

Komunityweb

IMAGINER DES HISTOIRES,
c'est notre métier.



A woman with long brown hair, wearing a yellow jacket, blue jeans, and black boots, stands on the left. In the center and right, the four Teenage Mutant Ninja Turtles (Leonardo, Raphael, Donatello, and Michelangelo) are standing. They are holding their signature weapons: Leonardo has a blue sword, Raphael has a red sword, Donatello has a purple bo staff, and Michelangelo has a yellow bo staff. A large, bright blue diagonal slash is positioned over the turtles and the text. The background is a dark, dimly lit room with a wooden door and a computer mouse visible in the foreground.

L'AGENCE KOMUNITY WEB

LA TEAM



MANON

Social Media Manager



CLÉMENT

Social Media Manager



PHILIPPE

Social Media Manager



MATTHIEU

Community Manager



PATRICE

Trafic Manager



ROMAIN

Développeur Web



THOMAS

Développeur Facebook



YOANN

Développeur Fullstack



NICOLAS

Développeur Web



XAVIER

Responsable Formation



CHARLINE

Social Media Webdesigner

CHIFFRES CLÉS

11

PERSONNES
AU SEIN DE L'ÉQUIPE

7

ANNÉES
D'EXPÉRIENCE

20

CLIENTS
ACTIFS

NOS RÉFÉRENCES



PHILIPS



Marionnaud



Jardin Bio



del'  aison
Il y a de la vie dans la maison



NOS COMPÉTENCES



**STRATÉGIE
SOCIAL MÉDIA**



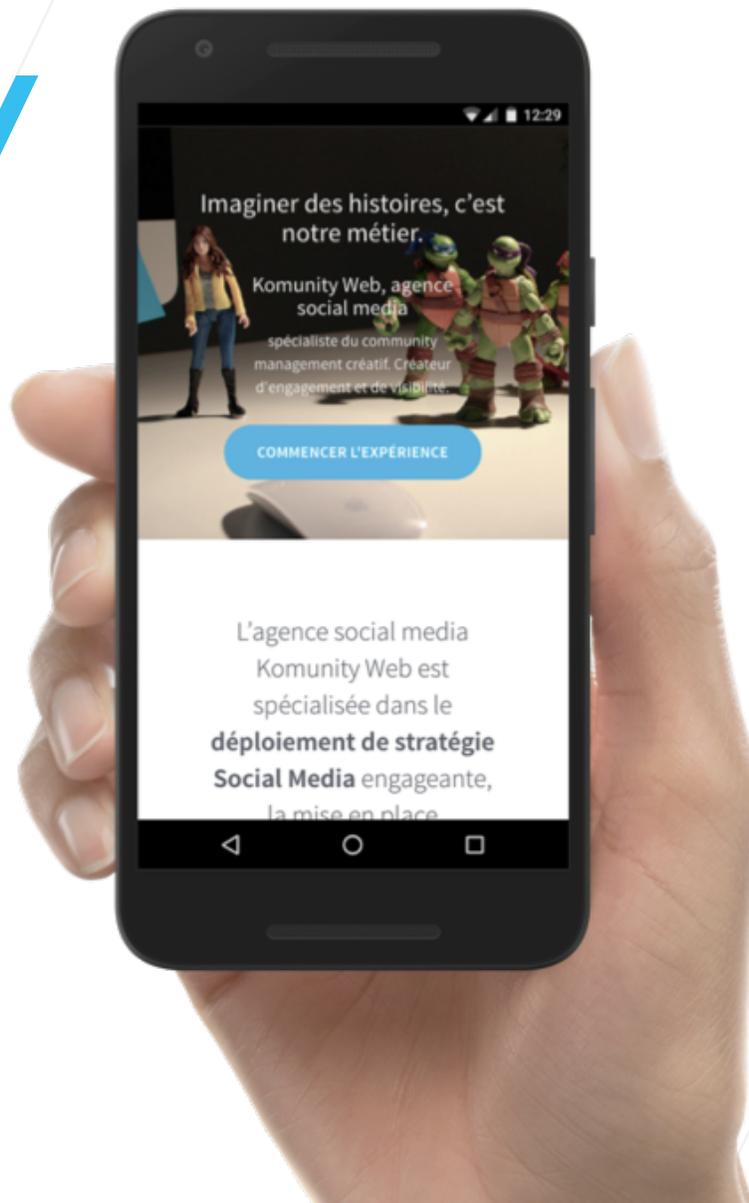
**GESTION
PUBLICITAIRE**



**COMMUNITY
MANAGEMENT**



**DISPOSITIFS
DIGITAUX**



ÉTUDES DE CAS





Community management

GRIT SALT



CITÉ DE L'OBJET CONNECTÉ ANGERS



LA CITÉ DE L’OBJET CONNECTÉ



VALEURS

L’innovation, l’expertise,
le Made in France



CIBLES

- Startups françaises
- Filiales de groupe
- Particuliers créateurs
- Écoles - étudiants



DISPOSITIFS

Animation des communautés
Facebook, Twitter et LinkedIn :

- Veille
- Livetweet
- Vidéos
- Jeux concours
- Reporting et analyse

RÉSULTATS OBTENUS



Plus de **7 000** followers
et plus de **6 000** retweets



Plus de **25 000** clics
sur les liens partagés



Une moyenne de **51** clics
par jour



#CES2016 : **175,8K** impressions,
soit **29,3K** par jour



The logo for Foucher features a stylized 'F' icon on the left, composed of three white curved segments. A thick, bright blue diagonal line cuts through the 'F' icon and extends downwards. To the right of this graphic, the word 'FOUCHER' is written in a bold, white, uppercase sans-serif font.

