACTU

14h48 • La Russie affirme avoir tué le stratège de l'Ei Abou Mohammed al-Adnani

14h35 • Karachi : non-lieu dans l'enquête sur un communiqué de l'Elysée sous Sarkozy

14h23 • Gabon : Ali Bongo serait vainqueur de l'élection présidentielle

14h11 • Michel Onfray fustige "l'infantilisation de la société"

14h04 • Cisjordanie : Israël approuve 466 logements dans des colonies

13h56 • Primaire à droite : soutien de Fillon, Gilles Carrez parraine NKM

13h42 • Le port du Havre bloqué suite à l'interpellation de deux dockers

13h35 • "Travaux à prévoir" : à Grasse, l'ancienne prison est à vendre

Le vote des enseignants est-il déjà perdu pour Hollande ?

La rentrée scolaire 2016, la dernière avant la présidentielle, s'annonce politiquement tendue pour le gouvernement.

- Rentrée : les enseignants se déchaînent sur Twitter
- Rentrée scolaire : sécurité et nouveauté pour mots d'ordre
- Que vont apprendre les élèves cette année ?
- Vacances : ce que prévoit le calendrier scolaire 2016-2017



Bercy : les petits messages de Sapin à Macron

Le désormais ministre de l'Economie et des Finances a profité de la



CMG SPORTS CLUB

150€ OFFERTS*

Europe 1 sports

VidéosFootballTennisBasketHandSports USRugbyCyclismeF1Auto-MotoAutresLIVE SCORESLe GorafiLifestyleForum

Petit flingue Wenger

Ancien joueur d'Arsenal, Emmanuel Petit ne comprend pas qu'Arène Wenger n'ait pas donné leur cha...

Football > Transferts



Sissoko, Chelsea entre dans la danse !

Moussa Sissoko s'apprête à vivre une fin de journée agitée. Alors que sa signature à Tottenham semblait en bonne voie, c'est à Chelsea que l'item...



Tottenham est chaud pour Sissoko !

Un imbroglio qui pourrait prendre fin. Bloqué par Newcastle, Moussa Sissoko pourrait rebondir à Tottenham qui fait le forcing pour l'arracher des g...

Football > Transferts



LE SCAN

Football-Italie Les Simeone se font dérober 10 000 dollars

Rugby-Top 14 Toulouse-Toulon relocalisé à Ernest-Wallon

Football-Transferts Séville: Digard prêt à Osasuna

Football-Ligue 1 Bordeaux: Rien de grave pour Toulalan

Football-Transferts OM: Fanni officiellement de retour

Football-Divers Il y a 23 ans, Okocha humiliait Kahn (vidéo)

