

(Read now) File size: 31.Mb

# Les mdias sociaux expliqués mon boss: Par ceux qui en font et pour ceux qui aimeraient (mieux) en faire - Collection Les fondamentaux du web et du marketing



Par Yann Gourvennec, Herv Kabla  
ePub | \*DOC | audiobook | ebooks |  
Download PDF

Dtails sur le produit Rang parmi les ventes :  
#200247 dans eBooksPubli le: 2012-01-05  
Sorti le: 2012-01-05Format: Ebook Kindle

(Read now) Les mdias sociaux expliqués mon boss: Par ceux qui en font et pour ceux qui aimeraient (mieux) en faire - Collection Les fondamentaux du web et du marketing

Par Yann Gourvennec, Herv Kabla : Les mdias sociaux expliqués mon boss: Par ceux qui en font et pour ceux qui aimeraient (mieux) en faire - Collection Les fondamentaux du web et du marketing before purchasing it in order to gage whether or not it would be worth my time, and all praised Les mdias sociaux expliqués mon boss: Par ceux qui en font et pour ceux qui aimeraient (mieux) en faire - Collection Les fondamentaux du web et du marketing:

Download

Read Online

## Description :

Présentation de l'éditeur Enfin un vrai guide pratique des mdias sociaux en entreprise expliqué par ceux qui les font réellement tous les jours sur le terrain !! Un livre innovant !-QR Code-que du concret et du rel-des schmas et dessins originaux pour mieux comprendre et appliquer-des tmoignages de ceux qui mettent en place les mdias sociaux en entreprise Un livre pratique !-des outils et des recettes qui marchent-une lecture

facile qui s'adapte à vos besoins

Un livre de référence ! - des auteurs et des intervenants reconnus et acteurs des médias sociaux en entreprise - issu de la célèbre collection Les fondamentaux du Web et du Marketing 2010 a traité l'année du décollage des médias sociaux dans l'entreprise. Après un round d'observation de près de 4 ans, cette année a vu en effet cette discipline s'élever rapidement au plan stratégique. L'association Médias Aces et ses entreprises membres, pionnières des médias sociaux ont donc au travers de cet ouvrage collectif couché leurs expériences en termes d'utilisation des médias sociaux dans le cadre de l'entreprise. Ces expériences et ces témoignages se regroupent autour de trois temps forts qui constituent la mise en œuvre des médias sociaux en entreprise : 1/ le déclenchement : on y présente les ingrédients qui permettent de déclencher des initiatives de médias sociaux en entreprise. Pourquoi les médias sociaux en entreprise ? Que sont-ils ? En quoi sont-ils pertinents pour les entreprises ? Etc. 2/ le développement : on s'y attache à voir comment on peut mettre en œuvre et développer l'initiative médias sociaux à l'intérieur de l'entreprise. On s'intéresse plus au comment qu'au pourquoi. Y sont décrits les méthodes de conduite du changement, les grandes tendances, les moyens de faire avancer le projet, comment démarrer (seul ou avec un prestataire), bien entendu, avec force témoignages issus de membres de l'association Media Aces. 3/ la structuration : on y décrit comment pérenniser la démarche de médias sociaux, l'encadrer, la réglementer. Cette partie comporte des conseils pratiques et des fiches concrètes permettant de préparer son community management, ses guidelines, sa charte de la transparence.

Présentation de l'auteur

Enfin un vrai guide pratique des médias sociaux en entreprise expliqué par ceux qui les font réellement tous les jours sur le terrain !! Un livre innovant ! - QR Code - que du concret et du réel - des schémas et dessins originaux pour mieux comprendre et appliquer - des témoignages de ceux qui mettent en place les médias sociaux en entreprise

Un livre pratique ! - des outils et des recettes qui marchent - une lecture facile qui s'adapte à vos besoins

Un livre de référence ! - des auteurs et des intervenants reconnus et acteurs des médias sociaux en entreprise - issu de la célèbre collection Les fondamentaux du Web et du Marketing 2010 a traité l'année du décollage des médias sociaux dans l'entreprise. Après un round d'observation de près de 4 ans, cette année a vu en effet cette discipline s'élever rapidement au plan stratégique. L'association Médias Aces et ses entreprises membres, pionnières des médias sociaux ont donc au travers de cet ouvrage collectif couché leurs expériences en termes d'utilisation des médias sociaux dans le cadre de l'entreprise. Ces expériences et ces témoignages se regroupent autour de trois temps forts qui constituent la mise en œuvre des médias sociaux en entreprise : 1/ le déclenchement : on y présente les ingrédients qui permettent de déclencher des initiatives de médias sociaux en entreprise. Pourquoi les médias sociaux en entreprise ? Que sont-ils ? En quoi sont-ils pertinents pour les entreprises ? Etc. 2/ le développement : on s'y attache à voir comment on peut mettre en œuvre et développer l'initiative médias sociaux à l'intérieur de l'entreprise. On s'intéresse plus au comment qu'au pourquoi. Y sont décrits les méthodes de conduite du changement, les grandes tendances, les moyens de faire avancer le projet, comment démarrer (seul ou avec un prestataire), bien entendu, avec force témoignages issus de membres de l'association Media Aces. 3/ la structuration : on y décrit comment pérenniser la démarche de médias sociaux, l'encadrer, la réglementer. Cette partie comporte des conseils pratiques et des fiches concrètes permettant de préparer son community management, ses guidelines, sa charte de la transparence.

Biographie de l'auteur

YANN GOURVENNEC, a une expérience de plus de 20 ans dans les domaines du marketing, de l'innovation et du Web. Il contribue diverses publications et intervient souvent en public. Il travaille sur le Web et l'international depuis 1995. Pionnier du commerce électronique avec Orange dès 1999, il est directeur de l'Internet et des Médias numériques d'Orange Business Services depuis 2008. Membre fondateur de Media Aces, il est aussi le seul membre européen du Social Media Business Council aux États Unis.

HERVE KABLA, blogueur et polytechnicien (X84), dirige blogAngels, une agence 100% médias sociaux, qui accompagne les entreprises dans la déclinaison de leurs stratégies marketing et communication sur les médias sociaux. Parmi ses clients : Yoplait, MMA, Sage, Asmode ou Homair Vacances. Hervé a lancé et animé la première plateforme blueKiwi de blogs en entreprise, utilisée chez Dassault Systèmes.