



« Vous ne serez pas
sur les médias sociaux
par hasard »

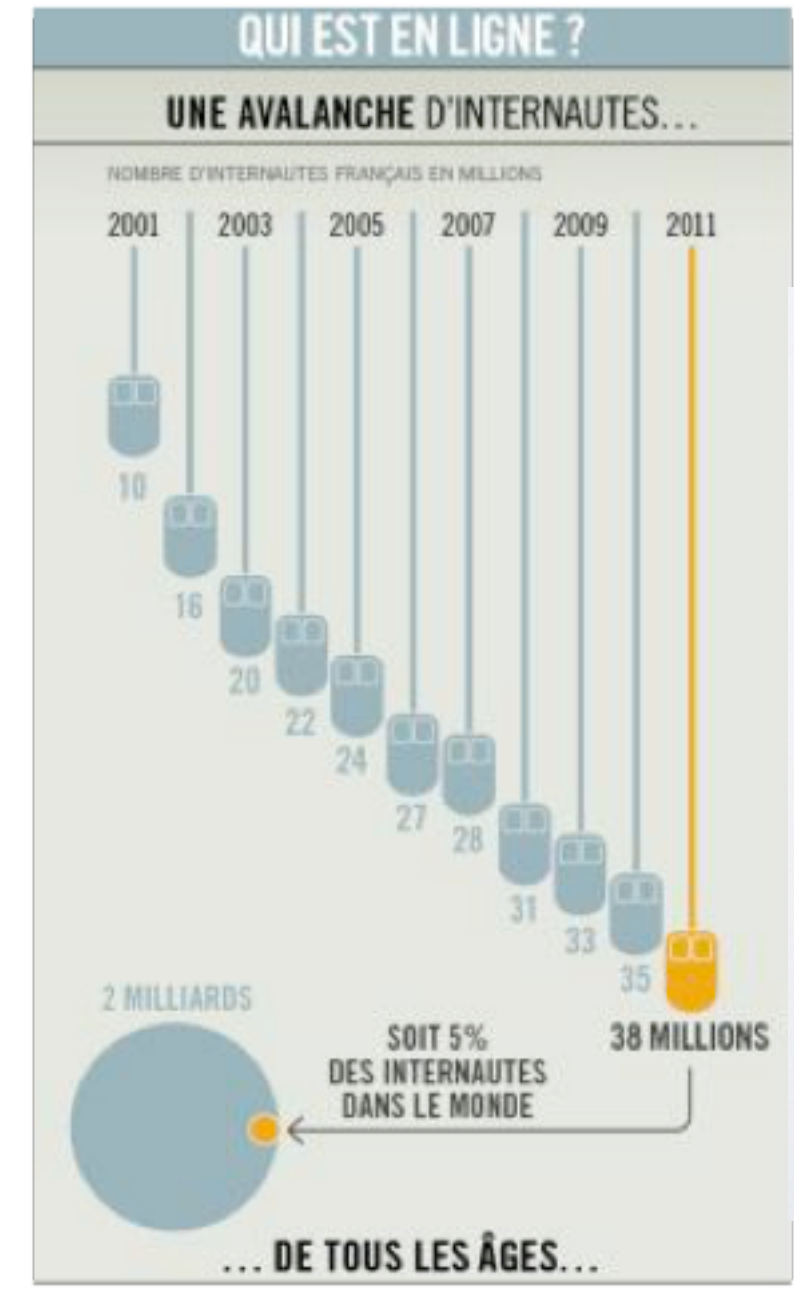
Internautes – Internet & Réseaux sociaux

(France & Monde)



- 96% des internautes accèdent à Internet tous les jours,
- 90% des internautes utilisent régulièrement les réseaux sociaux,
- 60% les utilisent au moins une fois par jour.

Source : Étude sur l'usage d'Internet dans le monde en 2012 <http://ow.ly/fHB1b>



7 milliards de personnes dans le monde

> 50% des utilisateurs de réseaux sociaux sont liés à des marques

+ de 517 millions de comptes Twitter dans le monde

2,7 milliards d'internautes dans le monde dont 17% en Europe

> 600 millions de personnes utilisent les réseaux sociaux au moins quotidiennement

> 1,7 milliard d'utilisateurs de réseaux sociaux

Les médias sociaux

Pas de médias sociaux sans plan !



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



Panorama des médias sociaux en 2013



Sources :

Les Français et les réseaux sociaux : 9 chiffres-clés issus de la dernière étude "Social media attitude"
<http://ow.ly/qA2LO>

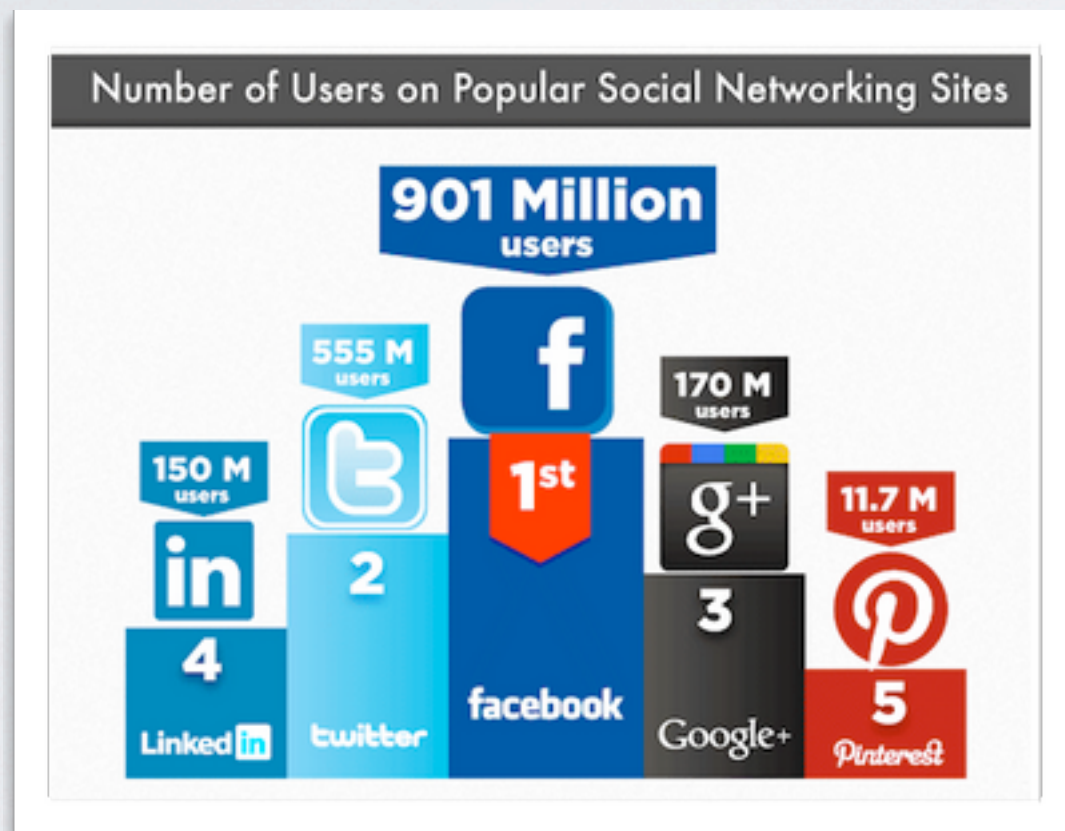
Panorama des médias sociaux 2013 <http://www.mediassociaux.fr/2013/04/16/panorama-des-medias-sociaux-2013/>

