



Le dress code de votre stratégie

communication marketing publicité médias sociaux

Formation

Usage des médias sociaux

Perfectionnement

Formatrice : Carole BLANCOT, Directrice Conseil, SpotPink

Date : 24/09/2013

Lieu : Paris 5ème



www.spotpink.com

Programme

1. Tour de table
2. Rappels utiles
3. Tour d'horizon des médias sociaux
4. Démonstrations
5. Techniques, astuces et bonnes pratiques

Déjeuner

1. Outils périphériques
2. Focus sur le reporting
3. Réponses à vos questions
4. Exercices pratiques
5. Evaluation à chaud de la formation



Tour de table



Présentons-nous !

- Prénom, Nom
- Fonction
- Entreprise
- Expérience en matière d'usage des médias sociaux
- Comptes utilisés
- Objectifs perso/pro
- Attentes vis-à-vis du stage

1

Qui suis-je



Diplômée d'un M2 de psychosociologie clinique (Numéro ADELI : 789310596), bloggeuse depuis juillet 2009 sur www.gestionpaiegrhquichoisir.com, www.caroleblancot.com et www.spotpink.com, elle est aujourd'hui Directrice Conseil de SpotPink, Community Manager de plusieurs marques, 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.

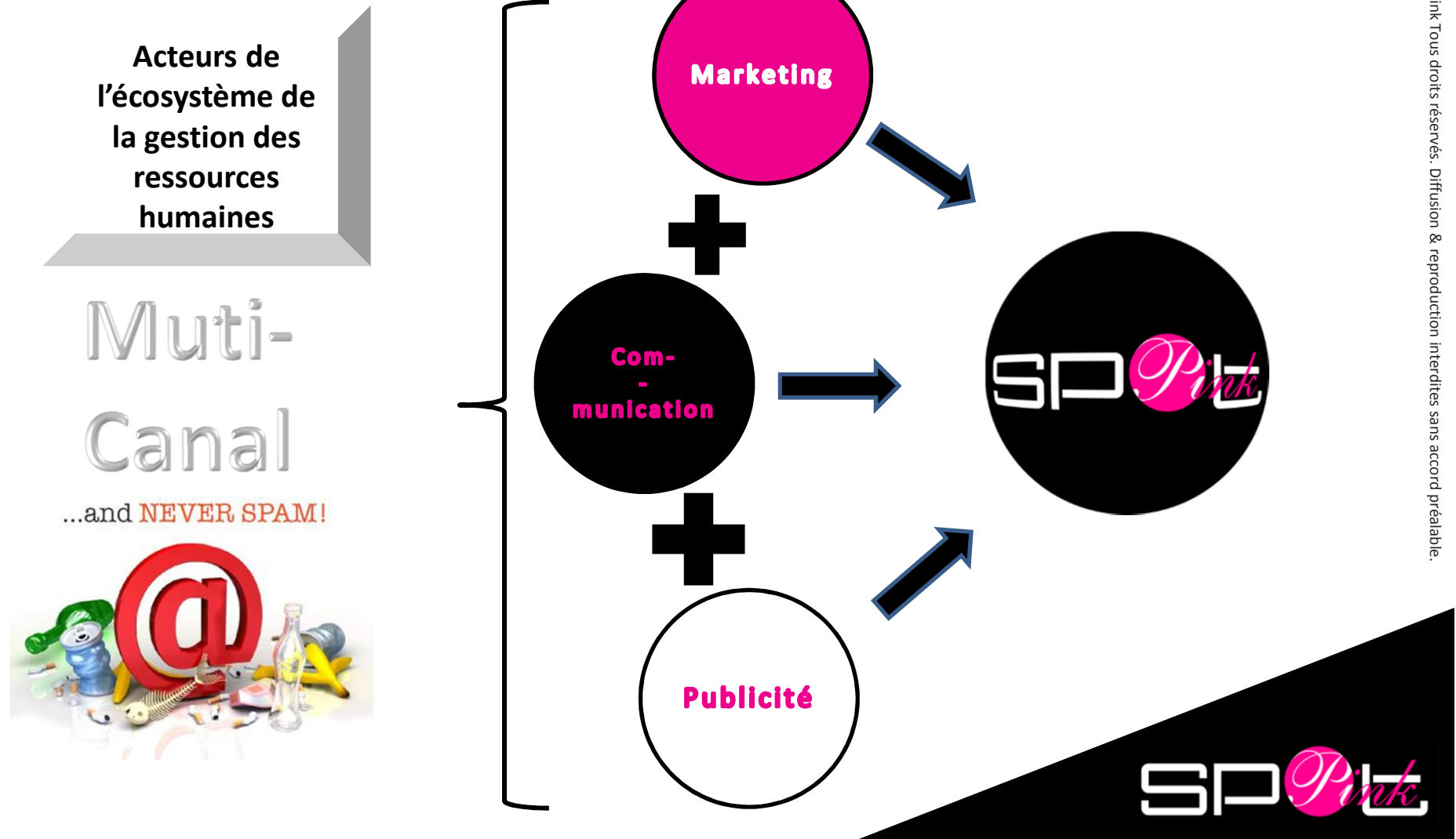
Elle est co-auteure des ouvrages :

- **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](https://twitter.com/CaroleBlancot)

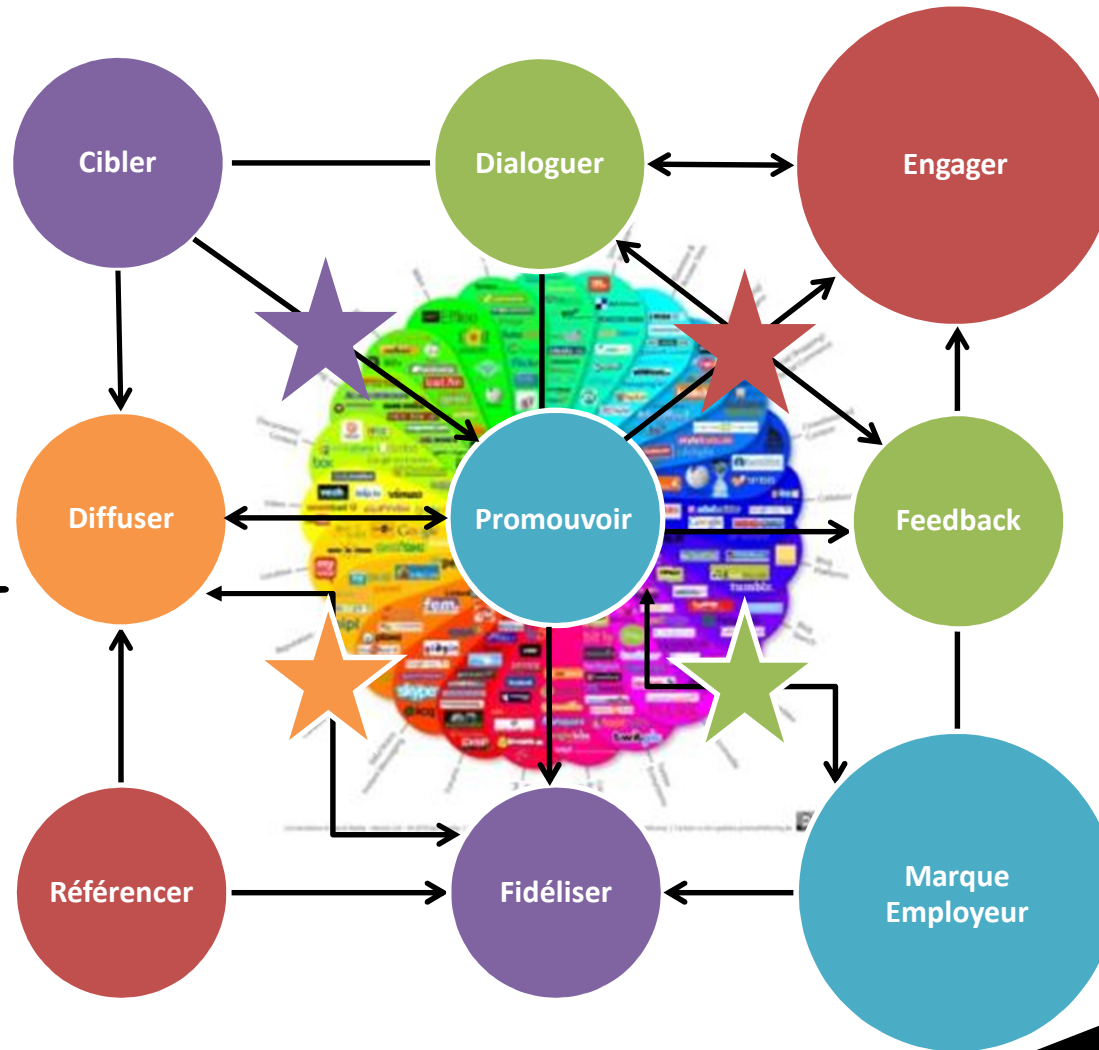
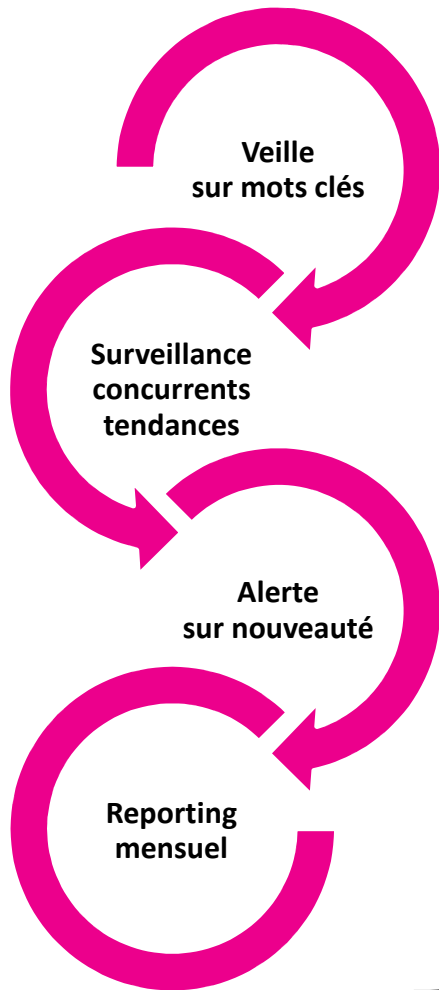
SpotPink en un slide

