



Le dress code de votre stratégie

communication marketing publicité médias sociaux

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



Un nouveau type d'agence délivrant des services externalisés

www.spotpink.com

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>

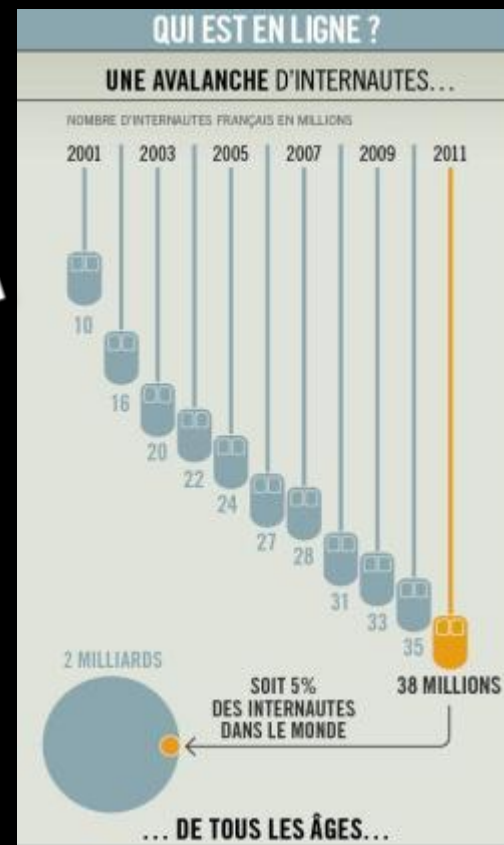
7 milliards de personnes dans le monde

2,1 milliards d'internautes dans le monde dont 23% en Europe

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

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

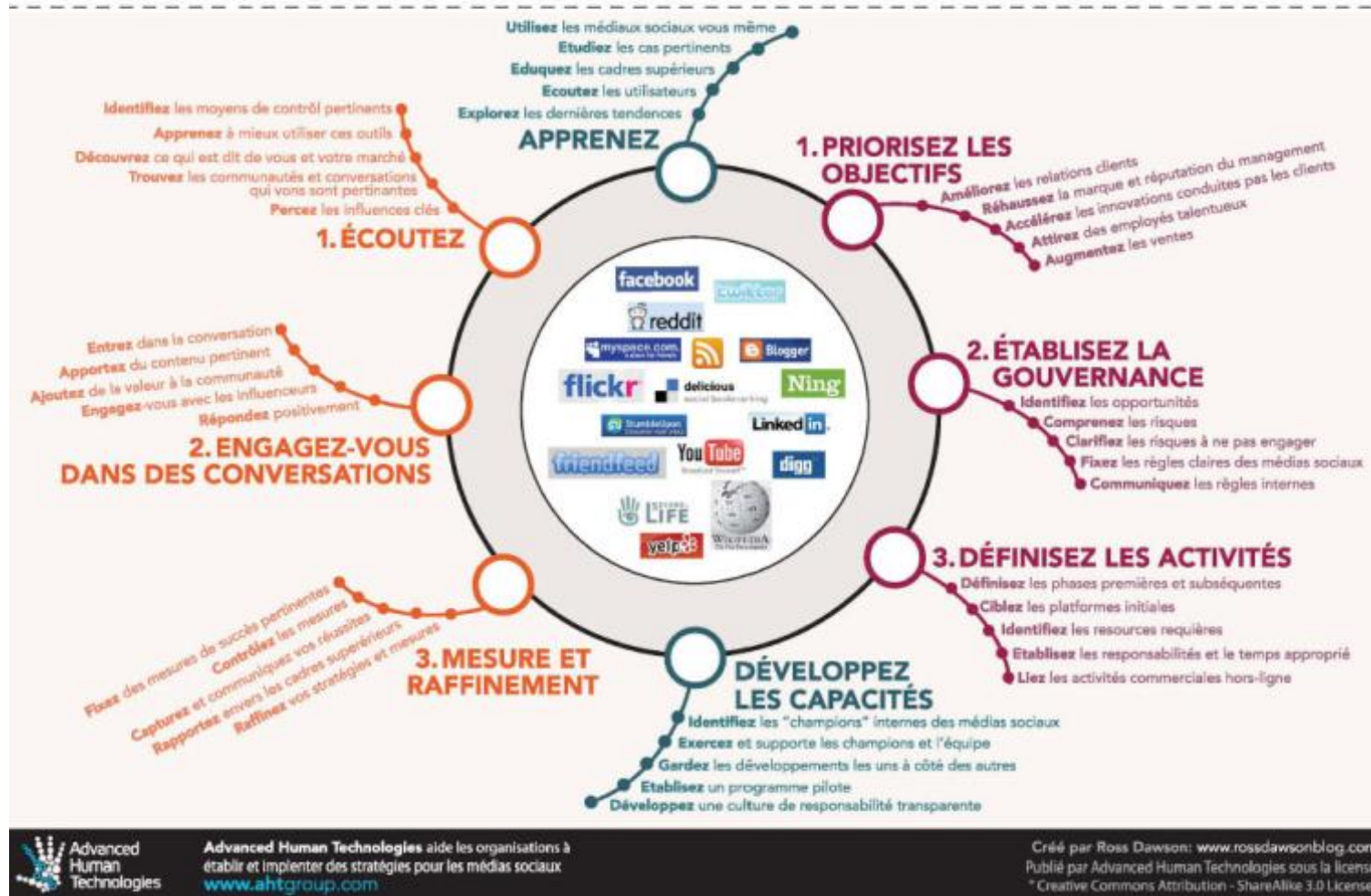
+ de 465 millions de comptes Twitter dans le monde et



