



Dans un monde de plus en plus concurrentiel, notre équipe est votre partenaire et vous propose des solutions sur mesure. A&L Richest Media vous accompagne dans votre stratégie de communication sur le Net dans un principe gagnant-gagnant.

Nous vous proposons des contenus en Rich Média qui permettent une interactivité entre vidéos, textes, images, graphiques etc. Cela permet de faire des sites et contenus plus riches, plus intéressants, plus efficaces, donc plus rentables. Réalisés en flash, les contenus Rich Média vous permettent en plus de vous démarquer immédiatement de vos concurrents.

C'est la généralisation du haut débit qui permet aujourd'hui de travailler avec ces nouvelles techniques. Et les résultats sont excellents commercialement. Les annonceurs l'ont d'ailleurs bien compris puisque plus d'un tiers de la publicité sur Internet en France est en Rich Média. Les Etats-Unis ont aujourd'hui un temps d'avance dans ce domaine. Cela permet d'étudier l'impact du Rich Média. Et les résultats sont là avec une augmentation du chiffre d'affaire généré !

Le Rich Média n'est pas seulement un changement dans la forme, dans le design... Il permet d'attirer et de capter l'attention de l'internaute pour mieux le guider. C'est pour cela qu'il faut créer un scénario et définir les besoins et objectifs. Cela, nous le faisons par le dialogue et l'écoute parce que pour concrétiser un projet, il faut en avoir une vision. Cet audit nous permet de vous proposer un produit adapté à vos besoins. De cette manière, vous optimisez le coût de votre investissement.

L'efficacité au
meilleur prix

Restez agiles et
démarez vous de la
concurrence

Multipliez vos clients
et fidélisez-les

Valorisez votre image

Le Rich Média

Bienvenue dans un monde plus riche

Flash, vidéo, formats extensibles, habillages sonores, jeux, incrustations : le rich-média fait pénétrer la communication sur Internet dans l'univers du multimédia et de l'interaction.

Pourquoi aujourd'hui

- Parce que le développement intensif du haut débit permet au rich-média, consommateur de bande passante, de prendre son envol.
- Parce que les ordinateurs possèdent maintenant des plug-ins permettant de consommer les animations visuelles (Flash, Java, lecteurs multimédias...).
- Parce que, et c'est le plus important, le rich-média a des retours jugés excellents par les annonceurs.

88,7%
des internautes à domicile
déclarent accéder à Internet
en haut débit en France

**5 fois plus de
clics**

Cette manière de faire, développée aux Etats-Unis, multiplie par cinq le taux de clics des visiteurs et augmente de 60% les intentions d'achat en moyenne (source: Dynamic Logic MarketNorms).

Premier indicateur suivi par les annonceurs : le taux de clics. Dans ce domaine, toujours selon l'étude Advertising.com-eMarketer, les créations rich-média affichent des taux de plusieurs pourcents, là où les campagnes traditionnelles (statiques) affichent généralement des taux inférieurs à 0,5%.

Les créations rich-média affichent par ailleurs une grande stabilité du taux de clics en fonction de l'exposition, c'est-à-dire le nombre de fois où l'internaute est confronté à la campagne. Pour une fréquence d'exposition variant de 1 à 6, le taux de clics moyen varie de 5,3 % à 6,0%. Autrement dit, le rich-média est efficace pour une exposition faible, et ne "s'use pas" sur des expositions plus élevées. Autre indicateur, un internaute sur dix passe en moyenne près de 11 secondes à "manipuler" une création rich-média. Des chiffres qui pourraient faire pâlir les autres médias supports, et même la télévision.

L'exemple américain

Selon une étude réalisée par la régie Advertising.com et le cabinet eMarketer, le marché du rich-média devrait peser 2,2 milliards de dollars en 2008 aux Etats-Unis. Près de 70% des sites supportent désormais l'intégration de campagnes rich-média.

Marché rich-média
(en millions de dollars) aux Etats-Unis



A&L Richest Media - Nous améliorer et innover constamment

Une communication plus efficace et donc plus rentable

Le Rich Média permet, vous l'aurez compris, de capter l'attention.

Le Rich Média ou Reach Média tire son nom du verbe anglais "to reach" qui signifie atteindre, mais lors de sa traduction, il est devenu Rich Média pour le "contenu enrichi" qu'il propose.

Lorsque vous investissez dans un site Internet, votre priorité est de fournir un contenu qui soit vu et qui incite l'internaute à passer à l'acte d'achat. Or, l'internaute est mobile, zappeur... il cherche une valeur ajoutée, un plus. Il faut donc capter en quelques secondes son attention puis le guider tout au long de son voyage sur votre site.

Le rich-média implique l'utilisateur

Le rich-média suppose une interaction. Le principe de la console permet à l'internaute avec sa souris un accès immédiat à des supports dynamiques rapides et courts. On sort ainsi des "tunnels" que représentent les longues pages de textes accompagnés d'images. La plupart des études montrent d'ailleurs que les clients apprécient d'avoir une représentation vidéo ou en 3D des produits. Des vidéos courtes découpées en mini-chapitres répondent particulièrement à cette attente.