SpotPink, une 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!



© 2013 SpotPink Tous droits réservés. Diffusion & reproduction interdites sans accord préalable.

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

© 2013 SpotPink Tous droits réservés. Diffusion & reproduction interdites sans accord préalable.

SpotPink : références et réalisations

Références (Extrait)



Réalisations (Exemples)



Un bulletin de paie dématérialisé ?
Mais pourquoi faire !



ciffop

Innovations RH - Recherche d'emploi & Médias Sociaux

Présentation par : Carole BLANCO, Directrice Conseil, SpotPink
Date : 09/03/2012 (14h - 16h)
Lieu : CIFFOP - 11 rue Bouquet 75007 Paris

www.spotpink.com

Pourquoi et comment ADP France utilise les médias sociaux



SPOT Pink

Prestations de l'agence

le dress code de votre stratégie communication publicité médias sociaux



Prestations (extrait) & grille tarifaire

Tarifs applicables en : septembre 2013

A l'heure
A la demi-journée
A la journée
Au forfait / mission ponctuelle
En régie (forfait mensuel)
Selon la nature des prestations et le nombre de jours par mois
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 38 lignes) (recherche, production, validation, publication)	2,5 à 3,5 h	
2. Bookmarking & promotion ciblée avec planification sur une période de 15 jours	3 à 4 h	
3. Questionnaire en ligne, jeu concours, opération de buzz	7 à 8 h	
4. Création & mise en route d'un compte sur un réseau social	3h	
5. Community Management Animation des comptes communautaires	Twitter : 10h par mois Facebook (page et profil) : 8h par mois Profil et groupe Viadeo : 4h par mois Profil et groupe LinkedIn : 4h par mois	Formuler une demande de tarifs
6. Veille concurrentielle & marché	8 h par mois	
7. Formation à l'usage des médias sociaux (niveau 1, 2 et CM)	Par jour	
8. Création et mise à jour mensuelle d'une salle de presse	Forfait	

© SpotPink
SAS 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 - 09.73.13.09.52 - 06.50.86.29.33.

Offre : <http://bit.ly/Tka9WK>



Des services externalisés et des prestations adaptées à vos besoins



© 2013 SpotPink Tous droits réservés. Diffusion & reproduction interdites sans accord préalable.

Une offre dédiée : 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
05 50 96 29 33



14,90 €



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

Publié en septembre 2012 par



www.atramenta.net
Näsijärvenkatu 3 B 50 - 33210 Tampere - FINLANDE

ISBN : 978-952-273-054-0
Imprimé en France chez un imprimeur certifié Imprim'Vert

A l'ère du 2.0

septembre 2012

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>

SP *Pink*

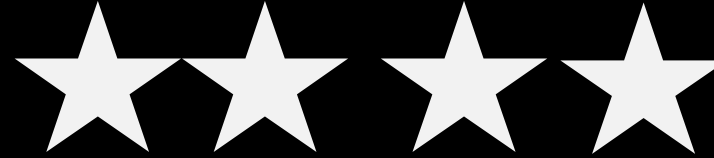
Une offre dédiée : Communication de crise



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

Inondé sous les e-mails, résistez ! Edition Hachette Pratique, Février 2013,
224 pages, disponible en librairie.
En savoir plus : <http://bit.ly/SH7vJ3>

SpotPink : audience



Twitter @caroleblancot : 6317

<https://twitter.com/caroleblancot>

Twitter @spotpink : 2143

<https://twitter.com/SpotPink>

Twitter @CMDashboard : 178

<https://twitter.com/CMDashboard>



Viadeo contacts : 2820

<http://bit.ly/TkcpGp>

Viadeo groupe : 996

<http://bit.ly/OPOgM8>



LinkedIn contacts : 2152

<http://linkd.in/aAj5hg>

LinkedIn groupe : 552

<http://linkd.in/TkbTze>



Page facebook (fans) : 602

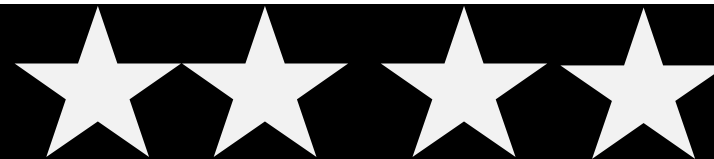
<http://on.fb.me/PXzsbr>



G+ contacts : 1260

<http://bit.ly/zquCAM>

SpotPink : audience



Blogs

www.gestionpaiegrhquichoisir.com

- du 01/01/2012 au 20/12/2012 :
Visites: **71,826**
Pages vues: **107,977**
Visiteurs uniques: **59,357**

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

- Archives depuis Juillet 2009
- 906 articles
- 16 catégories
- 6,816 mots clés
- 622 commentaires

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

www.spotpink.com

Salles de presse :

- [ADP](#)
- [Aragon-eRH](#)
- [Eurécia](#)

- du 01/09/2011 au 30/09/2012 :
Visites: **3,565**
Pages vues: **5,892**
Visiteurs uniques: **2,555**

- Archives depuis Septembre 2011
- 40 articles
- 10 catégories
- 348 mots clés
- 55 commentaires

© 2013 SpotPink Tous droits réservés. Diffusion & reproduction interdites sans accord préalable.



Une newsletter mensuelle (3900 abonnés par email) :

- Septembre 2013 : <http://ow.ly/p2Udt>
- Août 2013 : <http://ow.ly/p2Ui2>
- Juillet 2013 : <http://ow.ly/p2Ule>

SP *Pink*

Votre interlocutrice



Carole Blancot est Directrice Conseil de SpotPink, bloggeuse depuis 2009 et Community Manager de plusieurs marques.

Diplômée d'un M2 de psychosociologie clinique, elle est également co-auteure des ouvrages :

- “ Communication de crise à l'heure des médias sociaux ”, Éditions Atramenta, septembre 2012, 100 pages, disponible aux formats PDF, EPUB et broché.
- « Inondé sous les e-mails, résistez ! », Édition Hachette Pratique, février 2013, 224 pages, disponible en librairie.



[@caroleblancot](https://twitter.com/caroleblancot)



