











# Social O'mètre

## Avril 2016

### TOP PEOPLE

	Social score	
 Frédéric Charles SUEZ IT	85	+1
 Patrick Bouillaud IBM	85	-1
 Emmanuel Vivier HUBINSTITUTE	82	=
 Yann Marchand MGT CONSEIL	80	+5
 Philippe Fraysse TREES-CHANNELS	79	-1
 Eric Debray MAGELI	71	+2
 Christophe Fontaine HP	71	-2
 Sandrine Avenier EASYVISTA	71	-1
 Alexandra Lepercq ESPENEL	70	+2
 Maud Samagalski HP	70	-4

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.



### Médias sociaux et commerciaux

Le social média transforme les métiers en profondeur. Les RH ont été les premières impactées, suivies de près par le marketing et la com, boostés par des campagnes hyper ciblées. Depuis quelques mois maintenant c'est le commercial qui subit la plus grande transformation, porté par le **social selling**.

Le principe ? Développer sa marque professionnelle (out la marque personnelle) et s'en servir comme levier pour prouver son expertise à un réseau que l'on cherche à développer et à séduire, pour l'accompagner dans son processus d'achat. Le top 10 du Social O'mètre a déjà une longueur d'avance ! Et vous ?

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

Retrouvez le classement complet sur :



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

**Vous n'êtes pas encore dans le classement, inscrivez-vous ici : [edi-mag.fr/social](http://edi-mag.fr/social)**

### BONNE PRATIQUE

#### Partagez du contenu

Pour démontrer votre expertise, rien de mieux que de partager du contenu. Mais quoi exactement ? Des articles, des images, de la vidéo, des infographies, des e-books... qu'ils soient chauds, tièdes ou froids, tous vos contenus et ceux de votre entreprise ont leur place sur les réseaux sociaux. Vous avez dans vos relations des personnes à différents stades de leur réflexion, assurez-vous de vous adresser à chacune d'entre elles de manière régulière, sur vos différents réseaux, selon les contraintes de chacun.

### CHIFFRE CLÉ

**+400%** C'est, le **taux d'augmentation des ventes qu'aurait généré la mise en place du social selling chez IBM (@IBM)**.

Les équipes ont sans nul doute compris l'importance des réseaux sociaux pour démontrer leurs expertises et les mettre en avant auprès de décideurs cibles identifiés. Plus connectés, plus visibles, plus pertinents, les employés sont une source d'information de confiance reconnue tout au long du parcours d'achat.