

Manuel du SOCIAL MEDIA MARKETING

Accueil / Manuel du Social Media Marketing, un livre de Laurent Rignault

Manuel Social Media Marketing, Comprendre les Réseaux Sociaux !

« Nous avons écrit et structuré ce manuel de 250 pages « à l'ancienne », avec l'intention d'aider les professionnels à décrypter ensemble les réseaux sociaux.

Et surtout y voir plus clair dans ce véritable raz-de-marée social (mobilité, jeux sociaux et gamification, social commerce, publicité, réseau d'entreprise, marque employeur et recrutement...) et ainsi mieux mesurer et analyser les enjeux et les actions possibles pour les entreprises. »

Le Manuel est co-écrit avec **Ludovic Bonneton - Directeur Digital International de Yves ROCHER.**

Vous retrouverez nos analyses, conseils et méthodologies ainsi que **les tribunes de Professionnels reconnus de l'Internet :**

- **Christian Gatard, Consultant en prospective et Partenaire de Gatard et Associés**
- **Patrick Robin, président de 24h00-Boosket**
- **Alain Garnier, CEO de Jamespot**
- **Bruno Massiet du Biest, CEO de Plyce**
- **Jacques Froissant, CEO du cabinet de recrutement Altaïde**
- **Arnould Moyne, Product Manager chez Radarly/Linkfluence**

Le Manuel est préfacé par Gilles Babinet, serial entrepreneur et président du conseil d'administration de Captain Dash, Eyeka, MXP4 et Digibonus et nommé le 25 juin 2012, « Digital Champion » par la ministre déléguée au Numérique Fleur Pellerin auprès de Nelly Kroes, la commissaire européenne chargée du Numérique.

Ce livre est dédié aux PDG, DG, directeurs digitaux, directeurs marketing, directeurs commerciaux, directeurs de la communication, responsables marketing, responsables de la communication qui souhaitent optimiser la visibilité de leur entreprise sur ces plateformes et cerner au mieux les nouvelles attentes de leurs consommateurs.

Consultez le **Communiqué de presse Manuel du Social Media Marketing, Comprendre les Réseaux Sociaux ! - Laurent Rignault - Ludovic Bonneton**

N'hésitez pas à diffuser auprès de vos contacts ... et sur les réseaux sociaux !



Sommaire du Manuel Social Media Marketing, Comprendre les Réseaux Sociaux !

Livre de 244 Pages

PRÉFACE DE GILLES BABINET 11

INTRODUCTION 15

1. Les réseaux sociaux aujourd'hui 15
2. Comment en est-on arrivé aux réseaux sociaux ? 21
3. La logique des réseaux sociaux 24
4. Concrètement comment ça marche ? 27
5. Facebook l'OPA 34

CHAPITRE 1 : LE RÊVE D'ANDY WARHOL : UNE TOILE DE RÉSEAUX SOCIAUX 37

- 1.1 Pourquoi le Web devient-il social ? 37
- 1.2. De nombreux réseaux sociaux à votre disposition 48
- 1.3. En résumé, comment votre entreprise peut-elle utiliser ces réseaux ? 52

La tribune de Christian Gatard 55

CHAPITRE 2 : LE SOCIAL COMMERCE AUJOURD'HUI ET SON FONCTIONNEMENT 61

- 2.1. Les mérites du Social Commerce 61
- 2.2. Le F-Commerce, l'achat social total 70
- 2.3. Le Group Buying : bien comprendre avant de se lancer 77
- 2.4. En résumé, que faut-il faire pour être efficace ? 82

La tribune de Patrick Robin 83

CHAPITRE 3 : LA PUBLICITÉ SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX 89

- 3.1. Les principes de bases à respecter pour toute campagne 90

- 3.2. Comment lancer ou améliorer ses campagnes publicitaires 2.0 93
- 3.3. En résumé, comment réaliser une bonne campagne sur les réseaux sociaux ? 102

CHAPITRE 4 : SOCIAL GAMING ET GAMIFICATION 105

- 4.1. Le jeu au service des réseaux sociaux, le réseau social au service des jeux. 105
- 4.2. Des acteurs puissants et en plein développement 117
- 4.3. La Gamification : KPI et Best practices 123
- 4.4. En résumé, comment trouver sa place pour être un pro 125

CHAPITRE 5 : LA GÉOLOCALISATION, LE RETOUR DES 3 “ P ” 129

- 5.1. Non, ce n'est pas un gadget 129
 - 5.2. Des applications très orientées vers les résultats, avec succès 133
 - 5.3. En résumé, comment décliner les services de géolocalisation dans votre entreprise ? 140
- La tribune de Bruno Massiet du Biest 143**

CHAPITRE 6 : LA MOBILITÉ : DES APPLICATIONS ET DES SMARTPHONES 149

- 6.1. La tendance 149
- 6.2. Comment une application mobile peut-elle bénéficier du levier social ? 157
- 6.3. Bien connaître les différents usages de la mobilité pour pouvoir viser juste 162

CHAPITRE 7 : IMPACT DES MÉDIAS SOCIAUX SUR LES ORGANISATIONS 177

- 7.1. Les réseaux sociaux modifient en profondeur les organisations 177
 - 7.2. Tour d'horizon des réseaux sociaux d'entreprise 185
 - 7.3. En résumé, comment choisir son réseau social d'entreprise en fonction de ses besoins 192
- La tribune d'Alain Garnier 197**

