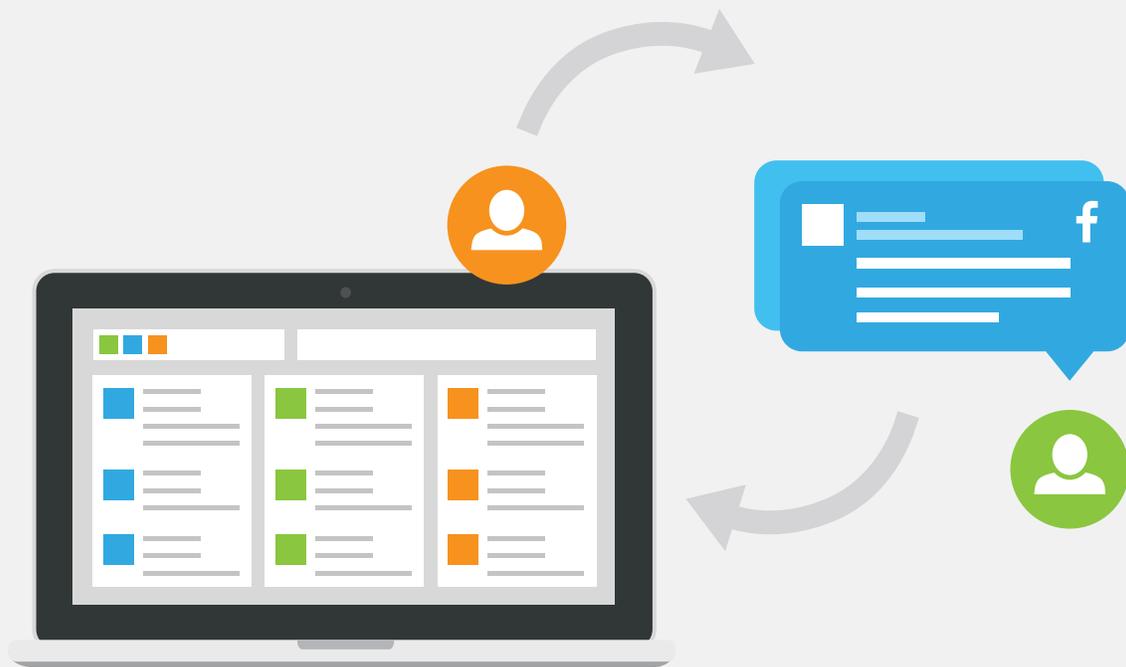


GUIDE

Guide d'évaluation

Plateformes de gestion
des médias sociaux



Guide d'évaluation des plateformes de gestion des médias sociaux

Toute organisation présente sur les médias sociaux doit se doter à terme d'une plateforme sociale d'entreprise, c'est à dire d'une plateforme permettant de centraliser et d'optimiser sa présence sur les réseaux sociaux et répondre aux besoins d'échanges de données entre ses différents services.

Les plateformes de gestion des médias sociaux permettent à tous les services et à toutes les *business units* de l'entreprise (marketing, relations publiques, ventes, service client et ressources humaines), de capitaliser sur ces médias pour en retirer de réelles améliorations (résultats financiers, gains de productivité / de qualité de service). Pour en tirer le meilleur parti possible, il est important d'évaluer les différentes plateformes existantes en vous basant sur les besoins à long terme de votre organisation. La liste ci-dessous vous aidera à évaluer les différentes offres disponibles pour faire le bon choix.

Les 10 fonctionnalités essentielles d'une plateforme de gestion des médias sociaux :

1. Gestion centralisée
2. Engagement
3. Intégrations
4. Collaboration
5. Conformité
6. Sécurité & Gouvernance
7. Évolutivité
8. Assistance mondiale
9. Analyse & Reporting
10. Éducation & Formation



1. Gestion centralisée

Le principal objectif d'une plateforme sociale d'entreprise – ou plateforme de gestion des médias sociaux – c'est bien-sûr de vous aider à gérer toutes les discussions que votre organisation entretient sur ces médias. Elle doit simplifier la façon dont vous écoutez et engagez la conversation sur les réseaux sociaux. Elle doit également vous permettre d'optimiser les workflows des différents services et équipes de votre organisation impliqués dans votre stratégie digitale.

