COMMUNIQUE DE PRESSE

Vanksen met en place la stratégie de visibilité online du groupe ESC Pau

Paris, le 8 septembre 2009

Dans un contexte où le système universitaire bat de l'aile, les étudiants se voient sollicités par les établissements privés. Dans cette hyperconcurrence, Internet se révèle un pilier de notoriété. Dans cette optique, le groupe ESC Pau a fait appel à l'agence de communication à 360°, Vanksen et améliore de 30% sa visibilité naturelle dans les moteurs de recherche.

Une stratégie d'audit

Spécialisé en commerce et management, le Groupe ESC Pau s'emploie à former des futurs cadres et dirigeants d'entreprise en proposant un éventail de formations : Bachelor, Master, 3ème cycle et Formation Continue. Afin d'acquérir de nouveaux clients, en l'occurrence pour l'Esc Pau, des leads qualifiés susceptibles de s'intéresser aux diverses prestations, préalablement, il est fondamental d'établir un diagnostic du positionnement concurrentiel.

Par ailleurs, définir la demande et donc les attentes des internautes dans les moteurs de recherche constitue la phase clé pour élaborer une recommandation stratégique pertinente et sur-mesure. Sur ce point, *« la première étape consiste à analyser l'internaute ciblé, de s'immiscer dans son esprit pour ensuite révéler les facteurs influents dans son comportement décisionnel et donc sur les moyens à mettre en place et qui répondront au développement de la visibilité »,* déclare Armand Lebrun,

consultant senior sur la protection et promotion des marques en ligne, chez Vanksen.

Un dispositif personnalisé et complémentaire

Dans cette démarche, le service client Vanksen, expert en conseil sur le web, a donc accompagné L'ESC Pau dans la valorisation de son portail online en se basant sur l'ensemble des informations recueillies. Dès lors, Vanksen a insisté sur l'optimisation première du site en termes d'éléments techniques (mise aux normes du site pour les moteurs de recherche).

Site actuellement en refonte

D'autre part, les équipes de Vanksen se sont employées à développer la popularité du site grâce au Net Linking (sélection de mots clés). En complément, elles accompagnent la gestion d'un portefeuille étendu de noms de domaines à des fins de protection et de valorisation.

Depuis, la visibilité naturelle du site a doublé. En outre, **le référencement naturel dans Google et le trafic ont respectivement crû de 30%.**

« Dans un objectif de notoriété online, en comparaison des opérations marketing coup de poings, notre agence Vanksen fait valoir l'importance d'une expertise conseil, technique et juridique », conclue Grégory pouy, Directeur de communication et stratégie chez Vanksen.

Les éléments graphiques et le communiqué sont également disponibles à cette adresse.

A propos de Vanksen :

Opérant au Luxembourg, en France, aux Etats-Unis, en Suisse, en Italie et en Chine avec 70 employés pour 9 millions d'€ de CA en 2008 Vanksen est une agence conseil en communication 360° regroupant 5 pôles d'expertise :

- **Conseil :** élaboration de la stratégie de communication, stratégie de visibilité, mise en place de plans médias 1.0 et 2.0 & benchmark
- **Création :** conception de moyens de type digitaux, print, audiovisuel et événementiel

- **Media et activation :** référencements naturels et payants des marques dans les moteurs de recherche, achat d'espace online/offline, présence dans les médias sociaux et les blogs
- **Monitoring et analyse :** promotion et protection des marques sur Internet. Analyse des conversations online sur votre marque et vos produit
- **Training :** 70 conférences par an : Formations par thématiques : cible, secteur, marketing 2.0, buzz viral/Evénements : organisation d'événements clefs autour du buzz, du viral et du marketing 2.0

Avec près de 2000 articles publiés et 125 000 pages vues/mois, le blog de l'agence : http://www.culture-buzz.fr est devenu le premier portail francophone sur le thème du Bouche à Oreille, en décryptant chaque semaine l'actu blog, buzz, guerilla et marketing viral. Il est aujourd'hui décliné en anglais et allemand.

Nous accompagnons de grandes marques telles que Procter & Gamble, LVMH, Microsoft, Louvre Hotels, ArcelorMittal, Quiksilver, Warner Bros, Ubisoft, 20th Century Fox, Canal Plus, BIC, Sony, Nokia, LG, Casio, Roxy,… pour la conception et la mise en place de dispositifs de communication online et offline.

A propos du Groupe ESC Pau :

Fondée en 1969, le Groupe ESC Pau délivre plusieurs formations en management (de bac+3 à bac+5), et délivre un diplôme reconnu par l'Etat au grade de Master (bac+5). Située sur le campus universitaire de Pau, l'école comporte environ 1 300 étudiants. Les dirigeants insistent beaucoup sur l'aspect humain de l'école et sur la volonté d'inculper un esprit entrepreneurial aux étudiants. L'ESC Pau n'hésite pas à jouer sur sa petite taille pour en faire une force. En effet, l'école se définit comme " The Little Big School ".

Le Groupe ESC Pau rassemble des formations de deuxième et troisième cycles (graduate et post-graduate) dans les domaines du management, de la communication, de la vente, de la finance, de la comptabilité, de l'économie, des méthodes quantitatives, du marketing, de la stratégie, des