

LIVRE BLANC RÉSEAUX SOCIAUX

13 STRATÉGIES GAGNANTES POUR TIRER PARTI DES RÉSEAUX SOCIAUX

A PROPOS DE VISIPLUS, AGENCE CONSEIL EN MARKETING DIGITAL

Fondée en 2002, Visiplus est une agence conseil en marketing digital qui apporte des solutions sur les principales thématiques du e-marketing et de la communication digitale. De l'acquisition de trafic à la fidélisation client, en passant par l'optimisation des conversions et la maîtrise de l'image de marque, Visiplus adresse l'ensemble des leviers e-marketing avec l'objectif constant d'optimiser les performances et le retour sur investissement des projets de ses clients.

Son fondateur, Régis Micheli, Diplômé de l'Université de Santa Barbara et de Skema Business School, a débuté sa carrière aux Etats-Unis en tant que Webmaster dans une start-up de la Silicon Valley. Acteur connu et reconnu de l'industrie du "Marketing de la recherche", il est également le co-auteur du livre "Les Clés du Référencement sur le Web" paru en 2009 et "Le référencement publicitaire avec Google Adwords" paru en 2012.

Lauréate des concours 2009 et 2010 Deloitte Technology Fast 50, Visiplus est l'une des premières sociétés françaises à avoir obtenu les certifications "Google Partner Premier" et "Bing Ads". Les chefs de projets seniors Visiplus possèdent la double certification "Google Advertising Professional", et "Google Analytics Individual Qualified".

Visiplus a également obtenu la cotation G3++ de la Banque de France en 2014 et 2015, signe d'un équilibre et d'une santé financière pérennes. Enfin, Visiplus est fière d'avoir été nommée aux European Search Awards 2016, aux côtés des meilleures agences de marketing digital d'Europe. Visiplus c'est aujourd'hui près de 400 clients, des entreprises de toutes tailles et dans tous les domaines d'activités.

A PROPOS DE VISIPLUS ACADEMY, LA RÉFÉRENCE DES FORMATIONS PROFESSIONNELLES E-MARKETING ET COMMUNICATION DIGITALE

Dès 2002, Visiplus s'est rapidement engagée dans une démarche de transfert de compétences.

Ainsi, Visiplus Academy a vu le jour en tant qu'organisme de formation, née de cette volonté de travailler non pas seulement POUR, mais AVEC ses clients.

Avec plus de 10 000 professionnels formés depuis 15 ans, un taux de satisfaction clients parmi le meilleur du marché et 6 lieux de formations en France, Visiplus Academy est devenue LA référence des formations professionnelles e-Marketing et Communication Digitale en France.

Visiplus Academy, ce sont des formations pour les professionnels, assurées par des professionnels, tous à la fois experts et praticiens dans leur domaine d'activité

Nous accompagnons des entreprises de toutes tailles et de tous secteurs d'activité confondus, dont des références prestigieuses telles que la FNAC, France TV, Rueducommerce, L'Occitane, Groupama, Playmobil, Darty, Arte, SAP, HEC, Opéra de Lyon, France Loisirs, Nice Matin, Groupe Casino, Walt Disney etc.

Bienvenue,

On a souvent tendance à confondre Web 2.0 et réseaux sociaux. Le Web 2.0 est une sorte d'auberge espagnole regroupant un grand nombre d'innovations d'ordre technique et sociologique : les internautes prennent la parole et, d'une certaine manière, le pouvoir.

Si les réseaux sociaux ne représentent qu'une infime partie du Web 2.0, ils en constituent pourtant un des éléments essentiels et des plus populaires auprès du grand public.

De nos jours, les réseaux sociaux connaissent un apogée et ils s'apparentent à de véritables plateformes de conversion sociale et de diffusion de contenu.

La question est de savoir comment nous allons les utiliser pour :

- Promouvoir son identité de marque ;
- Faire connaître ses produits et ses services ;
- Faire de la relation clientèle ;
- Provoquer du retour sur attention ;
- Susciter des ventes, des ventes dérivées ou des pistes de ventes.

Dans cette optique, les médias sociaux permettent de :

- Faire du marketing de contenu ;
- Mettre en avant des stratégies de contenu de marque ;
- Favoriser la diffusion des contenus de la marque ;
- Créer des communautés qui fonctionneront de manière (presque) autonome...

De fait, ils favorisent une relation de proximité qui viendra renforcer notre « effet de marque ».

Est-ce que les réseaux sociaux font partie du marketing transactionnel ou du marketing relationnel ? C'est toute la particularité de ces drôles de médias, de favoriser de nouvelles conversions, comme de jouer sur cet effet diffus lié au « Branding » (au « pouvoir de la marque »).

Voici une visite guidée de 13 stratégies à mettre en place de toute urgence en 2017 !

Bonne lecture

Régis Micheli
Président VISIPLUS SAS

Facebook : les pages

« Faites de la notoriété et de l'image de marque avec les pages Facebook »

- En octobre 2015, la France comptait plus de 30 millions d'utilisateurs inscrits.
- Une des pages de marque parmi les plus populaires est « Oasis Be Fruit ». Elle capitalisait, à cette même date, plus de 3,14 millions de « J'aime ».

Un exemple de réussite avec Facebook ? « The Cake Shop » est une société qui propose des pâtisseries ainsi que des accessoires pour en confectionner. Elle a enregistré une augmentation de 40 % de son chiffre d'affaires, en boutique comme sur le site. 80 % des clients sont des fans et 40 % ont découvert la marque grâce à Facebook.



La force de ce réseau est qu'il offre une puissance de feu exceptionnelle. De par les leviers de viralité qu'il permet (« J'aime » ou « Recommander », « Commentaire », « Partager »), toutes les interactions des fans avec les publications de la page seront visibles dans les fils d'actualités de leurs amis. Et quand nous savons qu'un profil sur Facebook compte en moyenne 229 amis, nous comprenons immédiatement l'effet « boule de neige » qui va avoir lieu.

Mais nous aurions tort de confondre une page Facebook avec un site web, et ce pour beaucoup de raisons :

- Ce sont des publications au fil de l'eau et il n'existe pas de notion de gouvernance d'informations ;
- La majorité des « Posts » sont vus à travers les fils d'actualités des fans et non directement sur la page.

Il faut donc voir une page Facebook un peu comme une plate-forme d'emailing : les fans ont exprimé l'envie de vous écouter, d'interagir avec vos contenus, mais rien ne dit qu'ils visiteront votre site web ou souscriront à une de vos offres. Les pages Facebook sont d'abord faites pour provoquer du retour sur attention ("ROA") avant de susciter un vrai retour sur investissement ("ROI").

Quelles sont les opportunités offertes par les pages ? Bien évidemment, la première démarche de la marque sera de fédérer une communauté autour de ses éléments affinitaires (on parle de page « écosystème »). Dans un second temps, elle se servira de cette communauté d'ambassadeurs pour trouver de nouveaux prospects et, éventuellement, les convertir.



Mais attention ! En créant une page, la marque délègue une partie de son pouvoir à cette nouvelle génération de consommateurs qu'on appelle les « consom'acteurs ». Le « Community Manager » devra gérer les situations de crise et la marque devra faire preuve de transparence et de réactivité en acceptant les règles du jeu propres à Facebook.

Avant même d'y aller, quelles sont les bonnes questions que je dois me poser ?

- La marque est obligée de mettre sur pied un véritable plan de bataille ;
- Elle doit avoir une idée précise de son coût d'acquisition puis de gestion des fans ;
- Elle aura à cœur de créer un véritable planning éditorial et donc des équipes dédiées ;

Elle a tout intérêt de se doter d'outils de mesure précis afin de s'assurer qu'elle atteint ses objectifs grâce à ce réseau social.

Ce sont quelques-unes des questions que nous pouvons nous poser avant d'aborder le premier réseau social français...

Facebook : les applications

« Boostez vos pages avec les applications Facebook »

L'application Tripadvisor comptait, en octobre 2015, plus de 33 millions d'utilisateurs mensuels (source : SocialBakers).

Il existe plusieurs types d'applications sur Facebook :

- Les sites web avec un processus d'authentification Facebook ;
- Les applications « canevas » ;
- Les onglets de pages personnalisés ;
- Les sites web mobiles ;
- Les applications natives (iOS ou Android).

