



WHITE PAPER

Un guide en cinq étapes pour un usage plus sécuritaire des médias sociaux

Un White Paper de Hootsuite

HootsuiteTM

Un guide en cinq étapes pour un usage plus sécuritaire des médias sociaux

Un White Paper de Hootsuite

En 2013, il ne s'est pas passé un mois sans que l'on entende parler d'une crise au sein d'un grand nom des médias sociaux.

Des entreprises figurant au classement Fortune 100 aux plus grandes agences de presse dans le monde, personne n'a été épargné des attaques subies au niveau de la sécurité des médias sociaux. Des comptes ont été piratés puis modifiés pour être utilisés afin de propager des messages politiques et anti-entreprise. Des profils et des abonnés ont été perdus, des images de marque ont été dégradées et même le marché boursier a subi une brève dégringolade à la suite de ces problèmes de sécurité.

Alors, quelle est la solution ? Retirer votre société des médias sociaux ? Cela n'est tout simplement plus une option raisonnable car de plus en plus de personnes affluent vers les réseaux sociaux et s'en servent pour suivre, parler et acheter les marques de leurs sociétés préférées. Les médias sociaux sont devenus un véritable pilier de l'entreprise et il est prévu que ceux-ci génèrent une plus-value d'une valeur estimée à plus de 1,3 billions de dollars dans les années à venir. Son rôle ne cesse de s'étendre et à remplacer de plus en plus les outils commerciaux traditionnels.

En réalité, la peur d'être victime d'une attaque extérieure n'est pas quelque chose qui vaille la peine d'être propagée au sein des entreprises car la plupart des problèmes de sécurité mentionnés ci-dessus sont causés par de simples escroqueries et le manque d'attention : des employés qui ouvrent des courriels suspects et visitent des sites internet douteux sans

réfléchir, des mots de passe échangés par courriel, des accès aux canaux sociaux de l'entreprise par des employés inexpérimentés. Ces actions auront toutes d'énormes conséquences négatives sur les efforts sociaux d'une marque et peuvent pourtant être facilement évitées.

Il existe des outils qui ont été créés spécialement dans le but de faire face aux menaces à la sécurité et permettre aux entreprises de protéger leurs ressources sociales. À mesure que les marques consacrent de plus en plus de temps et d'effort dans leurs campagnes de marketing au sein des médias sociaux, ce qui suit est le résultat d'un besoin naturel de mieux s'informer sur les risques associés aux réseaux sociaux. Une fois que vous en aurez une bonne compréhension, vous serez en mesure de mettre en place des mesures simples et nécessaires pour mieux vous en protéger.

Ce guide a pour intention d'examiner les défis pour la sécurité les plus communément rencontrés dans les médias sociaux et d'offrir des solutions simples permettant de réduire ces risques au sein de votre société.

1. Éduquer et former les employés

Le défi

Pour tirer pleinement avantage des médias sociaux, votre entreprise a besoin que tous ses employés, quel que soit leur fonction, s'impliquent dans la communication. Savoir souligner l'expertise des personnes dans les finances, les ressources humaines, le développement et même au niveau du service des ventes est un atout indéniable en termes de qualité et de quantité dans le monde de la messagerie sociale. Cependant, bien que les personnes responsables des médias sociaux connaissent généralement les tenants et les aboutissants des réseaux et la façon de les utiliser correctement, tous les employés de l'entreprise ne disposent pas d'une telle maîtrise. Un membre du personnel qui n'est pas habitué à poster un message ou quelqu'un qui ne sait pas reconnaître les signes Un guide en cinq étapes pour un usage plus sécuritaire des médias sociaux d'un lien, d'un courriel ou d'un message social suspect risque de devenir un point d'accès pour les pirates qui cherchent à s'approprier de vos bien sociaux.

