

Terres de Lorraine



adsn

www.adsn54.org

La cyber-réputation : Image de marque sur le net



DELEGATION
REGIONALE AUX
DROITS DES
FEMMES ET A
L'EGALITE



Liberté - Égalité - Fraternité
République Française



MINISTÈRE DE L'ÉCONOMIE,
DES FINANCES ET DU COMMERCE



Maison de
l'Économie, de
l'Emploi et de
la Formation
en Pays de Lorraine

Plan Local pour l'Insertion et l'Emploi



Fonds social européen
Investi pour votre avenir



ATELIER FEMMES CREATRICES D'ACTIVITES

Date

22 novembre 2011



Participantes

 Anne-Marie MARCHETTO	Fabrication de glaces
 Christelle ROSIAK	Infos pour la référence +
 Amanda LAMULLE	Développement e-commerce
 Stéphanie NARBÉY	Webmaster
 Martine BARRAGUE	Thérapeute, aucune connaissance informatique
 Catherine PAYEN	Entre Terre&Ciel, site internet + blog (informations)
 Claire MAILLARD	Tapissière, a été sur internet
 Nathalie CHARBONNIER	Communication sur internet
 Pascaline MOULOT KANDO	Restaurant + vente objets d'arts
 Michel CHEVALIER	Nov' Ecco Logis – créations site, réseau importation
 Caroline CARBONNET	Onglerie





Partenaires

 Véronique WAGNER	3I Lorraine
 Karine PICARDAT	Acoris Mutuelle






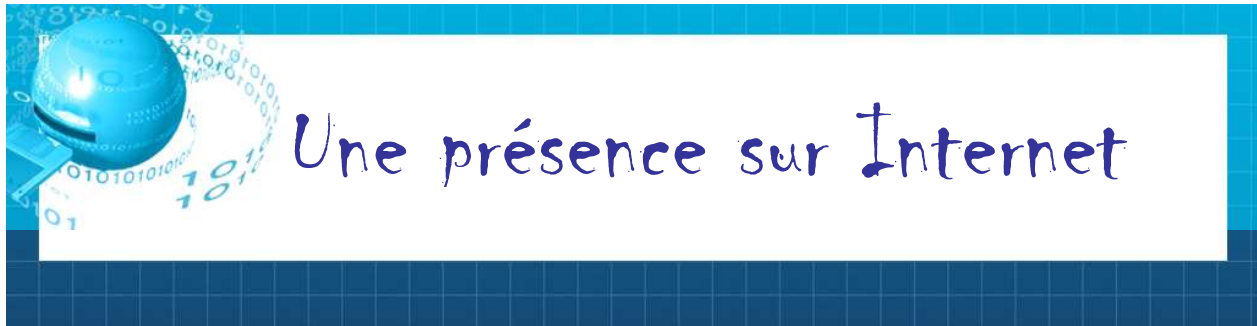
Intervenants

 Violaine Quesnot	} Médialta – Agence de création de site internet + référencement
 Franck Bersauter	



Animateurs

 Amélie FREIHUBER	Chargée de mission économique ADSN
 Julie LECLERE	Chargée de mission économique ADSN
 Audrey MAEYRY	Chargée de mission économique ADSN



@ Pourquoi ?

- 38,6 millions d'internautes en France
- 28 millions d'acheteurs en ligne
- 86 % des internautes consultent Internet avant d'effectuer un achat
- Un vecteur important de consommation globale
- Votre présence sur Internet rassurera vos clients

@ Comment ?

Un site ne suffit pas...

- Un budget (optimisation du référencement)
- Du temps
- Du dynamisme
- Un accompagnement sûr



Les différences possibilités d'être présents : Site vitrine – Boutique Internet – Blog

@ *Le site vitrine*

Une vitrine de votre entreprise

- o Votre présence sur le web
- o Une communication multimédia & interactive simple
- o Une présence 24h/24 & 7 j / 7

@ *La boutique*

Proposer l'achat en ligne

- o C'est conquérir et fidéliser à travers différents outils
- o C'est augmenter son chiffres d'affaires
- o Des achats possibles 24h/24 & 7 j / 7