> 1 milliard
d'utilisateurs de réseaux sociaux

Pas de médias sociaux sans plan !

Plan Stratégique des médias sociaux Beta version 2



Advanced Human Technologies aide les organisations à établir et implémenter des stratégies pour les médias sociaux
www.ahtgroup.com

Créé par Ross Dawson: www.rossdawsonblog.com
Publié par Advanced Human Technologies sous la licence
* Creative Commons Attribution - ShareAlike 3.0 License*

Plan stratégique réseaux sociaux <http://ow.ly/fZLW6> via @netpublic

En route vers l'inbound !

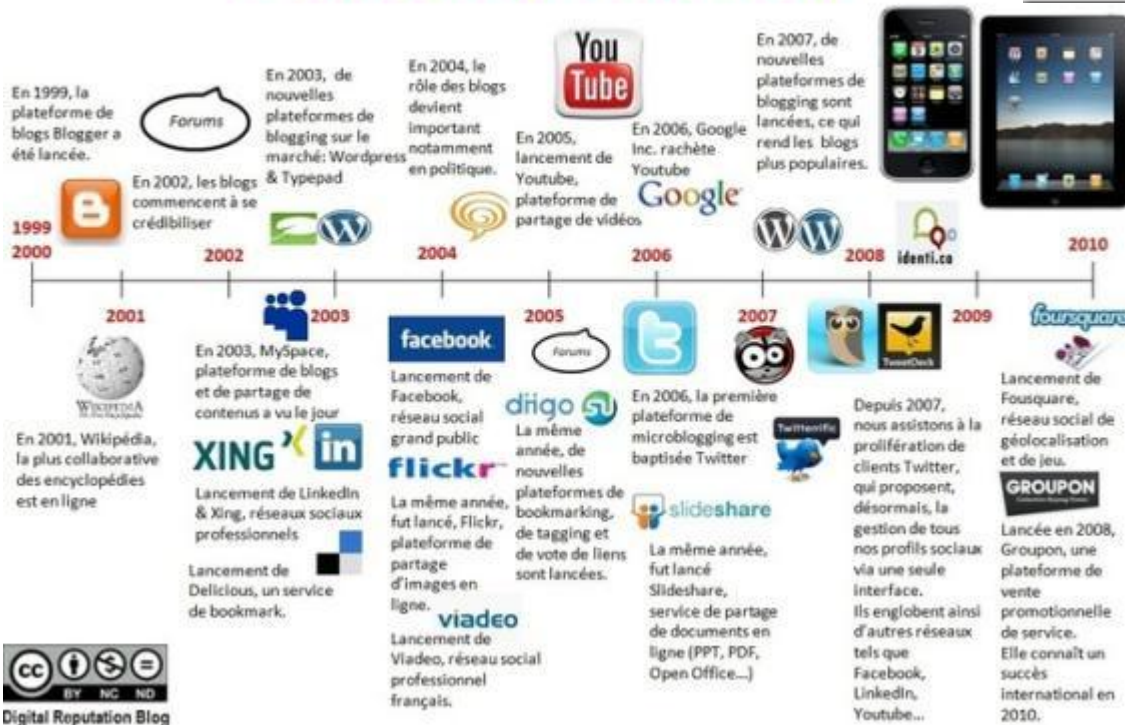
L'email créé en 1971 par Ray Tomlinson est aujourd'hui une pratique marketing « has been »

Communication, Marketing et Publicité sont, à l'heure du digital, des métiers qui connaissent une véritable révolution !