Football-Transferts Stoke City confirme l'arrivée de Bony

Plus de scans

1 2 3 4 5

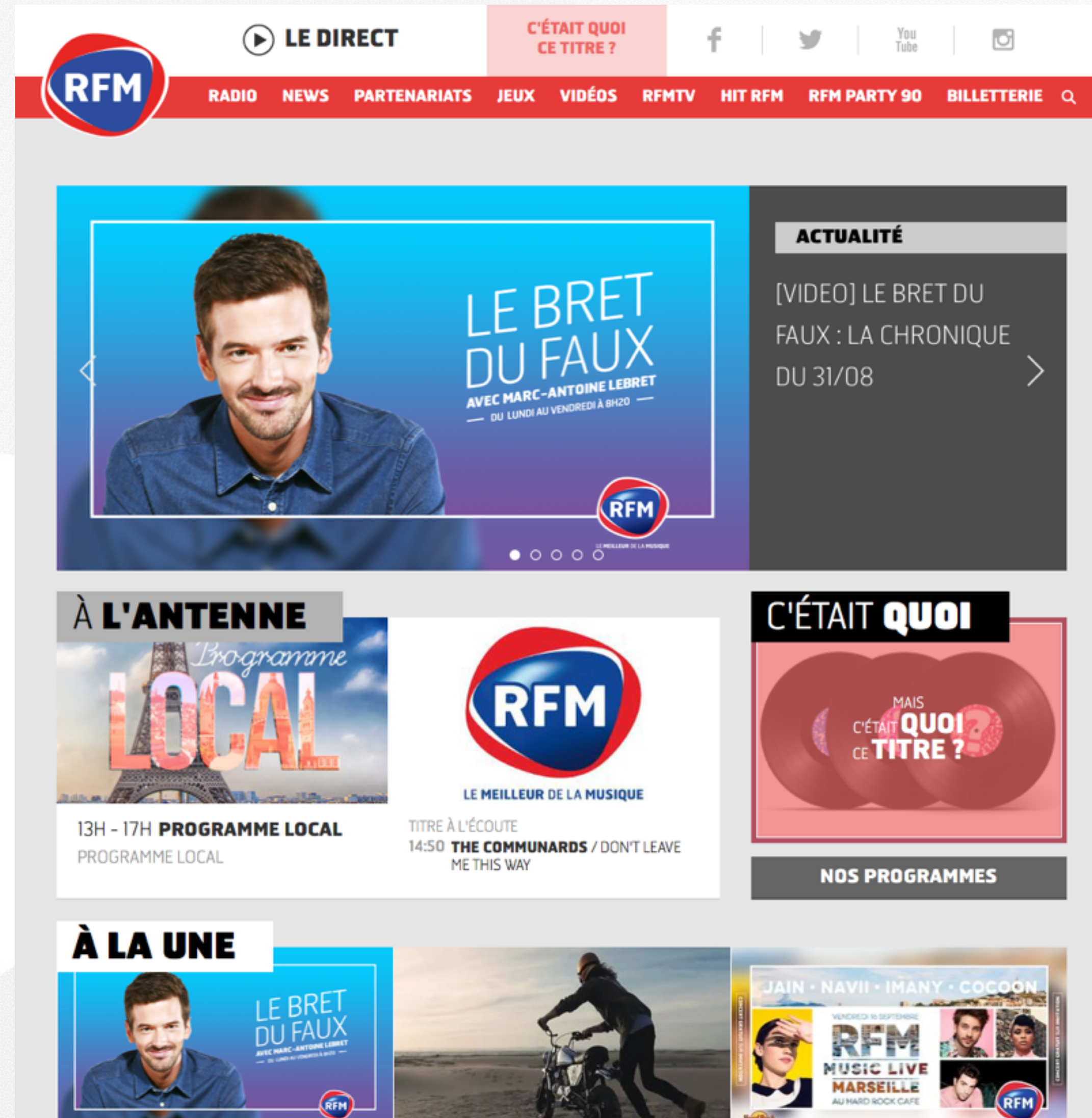
LIVE SCORES

Tennis

US Open

01:00	Williams Makarova	6 6	3 3
21:30	Kozlovskaya Williams	2 7 4	6 5 6
23:30	Radwanska Pegula	6 6	1 1
17:00	Kvitová Boyukalczay		
19:00	Wozniacki Kuznetsova		
Multiplex US Open			
US Open			
02:30	Nadal Seppi		
18:30	Tsonga Duckworth		
18:30	Paal Bhagwatia		
18:30	Blondin		

La stratégie Lagardère



La stratégie Lagardère

The screenshot displays the Virgin Radio website interface. At the top, a navigation bar includes links for MELTY, FAN2, MCM, and VIRGINRADIO, along with social media icons. Below this, a red header features the Virgin Radio logo and a menu with categories: RADIO, ACTUALITÉS, PODCASTS, PROGRAMMES, TV, JEUX, and VIDÉOS. A search bar is positioned on the right. The main content area features a live stream player for 'Marion' with a progress bar. Below the player, a green banner promotes 'Uve' as 'l'Ultime de la Vie Étudiante' with a 'Viens les découvrir' button. A large blue and red banner for 'SYNAPSON' and 'CONVERGENCE deluxe édition' is also present, including a contest announcement: 'GAGNEZ VOTRE ÉDITION DELUXE DE CONVERGENCE !'. At the bottom, there are three sections: 'L'ACTU VIRGIN RADIO' with a video player, 'C'était QUOI ce titre ?' featuring 'THE AVENER' and 'We go home', and 'SUR TON MOBILE' with a prompt to download the Virgin Radio app from Google Play.

MELTY FAN2 MCM VIRGINRADIO

RADIO ACTUALITÉS PODCASTS PROGRAMMES TV JEUX VIDÉOS

Rechercher..

RADIO

Marion 12h 16h

Uve

Tous les conseils pour réussir ton année

l'Ultime de la Vie Étudiante

BNP PARIBAS feat melty

Viens les découvrir

SYNAPSON

CONVERGENCE deluxe édition

GAGNEZ VOTRE ÉDITION DELUXE DE CONVERGENCE !

