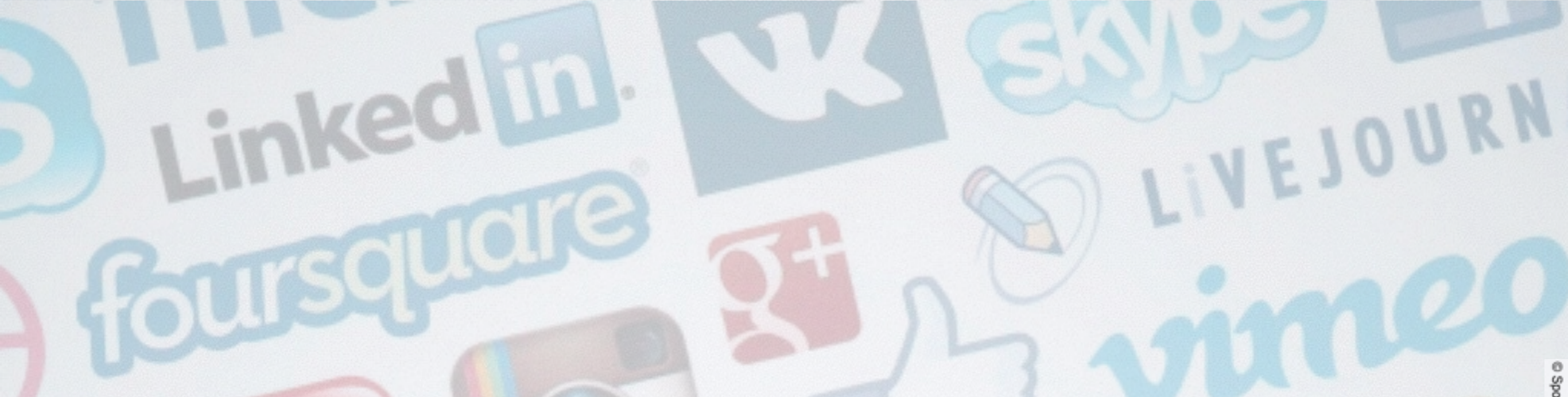


le dress code de votre stratégie





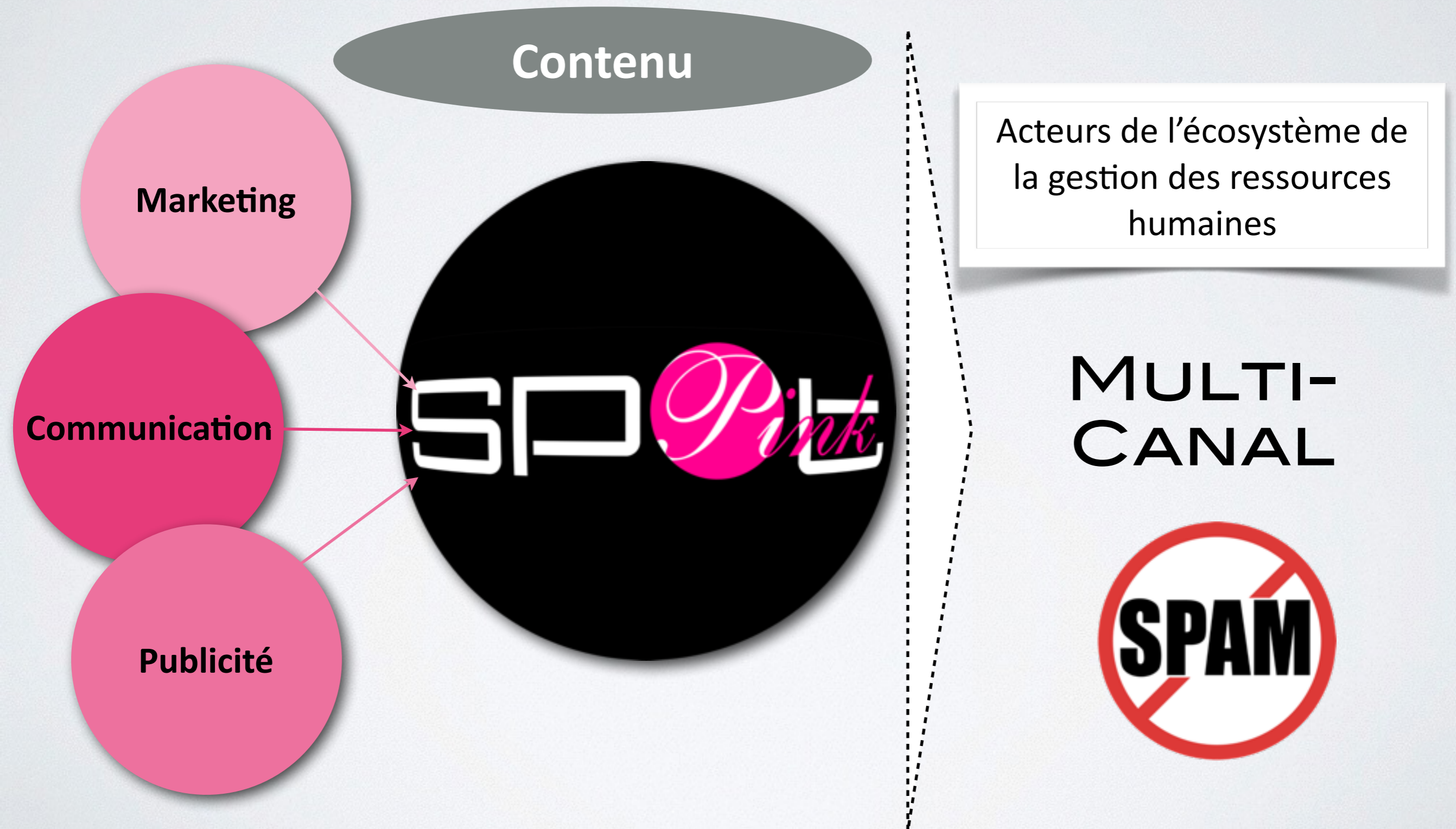
SpotPink

ce que nous faisons pour vous



SpotPink en un slide

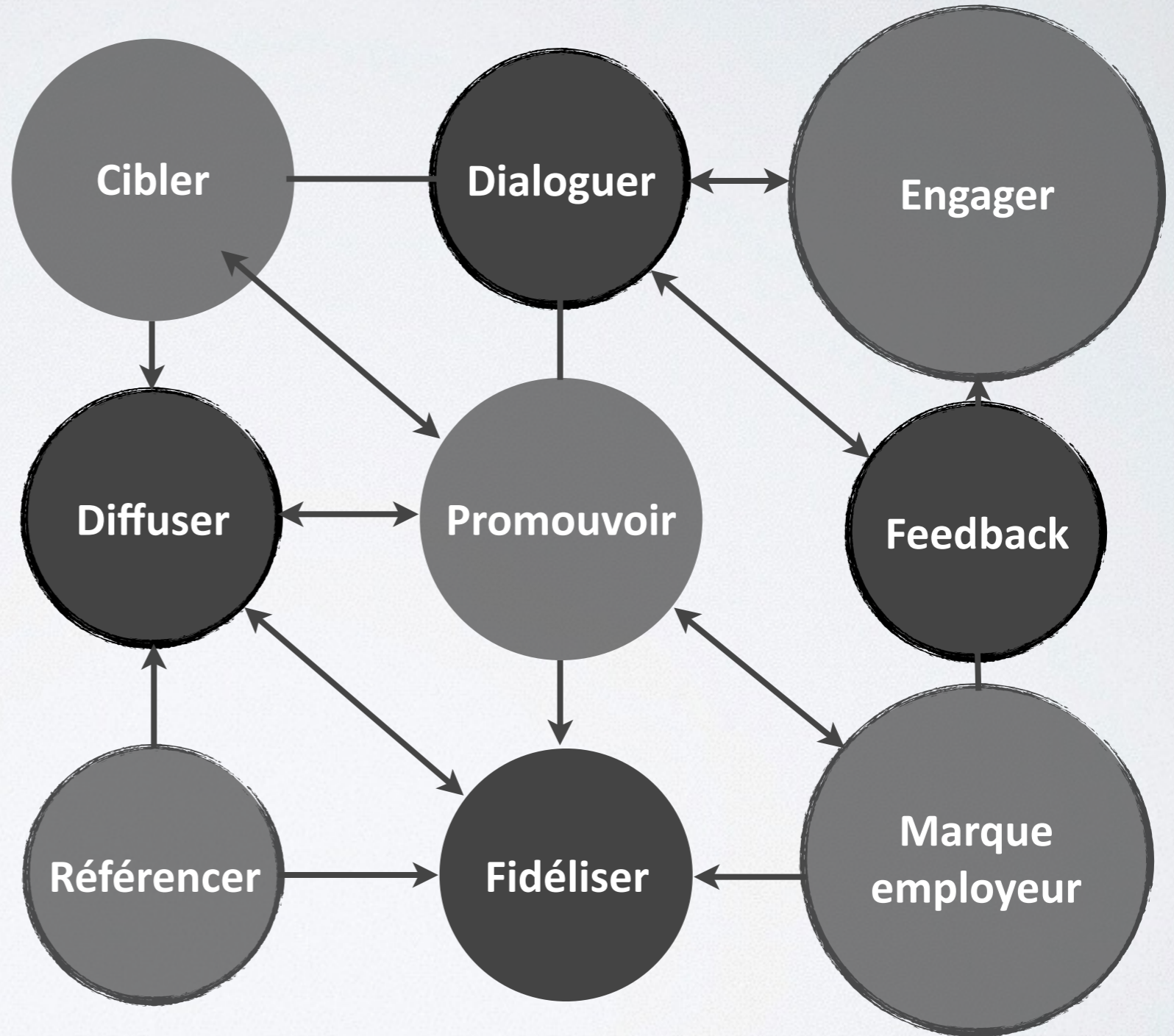
SpotPink, agence de communication digitale créée en 2011, dont la double expertise RH et social media est mise au service des acteurs et professionnels de l'écosystème de la gestion des ressources humaines.





