

# Facebook, Twitter, Viadeo...

## Les nouveaux réseaux sociaux et l'entreprise

Si les réseaux sociaux semblent souffrir d'un manque d'intérêt de la part des plus de cinquante ans, la jeune génération a compris que ces nouveaux outils de communication et de marketing offraient des perspectives intéressantes pour l'entreprise.

**[22]** millions. C'est le nombre d'internautes français qui ont visité au moins une fois un site de réseau social durant le mois de décembre 2008\*, soit 64 % des internautes de l'Hexagone (contre 74 % en Espagne et 80 % au Royaume-Uni). Et la tendance est à la hausse : + 45 % en un an. C'est Facebook, un site permettant d'échanger des informations personnelles (photos, vidéos...) avec ses « amis », qui récolte la part du lion avec 12 millions de visiteurs. Un succès qui s'explique entre autres par la mise en ligne de la version française. Si l'utilisation des réseaux sociaux comme outil de communication sur sa vie privée est donc déjà très répandue, ce n'est pas encore le cas pour les usages professionnels. Mais les choses sont en train de changer. Et plus vite qu'on ne le pense. Sur Facebook, des entreprises ont ainsi créé des « groupes » où elles informent leurs

« amis » de leur actualité : vous pouvez par exemple devenir « ami » du groupe « Fan de Bref Rhône-Alpes » et être informé des dernières nouveautés de l'entreprise, regarder des photos de nos Trophées de l'Innovation.

**Communication, marketing, recrutement, ... mais aussi veille**  
Pour certaines entreprises - les grandes sociétés américaines y sont déjà -, les réseaux sociaux font désormais partie intégrante d'une stratégie marketing, commerciale, ou même RH, au même titre que les outils traditionnels. « *L'usage des réseaux sociaux dans l'entreprise passe par les employés qui utilisent eux-mêmes ces réseaux à titre privé* », explique Laurent Assouad, directeur de la création interactive à l'agence Brainstorming et par ailleurs co-rédacteur du site [www.entreprise20.fr](http://www.entreprise20.fr) qui réfléchit sur la nouvelle organisation de l'entreprise par rapport au Web 2.0 (voir schéma en p.45). S'il reconnaît que les entreprises françaises sont en retard par rapport

&gt;&gt;

### Quelques réseaux sociaux en bref

#### Facebook

Réseau social créé aux Etats-Unis permettant d'échanger des informations personnelles (photos, vidéos...) avec ses « amis ». Il compterait plus de 250 millions d'utilisateurs dont 12 millions de Français. Il a devancé, en 2009, son homologue français « Copains d'avant » qui était, jusque-là, le premier réseau social français. Facebook est surtout utilisé par les 18-24 ans.

#### facebook

Américains, suivis par les Allemands (8,4 %). Les Français ne représentent que 0,8 % des utilisateurs. Twitter occuperait la 114<sup>e</sup> position des sites Internet les plus consultés en France. Twitter est utilisé majoritairement par les 25-34 ans, sur leur lieu de travail.

#### Twitter

Réseau social américain de microblogging qui permet à l'utilisateur d'envoyer gratuitement des messages, appelés des tweets (gazouillis en français) de 140 caractères maximum par Internet, par messagerie instantanée ou par SMS. Ces tweets permettent de tenir informé en temps réel ses « followers », c'est-à-dire ceux qui suivent votre profil. Le nombre d'utilisateurs de Twitter n'est pas officiellement connu mais il est estimé entre 4 et 10 millions. 42,7 % des utilisateurs sont

#### twitter

#### Viadeo

Réseau social français qui permet de se créer un réseau de contacts professionnels. A la clé, des opportunités d'affaires (recherche de nouveaux clients, partenaires ou fournisseurs) mais aussi la possibilité de recruter ou de se faire recruter. Viadeo annonce 8 millions de professionnels et plus de 700 000 sociétés présentes. Au niveau mondial, Viadeo a un concurrent très sérieux : LinkedIn, qui serait utilisé par 42 millions de professionnels dans 200 pays (lire l'article sur l'Apec p. 46). Viadeo est utilisé majoritairement par les 25-44 ans, sur leur lieu de travail.

#### viadeo

Source : Alexa.com, site de mesure de la portée d'Internet.





Laurent Assouad, directeur de la création interactive à l'agence Brainstorming et co-rédacteur du site [www.entreprise20.fr](http://www.entreprise20.fr)

>> à leurs homologues américaines, il pense aussi qu'elles devront s'y mettre rapidement, « pour ne pas se retrouver en décalage par rapport à leurs salariés et à leurs clients ». Selon lui, le phénomène des réseaux sociaux n'est qu'un retour aux sources du vrai marketing, « celui où il y avait une vraie relation entre le producteur et le client, comme à la boulangerie ». Une réponse à « la saturation des messages publicitaires ». En effet, les clients ne savent aujourd'hui plus à quel saint se vouer face à l'afflux d'informations. Alors, qui croire? Les autres clients? C'est en tout cas ce qui se passe sur les forums et autres blogs.