40 chiffres-clés Social Media pour 2012 <http://ow.ly/9h9l>

- Les réseaux sociaux comptent **1,7 milliards d'utilisateurs** dans le monde
- En 2013 :
 - **63%** des internautes Français sont des sociaunauts (+10 points par rapport à 2012)
 - 10% des sociaunauts sont des « intensifs »
 - 8% sont des influents
 - 2% sont des « hyperactifs »
- **89%** des internautes Français sont inscrits sur un ou plusieurs réseaux sociaux
- 1 minute sur 3 passée en ligne est dédiée aux réseaux sociaux en France
- **20 %** du trafic des réseaux provient du mobile au moins
- 52% des marketeurs ont déjà recruté un client sur Facebook et 36% sur Twitter
- **63% des marques** constatent une amélioration de leur efficacité marketing liée à leur présence sur les réseaux sociaux
- **67% des utilisateurs de Twitter** sont plus susceptibles d'acheter des produits des marques qu'ils suivent.

Chiffres clés & nombre de visites par mois

Twitter = plus de 500 millions de membres dans le monde en 2012 (57 % des entreprises y sont).
LinkedIn enregistre un nouveau membre toutes les 2 secondes.
788 millions d'utilisateurs accèdent aux réseaux sociaux via leur mobile au moins une fois par jour.



Source : [Infographie] Facebook, Twitter, Pinterest, Google +...
Les derniers chiffres clés des médias sociaux ow.ly/fCmRX

En 2013

Les réseaux sociaux sont utilisés par près de **93% des marketeurs** dans le cadre de leur travail.

43% des professionnels y passent au moins 6 heures par semaine. Si 90% des internautes font confiance aux recommandations de leurs amis sur les réseaux sociaux, ils ne sont que 14% à faire confiance aux publicités.



82% -3
souhaitent des **informations exclusives**



80% +20
souhaitent bénéficier d'un **service-client plus réactif**



33% +4
souhaitent profiter de **jeux ou d'applications**



105 Minutes +37
(Moyenne hebdomadaire / membre)



65 Minutes +23
(Moyenne hebdomadaire / membre)



73 Minutes
(Moyenne hebdomadaire / membre)



54 Minutes +19
(Moyenne hebdomadaire / membre)



65 Minutes
(Moyenne hebdomadaire / membre)



41 Minutes +19
(Moyenne hebdomadaire / membre)



98% -1
se connectent via un ordinateur



62% +8
se connectent via un smartphone



28% +7
se connectent via une tablette



11%
se connectent via une TV Connectée

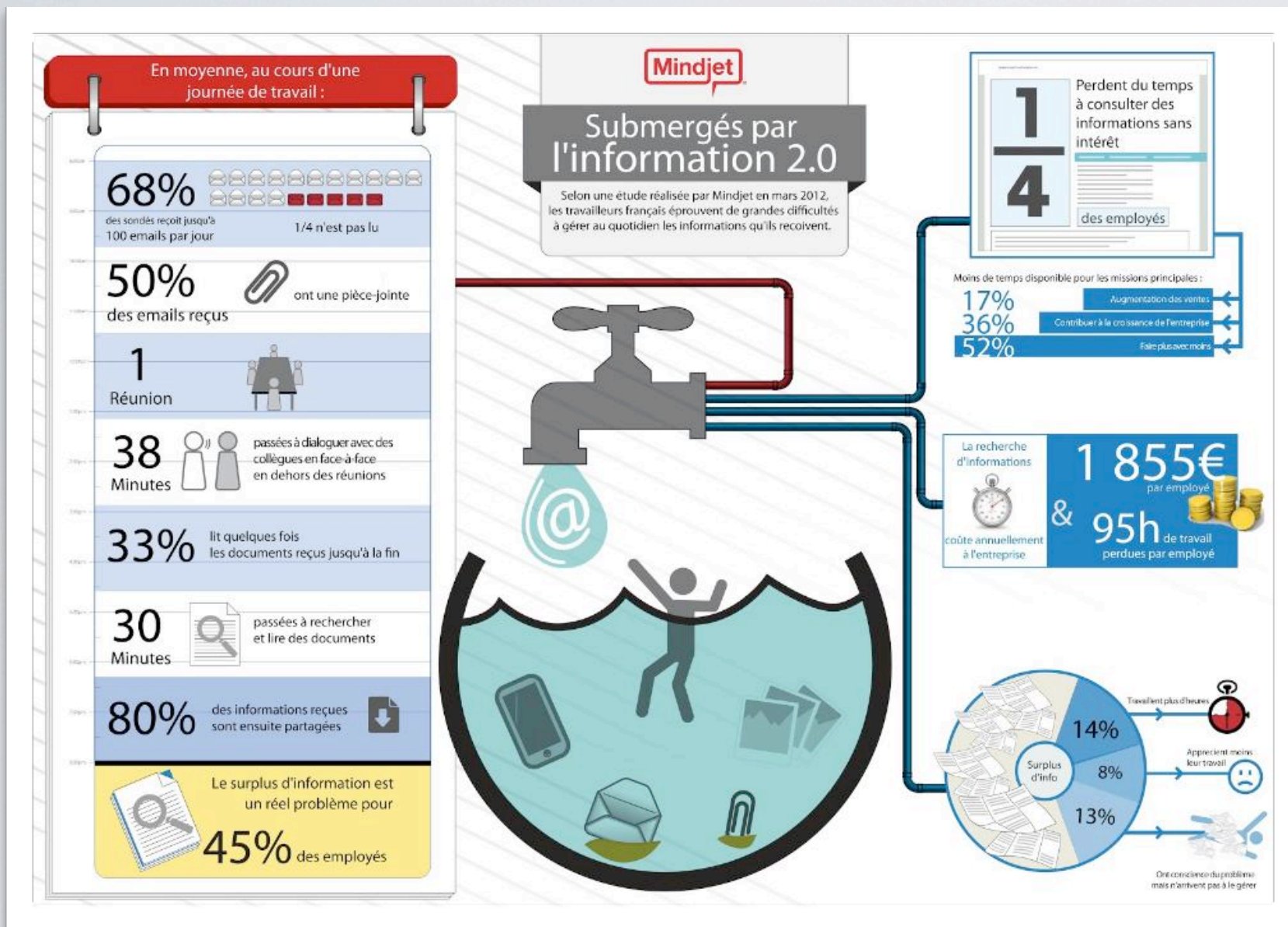
Source : Infographie : <http://ozil-conseil.com/les-francais-et-les-reseaux-sociaux-en-2013-etude-sncd/>

Les réseaux sociaux représentent 18 % du temps passé sur internet aux États-Unis



➔ 405 minutes par mois en moyenne consacrées
Infographie : Le temps passé sur les réseaux sociaux en forte augmentation [http:// ow.ly/fLCqX](http://ow.ly/fLCqX)

Email et social media



En moyenne, un salarié traite 100 emails par jour en 2012.

Mode de communication vieux de 42 ans, insuffisant aujourd'hui pour assurer efficacité et productivité de la plupart des services.

Email : canal devenu coûteux et dangereux pour la santé !

A l'heure du social media, le Workflow par email n'est plus tendance !

