



&



Vous présentent

Les réseaux sociaux et l'entreprise : Stratégie gagnante ?

Siège social :
36, rue Saint Marc
75084 Paris Cedex 02
Tel : 01 40 15 56 00



▶ Introduction et historique GL : (20 min)

- Historique des réseaux sociaux et l'émergence d'Internet
- Pourquoi travailler en réseaux pour le chef d'entreprise ?
- Enjeux et perspectives économiques pour les dirigeants

▶ Démonstration JD : Les réseaux sociaux, des outils utiles au business ? (40 min)

- Comment ça marche ? (10')
- Avantages (10')
- Limites (10')
- Démonstration : Twitter, Facebook, Viadeo, LinkedIn

▶ Retour d'expérience / questions - réponses GL+JD (30 min)

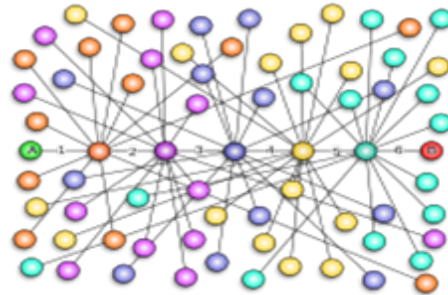
- Retour d'expérience, cas concrets
- Réponses aux questions de l'auditoire

- ▶ Internet est issu du **réseau Arpanet** (de l'Advanced Research Projects Agency), **créé en 1968** par le **département américain de la Défense**, dans un but stratégique, pour relier ses centres de recherche.
 - > Le but : concevoir un réseau qui résiste à des attaques militaires telles que des bombardements
 - > Pas de point névralgique dans le réseau, dont l'arrêt aurait provoqué le blocage complet de celui-ci
 - > Les données devaient pouvoir automatiquement prendre un chemin différent en cas de coupure de liaison.
 - > Absence de contrôle centralisé dans l'internet et un cheminement dynamique des données.
- ▶ Repris par **les universitaires en 1979** (La Duke University à Durham Caroline du Nord), et utilisé comme moyen d'échanger des informations.
- ▶ Après les militaires et les universitaires (La National Science Foundation finance leurs mises en réseau), Internet devient aux États-Unis l'affaire des grandes entreprises privées, des P.M.E. et des particuliers.
- ▶ En **1983**, c'est au **tour de l'Europe** par le biais en France du C.N.A.M. (Conservatoire national des arts et métiers) et du reste du monde de se connecter à ce réseau de réseaux. Selon le principe d'internet, le réseau IP français pour la recherche s'est construit par le bas, en partant des laboratoires puis des campus et en passant ensuite par la région, avant de passer au projet national.
- ▶ L'outil qui rendit populaire l'internet à partir de **1993** est le **WWW, le World Wide Web** en un mot le Web. Le mot Web désigne la toile d'araignée et World Wide Web désigne donc la toile d'araignée couvrant le monde entier, c'est une bibliothèque dans laquelle on consulte et l'on ne modifie pas les données.

**Le nombre d'utilisateurs d'internet est passé
à plus de 2 millions en 1994
et à près de 1,250 milliard en 2007.**

Pourquoi travailler en réseau - 1/3

LES SIX DEGRES DE SEPARATION : L'EXPERIENCE DE MILGRAM



- ▶ Les six degrés de séparation est une **théorie établie en 1929** qui évoque la possibilité **que toute personne sur le globe peut être reliée à n'importe quelle autre, au travers d'une chaîne de relations individuelles comprenant au plus cinq autres maillons**. Avec le développement des réseaux sociaux notamment MSN et Facebook le degré de séparation moyen est mesuré précisément à 6,5.
- ▶ Les individus en général se regroupent en fonction de leur situation géographique, de leur classe sociale, de valeurs et intérêts communs.
- ▶ Selon le sociologue français Emmanuel Lazega : un réseau social est « un ensemble de relations spécifiques (par exemple : collaboration, soutien, conseil, contrôle ou encore influence) entre un ensemble fini d'acteurs, qui comprend aussi par exemple, une culture ou un système de normes. »
- ▶ « Un réseau social est constitué d'un ensemble de membres reliés les uns aux autres par les uns et les autres »

Pourquoi travailler en réseau - 2/3



MEDIAS

Modèle traditionnel de communication :

« le broadcast » avec un émetteur qui diffuse un message unique à un ensemble de cibles passives (ex téléspectateurs et lecteurs de journaux).



MEDIAS SOCIAUX

Plus de voix unique, ni de message unique diffusé ; tout le monde prend la parole par le biais des différents canaux offerts par les médias sociaux : blogs, plateforme de forums, groupes professionnels sur LinkedIn, ...