RADIO POP ROCK ELECTRO

L'ACTU VIRGIN RADIO

C'était QUOI ce titre ?

THE AVENER We go home 14:54

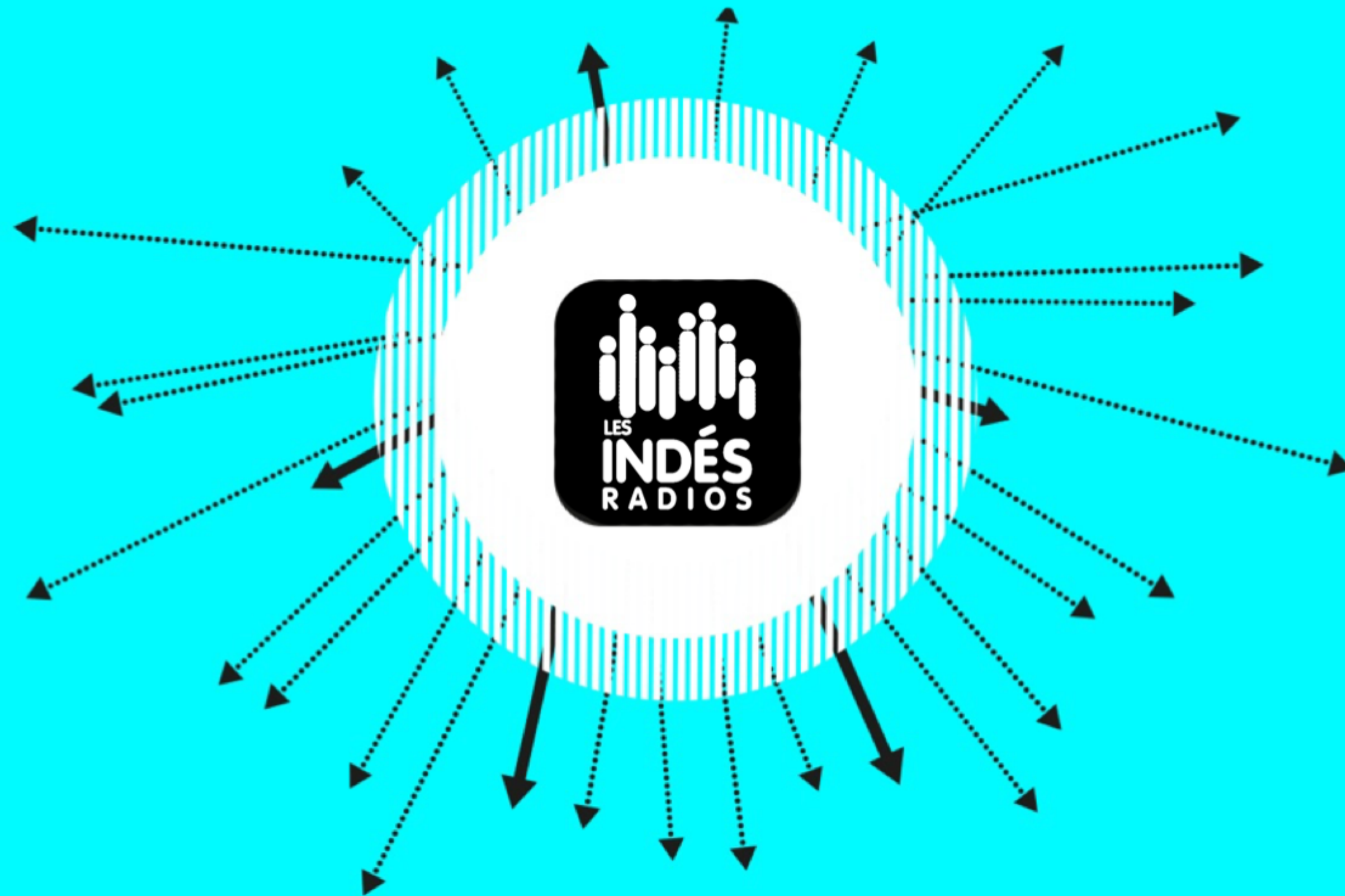
SUR TON MOBILE

Téléchargez l'application Virgin Radio !