CHAPITRE 8 : MARQUE EMPLOYEUR ET RECRUTEMENT 205

- 8.1. Les atouts des réseaux sociaux pour développer sa marque employeur et optimiser son recrutement 205
 - 8.2. Recruter avec BranchOut, LinkedIn, Monster et les autres 210
 - 8.3. Les bonnes pratiques des recruteurs eux-mêmes 217
 - 8.4. En résumé, comment transformer sa marque employeur ? 219
- La tribune de Jacques Froissant 221**

CHAPITRE 9 : LES OUTILS DE L'ENTREPRISE 2.0 225

- 9.1. Veiller 226
 - 9.2. Créer son identité et trouver ses premiers repères 229
 - 9.3. Engager, c'est-à-dire entrer en contact avec sa communauté 230
 - 9.4. Mesurer 233
- La tribune d'Arnould Moyne 236**

POSTFACE 239

A PROPOS DES AUTEURS 243

LAURENT RIGNAULT

LUDOVIC BONNETON Extraits du Manuel Social Media Marketing, *Comprendre les Réseaux Sociaux* !

Vous avez la possibilité d'accéder à la lecture de plusieurs pages du « **Manuel du Social Media Marketing, *Comprendre les Réseaux Sociaux*** » écrit par **Laurent Rignault** et **Ludovic Bonneton** directement sur : **Nous avons souhaité donner la parole sur chacun des chapitres du Manuel du Social Media Marketing à des experts dans leur domaine.**

Ainsi, vous retrouverez les tribunes de **Professionnels reconnus de l'Internet** :

- **Christian Gatard, Consultant en prospective et Partenaire de Gatard et Associés**
- **Patrick Robin, président de 24h00-Boosket**
- **Alain Garnier, CEO de Jamespot**
- **Bruno Massiet du Biest, CEO de Plyce**
- **Jacques Froissant, CEO du cabinet de recrutement Altaïde**
- **Arnould Moyne, Product Manager chez Radarly/Linkfluence**

Le Manuel est préfacé par **Gilles Babinet**, serial entrepreneur et président du conseil d'administration de Captain Dash, Eyeka, MXP4 et Digibonus et nommé le 25 juin 2012, « Digital Champion » par la ministre déléguée au Numérique Fleur Pellerin auprès de Nelly Kroes, la commissaire européenne chargée du Numérique.



*Ludovic Bonneton – Laurent Rignault – Bruno Massiet du Biest
Patrick Robin – Jacques Froissant – Christian Gatard – Gilles Babinet – Alain Garnier*

Les deux auteurs du Manuel Social Media Marketing, *Comprendre les Réseaux Sociaux* !

Laurent Rignault

Expert en Stratégies Digitales

Laurent Rignault est spécialisé en Stratégies Marketing et de Communication Digitale sur le Web et notamment les Réseaux Sociaux.

Au-delà de sa connaissance du Web et de ses acteurs, Laurent Rignault s'appuie sur une excellente maîtrise du monde de l'entreprise et de ses enjeux stratégiques et commerciaux. Expérience acquise pendant plus de 20 ans en tant que Directeur Marketing, Commercial Multicanal et Communication au sein d'entreprises leaders dans les secteurs des Nouvelles Technologies, Télécoms et Médias.

Il est le fondateur de :

- **Expertise : L'Agence Conseil en Transformation Digitale & Agence Digitale Full Service**
- **SOS-e-réputation.com, Les solutions pour sauver, protéger et défendre votre e-réputation sur le Net ! – Agence de e-réputation pour les entreprises**
- Auteur et conférencier sur les réseaux sociaux, il est également modérateur depuis 2010 à SMX Paris du Cycle "Avancé" et "Spécial SEO" de la série de conférences en Search Marketing, la plus importante au monde qui présente les meilleurs experts en la matière <https://smxfrance.com/>
- **Suivez-le sur LinkedIn**
- **Suivez-le sur Twitter : @laurentignault**

Ludovic Bonneton

Ancien de L'Oréal (Marketing L'Oréal Paris) et Sciences Po Paris, Ludovic Bonneton développe depuis plus de 10 ans des activités en forte croissance. Il a notamment fondé et dirigé ImmoStreet.com en 1999, depuis fusionné à Se Loger puis coté en bourse. Il passe aussi 4 ans comme Directeur des Ventes Directes de Pierre & Vacances où il gère 150 M euros de CA en faisant passer la part des ventes Internet de 10 M à 80 M.

Il est aujourd'hui Directeur Digital International de Yves Rocher.

- **Suivez-le sur LinkedIn**
- **Suivez le sur Twitter : @ludovicbonneton**

Quelques retombées du Manuel Social Media Marketing, *Comprendre les Réseaux Sociaux* ! Et aussi
: APCE, iledefrance-news, Cristal Banque, Cap Campus, Australis intelligence, Médias et Communication, Forum des Experts Libanais, Hérault TRIBUNE, FNAMAC, Irresistible News...

Le Manuel Social Media Marketing, *Comprendre les Réseaux Sociaux* est disponible dans toutes les bonnes librairies traditionnelles et on-line au prix de 24 €.

Pour le commander en ligne :