La solution

Tout est question de **formation**. Si vous ne souhaitez pas que les employés qui ne sont pas habitués à utiliser les médias sociaux utilisent ces plates-formes, la solution est de les familiariser avec ces plates-formes. Apprendre aux employés la façon de bien utiliser les outils des médias sociaux est le meilleur moyen de s'assurer que leur usage est fait de façon sécuritaire. Et il existe des **programmes de formation structurés pour les médias sociaux** tels que ceux proposés par **Hootsuite University**. Avec un investissement horaire et financier minimal, les employés de votre entreprise apprendront les meilleures pratiques dans l'usage des réseaux sociaux pour faire bénéficier votre entreprise tout en maintenant un plein contrôle. Ces outils se présentent souvent dans différents formats, allant des conférences en ligne aux fiches techniques, ce qui signifie que vous pouvez choisir l'option qui correspond le mieux à votre entreprise.

Les employés doivent également apprendre à **cliquer avec prudence**. Est-ce que toutes les personnes ayant accès à vos ressources sociales savent comment repérer un lien malveillant ? Les liens de type pourriel sont le moyen le plus habituel de dérober ou de pêcher des données personnelles dans le but de compromettre les comptes sociaux. Tout comme les employés de the Onion en ont malheureusement fait l'expérience récemment, tous les membres du personnel doivent être conscient des conséquences potentielles de cliquer sur des liens étranges dans leurs courriel, et ce quelle qu'en soit leur origine d'envoi. Surtout les liens qui mènent à des pages qui vous demandent de taper votre nom d'utilisateur et votre mot de passe.

Outre d'accroître un niveau de base en matière de sécurité, une bonne formation aux médias sociaux permet également d'améliorer la performance globale de vos campagnes sociales médiatiques. Les programmes de formation vont vous permettre d'élargir votre éducation de base en abordant des sujets plus avancés tels que l'étiquette dans les médias sociaux et la façon d'utiliser la messagerie sociale pour attirer de nouveaux clients.

2. Centraliser les canaux des médias sociaux

Le défi

Une des actions nécessaires à la croissance de la présence sociale de votre entreprise consiste à créer plusieurs comptes sur de nombreux réseaux sociaux. Cela implique également de déléguer de plus en plus de contrôle en matière de médias sociaux à de plus en plus d'employés au sein de votre société à mesure que celle-ci s'agrandit. Certains employés pourraient même avoir déjà créé un grand nombre de comptes sur les médias sociaux tels que Facebook, LinkedIn, Twitter, sans obtenir une autorisation officielle. Vous pourriez également avoir besoin que tout le personnel de l'entreprise, allant de votre PDG à vos stagiaires, participe aux campagnes sociales. Au fur et à mesure que votre entreprise s'accroît, être en mesure de contrôler une multitude de comptes sur différents réseaux sociaux devient une tâche de plus en plus difficile.

La solution

Bien qu'il ne soit pas conseillé de centraliser votre messagerie sociale, une étape essentielle à la sécurisation des ressources sociales au sein d'une entreprise consiste à placer tous vos comptes sociaux sous un contrôle central. Commencez par **effectuer une vérification de tous les comptes de médias sociaux** au sein de votre entreprise. Prenez connaissance de la ou des personnes qui s'en occupent et qui y ont accès. Supprimez tous les comptes superflus et retirez l'autorisation aux personnes qui ne sont pas supposées l'avoir. Une fois cela fait, le moyen le plus simple pour centraliser le contrôle est de consolider tous les comptes au sein d'un système de gestion des médias sociaux.

Ces systèmes de gestion des médias sociaux vous permettent de rédiger et de publier des messages à destination de plusieurs comptes et de divers réseaux sociaux à partir d'une seule interface. Ils permettent également aux personnes responsables de surveiller toutes les activités et les messages sociaux depuis un seul point, simplifiant ainsi ce qui est d'habitude une tâche pénible et qui demande beaucoup de temps.