GET IT ON Google play

Les réseaux sociaux

Quelques conseils pour mieux écrire et attirer les internautes sur les réseaux

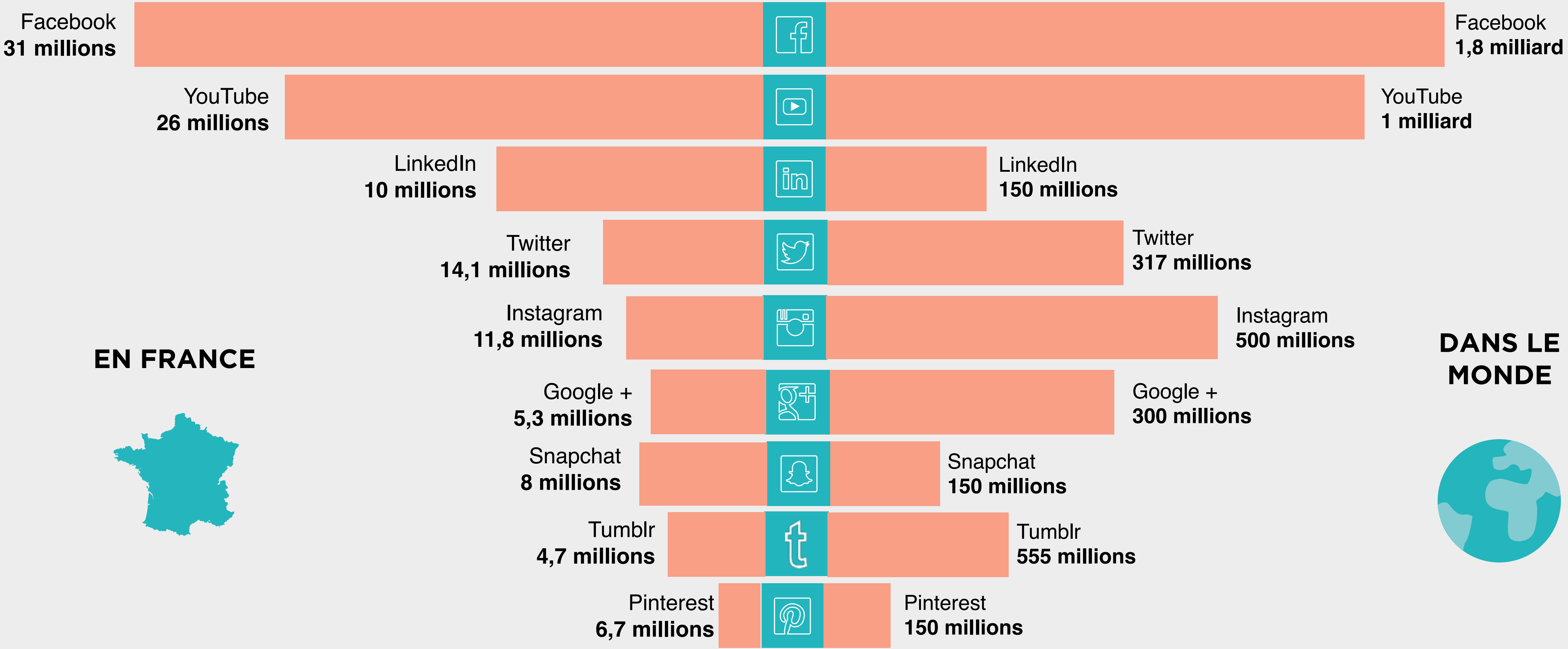


INTRODUCTION AUX RÉSEAUX SOCIAUX

Radio Indépendantes


milky
L'AGENCE QUI FAIT GRANDIR

NOMBRE D'UTILISATEURS ACTIFS



68% DES FRANÇAIS
SONT INSCRITS SUR UN RÉSEAU SOCIAL
ET Y PASSE 1H20 DE TEMPS CHAQUE JOUR

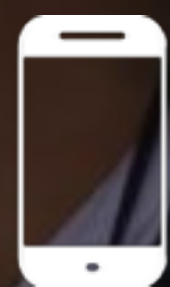


A young couple is shown from the chest up, looking at a smartphone held by the woman. They are both smiling and appear to be outdoors. The background is a soft-focus green field.

86,4%

des **15-24 ans** ont visité au moins un réseau social au cours des derniers mois

Support préféré :

A man with short brown hair and a beard is sitting at a table, drinking from a white cup. He is looking down at a smartphone in his other hand. On the table, there is a glass of orange juice and a white teapot.