L'agence et les médias sociaux

Des interlocuteurs internes & externes !



Prestations de l'agence

- 1 Production de contenu
- 2 Veille, blogging externalisé et sponsorisé, community management
- 3 Rich media (interview vidéo, captation d'évènements, bannières...)
- 4 Ingénierie et animation de formations (intra – inter)
- 5 Animation de conférences
- 6 Définition d'une stratégie digitale RP & RP 2.0



Services proposés par l'agence



foursquare



SPOT

Prestations (extrait) & grille tarifaire



Tarifs applicables en : septembre 2014

- A l'heure
- A la demi-journée
- A la journée
- A la mission ponctuelle
- Au forfait mensuel
- Selon la nature des prestations et le nombre de jours par mois
- Par journée de formation

[Nous contacter pour en savoir plus](#)

1. Médias Sociaux et RP 2.0

Prestation	Indication de temps	Budget en € HT
1. 1 page web (article de 1.500 signes soit environ 30 lignes) (rédaction, validation, publication)	2,5 à 3,5 h	
2. Bookmarketing d'un article & promotion ciblée avec promotion sur une période de 15 jours	3 à 4 h	
3. Enquête en ligne, jeu concours...	7 à 8 h	Formuler une demande de tarifs
4. Création & personnalisation d'un compte digital	3h	
5. Veille concurrentielle & marché	8 h par mois	
6. Formation à l'usage des médias sociaux (niveau initiation, niveau avancé et niveau Community Manager)	Par jour	
7. Création et mise à jour mensuelle d'une salle de presse	Forfait	
8. Community Management Animation éditoriale des comptes et communautés (Twitter, LinkedIn, Facebook, Viadeo, Google+...) Développement et gestion des contacts Gestion des Interactions Optimisation des ratios Reporting mensuel		Formuler une demande de tarifs

le dress code de votre stratégie communication publicité médias sociaux



Des services externalisés et des prestations adaptées à vos besoins



SpotPink : références et réalisations

Références



Réalisations



Un bulletin de paie dématérialisé ?
Mais pourquoi faire !