De plus, ces systèmes disposent généralement d'importantes fonctions de sécurité (en plus d'un certain nombre d'autres fonctions permettant d'améliorer vos

campagnes, telles que la planification et l'analyse des messages). Les outils anti-pourriels et anti-maliciels informent les utilisateurs lorsqu'ils cliquent sur un lien suspect. Hootsuite met automatiquement en quarantaine les liens cachés abusif contenant des URL Ow.ly en affichant un avertissement de sécurité et en utilisant Google SafeBrowsing pour déterminer si un lien pourrait être dangereux. Hootsuite effectue toutes les étapes nécessaires pour supprimer le lien incriminé à partir de la base de données et pour bloquer l'accès Ow.ly au domaine d'origine. Ceci est un moyen très facile qui permet d'éviter que les employés aillent sur des sites Web dangereux et risquent de compromettre leurs comptes. Les outils de gestion des médias sociaux permettent également d'informer les chefs d'équipe de toute activité suspecte qui se déroulerait sur leurs comptes, leur donnant ainsi la possibilité de mettre fin à toutes les menaces potentielles à la sécurité.

Le besoin de rassembler tous les comptes sociaux en un seul espace s'est transformé en ce que l'on appelle des médias sociaux sponsorisés (tels que les produits sponsorisés sur Twitter et les postes suggérés sur Facebook) et sont devenus aujourd'hui une partie intégrante des campagnes sur les médias sociaux. Cette tendance commerciale, estimée à plus d'un milliard de dollars, va continuer son chemin pour finir au sein de la plupart des stratégies sociales et médiatiques des entreprises et son impact financier découlant des médias sociaux sponsorisés est devenu un facteur supplémentaire suscitant l'intérêt d'une centralisation du contrôle des ressources sociales. Une des pires des choses qui pourraient arriver à votre marque serait d'investir des dizaines, voire des centaines de milliers de dollars en comptes suggérés ou en tweets sponsorisés puis de voir tout cet investissement gâché par un tweet inapproprié d'une personne qui aurait accès à votre compte. La bonne nouvelle c'est qu'en adoptant un système de gestion des médias sociaux qui vous permet d'acheter des espaces publicitaires depuis sa propre plate-forme, vous pourrez associer toutes les fonctions de sécurité mentionnées ci-dessus à vos efforts sociaux sponsorisés. Les achats d'espace publicitaire social pourront être surveillés par les personnes responsables au sein de votre organisation, sans oublier qu'il n'est pas besoin de créer de mots de passe supplémentaires pour accéder aux plates-formes sociales sponsorisées.

3. Prendre toutes les mesures nécessaires pour protéger les mots de passe

Le défi

Le partage de comptes des médias sociaux implique inévitablement le partage de mots de passe. Plus une société dispose de comptes et plus ses réseaux sociaux sont actifs, plus elle devra créer et partager de mots de passe avec toutes les personnes impliquées dans ses campagnes, allant des simples stagiaires aux cadres supérieurs. Chacun de ces mots de passe est une information que l'on doit protéger et éviter qu'elle ne tombe entre de mauvaises mains. Mais comment faire pour assurer leur sécurité lorsqu'ils sont transmis d'un employé à l'autre ou d'un service à un autre?

La solution

La première chose à faire pour protéger un mot de passe consiste tout simplement à prendre le temps de **créer un mot de passe complexe et élaboré**. Avec la réputation de votre société en jeu, les mots de passe courts de quelques caractères ne sont tout simplement pas acceptables (aussi affligeant que cela puisse paraître, le mot de passe le plus communément utilisé en 2012 était « mot de passe »). **Vous pourriez envisager l'utilisation d'un outil de gestion des mots de passe**, tel que LastPass ou KeePass, qui génère des mots de passe complexes à votre place.

Une fois que vous avez créé un mot de passe suffisamment robuste, les employés devront s'assurer de ne jamais conserver les mots de passe sur des ordinateurs partagés, dans des courriels ou dans des appareils mobiles qui pourraient être volés ou perdus (et, de toute évidence, de ne jamais le laisser à la vue de tous sur un post-it ou tout autre feuille de papier). Ici encore, un outil de gestion des mots de passe tel que LastPass stocke vos mots de passe pour vous. Il vous permet également de partager les mots de passe sans les rendre physiquement visibles aux autres membres de l'équipe.