73,1%

des **35-49 ans** ont visité au moins un réseau social au cours des derniers mois

Support préféré :

An older man with white hair and glasses is smiling and looking at a smartphone. He is wearing a blue and white plaid shirt.

61,2%

des **50 ans et +** ont visité au moins un réseau social au cours des derniers mois

Support préféré :



QUEL RÉSEAU POUR MA CIBLE ?

67

4 réseaux intéressants pour les radios



Une audience large répartie à peu près équitablement de 18 à 64 ans.

 47% d'hommes

 53% de femmes

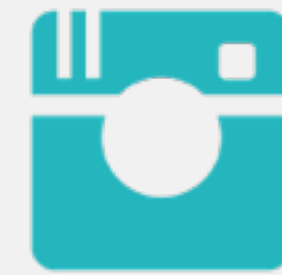


Deux cibles distinctes présentes :

- Les experts (journalistes, influenceurs, dirigeants d'entreprise, actifs du digital...)
- Les jeunes qui adorent commenter leur émission de TV / Radio préférée sur le réseau.

 60% d'hommes

 40% de femmes



La moitié des utilisateurs Instagram ont moins de 35 ans.

Le réseau de l'image par excellence qui attire principalement des femmes (65%)

 35% d'hommes

 65% de femmes



60% des utilisateurs Snapchat ont moins de 24 ans en France.

Une répartition équitable entre les hommes et les femmes.

 50% d'hommes

 50% de femmes

UNE STRATÉGIE EN 3 AXES

68

AVANT



Annoncer les programmes, les événements, donner des RDV ...

PENDANT



Faire vivre le live en incitant les auditeurs à participer à l'émission via les réseaux sociaux.

APRÈS



Revenir sur les meilleurs moments, mettre en avant les faits marquants, proposer un replay

Les réseaux sociaux en complément de la radio comme accélérateur de la stratégie digitale

QUELQUES EXEMPLES D'ANIMATION

69

RÉAGIR EN
DIRECT



FAIRE UNE
DÉDICACE



POSER UNE QUESTION
À UN INVITÉ



CONTEXTUALISER LA
PROGRAMMATION
MUSICALE



PASSER À L'ANTENNE
(TWEETS / POSTS) LUS
PAR LES ANIMATEURS



PARTICIPER À
UN JEU
CONCOURS



BIEN PRÉSENTER SES COMPTES

70

Pour être visible et reconnaissable au premier coup d'oeil, il est important de réfléchir à sa photo de profil et sa couverture (Facebook/Twitter)

La photo de profil : le logo de la radio



La cover : la promesse de la radio. Une image adaptée en format horizontal (851 x 315 p

BIEN PRÉSENTER SES COMPTES

71

Sur Facebook, Twitter et Instagram, il vous sera possible de donner une petite biographie. L'objectif ? Résumer sa radio en 1 phrase ou 2.

Des biographies courtes et un lien de redirection vers le site

MFM Radio ✓
@MFMRadio

MFM Radio, numéro 1 sur la chanson française

📍 France

🔗 mfmradio.fr

📅 Inscrit en août 2009

Cerise FM
@CeriseFM

Cerise FM est une radio Mulhousienne émettant sur 88.2 FM. Vous aimez Robbie Williams, Marc Lavoine, Whitney Houston, Axelle Red... vous adorerez CERISE FM !

📍 Mulhouse (68)

🔗 cerisefm.fr

📅 Inscrit en novembre 2012

TOULOUSE FM
@ToulouseFM

TOULOUSE FM, Le Plein De Hits ! actu locale, infos route, sports ... [#toulousefm](https://twitter.com/toulousefm)

📍 Toulouse

🔗 toulouse.fm

📅 Inscrit en novembre 2010

Plus la radio est connue, moins il est nécessaire d'allonger cette description. En revanche, pour des radios émergentes, ne pas hésiter à être le plus exhaustif possible.

QUELS OBJECTIFS POUR QUEL RÉSEAU ?

72



Hub de l'écosystème social (1 page pour l'ensemble de la radio)
Prolonger l'expérience d'auditeur



Donner envie

*Montrer les coulisses. Faire vivre de l'intérieur la radio.
Rapprocher les auditeurs des animateurs*



Faire vivre le live / relayer de l'information

Pour les stations régionales ou nationales privilégier Twitter pour faire vivre autrement l'antenne.

