











Social O'mètre

Novembre 2015

TOP PEOPLE

		Social score	
	Frédéric Charles SUEZ IT	82	=
	Sandrine Avenier INFORMATICA	78	+3
	Patrick Bouillaud IBM	77	-1
	Bruno Fridlansky SOCIAL DYNAMITE	75	-1
	Yann Marchand MGT CONSEILS	66	+10
	Jean-Denis Garo MITEL	64	=
	Rémi Prunier ORANGE	61	=
	Alexandra Lepercq ESPENEL	59	NEW
	Fabrice Heidet ORANGE	58	NEW
	Gerome Billois SOLUCOM	58	-6

Méthode : le Social O'mètre proposé par l'agence Aressy et le magazine EDI 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.



Soignez votre personal branding

Le classement du Social O'mètre en est un indicateur, et vous en entendez sûrement parler de plus en plus souvent. Mais qu'est-ce que le "personal branding" ou, en français : marque personnelle ? Plus qu'un indicateur de popularité qui se mesurerait au nombre de followers ou de connexions, c'est une caution donnée à votre expertise, acquise sur les réseaux sociaux, mais aussi en participant à des événements, en intervenant à des conférences... Avec une marque personnelle forte, vous gagnez en visibilité et en crédibilité, auprès de clients, mais aussi en interne. Et ce mois-ci, où en êtes-vous ?

François Decaux,
Expert Social Media, Aressy
[@decauxf](https://twitter.com/decauxf)


Retrouvez le classement complet sur :



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

Vous n'êtes pas encore dans le classement, inscrivez-vous ici : edi-mag.fr/social

TOP BUZZ

Selon analyse 

Publiez des posts sur LinkedIn

Depuis octobre, la publication de posts est disponible sur les profils LinkedIn en Français. Cette option, d'abord réservée aux "influencers" puis disponible sur les profils en anglais, permet à chacun de **publier des articles directement dans LinkedIn**, comme cela pouvait être fait avant, sur un blog par exemple. En publiant sur LinkedIn, **tout votre réseau reçoit une notification**, cela sert, bien sûr, votre personal branding !

CHIFFRE CLÉ

75% C'est, selon une **étude LinkedIn / IDC**, la part d'acheteurs qui utilisent les réseaux sociaux pour des décisions d'achat en B2B. Que ce soit pour s'informer, pour se rassurer ou pour travailler avec des partenaires recommandés par leur réseau, **les acheteurs utilisent de plus en plus les réseaux sociaux dans leur processus de décision**. Une donnée importante pour les entreprises qui se poseraient encore la question de la pertinence d'une stratégie sociale en B2B.