@ *Le blog*

Assurer sa présence sur la toile en toute simplicité

- o Un site organisé d'une manière différente
- o Relater l'actualité de la société de manière attractive
- o La possibilité pour le lecteur de réagir aux articles



Les réseaux sociaux

Panorama des médias sociaux 2011



@ Les plus connus



FACEBOOK

Former une communauté d'« amis », échanger et partager des infos, photos & vidéos



TWEETER

Followers & following, tweets et re-tweets



VIIDEO

Exclusivement professionnel, permettent de présenter un CV numérisé & détaillé



LINKEIN



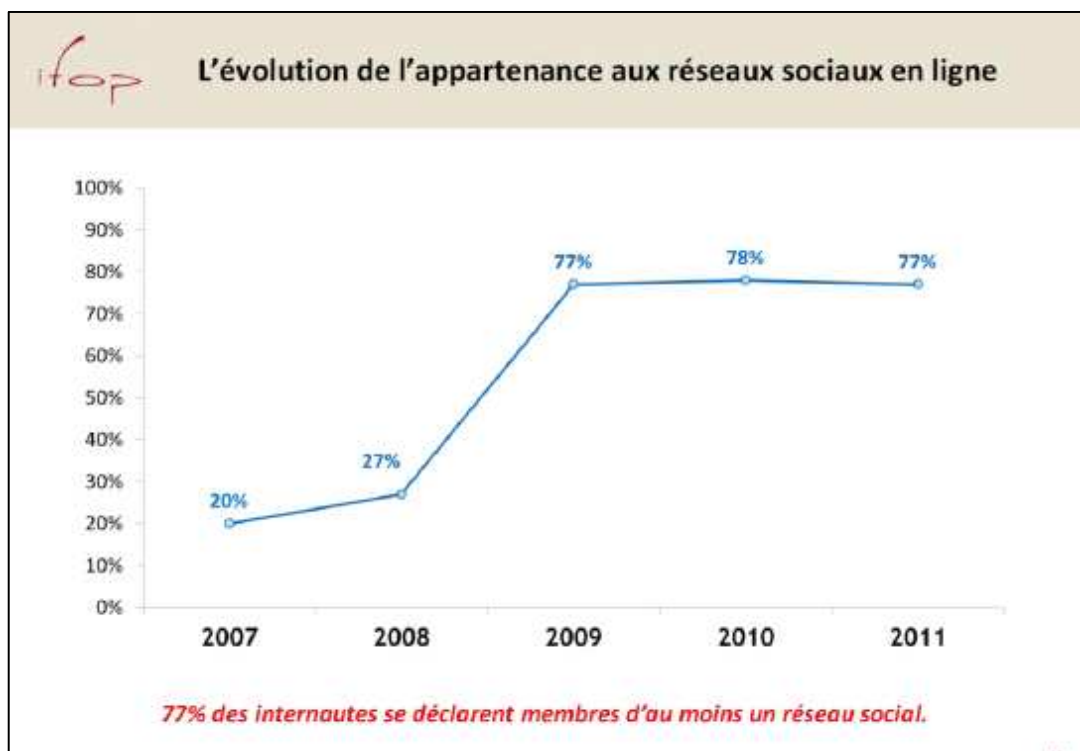
GOOGLE +

Mise en relation d'individus avec « direct connect », création de page pour les entreprises