Email : le coût pour l'entreprise <http://ow.ly/jFxf>
 « Inondé sous les e-mails, résistez ! » <http://ow.ly/jFxp3> Editions Hachette Pratique
 Ce fut l'email de trop... par @andrade_valerie <http://ow.ly/k6Eja>

Chaque minute, plus de 98.000 tweets sont envoyés (sur le web)



Source : PR Daily | Michael Sebastian | 20/06/2011

Pourquoi faire ??

Des Médias Sociaux : pourquoi faire ?

WANT




NEED



**TRYING IS TIRING
BUT IT IS THE ONLY
WAY TO SUCCEED**

WANT



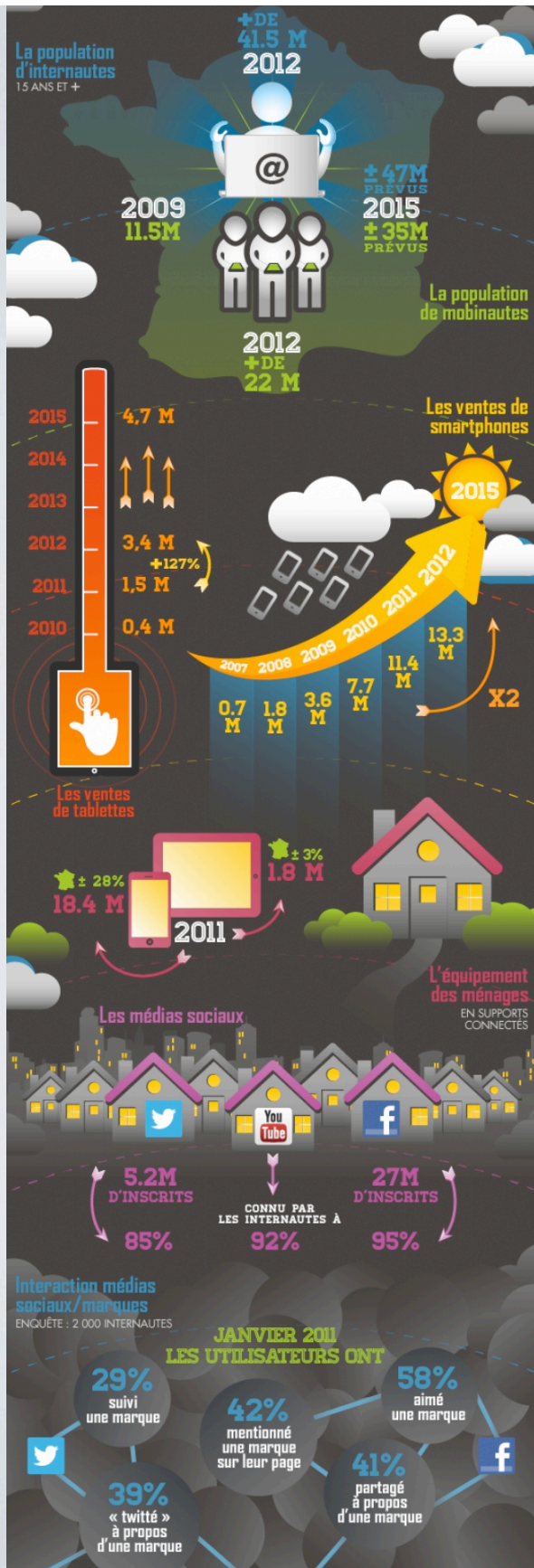
NEED



**I AM GOING NOWHERE
UNLESS I AM GOING
SOMEWHERE**

Source : www.techeblog.com

The digital revolution : are you in ?



La révolution digitale ne fait que commencer...

Publication: 07/02/2013 06h00

Share

huffingtonpost.fr

RÉVOLUTION DIGITALE : S'ADAPTER OU MOURIR

Publié le 02 avril 2012

docnews.fr

02/10/2013 | Julien Maldonato | RH | Tribune | Lu 1734 fois | aucun commentaire

La fonction RH au cœur de la révolution digitale

lecercle.lesechos.fr

Les DRH doivent plus s'impliquer dans la révolution digitale

» ECONOMIE > EMPLOI Par Christine Lagoutte, Service infographie du Figaro | Mis à jour le 09/09/2013 à 11:39 | Publié le 09/09/2013 à 11:22