[Aller voir le site](#)



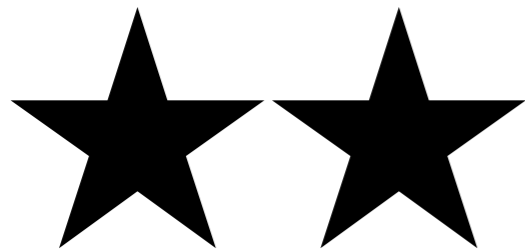
Innovations RH - Recherche d'emploi & Médias Sociaux

Présentation par : Carole BLANCOU, Directrice Conseil, SpotPink
Date : 05/03/2012 (14h - 16h)
Lieu : CIFFOP - 13 rue Bosquet 75007 Paris

www.spotpink.com

Pourquoi et comment ADP France utilise les médias sociaux





SpotPink : audience



Page Facebook (fans) : 662
<http://on.fb.me/PXzsbr>



Viadeo contacts : 3358
<http://bit.ly/TkcpGp>
Viadeo groupe : 979
<http://bit.ly/OPOgM8>



Twitter @caroleblancot : 7665
<https://twitter.com/caroleblancot>
Twitter @spotpink : 7320
<https://twitter.com/SpotPink>
Twitter @CMDashboard : 395
<https://twitter.com/CMDashboard>



Linkedin contacts : 2590
<http://linkd.in/aAj5hg>
Linkedin groupe : 615
<http://linkd.in/TkbTze>



G+ contacts : 1692
<http://bit.ly/zquCAM>



MailChimp



SpotPink Suscribers

Created 11 Aug 2011 07:02 pm



5,601

Subscribers

16.1%

Opens

1.6%

Clicks



SpotPink : audiences

BLOGS

www.gestionpaiegrhquichoisir.com

www.spotpink.com

du 01/01/2014 au 30/08/2014 :
Visites: **73 352**
Pages vues: **278 529**
Visiteurs uniques: **62 829**

du 01/01/2014 au 30/08/2014 :
Visites: **20 953**
Pages vues: **50 642**
Visiteurs uniques: **18 006**

du 01/01/2013 au 31/12/2013 :
Visites: **72 835**
Pages vues: **286 760**
Visiteurs uniques: **63 740**

du 01/01/2013 au 31/12/2013 :
Visites: **11 669**
Pages vues: **17 309**
Visiteurs uniques: **8 645**

du 01/01/2012 au 31/12/2012:
Visites: **73 367**
Pages vues: **113 957**
Visiteurs uniques: **60 656**

du 01/01/2011 au 31/12/2012 :
Visites: **4 060**
Pages vues: **6 232**
Visiteurs uniques: **3 015**

du 01/01/2011 au 31/12/2011 :
Visites: **77 907**
Pages vues: **111 177**
Visiteurs uniques: **61 605**

Salles de presse :

[ADP](#)

[AdeRHis](#)

[Saba](#)

[Aragon-eRH](#)

Archives depuis Juillet 2009
1 062 articles
10 catégories
45 mots clés
224 commentaires

[Découvrez les services en ligne de publication sur ce blog](#)

[Découvrez les services de SpotPink](#)



Publications : Communication de crise

UN LIVRE

UNE FORMATION

UN MEDIA TRAINING

© SpotPink
81 Boulevard St Michel
75005 PARIS
www.spotpink.com
contact@spotpink.com
09 88 26 67 17
06 50 86 29 33

SPOT COMMUNICATION DE CRISE
À L'HEURE DES MÉDIAS SOCIAUX

Ce livre a reçu le label de
L'observatoire
www.esnbp.fr

Les membres du Jury ont apprécié ce point de vue collectif sur la communication de crise. Les auteurs abordent notamment les médias sociaux comme source de risque et comme vecteur de contact avec les marchés, l'identité, la e-réputation, la communication de crise, les outils de monitoring : tous des sujets importants et actuels.

- Pierre Prével
secrétaire général adjoint
de l'Observatoire,
responsable du pôle scientifique/
publications
- Sophie Delmas
secrétaire générale de l'Observatoire
- Jean Daries
trésorier de l'Observatoire des réseaux
sociaux d'entreprise
- Zirueb Marouf
président de l'Observatoire des réseaux
sociaux d'entreprise

Publié en septembre 2012 par
Atramenta
Lire, écrire, partager
www.atramenta.net
Näsilänenväki 3 B 50 - 33210 Tampere - FINLANDE

ISBN : 978-952-273-064-0
Imprimé en France chez un imprimeur certifié Imprim'Vert

septembre 2012
A l'ère du 2.0

Communication de crise
à l'heure
des médias sociaux

© 2012 - SpotPink Tous droits réservés.
Diffusion & reproduction interdites sans accord préalable.