Pour les stations locales, utiliser Twitter comme outil de partage d'informations (redirection vers site)



Humaniser la radio

Proposer à vos animateurs vedette de créer son compte Snapchat et d'animer leur heure d'antenne via ce réseau.

Les comptes peuvent être mis en avant sur les réseaux sociaux de la radio.

QUEL CONTENU PUBLIER SUR FACEBOOK



73

En gardant en tête la volonté d'inciter les fans à écouter la radio, voici quelques pistes d'animation.

1

FAIRE VIVRE LE LIVE

Poster des photos en direct du plateau.
Inciter les fans à écouter en live et à poser des questions directement sur la page Facebook.

2

HUMANISER LA RADIO

Présenter les chroniqueurs, montrer la vie de l'antenne en dehors des directs.

3

REVENIR SUR LES TEMPS FORTS

Si l'auditeur n'a pas pu écouter le live, il est intéressant de lui pousser le replay. Toujours titiller la curiosité de l'auditeur sans en dire trop ni pas assez.

4

REBONDIR SUR L'ACTUALITÉ

Un anniversaire d'une star, un nouveau clip d'un chanteur reçu en ITW... Les occasions sont nombreuses pour remettre en avant des replays d'émission.

Mettre en avant les partenariats / Etre un acteur de sa ville, sa région.

QUEL CONTENU PUBLIER SUR FACEBOOK



74

FAIRE VIVRE LE LIVE



HUMANISER LA RADIO



QUEL CONTENU PUBLIER SUR FACEBOOK



75

REVENIR SUR LES TEMPS FORTS



REBONDIR SUR L'ACTUALITÉ



QUEL CONTENU PUBLIER SUR FACEBOOK



76

MISER SUR LES PARTENARIATS



ETRE AU COEUR DE SA VILLE



QUEL CONTENU PUBLIER SUR FACEBOOK



77

ET DONNER LA PAROLE A LA COMMUNAUTÉ



EN CONCLUSION SUR FACEBOOK



78

1

Publier régulièrement sur la page. Se caler sur les programmes pour organiser ses prises de parole.

2

Se poser la question du bénéfice fan à chaque publication.

3

Une obligation de toujours accompagner son post d'un visuel, d'un GIF, d'une vidéo... Un statut seul engage 2 fois moins sur Facebook.

4

Faire appel à son instinct : si je pense que c'est une bonne idée, j'y vais. Il faudra tester de nombreuses choses avant d'arriver à un rythme de croisière.

5

Miser sur la vidéo (ou le Facebook Live). Privilégier un format court (inférieur à 1 mn sur les vidéos classiques) et uploader dans Facebook.

6

Penser à sous-titrer les vidéos publiées. Le son étant désactivé par défaut en autoplay, il est important que le contenu soit compréhensible sans le son.

Le truc en plus : proposer sur Facebook du contenu exclusif. Le communiquer à l'antenne

QUEL CONTENU PUBLIER SUR TWITTER



79

Plus que Facebook encore, Twitter a une notion de live qui lui est propre. Tout contenu publié doit être pensé en ce sens.

1

DONNER DE L'INFORMATION

Sur Twitter, la radio sert de support d'informations pour ses auditeurs / followers. Des sujets du quotidien peuvent y être postés en temps réel de manière à apporter un bénéfice pour le lecteur.
Exemple : la circulation pour une radio locale

2

FAIRE VIVRE LE LIVE

Avant, pendant et après une émission, la radio raconte ce qui se passe dans son studio. Des Live Tweets peuvent être mis en place.

3

REBONDIR SUR L'ACTUALITÉ

Twitter étant le réseau du live, c'est ici que toutes les news sont communiquées et commentées. Il est intéressant pour une radio de surfer sur ces tendances.

4

REDIRIGER VERS LE SITE

Un article rédigé sur le site ? Un tweet qui part pour informer les followers.
La même information peut être relayée 2 à 3 fois sur ce réseau dans la semaine.

QUEL CONTENU PUBLIER SUR TWITTER



80

DONNER DE L'INFORMATION



FAIRE VIVRE LE LIVE



QUEL CONTENU PUBLIER SUR TWITTER



81

REBONDIR SUR L'ACTUALITÉ



REDIRIGER VERS LE SITE



EN CONCLUSION SUR TWITTER



82

1

Mener une politique d'abonnement à des comptes clefs pour augmenter sa visibilité (compte de ville, journaliste, artiste, équipe de foot...)