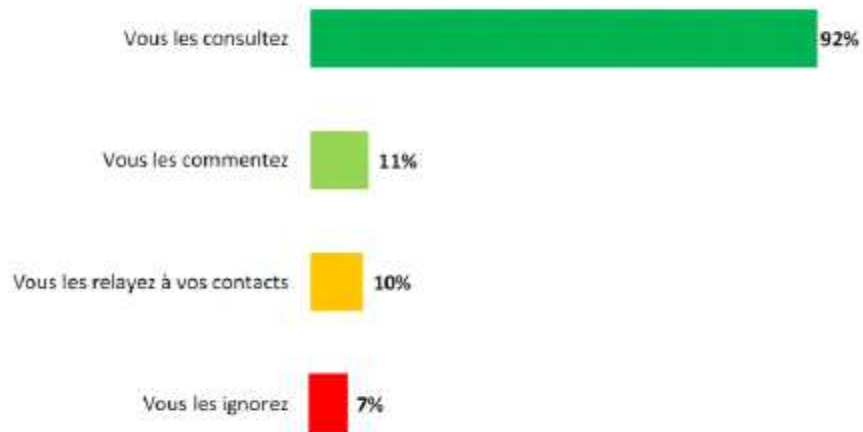
@ Quelques chiffres

Classement des sites les plus connus

RANG	RESEAU	SCORE (*)
1 (=)	Facebook	95 (+1)
2 (=)	YouTube	92 (=)
3 (+4)	Twitter	85 (+5)
4 (+1)	Copains d'avant	82 (-2)
5 (+3)	Dailymotion	79 (+2)
6 (-2)	Windows Live	78 (-7)
7 (-1)	Skyrock	76 (-4)
8 (NP)	Google+	64 (NP)
9 (=)	MySpace	63 (-9)
10 (=)	Trombi	57 (-3)
11 (=)	Picasa	56 (+5)
12 (+5)	Badoo	34 (+11)
13 (+3)	Viadeo	27 (+3)
14 (+5)	LinkedIn	25 (+11)
15 (=)	Flickr	23 (-1)
16 (+2)	Netlog	23 (+1)
17 (-4)	Google Buzz	20 (-10)
18 (+3)	Habbo Hotel	13 (+1)



Question : Que faites-vous des informations diffusées par les entreprises ou les marques que vous suivez sur les réseaux sociaux ?



Base : question posée uniquement aux internautes suivant des entreprises ou des marques sur les réseaux sociaux, soit 16% de l'échantillon.

Classement des sites les plus utilisés

RANG	RESEAU	SCORE (*)
1 (+2)	Facebook	49 (+6)
2 (-1)	Windows Live	40 (-12)
3 (-1)	Copains d'avant	37 (-6)
4 (+1)	YouTube	20 (-1)
5 (+1)	Picasa	14 (-2)
6 (-2)	Trombi	18 (-4)
7 (NP)	Google+	12 (NP)
8 (-1)	Dailymotion	8 (-4)
9 (+2)	Twitter	8 (+1)
10 (-2)	Viadeo	9 (-1)
11 (-1)	Skyrock	7 (-1)
12 (=)	Badoo	7 (+1)
13 (+2)	LinkedIn	8 (+3)
15 (-6)	MySpace	6 (-3)
16 (=)	Netlog	4 (-1)
17 (=)	Hi5	3 (-1)
18 (-4)	Flickr	3 (-2)
19 (+3)	Habbo Hotel	1 (=)

@ Un nouvel arrivant

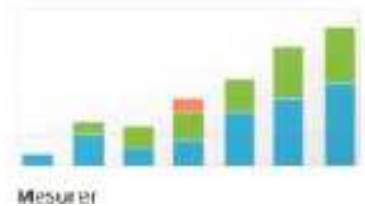
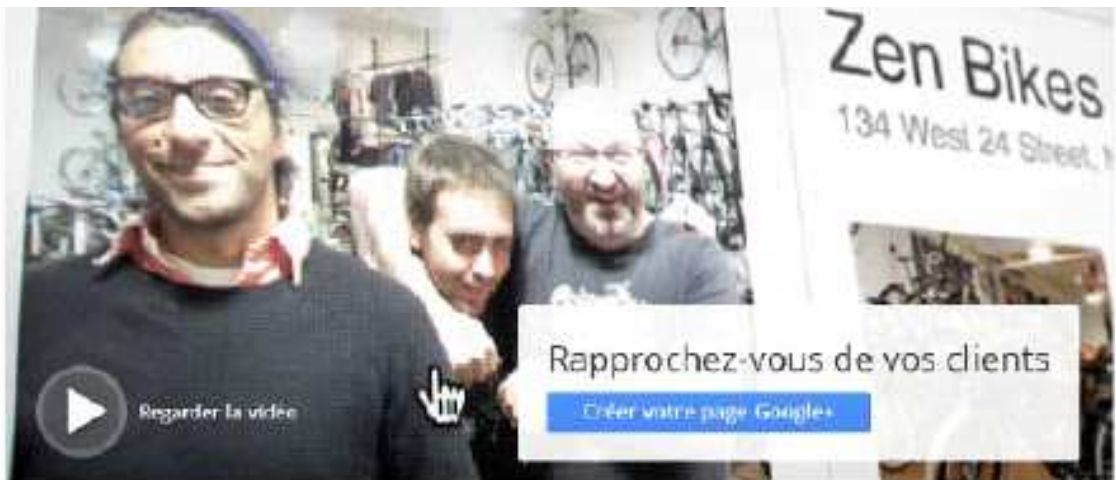