Une des utilisations les plus courantes consiste à créer des onglets de pages personnalisés afin d'héberger :

- Un service complémentaire à la page Facebook ;
- Un jeu ou un concours ;
- Une véritable application virale.



Quiz Esprit Running

LE CHALLENGE ESPRIT RUNNING, C'EST À VOUS DE JOUER

Choisissez un quiz !

Connaissez-vous Kilian Jornet ? Nouveau !
Répondez correctement et le plus vite possible aux questions.
[Faire le Quiz >](#)

Testez vos connaissances running !
Répondez correctement et le plus vite possible aux questions.
[Faire le Quiz >](#)

Quel type de coureur êtes-vous ?
Répondez aux questions et découvrez votre profil de coureur
[Faire le Quiz >](#)

CHALLENGE ESPRIT RUNNING
CAISSE D'EPARGNE
Courir n'a jamais autant rapporté.
Cours et participe à la vie du site pour gagner de nombreux cadeaux !

1500 POINTS 400 POINTS

[EN SAVOIR PLUS >](#)

Les dernières actualités

Nous pouvons aussi créer des onglets de page afin de faire de la relation clientèle, mettre en avant l'activité de la marque sur Instagram, proposer du shopping en ligne, etc. Ces pages fonctionnent alors comme de véritables pages d'un site web...

#1969denim

Les meilleurs look Denim inspirés du StreetStyle

GAP

Femmes >

Hommes >

					
Perfect Boot	Real Straight	Real Straight	Slim	Straight	Skinny
Rose, 27 ans Actrice	Cristina, 20 ans Étudiante	Kloe, 22 ans Étudiante en Stylisme Femme	George, 18 ans Mannequin	Patrick, 45 ans Graphiste	Juan, 33 ans Charpentier

Acteurs de l'histoire du jean depuis 1969 >

Trouver un magasin >

Montrez-nous votre style de jeans >

Bien entendu, la marque pourra proposer des jeux (basés sur les connaissances des candidats) ou des concours (le hasard intervient) afin de développer sa base de fans mais aussi fidéliser ses fans existants.

Il lui faudra faire attention aux points suivants :

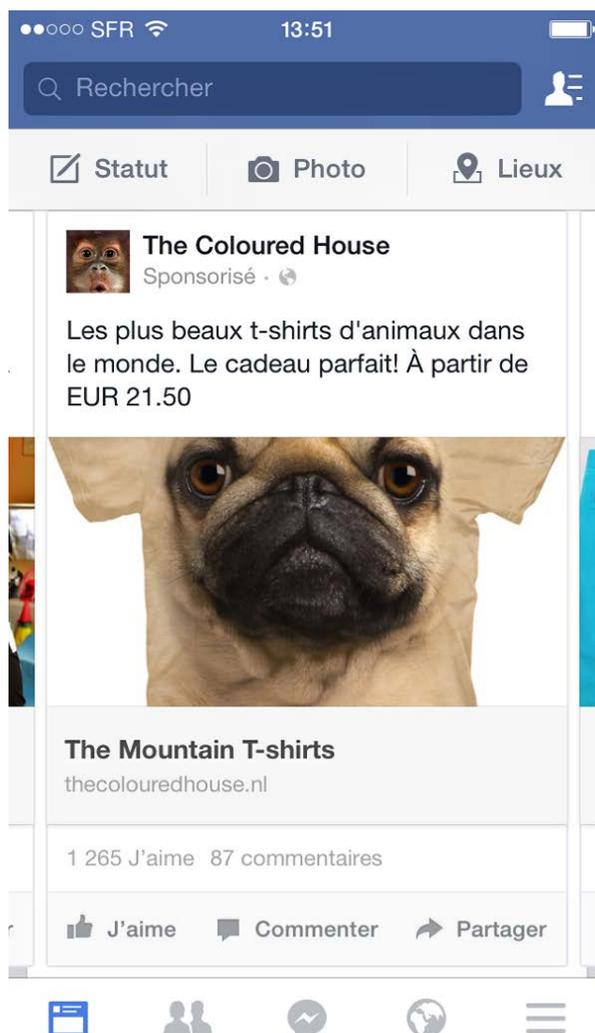
- Un jeu ou un concours doit répondre à des objectifs précis ;
- La réglementation Facebook concernant les jeux-concours est complexe à appréhender et à appliquer ;
- Les leviers de viralité sont importants, mais ils nécessitent une bonne connaissance de l'API Facebook.

Facebook : les publicités

« Profitez de l'efficacité du ciblage comportemental »

Pour sa campagne publicitaire sur Facebook, Showroomprivé a enregistré plus de 1,1 milliard d'affichages. Le site a pu recruter 100 000 nouveaux membres et, parmi eux, 60 000 nouveaux fans pour sa page. Signalons que le taux de transformation des membres en nouveaux clients, également fans, est 40 % plus élevé que chez les membres « non fans ».

Si le ciblage contextuel répond à une question de type « Je veux » (« je veux acheter un lave-linge »), le ciblage comportemental cible un constat de type « Je suis » (« je suis une femme de 22 ans à l'affût de bons plans »). C'est toute la différence entre marketing de la demande et marketing de l'offre. Il existe deux systèmes : en régie et en libre-service.



Si le premier vous offre des emplacements et des types de publicités particuliers, le second permet toutes sortes de ciblages :

- Localisation (pays, province, ville),
- Langue d'interface,
- Âge,
- Sexe,
- Situation amoureuse,
- Niveau d'éducation,
- Domaine d'étude,
- Écoles fréquentées,
- Employeurs,
- Postes occupés,
- Secteurs d'activité,
- Revenus,
- Catégorie de génération,
- Situation patrimoniale,
- Situation parentale,
- Évènements à venir (comme un mariage),
- Centre d'intérêt précis (« Fan de Hachette Livres »),
- Catégorie d'intérêt (« Animaux de compagnie »),
- Comportement (« Projets de voyage »),
- Connexion avec une page ou une application de la marque.

Il est aussi bien possible de mettre en avant un site web, une page ou une application Facebook et même une publication, en particulier, de la page. Vous pouvez aussi faire connaître une application mobile, une offre e-commerce ou une vidéo.

Par ailleurs, vous pouvez créer des audiences personnalisées en vous servant des « Audiences Insights » ou utiliser les audiences similaires qui seront construites par Facebook.

Quel est le principe d'une audience personnalisée ? Le principe est de soumettre une base emailing existante ou des identifiants d'applications mobiles. Facebook va alors croiser vos informations avec celles qu'il possède et vous permettre de remarketer une partie des utilisateurs. Mais puisqu'il en sait beaucoup plus que vous sur leurs caractéristiques, il vous sera possible d'affiner votre segmentation, en ne ciblant, par exemple, que les hommes âgés de plus de 45 ans et qui présentent une forte appétence pour l'univers de l'automobile ou qui sont fans d'une des pages de vos concurrents.

Imaginer de bonnes publicités Facebook relève d'un véritable challenge créatif, mais elles offrent un excellent retour sur investissement, et ce même pour des objectifs en B2B.

Facebook : le « Social Graph »

« Développez la visibilité de votre site web »

RMC a constaté que, pour certains articles, Facebook est devant Google en termes d'apport de trafic. En France, la part des visites provenant de Facebook a doublé en moins d'un an, soit 28 % des sites référents (hors moteurs de recherche)

C'est toute la force du « Social Graph » que d'intégrer l'écosystème Facebook à l'intérieur des sites web. Il se décline de plusieurs façons :

- Les modules sociaux ;
- Les applications ou les sites web « Timeline » ;
- Les « Customs Stories ».

Le bouton « J'aime » est un exemple de module social : le visiteur visite un site et aime, recommande, partage ou commente une fiche produit ou un article. Cette interaction va être visible sur son journal et, par ricochet, dans les fils d'actualités de ses amis. Ces derniers, s'ils sont intéressés par le contenu, vont à leur tour le partager et ainsi de suite...

Alain Juppé veut des primaires à l'UMP en 2016

Par L'EXPRESS.fr, publié le 04/10/2014 à 07:47, mis à jour à 13:19

Alain Juppé a souhaité samedi sur son blog que les primaires à droite "ouvertes à tous les citoyens", auxquelles il est candidat, se déroulent au "premier semestre 2016", soit un an avant l'élection présidentielle.



