

Conseils et trucs pour PME: Les médias sociaux pour débutants

J U L I E H O R N C O N S U L T A N T E , M . A .

SOMMAIRE :

- Mot de bienvenue
- L'utilisation des médias sociaux en affaire
- Choisir le bon média social
- Facebook versus Twitter
- LinkedIn, un outil intelligent
- Les découvertes de Julie Horn

DANS CE NUMÉRO :

Par où commencer	2
Choisir son média social	2
Ma découverte Facebook	2
Facebook et Twitter	3
LinkedIn	3
Ma découverte Twitter	3
Julie Horn Consultante, M.A	4

UN NOUVEAU BULLETIN POUR RÉPONDRE AUX BESOINS DES PME



Julie Horn, Fondatrice

Il me fait plaisir de vous présenter notre nouveau bulletin trimestriel sur la sécurité humaine pour les petites et moyennes entreprises québécoises francophones

Vous y trouverez de nombreuses informations sur les problèmes sécuritaires qui se

posent pour les entreprises et les gestionnaires ainsi que quelques réflexions sur les solutions et les choix qui s'offrent à vous.

Tous les trois mois, vous retrouverez des thématiques différentes à propos de l'utilisation de la technologie par l'humain dans le cadre de la sécurité de l'information.

C'est ainsi que nous sommes fiers de vous présenter ce premier thème portant sur : « L'utilisation des médias sociaux en affaire ».

Notre objectif étant de répondre à vos besoins et à vos préoccupations. N'hésitez pas à communiquer avec nous pour soumettre vos sugges-

tions d'articles ou vos questions. Nous ferons le maximum pour y répondre dans nos prochains bulletins!

Pour conclure cette brève présentation, nous aimerions vous dire que la sécurité est une question importante pour le bon déroulement des affaires et la prospérité commerciale. Prévoir, c'est s'offrir le pouvoir de choisir dans un monde de plus en plus numérique!

Je vous souhaite la meilleure des prospérités et l'atteinte de tous vos objectifs!

Julie Horn, Fondatrice
de Julie Horn Consultante, M.A

MA DÉCOUVERTE BLOGUE

En fouillant le Net à la recherche d'exemples quant à une bonne utilisation des médias sociaux en affaire, nous sommes tombés sur le blogue de Mme Corinne Guimont, journaliste web.

Mme Guimont a su être innovatrice et créative en présentant ses propres reportages

sur les jeunes artistes québécois émergents qui se démarquent ici et à l'étranger. Son contenu exclusif et interactif à tendance sociale et humaine nous démontre que le web offre une plateforme de développement propice à la création d'un contenu selon sa personnalité. Ainsi, Mme Guimont a su utiliser effica-

cement un média social qui apporte un point de vu journalistique différent! Bravo!

www.leschroniquesdecorinne.blogspot.com/

Corinne Guimont



LES MÉDIAS SOCIAUX EN AFFAIRE : PAR OÙ COMMENCER ?

Lorsqu'on part en affaire, on souhaite augmenter sa visibilité et son marché rapidement et à peu de frais. Les médias sociaux permettent de nombreux avantages si on prend le temps d'avoir une stratégie efficace et des objectifs clairs.

Avant de se lancer, il y a quelques étapes à franchir. Oui, cela prend un peu de temps dans son investisse-

ment de départ! Mais, dites-vous que celui-ci vous permettra de sauver du temps et de l'argent en bout de ligne.

D'abord, définissez vos besoins et vos objectifs sur papier! Et oui, cela vous permettra de clarifier vos idées tout en évitant de vous plonger dans un projet trop fastidieux qui vous coûtera très cher en terme de temps et d'énergie.

Une des erreurs les plus communes des entreprises est de se lancer trop rapidement et à tort sur toutes les plateformes connues (Twitter, Facebook, etc.) sans être préalablement préparées.

Il vaut mieux se lancer doucement, en choisissant le média social qui correspondra le mieux à vos besoins sans gaspiller votre temps si précieux en affaire.

Ensuite, soyez observateurs! Regardez comment vos concurrents (directs et indirects) utilisent les différentes plateformes des médias sociaux.

Vous pourrez vous faire une idée de ce qui est possible de faire dans votre secteur et cela vous permettra d'être créatifs!

QUESTIONS DE BASE AVANT DE CHOISIR SON MÉDIA SOCIAL

1. Veut-on se faire connaître, être reconnu par nos pairs ou vendre ?

La stratégie sera différente selon vos besoins! Définissez-les! Quel est le but premier de votre intérêt pour les médias sociaux?

2. Quel sera le temps alloué à la tâche (5 min vs 30 min/jour)

Selon la stratégie définie, vous devez choisir le temps consacré aux médias choisis afin de maximiser la rentabilité de votre démarche et ne pas perdre du temps, donc de l'argent inutilement.

3. Qui va s'occuper de la présence sur les médias choisis ?

Prenez une personne de con-

fiance qui connaît bien le média social ou qui est prête à apprendre avant de l'utiliser. C'est la réputation de votre entreprise qui est en jeu!

4. Quel est le budget alloué à ce projet ?

Faire affaire avec un consultant ou non (Temps versus argent) ?