carole.blancot@spotpink.com



www.gestionpaiegrhquichoisir.com



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





Le dress code de votre stratégie

communication marketing publicité médias sociaux

Support de formation

Contenu détaillé

Rappels utiles

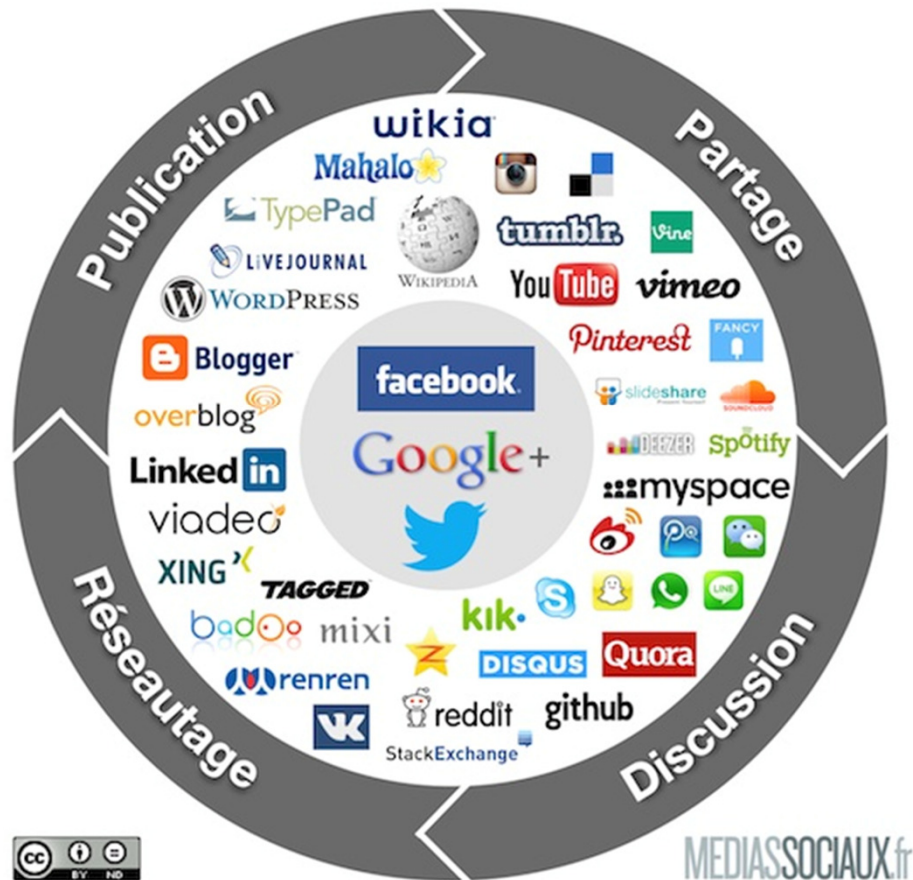


- Définitions, vocabulaire, panorama des tendances
- Chiffres clés 2013
- Quel média pour quel contenu ?
- Marque et employer branding
- Individu et personal branding
- Community Manager et management

1

Panorama des médias sociaux en 2013

Panorama des médias sociaux 2013



- ❑ 77% des internautes français sont quotidiennement sur un réseau social
- ❑ 1,5 milliard d'entre eux se rendent au moins 5 fois par jour sur un média social
- ❑ 57% des internautes parlent plus sur un réseau social que dans la vraie vie
- ❑ 90% des consommateurs croient aux recommandations de leurs pairs, seulement 14% croient à la publicité.

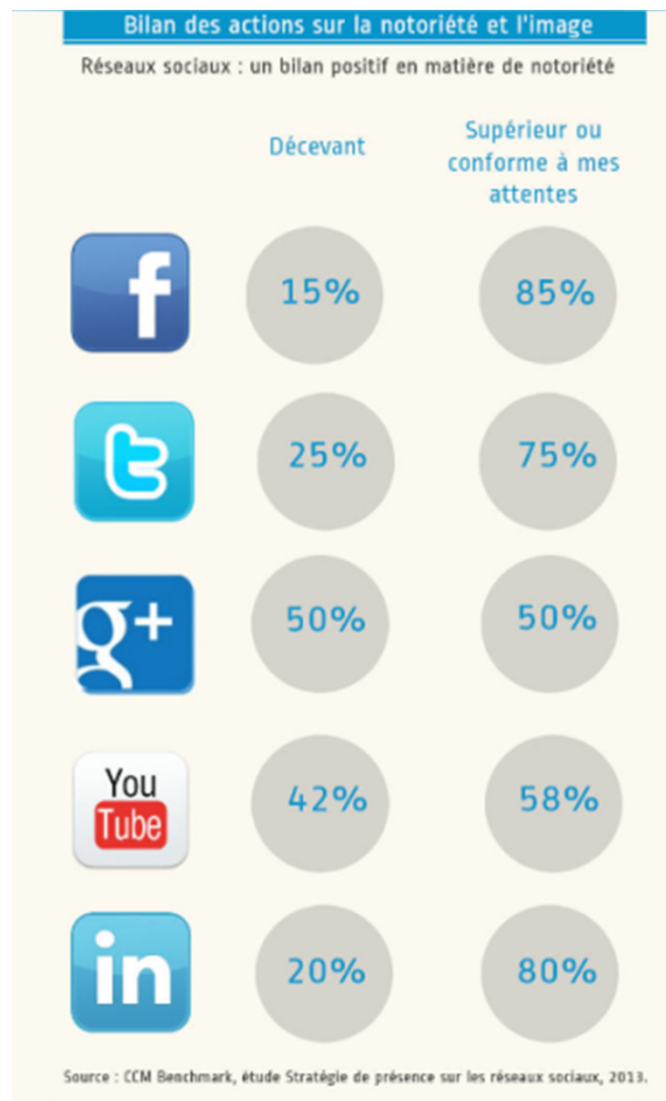
© 2013 SpotPink Tous droits réservés. Diffusion & reproduction interdites sans accord préalable.



Sources :

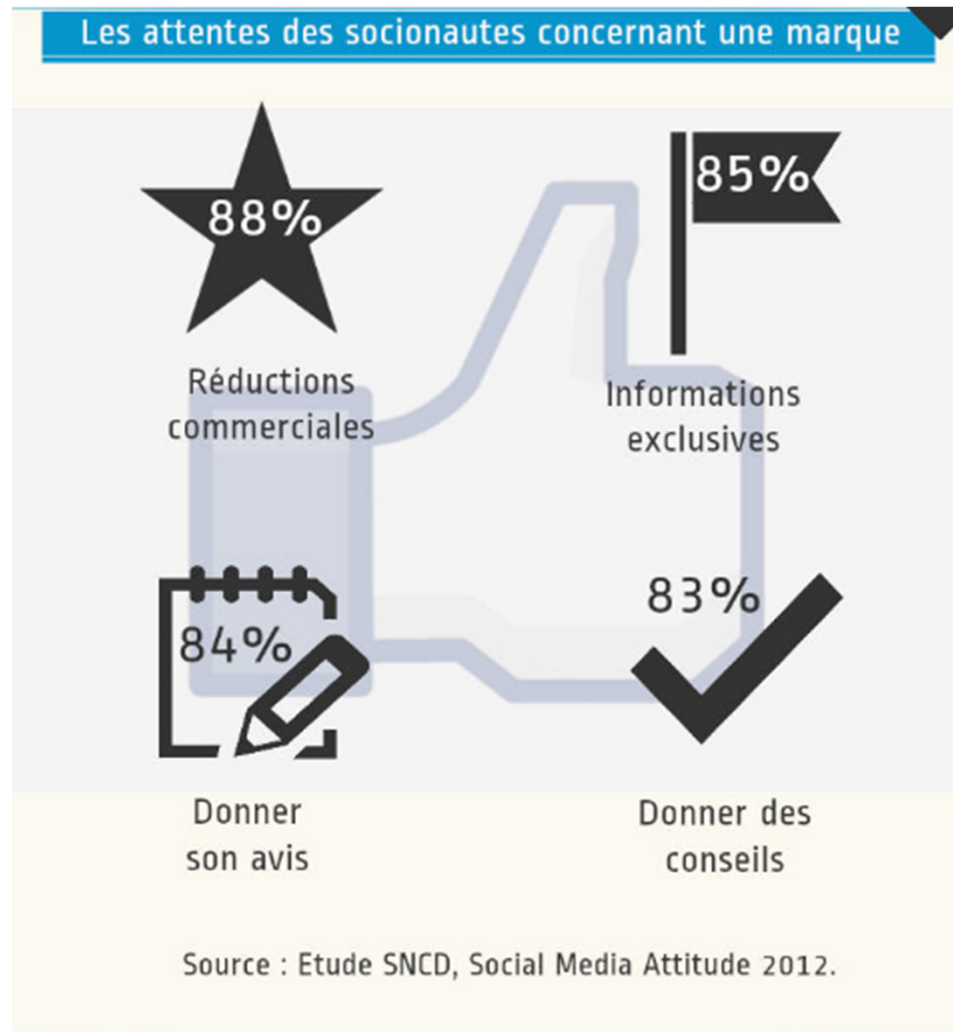
- [vidéo] Social Media 2013 : tous les chiffres clés | Locita.com <http://ow.ly/i5tvP>
- Médias sociaux : les tendances pour 2013 <http://ow.ly/i5tql>
- Panorama des médias sociaux 2012 <http://ow.ly/9bR9K>
- 50 chiffres social media pour 2013 <http://ow.ly/i5tBF>

Réseaux sociaux & notoriété



Source : Infographie : stratégies de présence sur les réseaux sociaux - JDN Média <http://ow.ly/jn15l>

Enjeux et motivations des individus



© 2013 SpotPink Tous droits réservés. Diffusion & reproduction interdites sans accord préalable.

