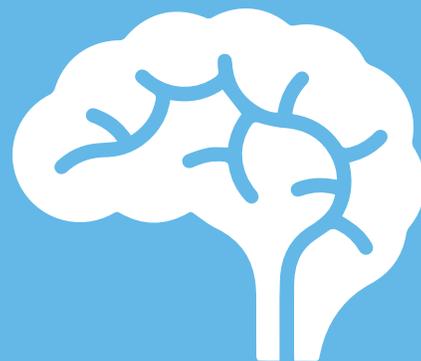
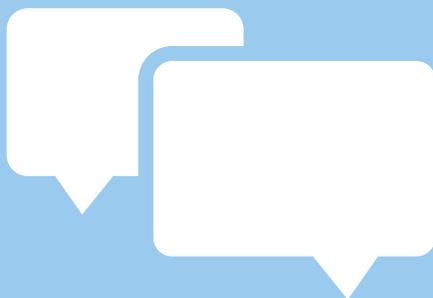


GUIDE

En route vers l'intelligence sociale:

État des lieux de votre entreprise



Les données au cœur du parcours

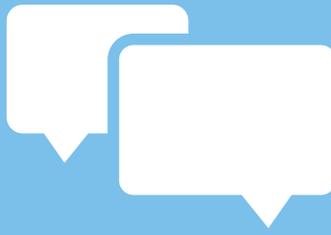
À l'ère du numérique, les données, pertinentes, exploitables et en temps réel, sont au cœur des stratégies d'entreprise réussies. La façon dont les données sont obtenues, interprétées et utilisées, est l'élément le plus révélateur de l'impact qu'ont les médias sociaux sur une organisation. Afin de tirer profit du pouvoir transformateur des médias sociaux, il faut faire bien plus qu'écouter et s'engager; il faut tendre vers une activité plus profonde et plus réfléchie: [l'intelligence sociale](#), ou Social Media Intelligence (SMI).

Le chemin qui mène à l'intelligence sociale est différent dans chaque organisation, mais comporte quelques étapes similaires. Comme dans tous les parcours, il est important de passer par ces étapes, car ce sont vos points d'arrêt pour renforcer la compréhension opérationnelle des médias sociaux de votre organisation.

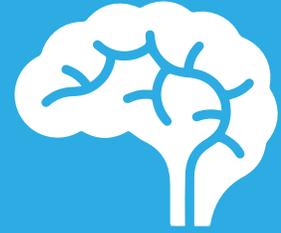
Dans ce guide, nous vous aiderons à évaluer l'utilisation des données issues des médias sociaux dans votre organisation et à vous frayer un chemin vers l'intelligence sociale.



Écoute



Engagement



Intelligence

Que faut-il entendre par « Intelligence sociale » ?

Cela se dit d'une organisation qui:

- transforme les données brutes des médias sociaux en données exploitables;
- partage ces informations librement dans l'entreprise; et
- intègre les informations issues des médias sociaux dans le processus de prise de décision au niveau exécutif.

Pour en savoir davantage sur l'intelligence sociale, téléchargez notre [livre blanc: Transformez les données en actions.](#)

Comment votre organisation va-t-elle y parvenir?

D'une manière générale, nous observons une évolution de la façon dont les données sont recueillies et utilisées dès la première étape que nous appelons « l'écoute ». Les données sont ensuite exploitées de façon plus approfondie pendant l'étape de « l'engagement », puis leur utilisation évolue jusqu'à finalement constituer ce que l'on appelle « l'intelligence sociale ». Le temps consacré à ces trois étapes peut être mesuré en semaines, en mois ou en années en fonction des ressources humaines et matérielles mises à disposition. Chaque organisation évolue à son propre rythme.

Pour évaluer l'intelligence sociale de votre entreprise, utilisez cette feuille de travail et répondez aux questions au fur et à mesure. À la fin, vous saurez où en est votre entreprise concernant le SMI, ce dont vous avez besoin pour le mettre en œuvre et de quelle façon Hootsuite peut vous aider à y parvenir.



L'Écoute

Durant la phase d'écoute, votre organisation fait seulement ses premiers pas sur les médias sociaux, mais elle a de l'intérêt pour le SMI et se prépare à investir. Les 4 P des médias sociaux (les Personnes, le Pourquoi, le Processus, les Plateformes) sont pris en compte dans le développement stratégique de votre programme de médias sociaux.

Votre organisation entend mesurer des indicateurs de base tels que les mentions de marque, les mentions J'aime et les partages, et suivre les mots-clés associés à la marque. Elle a bien conscience qu'une conversation a lieu sur les médias sociaux à son sujet et les principaux intervenants de cette conversation ont été identifiés. Mais pour le moment la communication ne va que dans un sens, et vous recevez de l'information sans y répondre.