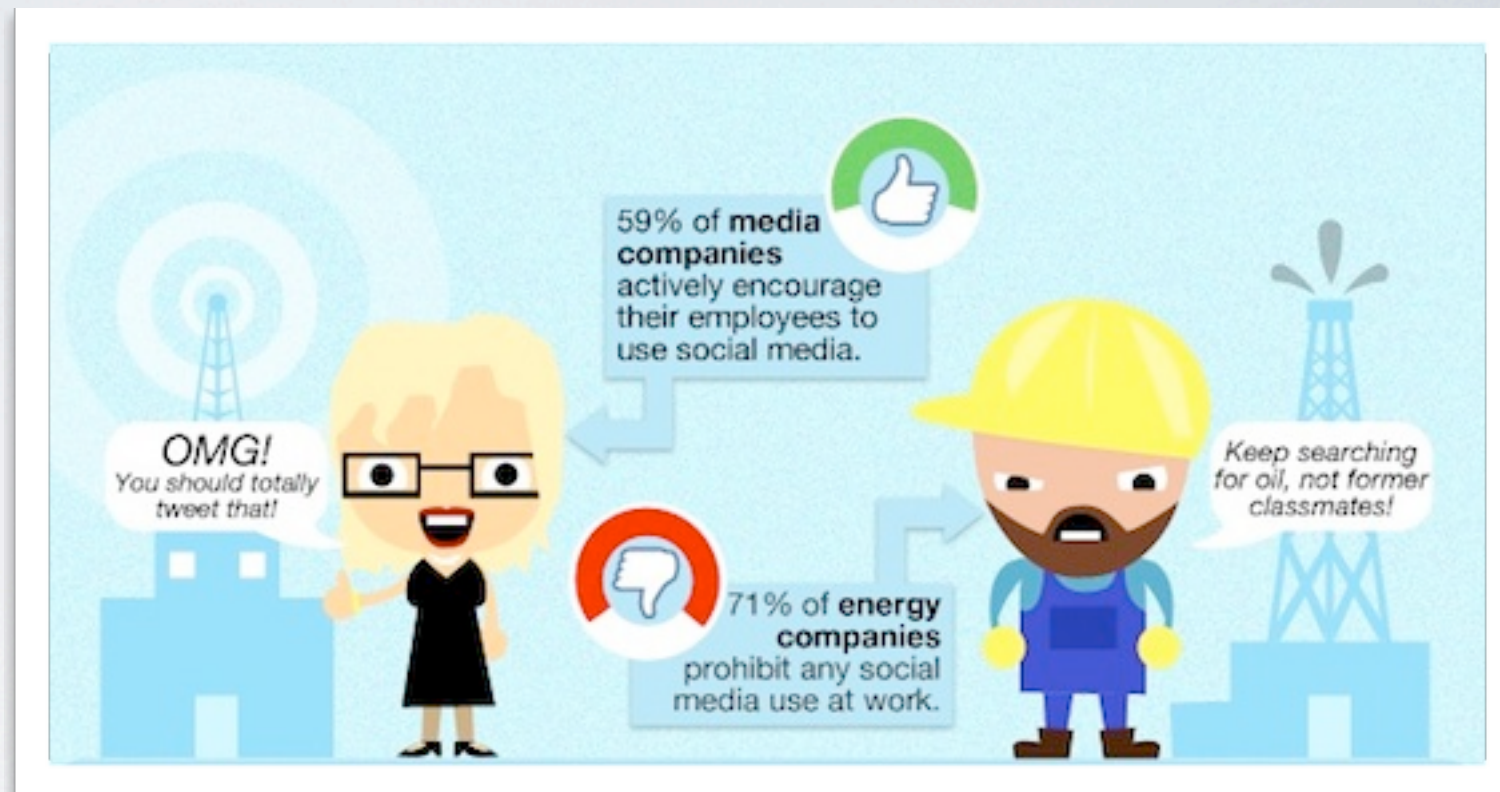
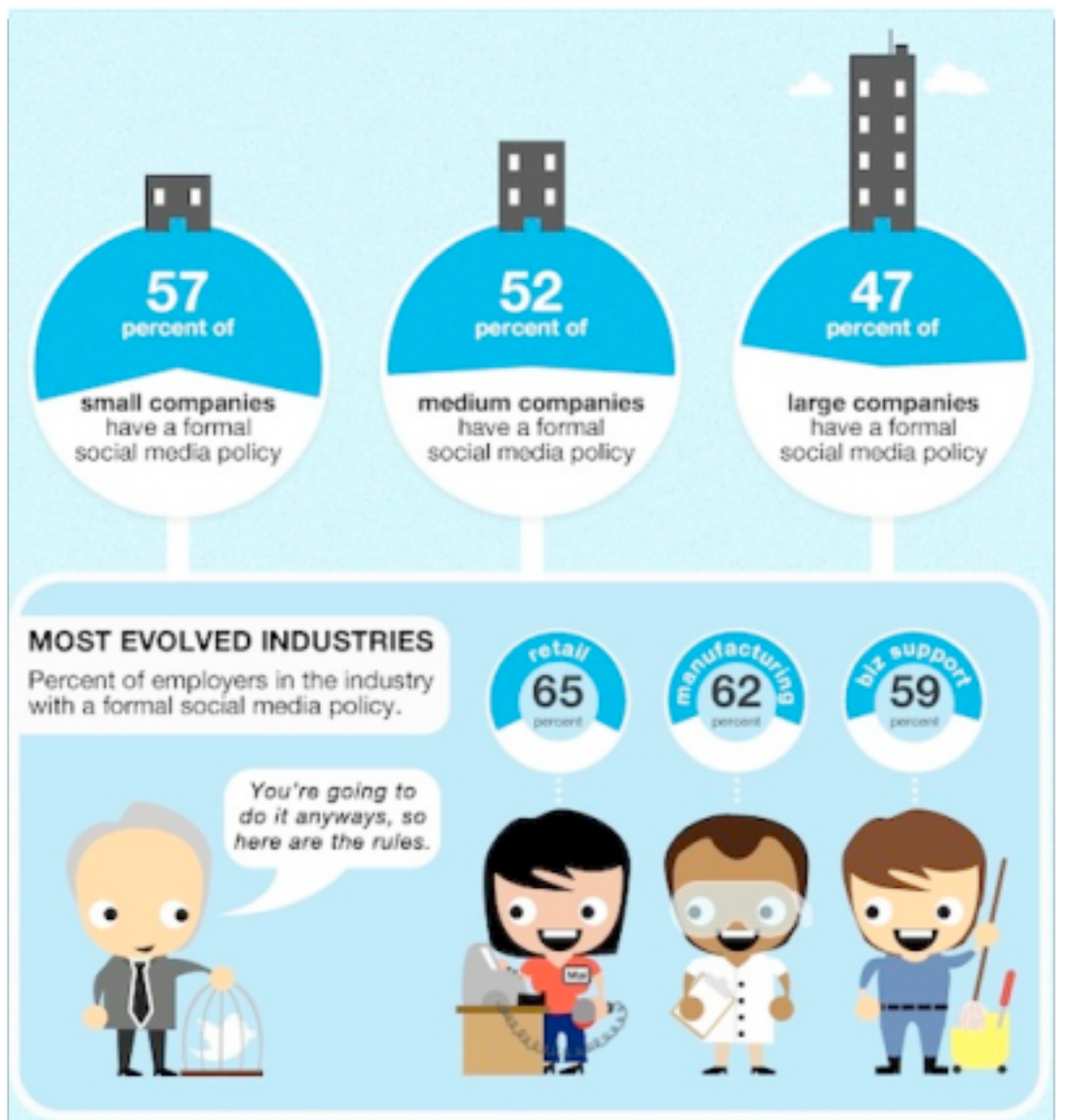
lefigaro.fr

Infographie : Source : <http://www.e-marketing.fr/Thematique/Tendances-1000/Infographies/La-revolution-digitale-en-France-51460.htm>



IN / OUT

Les médias sociaux font-ils l'unanimité auprès des employeurs ? <http://ow.ly/bzBGk>



52% des entreprises ont mis en place une politique officielle d'utilisation des médias sociaux, tandis que 42% sont formellement contre.

59% des groupes de médias encouragent leurs employés à utiliser les médias sociaux, tandis que 71% des entreprises du secteur de l'énergie ont mis le holà sur cette pratique au travail.

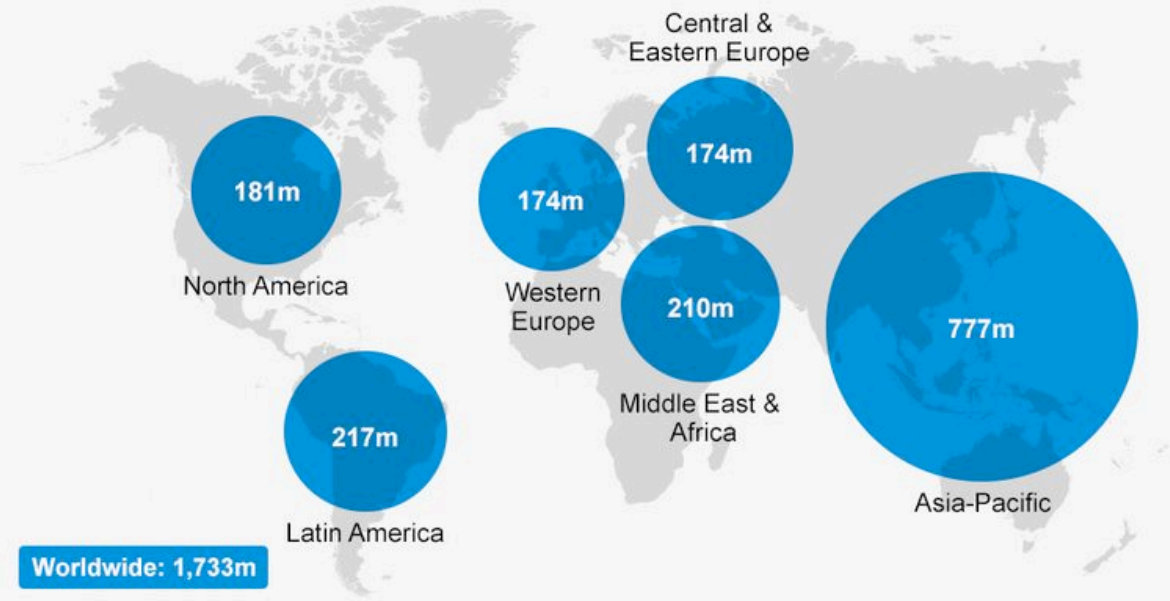
80% des employeurs se servent des médias sociaux comme LinkedIn pour recruter du personnel.