Source : Infographie : stratégies de présence sur les réseaux sociaux - JDN Média <http://ow.ly/jn15I>

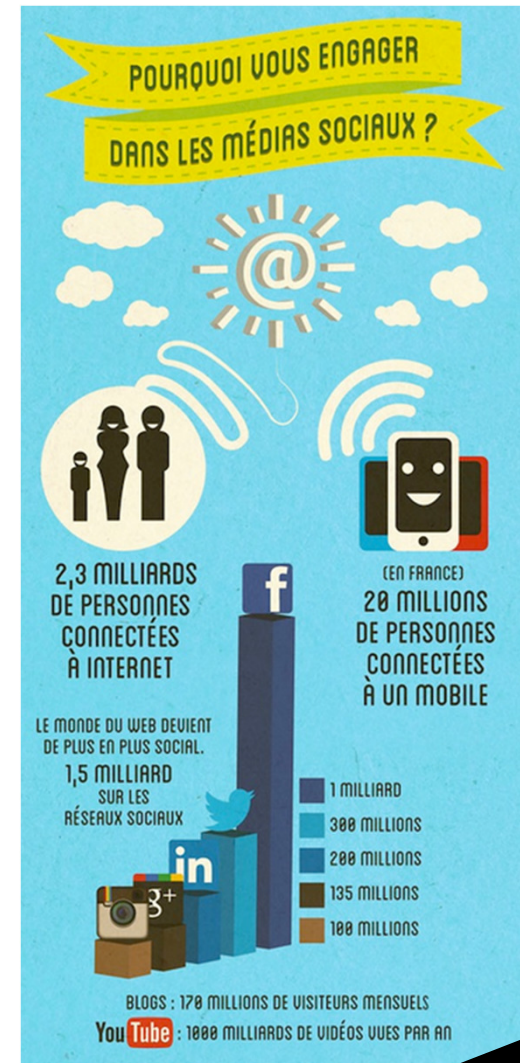
Le web est social

81% des jeunes actifs admettent se connecter à Facebook et 57% d'entre eux le font depuis leur travail.

Ils se connectent en moyenne 6,4 fois par jour aux réseaux sociaux, Facebook en tête, depuis leur travail, avec une fréquence quasiment identique en situation de mobilité (6,3) ou depuis leur domicile (7,4).



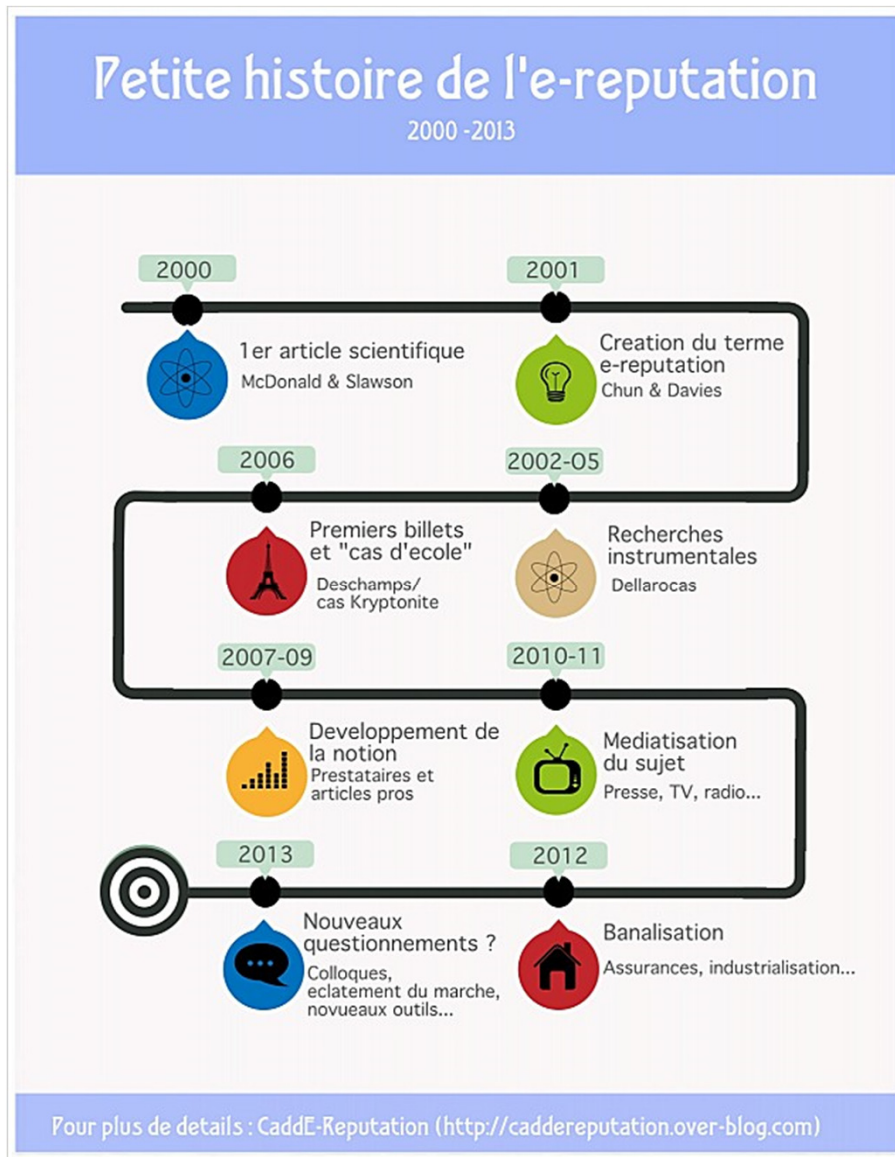
Près de 50 % des jeunes voient les réseaux sociaux comme un outil de travail <http://t.co/Z6aWAUzzyc>



Réseaux sociaux: quel intérêt pour une communication RSE?

<http://ow.ly/jCudj>

L'e-réputation



Source : [Petit historique de l'e-réputation 2000 - 2013](#)

2012 : de l'e-réputation partout

En 2012, l'e-réputation, est partout :

==> Dans les offres des assureurs ;

==> Dans les émissions de télé-réalité ;

==> Dans la plupart des discours tenus aux « jeunes » ;

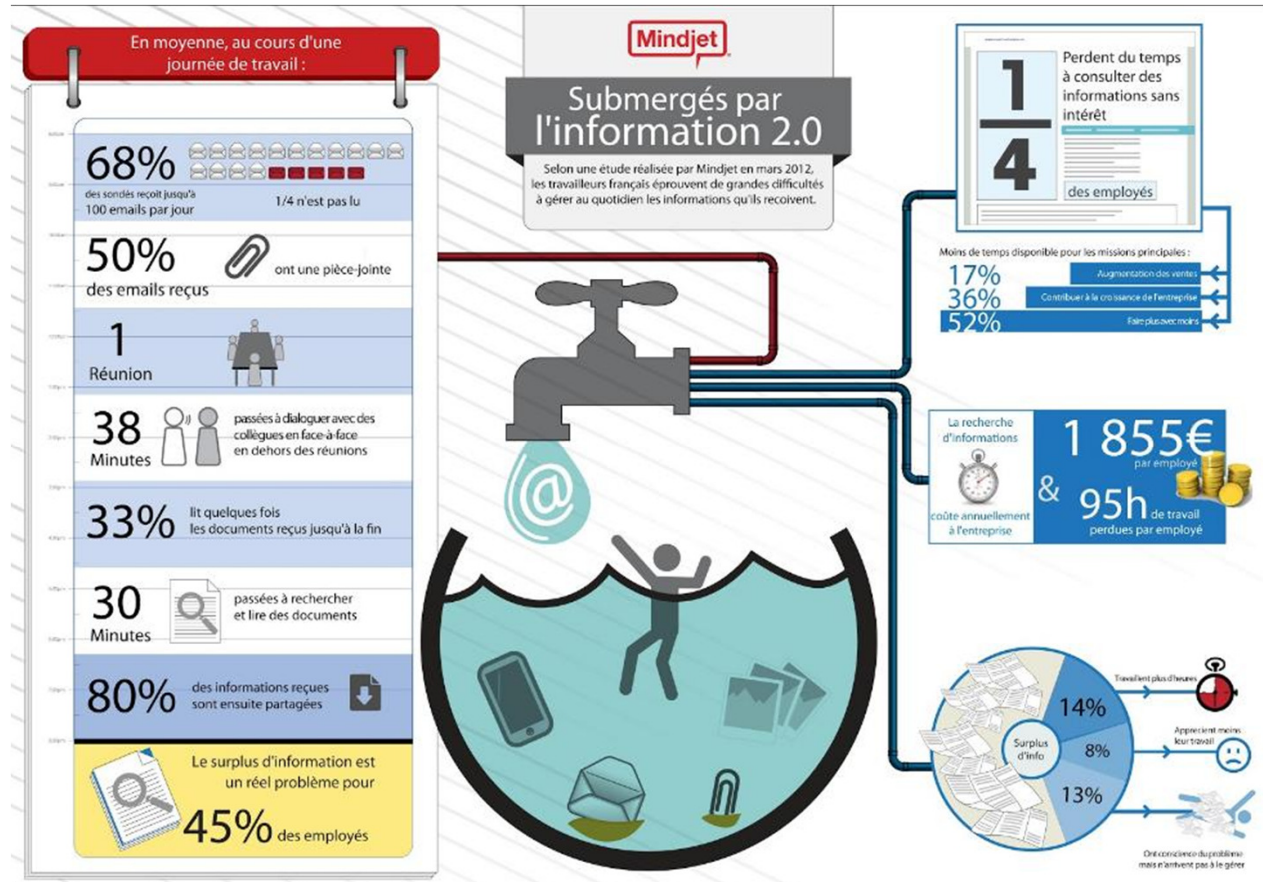
==> Dans les écoles supérieures voire les universités ;

==> Dans les normes ;

==> Dans les priorités des entreprises...

