



2021



# REGISTRE DE SÉCURITÉ



## INCENDIE



LIVE LOMBA & CHARLES-RIS

©Ets. LA VERITE BUSINESS, 2021

*Le code de la propriété intellectuelle du 1<sup>ère</sup> juillet 1992 n'autorisant, aux termes de l'article L122-5, 2<sup>ème</sup> et 3<sup>ème</sup> Alinéa, d'une part, que les « copies ou reproductions strictement réservées à l'usage personnelle du copiste et non destinées à une utilisation collective » et d'autre part, que les analyses et illustration, « toute représentation ou reproduction intégrale ou partielle faite sans le consentement de l'auteur ou de ses ayants droit ou ayants cause est illicite » art : L 122-4.*

# Sommaire

Copyright 2021 L'Ets. LA VERITE BUSINESS

Tous droits réservés en vertu des Conventions Nationales et internationales sur le droit d'auteur. Ce livre ne peut être reproduit, en tout ou en partie, sous quelque forme ou par quelque moyen électronique ou mécanique que ce soit, y compris par photocopie, enregistrement ou par tout système de stockage et de recherche d'informations connu ou inventé, sans l'autorisation écrite de l'éditeur

L'auteur ou l'éditeur est seul propriétaire des droits et responsable du contenu de ce livre.

**P**ermettez-moi de vous rappelez ces choses avant d'aller plus loin :

- *Il suffit de tout inventer*
- *Mets ton visage de jeu*
- *Découvrez la détente active*
- *Faites d'aujourd'hui un chef-d'œuvre*
- *Profitez de tous vos problèmes*
- *Rappelez à votre esprit*
- *Descends et deviens petit*
- *Faites de la publicité pour vous-même*
- *Sortir des sentiers battus*
- *Continuez à penser, continuez à penser*
- *Faire un bon débat*
- *Que les problèmes marchent pour toi*
- *Prenez d'assaut votre propre cerveau*

## L'AUTEUR



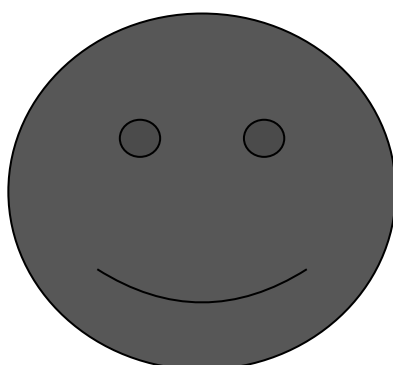
**M**es expériences ont forgé mon expertise du marketing interactif, recherches scientifiques et ma connaissance des technologies digitales.

Après avoir mis en œuvre personnellement dans le cadre de startups l'approche de stratégie marketing et en avoir mesuré les bénéfices, j'ai décidé de créer une entreprise.

Je l'ai appelée **Ets. LA VERITE BUSINESS** correspondant aux activités que nous effectuons sur internet.

**D**evenir son propre média et convertir son audience en client, beau challenge que nous avons à cœur de relever pour nos futurs info preneurs et entrepreneurs !

Je suis manager, conférencier sur la transformation digitale, copywriter, coach et chercheur avec pour objectif de créer un électrochoc dans les entreprises et apporter des solutions rapides et fiables aux autres.



# AVANT-PROPOS

## D'OU VIENNENT NOS RECHERCHES ?

L'équipe de ***l'Ets. LA VERITE BUSINESS*** utilise ses propres algorithmes d'apprentissage automatique et des fournisseurs de données fiables pour présenter les données dans nos bases de données.

Nous n'utilisons que les sources de données les plus récentes et nous nettoyons toujours les données grâce à nos méthodes propriétaires afin de présenter la solution la plus fiable sur le marché.

### 1. Collecte de données

Pour les classements des moteurs de recherche et l'analyse des mots clés, nous utilisons des fournisseurs de données tiers pour collecter les pages de résultats de recherche réelles de Google.

Ensuite, nous recueillons des informations sur les sites Web qui sont répertoriés dans les 100 premières positions.

Nous étudions les deux résultats de recherche organiques ainsi que les résultats de recherche payés pour vous donner une image complète de la visibilité de n'importe quel site Web sur Google.

### 1. Analyse et présentation

À partir de ces mots clés et domaines, nous examinons les données en direct et données historiques sur les changements de position et le classement des domaines dans les positions de recherche organiques et payantes pour créer notre suite de rapports qui montrent les changements de position d'un site Web.

La recherche de chaque mot clé Volume, coût par clic, et plus d'informations qui sont utiles pour les spécialistes du marketing.

La méthode exacte dans laquelle notre équipe recueille et analyse les pages de résultats des moteurs de recherche.

De cette façon, vous savez que les résultats que vous prenez de nous est basée sur le classement réel des pages de résultats les plus récentes de Google.