Pourquoi travailler en réseau - 3/3

- ▶ **Pour démultiplier vos contacts** grâce aux contacts de vos contacts : autrement dit les connaissances de vos connaissances sont vos connaissances. F. Cavazza en donne la définition suivante : « *Les médias sociaux permettent de développer des conversations et des interactions sociales sur internet* ».
- ▶ **Pour vous rendre lisible** en termes de secteurs d'activité.
- ▶ **Pour gagner du temps**, la principale crainte que partagent de nombreux chefs d'entreprise et le principal écueil de ces réseaux, c'est la perte de temps. Les réseaux sociaux professionnels sont réputés chronophages car il faut enrichir son profil, créer ses contacts, entretenir son réseau. Pour accélérer la recherche de nouveaux collaborateurs, clients ou partenaires, en effet, vous ne passez plus par plusieurs interlocuteurs (notamment les secrétaires) avant de trouver la bonne personne.

Cette pratique est particulièrement efficace pour les commerciaux, puisqu'elle remplace les nombreux appels nécessaires pour générer les bons rendez-vous.

Pour optimiser votre organisation

ne passez pas plus de 15 à 20 minutes par jour sur les réseaux.

Enjeux et perspectives pour les dirigeants - 1/3

▶ **Une visibilité accrue de l'entreprise :**

Il a fallu 38 ans à la radio, 13 à la télévision, 4 à internet et 3 à l'ipod pour toucher 50 millions de consommateurs.

▶ **Une politique marketing qui évolue :**

Le marketing est devenu relationnel plus que transactionnel. La présence sur les réseaux dynamise la marque, la compréhension des métiers et améliore le référencement dans les moteurs de recherche.

Passage du marketing transactionnel (PPDP) à la notion de relation client.

▶ **L'amélioration de la performance des équipes commerciales :**

Les commerciaux présents sur les réseaux professionnels comme LinkedIn et Viadeo s'ouvrent des portes supplémentaires pour prospecter, trouver les décideurs et s'informer sur leurs cibles.

▶ **La stimulation de l'innovation et le développement d'une culture de la créativité :**

En s'appuyant sur le réseau, vous allez enrichir votre réflexion, challenger vos idées et découvrir de nouvelles pratiques.

Enjeux et perspectives pour les dirigeants - 2/3

◀ **Un exemple de l' effet réseau sur les enjeux de recrutement :**

La diffusion des offres d'emploi par le réseau favorise considérablement la cooptation, Donner avant de recevoir, tel est le principe de base à retenir sur les réseaux sociaux ! Cela suppose de construire sa communication dans la durée, en s'appuyant sur l'animation régulière de son réseau.

« Grâce aux médias sociaux, nous entretenons avec eux une forme de complicité, une connivence différente de celle générée par un site web vitrine »

(un responsable d'Altaide).

◀ **Une communication au cœur de la relation client :**

La fréquence des interactions augmente les échanges, les circuits de communication sont ouverts en permanence, l' instantanéité et la personnalisation apportent une réponse en temps réel au client.

Enjeux et perspectives pour les dirigeants - 3/3

- ▶ Pour rester lisible et visible sur le marché et saisir les opportunités plus rapidement.

Exemple avec une entreprise de recrutement : « nous avons choisi trois axes de communication : conseils aux candidats, actualité du web et conseils aux dirigeants d'entreprises. Le site web et le blog sont le point de départ de la communication. Vous maximisez ensuite le contenu en le diffusant simplement dans les médias sociaux, via vos profils, groupes et hubs LinkedIn, Viadeo, Facebook, Twitter et autres »

- ▶ Pour alimenter les informations sur votre entreprise régulièrement avec votre blog et/ou votre site web....
- ▶ Utiliser les réseaux sociaux c'est aussi surveiller ce que l'on peut dire de votre entreprise sur le Net. Les alertes Google sont un outil de veille simple et gratuit que vous pouvez coupler à une recherche Twitter avec Twittersearch. Etre alerté quasiment en temps réel vous permettra de répondre à un client insatisfait ou de corriger des inexactitudes dans des articles mentionnant vos services ou produits.
- ▶ Enfin, gardez à l'esprit qu'un réseau social se construit aussi autour d'une personne symbolisant l'entreprise : idéalement son dirigeant, son directeur marketing ou commercial ou dans le cas de plus grandes entreprises, un personnage créé pour l'occasion et animé par une personne réelle du marketing. La publicité adopte d'ailleurs de plus en plus ces codes (exemples : « Cerise » de Groupama, le « Directeur » de la Maaf...). C'est son implication et son dynamisme, et donc les vôtres, qui vont donner du souffle à votre communication et donner envie à vos relations professionnelles, clients, fans de votre marque de rejoindre votre réseau.