Email et social media

- ❑ En moyenne, un salarié traitait 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 !



© 2013 SpotPink Tous droits réservés. Diffusion & reproduction interdites sans accord préalable.

- Email : le coût pour l'entreprise <http://ow.ly/jFxfR>
- « Inondé sous les e-mails, résistez ! » <http://ow.ly/jFxF3> Editions Hachette Pratique
- Ce fut l'email de trop... par @andrade_valerie <http://ow.ly/k6Eja>

Télétravail, mobilité/mobiquité



1. L'ère de l'ATAWAD

Wherever/Whenever connected, whatever the device

Le smartphone est devenu le centre d'une vie numérique marquée par les principes de l'ATAWAD : bienvenue dans la connectivité et la mobilité !

Le développement conjugué de ces technologies favorise l'explosion des appareils connectés (interconnectés entre eux, reliés à l'Internet) avec lesquels nous communiquons quotidiennement : Terminaux mobiles connectés, Internet embarqué, capteurs, cartes Sim, wifi, cloud computing, GPS, actions codes, NFC, réalité augmentée, reconnaissance visuelle et vocale...

2. L'ère de l'instantanéité

3. L'ère de l'accessibilité

4. L'ère du partage

5. L'ère du feed-back



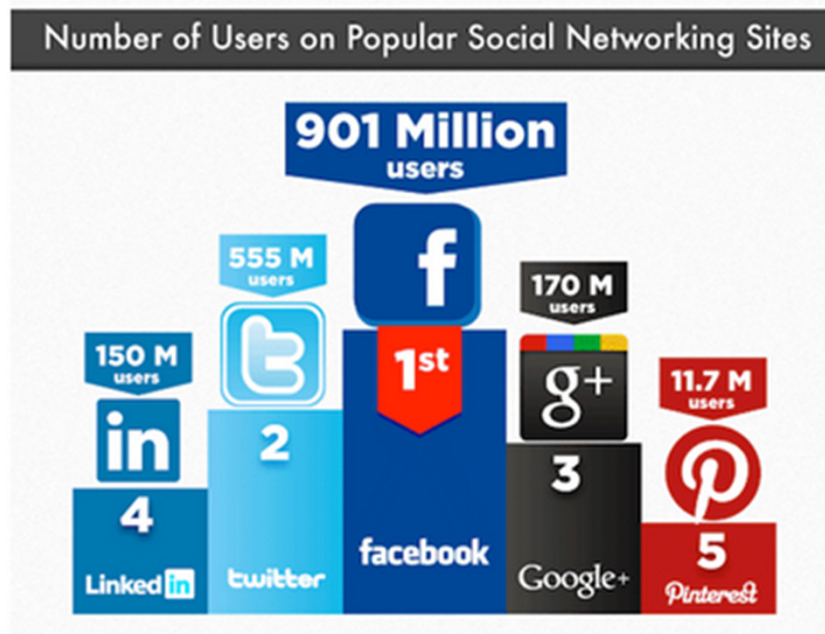
Source :

[Les Français et la dépendance au mobile](#)

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.
Plus de 50 millions de Français sont connectés à 1 ou plusieurs réseaux sociaux en 2012.

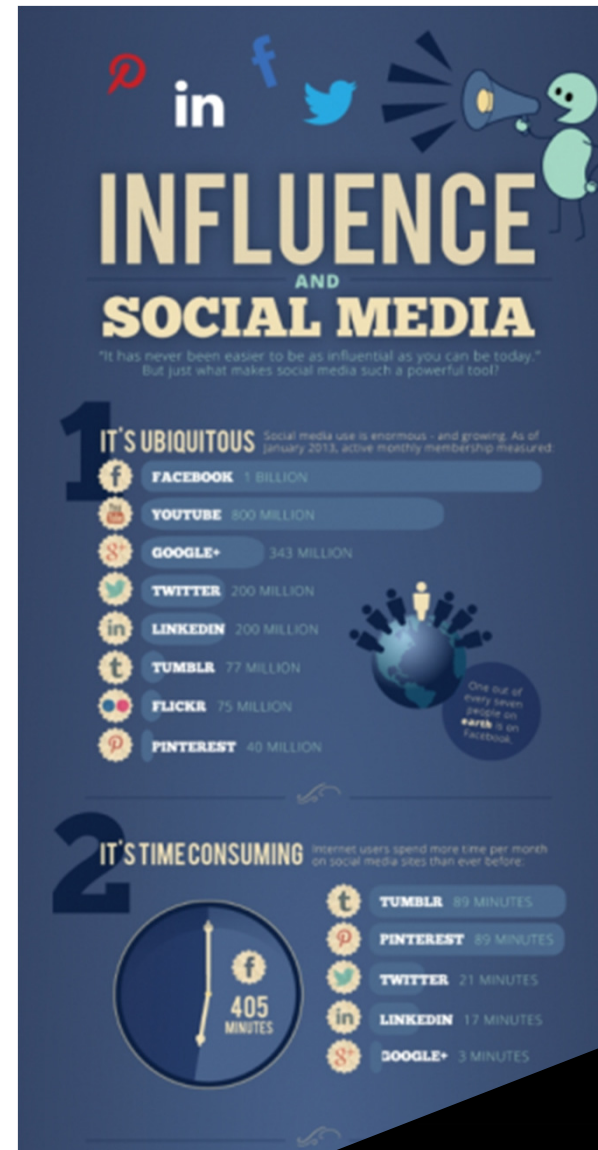
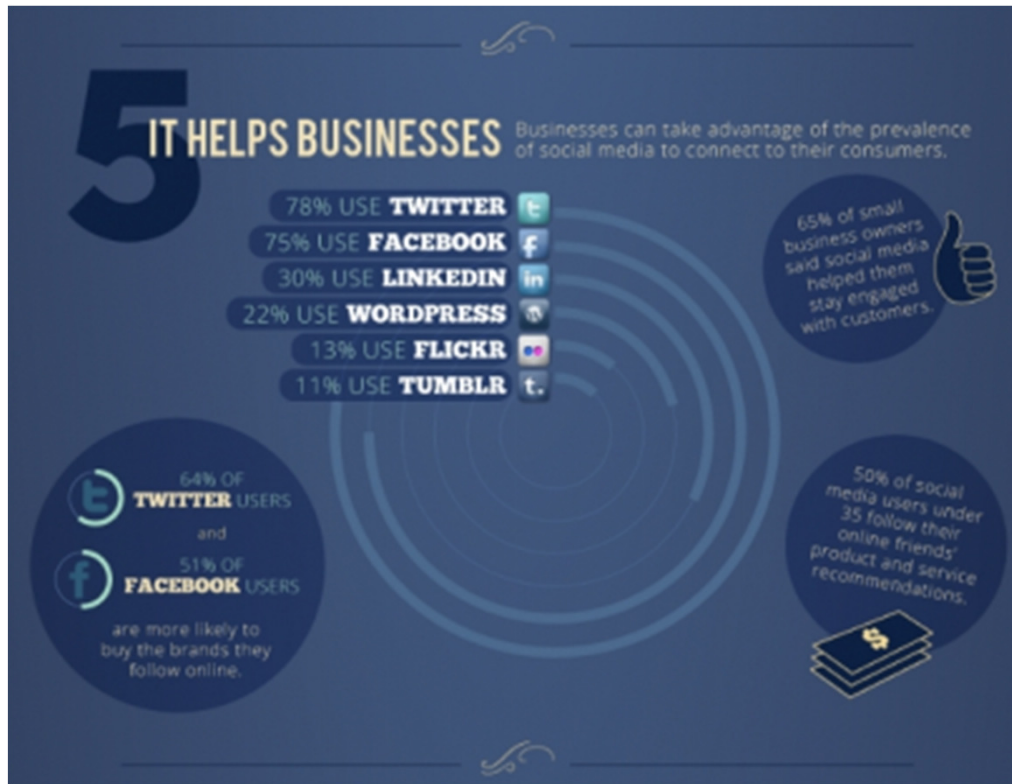
© 2013 SpotPink Tous droits réservés. Diffusion & reproduction interdites sans accord préalable.