#### Les usages de Twitter

Et l'un d'eux défraie depuis quelques mois la chronique... Son nom? Twitter (Gazouiller). Né aux Etats-Unis, ce site gratuit permet, après avoir créé son profil, d'envoyer des tweets, des mini-messages ou micro-blogs, n'excédant pas 140 caractères. Si Twitter a récemment été sur le devant

de la scène lors des événements en Iran et du décès de Mickael Jackson - les internautes ont ainsi appris l'évènement avant les médias américains -, les entreprises aussi ont saisi la perche. L'un des exemples les plus cités est Dell. En effet, le fabricant d'ordinateurs possède plusieurs comptes Twitter pour différents usages : gestion de la relation client (Dell a ainsi répondu par tweets interposés à un blogueur qui le critiquait), offres promotionnelles... Ce nouveau canal de communication lui aurait rapporté un million d'euros de ventes additionnelles!

Laurent Assouad, lui-même gestionnaire, aux côtés d'une dizaine de collègues, du compte Twitter de Brainstorming, trouve trois principaux usages au site de micro-blog pour l'entreprise : « Rentrer en contact direct avec le client final ; être à l'écoute des clients ; et faire de la veille sur ce qui se dit en bien ou en moins bien sur l'entreprise pour pouvoir réagir le cas échéant ». A ce sujet, de jeunes entreprises

## EM Lyon Les réseaux? Une obligation!

Pour l'école de management lyonnaise, être présent sur les réseaux sociaux est une évidence! Mais attention! A chaque réseau son usage.

« Les réseaux sociaux, nous avons dû nous y mettre très tôt! Car notre public, ce sont les jeunes. Et les jeunes, ils y sont depuis longtemps », explique d'emblée Damien Roux, directeur marketing de l'EM Lyon. Il y a environ trois ans, l'école a découvert que les futurs étudiants s'informaient de plus en plus sur les forums pour connaître la réputation de l'école : « Nous nous sommes alors posés en observateur pour voir ce qui se disait de bien ou de moins bien sur nous ». Et puis, naturellement, les étudiants (futurs, actuels et anciens) ont créé des groupes sur Facebook : « Pour la rentrée de 2008, la moitié de la promotion se connaissait déjà car ils avaient communiqué tout l'été sur un site créé à l'occasion sur Facebook ». Et là, il peuvent s'échanger des bons plans et même, pourquoi pas, trouver un appart. Près de 200 groupes, reliés de près ou de plus loin à l'école de management lyonnaise, existe ainsi sur Facebook : EM Lyon Maroc, UMP EM Lyon, EM Lyon Rugby... « Nous n'intervenons pas directement dans ces groupes », précise Damien Roux, qui y voit tout de même un avantage non négligeable : grâce aux groupes créés par les anciens diplômés retournés dans leur pays, nous avons pu augmenter le recrutement de candidats à l'international ».

Et concernant Viadeo, l'école n'est pas en reste : « Nos anciens étudiants ont créé des clubs d'affaires par thème : finance, GMD... ». Et pour Twitter? « Nous allons commencer à l'utiliser prochainement. Il nous servira à diffuser une information plus corporate ».

#### Agora, réseau social spécial entrepreneurs

L'école a poussé encore plus loin son utilisation des réseaux sociaux : son incubateur a en effet créé le sien. Baptisé Agora\*, il est réservé à la communauté d'entrepreneurs en lien avec l'école... des anciens, des nouveaux, des futurs entrepreneurs : « L'objectif d'Agora est de créer une plateforme professionnelle d'échange pour mettre en contact ceux qui ont créé et ceux qui sont en train de le faire. Le but est de générer du business en permettant aux créateurs de trouver des conseils, mais aussi du financement ». Et, pour faire taire ceux qui croient que les réseaux sociaux ne sont utilisés que par la jeune génération, Damien Roux précise « que les « jeunes » ne représentent qu'un tiers des membres du réseau ». Pour EM Lyon, les réseaux, ce n'est pas un choix. C'est une obligation. ■ C.D.