© SpotPink. Tous droits réservés. Diffusion & reproduction interdites sans accord préalable.



Achetez-le au format Ebook ou broché <http://www.atramenta.net/authors/spotpink/26717>

En savoir plus : <http://bit.ly/SH7vJ3>

Publications : Résistez aux e-mails !

L'agence avec et par laquelle vous communiquerez autrement que par email !



Inondé sous les e-mails, résistez !

Co-écrit par **Anne de Landsheer, Carole Blancot et Vincent Berthelot**, l'objet de ce livre très pratique (de 224 pages) est de vous permettre de reprendre le contrôle de votre messagerie et de vous aider à optimiser votre organisation, pour mettre en œuvre une gestion plus opérante de vos messages, au profit d'une meilleure productivité et d'un plus grand bien-être.

Cet ouvrage pratique contient des témoignages d'experts en communication, de DRH, de chefs d'entreprise, d'avocats, de psychosociologues...

Inondé sous les e-mails, résistez !

Edition Hachette Pratique, Février 2013, 224 pages,
disponible en librairie.

En savoir plus : <http://bit.ly/SH7vJ3>



Un organisme de formation

Immatriculation en Déc. 2011

Déclaration d'activité
enregistrée sous le numéro
11 75 47764 75 auprès du
préfet de région d'Ile-de-
France.

Bilan de l'activité 2012-2013 :

7% du CA

39 heures dispensées

24 stagiaires

158 heures - stagiaires



BILAN PEDAGOGIQUE ET FINANCIER RETRAÇANT L'ACTIVITE DE DISPENSATEUR DE FORMATION PROFESSIONNELLE



Articles L. 6352-6 à L. 6352-11, L. 6355-15 et R. 6352-22 à R. 6352-24 du Code du travail N° 10443 * 12

(Lire ATTENTIVEMENT la notice avant de remplir ce bilan)

FA 08

Ce document doit être rempli par chaque prestataire de formation professionnelle continue et transmis avant le 30 avril à la Direction régionale des entreprises, de la concurrence, de la consommation, du travail, de l'emploi dont vous dépendez.

Service régional de contrôle
de la formation professionnelle

A. IDENTIFICATION DE L'ORGANISME DE FORMATION		
Numéro de déclaration : 11754776475	NUMERO DE SIRET	CODE NAF
Forme juridique :	53391277000013	7311Z
Nom et prénom ou dénomination (sigle) : SPOTPINK		
Adresse : 81 Boulevard Saint Michel - 75005 PARIS		
Acceptez-vous que cette adresse soit publiée sur le site listeof.travail.gouv.fr : oui <input type="checkbox"/> non <input type="checkbox"/>		
Tél. 0650862933	Fax	Email : administration@spotpink.com
B. PERSONNE AYANT LA QUALITE DE DIRIGEANT		
Nom et prénom	Qualité (ex. : travailleur indépendant, gérant, président...)	
Carole BLANCOT	Présidente	
C. CARACTERISTIQUES DE L'ORGANISME		
Année de début de l'activité de formation professionnelle continue : 2011		
Part du chiffre d'affaires global réalisée dans le domaine de la formation professionnelle continue (en %) : 7		



SpotPink : une agence experte en Community Management



FRANCE
BUSINESS
SCHOOL

New World. New School.

CERTIFICAT DE COMPETENCES # COMMUNITY MANAGER

Durée 70h – Prix 5990 €



PROGRAMME

MODULE 1

du 12 au 13 février 2014
ou du 07 au 08 octobre 2014
Durée 14h – Prix 1490 €

MODULE 2

du 11 au 12 mars 2014
ou du 05 au 06 novembre 2014
Durée 14h – Prix 1490 €

MODULE 3

du 08 au 09 avril 2014
ou du 03 au 04 décembre 2014
Durée 14h – Prix 1490 €

MODULE 4

du 14 au 15 mai 2014
ou du 07 au 08 janvier 2015
Durée 14h – Prix 1490 €

MODULE 5

du 11 au 12 juin 2014
ou du 04 au 05 février 2015
Durée 14h – Prix 1490 €

L'exercice du métier de Community Manager requiert des compétences en matière de communication, de marketing et de publicité réseaux sociaux. Ses principales missions ont trait à la promotion et à l'amélioration de l'image d'une marque.