Nicolas Sarkozy (g) et Alain Juppé (d) à l'Elysée, le 20 janvier 2012 à Paris

afp.com/Charles Platiau

C'est tout le pouvoir de la recommandation : la marque délègue une partie de sa visibilité aux internautes qui, de fait, lui font une publicité gratuite.

Les applications « Timeline » représentent un niveau supérieur : le « Facebooker » s'inscrit à une partie dédiée du site ou sur une application mobile en utilisant ses identifiants Facebook. À partir de là, une partie des interactions qu'il va effectuer – réservation de chambre d'hôtel, écoute d'un morceau de musique – va générer des actualités dans le « Newsfeed » de ses amis.



Les « Open Graph Tags » consistent à remplacer le traditionnel bouton « J'aime » par d'autres « verbs » : « Je le veux », « Je porte déjà cette robe », « J'aimerais avoir ton avis ».

Oui ! Facebook offre tout un champ des possibles pour qui veut optimiser son site web !

Twitter : le réseau du temps réel

« Développez votre aura d'expertise avec Twitter »

- En juillet 2014, Twitter comptait 2,3 millions d'utilisateurs actifs en France,
- 79 % des twitternautes ont entre 15 et 34 ans ;
- 80 % sont des mobinautes ;
- 49 % d'entre eux interagissent avec un programme TV en live (SNPTV - Mars 2014) ;
- Dell vend, tous les ans, plus de 3 millions d'ordinateurs grâce à Twitter... L'entreprise se sert aussi de Twitter comme tremplin pour faire de la relation presse ainsi que comme support clientèle.

Twitter a la particularité d'être, à la fois, un réseau qui se prête à des objectifs BtoB comme BtoC. Il s'adresse à une cible d'étudiants et de CSP+ qui sont souvent geeks, leaders d'opinion et « Early Adopters ».

 Intel @intel - 3 oct.

The evolution of the SOS: from nine simple beeps to millions of connected smart devices. Times have changed...

 Vine



Intel's post on Vine

The evolution of the SOS: from nine simple beeps to millions of connected smart devices. Times have changed! #intelttablets

[Voir sur Internet](#)

La force de Twitter est qu'il nécessite, de la part de l'entreprise, peu de moyens techniques et que ce média se prête à une multitude d'usages :

- Image de marque ;
- Aura d'expertise ;
- Veille d'entreprise ;
- Veille concurrentielle ;
- Acquisition de prospects ;
- Génération de trafic ;
- Relation presse digitale.

Une des autres caractéristiques de Twitter est qu'il consacre l'essor du « Picture marketing » (marketing de l'image). Les tweets les plus souvent retweetés sont des images ou des vidéos.

 Ford France @FordFrance · 15 h
Testez l'expérience #MAXPerspective au
#MondialAuto : vine.co/v/OmU3ITTx9lr !
#FordParis

 Vine



Ford Europe's post on Vine

Une de ses faiblesses est qu'il est, par définition, chronophage et qu'il nécessite un fort engagement personnel de la part des équipes en charge du projet.

- Par définition, une présence réussie sur Twitter repose sur un vrai plan de contenu (marketing de contenu) et de veille (curation de contenu) ;
- Il faudra que l'entreprise se dote d'outils permettant de gérer un nombre important de profils Twitter ;

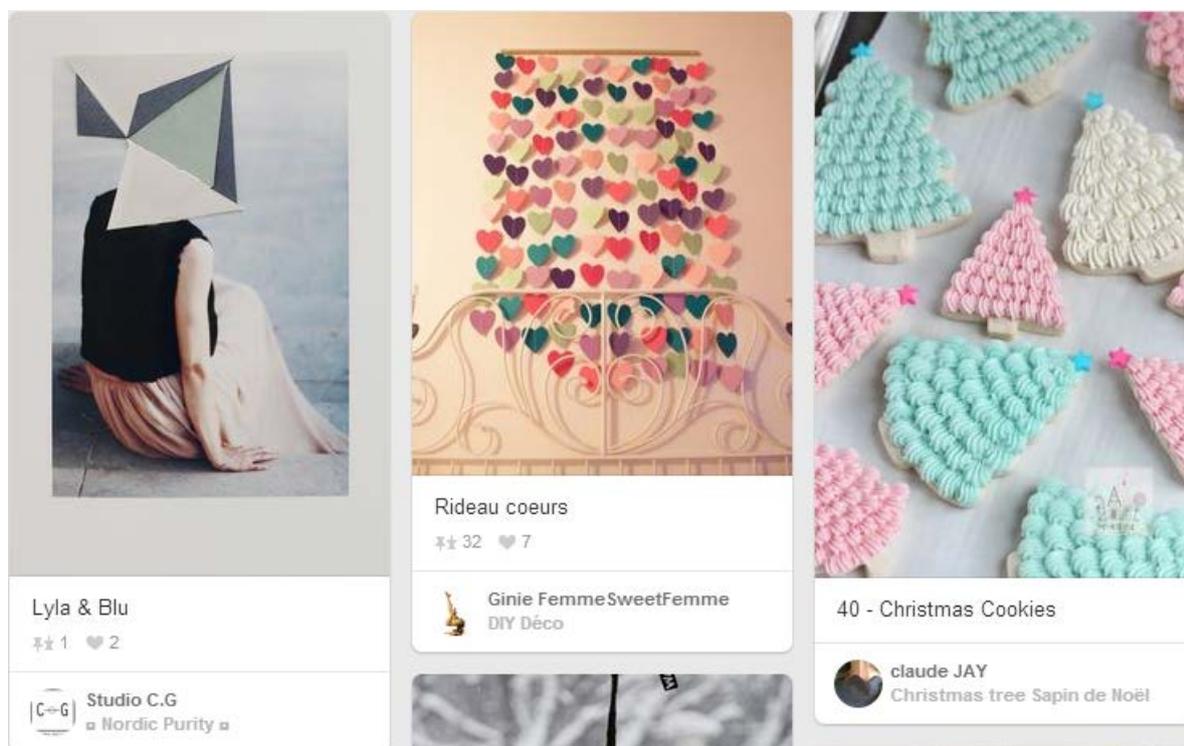
Et là encore, l'entreprise devra affûter ses outils « Web analytics » afin d'assurer un suivi précis des indicateurs clés de performance qu'elle aura assigné pour ce média.

Pinterest : l'avènement du « Picture marketing »

« Communiquez en direction des influenceurs et des leaders d'opinion »