Source : <http://ow.ly/fLMEQ>

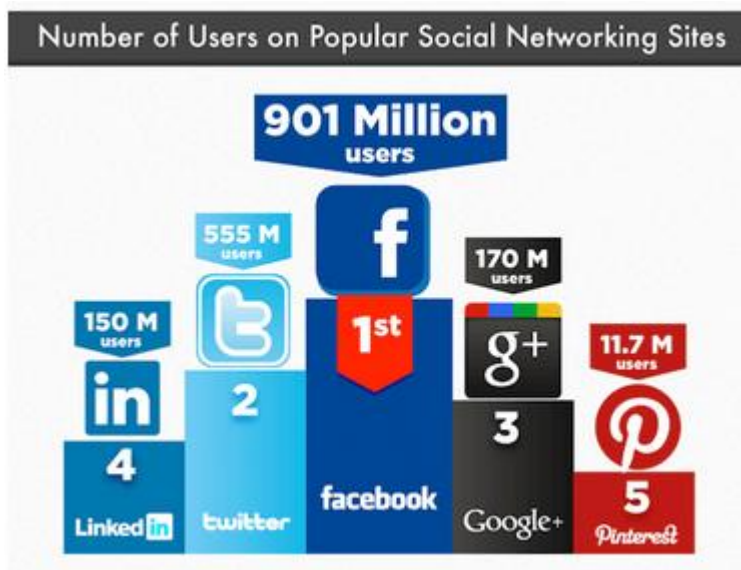
Le Web Social de 2000 à 2010



Et en 2013 ?

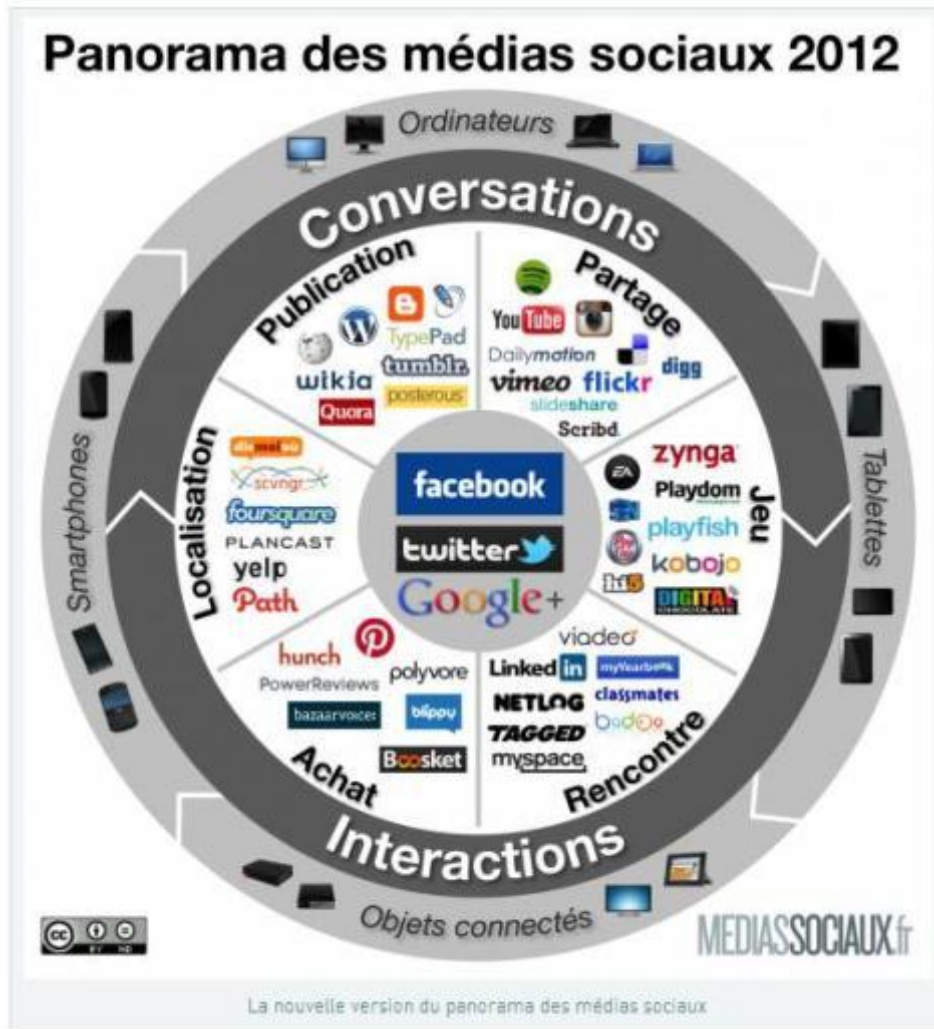
Chiffres clés & nombre de visites par mois

