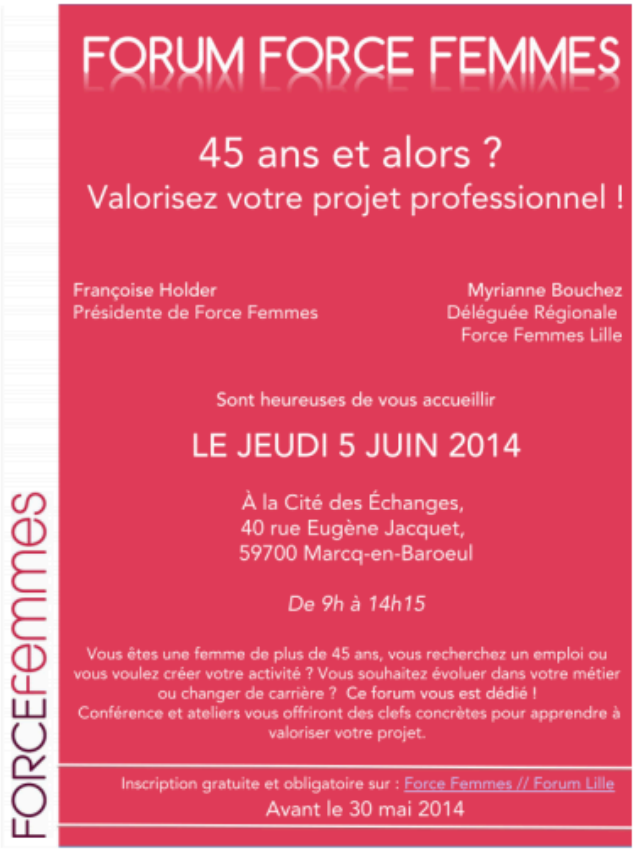
NUMERO 57
MAI 2014

la lettre

la Une

Forum Force Femmes Lille


FORUM FORCE FEMMES

45 ans et alors ?
Valorisez votre projet professionnel !

Françoise Holder
Présidente de Force Femmes

Myrianne Bouchez
Déléguée Régionale
Force Femmes Lille

Sont heureuses de vous accueillir

LE JEUDI 5 JUIN 2014

À la Cité des Échanges,
40 rue Eugène Jacquet,
59700 Marcq-en-Baroeul

De 9h à 14h15

Vous êtes une femme de plus de 45 ans, vous recherchez un emploi ou vous voulez créer votre activité ? Vous souhaitez évoluer dans votre métier ou changer de carrière ? Ce forum vous est dédié !
Conférence et ateliers vous offriront des clefs concrètes pour apprendre à valoriser votre projet.

Inscription gratuite et obligatoire sur : Force Femmes // Forum Lille
Avant le 30 mai 2014

Force Femmes Lille organise le 5 juin son Forum à la Cité des Échanges de Marcq-en-Barœul. Dédié à toutes les femmes de plus de 45 ans, cette année le thème est " 45 ans et alors ? Valorisez votre projet professionnel !".

Consulter le programme et s'inscrire au Forum Force Femmes Lille > www.forcefemmes.com

sommaire

L'interview	p.2
Les conseils du pro	p.3
La revue de presse	p.3
La femme du mois	p.4
Le dossier	p.5
Verbatim	p.6
L'actu des créatrices	p.6
L'actu du réseau	p.7
L'association	p.8

l'édito

Les Normandes ne savaient pas que c'était impossible alors elles l'ont fait....(librement inspiré de Marc Twain)

5 ans déjà que nous avons inauguré l'antenne de Caen !

Soutenues dès le premier jour par Véronique Tomas de la Délégation Régionale aux Droits des Femmes et à l'Egalité, par des entreprises partenaires comme Orange ou Manpower, nous sommes maintenant une douzaine de bénévoles (dont un homme, hé oui !). 252 femmes ont été accompagnées avec succès jusqu'à ce jour.

Avoir un regard bienveillant et ne jamais juger, conseiller - aussi avec son cœur -, orienter avec professionnalisme, transmettre, écouter et faire parler, être toujours disponibles, ce sont les qualités de tous nos bénévoles malgré leurs plannings toujours très chargés.

En 2012, nous avons eu l'honneur d'être distinguées par « Normandes en Tête » pour notre action, cela nous a permis d'élargir notre réseau immédiatement et plusieurs femmes ont retrouvé un emploi la semaine qui a suivie.