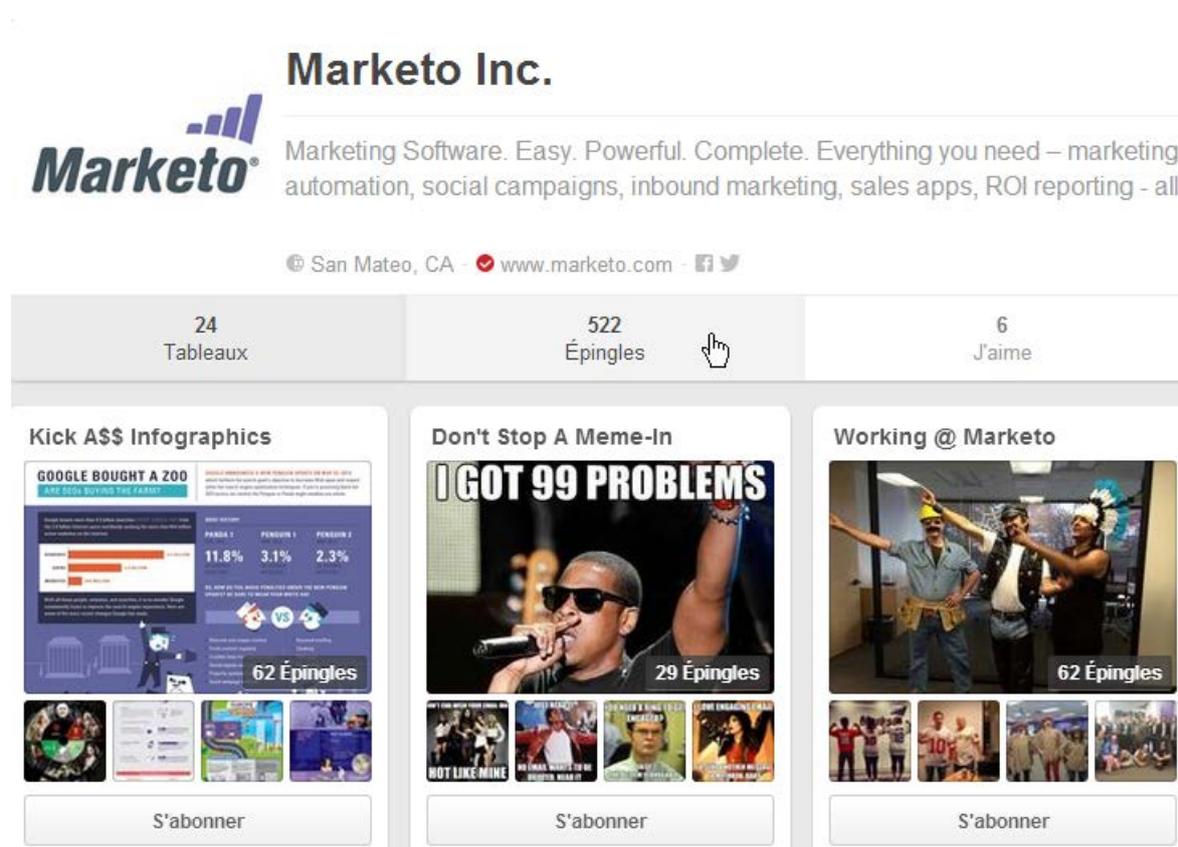
- Aux États-Unis, Pinterest est devant Facebook en termes d'apport de trafic en direction des sites e-commerce ;
- Le temps moyen passé sur Pinterest est de 15,8 minutes alors que celui dévolu à Facebook est de 12,1 minutes par jour ;
- Pinterest a enregistré 2.7 millions de visiteurs uniques en France (Médiamétrie – Janvier 2015).

C'est dire combien ce réseau social est efficace, et notamment quand on analyse les habitudes de navigation de son cœur de cible : les mères de famille et les « Fashion addicts ». Et ce même si, pour l'instant, Pinterest occupe un marché de niche.



Pinterest est le tremplin idéal à une stratégie de m-commerce... Grâce à sa mise en page sobre et épurée, il constitue une première étape à la découverte des produits d'une société en BtoC.

De par la liberté de ton qu'il permet, les sociétés en B2B pourront mettre en avant leurs plans de contenus (photos, articles de blog, infographies, livres blancs, présentations en ligne, etc.), leur territoire métier, leurs valeurs d'entreprise...



Marketo Inc.
Marketing Software. Easy. Powerful. Complete. Everything you need – marketing automation, social campaigns, inbound marketing, sales apps, ROI reporting - all

San Mateo, CA - www.marketo.com

24 Tableaux | 522 Épingles | 6 J'aime

Kick A\$\$ Infographics
62 Épingles
S'abonner

Don't Stop A Meme-In
29 Épingles
S'abonner

Working @ Marketo
62 Épingles
S'abonner

Quel est le principe de fonctionnement de Pinterest ?

Il suffit de créer des « tableaux » sur lesquels vous allez punaiser des épingles (les « Pins ») : images, photocollages, « Memes », « Mood Boards », infographies, etc.

Les tableaux peuvent être organisés, par thématiques, couleurs, univers produits... La seule limite est l'imagination et la créativité des marketeurs.

Depuis peu, Pinterest vient d'être traduit dans notre langue et développe des offres dédiées aux sociétés. Par ailleurs, il va proposer des dispositifs publicitaires qui aideront à la visibilité d'une page Pinterest...

Gageons que ce média va rapidement se faire une place de choix dans le paysage du « Social media » français, car il permet des synergies très fortes entre communauté en ligne et site web.

Instagram : le nouveau venu

« Créez des contenus de marque avec Instagram »

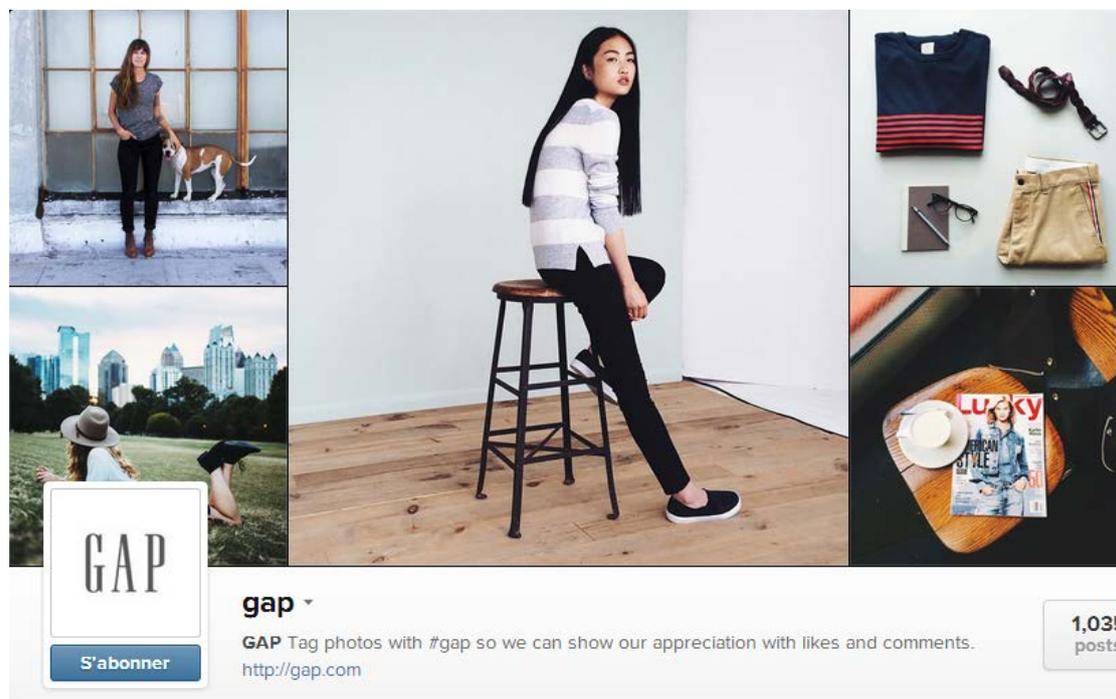
- Instagram compte 400 millions d'utilisateurs actifs par mois (Instagram – Septembre 2015) ;
- Ce réseau a enregistré 5 millions de visiteurs uniques en France (Médiamétrie – Mars 2015) ;
- 76% des utilisateurs ont entre 16 et 34 ans.

Au départ, Instagram était un simple outil permettant de, rapidement, prendre et retoucher des photos en appliquant un des filtres prédéfinis. Depuis, Instagram s'est imposé comme un réseau social à part entière et il permet à des millions de fans de suivre leurs marques préférées.

Instagram présente trois particularités :

- Il est particulièrement efficace en termes de nombre d'interactions ;
- Il convient à une communication de marque tant en termes de partage de photos que de vidéos ;
- Il se prête parfaitement à l'organisation de jeux-concours photos.

De fait, de nombreuses marques ont investi ce nouveau média pour sa simplicité et la grande visibilité donnée à leurs publications.



Instagram est un laboratoire unique en son genre : il permettra de décliner une identité de marque et de préempter un territoire de marque de manière très séduisante pour vos futurs ambassadeurs.

