

The persuaders

Les médias sociaux en 2010

Notre mission

Conseiller les entreprises au **niveau stratégique et opérationnel** sur la mise en place de démarches sociales, participatives en interne / externe/

Conseiller les décisionnaires

Sur les stratégies, les démarches et les outils à mettre en place

Coordonner les processus

Les nouvelles technologies et les usages autour des métiers qui composent l'écosystème de l'entreprise

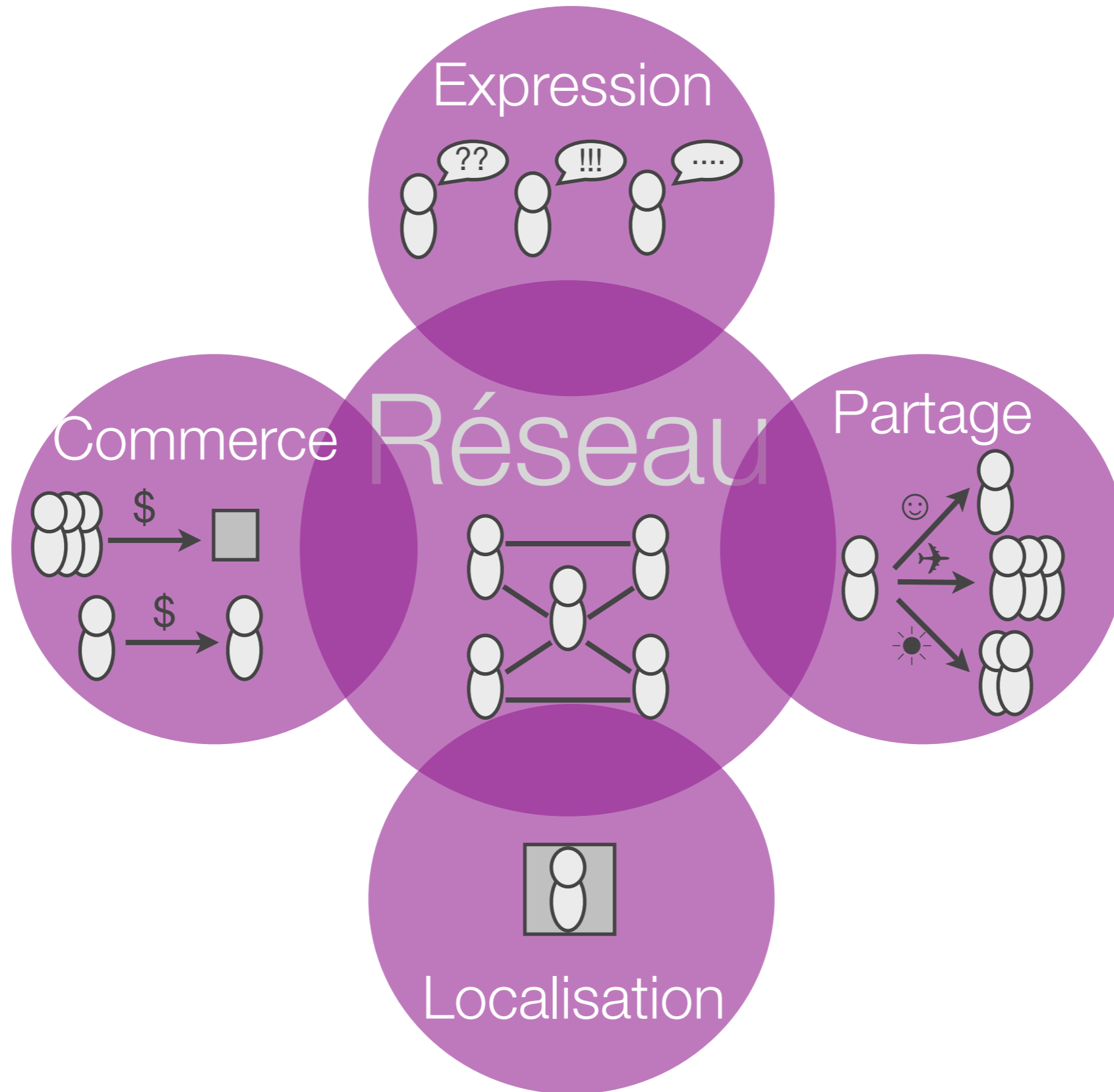
Assurer la montée en compétence

Des équipes internes et des partenaires (agences et prestataires) pour atteindre les objectifs métiers de l'entreprise

Définir et superviser

La mise en place des indicateurs de performance et analyser les résultats pour optimiser la démarche

Les 5 piliers des médias sociaux



Des outils nombreux...



QUELLES SONT LES TENDANCES ?

↑
INTERNET

A photograph of a paved surface, likely asphalt, with the word "INTERNET" and an upward-pointing arrow painted in white. The arrow is positioned above the word. In the bottom left corner, the tip of a green shoe is visible, suggesting the person is standing on the pavement. The overall scene is captured from a high angle, looking down at the pavement.