GOOGLE +

Mise en relation d'individus avec « direct connect », création de page pour les entreprises

En septembre : 3,04 millions de visiteurs unique

Alors que twitter en compte 2,98 millions en France



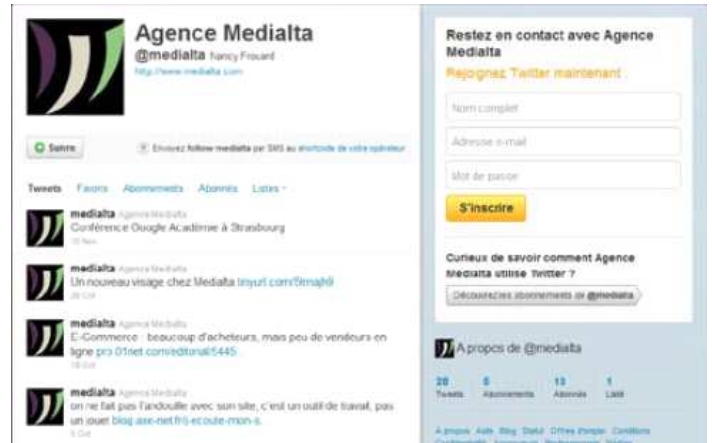
@ Comment s'y retrouver ?

	Pertinence avec e-commerce	Communiquer° avec vos cibles	Trafic sur votre site	Référencement naturel	Total
	5	5	4	3	17
	4	5	4	4	17
	2	1	1	1	6
	2	4	1	1	10

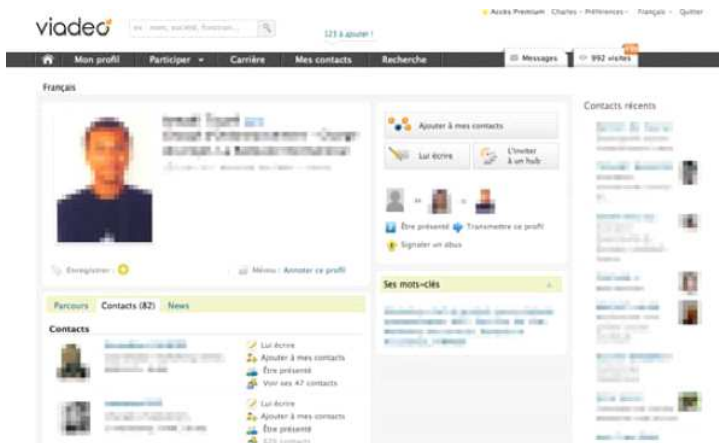
@ Comment intégrer un réseau social ?

- o Prendre contact : inscription et définition des informations
- o Identifier les membres d'un club
- o Trouver les « poissons pilotes » : les personnes les plus influentes
- o Se faire recommander & parrainer
- o Tester votre réseau

@ En bref, pour votre activité



@ En bref, pour votre réseau professionnel





Les leviers d'une présence active sur Viadéo



Les médias sociaux : à retenir

- o Faire le tri et bien choisir son réseau
- o Ne pas baser tous ses objectifs sur ce média
- o Attention à la « Googlisation »



Cyber réputation & médias sociaux

« Savoir écouter et réagir sur la toile, est aujourd'hui indispensable, car si vous n'y prenez pas garde, d'autres sauront exploiter cette faille... »

Moussa SEBTI – Blog e-réputation



Comment gérer ?

Image que les internautes se font d'une marque ou d'une entreprise

- Veille des conversations
- Votre discours en adéquation avec votre stratégie marketing
- Entretenir les internautes actifs sur votre enseigne