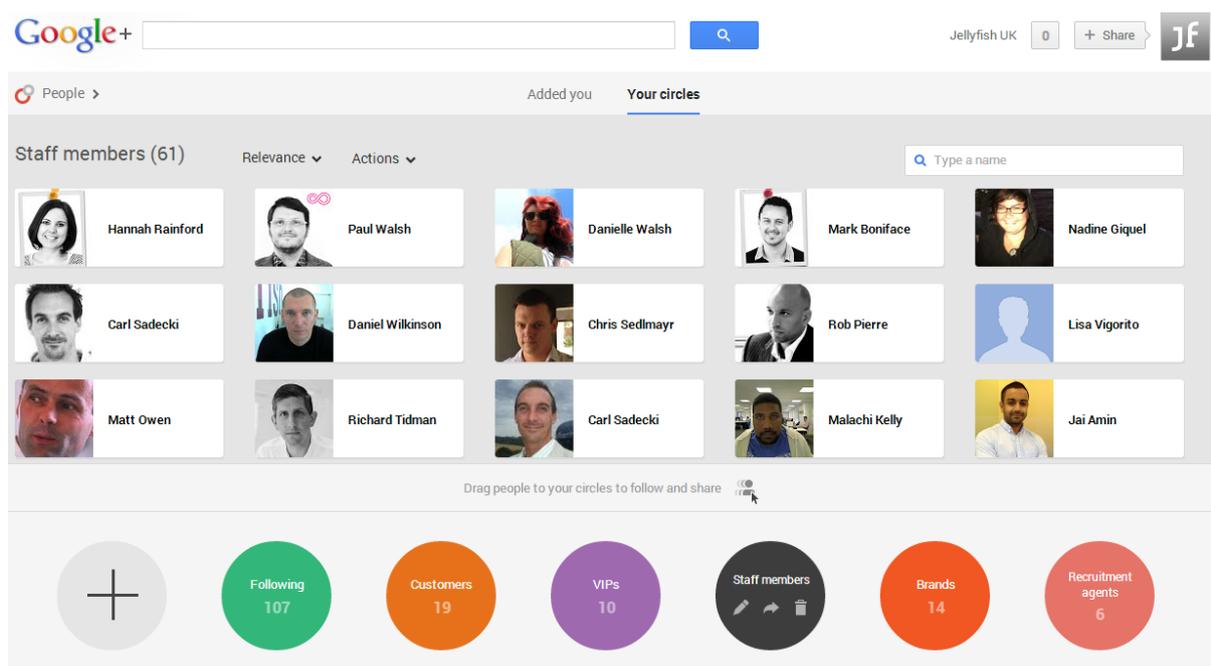
Google+ : pour le SEO !

« Optimisez votre SEO avec Google+ »

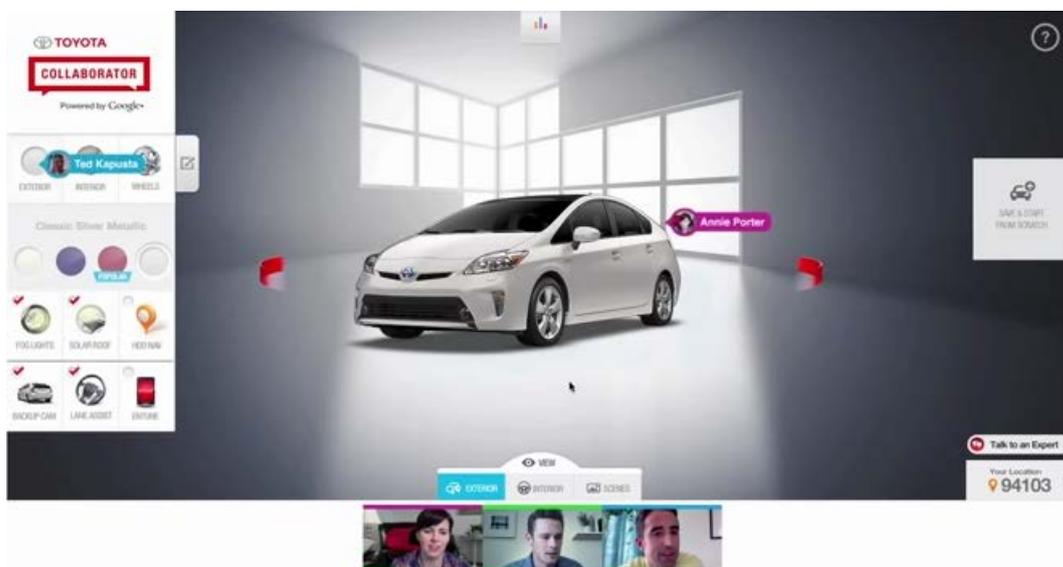
- En octobre 2014, Google annonçait que son réseau comptait 1 milliard d'utilisateurs ;
- 359 millions de comptes Google+ sont « actifs » (au moins une action par mois) ;
- Depuis l'intégration de ce réseau, H&M a enregistré une progression de 20 % du taux de clics sur ses liens visibles (« Snippets ») dans les pages de résultat de Google (« Serps »).

Voici un réseau qui présente, au moins, deux fonctionnalités particulièrement séduisantes :

- Les cercles : ils permettent de classer facilement les personnes qui suivent une page et de segmenter les publications (communautés internes, hybrides ou externes) ;



- Les « Hangouts » : ce sont des vidéos-conférences en ligne qui mettent en valeur l'expertise des participants.



Par ailleurs, Google+ bénéficie d'une intégration de plus en plus poussée à l'ensemble des services Google.

En bref, le moteur de recherche d'antan devient un moteur de recommandation sociale : plus les internautes s'impliqueront dans Google+, plus les « Serps » (les pages de résultats) mettront en avant les partages et les votes de leurs contacts sur Google+.

Sciences et Avenir - Toutabo.com

Annonce sciences-avenir-mensuel.toutabo.com/
 Abonnez vous à Sciences et Avenir à prix discount sur Toutabo.com

Sciences et Avenir – L'actualité des Sciences et du Savoir

www.sciencesetavenir.fr/
 Restez informés de l'actualité des sciences, de l'espace, des technologies, de la santé, de l'archéologie et de l'environnement avec Sciences et Avenir.

Résultats de sciencesetavenir.fr

Espace

Découvertes récentes dans l'espace et au delà, l'information ...

Santé

Retrouvez l'actualité de Santé par la rédaction de Sciences et ...

High-tech

Retrouvez l'actualité de High-tech par la rédaction de Sciences et ...

Sciences et Avenir Magazine ...

Abonnez-vous à la version digitale du magazine Sciences et Avenir ...

Animaux

Retrouvez l'actualité de Animaux par la rédaction de Sciences et ...

Infographies

Retrouvez l'actualité scientifique expliquée en infographies par ...



C'est une autre manière de dire que le référencement s'en trouve profondément bouleversé et qu'il deviendra plus difficile d'atteindre et de conserver les premières places dans Google.

Viadeo : le réseau social français

« *Trouvez de nouveaux prospects avec Viadeo* »

En octobre 2015, Viadeo revendiquait 9 millions de membres français.

Viadeo reste un réseau social B2B extrêmement actif en France et se prêtant à deux grands objectifs :

- Recrutement R.H. ;
- Génération de pistes de vente.

Sa principale faiblesse est que les jeunes générations lui préfèrent LinkedIn...

Il existe maintenant trois niveaux de présence sur Viadeo :

- Les profils ;
- Les groupes ;
- Les pages entreprises.

La création d'un profil permet de générer des contacts business afin d'initier des relations commerciales.

Groupes France > Regroupement professionnel - Clubs - Associations - Autres

Ubifrance en région et dans le monde

5105 membres [Rejoindre](#)

[Accueil](#) [Blog](#) [Discussions](#) [Jobs](#) [FAQ](#) [Groupes associés](#)

Publier : [Message](#) [Photo](#) [Vidéo](#)

Lancez la discussion

1779 Discussions [Choisir une catégorie](#)

 **Investir un nouveau marché à l'export : pourquoi pas un V.I.E ?** 1 Lecture Commenter

Carine Hellequin

Ouvrir des bureaux à l'étranger est toujours une opération risquée. Pour notre implantation en Afrique, nous avons donc préféré nous faire accompagner...