2 employés sur 5 de la génération Y préfèrent avoir accès aux médias sociaux sur leur lieu de travail plutôt qu'un salaire plus élevé.

Plus de la moitié des salariés de 55 ans et plus se rendent chaque jour sur les médias sociaux au travail.

Social Networks to Reach 1 in 4 People Worldwide This Year

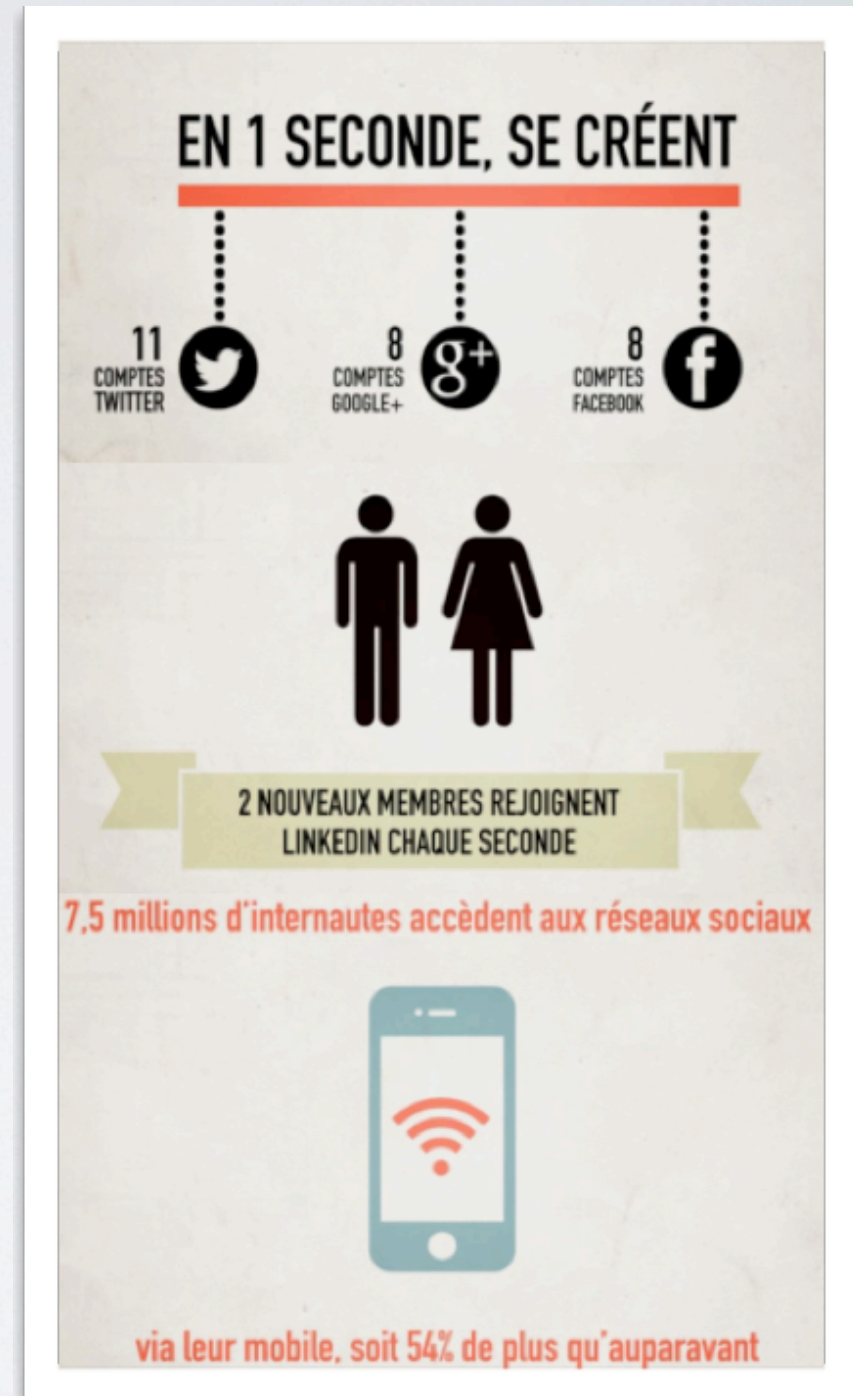
Estimated number of monthly active social network users in 2013



statista
The Statistics Portal @StatistaCharts

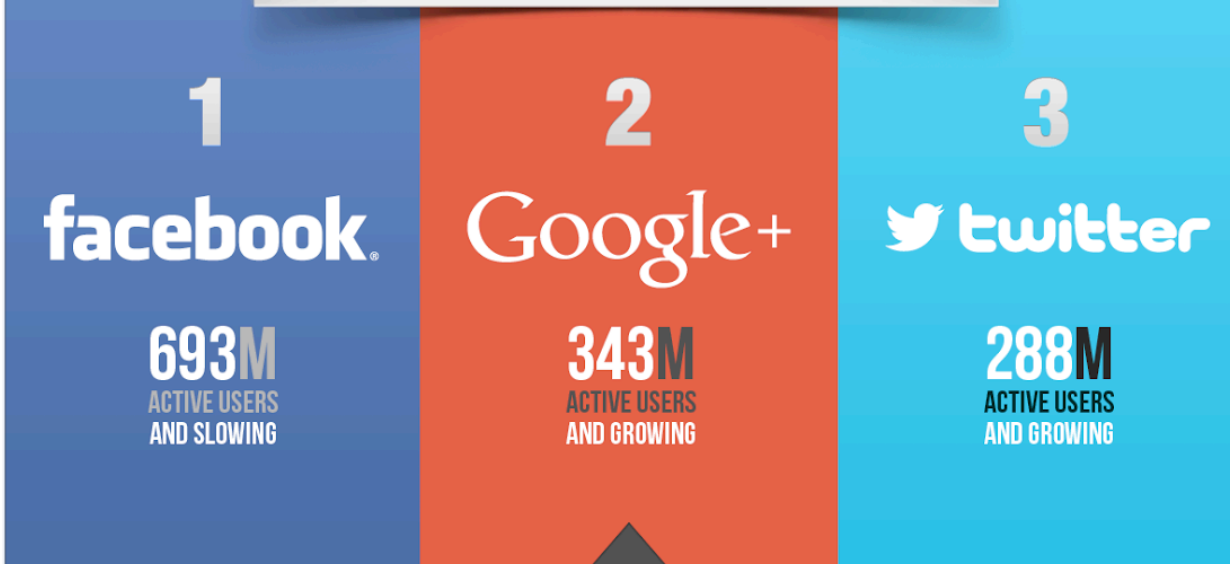
Source: eMarketer

Are You IN ?