Solutions

Les sites doivent être aujourd'hui à la disposition des utilisateurs qui entendent avoir facilement et rapidement les informations qu'ils recherchent. C'est pour cela que l'interactivité devient un facteur de réussite. Ne proposer qu'une vitrine ne correspond plus, en tout cas insuffisamment, aux attentes des internautes, dans le domaine professionnel ou privé. Il faut répondre aux attentes (market pull) des "acteurs" sur un marché saturé d'offres qu'ils jugent peu différenciées. Les trois premiers devoirs d'un site:

1/ Simplifier la tâche

2/ Inspirer confiance

3/ Alléger la contrainte de temps.

Ensemble, nous recherchons le meilleur scénario pour votre site et vos produits.

Un exemple: votre site peut proposer un mode d'emploi d'un produit en rich média. Un de vos vendeurs se charge d'expliquer les points importants avec des mini-chapitres. Résultat : vous augmentez la visibilité de votre site en captant des internautes qui veulent se savoir plus sur un produit sans que cela corresponde à votre enseigne. Vous le rassurez en lui offrant du service et de la proximité. L'internaute passera plus de temps sur votre catalogue. Vous le fidélisez puisqu'il reviendra en priorité sur votre site, satisfait.

En résumé, par ce moyen, vous augmentez votre clientèle potentielle, vous lui offrez plus de services, vous améliorez votre image, vous augmentez le chiffre d'affaire généré.

Vous l'avez compris, c'est ensemble qu'un scénario se crée: parce qu'il faut comprendre pour construire, parce qu'il faut du recul pour optimiser, parce qu'il faut définir les besoins, les attentes et le contexte d'usage pour optimiser les coûts de communication et augmenter le taux de transformation du CA généré.

A&L Richest Media - Nous améliorer et innover constamment



Les phases d'élaboration

1 >> AUDIT ET CONSEIL

Etude de votre projet, de vos besoins, de vos attentes liés à votre communication sur Internet. Ainsi nous vous établissons un pré-cahier des charges et un devis pour un produit sur mesure au juste prix.

2 >> ELABORATION DU CAHIER DES CHARGES

Détermination d'une arborescence et d'une charte graphique. Nous vous proposons un plan d'action et des scénarii destinés à optimiser les résultats de la communication.

3 >> PRODUCTION

Détermination des services et de l'élaboration de contenus.
Programmation, intégration et montage.
Création, finalisation du produit et phase de tests.

4 >> MISE EN PLACE

Hébergement, référencement, dépôt du nom de domaine et mise en service.

5 >> ACCOMPAGNEMENT

Suivi, mise à jour : nous restons à vos côtés et restons partenaires.

Nous adaptons nos propositions en fonction de vos suggestions. Vous validez chaque phase et le passage à la suivante pour avoir un produit en adéquation avec vos aspirations.

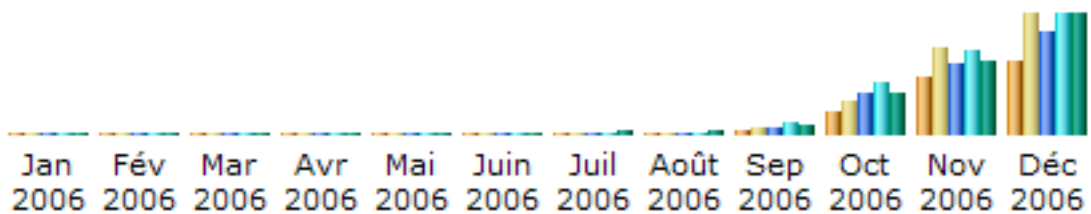


27 rue des Grands Champs
91700 Villiers sur Orge

contact@richestmedia.com
www.richestmedia.com

Pourquivoter.com, l'exemple d'un succès

Voici l'exemple d'un site d'information politique dédié à l'élection présidentielle pendant un an, pourquivoter.com. Le meilleur des discours est la lecture du bilan chiffré de la fréquentation du site fournie par AW Stats: la progression est fulgurante! Presque 6 millions de visites en avril 2007.



Mois	Visiteurs différents	Visites	Pages	Hits	Bande passante
Jan 2006					
Fév 2006					
Mar 2006					
Avr 2006	27	80	519	1457	34.84 Mo
Mai 2006	150	276	2236	7350	148.46 Mo
Juin 2006	3413	4169	35616	65842	1.66 Go
Juil 2006	2326	3135	68437	136797	2.28 Go
Août 2006	1989	2576	27312	96014	1.98 Go
Sep 2006	54316	77636	409536	675823	7.61 Go
Oct 2006	235033	357929	2163507	2829622	30.07 Go
Nov 2006	600571	917906	3747161	4532095	55.02 Go
Déc 2006	760564	1262530	5589229	6472862	88.63 Go
Total	1658436	2626317	12043913	14818576	187.49 Go



Mois	Visiteurs différents	Visites	Pages	Hits	Bande passante
Jan 2007	1200222	2135226	8965972	11468373	164.92 Go
Fév 2007	1788121	3677023	15616560	23432857	266.45 Go
Mar 2007	2384218	5183894	24222771	45040341	423.54 Go
Avr 2007	2772335	5935487	29039631	59887601	694.98 Go