

## D04 / Utiliser professionnellement les réseaux sociaux

### [Intégrer les médias sociaux dans sa stratégie de communication digitale](#)

Jacques Hellart - Création d'entreprises, stratégie communication, marketing web et médias sociaux - Hellart J

Les **médias sociaux** sont l'ensemble des plateformes et des outils du web qui permettent d'assurer la communication. Les réseaux sociaux permettent de mettre en place des systèmes collaboratifs et de partage avec d'autres acteurs. Les médias sociaux sont destinés à une communauté précise, diffusant du flux en continu. Ce sont les blogs, Pinterest, etc.

### [Inventorier les réseaux sociaux et choisir ceux qui vous conviennent](#)

Tristan Seulliet - Expert en marketing digital - Atraki

Avec les fonctionnalités gratuites des **réseaux sociaux**, l'entreprise peut se développer :

- en faisant la veille sectorielle et concurrentielle,
- en travaillant son personal branding,
- en diffusant des informations sur ses produits et services,
- en développant ses contacts,
- en pratiquant le social selling et en recrutant.

En payant sur les réseaux sociaux, on peut enrichir son profil, bénéficier d'une mise en avant dans les résultats de recherche, d'une publicité ciblée, d'une aide au recrutement et à l'identification de leads ou prospects, d'un espace de parole, etc.

La capacité de ciblage des réseaux sociaux, notamment professionnels, est très importante. Ils permettent de cibler sur la profession, la taille d'entreprise, la localisation, l'âge, les centres d'intérêt, le sexe, etc.

### [L'identité numérique, l'e-réputation et le personal branding](#)

Elodie Hennion - Responsable Partenariats - VIADEO

L'**identité numérique** est l'ensemble des traces laissées par un individu ou une entreprise sur internet, de façon volontaire ou non.

La e-réputation est la perception qu'ont les internautes grâce à l'ensemble des traces laissées par un individu ou une entreprise sur internet.

Le personal branding est l'idée de gérer son identité numérique comme une marque de façon à ce qu'elle ressorte du positif au sujet de son titulaire.

### [Le personal branding ou l'importance d'une marque personnelle dans les affaires](#)

Pascale Baumeister - Consultante coach et animatrice spécialisée en personal branding

Le **personal branding** est toute la stratégie mise en place pour révéler son identité et sa marque. Cela est indispensable pour les auto-entrepreneurs pour promouvoir leur activité. Le personal branding permet de communiquer et de séduire son public.

### [Utiliser Facebook professionnellement](#)

Joëlle Walraevens - Formateur Auteur Conférencier, Spécialiste LinkedIn - HUBICC

**Facebook** est le leader mondial des réseaux sociaux. Au départ, il était grand public mais a évolué et sert actuellement au développement des activités des entreprises. L'utilité de l'utilisation de Facebook pour une entreprise est le développement de sa visibilité, le contact avec ses clients.

### [Créer et administrer une page Facebook](#)

Isabelle Neyraud - Spécialiste de la communication 2.0 - Since 1926

Les erreurs à ne pas commettre sur Facebook sont la confusion du profil et de la page, le manque d'animation de sa page et une communication non stratégique.

### [Utiliser Facebook professionnellement](#)

Joëlle Walraevens - Formateur Auteur Conférencier, Spécialiste LinkedIn - HUBICC

Pour pouvoir créer une **page entreprise sur Facebook**, il faut avoir un compte personnel. La page professionnelle doit contenir un bandeau sur lequel il doit y avoir un logo et un slogan (ou le thème de son activité), une photo.

#### [Aller plus loin avec le contenu Facebook](#)

Florence Labord - Chef de projets, spécialiste des technologies et usages de l'Internet

Il est possible d'intégrer **une vidéo sur sa page Facebook**. Elle doit être pertinente et correspondant à l'activité de l'entreprise. Le contenu de la page doit être pensé d'une manière à apporter une valeur ajoutée, et tourné vers le public et non pas vers l'entreprise.

#### [Utiliser le rich media pour rendre votre site efficace](#)

Hervé Heully - Spécialiste de solutions innovantes avec Rich Media - New3s

La production de contenu a doublé sur ces 2 dernières années plutôt que sur les 25 ans d'existence d'internet. Elle a doublé parce que c'est l'image qui prend de la place, et l'image enrichie c'est le **rich media**.

#### [Résumé et conclusion sur Facebook](#)

Florence Labord - Chef de projets, spécialiste des technologies et usages de l'Internet

Il est important d'être attentif à sa forme de communication, de façon à ce que cela soit en cohérence avec son objectif et en harmonie avec sa communication sur les autres réseaux sociaux.

#### [Les outils d'évaluation du marketing émotionnel](#)

Patrice Laubignat - Consultant spécialisé en marketing émotionnel et en partenariat – LePartenariat

Au départ, l'engagement, c'était le **like sur Facebook** et aujourd'hui, on voit que ce n'est pas suffisant, c'est devenu un engagement faible.