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

Panorama des médias sociaux en 2013

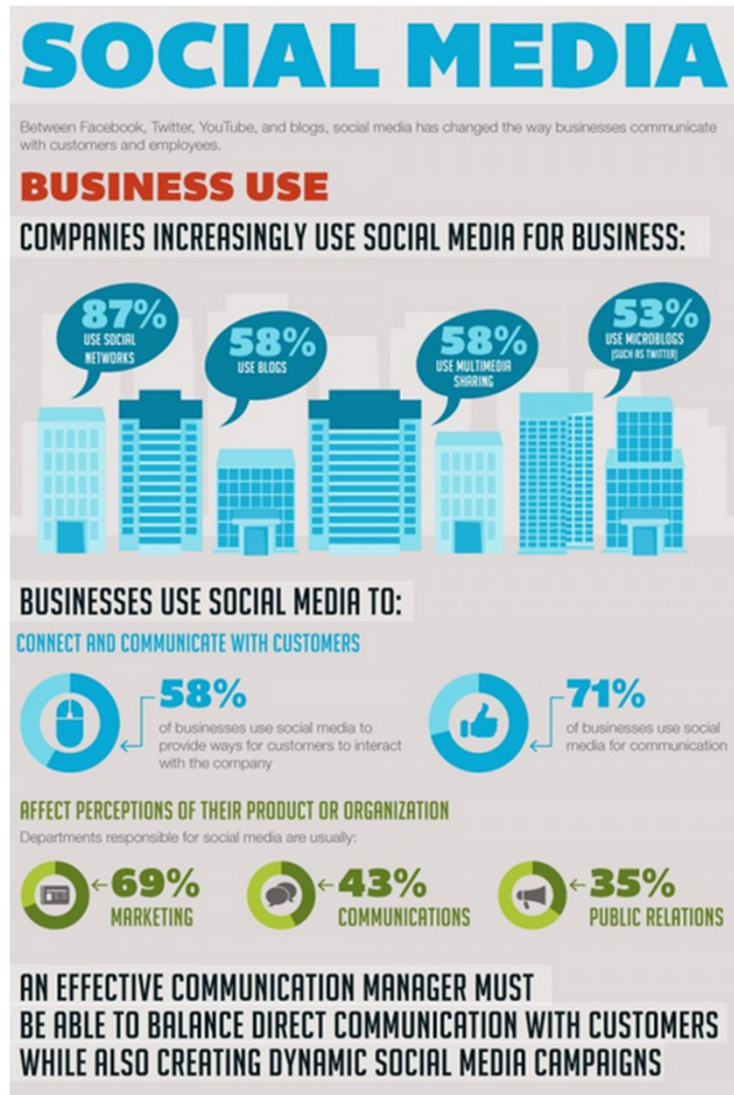
56% des internautes ouvrent Facebook au moins une fois par jour (12% le font toutes les 2 heures)



© 2013 SpotPink Tous droits réservés. Diffusion & reproduction interdites sans accord préalable.

Source : De l'influence des médias sociaux <http://ow.ly/iO2NE>

Médias sociaux : usages des entreprises



En 10 années, les médias sociaux sont à l'origine de nombreux changements qui se sont opérés au sein des entreprises en termes de marketing, service clients, communication interne et externe, pratiques managériales...

Ils ont aussi modifié le rapport au temps, au travail (ses modalités et son sens).

Médias sociaux : usages des entreprises

HOW THE DIGITAL AGE HAS SHAPED COMMUNICATION MANAGEMENT

Communication is at the center of business and is instrumental in accomplishing business goals. With the influx of technology changing the face of business, communication management becomes even more important.

Each year, the world becomes increasingly digitized, and the communication professionals of tomorrow must be prepared for the new landscape.

IN 2012



84%

of U.S. adults went online at least daily



50%

of U.S. adults owned a smartphone



19%

owned tablets

En 2012, l'accès aux médias sociaux se faisait déjà pour, 1 personne sur 2, via un smartphone.

Aux Etats-Unis 84% des adultes se connectaient déjà au moins une fois par jour pour accomplir leurs communications professionnelles en ligne.

© 2013 SpotPink Tous droits réservés. Diffusion & reproduction interdites sans accord préalable.

Source : [How the Digital Age Has Shaped Communication Management \[INFOGRAPHIC\]](#)

SP *Pink*

Panorama des médias sociaux en 2013

- ❑ **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.

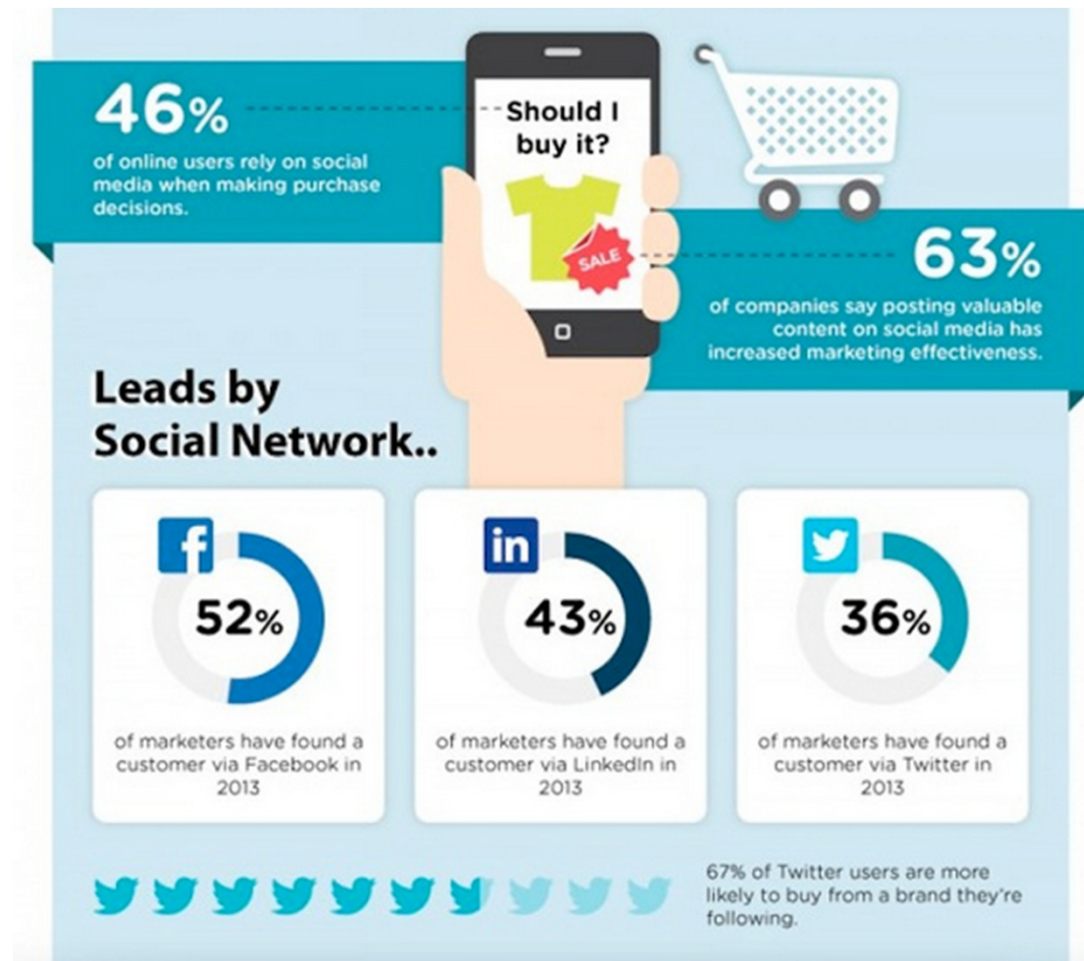


2013 will house some of the biggest growth spurts in digital marketing that we've ever seen. The number of social network users is growing astronomically. There are now over 1 billion smartphone users on the planet and 175,000 new blogs born everyday. It's clear that social, content, and mobile / SMS marketing are a key trio marketers will be focused on in 2013. Here are some fresh statistics to wet your appetite...