Tendance 1 : Avènement des médias sociaux

Toujours plus de monde



Tendance 1 : Avènement des médias sociaux

Toujours plus de monde

Médias sociaux

57% des internautes ont un «usage 2.0» d'Internet (consultation blogs, réseaux, forums...)

Facebook

573 millions d'utilisateurs dans le monde dont 20 millions en France

Youtube

2 milliards de vidéos vues chaque mois et 36 heures de vidéos uploadées chaque minute

Blogs

126 millions de blogs et 33 millions de Français consultent au moins un blog par mois

Twitter

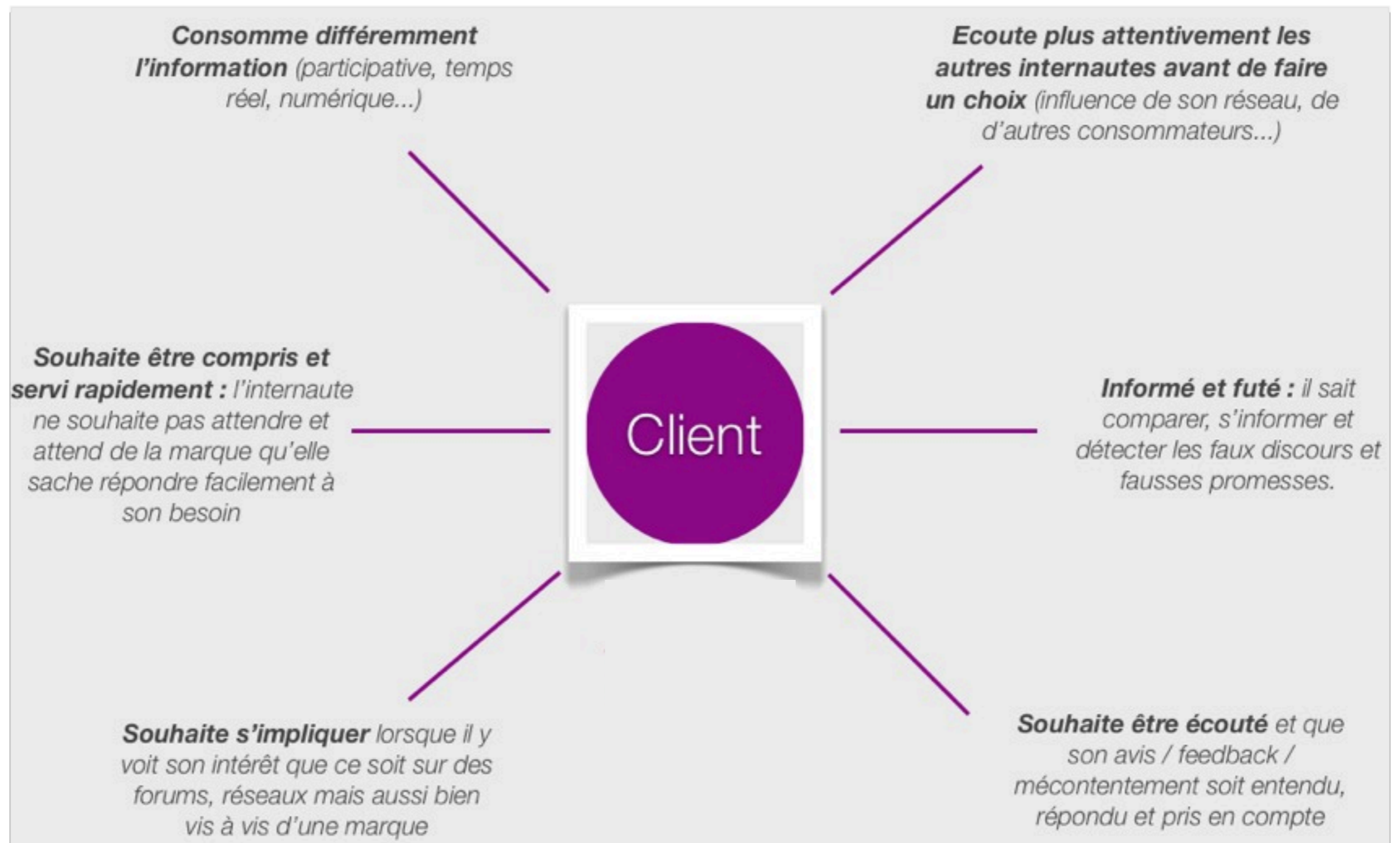
25 milliards de tweets diffusés en 2010... mais seulement 300 000 inscrits en France

Avis / Influence

60% des internautes déclarent être influencés par Internet (avis, ...)