FOUCHER

LES ÉDITIONS FOUCHER

– DEVENIR INFIRMIÈR(E) ET TOUT LE DCG / DSCG



VALEURS

L'accessibilité,
la pédagogie, la fiabilité



CIBLES

- Étudiants en IFSI
- Étudiants en comptabilité
- 18 – 25 ans



DISPOSITIFS

Mise en place d'une stratégie digitale :

- Planning de publications mensuelles
- Modération et gestion des messages privés
- Reporting, analyses et recommandations
- Gestion publicitaire
- Ligne éditoriale graphique

RÉSULTATS OBTENUS



Plus de 2 000 fans acquis
durant les 6 mois



Près de 600 leads
par jeux concours



Constitution de deux véritables
communautés d'étudiants engagées





Gestion publicitaire



Batiwiz.com
Ventes privées des pros de la rénovation

BATIWIZ

– VENTES PRIVÉES DES PROS DE LA RÉNOVATION



OBJECTIF

Générer des inscriptions
aux ventes privées



CIBLES

- Hommes et femmes de plus de 30 ans situés en France
- Clusters par intérêts (le bricolage, la rénovation, le bâtiment, ...)
- Clusters look a like audience



DISPOSITIFS

Stratégie publicitaire Facebook :

- Configuration des publicités
- Développement de la landing page
- Gestion publicitaire et optimisation des campagnes
- Reporting

RÉSULTATS OBTENUS



Impressions :
389 951 diffusions



Portée :
281 900 personnes



Plus de 4 930 clics
sur les publicités



Un coût d'acquisition de 2,30€ (2€
moins cher que la campagne Adword)



Leads :
640 inscriptions

The image shows two overlapping screenshots. The top one is a browser window displaying the Batiwiz website. The website header includes the Batiwiz logo and navigation links: RENOVER, AMENAGER, DECORER. Below the header, there are product listings for GROHE, ISOVER, HITACHI, and JULINE, each with a price and a 'Déjà vu sur Batiwiz' badge. A central promotional banner offers a 25€ discount on orders over 150€. To the right is a registration form titled 'Je m'inscris gratuitement' with fields for name, email, and password, and a 'JE M'INSCRIS' button. Below the form is a customer review section showing a 4.2/5 rating and two testimonials. The bottom part of the screenshot shows a Facebook advertisement for Batiwiz. The ad features a man using a power drill and the text 'Des prix fous! Jusqu'à -70%'. Below the image, it says 'Ventes Privées Bricolage' and 'Équipez-vous comme les professionnels. Plus de 250 marques du bâtiment vous attendent sur Batiwiz.' with the website URL and a 'Inscrivez-vous dès maintenant' button.



 **NATUR HOUSE**

NATUR HOUSE

– RÉ-ÉDUCATION ALIMENTAIRE



OBJECTIF

Générer la complétion de formulaire impliquant une demande de rappel par un nutritionniste



CIBLES

- Hommes et femmes de 25 à 50 ans situés au Mans (50 km)
- Clusters par intérêts (le régime, la diététique, Weight Watchers, topsanté, Marie Claire, ...)



DISPOSITIFS

Stratégie publicitaire :

- Campagnes de publicité ciblées sur Facebook et Google Adwords
- Création d'une Landing page responsive avec formulaire pour demande de rappel
- Mise en place de tracking des leads
- Gestion et optimisation publicitaire
- Reporting

RÉSULTATS OBTENUS



44 demandes de rappel
générées



25 clients obtenus suite à la demande de
rappel et aux rendez-vous en magasin



Un coût d'acquisition client
d'environ 20€



Un coût d'acquisition Facebook
5 fois inférieur à celui d'Adwords

The image shows two overlapping screenshots. The top one is a website for 'NATUR HOUSE' with the headline 'Vous souhaitez un bilan diététique GRATUIT ?' and a form to request a free dietetic assessment. The bottom one is a Google search results page for 'Bilan diététique Gratuit' showing three organic search results from 'www.naturhouse.fr'.

NATUR HOUSE
Experts en rééducation alimentaire

Vous souhaitez
un bilan diététique GRATUIT ?

Perdez du poids durablement et atteignez vos objectifs avec Natur'House !