TOP SOCIAL NETWORKS

BY ACTIVE USERS AS OF JAN. 2013



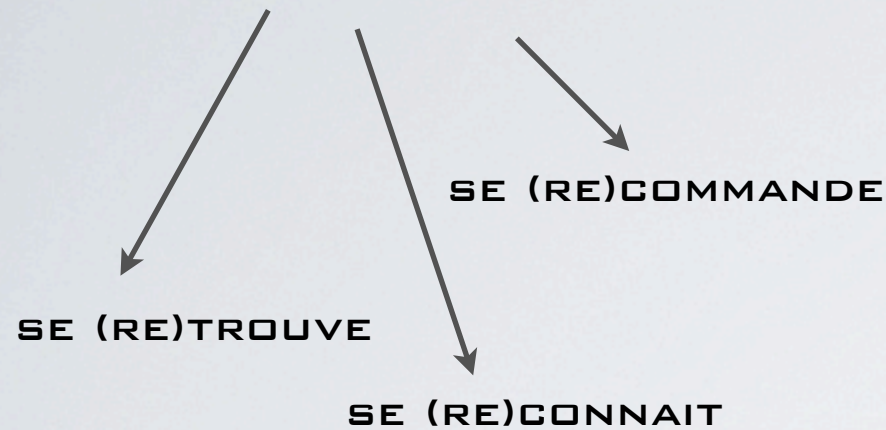
If you're still not taking Google+ seriously, you may need to re-think some things.

Data excludes YouTube (which is actually the number 3 largest social network). Research provided by Global Web Index.

dustn.tv @

Are You OUT ?

UN TERRITOIRE PRESQUE INFINI...ET PARADOXALEMENT UN LIEU DANS LEQUEL TOUT (LE MONDE) :



Ça ? C'est la jungle du web

Si vous n'y êtes pas ?

- Le doute dominera dans l'esprit des prospects (voire la méfiance).
- Vous pourriez véhiculer l'image d'une marque inaccessible, distante et/ou non moderne.
- Vous ignorerez ce que l'on pense et dit de votre marque/entreprise/produit-service.
- Rester compétitif sera plus difficile.
- Recruter et/ou à fidéliser sera également plus difficile (risque de perte de talents).
- Vos salariés risqueront d'être démotivés ou de perdre de leur engagement envers l'entreprise (sentiment d'appartenance développé à l'extérieur de votre entreprise).
- Risque de négligence des dernières tendances de votre secteur/marché.


Points de vigilance & erreurs à ne pas commettre

- ☹ Ne pas s'assurer de l'**engagement** et du **soutien** de la direction générale.
- ☹ Une mauvaise **synergie** ou **coordination** entre les différentes directions de l'entreprise
(Ex : ne pas informer, consulter ou impliquer les différents services de l'entreprise (dont les **IRP**))
- ☹ Ne pas prendre le temps de définir une **stratégie**, des **étapes** et les **médias** concernés à chaque phase.
- ☹ Ne pas identifier et analyser préalablement les éventuels **freins internes / externes**.
- ☹ Une **charte d'usage** des médias sociaux oui mais une charte barbelée non !
- ☹ Si le **community management** est **externalisé** : mal choisir son prestataire.
- ☹ Partir vite, à fond puis relâcher les efforts.



 **4 fiches pratiques réseaux sociaux pour les professionnels**

<http://ow.ly/fM8Ey>

 soignez votre profil, fixez-vous une ligne rédactionnelle, construisez une communauté d'intérêt, interagissez, gérez votre temps.



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.

Marketing

Communication

Publicité

SP *Pink*

Acteur de l'écosystème de la gestion des ressources humaines

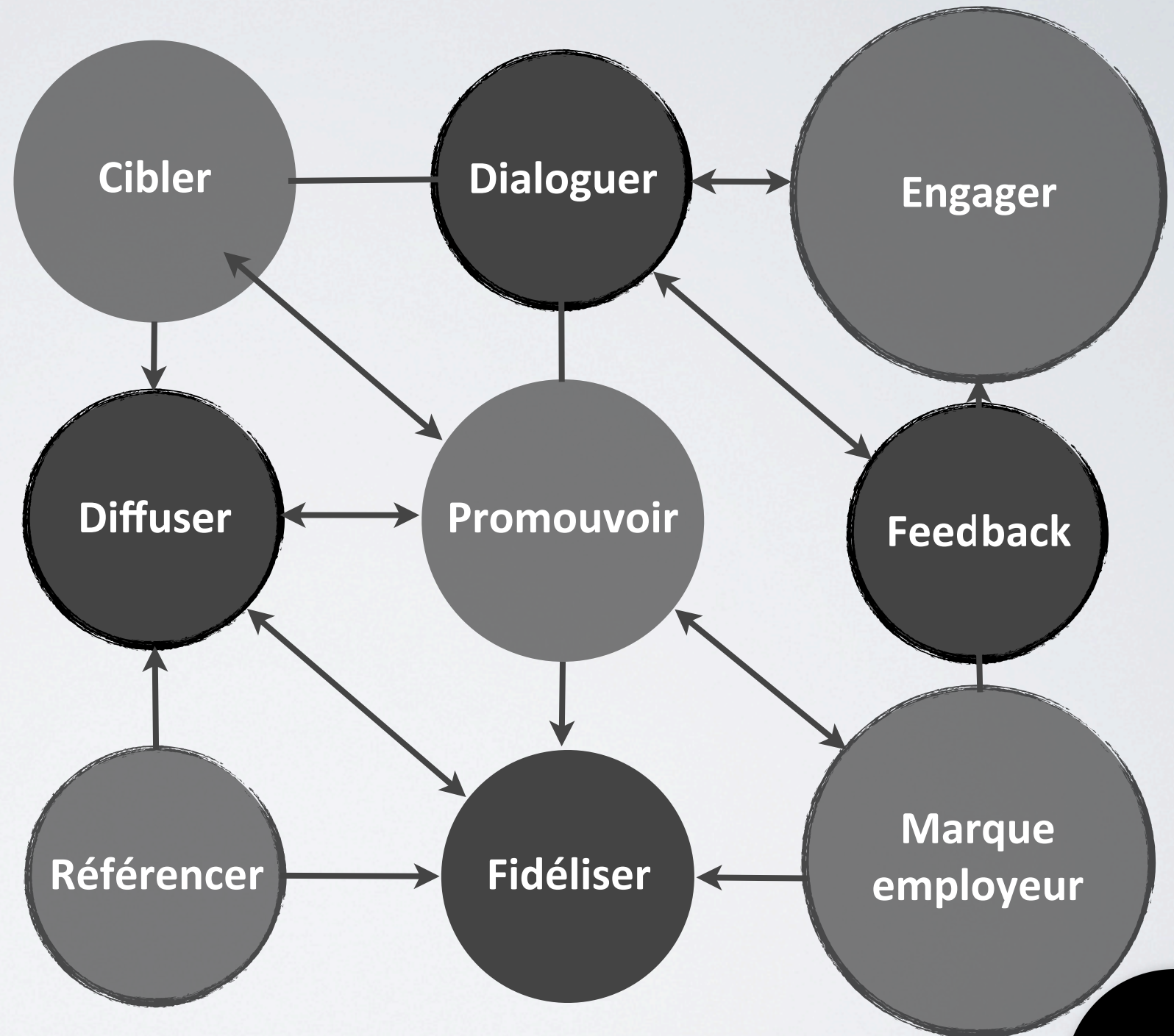
MULTI-CANAL

~~SPAM~~

SP *Pink*
19

L'agence et les médias sociaux

Des interlocuteurs internes
& externes!