2

Mentionner les comptes cités (à l'aide d'un @) et utiliser dans tous ses tweets de 1 à 3 hashtags pertinents.

3

Respecter un bon équilibre entre tweets en propre et RT (70% en propre / 30% de RT)

4

Toujours accompagner son tweet d'un visuel, d'un GIF, d'une vidéo... Un Tweet seul engage 4 fois moins sur Twitter.

5

Ne jamais dupliquer automatiquement le contenu de Facebook sur Twitter

QUEL CONTENU PUBLIER SUR INSTAGRAM



83

Face à la croissance d'Instagram, il est intéressant pour une radio de s'y positionner afin de se rapprocher au maximum des auditeurs.

1

MONTREZ L'ENVERS DU DÉCORS



2

HUMANISER SA RADIO



3

RELAYER DES ÉVÈNEMENTS



EN CONCLUSION SUR INSTAGRAM



84

1

Faire la photo avant de réfléchir au texte qui l'accompagne : l'information principale doit transparaître dans l'image.

2

Jouer avec les formats disponibles sur le réseau : InstaStories, Boomerang, Live Story, photo, GIF...

3

Mentionner les comptes cités (à l'aide d'un @) et utiliser dans tous ses tweets de 1 à 3 hashtags pertinents.

4

Ne jamais poster sur Instagram un visuel promotionnel ou pas assez spontané.