## **2. Analyse du trafic du site Web**

Nous avons également le pouvoir d'estimer le trafic mensuel et le comportement sur place de n'importe quel site Web sur Internet.

## **3. Algorithme de réseau neuronal**

Pour assurer le plus haut niveau de précision, nous utilisons nos réseau neuronal - un algorithme combiné qui fait référence à diverses sources de données et reconnaît les modèles de la même manière que le cerveau humain comprend les modèles.

## **4. Données publicitaires en ligne**

Notre équipe dispose de bases de données étendues pour tout montrer sur les annonceurs et les éditeurs qui utilisent Annonces Google, Google Display Network et Google Shopping.

## **5. Collecte de données publicitaires**

**Les annonces Google** (annonces PPC dans les résultats de recherche) et **Google Shopping** (également connues sous le nom d'annonces de listes de produits) sont prises en compte lorsque nous recueillons des

pages de résultats de moteurs de recherche pour nos bases de données principales de moteurs de recherche.

**Les annonces d'affichage** du réseau d'affichage de Google sont recueillies à partir de partenariats de confiance et placées dans une base de données où nous nettoions et vérifions chaque jour de nouvelles informations avec un algorithme propriétaire.

Grâce à cette recherche, les spécialistes du marketing peuvent créer des campagnes publicitaires stratégiques, surpasser leurs concurrents, sensibiliser leur marque et savoir que leur argent est dépensé judicieusement.

## **6. Données sur les médias sociaux**

Nous disposons des outils pour suivre les performances et l'engagement des profils de médias sociaux sur Facebook, Twitter, Instagram, YouTube et Pinterest.

## **7. Analyse et présentation**

Nous recueillons des informations publiques telles que des j'aime, le nombre d'abonnés, les retweets, les hashtags, les vues vidéo, le nombre de commentaires et plus encore à partir des pages que vous choisissez de suivre. Ensuite, nous recueillons et organisons les données pour présenter des tableaux de bord et des rapports sur l'audience, l'engagement et les taux de croissance de chaque profil social.

## EGALITE DE REMUNERATION ENTRE LES HOMMES ET LES FEMMES

ARTICLES L. 3221-1 à L. 3221-7 DU CODE DU TRAVAIL

### ARTICLE L. 3221-1

Les dispositions des articles L. 3221-2 à L. 3221-7 sont applicables, outre aux employeurs et salariés mentionnés à l'article L. 3211-1, à ceux non régis par le code du travail et, notamment, aux agents de droit public.

### ARTICLE L. 3221-2

Tout employeur assure, pour un même travail ou pour un travail de valeur égale, l'égalité de rémunération entre les femmes et les hommes.

### ARTICLE R. 3221-2

Les dispositions des articles L. 3221-1 à L. 3221-7 du code du travail sont portées, par tout moyen, à la connaissance des personnes ayant accès aux lieux de travail, ainsi qu'aux candidats à l'embauche.

Il en est de même pour les dispositions réglementaires pris pour l'application de ces articles.

### ARTICLE L. 3221-3

Constitue une rémunération au sens du présent chapitre, le salaire ou traitement ordinaire de base ou minimum et tous les autres avantages et accessoires payés, directement ou indirectement, en espèces ou en nature, par l'employeur au salarié en raison de l'emploi de ce dernier.

### ARTICLE L. 3221-4

Sont considérés comme ayant une valeur égale, les travaux qui exigent des salariés un ensemble comparable de connaissances professionnelles consacrées par un titre, un diplôme ou une pratique professionnelle, de capacités découlant de l'expérience acquise, de responsabilités et de charge physique ou nerveuse.

### ARTICLE L. 3221-5

Les disparités de rémunération entre les établissements d'une même entreprise ne peuvent pas, pour un même travail ou pour un travail de valeur égale, être fondées sur l'appartenance des salariés de ces établissements à l'un ou l'autre sexe.

### ARTICLE L. 3221-6

Les différents éléments composant la rémunération sont établis selon des normes identiques pour les femmes et pour les hommes.

Les catégories et les critères de classification et de promotion professionnelles ainsi que toutes les autres bases de calcul de la rémunération, notamment les modes d'évaluation des emplois, sont établis selon des règles qui assurent l'application du principe fixé à l'article L. 3221-2.

A l'issue des négociations mentionnées à l'article L. 2241-7, les organisations liées par une convention de branche ou, à défaut, par des accords professionnels remettent à la Commission nationale de la négociation collective et au Conseil supérieur de l'égalité professionnelle entre les femmes et les hommes un rapport sur la révision des catégories professionnelles et des classifications, portant sur l'analyse des négociations réalisées et sur les bonnes pratiques.



# Traqueur de mot de passe

16

Email :	
Site web :	
Nom d'utilisateur :	
Mot de passe :	

## NOTES


Email :	
Site web :	
Nom d'utilisateur :	
Mot de passe :	

## NOTES


## NOTES