Source : Réseaux sociaux, mobiles et brand content: le triptyque du marketing digital en 2013 ow.ly/lZ7Vh

Panorama des médias sociaux en 2013

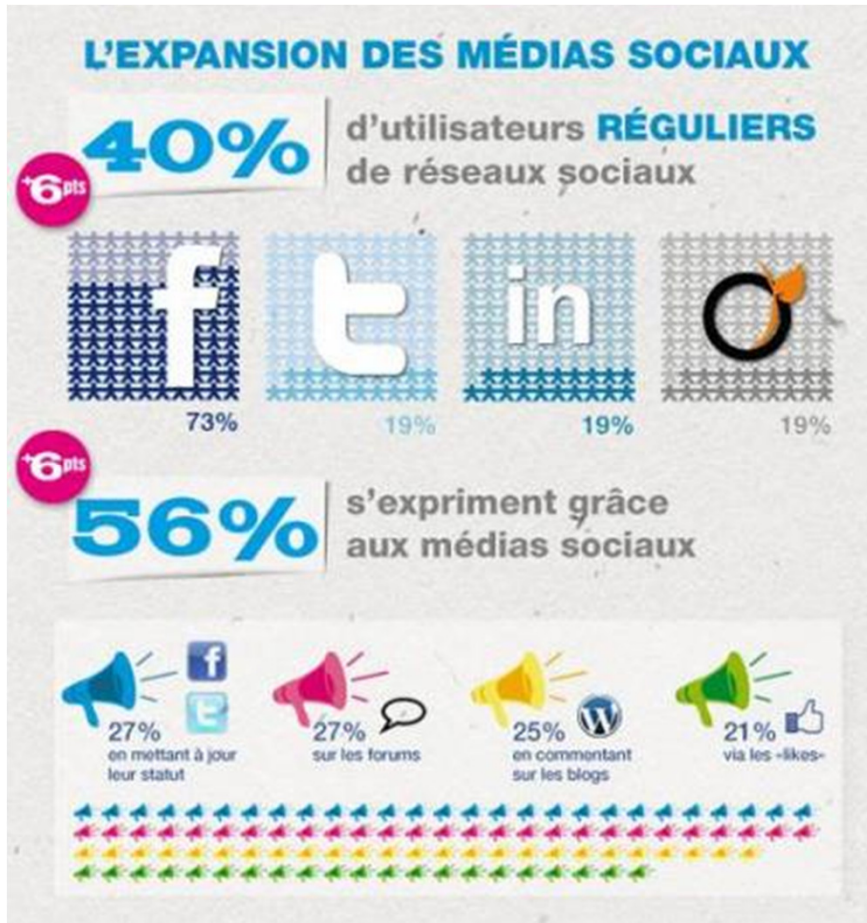
52% des marketeurs ont déjà recruté un client sur Facebook et 36% sur Twitter



© 2013 SpotPink Tous droits réservés. Diffusion & reproduction interdites sans accord préalable.

Source : Réseaux sociaux, mobiles et brand content: le triptyque du marketing digital en 2013 ow.ly/Iz7Vh

La règle des 1 % vs utilisateurs réguliers



Source : [La e-réputation en 5 infographies](#)

Les 2/3 des contenus produits en ligne proviennent de seulement **1%** des **utilisateurs actifs**.

1%

Sur **Internet** :

- **moins de 1 %** de la population contribue de façon proactive
- **9 %** participe occasionnellement de façon opportuniste
- **90 %** des observateurs ne contribuent jamais

En 2012...

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.

In 2012, every MINUTE of every DAY...



100,000

TWEETS WERE SENT



1684,478

POSTS WERE SHARED ON FACEBOOK



2 million

SEARCHES WERE DONE USING GOOGLE



48 hours

OF VIDEO WERE UPLOADED TO YOUTUBE

JOIN THE
Revolution ...

Source : [Infographie] L'année 2012 des réseaux sociaux en chiffres <http://ow.ly/jcJEO>

Source : Infographie : stratégies de présence sur les réseaux sociaux - JDN Média <http://ow.ly/inI5I>



En 2013

- 170 milliards de tweets ont été envoyés depuis le 21 mars 2006.
- Les tweets contenant une image sont deux fois plus partagés que la moyenne.
- 80% des membres utilisent leur mobile pour accéder au service.
- Le prix d'une tendance sponsorisée (globale ?), pendant 24h : 200.000 dollars.
- En moyenne, les membres de Twitter sont suivis par 208 followers.



Source : [Twitter en chiffres - Septembre 2013](#)

En 2013

- 2,3 milliards d'internautes dans le monde
- 41.2 millions d'internautes en France
- 78% des internautes Français utilisent les réseaux sociaux
- 52% ont entre 25 et 35 ans
- 66% se connectent au moins une fois par jour
- Youtube, c'est plus de 1 milliard d'utilisateurs dans le monde
- 4 milliards de vidéos sont visionnées chaque jour
- 100 000 000 internautes utilisent Instagram
- Plus de 5 000 000 de photos sont postées chaque jour sur Instagram
- LinkedIn compte 200 000 000 de membres
- LinkedIn compte 172 800 nouveaux membres par jour
- Twitter, c'est 500 000 000 membres dans le monde
- 175 000 000 de tweets sont créés chaque jour
- 40% des comptes Twitter n'ont jamais tweeté
- Pinterest compte 20 000 000 de membres
- 80% des membres de Pinterest sont des femmes
- Facebook compte 1 060 000 000 utilisateurs dans le monde
- En France, Facebook est utilisé par 26 000 000 de personnes
- En moyenne, un utilisateur Français de Facebook a 177 amis.



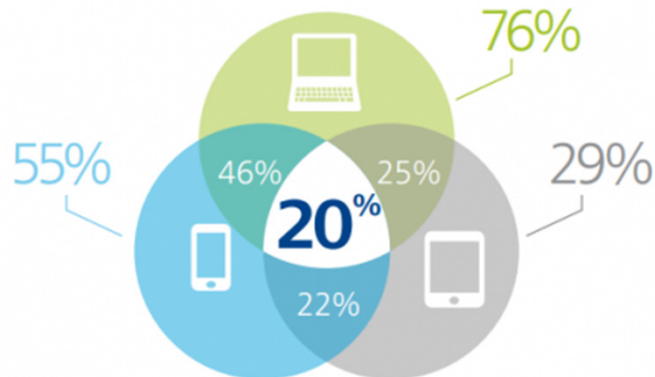
© 2013 SpotPink Tous droits réservés. Diffusion & reproduction interdites sans accord préalable.

Source : [Les chiffres des réseaux sociaux en 2013](#)

Usages digitaux des Français

Les Français cumulent les devices connectés.

Les Français, "Digital Omnivores"



20% des Français disposent à la fois d'un ordinateur portable, d'une tablette et d'un smartphone

#ILOVEMY



Part des Français ne pouvant se passer de leur smartphone



Part des Français ne pouvant se passer de leur tablette

A chaque appareil numérique, ses usages Le Top 3



79%
Surfer sur le web



78%
Rédiger des e-mails



75%
Consulter ou modifier des documents



9%
Télécharger des applications gratuites



8%
Lire des articles de journal



8%
Jouer à des jeux



79%
Envoyer des SMS



75%
Passer des appels téléphoniques



47%
Prendre des photos



59%
Regarder des programmes télévisés



59%
Regarder des films



50%
Regarder des actualités

Étude : les comportements numériques des Français

<http://ow.ly/lvcQE> via Deloitte

Usages professionnels de Twitter

En 2011 : 77% des 100 plus grandes entreprises mondiales ont créé un ou plusieurs comptes Twitter.

© 2013 SpotPink Tous droits réservés. Diffusion & reproduction interdites sans accord préalable.

1. Infos générales et corporate (88%)
2. Service clients en ligne (40%)
3. Offres promotionnelles (2 %)
4. Recrutement (10%)



Twitter : un guide pour un usage professionnel
=> <http://ow.ly/b2uRI>

Contenu détaillé

Tour d'horizon des médias sociaux & Démonstrations



- Viadeo : profil, groupes, conseils
- LinkedIn : profil, groupes, pages, paramètres et conseils d'utilisation
- Twitter : optimiser vos ratios et vos pratiques
- Google + : profils, pages, communautés et conseils d'utilisation
- Facebook : profil, groupes, pages, paramètres de confidentialité/sécurité et conseils d'utilisation
- Les autres : Instagram, Pinterest...

2

Le rôle - la fonction / les enjeux du CM

Rôle - Fonction	Enjeux
Centraliser les informations et coordonner les opérations	Observer / Découvrir / Innover
Surveiller les tendances et concurrents	Ecouter
Produire du contenu	Représenter / Informer / Valoriser / Promouvoir / Créer
Diffuser le contenu	Engager
Mettre à jour ses connaissances et compétences	Détecter
Cibler les communautés, personnes, activités	Vendre
Transmettre ses connaissances et compétences	Fidéliser

© 2013 SpotPink Tous droits réservés. Diffusion & reproduction interdites sans accord préalable.