Évaluation de l'écoute

- Votre organisation dispose-t-elle d'une équipe dédiée aux médias sociaux?
- Avez-vous identifié les objectifs stratégiques de votre programme de médias sociaux?
- Avez-vous testé les offres disponibles sur le marché et choisi un tableau de bord de gestion des médias sociaux?
- Pratiquez-vous une écoute active des canaux sociaux tels que Facebook, Twitter et LinkedIn?
- Votre écoute est-elle reliée à la surveillance d'indicateurs de médias sociaux spécifiques?
- L'écoute vous a-t-elle aidé à identifier les influenceurs principaux dans la catégorie de votre marque/produit?

Si vous avez répondu Oui à ces six questions, vous vous trouvez à l'étape de l'écoute ou avez dépassé cette étape.

Si vous avez répondu Oui à moins de 6 questions, vous pouvez utiliser cette évaluation pour faire évoluer vos activités de médias sociaux en identifiant les lacunes principales de votre stratégie.

Comment nous pouvons vous aider

Hootsuite est la plateforme de gestion des médias sociaux la plus populaire au monde, utilisée par 744 entreprises du Fortune 1000 pour exécuter des stratégies de médias sociaux à l'échelle mondiale. Les organisations qui se trouvent dans la phase d'écoute du parcours de l'intelligence sociale peuvent utiliser la configuration intuitive "onglet et flux" de Hootsuite pour créer des environnements de veille en toute facilité qui ciblent des mentions de noms de marque, mots-clés et concurrents sur plusieurs réseaux.

Les équipes peuvent filtrer les flux par emplacement géographique ou score d'influence sociale et partager rapidement des idées avec leurs collègues, tout cela à partir de la plateforme. Hootsuite Analytics fournit les données dont les équipes ont besoin pour mesurer leur performance et se fixer des objectifs de croissance future. Hootsuite University offre un programme de formation complet aux bonnes pratiques et aux tactiques des médias sociaux, au sein de la plateforme, pour aider les utilisateurs à prendre les mesures suivantes concernant leur activité sur les médias sociaux.





L'Engagement

Par définition, l'engagement est une expérience bilatérale. Les organisations qui se trouvent à l'étape de l'engagement participent activement à des conversations avec leur public et leurs parties prenantes. Ces conversations génèrent un flux continu de données utiles permettant d'améliorer vos pratiques et programmes de médias sociaux.

À cette étape, les données issues des médias sociaux entrent en compte dans l'établissement des objectifs des services de l'entreprise et sont utilisées comme un outil pour construire des relations. Leur portée s'étend au-delà du service Marketing et atteint le Service à la clientèle, les Ressources Humaines, les Ventes et le service R&D.

Évaluation de l'engagement

- Répondez-vous activement à vos clients ou parties prenantes sur les médias sociaux et en temps réel?
- Allez-vous plus loin que la simple réponse afin d'établir des relations avec vos clients et des leaders d'opinion sur les médias sociaux?
- Est-ce qu'il y a plus d'un service qui utilise les médias sociaux dans votre organisation?
- Utilisez-vous les données issues des médias sociaux pour améliorer continuellement vos programmes de médias sociaux en temps réel?
- Utilisez-vous les données issues des médias sociaux pour éclairer vos décisions et définir les objectifs des services de votre entreprise?

Si vous avez répondu Oui aux cinq questions, vous vous trouvez dans la phase d'engagement ou vous avez déjà dépassé cette phase.

Si vous avez répondu Oui à moins de cinq questions, vous pouvez utiliser cette évaluation pour faire évoluer vos activités de médias sociaux en identifiant les lacunes principales de votre stratégie.

Comment nous pouvons vous aider

Hootsuite permet aux organisations de développer rapidement leurs activités communautaires et facilite la gouvernance des médias sociaux au fur et à mesure qu'elles progressent dans la phase d'engagement de leur parcours de l'intelligence sociale. Notre interface de publication intuitive permet aux utilisateurs de diffuser du contenu rapidement et en toute confiance sur une variété de réseaux sociaux en seulement quelques clics. Les administrateurs peuvent créer des groupes de réseaux sociaux affiliés et de membres d'équipe dans Hootsuite qui reflètent la structure organisationnelle dans le monde réel.

Les utilisateurs finaux ont l'option de mettre en ligne du contenu en masse pour une publication future à des moments choisis ou d'utiliser la fonctionnalité de programmation automatique pour sélectionner l'heure optimale de publication. Les administrateurs peuvent mettre en place des flux de travail pour s'assurer qu'aucun élément de contenu ne soit publié sans qu'ils n'aient donné leur aval. Hootsuite a été conçu comme une solution d'engagement puissante et rapide qui s'adapte aux équipes de toutes les tailles.





L'Intelligence Sociale

L'intelligence sociale est caractérisée par l'intégration et la visibilité de la voix du client, acquise par le biais des médias sociaux, au sein de l'organisation. La voix du client fournit des données brutes que les collaborateurs transforment en données exploitables.