On revient sur cette idée que, dans la mesure, j'ai 2 visions :

- la mesure du nombre, la volumétrie ;
- l'axe de la qualité de l'engagement.

#### [Se présenter sur le réseau social Viadeo](#)

Florence Labord - Chef de projets, spécialiste des technologies et usages de l'Internet

Le réseau social professionnel **Viadeo** permet d'ouvrir les portes puisqu'il est possible d'entrer en contact avec les contacts de ses contacts, de façon à avoir des contacts de premier, de second et de troisième niveaux et que tout cela se regroupe petit à petit. Il y a différentes façons de se promouvoir sur Viadeo dont, principalement, les cartes de visite et le profil.

#### [Les outils d'évaluation du marketing émotionnel](#)

Patrice Laubignat - Consultant spécialisé en marketing émotionnel et en partenariat - LePartenariat

On doit se focaliser, non pas sur l'ensemble de ses clients, mais sur ceux qui sont réellement engagés, la tribu des engagés.

#### [Les mises en relation sur Viadeo](#)

Florence Labord - Chef de projets, spécialiste des technologies et usages de l'Internet

Il est important de bien qualifier **ses contacts**. Il est négatif d'avoir un nombre de contacts important mais non pertinent, au regard de ce que l'on veut diffuser comme image et des liens professionnels que l'on veut nouer avec les contacts.

#### [Recruter grâce à LinkedIn](#)

Joëlle Walraevens - Formateur Auteur Conférencier, Spécialiste LinkedIn - HUBICC

**LinkedIn**, c'est plus de 400 millions de membres inscrits, qui compte 200 millions de CV qui sont enregistrés. Il se positionne comme le numéro un des réseaux sociaux professionnels sur le marché. C'est devenu une véritable référence, tant côté recrutement que côté business.

#### [Vendre sur LinkedIn](#)

Joëlle Walraevens - Formateur Auteur Conférencier, Spécialiste LinkedIn - HUBICC

Les fonctionnalités de base de **LinkedIn** sont gratuites et permettent à l'entreprise de faire une communication convenable. En revanche, les annonces publicitaires sont payantes.

La communication sur LinkedIn, il y a plusieurs endroits :

- la première chose, c'est sur son profil où on donne déjà pas mal d'informations ;
- le deuxième point, c'est sur sa page d'accueil, où il y a le fil d'actualité. Vous pouvez publier de l'information, vous l'écrivez vous-même, vous pouvez ajouter des vidéos ou des images.

#### [Twitter : découverte et inscription](#)

Florence Labord - Chef de projets, spécialiste des technologies et usages de l'Internet

Qu'est-ce que **Twitter**?

C'est un outil et un réseau gratuit de micro-blogage qui permet la diffusion de messages appelés tweets ou gazouillis, à une liste de contacts personnels.

#### [Twitter et les autres réseaux sociaux](#)

Florence Labord - Chef de projets, spécialiste des technologies et usages de l'Internet

Pour lier son **compte Twitter** à sa page Facebook, il faut aller sur [www.facebook.com/twitter](http://www.facebook.com/twitter) et autoriser l'application à poster sur Twitter.

Il est également possible de lier son compte Facebook à Twitter en partant de Twitter et d'y connecter Facebook.

#### [Etre actif sur Google+](#)

Florence Labord - Chef de projets, spécialiste des technologies et usages de l'Internet

**Google+** est un réseau social qui se positionne clairement en concurrence directe de Facebook.

Il est important de n'adhérer à une communauté que si on pourra y participer de manière active, de façon à assurer son personal branding.

#### [Démarrer sur Google+](#)

Florence Labord - Chef de projets, spécialiste des technologies et usages de l'Internet

Sur **Google+**, il y a la possibilité de voir les postes les plus populaires, créer des événements, gérer différentes photos et différents albums, rejoindre des communautés, gérer des cercles, recommander des adresses locales et créer une page.

#### [Le kit de survie des entrepreneurs sur les réseaux sociaux](#)

Florent Hernandez - Social media et Marketing - Alhena

Le **marketing d'influence** consiste en une collaboration avec une entreprise ayant plus d'influence que soi pour gagner sa propre notoriété.

#### [Créer une communauté avec ses clients pour vendre plus](#)

Frédéric Canevet - Consultant en Web marketing - CONSEILSMARKETING.COM

Une **communauté virtuelle** est une communauté sur internet. C'est la transposition de la communauté réelle (association, fan club, etc.) sur des outils numériques.

Les trois phases des communautés sont :

- la communauté 1.0 : face-à-face,
- la communauté 2.0 : uniquement par internet,
- et la communauté 3.0, regroupant le meilleur des 2 types de communautés antérieures.

**Accédez à la vidéo [L'essentiel de Utiliser professionnellement les réseaux sociaux](#) // 13:09**