Enjeux et perspectives pour les dirigeants - 3/3

- ▶ Les entreprises glissent d'un marketing de masse à un marketing de précision.
- ▶ Pour construire des relations fortes et à long terme avec les clients.
- ▶ Pour diffuser en temps réel de l'information différenciée, personnalisée.
- ▶ Le consommateur s'implique, interagit et influence.
- ▶ On parle comme l'expression d'Alan Moore le propose *d'Engager Marketing*.
- ▶ Le consommateur est invité par la marque à s'impliquer et à agir pour le développement de cette marque.



Les réseaux sociaux : d'hier ... à aujourd'hui - 1/3

Internet réunira 2,2 milliards d'utilisateurs à travers le monde en 2013

FACEBOOK.COM: 650 millions de membres. Créé comme un trombinoscope pour universités renommées aux Etats-Unis en 2004, FaceBook est le réseau dont la croissance est la plus forte actuellement.

LINKEDIN : 102 millions de membres, 200 pays utilisateurs, 170 secteurs d'activité représentés.

VIIDEO : 35 millions de membres, 2,7 millions d'entreprises référencées,

HI5.COM : 50 millions de membres. Deuxième site communautaire en Amérique latine et en Afrique-Proche-Orient. Un internaute sur sept vient du Pérou, un sur onze de Thaïlande.

BEBO.COM : 40 millions de membres. Lancé aux Etats-Unis en 2005, le premier site communautaire d'Europe est bien implanté en Irlande et en Nouvelle-Zélande.

SPACES.LIVE.COM : 40 millions de membres. L'ancien MSN-Spaces est la version Microsoft des réseaux sociaux. Les Français, grands adeptes de la messagerie instantanée, constituent le premier contingent d'utilisateurs de ce site.

Les réseaux sociaux : d'hier ... à aujourd'hui - 2/3

NETLOG.COM : 28 millions de membres. Ce site belge, qui s'est appelé longtemps Facebook, est bien implanté en Italie, au Chili et en Turquie. Cinquième site communautaire européen.

FRIENDSTER.COM : 27 millions de membres. En 2002, Jonathan Abrams a eu l'idée d'utiliser le carnet d'adresses de ses membres pour coopter de nouveaux utilisateurs. Rapidement surclassé par MySpace aux Etats-Unis, Friendster est le site communautaire le plus populaire en Asie, notamment aux Philippines ou en Malaisie.

CYWORLD.COM : 21 millions de membres. Dès 1999, ce site coréen a offert à ses membres leur propre page personnelle et les a encouragés à développer leurs relations en ligne. Il est classé deuxième en Asie et compte 40 % d'utilisateurs sud-coréens.