Oui, il est possible de se lancer dans un métier quels que soient son âge ou son niveau de formation, à condition de bien s'y préparer, et c'est aussi notre rôle. Et c'est aussi un bonheur quotidien lorsqu'à la suite d'un coup de fil ou d'un mail, nous apprenons qu'un entretien a réussi, qu'un contrat est signé, qu'une entreprise est née.

Alors, laissez-moi vous dire combien je suis heureuse de faire partie de cette équipe de « Vikings » !

Marie-Claude GRUSSEN
Déléguée de Force Femmes Caen

l'interview

Laurent Rignault,
CEO Fondateur
EXPERT is Me
Agence de Marketing et de Communication Digitale spécialisée dans les Réseaux Sociaux.

Quels outils web préconisez-vous pour les TPE tous secteurs confondus ?

Il n'y a pas une seule stratégie Web valable pour toutes les TPE. Chaque entreprise doit définir et mettre en œuvre sa propre stratégie adaptée à son domaine d'activité, ses cibles, son offre... adaptée à ses ressources de temps, financières ou administratives. Il est primordial d'établir sa stratégie Web en fonction de son propre périmètre.

Si on est dans une approche B to B, un site internet est le premier support à avoir. Il permet d'exposer son offre de services, d'apporter des preuves, des arguments commerciaux, de transmettre des testimoniaux sur la qualité de ses prestations délivrées et de rassurer ses prospects.

Ensuite on peut créer un blog, éventuellement intégré au site internet et qui permettra d'étayer son offre par des publications fréquentes et moins institutionnelles.

Enfin les réseaux sociaux sont indispensables à toute stratégie digitale, ils ont un effet de viralité essentiel pour se mettre en contact, fidéliser et communiquer ses offres.

Pour une stratégie B to B, les réseaux professionnels tels que LinkedIn ou Viadeo sont très efficaces. Pour y être efficient, il faut y utiliser des mots clés principaux et secondaires.

Des réseaux PinBoard tels qu'Instagram ou Pinterest peuvent être également intéressants pour la visibilité si le visuel peut apporter une plus-value à sa compréhension.

YouTube est aussi pertinent dans une stratégie digitale grâce à son référencement très développé. La diffusion d'une vidéo sur YouTube s'avère beaucoup plus expressive et attrayante qu'un long texte.

Twitter, outil de veille et de publication, permet de suivre l'actualité des leaders du domaine, d'enrichir et d'actualiser ses connaissances, tout en se faisant connaître auprès de son écosystème.

Ces outils sont aussi valables pour une stratégie B to C, auxquels on peut ajouter une page Entreprise sur Facebook entre autres.

Quelle est d'après-vous la stratégie Web la plus pertinente en démarrage ?

Avant de se lancer et de partir dans toutes les directions, il faut bien réfléchir sa stratégie Web, avoir bien déterminé son périmètre, structuré son offre de service et la rédiger.

Internet étant aujourd'hui très centré sur la sémantique, il est nécessaire de bien choisir les termes que l'on emploie et d'intégrer des mots-clés pour être identifié sur ceux-ci par les Internautes.

Il faut travailler en fonction de ses ressources : mieux vaut faire restreint mais efficace.

Ensuite, il faut veiller à être cohérent dans l'affichage de ses informations sur les différents supports et dans sa stratégie avec l'offre que l'on propose. Et enfin, mettre en place un plan marketing avec un calendrier des temps forts de son activité pour prendre la parole et communiquer sur son activité tout au long de l'année.

Il faut bien veiller à établir une stratégie multicanale mêlant le digital et la vie réelle en complémentarité de ses actions de prospection par du networking.

Google est sans cesse en demande de contenu frais : faire vivre le contenu mis en ligne et l'actualiser régulièrement est efficace.

Pour un poste de conseil, quelle est l'utilisation optimale des réseaux sociaux pour se différencier ?

L'utilisation des réseaux sociaux sert à trois choses : à la prospection commerciale, la fidélisation de ses clients et à la communication de ses offres.

Pour les optimiser, il faut être présent dans des groupes, des communautés spécialistes de son domaine en fonction des cibles de prospects à atteindre.

Ces communautés permettent d'enrichir ses connaissances, de partager avec des spécialistes, mais aussi de diffuser ses informations, son offre de service, d'une façon beaucoup moins intrusive en démontrant son expertise.

Il faut alors montrer en quoi l'on peut aider sa communauté et en quoi notre offre est pertinente. Pour se rendre efficace, il faut aussi se créer des alertes, pour rester à l'écoute, veiller, détecter des opportunités et gagner en contenu.

Quoiqu'il en soit, il faut optimiser son temps passé devant son ordinateur pour ne pas s'y retrouver enchaîné et compléter ses actions via le réseau en physique.