Pour gérer efficacement et engager votre entreprise sur les médias sociaux, votre plateforme sociale doit comprendre les fonctionnalités suivantes :

- Une interface unique qui prend en charge tous les réseaux sociaux ainsi que leurs contributeurs
- La possibilité de consulter et de gérer différents types de contenu
- Des fonctionnalités de programmation pour publier du contenu sur de multiples réseaux et profils
- Un système capable d'organiser le travail des équipes et des services en fonction de leurs efforts de contribution
- Une vue calendrier du contenu sortant, avec le nom de l'auteur, pour un suivi et une gestion centralisée
- Des flux de recherche et des listes personnalisées pour un filtrage et une surveillance facile
- La capacité d'identifier et de retirer les publications indésirables
- Un accès aux historiques de conversations et aux communications internes
- La capacité d'importer de grandes quantités de contenu sous forme de fichiers .csv
- La possibilité d'amplifier sur des réseaux sociaux spécifiques des contenus trouvés sur Internet
- Une application mobile robuste en complément de la version web

Les médias sociaux ont réellement changé la façon dont nous communiquons avec nos fans. Ils ont changé la façon dont nous écoutons leurs commentaires, la façon dont nous comprenons leurs besoins, ainsi que leurs attentes vis-à-vis de notre produit, de notre contenu, et de notre ligne de conduite en général. Ils sont devenus un excellent outil de communication à double sens pour nous.

Steve McArdle, Directeur numérique de la LNH

2. Engagement

« L'engagement » sur les médias sociaux – c'est à dire le fait de créer des conversations sur ces médias - nécessite de l'organisation, de la planification et des workflows efficaces afin de générer des résultats. Pour permettre à votre entreprise de « créer de l'engagement » sur les réseaux sociaux et de générer des résultats, votre plateforme sociale d'entreprise doit comprendre les fonctionnalités suivantes :

- Une interface unique pour publier votre contenu en simultané sur de multiples supports
- La possibilité de cibler des audiences spécifiques et personnalisées sur différents réseaux sociaux (en fonction de critères tels que le genre, le niveau d'étude, l'âge, la profession et l'ancienneté)
- Un outil de communication interne intégré pour importer des messages issus des médias sociaux, les discuter en interne et organiser leur promotion (les amplifier).
- Un outil d'identification des principaux influenceurs, selon leur « score Klout » (le principal indicateur pour le niveau d'influence sociale)
- Des fonctionnalités d'attribution (« assignements ») permettant aux équipes de communiquer avec des groupes internes, des agences externes, mais aussi et surtout avec leurs audiences sur tous les réseaux sociaux
- Des workflows de publication permettant des réponses précises et contrôlées aux questions sur les réseaux sociaux

Chez Virgin nous aimons écouter nos clients et interagir avec eux. Nous utilisons les médias sociaux pour nous joindre aux conversations tenues par nos fans afin de recueillir du feedback et améliorer nos offres de produits et de services.

Daniel Richards, directeur du numérique, Virgin Group

3. Intégrations

Le secteur des médias sociaux est extrêmement dynamique - de nouvelles applications sont lancées tous les jours. Votre organisation a besoin d'une plateforme pouvant s'intégrer avec les meilleures et les toutes dernières applications, ainsi qu'avec vos systèmes et programmes existants - tels que votre CRM, votre plateforme de marketing automation, votre outil de service client... Pour vous assurer que vos applications actuelles et futures s'intègrent à l'écosystème de votre plateforme sociale, assurez-vous qu'elle présente les caractéristiques suivantes :

- Une Intégration étroite et officielle avec les principaux réseaux sociaux, y compris les programmes de partenariats certifiés (Preferred Market Developer de Facebook, Produits Certifiés Twitter et Programme de gestion des médias sociaux de LinkedIn)
- La mise en place de connecteurs et d'un « App store » - un répertoire d'applications complet et en constante évolution. Ces nombreuses extensions et applications permettent d'étendre les fonctions de la plateforme et de garantir la compatibilité avec vos autres outils.
- Une API/SDK ouverte permettant de développer des fonctionnalités personnalisées, construites en interne ou en externe
- Un réseau de partenariat international afin d'avoir accès aux réseaux sociaux de niche partout dans le monde

Parmi les meilleurs partenaires de Hootsuite Enterprise

 Marketo®

 SUGARCRM.

 salesforce

 NEXIGATE

 webtrends

4. Collaboration

Les grandes entreprises regroupent de nombreux services et travaillent avec divers fournisseurs et agences externes. Pour faciliter la collaboration entre les divers intervenants, votre plateforme de gestion des médias sociaux doit disposer des fonctionnalités suivantes :

- Création et gestion de multiples comptes utilisateurs avec les droits d'accès appropriés (pour surveiller ou publier du contenu sur les réseaux sociaux sous autorisation)
- Des fonctionnalités d'attribution (« assignement ») permettant aux équipes de communiquer en interne, avec des agences externes mais aussi et surtout avec leurs audiences sur tous les réseaux sociaux
- Des workflows permettant aux individus de diffuser des messages en ciblant des personnes, équipes ou services spécifiques
- La possibilité de converser avec votre audience (« Engagement ») et ce quelle que soit la langue, la zone géographique ou le fuseau horaire.
- Un outil de communication interne permettant d'importer des messages issus des réseaux sociaux afin d'en faire la promotion ou d'ouvrir un débat

Les grandes entreprises possèdent en moyenne 178 comptes sociaux et 13 services, y compris le marketing, les ressources humaines, le commercial et le service juridique, actifs sur les médias sociaux.