\* [www.incubateur.em-lyon.com](http://www.incubateur.em-lyon.com)

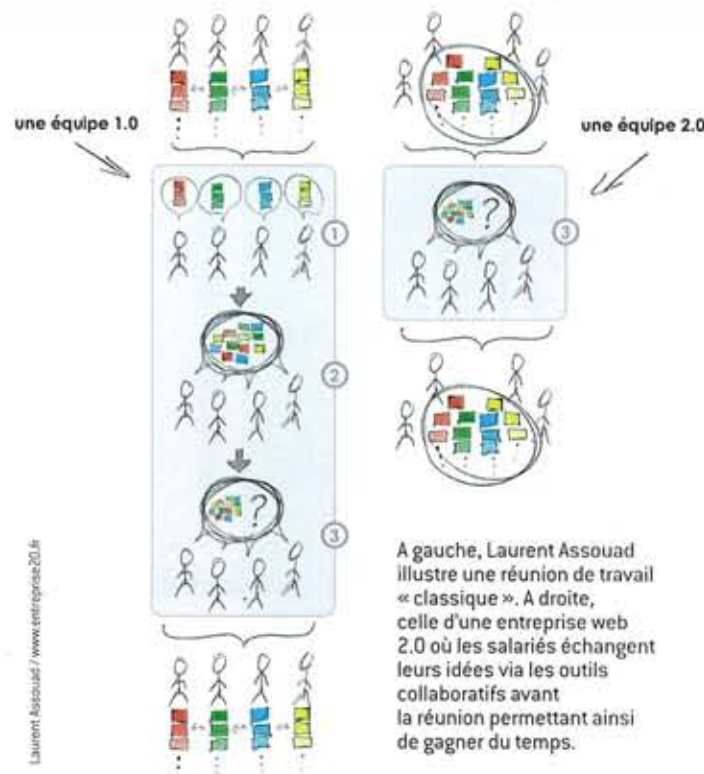


Damien Roux, directeur marketing de l'EM Lyon.

ont ainsi saisi l'opportunité et ont créé des outils de surveillance de sa e-réputation (lire « Surveiller sa e-réputation », p. 46). Twitter peut aussi trouver des usages en interne, pour communiquer entre collègues sur un projet d'équipe par exemple. Utile lorsque les collaborateurs sont disséminés géographiquement.

#### Il ne suffit pas d'y être...

Mais cette Twitter-mania fait aussi des sceptiques : « L'emballage généralisé autour de Twitter ne me surprend qu'à moitié, mais me laisse perplexe. J'y vois plus pour les éditeurs un moyen de ne pas paraître largués (surtout vis-à-vis du rapport très particulier des blogueurs/leaders d'opinion avec Twitter) que d'une réelle réflexion à long terme. Je pratique Twitter depuis plus de deux ans et je suis intimement persuadé que



A gauche, Laurent Assouad illustre une réunion de travail « classique ». A droite, celle d'une entreprise web 2.0 où les salariés échangent leurs idées via les outils collaboratifs avant la réunion permettant ainsi de gagner du temps.

déployer une solution de micro-blog en entreprise sans un minimum de pédagogie est un projet voué à l'échec », explique quant à lui Frédéric Cavazza sur [Entreprise20.fr](http://Entreprise20.fr). Un point sur lequel le rejoint son collègue Laurent Assouad : « Il ne suffit pas d'y être pour que ça fonctionne : il faut aussi interagir. Et il n'est pas nécessaire d'être sur tous les réseaux sociaux : il faut être là où est sa cible. Aussi, il faut savoir qu'on ne peut pas contrôler ce qui est dit sur nous... on peut juste l'influencer! Enfin, il est important de s'entourer de professionnels. Une entreprise qui se lance dans les réseaux sociaux ne doit pas le prendre à la légère... Il faut être transparent et avoir une vraie cohérence entre ce qu'on veut véhiculer et ce que l'on véhicule vraiment ».

Et si les réseaux sociaux n'étaient rien d'autre que le moyen le plus efficace et le moins coûteux d'entrer en contact avec ses clients, de faire du business et de la veille? Mais, dépêchez-vous! Twitter réfléchit déjà à créer des comptes commerciaux payants! ■ Corinne Delisle

\* Source : comScore, « Social Networking has banner year in France, Growing 45 percent », le 17 février 2009.

Installation
Maintenance
<b>Développement de logiciels</b>
Téléphonie - voix sur I.P
Green I.T.*

SOLUTIONS INFORMATIQUES

**Avez-vous vraiment du temps à perdre avec vos logiciels?**

**EXO PARTNERS, L'INFORMATIQUE SUR MESURE.**

**Création de logiciels personnalisés :**  
Développement d'applications spécifiques ou complémentaires.

**Service complet :**  
Développement, hébergement, installation, formation et maintenance applicative.

Pour consacrer tout votre temps à votre métier,  
**EXO** votre partenaire informatique.

[www.exo-partners.com](http://www.exo-partners.com)

**Exo Partners**  
24, Chemin des Verrères  
69260 Charbonnières-Les-Bains  
04 78 19 83 95  
[contact@exo-partners.com](mailto:contact@exo-partners.com)