La technologie Single sign-on (SSO) est un autre moyen efficace de réduire un trop grand nombre de mots de passes et de réduire les risques en conséquence. SSO permet aux employés de se connecter aux comptes des médias sociaux de la société en utilisant un même nom d'utilisateur et un même mot de passe à partir de leur compte de messagerie d'entreprise. Ainsi, les « clés » ou les mots de passe de ces comptes restent entre les mains d'un administrateur de confiance. Quand un créateur d'un mot de passe quitte votre organisation, pour une raison quelconque, une chose dont vous devez vous assurer est de conserver le contrôle ultime et l'accès à vos précieux comptes représentant votre marque.

Un système de gestion des médias sociaux vous permet également de vous connecter à vos comptes depuis n'importe quel point d'accès et à partir de n'importe quel appareil sans devoir télécharger et sauvegarder des données précieuses. Les paramètres **HTTPS** de Hootsuite renforcent la protection de vos mots de passe et de vos profils quand vous utilisez Hootsuite sur des wifi publiques.

4. Instaurer un système d'approbation par messagerie

Le défi

Nous sommes tous des êtres humains. C'est d'ailleurs pour cette raison que les médias sociaux sont si efficaces car les gens aiment parler et voir des choses sur des sujets qui les intéressent. Mais cela signifie également que nous commettons des erreurs. Personne n'en est à l'abri et personne ne devrait prétendre pouvoir l'être. Lorsque vous avez des centaines, voire des milliers d'employés dans une grande entreprise en train de publier des messages sur des réseaux sociaux, de toute évidence des erreurs seront commises. Si vous n'êtes pas préparé à une telle éventualité, un mauvais tweet pourrait coûter très cher à votre organisation, aussi bien en termes d'image de marque que financièrement. Comment faire pour réduire ce genre de risque à une si grande échelle?

La solution

Il existe un moyen extrêmement simple de réduire la probabilité qu'un mauvais tweet ne soit envoyé à partir d'un compte de l'entreprise : le processus d'approbation en deux étapes. Les systèmes de gestion des médias sociaux permettent aux équipes de mettre en place un processus d'approbation concernant tous les messages sociaux. Cela signifie que deux paires d'yeux pourront vérifier chaque message sur Tweeter et Facebook avant qu'ils ne soient publiés au public et ainsi réduire considérablement la probabilité qu'un mauvais tweet, accidentel ou volontaire, ne puisse être envoyé. Ce processus permet également aux administrateurs de médias sociaux d'éditer les messages comportant des fautes d'orthographe, de revérifier les liens et de s'assurer que le message est conforme aux normes de l'entreprise.

Lorsque votre marque comporte des milliers, voire des millions d'abonnés par le biais des médias sociaux, vous devez absolument vous assurer que seul un nombre très limité de personnes ont la capacité de publier des messages, même si un plus grand nombre puisse être impliqué dans la création de ces messages. Les paramètres de limitation des autorisations, tels que ceux proposés par Hootsuite, sont définis de façon à réduire le risque de confier les clés de ces comptes aux employés de niveau d'entrée ou aux stagiaires. Les différents niveaux d'autorisation peuvent s'aligner avec la hiérarchie naturelle de votre société. Les membres du personnel pourront obtenir une autorisation limitée leur permettant de créer des messages qui seront ensuite envoyés vers une file d'attente des approbations pour confirmation par la direction avant leur publication, ce qui vous permet de limiter l'accès et les capacités des employés sur certains types de comptes sociaux. Non seulement cela a pour effet de réduire le risque de tout mauvais tweet, mais incite également les employés de faire preuve de plus de créativité dans leur messages en prenant note des modifications apportées par leurs supérieurs hiérarchiques. En fait, cela vous aide même à mieux évaluer votre équipe lorsque le besoin se présente.

.

5. Se préparer pour le pire

Le défi

Quel que soit le nombre de mesures de sécurité que vous mettez en place, il existera toujours la possibilité, aussi infime qu'elle soit, que quelque chose passe au travers des mailles de votre filet. Un bouton peut être cliqué par mégarde, un directeur chargé des approbations des messages peut faire une erreur critique ou un intrus particulièrement intelligent peut accéder à l'un de vos comptes par une porte dérobée. Alors, que faire quand la situation tourne au vinaigre sur les médias sociaux ?

La solution

Être préparé.