Jermiah Owyang, Altimeter Group

5. Conformité

Les organisations qui utilisent les médias sociaux comme vecteur de communication doivent affronter un grand nombre de risques juridiques, en particulier dans les secteurs réglementés tels que la finance et la santé. Pour éviter les violations de conformité, votre organisation doit disposer de politiques internes et des systèmes d'archivage. Assurez-vous que votre organisation reste conforme en choisissant une plateforme sociale d'entreprise qui comprend les fonctionnalités suivantes :

- L'archivage automatique : une trace permanente de toutes les communications en ligne pour respecter les exigences en matière de conformité
- Inclure les responsables de la conformité dans la file d'attente d'approbation en mettant en place des workflows et permissions granulaires
- Conserver un historique des messages publiés avec le nom de l'auteur et le réseau social
- Pré-approuver le contenu de médias sociaux avant sa publication pour s'assurer que le message est pertinent et conforme à la marque
- Gestion des politiques
- Modération du contenu automatisé pour s'assurer que tous les contenus sont conformes à vos politiques de conformité prédéterminées

Les 5 risques principaux sur les médias sociaux identifiés par des auditeurs internes

- Atteinte à l'image de marque et / ou à la réputation
- Fuite de données (informations personnelles des employés)
- Sécurité des données (informations sur l'entreprise)
- Virus et programmes malveillants
- Violations de la réglementation et de la politique de conformité

Source : Protivi

6 Sécurité & Gouvernance

En tant qu'organisation qui utilise les médias sociaux, vous devez protéger vos comptes et la réputation de votre marque. Pour garantir le meilleur retour sur investissement, le maintien de la cohérence de la marque et de la sécurité pendant vos campagnes sur les médias sociaux, votre plateforme doit comprendre les fonctionnalités suivantes :

- OAuth 2.0 : reliez tous vos réseaux sociaux sans avoir à afficher, stocker ou transférer les mots de passe de vos comptes
- Un système d'authentification unique (SSO): conservez un contrôle centralisé et un accès à votre plateforme sociale par le biais des annuaires de l'entreprise
- Un système de supervision des comptes : gestion des droits d'accès des employés, workflows de permissions et d'approbations
- Un environnement de publication sécurisé qui empêche la publication de contenu sur vos profils d'entreprise par des applications non-autorisées
- Un outil de validation du contenu en amont afin de s'assurer de la pertinence et de la conformité du message
- Des fonctions de surveillance, d'archivage et de recherche de contenu publié, sur la base de champs de métadonnées spécifiques
- La possibilité de gérer les droits d'accès de façon granulaire, par personne, par équipe, par service, ...
- La recherche automatique de comptes de médias sociaux affiliés à votre marque
- Des fonctionnalités de sécurité avancée : défense contre le piratage des comptes de votre marque, détection d'intrusion, ...

En tant qu'entreprise du secteur de l'énergie, la sécurité et la préparation sont deux notions essentielles pour nous. Un audit des comptes présents sur les médias sociaux nous a aidé à identifier un certain nombre de comptes qui utilisaient notre nom et notre marque. Cela nous a permis de supprimer les comptes frauduleux et de mettre en place des processus internes pour la création de nouveaux comptes sur les différents médias sociaux.

Lisette Santana, responsable de la communication et de la marque chez PPL

7. Évolutivité

Les organisations ont besoin d'une solution évolutive qui s'adapte aux besoins croissants de chaque service, marque et pays. Afin d'adapter votre croissance organisationnelle à votre croissance sur les médias sociaux, évaluez les fournisseurs de plateformes et assurez-vous qu'elles fournissent :

- la capacité de montée en charge - possibilité de prendre en charge de 10 à plus de 500 000 contributeurs
- La capacité de diffuser du contenu sur plus de 50 réseaux sociaux régionaux et internationaux
- La capacité à s'adapter à tout type d'organisation, que celle-ci ait une stratégie de contenu centralisée ou une stratégie décentralisée et un modèle fragmenté.
- Une fonction multilingue – capacité à prendre en charge de multiples langues pour les utilisateurs du monde entier
- Des workflows personnalisés adaptés aux besoins de chaque service
- Un temps de configuration minimal et la possibilité de déployer l'outil de manière massive, avec l'appui de modules de formations à la demande
- La possibilité d'y ajouter des services de formation et d'accompagnement en direct

Depuis qu'Orange est actif sur les réseaux sociaux, il y a eu une véritable remise en question qui nous a forcés à évoluer et à changer la façon dont nous travaillons. Avant nos services et départements travaillaient chacun de leur côté: le marketing, le service clients, la communication, les ressources humaines. Aujourd'hui, tous ces départements travaillent ensemble.