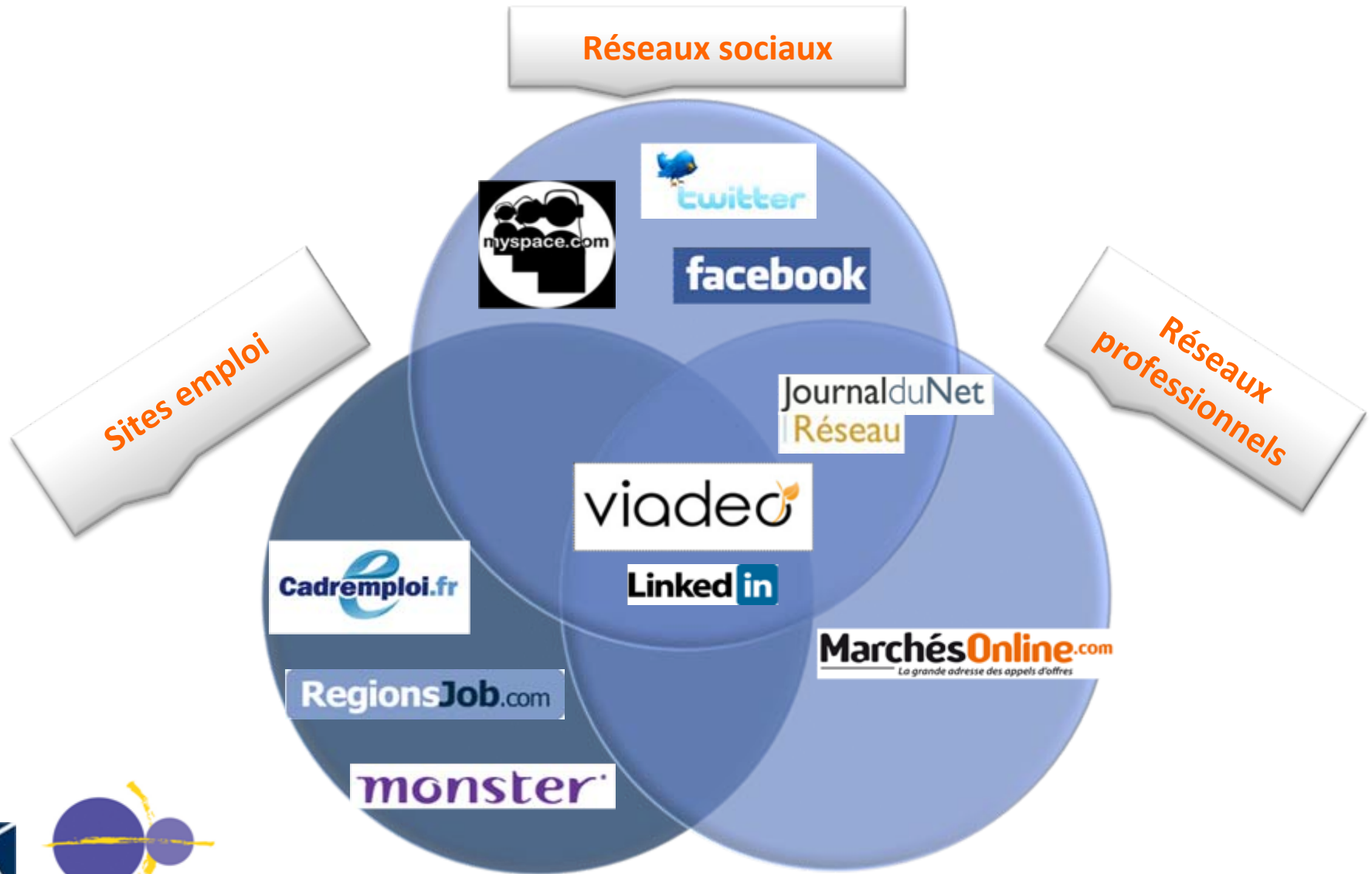
SKYROCK.COM : 20 millions d'utilisateurs. Pierre Bellanger, le fondateur de la radio française Skyrock, a annoncé mi-décembre que les skyblogs dégageaient désormais plus que les 15 millions d'euros de chiffre d'affaires de cette station.

LIVEJOURNAL.COM : 14 millions de membres. Cette plate-forme de blogs, très populaire en Russie, comporte une "liste d'amis" à qui elle diffuse les nouveaux billets publiés.

TWITTER.COM : Outil de réseau social et de microblogging qui permet à l'utilisateur d'envoyer de brefs messages, appelés tweets, à sa communauté.

Ces sites représentent aujourd'hui plus de 400 millions d'utilisateurs.

Les réseaux sociaux : d'hier ... à aujourd'hui - 3/3



Démonstration : Comment ça marche ?

▶ Premiers pas sur les réseaux sociaux professionnels

▶ C'est très simple, il faut :

- > S'inscrire
- > Compléter son profil
- > Consulter les autres membres en fonction de vos intérêts communs
- > Etablir un contact avec les autres membres
- > Stratégie de communication
- > Enrichir les nouvelles relations
- > Entretenir sa page

Démonstration : Comment ça marche ?



650 millions de membres.

Créé comme un trombinoscope pour universités renommées aux
Etats-Unis en 2004,

FaceBook est le réseau dont la croissance est la plus forte
actuellement.

www.facebook.com

Démonstration : Comment ça marche ?



105 millions d'utilisateurs.
Service de microblogage,
permettant aux utilisateurs de « bloguer » grâce à des messages courts

www.twitter.com

Démonstration : Comment ça marche ?



35 millions de membres,
2,7 millions d'entreprises référencées

www.viadeo.com

Démonstration : Comment ça marche ?



102 millions de membres
200 pays utilisateurs
170 secteurs d'activité représentés

www.linkedin.com





Soyez prudents !

Le fait d'utiliser ces outils présente néanmoins quelques risques :

- ▶ **La notion de e-réputation**
- ▶ **La question de confidentialité**
- ▶ **La question de la rapidité de diffusion**
- ▶ **La question du recrutement**
- ▶ **Attention, vous devenez visible**
- ▶ **Trucs et astuces**

La parole est à vous... Témoignage

Monsieur Karim DALI,
Directeur de la Fnac Montparnasse



La parole est à vous...

Parlez-nous de vos rapports aux réseaux sociaux ...



Qu'en pensez-vous ?

Souhaitez-vous utiliser les réseaux sociaux dans votre business ?



"Des experts et un réseau pour favoriser votre développement"

Vous remercie de votre participation et de votre attention