Elle éclaire les décisions de la Direction, et est visible quotidiennement sur les écrans du centre de commande de l'organisation. Les médias sociaux sont désormais la force motrice des actions à tous les niveaux.

Comment nous pouvons vous aider

La technologie de surveillance et d'engagement de Hootsuite permet aux équipes de passer rapidement et volontairement de la phase d'écoute à la phase d'engagement tout au long du parcours de l'intelligence sociale. Hootsuite offre des solutions de visualisation de données et de reporting qui diffusent les résultats des campagnes de médias sociaux aux intervenants dans l'entreprise. Des tableaux de bord de centres de commande ont été déployés dans les halls d'entrée et salles de réunion des entreprises du Fortune 100 pour visualiser les données issues des médias sociaux, aux côtés d'autres mesures d'entreprise telles que le nombre de visiteurs Web ou le temps d'attente du centre d'appels.

Au sein de la plateforme, les modules d'analyse de Hootsuite permettent aux équipes de s'échanger des données issues de nombreux comptes sociaux sous forme de rapports faciles à consulter. Les données fournies par UberVU via Hootsuite, proviennent d'au-delà de vos différents profils vous appartenant et vous rapportent les tendances et mentions de votre marque sur l'ensemble du Web. Il en ressort des recommandations exploitables, orientées sur les données, qui éclairent les activités communautaires quotidiennes des professionnels en temps réel.

Évaluation de l'intelligence sociale

- Intégrez-vous les données issues des médias sociaux aux données obtenues sur d'autres canaux? Par exemple : les groupes de discussion, les données opérationnelles ou de GRC.
- Votre organisation est-elle protégée par un ensemble de règles claires concernant les médias sociaux?
- Les membres de vos équipes sont-ils formés aux bonnes pratiques des initiatives sur les médias sociaux et sur Internet?
- Les données issues des médias sociaux sont-elles utilisées pour définir les objectifs des services et des campagnes ?
- Les données issues des médias sociaux sont-elles partagées avec les dirigeants pour éclairer la prise de décisions?
- Votre compréhension des analyses de médias sociaux s'est-elle étendue au-delà de la simple analyse des J'aime et des mentions de la marque?
- Votre organisation affiche-t-elle ses indicateurs d'analyse des médias sociaux sur les écrans du centre de commande pour les rendre visibles par toute l'entreprise?
- La voix du client ou de la partie prenante sur les médias sociaux a-t-elle une influence et est-elle au centre des stratégies de votre organisation?

Si vous avez répondu Oui aux huit questions, vous êtes un professionnel avancé de l'intelligence sociale. Si vous avez répondu Oui à moins de huit questions, vous pouvez utiliser cette évaluation pour faire évoluer vos activités de médias sociaux en identifiant les lacunes principales de votre stratégie.

Exploitez tout le potentiel de vos données

Maintenant que vous avez déterminé dans quelle phase votre organisation se trouvait en matière d'intelligence sociale, vous disposez également de la feuille de route pour votre destination. Nous pouvons vous aider à y parvenir et à placer le pouvoir transformateur des données issues des médias sociaux au cœur de vos stratégies d'entreprise. Pour nous contacter, demander une démonstration et rejoindre les 800 entreprises du Fortune 1000 qui utilisent déjà HootSuite, rendez-vous sur **enterprise.Hootsuite.com**.

À propos de Hootsuite Enterprise

Accélérez votre transformation sociale avec Hootsuite

Marketing Digital



Social Selling



Service Client



Employés Ambassadeurs



Social HR



Sécurisée et évolutive, la solution Hootsuite Enterprise permet aux organisations, privées ou publiques:

- de mettre en œuvre et piloter efficacement leur stratégie sur les médias sociaux
- de la déployer à tous les niveaux de l'organisation (équipes, marques, régions ou pays)
- tout en contrôlant la sécurité des comptes, la cohérence des messages et les retours générés.

Indépendante, Hootsuite Enterprise s'intègre avec un écosystème ouvert de réseaux et de technologies tierces — compatibles avec vos outils métiers et vos processus existants.

Développer les relations clients et influenceurs, générer des opportunités commerciales, renforcer votre Marque Employeur, recueillir et analyser les données en temps réel... Hootsuite Enterprise vous permet de tirer pleinement parti des médias sociaux.

Depuis sa création, Hootsuite n'a eu de cesse d'innover pour aider les entreprises à accélérer leur transformation digitale. Elle est aujourd'hui la plateforme de Social Media la plus utilisée dans le monde.

Demandez une démo personnalisée:
enterprise.hootsuite.com

Plus de 800 entreprises du Fortune 1000 et la majorité des sociétés du CAC 40 font aujourd'hui confiance à Hootsuite

