

Exemple n°38
Synodiance

Imaginez-vous
plus attractif!



IPO
Fonds propres à capital humain

SYNODIANCE et IPO, un partenariat de référence.

Créée en 1999, la société SYNODIANCE est devenue en quelques années seulement, l'un des **leaders français dans la conception, le déploiement et l'optimisation des stratégies de communication on-line.** IPO, engagé dans ce partenariat dès 2000, détient 40 % du capital de l'entreprise dirigée par Christophe Rozuel.



En 2005 en France, l'e-commerce B to C a poursuivi sa forte croissance avec une augmentation de 36,7 %, soit un volume d'affaires de 6,7 milliards d'euros. Plus de 40 % des entreprises hexagonales disposent désormais

d'un site Web et font de l'e-commerce, et plus de la moitié de la population est connectée à l'Internet. Si la présence sur la toile s'avère donc indispensable, encore faut-il se donner les moyens stratégiques et techniques afin d'établir du trafic vraiment utile. Le plus beau site du monde est inefficace s'il n'est pas visible et ne touche pas ses cibles!

Comment dès lors détecter et cibler avec précision des communautés d'internautes pour générer du trafic à haute valeur ajoutée? Comment répartir ses investissements entre référencement, achat de mots-clés et « netlinking » pour optimiser de manière qualitative et quantitative l'apport de trafic? C'est pour répondre à ces enjeux vitaux que de nombreuses entreprises issues de tous secteurs d'activité, ont choisi de faire confiance à SYNODIANCE: IBM, CRÉDIT AGRICOLE, GROUPEAMA, LA POSTE, LA TRIBUNE, SONY, THOMSON, COCA COLA, LVMH...



Le succès de SYNODIANCE, l'un des leaders français de la création de trafic sur l'Internet, repose sur une parfaite maîtrise des dispositifs interactifs de trafic. Associant innovation et technicité, les consultants de SYNODIANCE élaborent et déploient des programmes sur mesure de génération de trafic et de développement de la relation client. Chaque programme s'appuie sur une combinaison de techniques et supports de trafic sélectionnés pour leur pertinence, leur complémentarité et leur rentabilité.

Les 3 canaux qui font monter l'audience

SYNODIANCE organise ainsi ses prestations autour de trois canaux. Le domaine du « Search » représente l'ensemble des techniques permettant de générer du trafic à partir des outils de recherche (référencement naturel, référencement Xml Data Base, référencement Trusteed Feed, liens sponsorisés). SYNODIANCE intervient pour le compte de ses clients, au niveau international, sur l'intégralité des offres disponibles auprès des supports de recherche.

Le métier du « Link » regroupe les techniques et moyens d'actions participant au développement des stratégies de maillage entre sites devenus partenaires (affiliation, netlinking, marketing viral et communiqués de presse virtuels).

Le monde de « l'Advertising » online couvre l'ensemble des supports et formats publicitaires permettant de développer la visibilité et la notoriété d'un site sur l'Internet. La gamme de solutions proposée par SYNODIANCE ou son réseau de

partenaires (achat d'espace sur supports à grand public ou sur sites « carrefours médians », gestion des programmes commerciaux sur les chaînes « shopping », e-mailing et sponsoring de newsletter) permet de déployer au niveau mondial des campagnes de communication online bien ciblées et négociées aux meilleures conditions.



Pour Hubert David, en charge de ce partenariat IPO, l'évolution de l'activité et de la rentabilité de SYNODIANCE est conforme aux attentes. Avec ses deux agences à Nantes et Paris, l'entreprise a réalisé en 2005 un chiffre d'affaires de 1,2 M€. « Nous sommes entrés dans le capital de SYNODIANCE dès l'année 2000, en investissant près de 600 000 euros. Nous avons totalement confiance en Christophe Rozuel. C'est un manager éclairé, qui a su positionner et développer son entreprise sur un marché très porteur » explique Hubert David.

Etant donné l'essor de l'Internet et la demande croissante des annonceurs en matière de stratégies de trafic, gageons que le partenariat SYNODIANCE – IPO dure encore longtemps.



Le point de vue de Christophe Rozuel, P.-D.G. de SYNODIANCE

« En 2000, lorsque nous avons recherché des partenaires financiers, le marché de l'Internet commençait à peine à se structurer.

Le choix d'IPO a été grandement facilité par les qualités d'écoute et d'engagement dans la durée qui ne se sont jamais démenties depuis plus de six ans.

La relation de confiance et de proximité qui s'est installée dès le début a joué un rôle essentiel dans le développement de notre société. Elle nous a donné la possibilité de réaliser librement les choix stratégiques qui nous permettent aujourd'hui de jouer les premiers rôles sur notre marché.

Au-delà de la dimension capitalistique du partenariat, la seule présence d'IPO au capital de SYNODIANCE renforce la position de notre société lors des compétitions commerciales auxquelles nous participons.»

Retrouvez toute la saga d'encarts presse
sur notre site www.ipo.fr