Prestations de l'agence



foursquare



viadeo



Dropbox



Crowdboost



You Tube



le dress code de votre stratégie communication publicité médias sociaux



Prestations (extrait) & grille tarifaire

Tarifs applicables en : juin 13

A l'heure	170 €HT
A la demi-journée	450 €HT
A la journée	850 €HT
Au forfait / mission ponctuelle	Selon nature de la demande & sur devis (minimum 350 €HT + prime sur objectif)
En régie (forfait mensuel)	Entre 2 000 €HT et 3 800 €HT par mois
Selon la nature des prestations et le nombre de jours par mois	4.5j par mois max. pour 2 000 €HT en présentiel ou non
Journée de formation	850 € HT (déductible du budget plan de formation)

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 38 lignes) (recherche, production, validation, publication)	2,5 à 3,5 h	380
2. Bookmarking & promotion ciblée avec planification sur une période de 15 jours	3 à 4 h	200
3. Questionnaire en ligne, jeu concours, opération de buzz	7 à 8 h	800
4. Création & mise en route d'un compte sur un réseau social	3h	350
5. Community Management	Twitter : 10h par mois	1 200
Animation des comptes communautaires	Facebook (page et profil) : 8h par mois	600
	Profil et groupe	
	Viadeo : 4h par mois	450
	Profil et groupe	
	LinkedIn : 4h par mois	450
6. Veille concurrentielle & marché	8 h par mois	700
7. Formation à l'usage des médias sociaux (niveau 1, 2 et CM)	Par jour	850
8. Création et mise à jour mensuelle d'une salle de presse	Forfait	800

© SpotPink
SA au Capital de 1000 euros - 533 912 770 R.C.S. PARIS - Code NAF n° TVA Intracommunautaire FR20533912770
81 Boulevard St Michel 75005 PARIS
www.spotpink.com - contact@spotpink.com - 06.50.86.29.33.





2. Prestations de production de contenu

Prestation	Indication de temps	Budget en € HT
1. Rédaction de billets, alerte ou pitch presse (contenus courts, 1200 à 1500 signes)	3 à 4 h	380
2. Communiqué de presse simple : Collecte des infos, rédaction, AR de validation (1500 à 3000 signes)	3 à 4 h	580
3. Communiqué de presse complexe : Collecte des infos, rédaction, AR de validation	6 à 8 h	780
4. Dossier de presse (6 à 8 pages) : Collecte des infos, rédaction, AR de validation	12 à 14 h	2500
5. Papier d'opinion, tribune libre, avis d'expert, témoignages clients : Collecte des infos, rédaction, AR de validation	6 à 8 h	1100
6. Livre blanc : Collecte des infos, rédaction, AR de validation :	14 à 20 h	2600
7. Régie RP sous contrat (12 mois)		
- Production de contenu à valeur ajoutée (papiers longs et courts : avis d'expert, tribune libre, retour d'expérience, cas client, communiqué de presse)		2800
- Diffusion des communiqués par emailing sur une base recensant 15.000 médias actifs (presse, radio, tv, agences de presse, sites Internet et blogs), 4.000 émissions radios TV et 50.000 journalistes (9.997 pigistes, les bloggeurs journalistes et influenceurs, les correspondants français à l'étranger et inversement).		
- Transmission des prévisions rédactionnelles (cahiers et dossiers spéciaux à venir pour les 3, 6 et 12 prochains mois)	5,5 jours / mois (contrat de 12 mois)	
- Création et mise à jour des listes de presse		
- Surveillance des calendriers rédactionnels		
- Gestion et participation aux interviews journalistes		
- Réunions - conf call		
- Traitement des coupures reçues de PressIndex + constitution de la revue de presse semestrielle (si abonnement client)		
- Reporting trimestriel (récap. retombées presse et de toutes les actions + synthèse + planning des thèmes de communication à venir)		
8. Blogging externalisé	20 heures par mois	1800
9. Blogging sponsorisé avec option détection de leads par formulaire contact	4 h	Forfait rédaction : 380 Variable sur leads : 50 € le lead qualifié

© SpotPink

SA au Capital de 1000 euros - 533 912 770 R.C.S. PARIS - Code NAF n° TVA Intracommunautaire FR20533912770
81 Boulevard St Michel 75005 PARIS
www.spotpink.com - contact@spotpink.com - 06.50.86.29.33.



3. Rich Media

Prestation	Indication de temps	Budget en € HT
1. Témoignage client format vidéo	10 h	1200
Opération sponsoring HR Channel / TechToTV (éditorialisation, buzz par blogging/micro-blogging, présence/animation)	5 h	550
2. Organisation et tournage de WebTV au cours d'une même journée (clients et experts - animés par 1 journaliste)	Forfait dont :	10000 décomposés comme suit :
Location Studio journée et prestations associées		
▪ au minimum 80m² - habillage sur écran		
▪ habillage décor - loge		
▪ maquilleuse		2500
▪ petit déjeuner, rafraîchissements, plateaux repas		
▪ connexion internet		
Tournage		
▪ 2 sessions de 15 minutes chacune		
▪ 4 invités + journaliste animateur / session		5000
▪ réalisateur, cameramen, assistant		
Post-production (Budget = 500 € HT)		
▪ montage		
▪ étalonnage		500
▪ titrage		
▪ intégration de logos		
▪ générique incluant l'identité sonore du client		
Montage vidéo finale de 20 minutes		
▪ différentes versions livrées (20mn, 4mn, et 1 vidéo par sujet abordé)		
▪ mise à disposition sur : DVD, clé USB, FTP		800
▪ création d'un DVD spécifiquement destiné aux bornes vidéo (lancement automatique, vidéo en boucles...)		
▪ publication sur vos comptes de partage vidéo		
Journaliste chargé de l'animation		1200
3. Création d'un blog ou site incluant		
▪ un slideshow principal intégrant le player vidéo (bande annonce, puis plateau TV)		
▪ le slideshow tourne à intervalles réguliers et propose d'autres mises en avant		
▪ le flux du compte Twitter de la marque		
▪ formulaire pour que les internautes puissent poser des questions, dès la mise en ligne de la bande annonce, les questions seront sélectionnées et traitées dans l'émission		
▪ les réactions (modérées) des tweets avec les hashtag choisis		
▪ le flux des contenus vidéo déjà existants		
▪ 1 flux des news du client		
▪ site 100% compatible iphone, ipad, android	5,5 jours	5000

© SpotPink

SA au Capital de 1000 euros - 533 912 770 R.C.S. PARIS - Code NAF n° TVA Intracommunautaire FR20533912770
81 Boulevard St Michel 75005 PARIS
www.spotpink.com - contact@spotpink.com - 06.50.86.29.33.



3. Marketing

Prestation	Indication de temps	Budget en € HT
1. Réalisation de documents marketing (plaquette, leaflet...) 2 à 3 pages hors infographie	10 h	1000
2. Conseil en marketing	3 h	420
3. Régie marketing forfait	8 h / mois	1000
4. Rédaction du plan MKG/COM (document de 7 à 10 pages)	10 h	1800

4. Publicité 2.0

Prestation	Indication de temps	Budget en € HT
1. Publicité & location d'espaces 2.0 Conception - Création et mise en ligne d'une bannière publicitaire	Forfait dont :	1000
▪ Conception du storyboard (en 3 slides sur la base des logos, visuels et 3 messages de 5 à 7 mots) et validation par le client	6 h	500
▪ Réalisation de la bannière HTML (gif animé) d'après le storyboard et insertion de la bannière sur les 2 blogs www.gestionpaiegrhquichoisir.com + www.spotpink.com	Affichage 30 jours	500
2. Négociation auprès des bloggeurs RH de l'insertion de la bannière HTML	Budget par blog pour une période de 2 à 4 semaines	100
3. Négociation auprès des bloggeurs RH de l'insertion d'un lien permanent / média	Par lien	50
4. Insertion d'un lien visible & permanent (12 mois) vers 1 blog ou site (rubrique liens amis ou blogosphère de la GRH)	Par lien	200

© SpotPink

SA au Capital de 1000 euros - 533 912 770 R.C.S. PARIS - Code NAF n° TVA Intracommunautaire FR20533912770
81 Boulevard St Michel 75005 PARIS
www.spotpink.com - contact@spotpink.com - 06.50.86.29.33.