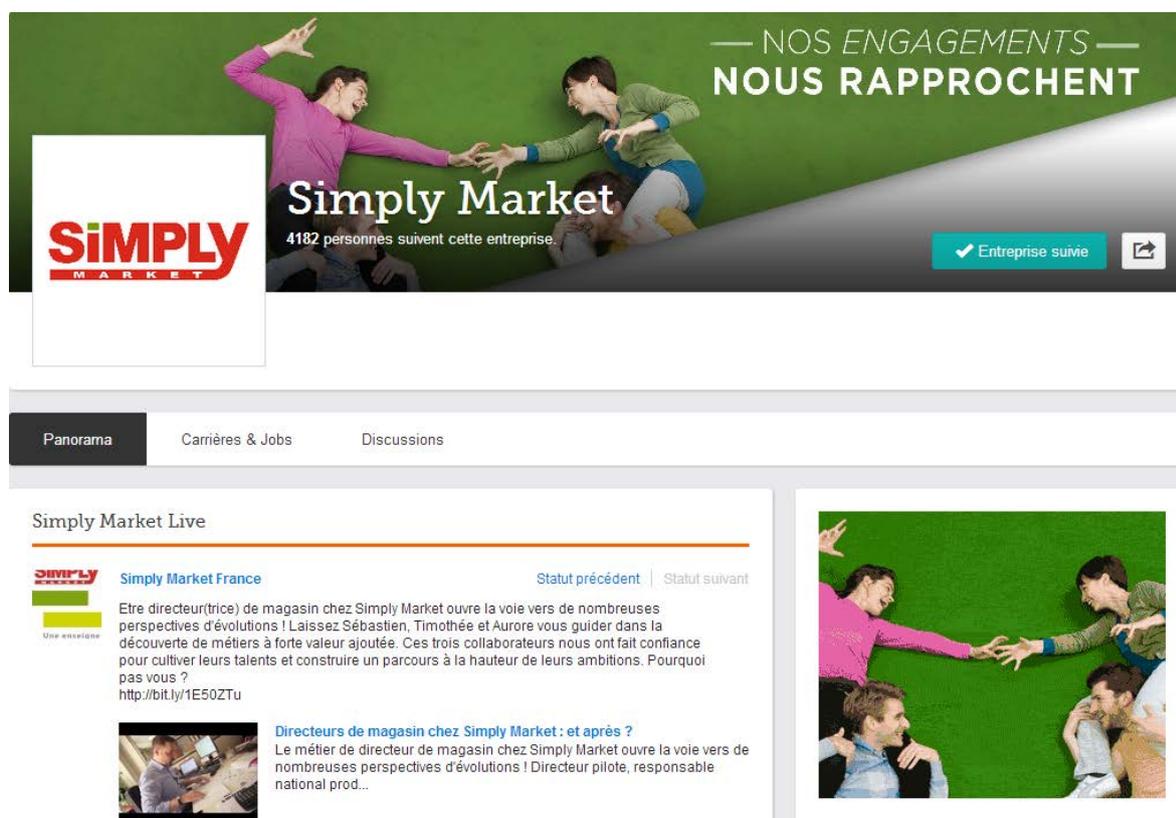
[Voir la suite](#)

 **Intéressant** samedi 4 octobre 2014

Les groupes servent soit à mettre en avant l'aura d'expertise de l'entreprise en relayant du contenu de marque, soit à animer des communautés internes (les employés ou les élèves d'une grande école), hybrides (les partenaires commerciaux) ou externes (prospects et clients).

Vous pouvez également participer à des groupes tiers en relayant des contenus à forte valeur ajoutée : vidéo, livre blanc, article, discussion experte, etc.

Les fiches entreprise sont le tremplin aux actualités « Corporate » de la société et permettent de donner une visibilité supplémentaire au blog ou au site web de la société.



— NOS ENGAGEMENTS —
NOUS RAPPROCHENT

SiMPLY MARKET
4182 personnes suivent cette entreprise

✓ Entreprise suivie 

Panorama Carrières & Jobs Discussions

Simply Market Live

 **Simply Market France** [Statut précédent](#) | [Statut suivant](#)

Etre directeur(trice) de magasin chez Simply Market ouvre la voie vers de nombreuses perspectives d'évolutions ! Laissez Sébastien, Timothée et Aurore vous guider dans la découverte de métiers à forte valeur ajoutée. Ces trois collaborateurs nous ont fait confiance pour cultiver leurs talents et construire un parcours à la hauteur de leurs ambitions. Pourquoi pas vous ?
<http://bit.ly/1E50ZTu>

 **Directeurs de magasin chez Simply Market : et après ?**
Le métier de directeur de magasin chez Simply Market ouvre la voie vers de nombreuses perspectives d'évolutions ! Directeur pilote, responsable national prod...



Viadeo offre un certain nombre de fonctionnalités intéressantes :

- Le moteur de recherche permet de cibler des profils précis, mais aussi de faire de l'intelligence économique ;
- Les ambassadeurs de la société peuvent générer des pistes commerciales en répondant aux questions des membres de ce réseau ;
- L'optimisation des profils des employés participe directement de la stratégie R.H. de la société ainsi que de la mise en avant de son image de marque ;
- Ses membres peuvent aussi faire du réseautage dans la vie réelle ;
- De nombreux modules sociaux et outils complémentaires permettent de socialiser votre site web et d'optimiser vos applications de messagerie et CRM.

Attention ! Viadeo est un réseau qui ne doit surtout pas être négligé... Et un réseau efficace ne se compte pas en termes de nombre de membres mais de la qualité des opportunités que vous suscitez.

LinkedIn : le premier réseau social B2B au monde

« Optimisez la communication de votre entreprise avec LinkedIn »

En octobre 2015, LinkedIn comptait plus de 400 millions de membres dans le monde et plus de 6 millions d'utilisateurs actifs en France.



The screenshot shows a LinkedIn post from the organization 'Apec - Association pour l'emploi des cadres'. The post title is 'Être présent sur un ou plusieurs réseaux, cela va de soi... mais quelle est leur utilité pour les jeunes professionnels ?'. Below the title is a small image of a computer keyboard with a green key that has a person icon. The post text begins with 'Les jeunes professionnels et les réseaux' and mentions 'ad.doubleclick.net'. Below the main text, there are engagement statistics: 'J'aime (89) • Commenter (3) • Partager • il y a 12 j'. A list of users who interacted with the post is shown, including Francis Drubigny, Ceyhun Kaplan, and 87 others. Three comments are visible: Alexandra BONNIN, Thierry Sarrazin, and Patrick Grossi, each with their profile picture and the time since they commented.

Si, aux yeux des Français, LinkedIn a le défaut d'être très anglophone, il offre une frappe et un nombre de fonctionnalités très importants.

Grâce à LinkedIn nous pourrons :

- Faire de la veille et de l'intelligence économique ;
- Susciter du trafic en direction de son site web ;
- Susciter des pistes de vente qualifiées ;
- Diffuser des offres R.H. ;
- Mettre en avant les produits ou les services commercialisés par l'entreprise ;
- Relayer la communication de la société ;
- Participer à la visibilité du site web ou du blog ;
- Positionner les employés emblématiques comme des leaders d'opinion ;
- Développer l'aura d'expertise de l'entreprise.

De la même manière que sur Viadeo, il existe trois strates sur LinkedIn : profils, groupes et pages entreprise.



Et, là encore, les outils pour le communicant, le commercial ou le marketeur sont nombreux ;

- Moteur de recherche avec des possibilités avancées de filtre ;
- Annonces d'événements ;
- Publication de sondage ;
- Applications complémentaires, notamment pour des applications eCRM ou de messagerie ;
- Boutons de partage et de suivi.

L'écosystème de LinkedIn est d'une grande richesse pour l'entreprise avec des objectifs d'image ou d'usage à atteindre. Mais il faut faire attention, la marque ne pourra pleinement en profiter qu'en mettant en place une véritable stratégie d'animation et de prospection : on va sur LinkedIn avec un vrai plan de bataille !