milky

L'AGENCE QUI FAIT GRANDIR

contact@milky.fr // 01 77 75 66 10



facebook.com/milky



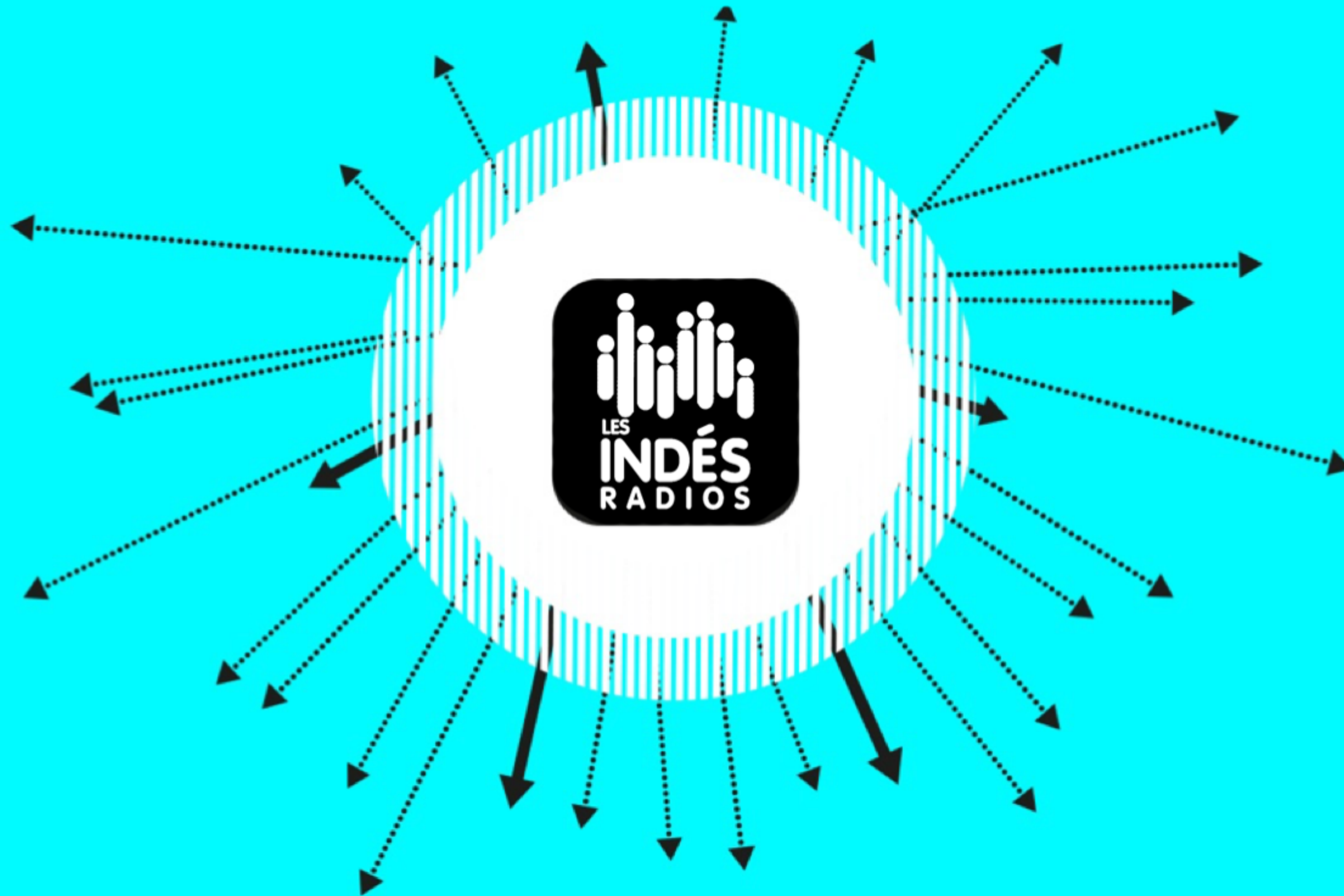
twitter.com/milky_web



instagram.com/milky_web

L'écriture web

Le principal est d'écrire de façon lisible pour les robots comme pour les humains



trouvé
Ecrire pour être lu
partagé



Pourquoi écrire spécifiquement sur le web ?

- 1) INTERNET EST UN MEDIA A PART ENTIERE**
- 2) CE N'EST PAS FORCEMENT BEAUCOUP PLUS LONG**
- 3) ATTIRER LE REFERENCEMENT**
- 4) LES LECTEURS NE SONT PLUS LES MEMES**

QUELQUES GENERALITES

- 1) LA TAILLE DES ARTICLES : pas trop longue : les internautes sont zappeurs mais un minimum pour être référencé**
- 2) Pensez aux mots clés et ne pas en faire trop**
- 3) Mon article va t-il intéressé l'internaute ?**
- 4) S'habituer à publier régulièrement sur le site internet / application mobile**
- 5) Se donner une contrainte de temps (30 minutes max)**
- 6) Se relire**

ECRIRE UN TITRE

- 1) Etre simple et compréhensible (ne pas utiliser les sigles ou acronymes)**
- 2) Etre informatif / de quoi parle l'article ?**
- 3) Parfois utiliser le mode interrogatif si cela s'y prête**
- 4) Ne pas être trop long (entre 4 et 10 mots)**
- 5) Pas de jeux de mots**
- 6) Toujours localiser l'information**
- 7) Insérer des mots clés au sein des titres**

ECRIRE UN CHAPO

1) Y mettre les mots clés

2) Un seul paragraphe

3) En dire mais sans tout dire : le chapo doit pouvoir être lu comme une brève

4) Règle des 5 W : Who ? What ? When ? Where ? Why ?

5) Exemple de chapô

« un homme a été retrouvé ce jeudi 4 décembre blessé par arme dans sa voiture à Flammenville. Le procureur de la République s'est rendu sur les lieux dans le cadre d'une enquête judiciaire. La piste du suicide est privilégiée »

ECRIRE UN CORPS DE TEXTE

- 1) Utilisez les paragraphes pour découper l'information et faciliter la lecture**
- 2) Prévoir des intertitres**
- 3) Minimum 300 mots pour le référencement - maximum 4 - 5 écrans**
- 4) Graissez les mots clés : pour la facilité de lecture + mettre des liens + le référencement**
- 5) Rédigez des phrases simples et compréhensibles pour le plus grand nombre**
- 6) Adaptez le ton à votre cible**
- 7) Utilisez des repères temporels : pas de « hier », « demain » mais le 14 décembre 2016**

Importance des mots clés - tags

- 1) Que mettre dans les mots clés ?**
- 2) Expression ou mot simple ?**
- 3) Regrouper pour orienter**
- 4) Moteur de suggestion dans le back office : regrouper les mots clés**

Encore quelques petits conseils

La taille des paragraphes : pas plus de 150 mots pour ne pas avoir un effet « pavé » : cela permet aussi de faciliter la lecture sur mobiles

Pensez à insérer des liens hypertextes au sein de vos articles, pour renvoyer vers d'autres contenus du site mais aussi des liens hypertextes

Insérer des éléments multimédias (galeries photos, sons, vidéos, cartes...) pour aérer la lecture et retenir le lecteur

Utiliser des éléments typographiques classiques : le gras / le soulignement / l'italique / les couleurs et autres éléments de mise en page

Avez-vous des questions ?

Si besoin : ylegarson@lesindesradios.fr