« Le vrai enjeu aujourd'hui est de trouver des idées inattendues, et ne pas tomber dans l'amour de la technologie pour la technologie. »

Olivier ALTMANN
coprésident de Publicis Conseil
Source : <http://www.networkers-in-the-city.com/blog/catégorie/citations-réseaux-sociaux>

MA DÉCOUVERTE FACEBOOK

Le point G est notre découverte par excellence lorsqu'on recherche un modèle de l'utilisation de Facebook.

Leur créativité, leur présence, leur générosité, leur bonne humeur contagieuse, le contenu qu'ils offrent et leur préoccupation des be-

soins de leur clientèle font que le Point G est une force en soi grâce aux médias sociaux. Par une stratégie commerciale sociale et presque communautaire, ils ont réussi à se doter d'une place et d'un marché bien intéressant pour vendre leurs macarons et produits sucrés bien origi-

naux.



Ne connaissant pas leurs produits ni leur existence, ils ont réussi à me faire acheter leurs produits et me faire devenir une de leur cliente fidèle. Tout cela grâce à Facebook!

Voici un bon exemple de marketing web et d'un service à la clientèle web. Bravo le Point G !

FACEBOOK ET TWITTER : LES DIFFÉRENCES

www.facebook.com

Comparaison générale:	Forum
Interactivité : Attirer les personnes vers sa page	Court et moyen terme.
Création d'une page pour l'entreprise:	Oui
Possibilités pour l'entreprise: Se faire voir, se faire connaître, augmenter sa clientèle, etc.	Publicité, promotion, diffusion de contenu (limité), visibilité du blogue, etc.

www.twitter.com

Comparaison générale:	Chat
Interactivité: Suivre et se faire suivre	Instantanée
Création d'un compte pour l'entreprise:	oui
Possibilités pour l'entreprise: Apprendre des autres, se faire voir, se faire connaître, augmenter sa clientèle, etc.	Diffuser du contenu de son blogue, lire l'actualité et des articles de spécialistes, etc.

LINKEDIN, UN OUTIL INTELLIGENT

Linkedin est un média social qui peut être très utile pour les entrepreneurs.

Plusieurs groupes de discussion permettent d'avoir l'opinion de plusieurs spécialistes dans divers secteurs. Des discussions sur des problématiques que les gens en affaire et travailleurs autonomes rencontrent souvent

et des pistes de solution y sont proposées. Vous pouvez participer aux discussions ou seulement être observateurs.

De plus, des soirées sont parfois organisées afin de rencontrer, dans la vraie vie, les différents professionnels du groupe. Ce qui favorise le réseautage, le partenariat et

la possibilité de négocier des contrats.

Bref, LinkedIn vous permet de trouver de nombreux professionnels et contacts intéressants en ligne avec qui vous pourrez discuter et que vous pourrez rencontrer.

Plusieurs sous-groupes sur LinkedIn ont été créés au Québec dont **Linked Québec et Entreprise Apprenante**

MA DÉCOUVERTE TWITTER



Gracieuseté de Café Vrac

<http://www.cafe-frac.ca/>

Mon coup de cœur pour l'utilisation twitter par une entreprise québécoise va à Café Vrac.

Son propriétaire a su utiliser intelligemment Twitter pour faire la promotion de son entreprise et se présenter à diverses soirées de réseautage

annoncées sur ce média social pour offrir des échantillons.

Cette stratégie a su me convaincre de la fraîcheur et de la qualité de ses produits. Je suis devenue une cliente fidèle!

Ainsi, son interactivité, sa qualité du service, ses informations pertinentes sur le café,

ses différentes promotions et sa générosité via divers échantillons offerts ont su être garants de son succès. Bravo Café Vrac!

<http://twitter.com/cafefrac>

RETROUVEZ NOUS SUR LE
WEB:
WWW.JULIEHORN.CA



**JULIE HORN
CONSULTANTE,
M . A .**

Courriel: consultante@juliehorn.ca

Twitter: http://twitter.com/julie_horn

Linkedin: <http://ca.linkedin.com/in/juliehorn>

Page Facebook: <http://twurl.nl/ivpy1t>

**« L'homme et sa sécurité doivent constituer la
première préoccupation de toute aventure
technologique » Albert Einstein**

Julie Horn Consultante, M.A est une entreprise personnelle qui a pour mission de créer un environnement sécuritaire dans l'utilisation des médias sociaux pour les entreprises, les organismes et les professionnels au Québec en leur fournissant des outils qui instaurent un sentiment de sécurité entre les utilisateurs et leurs clients en ce qui a trait à la sécurité de l'information.

Notre entreprise offre trois services:

1. Des services d'expertise
2. Des services de gestion-conseil
3. Des services de formation

Pour plus d'information, veuillez contacter Julie Horn par courriel à consultante@juliehorn.ca ou via notre blogue www.juliehorn.ca

**À LA RECHERCHE DE COLLABORATEURS
ET D'ANNONCEURS**

Nous sommes toujours à la recherche de collaborateurs pour écrire des articles sur des sujets d'intérêt ou faire des reportages sur des entreprises québécoises innovantes et créatives.

Nous recherchons également des annonceurs pour notre bulletin consacré aux PME québécoises francophones.

N'hésitez pas à nous faire parvenir vos coordonnées!