Tendance 2 : Un client qui change

Toujours plus d'attentes



Tendance 3 : l'Attention Marketing

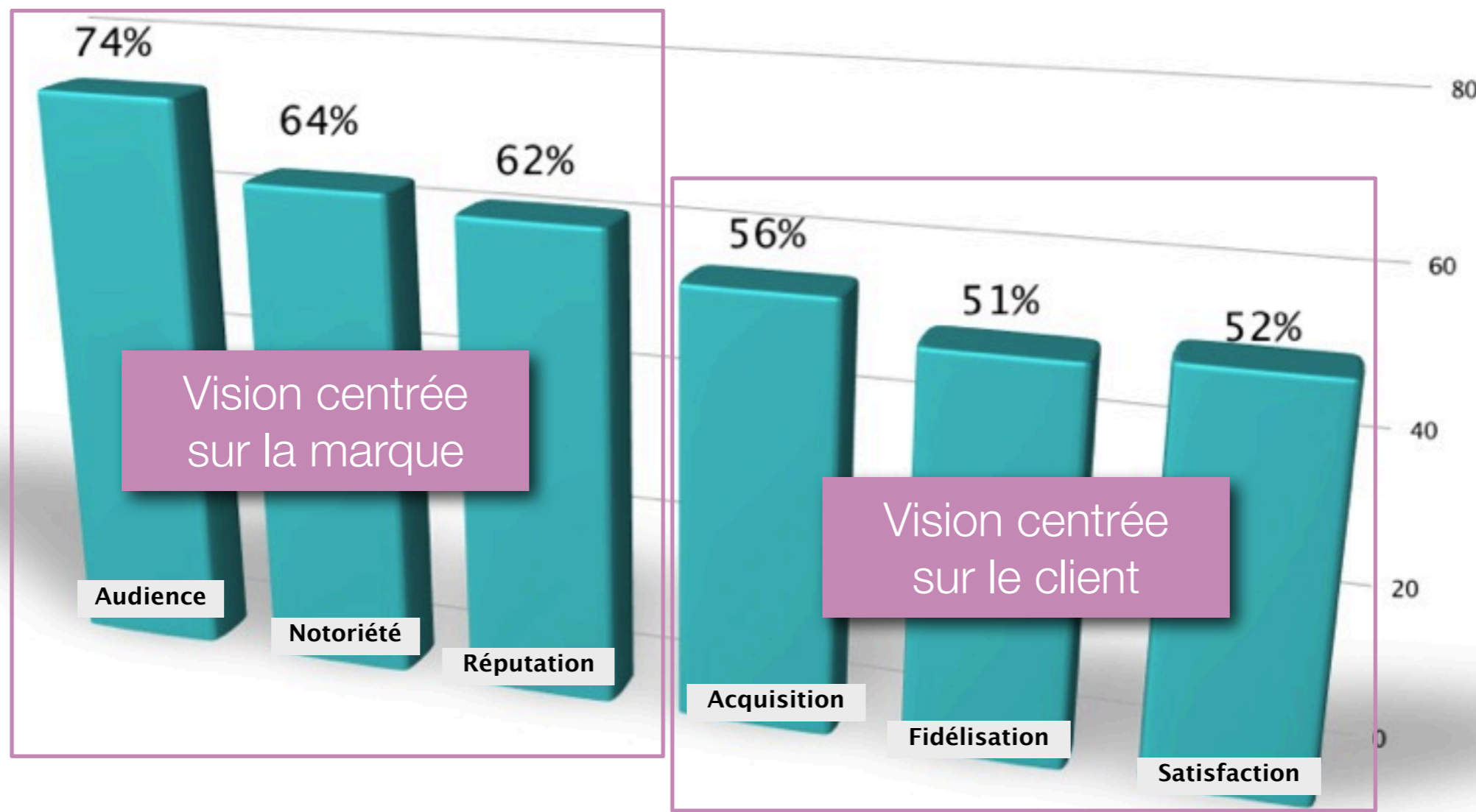
Toujours plus d'entreprises



Tendance 3 : l'Attention Marketing

Toujours plus d'entreprises

Principaux objectifs recherchés par les marques sur les médias sociaux



Tendance 4 : Pas d'Intention Marketing

Média > Social



Tendance 4 : Pas d'Intention Marketing

Média > Social

Stratégie ?

81% des entreprises ne disposent pas de stratégie claire sur les médias sociaux

Se tenir prêt ?

86% des entreprises ne savent pas quoi faire en cas de retour / avis négatif voire de crise

Echange ?

96% des opérationnels ne partagent pas leur expérience au sein de l'entreprise

Comprendre ?

44% des responsables de marques comptent sur leur conjoint(e) / enfant(s) pour se former aux médias sociaux

Et si on se posait les bonnes questions ?



change

The Persuaders SAS



Cabinet conseil Internet:

The Persuaders
12 rue Vivienne.
75002, Paris.

<http://www.thepersuaders.fr>

Contact:

Cédric DENIAUD

Mail : cedric.deniaud@thepersuaders.fr



Blogs :

<http://www.mediassociaux.com>

<http://www.cedricdeniaud.com>