Les membres de Facebook passent en moyenne 405 minutes par mois sur le réseau et 63% ont entre 13 et 34 ans. Sur Twitter, le temps passé en moyenne par mois descend à 89 minutes et 57% ont entre 26 et 44 ans. Google apparaît, quant à lui, comme le plus mauvais élève en la matière, avec seulement 3 minutes enregistrées par mois. Pinterest attire davantage de femmes (68,2%) tandis que Google séduirait, pour sa part, plus les hommes (63%)



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

Panorama des médias sociaux en 2012



- ❑ **77% des internautes français** sont quotidiennement sur un réseau social
- ❑ **57% des internautes** parlent plus sur un réseau social que dans la vraie vie
- ❑ Un internaute français est en moyenne **membre de 2.8 réseaux sociaux**
- ❑ **7.25 heures passées par mois** sur les réseaux sociaux par les internautes européens (Oct. 2011)
- ❑ **38% des internautes** se connectent via un smartphone (Sept. 2011)

Sources :

- Panorama des médias sociaux 2012 <http://ow.ly/9bR9K>
- 40 chiffres-clés Social Media pour 2012 <http://ow.ly/9hI9I>
- Social media around the world 2011 <http://ow.ly/9j4Tf> (Sept 2011)

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



Source : [PR Daily](#) | [Michael Sebastian](#) | 20/06/2011

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



=> 405 minutes par mois en moyenne consacrées
Infographie : Le temps passé sur les réseaux sociaux en forte augmentation <http://ow.ly/fLCqX>

Des Médias Sociaux : pourquoi faire ?



Source : www.techeblog.com

Des Médias Sociaux : pourquoi faire ?



Source : www.techeblog.com

Des Médias Sociaux : pourquoi faire ?



Source : www.techeblog.com

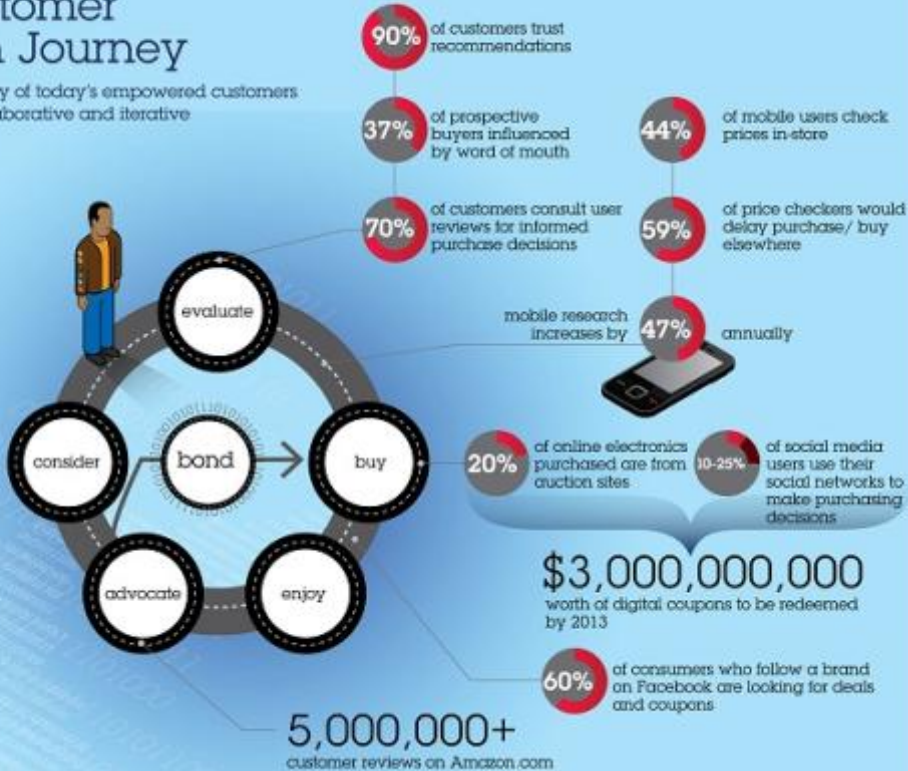
The digital revolution : are you in ?

McKinsey's Chief Marketing & Sales Officer Forum

Are you ready for the digital revolution?

