

Un an de Social O'mètre !



Nous y sommes ! Voilà un an que le Social O'mètre a vu le jour et que nous vous proposons tous les mois un classement social des acteurs du monde IT. Après une année 2015 très chargée en top buzz/ top flop sociaux, en évolutions des principaux réseaux, le classement a beaucoup évolué et s'est imposé progressivement. Il est temps de se tourner vers 2016. Quelles seront les tendances sociales qui influenceront les entreprises ? Social selling et le professional branding seront-ils au top de vos préoccupations ?

Le social média s'imposera-t-il comme un canal de communication indispensable en B2B également ? Qui seront les décideurs IT du top 10 de cette année ? Nous n'avons pas de boule de cristal pour prédire l'avenir mais certaines tendances semblent déjà se démarquer. Retour sur le Social O'mètre 2015 et prospective sociale pour 2016.

Bonne année sociale à toutes et à tous !

François Decaux,
Expert Social Media, Aressy
@decauxf

Retrouvez le classement complet sur :
edi-mag.fr/social



Réagissez à ce classement et aux TOP de ce mois sur [#socialometre](https://twitter.com/socialometre)

#socialbranding - #socialbusiness - #socialselling

TOP 5 2015

	Social score*
Patrick Bouillaud IBM	993
Jean-Denis Garo MITEL	798
Bruno Viallefont ELCIA	711
Sandrine Avenier INFORMATICA	696
Perquia Vincent MITEL	690

Ils ont dominé le classement tout au long de l'année 2015.

TENDANCES 2016

Social Média, en B2B aussi !

« Réservé au B2C », « Le stagiaire peut le faire », « On n'a pas le temps pour ça », « C'est la porte ouverte aux critiques ! ». Ces freins tombent petit à petit et le B2B comprend enfin tout le potentiel qu'offrent les réseaux sociaux. Les outils des principaux acteurs se développent pour répondre à leurs attentes, accélérer leur visibilité, générer des leads et calculer leur ROI. En 2016 cela devrait encore s'accélérer !

#socialselling

Cette notion était encore assez peu connue il y a quelques mois, et elle a littéralement explosé en 2015. Utiliser les réseaux sociaux comme véritable levier commercial, générer des ventes en les utilisant plus et mieux, gagner en visibilité et devenir un expert reconnu pour une relation commerciale complètement transformée, voilà ce que nous promet cette nouvelle tendance qui va continuer à s'imposer en 2016.

(Snack) Content is king !

Avec le développement des stratégies sociales, c'est bien évidemment les contenus qui se retrouvent au centre de toutes les attentions. Trouver les bons formats et les bonnes informations pour être attractif, générer des interactions sociales et viraliser son message devient un réel enjeu pour les entreprises. N'hésitez pas à « snacker » vos contenus existants pour booster leur efficacité.

LES BONNES PRATIQUES DES EXPERTS

« Il est important de choisir ses sujets de prédilection et d'essayer de s'y tenir, apporter des informations nouvelles et pertinentes et avoir une communication régulière. »



Patrick Bouillaud
Directeur Commercial France Cloud & Digital pour Services Providers et Éditeurs chez IBM France - @pbouillaud

« L'important reste l'engagement et l'animation des communautés autour d'un contenu riche, varié, régulier et pas seulement promotionnel. Sur les médias sociaux aussi, visez la Qualité, plus que la Quantité. »



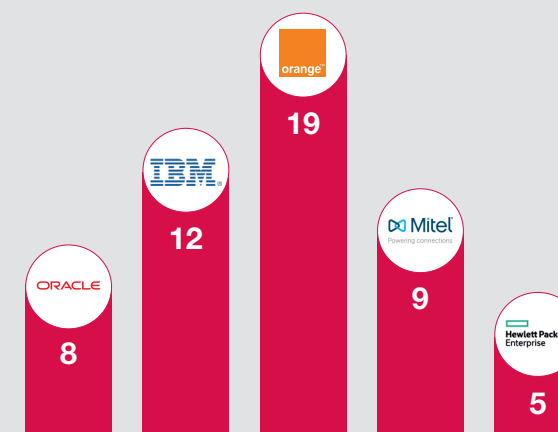
Jean-Denis Garo
Directeur Marketing Europe du Sud et Afrique du Nord Mitel, VP CMT. @JeanDenisG

« En B2B la base c'est la veille pour donner du contenu à son réseau et être visible sur les sujets que l'on a choisi, partager ses analyses de l'actualité et les enrichir. »



Frédéric Charles
Directeur de Domaine SI Suez @fcharles

PODIUM TOP BRAND



Chiffres consolidés 2015

Les entreprises les plus représentées en nombre d'inscrits dans le classement du Social O'mètre.

TOP JANVIER

	Social score*
Frédéric Charles SUEZ IT	81 =
Christophe Fontaine HP	81 +11
Philippe Fraysse TREES - CHANNELS	78 NEW
Yann Marchand MGT CONSEILS	78 +6
Patrick Bouillaud IBM	77 -2
Sandrine Avenier INFORMATICA	70 -2
Jean-Denis Garo MITEL	69 -2
Alexandra Lepercq ESPENEL	68 -1
Éric Debray MAGELI	67 -6
Maud Samagalski HP	66 NEW

Vous n'êtes pas dans ce classement ?
Rendez-vous sur : edi-mag.fr/social

*Méthode social score : le Social O'mètre proposé par l'agence Aressy et le magazine E.D.I est établi à partir de la présence et de l'activité sur LinkedIn et Twitter. Le score intègre plusieurs données pondérées selon leur importance. LinkedIn est notamment privilégié par rapport à Twitter. La progression est calculée en nombre de places, par rapport au classement du mois précédent.