MODULE 1

LES FONDAMENTAUX & LE COMMUNITY MANAGER

→ Le Programme

Evoluer dans le Social Media ne s'improvise pas. Tantôt chez l'annonceur, tantôt en agence ou encore en Free-Lance, Le Community Manager est au cœur des stratégies de marques, qu'il s'agisse d'une activité BtoB ou BtoC.

Ce module aborde l'écosystème digital et l'ensemble des médias sociaux qui le constituent :

- histoire, chiffres clés, panorama des tendances,
- les différents contextes d'exercice de la fonction de Community Manager,
- les enjeux pour les marques et individus de recourir à un Community Manager,
- la communication, le marketing et la publicité à l'heure du web,
- le travail collaboratif et l'impact sur les différentes générations du Web

Compétences visées :

- Maîtriser les dernières tendances et chiffres clés des médias sociaux
- Savoir proposer une offre de Community Management adapté au contexte, aux enjeux et aux objectifs de l'entreprise ou de la personne

MODULE 2

LA STRATEGIE & LE COMMUNITY MANAGEMENT

→ Le Programme

Répartir les rôles, identifier le périmètre des actions, fixer les objectifs, identifier les bons indicateurs et définir les responsabilités est fondamental pour que la marque tire pleinement profit de sa ou de ses présences digitales.

Ce module traite dans le détail :

1/ de l'élaboration d'une stratégie et du plan d'actions

- les marques et leur e-réputation :
- objectifs, enjeux, indicateurs, contrat,
- de la stratégie à l'opérationnel,
- études de cas d'entreprises,
- comment et pourquoi assurer la paix digitale ?

2/ les différents contextes d'exercice du Community Management

- le cas du Community Management externalisé,
 - le cas du Community Manager interne et salarié,
 - Community Manager interne et salarié,
- Exposés théoriques et études de cas.

Compétences visées :

- Maîtriser le concept et les implications de l'e-réputation
- Savoir conseiller une entreprise ou une personne pour la définition d'une stratégie digitale

EN PARTENARIAT



SpotPink

agence de communication digitale,
lance le premier

certificat de compétences de
community manager

France business School,

première école de commerce à lancer un

certificat de compétences de

community manager,

en partenariat avec

SpotPink



Qui suis-je ?



SpotPink – Agence de communication digitale pour les acteurs RH
Le dress code de votre stratégie
Communication marketing publicité médias sociaux
81 Boulevard Saint Michel 75005 Paris
Carole BLANCOT - Directrice Conseil
M : 06 50 86 29 33 - P : 06 50 26 65 17
www.spotpink.com



Carole Blancot est **bloggeuse** depuis juillet 2009 sur www.gestionpaiegrhquichoisir.com, www.caroleblancot.com et www.spotpink.com, et **Community Manager** de plusieurs marques. Diplômée d'un M2 de psychosociologie clinique, elle est aujourd'hui **Directrice Conseil de SpotPink** mais aussi conférencière et formatrice.

Carole Blancot a occupé des fonctions de consultante en RH, chef de produits, responsable marketing & communication et directeur marketing. Passionnée depuis 1999 par la gestion des ressources humaines et les technologies de l'information associées aux processus de gestion des RH, elle s'intéresse aujourd'hui aux stratégies d'appropriation d'Internet par les entreprises.

Elle est co-auteure des ouvrages :

- **La communication de crise à l'heure des médias sociaux**, Editions Atramenta, Septembre 2012, 100 pages, disponible aux formats PDF, EPUB et broché.
- **Inondé sous les e-mails, résistez !** Edition Hachette Pratique, Février 2013, 224 pages, disponible en librairie.

Twitter : @CaroleBlancot

www.spotpink.com

www.gestionpaiegrhquichoisir.com

carole.blancot@spotpink.com





Le dress code de votre stratégie

communication marketing publicité médias sociaux



81 boulevard St Michel 75005 Paris
contact@spotpink.com

M : 06 50 86 29 33 - 06 50 26 65 17

www.spotpink.com

Twitter : [@spotpink](https://twitter.com/spotpink)