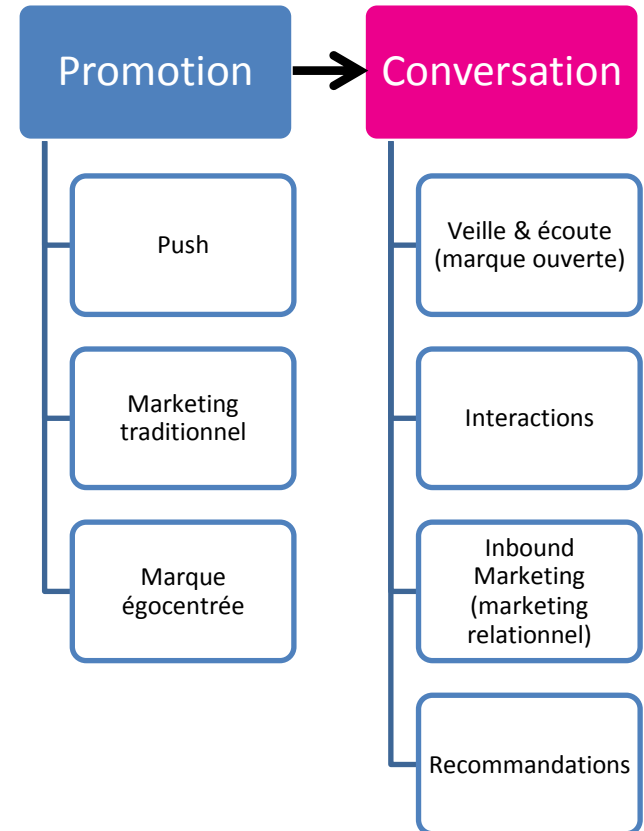
The Customer Decision Journey

The decision journey of today's empowered customers is increasingly collaborative and iterative



Source : <http://ow.ly/fLKZn>

Le consomm'Acteur / Citoyen 2.0 est né...



Are You IN ?



Les apports d'une charte sur les réseaux sociaux

ANTICIPER

RÉGULER

RÉAGIR

ENGENDRER

- Se prémunir contre les attaques.
- Se doter de règles protectrices.
- Rebondir lors de situations de crise.
- Se créer des opportunités.
- Créer de la valeur.

SpotPink en un slide



INFOGRAPHIC:

HOW ENGAGED IS YOUR BRAND?

7 out of 10 marketers have little understanding of social media conversations surrounding their brands

Alterian's 8th annual survey of marketers indicates that although digital marketing expenditures are set to increase in 2011, engagement levels and analytical competency are still limited.

Here are some of the highlights of the survey (1,462 people surveyed).



UNDERSTANDING SOCIAL MEDIA BUZZ

What level of **understanding** do you have about the **social media** conversations happening around your brand or that of your clients?

None	2.65%
Very little	28.78%
We're using a few ad-hoc tools	38.59%
We're reporting regularly to management	30.01%



70% of those surveyed are not reporting regularly to management regarding the social media conversations happening around their brand.

[Source : Alterian Annual Survey: How Engaged is Your Brand?](#)

Are You OUT ?

Un territoire presque infini...

et paradoxalement un lieu dans lequel tout (le monde) :

- se (re)trouve
- Se (re)connait
- Se (re)commande



Ça ? C'est la jungle du web

Les risques de ne pas y être (extrait) :

- 👎 Le doute dans l'esprit des prospects (voire la méfiance).
- 👎 Véhiculer l'image d'une marque inaccessible, distante et/ou non moderne.
- 👎 Ignorer ce que l'on pense et dit de votre marque/entreprise/produit-service.
- 👎 La plus grande difficulté à rester compétitif.
- 👎 La difficulté à recruter et/ou à fidéliser (risque de perte de talents).
- 👎 La démotivation de vos salariés ou à défaut une insuffisance d'engagement (sentiment d'appartenance développer à l'extérieur de votre entreprise).
- 👎 La non perception des dernières tendances de votre secteur/marché.