YouTube : un accélérateur de visibilité

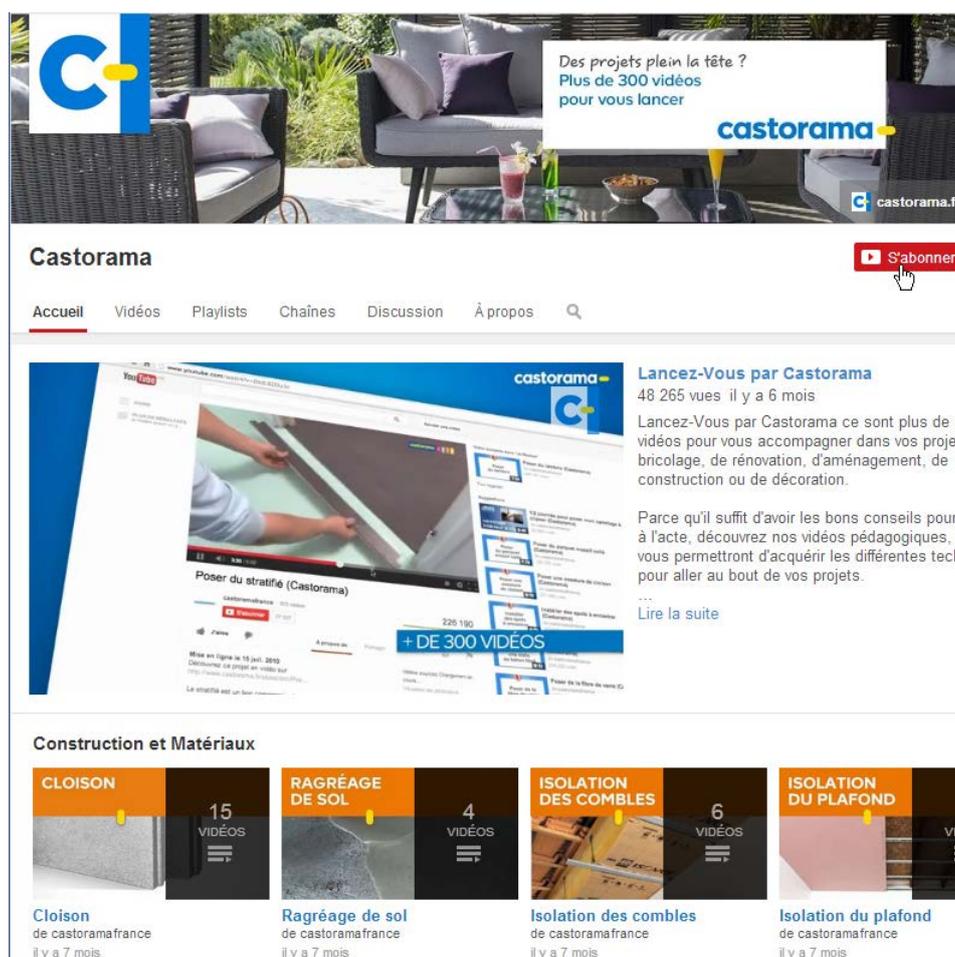
« Créez des campagnes virales avec YouTube »

YouTube, c'est :

- 1 milliard d'utilisateurs dans le monde ;
- 43 000 vidéos qui, chaque seconde, sont visionnées.

Voici d'autres statistiques intéressantes :

- YouTube touche plus d'adultes habitant aux États-Unis et âgés de 18 à 34 ans que n'importe quelle chaîne de télévision.
- En avril 2014, 28,1 millions d'internautes français ont regardé au moins une vidéo depuis leur domicile tandis que 8,2 millions ont visionné ces contenus « online » depuis leur lieu de travail.



Castorama [S'abonner](#)

Accueil Vidéos Playlists Chaînes Discussion À propos

Lancez-Vous par Castorama
48 265 vues il y a 6 mois
Lancez-Vous par Castorama ce sont plus de 30 vidéos pour vous accompagner dans vos projets bricolage, de rénovation, d'aménagement, de construction ou de décoration.
Parce qu'il suffit d'avoir les bons conseils pour y aller à l'acte, découvrez nos vidéos pédagogiques, et vous permettront d'acquérir les différentes tech pour aller au bout de vos projets.
[Lire la suite](#)

Construction et Matériaux

CLOISON 15 VIDÉOS	RAGRÉAGE DE SOL 4 VIDÉOS	ISOLATION DES COMBLES 6 VIDÉOS	ISOLATION DU PLAFOND 4 VIDÉOS
Cloison de castoramafrance il y a 7 mois	Ragréage de sol de castoramafrance il y a 7 mois	Isolation des combles de castoramafrance il y a 7 mois	Isolation du plafond de castoramafrance il y a 7 mois

Quand nous examinons l'apport de la vidéo, nous pouvons distinguer ces cinq grandes tendances :

- Optimiser le référencement naturel de façon à susciter du trafic supplémentaire ;
- Développer le taux de conversion de son site en montrant des produits « en situation » ;
- Améliorer son image de marque en utilisant des vidéos de « Branding » (image de marque) ;
- Créer des vidéos virales pour le lancement d'un produit ;
- Gagner des conversions nouvelles en faisant de la publicité vidéo.

La vidéo est un média concret : il est beaucoup plus simple d'expliquer quelque chose en images que de le dire avec des mots. C'est donc une occasion d'aborder de manière ludique et/ou pédagogique le fonctionnement de certains produits, les bénéfices clients apportés par les services, les coulisses de la société, les évènements organisés par la marque, les « Making of », etc.



Collection Exclusive les rouges mats : Vue par 8...
2 056 vues il y a 4 jours



Tuto Maquillage, comment se maquiller, Collection...
2 273 vues il y a 4 jours



Tuto Maquillage, comment se maquiller, Collection...
2 090 vues il y a 4 jours



Tuto Maquillage, Collection Exclusive avec la...
1 785 vues il y a 4 jours



Tuto Maquillage, comment se maquiller, Collection...
2 645 vues il y a 4 jours



Tuto Maquillage, Collection Exclusive avec la...
1 696 vues il y a 4 jours



Tuto Maquillage, Collection Exclusive avec la...
2 247 vues il y a 4 jours



Sublimist, soin du visage, avoir une belle peau -...
20 286 vues il y a 5 jours



Mascara Faux cils Papillon Intenza, maquillage yeux...
718 vues il y a 6 jours

L'entreprise devra anticiper ces questions :

- Est-ce qu'elle se servira de YouTube comme d'un média ou d'un simple outil ?
- Est-il possible de rejoindre le programme « YouTube Partner » ?
- Comment mettre en avant une chaîne YouTube et gagner de nouveaux abonnés ?
- De quelle manière est-ce que les vidéos vont booster le taux de transformation du site ?
- Quelles sont les bonnes pratiques en termes de VSEO (« Video Search Engine Optimization ») ?

E-Réputation et veille d'entreprise

« Devancez des situations de crise et optimisez votre présence sur Google »

- 80 % des Français utilisent Google pour se renseigner sur un produit, un service ou une société ;
- 30 % donnent leur avis sur le Web après leur achat.



Membre Qype
chacok...
Nice
0 amis
2 avis

 07/06/2008

vétérinaire très compétent & très humain entouré de Virginie et Amandine grâce à cette équipe ma petite Fantômette fut sauvée fin janvier (elle n'avait que 9 mois) après une opération et son hospitalisation elle s'est bien remise et c'est un vrai bonheur que de la voir jouer, se blottir dans mon cou la nuit en ronronnant.
Merci à vous.



Membre Qype pouet...
Nice
0 amis
3 avis

 25/10/2010

J'ai eu affaire à ce vétérinaire pendant plusieurs années.

Sans remettre en cause ses compétences, j'ai eu plusieurs fois un sentiment de surfacturation et d'incitation à la consommation (produits ou soins voir opérations qui après contre-expertise ne s'avéraient pas indispensables).

Son amour des animaux et de son métier ne saute pas aux yeux non plus. J'ai fini par m'adresser à quelqu'un d'autre moins "business".

Faisons quelques constats :

- L'e-Réputation est mondiale : le Web est, à la fois, une caisse de résonance et un accélérateur ;
- L'e-Réputation est aussi locale : Google My Business, Yelp, etc.

Nous faisons allusion à l'essor de la géolocalisation, des sites de notation et des comparateurs...

- L'e-Réputation ne touche pas que les entreprises, mais aussi les universités, les grandes écoles, les institutions publiques.
- L'e-Réputation concerne l'ensemble des corps de métier, quelle que soit leur taille.

Quand on parle d'une entreprise sur un forum, un site d'actualités ou à connotation sociale, il y a 9 chances sur 10 que ce lien soit visible dans Google et, généralement, en 3e position (sur les requêtes de notoriété).

En bref, ce moteur de recherche favorisera systématiquement la voix des utilisateurs au détriment de celle de l'entreprise : « Votre marque, ce n'est pas ce que vous en dites, mais ce que Google en dit » (Chris Anderson - Rédacteur en chef de « Wired »).