Améliorer la sécurité de vos médias sociaux ne signifie pas que vous pouvez négliger votre état de préparation face aux crises qui pourraient survenir dans les médias sociaux. Chaque entreprise devrait disposer d'un plan de gestion de crise en cas de problème. Autrement dit, tous les employés devraient suivre une formation spécifique sur la façon de réagir rapidement et efficacement en cas de crise. Les plans devraient être simples et flexibles car les crises sont le plus souvent complètement imprévisibles. Un second plan d'urgence devrait également être mis en place. Hootsuite propose des simulations de crises pour ses clients d'entreprise qui sont conçus pour tester et évaluer la réponse d'urgence de votre équipe sociale. La simulation comprend également une description des domaines et des personnes qu'il faudrait revoir et corriger et offre des suggestions d'amélioration du plan d'urgence principal.

Même quand les médias sociaux sont la cause d'un problème, ils peuvent également vous aider à le résoudre. Les médias sociaux sont un phénomène qui se déroule en temps réel, autrement dit une entreprise doit savoir réagir à une situation en temps réel. Les outils de gestion des médias sociaux peuvent vous servir de centre de contrôle vous permettant de surveiller toutes les communications à la fois. Ces outils peuvent vous avertir du danger potentiel d'une situation ou des activités inhabituelles sur vos comptes.

Ils permettent également d'observer la façon dont le public réagit face à un problème et d'envoyer rapidement des messages aux membres de l'équipe afin qu'ils puissent répondre aux questions et aux commentaires des abonnés et des clients ou traiter tout problème exposé au grand public. Les marques devraient toutes disposer d'un plan de sensibilisation. Les médias sociaux vous permettent d'atteindre très rapidement un grand nombre d'abonnés afin de les informer d'un problème et des mesures que vous avez mis en place pour le résoudre.

Les ressources sociales ne devraient jamais être liées à un seul emplacement ou à un ordinateur unique au cas où la crise serait de caractère géographique, telle qu'une coupure de courant après une tempête. Mettez à profit la mobilité des médias sociaux et soyez disposé à utiliser des ordinateurs portables ou des Smartphones pour organiser votre réponse à une crise. Cela vous permet également de vous déplacer et d'interagir avec les employés sans jamais abandonner vos ressources sociales.

Conclusion

En suivant ces cinq étapes, vous pouvez mettre au repos votre suite en C. Les ressources sociales de votre marque seront protégées et vos employés adéquatement formés sur la façon de les utiliser. Et si le pire devait arriver, vous serez prêt à réagir rapidement et efficacement. Les médias sociaux seront bientôt l'un des atouts principaux de votre entreprise à l'avenir. Prenez donc le temps de bien les protéger.

À propos de Hootsuite Enterprise

Accélérez votre transformation sociale avec Hootsuite

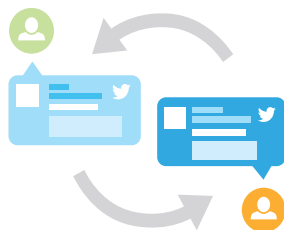
Gestion des médias sociaux



Marketing des médias sociaux



Service à la clientèle sur les médias sociaux



Vente sociale



Hootsuite Enterprise permet aux organisations d'exécuter leurs stratégies de médias sociaux. Hootsuite Enterprise, la plateforme sociale d'entreprise la plus couramment utilisée dans le monde, permet à des entreprises d'envergure mondiale de déployer leurs activités de médias sociaux dans de multiples équipes, services, et unités d'entreprise. Notre plateforme versatile prend en charge un écosystème croissant d'intégrations de technologies, permettant aux entreprises d'intégrer les médias sociaux à leurs systèmes et programmes existants.

Nous aidons les organisations à créer des relations plus approfondies avec leurs clients et à recueillir des données sur les médias sociaux qui éclairent leurs décisions. Depuis sa création, Hootsuite n'a eu de cesse d'innover, et aujourd'hui, nous continuons à aider des entreprises à accélérer leur transformation sociale et leur réussite en leur offrant nos formations et services professionnels.

Demandez une démo personnalisée aujourd'hui en consultant: enterprise.hootsuite.com

744 entreprises du Fortune 1000 font confiance à Hootsuite

