98 % de notre clientèle passe par le Net. Sans un site performant, on serait obligé de fermer !"

ès le début de notre activité en 2001, on s'est positionné sur Internet », lance Myriam Lequette, directrice marketing de Paris Attitude, spécialisé dans la location d'appartements meublés à Paris. Le site www.parisattitude.com permet à des touristes ou à des professionnels de trouver leur bonheur parmi plus de 5 000 appartements. « Nous avons une clientèle internationale, principalement anglo-saxonne : Américains, Canadiens et Australiens. Pour qu'ils nous trouvent sur Internet, un bon référencement est indispensable. D'autant plus que le marché est très concurrentiel », explique Myriam Lequette, qui, au-delà du référencement naturel, optimise sa présence sur Google en achetant des mots-clés. Pour développer l'activité de l'entreprise, elle a participé à une réunion à l'Échangeur PME Paris Île-de-France de la Chambre de commerce et d'industrie de Paris. « Pour les dix ans de la société, nous voulons lancer un nouveau site, plus ergonomique, plus pratique, plus performant. Au cours de cette réunion, j'ai retenu deux grandes tendances que nous allons intégrer dans notre démarche. D'abord la géolocalisation, qui permettra à nos clients de se familiariser avec le quartier dans lequel ils ont loué leur appartement. De blus, nous allons renforcer notre communication sur Facebook



et Twitter, car sur ces réseaux sociaux, le retour sur investissement est déjà très bon. » Après le lancement du nouveau site prévu en septembre 2011, Myriam Lequette connaît déjà son prochain chantier : travailler sur la e-reputation de Paris Attitude.