Lionel Fumado, Social media manager chez Orange

8 Support Client

Les médias sociaux sont actifs 24 heures sur 24 et 7 jours sur 7. Votre organisation a besoin d'une plateforme sociale d'entreprise disposant d'un système d'assistance capable de fournir à tout moment des réponses aux questions ou problèmes techniques. Pour vous assurer que votre organisation bénéficie de cette assistance, choisissez un fournisseur qui propose :

- L'assistance individuelle sur n'importe quel réseau social
- L'accès à une base de connaissances et à une communauté pour le support en ligne
- La prise en charge de plusieurs langues
- Un support technique 24 heures sur 24
- Des gestionnaires de comptes

Les clients utilisent de plus en plus les médias sociaux pour adresser leurs plaintes directement aux entreprises, et presque 78% d'entre eux pensent que les médias sociaux sont le futur du service client.

Etude «Complaint Ain't Easy» de Zendesk

9. Analyse & Reporting

La difficulté première, lors de la mise en œuvre d'une stratégie de Social Media en entreprise, c'est de quantifier la valeur ajoutée de ces médias, estimer le ROI.

Pour y arriver les organisations ont besoin d'une plateforme sociale capable d'analyser et de présenter les divers niveaux d'engagement sur les médias sociaux.

Pour pouvoir suivre et analyser le ROI des initiatives sur les médias sociaux, il est important de choisir un fournisseur qui propose :

- Une intégrations avec les outils d'analytics web existants
- La capacité d'analyser l'engagement sur toutes les plateformes et tous les profils
- La capacité d'établir des rapports personnalisés avec des options d'export dans des formats facilement utilisables / exploitables (.xls, .csv, .pdf)
- Un « raccourcisseur » d'URL personnalisé pour mesurer les statistiques d'engagement (y compris des options de « Vanity URL » pour personnaliser vos liens)
- La capacité à suivre les conversions via les solutions d'analytics ou de mesure d'audience web
- L'archivage automatique : garder un historique de l'engagement sur les différents médias sociaux avec une possibilité d'exporter ces informations
- La possibilité de suivre les performances de chaque message, du début (publication) à la fin (conversion)
- L'Intégration des données aux applications existantes de l'entreprise pour guider la stratégie et la prise de décisions
- Un « Command Center » - centre de commande des médias sociaux, outil personnalisable de visualisation des données

Hootsuite nous a aidés à créer et à analyser des rapports. À partir de ces rapports, nous avons visualisé le niveau d'engagement de MLS sur les médias sociaux, ainsi que le ROI de notre stratégie sur les médias sociaux.

Étude de cas de Major League Soccer

Auparavant il nous était difficile de consolider notre visibilité sur les datas. Il fallait avoir accès tous les comptes, c'était très compliqué de faire des tableaux de bords. Tout était en mode très éclaté. Désormais nos 15 délégations régionales ont accès à Hootsuite. Le fait d'avoir une plateforme centralisée nous permet d'avoir des data communes.

Salem Kadouri, Responsable e-Influence & Senior Community Manager chez EDF

Un exercice de mise en situation nous a permis de nous préparer au prochain changement de nom de notre marque. Quand le changement a eu lieu, nos équipes étaient capables de répondre en ligne aux questions de nos clients et du public, ceci de façon rapide et efficace.

Jaime Stein, cadre supérieur, Social Media Tangerine

10. Éducation & Formation

Aujourd'hui, le paysage des médias sociaux est en constante évolution. Il est donc impératif que votre organisation reste agile et éduquée. Lorsque vous choisirez une plateforme de gestion des médias sociaux, optez pour un fournisseur qui offre :

- Des modules de formation à la demande, sur les fonctionnalités produits et sur les bonnes pratiques digitales, des vidéos de démo et des webinars émanant de leaders d'opinion
- La possibilité d'évaluer les équipes avec des tests, des examens et des feuilles de suivi
- Une certification reconnue par la profession
- Des programmes de formation sur mesure, adaptables en fonction des objectifs de l'entreprise et des équipes
- Des mises en situation pour préparer votre équipe à bien réagir et à être efficaces (en cas de forte hausse des activités de médias sociaux, en cas de crise etc.)

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