Remplissez le formulaire pour être rappelé par une diététicienne **gratuitement**

Nom complet

Adresse e-mail

Téléphone

OFFRE GRATUITE

Recontactez-moi

Google

Bilan diététique Gratuit
www.naturhouse.fr
Vente Flash ! 1 bilan gratuit pour mincir rapidement et sainement.

La diététique NaturHouse
www.naturhouse.fr
Nous offrons un bilan diététique gratuit pour mincir durablement.

Perte de poids durable
www.naturhouse.fr
Perdez du poids rapidement grâce à notre bilan diététique gratuit.

NATUR HOUSE



Stratégie social média



Jardin BIO



JARDIN BIO'

– ALIMENTATION BIOLOGIQUE



OBJECTIF

Accompagner la marque dans sa prise de parole sur les réseaux sociaux



CIBLES

- Hommes et femmes de 25 à 45 ans
- CSP+



DISPOSITIFS

Stratégie Social Media :

- Jeux concours
- Revisite de la ligne éditoriale
- Newsjacking et jeux timeline
- Stratégie publicitaire
- Mesure, optimisation et reporting

RÉSULTATS OBTENUS



Plus de 60 000 fans acquis en 3 ans



Un taux d'engagement moyen de 4%



15 000 joueurs par jeux concours en moyenne

The collage features three social media posts from Jardin Bio'.

- Top Post:** A Facebook post titled "[BOX MYSTÈRE] Participez au défi Box Mystère de Jardin Bio' !". It invites users to register and win a mystery box of products. Below the text is an image of a gift box overflowing with various Jardin Bio' products like Maïs Doux, Infusion, and others. A "S'inscrire" button is visible.
- Middle Post:** A Facebook post titled "La fête nationale approche ! C'est l'occasion idéale pour mettre à l'honneur nos filières d'approvisionnement françaises." It details a contest where users vote for their favorite regional producer from a list of regions: Vendée, Charente-Marienne, Dordogne, Drôme, Vaucluse, and Var. A map of France highlights these regions with numbers 1 through 7. A "Battle Producteurs régionaux" sign is shown at the bottom. The post has 12,884 people reached and 311 other people reacted.
- Bottom Post:** A Facebook post titled "Le Zapping Jardin Bio'". It promotes a contest where users select a channel on their TV remote to win a product box. The contest ends on June 11th. A hand holding a remote is shown with a "Cliquez" callout pointing to the channel selection button.





Dispositifs digitaux



SNCF

– MOBILITÉ DE PERSONNES



OBJECTIF

Mettre en place un jeu multi-gares (73 gares) en lien avec le printemps



CIBLES

- Hommes et femmes de 25 à 44 ans



DISPOSITIFS

Jeu-concours multipages :

- Une version mobile et une version desktop
- Campagne de publicité
- Reporting

RÉSULTATS OBTENUS



Plus de **15 000** participants
au jeu-concours



Commentaires :
740 commentaires



4 000 partages
et invitations



Un taux d'engagement moyen
de **14,30%**

Crédits restants X10

1 graine = 1 chance

1 graine = 1 chance

EMBARQUEZ POUR
LE PAYS DES FLEURS
DU 1^{ER} AU 15 MARS

1 VOYAGE À AMSTERDAM
ET 1000 BOUQUETS À GAGNER

JE VALIDE

RÈGLEMENT DU JEU-CONCOURS | DÉTAIL DES LOTS

Cette promotion n'est pas gérée ou parrainée par Facebook. Les informations que vous communiquez sont fournies à la SNCF et non à Facebook. Les informations que vous fournirez ne seront utilisées que pour contacter les gagnants.



CORSAIR

– COMPAGNIE AÉRIENNE FRANÇAISE



OBJECTIF

Développer un jeu concours Facebook afin de recruter de nouveaux fans



CIBLES

- Hommes et femmes de 25 à 45 ans
- Centre d'intérêt pour les voyages



DISPOSITIFS

Jeu-concours viral :

- Campagne de publicité
- Création du webdesign
- Reporting

RÉSULTATS OBTENUS



Plus de **10 000** participants
au jeu-concours



Commentaires :
550 commentaires



Plus de **10 000** likes
obtenus



Un taux d'engagement moyen
de **8,25%**

CORSAIR
Ouvrons d'autres horizons

Devenez fan pour participer

DESTINATION CORSAIR

1 BILLET D'AVION CORSAIR À GAGNER

JOUEZ JUSQU'AU 29/11

OUVRONS D'AUTRES HORIZONS

Corsair vous donne l'opportunité de vous envoler sur la destination de votre choix : Paris, Madagascar, Mexique, Sénégal, Mayotte, Martinique, Canada, Guadeloupe, Ile Maurice, République Dominicaine, La Réunion, Saint-Bathélemy, Saint-Martin, Sainte-Lucie.

PARTICIPER

Règlement du jeu concours | Détails du gain



**Merci pour
votre attention**



Philippe Aïn
Social Media Manager



contact@komunityweb.com
02 41 23 82 32



www.komunityweb.com

[f](#) [t](#) [in](#) [g+](#)