Contenu détaillé

Outils périphériques



La boîte à outils

- Les outils de tous les jours et incontournables
- Les outils à usage mensuel
- Les outils gratuits
- Les outils payants
- Les outils tabous

4

Contenu détaillé

Focus sur le reporting



- Objectifs du reporting
- Outils, contenu et fréquence du reporting
- Exemples de reporting livrés

5

Les « bons » liens du CM

- ► UNE VERITE SUR LE TEMPS ET LES MARQUES - YouTube <http://ow.ly/oKdAc>
- Les 4 fonctions du Community Manager <http://ow.ly/oHzyK> via @Matymen #CM
- Twitter Teaches You How to Hashtag <http://ow.ly/ovvCQ>
- Comment créer des posts parfaits sur les réseaux sociaux ? <http://ow.ly/otDsC>
- Comment gérer un crise médias sociaux <http://ow.ly/otNHj>
- 15 règles pour un bon usage professionnel des réseaux sociaux <http://ow.ly/otOCg>
- 6 outils de SEO français à connaître : 6 outils de SEO français à connaître - JDN Web & Tech <http://ow.ly/otONo>
- Règles d'or en Ergonomie Web : Toujours le bon choix ? <http://ow.ly/oxCM0>
- Tous les chiffres et statistiques que vous devez connaître sur les 10 plus grands réseaux sociaux du monde <http://ow.ly/oxBZL>
- SpotPink a testé TwExList de @DocteurTweety <http://ow.ly/oAUeT>
- Utiliser Twitter dans une approche B2B <http://ow.ly/lc1mY>
- RH et réseaux sociaux: vers «l'entreprise 2.0» <http://ow.ly/lJ6Nm>
- Google Analytics va lancer une nouvelle fonctionnalité de partage tinyurl.com/n2xraq8
- Quels sites ont attiré le plus d'internautes français en avril 2013 ? | FrenchWeb.fr <http://ow.ly/lJ2Cp>
- Comment les marques perdent de l'argent sur les réseaux sociaux ow.ly/lJ0Pc
- La création de 1000 listes contenant chacune 50000 comptes suivis est désormais possible avec Twitter <http://ow.ly/lJao4>
- 6 Moteurs de recherche sur twitter <http://ow.ly/lJvgR>
- Twitter : les patrons français s'y mettent timidement <http://ow.ly/lXc2l>
- Pour les patrons qui tweetent, Twitter est 1outil de leadership +1espace de liberté <http://ow.ly/lXcUc>
- [Slideshare] Le métier, les compétences et les outils du community management <http://ow.ly/lXwyJ>
- Réseaux sociaux, mobiles et brand content: le triptyque du marketing digital en 2013 <http://ow.ly/lZ7Vh>
- Community Manager - Qui a dit que c'était facile ? | My Community Manager <http://ow.ly/mC1Jz>
- 10 outils utilisés par les Community Managers - JDN Web & Tech <http://ow.ly/mDD8S>
- Pourquoi faire appel à un #community manager? <http://ow.ly/mxiOR>
- Le Community Management en 5 mots ! <http://bit.ly/12cWDay>
- Twitter, le dessous des buzz - DANS LE MONDE - DOC NEWS ow.ly/on2Nw
- Facebook modifie ses CGU pour les jeux concours : Avantages et inconvénients <http://ow.ly/oo6BT>
- Jeux concours Facebook : changement majeur qui affectera tous les #CM <http://ow.ly/opAeN>
- **KysoeBox, pour les optimisations SEO on-site** <http://ow.ly/on9Je>
- **Comment bien répondre à vos détracteurs sur le Web** <http://ow.ly/opDlf>
- **L'importance de LinkedIn dans votre stratégie B2B** <http://ow.ly/oq56f>
- **Comment les marques draguent-elles les blogueurs & est-ce efficace ?** <http://ow.ly/oq5nH>

Les « bons » liens du CM

- Un community manager, ça fait quoi ? Témoignages et fiche métier ow.ly/kkrKC par @BlogModerateur
- [Infographie] Métiers les plus porteurs dans le marketing digital & qualités requises <http://ow.ly/kmYt8>
- Le Community Management en France <http://ow.ly/kn4nR> en Janvier 2011
- Enquête : qui sont les community managers en France en 2011 ? <http://ow.ly/kn9D2>
- Le [Community Management](http://ow.ly/kwFTM) : Interview de @eogez ow.ly/kwFTM
- Demain, le Web aura 20 ans - News High-Tech: Web - tdg.ch ow.ly/kws9V
- Les outils du community manager ow.ly/kwqpG
- Tuto : comment créer une newsletter automatique avec Mailchimp ow.ly/kwqyi
- Comment le Community Manager peut-il détecter ses ambassadeurs ? <http://ow.ly/kx0IU>
- Réseaux sociaux : plus belle la vie... partagée ? - France Info <http://ow.ly/kuWn9>
- Guide des médias sociaux (conseils & sensibilisation) <http://ow.ly/kBk17>
- Clichés : les utilisateurs types des différents réseaux sociaux <http://ow.ly/kD3bp>
- [Infographie] Quels sont les métiers les plus porteurs dans le #marketing digital? <http://ow.ly/ki5Bw>
- Étude : comment les entreprises utilisent Twitter ? <http://ow.ly/kD3uW>
- Infographie - Les internautes passent 22,5% de leur temps sur les réseaux sociaux <http://ow.ly/kBVUY>
- Les femmes et les médias sociaux [INFOGRAPHIE] <http://ow.ly/kBREd>
- Usages et pratiques de Twitter en France (infographie) <http://ow.ly/kD48S>
- Empêcher le vol de contenu sur votre blog (5 techniques) <http://ow.ly/kD64g>
- Facebook : Comment optimiser ses posts sur sa page fans <http://ow.ly/kD6fT>
- La fin du mail, l'exemple des #RH de Suez Environnement <http://ow.ly/ktSgt> via @fcharles
- Chiffres infographie: il était 1fois 1jour sur Internet & les médias sociaux <http://ow.ly/kNodK>
- Oubliez les médias sociaux, pensez Digital Marketing <http://ow.ly/kVEgN> par @cdeniaud
- Téléchargez > la cartographie des grandes transformations du travail à l'ère du numérique <http://ow.ly/kW9Ji>
- Téléchargez - RP et déontologie : le numérique nous impose-t-il de nouvelles règles ? <http://ow.ly/kYhLa>
- Le vocabulaire du web <http://ow.ly/lc3F4>
- Étude : comment les entreprises utilisent Twitter ? <http://ow.ly/lc38e>
- Petit historique de l'e-réputation 2000 – 2013 ow.ly/lc2cR
- Comment gérer votre page Google Plus professionnelle ? <http://ow.ly/lqrBz>
- Étude : les comportements numériques des Français <http://ow.ly/lvcQE>
- Community Management : une stratégie sociale pour humaniser votre marque ! <http://ow.ly/lzB8y>
- InfluencePanel, repérer les influenceurs secteur par secteur <http://ow.ly/ly5p9>

Les « bons » liens du CM

- 10 Qualities of an Effective Community Manager <http://t.co/qM1Swr6f>
- Comment le Community Manager peut-il s'adapter à la stratégie marketing globale ? <http://t.co/wl3wUTwo>
- Comment légitimer la prise de parole du Community Manager ? <http://t.co/7ioFv2QB>
- Community Management Conseils: Comment définir son public cible ? <http://t.co/qvXVyPn7>
- Community Managers : Pourquoi les internautes aiment-ils vous pourrir la vie <http://t.co/lv0yuTJE>
- La checklist du community manager <http://t.co/C7XlGjC9>
- La checklist du community manager par @modérateur <http://ow.ly/dFXfS>
- Les 10 outils qui simplifient la vie du community manager <http://t.co/1yrtM5Qt>
- Les 22 applications mobiles pour être un Community Manager idéal <http://t.co/kySdirYk>
- 4 conseils trop souvent oubliés pour être un Community Manager complet et efficace <http://t.co/Nf30D4Pw>
- CM ne t'endors pas : la 1ère communauté à animer est celle de ton entreprise <http://t.co/3Eli6UY5>
- [Etude 2012] Le travail du Community Manager en France <http://t.co/OPWNs6y6>
- 10 Things You Should Never Say to a Community Manager <http://t.co/Bdgh3CuY>
- 30 raisons de ne pas être ami avec un Community Manager <http://t.co/BFwh6wK>
- Darwinisme social-media : comment le Community Manager peut-il s'adapter à la mobilité? <http://t.co/vHsMeHUJ>
- Étude : comment les entreprises gèrent leur(s) community manager(s) <http://t.co/oppicOaP>
- 10 Pages Facebook à suivre à la rentrée pour tout connaître en Community Management et Médias Sociaux <http://t.co/jfQLfx24>
- Le **Community Manager** français VS le Community Manager américain <http://t.co/g1ygFiUk>
- La veille en mobilité « Veille sur Internet : nouveaux usages » <http://t.co/lLJbewhV>
- Les 30 plugins les plus populaires de WordPress <http://t.co/ttGXBteq>
- Tips for Falling in Love with Your Blog All Over Again <http://t.co/YWWNiPxn>
- The most popular applications in the category Blogs <http://t.co/l0Bnyron>
- Plan de veille multi-canal médias sociaux <http://t.co/NhA3zaQq>
- Top 10 meilleurs plugins WordPress <http://t.co/0jT2ttNW>
- Why brands should consider outsourcing their community management <http://t.co/c5M6Y9tW>
- Comment le Community Manager peut-il récompenser sa communauté? <http://t.co/6wNTclMx>
- Soyez prêt pour votre prochaine crise sur Internet <http://t.co/ujzpVd4YCA>
- Comment le CM peut-il exploiter les richesses de sa communauté? <http://t.co/FMPOPWsv>
- Pourquoi les community managers vont conquérir le web <http://t.co/z8DBm1Hk>
- Radarly : un outil pour gérer l'e-reputation et le community management d'une marque <http://t.co/EkfsLeH9>
- Je suis Community Manager et... je ne suis (toujours) pas (du tout) aidée ! <http://ow.ly/k4wkY>

Source : <http://is.gd/Ajr5w1>