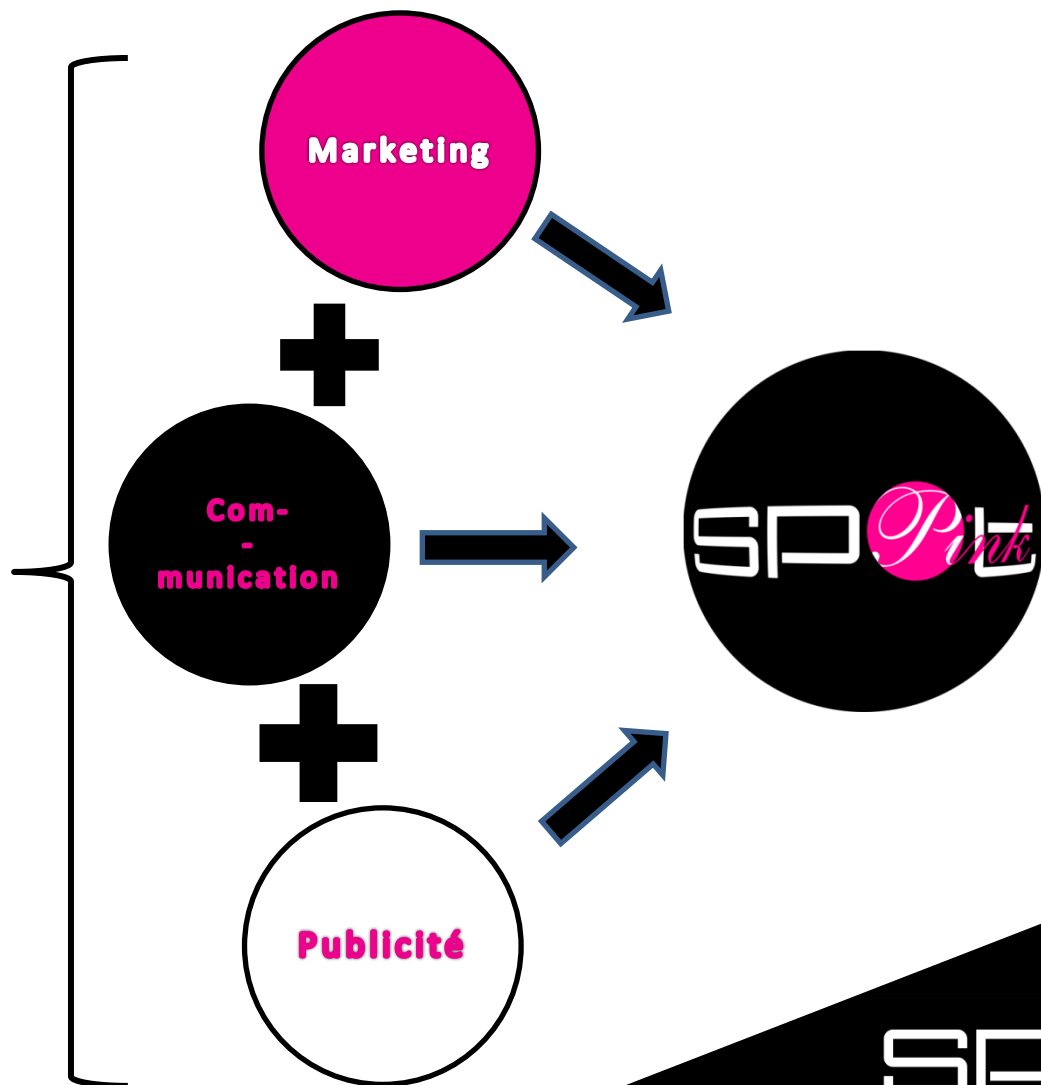
SpotPink en un slide

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

Acteurs de
l'écosystème de
la gestion des
ressources
humaines

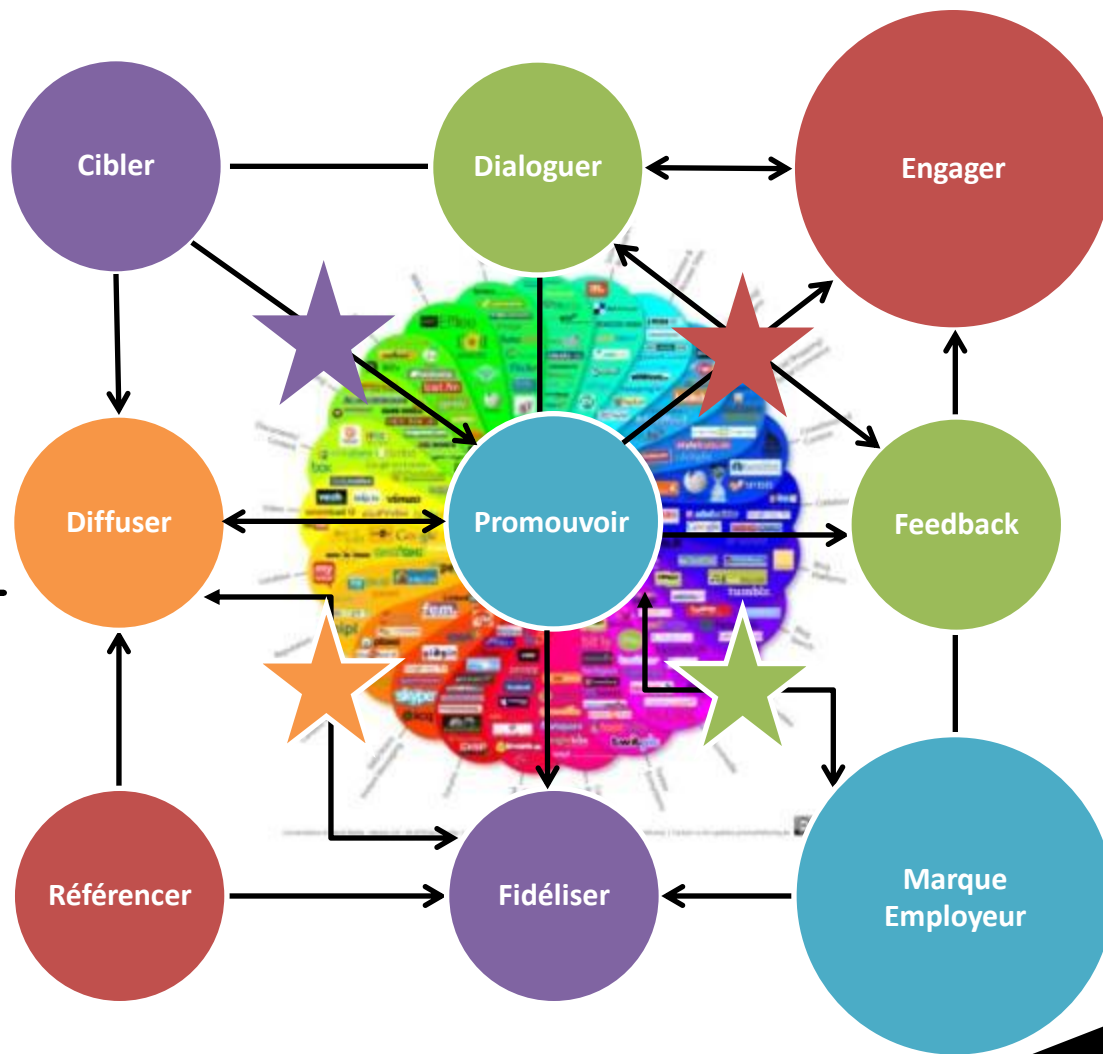
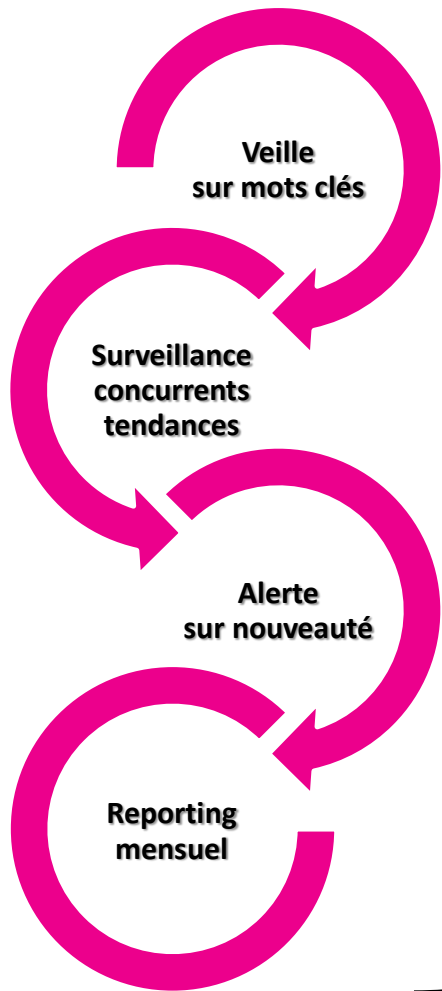
Muti-
Canal

...and NEVER SPAM!








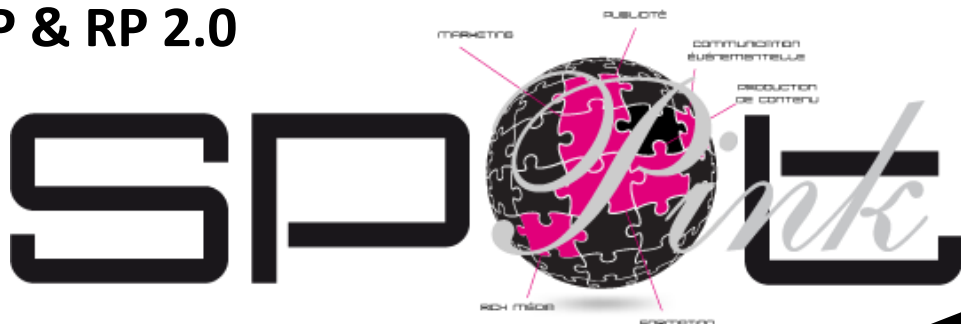
L'agence et les médias sociaux

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



Des services externalisés et des prestations adaptées à vos besoins



Focus sur la 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 96 67 17
06 50 96 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
- Zineb Marouf
président de l'Observatoire des réseaux
sociaux d'entreprise