5. Formations

Formation	Indication de temps	Intra-entreprise / jour 7 pers max	Inter-entreprise /jour & /personne
1. Découverte des (principaux) médias sociaux et initiation à l'usage de trois d'entre eux (Niveau 1)	7 h	850	350
2. Utilisation de niveau avancé des médias sociaux et outils périphériques associés (clients Twitter, techniques et outils de diffusion, monitoring + reporting) (Niveau 2)	14 h	850	400
3. Utiliser les outils et connaître les astuces du Community Manager (Niveau 3)	7 h	1100	550
4. La communication de gestion de crise. Cette formation est la suite du livre « Communication de crise à l'heure des médias sociaux » publié aux Editions Atramenta (disponible au format eBook ou broché).	7 h	1100	550

6. Communication événementielle

Prestation	Indication de temps	Budget en € HT
5. Recherche, négociation des tarifs et réservation du lieu adapté & gestion de la logistique	6 h	800
6. Conception des outils, envoi des invitations, gestion des inscriptions et relances	6 h	800
7. Rédaction et mise en forme du powerpoint de présentation	7 h	900
8. Animation	Forfait 2 h	450
9. Reportage évènement (film de 3 à 5 minutes)	10 h	1200

© SpotPink

SA au Capital de 1000 euros - 533 912 770 R.C.S. PARIS - Code NAF n° TVA Intracommunautaire FR20533912770
81 Boulevard St Michel 75005 PARIS
www.spotpink.com - contact@spotpink.com - 06.50.86.29.33.

Des services externalisés et des prestations adaptées à vos besoins



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



SpotPink : références et réalisations

Références



Réalisations



Un bulletin de paie dématérialisé ?
Mais pourquoi faire !

[Aller voir le site](#)



ciffop

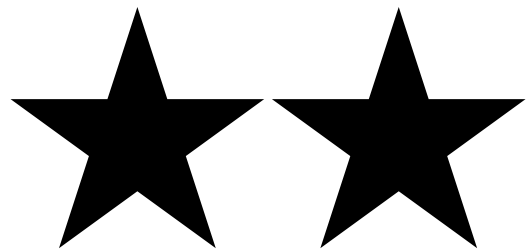
Innovations RH - Recherche d'emploi & Médias Sociaux

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

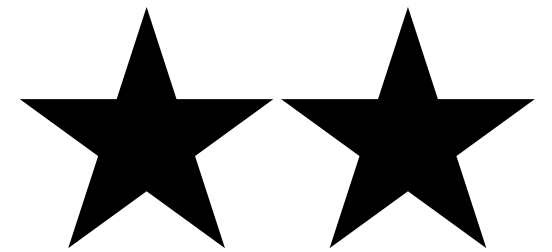
www.spotpink.com

Pourquoi et comment ADP France utilise les médias sociaux





SpotPink : audience



Page facebook (fans) : 617
<http://on.fb.me/PXzsbr>



Viadeo contacts : 2833
<http://bit.ly/TkcpGp>
Viadeo groupe : 992
<http://bit.ly/OPOgM8>



Twitter @caroleblancot : 6605
<https://twitter.com/caroleblancot>
Twitter @spotpink : 5928
<https://twitter.com/SpotPink>
Twitter @CMDashboard : 271
<https://twitter.com/CMDashboard>



Linkedin contacts : 2226
<http://linkd.in/aAj5hg>
Linkedin groupe : 565
<http://linkd.in/TkbTze>



G+ contacts : 1350
<http://bit.ly/zquCAM>



SpotPink Suscribers
Created 11 Aug 2011 07:02 pm
★★★★☆

5,516	15.3%	1.9%
Subscribers	Open Rate	Click Rate



SpotPink : audience



BLOGS

www.gestionpaiegrhquichoisir.com	www.spotpink.com
du 01/01/2013 au 30/10/2013 : Visites: 58 295 Pages vues: 229 156 Visiteurs uniques: 50 816	du 01/01/2013 au 30/10/2013 : Visites: 10 056 Pages vues: 15 015 Visiteurs uniques: 7 476
du 01/01/2012 au 31/12/2012: Visites: 73 367 Pages vues: 113 957 Visiteurs uniques: 60 656	du 01/09/2011 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 Aragon-eRH
Archives depuis Juillet 2009 958 articles 16 catégories 7 826 mots clés 794 commentaires	Archives depuis Septembre 2011 89 articles 14 catégories 734 mots clés 190 commentaires
découvrez les services en ligne de publication sur ce blog	

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 81 26 67 17
06 50 86 29 33



**COMMUNICATION DE CRISE
À L'HEURE DES MÉDIAS SOCIAUX**

Ce livre a reçu le label de

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
- Ziryeb Marouf
président de l'Observatoire des réseaux sociaux d'entreprise

Publié en septembre 2012 par

Lire, écrire, partager
www.atramenta.net
Näsijärvenkatu 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.

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

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



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

Publications : Résistez aux e-mails !

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

 hachette

PETITS
CONSEILS
- POUR -
GRANDS
PROGRÈS



Carole Blancot - Vincent Berthelot - Anne De Landsheer

TOUT POUR RÉUSSIR

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 :

- 7% du CA
- 36 heures dispensées
- 34 stagiaires
- 241 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 * 11
(Lire **ATTENTIVEMENT** la notice avant de remplir ce bilan)

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.

FA 08

Service régional de contrôle
de la formation professionnelle

A. IDENTIFICATION DE L'ORGANISME DE FORMATION

NUMERO DE SIRET	CODE NAF
Numéro de déclaration : 1 1 7 5 4 7 7 6 4 7 5	
Forme juridique : SARL	5 3 3 9 1 2 7 7 0 0 0 0 1 3
Nom et prénom ou dénomination (sigle) : SPOTPINK	
Adresse : 81 Boulevard Saint Michel - 75005 PARIS	
Tél. 0 9 8 1 2 6 6 7 1 7 Fax Email : administration@spotpink.com	

B. PERSONNE AYANT LA QUALITE DE DIRIGEANT

Nom et prénom	Qualité (ex. : travailleur indépendant, gérant, président...)
de DURAT Guillaume	Gérant

C. CARACTERISTIQUES DE L'ORGANISME

Année de début de l'activité de formation professionnelle continue : 2 0 1 1
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 €

EN PARTENARIAT



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

Evolution 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

SpotPink

agence de communication digitale,
lance le premier

certificat de compétences de

community manager, en partenariat avec

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 - T : 09 73 13 09 52
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

carole.blancot@spotpink.com
www.gestionpaiegrhquichoisir.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 - P : 06 50 26 65 17

09 73 13 09 52

www.spotpink.com

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