[Pedigree Dentastix - Friandises pour chien - zooplus](#)

www.zooplus.fr > [zooplus.fr](#) > [Chien](#) > [Friandises](#) > [Soin dentaire](#) ▼

★★★★★ Note : 5 - 224 avis - 1,99 € à 16,99 €

Friandises Pedigree **Dentastix**, soin dentaire idéal pour les petits comme les grands chiens. Texture spéciale et actifs nettoyants pour réduire visiblement la ...

Images correspondant à **dentastix**

[Signaler des images inappropriées](#)



[Plus d'images pour **dentastix**](#)

[6 Raisons pour Bannir les friandises Anti Plaque Dentaire ...](#)

www.dur-a-avaler.com/dentastix-pedigree-maladie-parodontal-raisons-p... ▼

2 juil. 2013 - Mots-clés : **dentastix**, friandise, maladie parodontale, pedigree, Pour les gâteries du genre **Dentastix** ou autre... c'est pas à donner tous les ...

[Bâtonnet Dentastix : Est-ce vraiment efficace ? - Forum Chie...](#)

wamiz.com/chiens/forum/batonnet-dentastix-est-ce-vraiment.../2.html ▼

30 oct. 2012 - Bonjour, Alors voilà, nous achetons des bâtonnets **Dentastix** pour nos chiens pour éviter le tartre. Mais au prix du paquet, j'aimerais savoir si ...

Mettre en place un dispositif de veille répond à ces objectifs :

- Surveiller les détournements possibles des données (logos, contenus, documents importants, etc.)
- Surveiller ce qui se dit sur la société, les produits et les services, mais aussi sur les salariés ;
- Surveiller ce que font les concurrents : nouvelles lignes de produits, changements dans les prix, pages récemment indexées par les moteurs, offres promotionnelles, etc.
- Surveiller les contenus web : applications métier, actualités juridiques, économiques, etc.

Par ailleurs, la marque aura soin de monopoliser le « Top 10 » afin de :

- S'affirmer comme leader sur son domaine d'expertise ;
- Empêcher la remontée de résultats négatifs ;
- Éviter la dispersion des clics en direction de sites tiers ;
- Soutenir sa politique de communication R.H.

« Devenez l'ambassadeur de votre société »

C'est, incontestablement, une compétence recherchée par les entreprises ! Mais l'expression « Community manager » est-elle réellement adaptée ?



TWEETS 26,8 k PHOTOS/VIDÉOS 249 ABONNEMENTS 1 718 ABONNÉS 8 955 Plus

Voyages-sncf.com 
@Cit_VoyagesSncf
Besoin d'aide? L'équipe de la Relation Client vous accompagne 7J/7. Aide en ligne : aide.voyages-sncf.com
FRANCE

Tweets Tweets et réponses

 **Voyages-sncf.com** @Cit_VoyagesSncf · 2 oct.
[ASTUCE] En panne d'inspiration pour vos prochains voya la « carte des bons plans » [#VoyagesSncf alc.cx/2/mwf](https://alc.cx/2/mwf)

Essayons de lister les qualités de la personne qui sera en charge du marketing et de la communication « Social media » :

- Il doit posséder une excellente connaissance des processus métier de l'entreprise ;
- Il est capable d'empathie et aime dialoguer avec les autres ;
- Il possède des compétences transversales : marketing stratégique, maîtrise des outils multimédias, connaissance des arcanes des « Web Analytics » ;
- Il lui est facile d'écrire pour le Web et en connaît les règles éditoriales.
- Il incarne la culture web et porte ses valeurs : transparence, réactivité, etc.

Nous pensons que le terme « Marqueteur social » est, de fait, plus adapté : à la fois créateur de contenus à forte valeur ajoutée et soucieux du retour sur investissement pour l'entreprise. Et s'il s'agit de produire du contenu, son travail s'apparente à celui d'un concepteur-rédacteur.

Quelles seront les tâches qui lui seront dévolues ? En voici une liste partielle :

- Rédaction d'une charte de bonne conduite sur le Web et les médias sociaux ;
- Optimisation des profils des salariés sur les réseaux B2B ;
- Détection des ambassadeurs en interne ;
- Organisation des rôles (responsabilité transversale, thématique, technique...)
- Mise en place des outils de communication, de veille et de publication ;
- Planning éditorial ;
- Création et publication des contenus ;
- Liaison entre les employés et les médias sociaux ;
- Animation des pages « entreprise » sur les réseaux B2B ;
- Animation des groupes sur les réseaux B2B ;
- Élaboration des rapports « Web Analytics ».

BNP Paribas SAV 
@BNPParibas_SAV

Nous répondons à vos questions concernant nos produits, services et gestion de vos comptes. Pour des questions personnelles suivez-nous, nous échangerons en DM.

bnpparibas.net
Inscrit le octobre 2010

 **Tweetez à**

10 Abonnés que vous connaissez

 CRM   

 les livres blancs.fr   

15 Photos et vidéos

Suggestions · Actualiser · Tout afficher

BNP Paribas SAV @BNPParibas_SAV · 3 oct.

#FF @roeimvich @leftcoastgreens Toute l'équipe vous souhaite un bon week-end ;-)
Nous serons de nouveau #avotredispo lundi dès 9h !

↳ ↻ 2 ☆ ⋮

BNP Paribas SAV a Retweeté.

BNP Paribas @BNPPARIBAS_NET · 26 sept.

Besoin d'éditer votre relevé depuis l'appli Mes Comptes ? C'est possible !
#SimpleCommeVine

 Vine



Oui ! Ce n'est pas une mince affaire... Mais il ne faut pas oublier que le « Marketeur social » a pour responsabilité une grande partie de l'image de marque et du chiffre d'affaires de l'entreprise...

Et maintenant ?

La grande difficulté est de définir des stratégies B2B ou B2C efficaces alors qu'il existe une profusion de médias et d'outils.

Mettre sur pied des campagnes « Social Média » nécessite une réflexion sur les moyens techniques et humains qui seront nécessaires. Ce n'est donc pas une mince affaire, même si les enjeux sont importants, que votre entreprise vise des objectifs d'image et/ou d'usage.

-> Pourquoi, dans ce cas, ne pas suivre une formation de deux jours avec Visiplus Academy qui vous permettra de :

- Comprendre la philosophie, les enjeux et les opportunités offertes par les réseaux sociaux (formations « Réseaux sociaux », et « Facebook ») ;
- Planifier et mettre sur pied des campagnes communication et marketing efficaces (formations « Community management » et « Réseaux sociaux avancés ») ;
- Booster votre carrière professionnelle en acquérant des compétences nouvelles (cycle « Community management »).

Nos formations en Web marketing obtiennent un taux de satisfaction de 98 % !

Recevez un programme détaillé en vous rendant à l'adresse www.academy.visiplus.com

ou contactez directement : Marilyn Benete – Tél : 04 93 00 09 58 - marilyn.benete@visiplus.com

-> Pas assez de temps pour gérer tout ça... Visiplus, agence conseil en marketing digital, propose aussi des solutions d'externalisation visant à :

- Développer la visibilité de votre société sur les réseaux sociaux ;
- Utiliser les possibilités du ciblage comportemental pour faire de la publicité sur Facebook et Twitter ;
- Définir des stratégies de présence et de génération de « Leads » sur les réseaux B2B.

Pourquoi ne pas nous contacter afin que nous puissions en discuter de vive voix ? Vous profiterez de l'expertise de notre agence ainsi que de la qualité d'écoute que nécessitent vos spécificités métier.

Contactez-nous dès maintenant et **bénéficiez** des premiers conseils adaptés.

Céline Leroux : tél. : 04 93 00 10 15 - celine.leroux@visiplus.com

VISIPLUS

(Siège social)

1300 route des Crêtes

06560 Sophia Antipolis

Tél. : 04 93 00 09 58

VISIPLUS Paris

(Bureau de liaison)

7 rue Henri Bocquillon

75 020 Paris

Tél. : 01 86 95 27 81

VISIPLUS Rhône-Alpes

(Bureau de liaison)

20 Chemin Louis Chirpaz

69 130 Ecully

Tél. : 04 28 29 55 22

En savoir plus ? Visitez nos sites Web : www.visiplus.com et academy.visiplus.com