Publié en septembre 2012 par



www.atramenta.net

Näsilänkatu 3 B 5D - 33210 Tampere - FINLANDE



ISBN : 978-952-273-064-0

Imprimé en France chez un imprimeur certifié Imprim'Vert



14,90 €

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>



Prestations de l'agence

le dress code de votre stratégie communication publicité médias sociaux



Prestations (extrait) & grille tarifaire

Tarifs applicables en : septembre 12

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 2000 €HT et 3800 €HT par mois
Selon la nature des prestations et le nombre de jours par mois	4.5j par mois max. pour 2000 €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	A partir de 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 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	1200 600 450 450
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

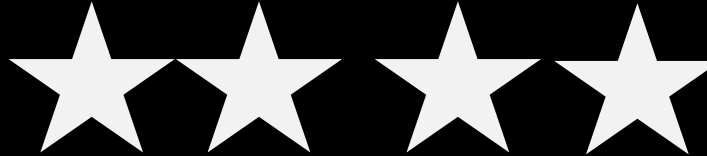
© SpotPink

SARL 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 - 09.81.26.67.17 - 06.50.86.29.33.

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



SpotPink : audience



Twitter @caroleblancot : 5338

<https://twitter.com/caroleblancot>

Twitter @spotpink : 1710

<https://twitter.com/SpotPink>



Viadeo contacts : 2751

<http://bit.ly/TkcpGp>

Viadeo groupe : 1011

<http://bit.ly/OPOgM8>



Linkedin contacts : 1080

<http://linkd.in/aAj5hg>

Linkedin groupe : 465

<http://linkd.in/TkbTze>



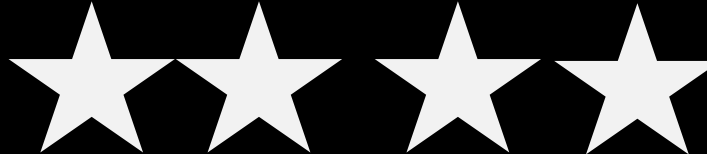
Page facebook (fans) : 542

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



G+ contacts : 944

<http://bit.ly/zquCAM>



Blogs

www.gestionpaiegrhquichoisir.com

- du 01/01/2011 au 31/12/2011 :

Visites: **77,907**

Pages vues: **111,177**

Visiteurs uniques: **61,605**

- du 01/01/2012 au 20/12/2012 :

Visites: **71,826**

Pages vues: **107,977**

Visiteurs uniques: **59,357**

- 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

- du 01/09/2011 au 30/09/2012 :

Visites: **3,565**

Pages vues: **5,892**

Visiteurs uniques: **2,555**

Salles de presse :

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

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



Une newsletter mensuelle (5.000 abonnés par email) :

- RH SIRH GRH Paie & Co.: l'actualité du blog en **Décembre** 2012 <http://eepurl.com/rIHxb>
- RH SIRH GRH Paie & Co.: l'actualité du blog en **Novembre** 2012 <http://eepurl.com/qtLsz>
- RH SIRH GRH Paie & Co.: l'actualité du blog en **Octobre** 2012 <http://eepurl.com/pvMLv>
- RH SIRH GRH Paie & Co.: l'actualité du blog en **Septembre** 2012 <http://bit.ly/UsWknF>
- RH SIRH GRH Paie & Co.: l'actualité du blog en **Août** 2012 <http://ow.ly/dgcam>
- RH SIRH GRH Paie & Co.: l'actualité du blog en **Juillet** 2012 <http://ow.ly/dgcmp>

SpotPink : références et réalisations

Références (Extrait)



Réalisations (Exemples)



Un bulletin de paie dématérialisé ?
Mais pourquoi faire !



Innovations RH - Recherche d'emploi & Médias Sociaux

Présentation par : Carole BLANCO, Directrice Conseil, SpotPink
Date : 09/03/2012 (14h - 16h)
Lieu : CIFFOP - 33 rue Bouquet 75007 Paris

www.spotpink.com

Pourquoi et comment ADP France utilise les médias sociaux



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 de l'ouvrage "Communication de crise à l'heure des médias sociaux"](#)



[@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 81 26 67 17

www.spotpink.com





Le dress code de votre stratégie

communication marketing publicité médias sociaux

81 boulevard St Michel 75005 Paris

contact@spotpink.com

Mobile: 06 50 86 29 33

Fixe : 09 81 26 67 17

Site : www.spotpink.com

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