

Social O'mètre

Baromètre mai 2017



LinkedIn lance les campagnes de génération de leads !

Il est désormais possible de collecter des leads qualifiés directement depuis la plateforme. Le clic vers un contenu sponsorisé déclenche l'ouverture d'un formulaire prérempli avec les informations de profil de l'utilisateur. Par défaut, le formulaire contient nom, prénom et adresse e-mail. Il est possible de récupérer jusqu'à 7 éléments (adresse, société, fonction, diplômes...), mais LinkedIn conseille de s'en tenir à « 3 ou 4 » pour optimiser le taux de réponse. Pour l'instant, les possibilités d'interfaçage avec les outils marketing et CRM sont encore limitées. Le suivi des conversions doit par ailleurs encore être implémenté... Mais c'est néanmoins une excellente nouvelle !

Sacha Grimaldi,
Expert Social Media, Aressy
@SachGmd

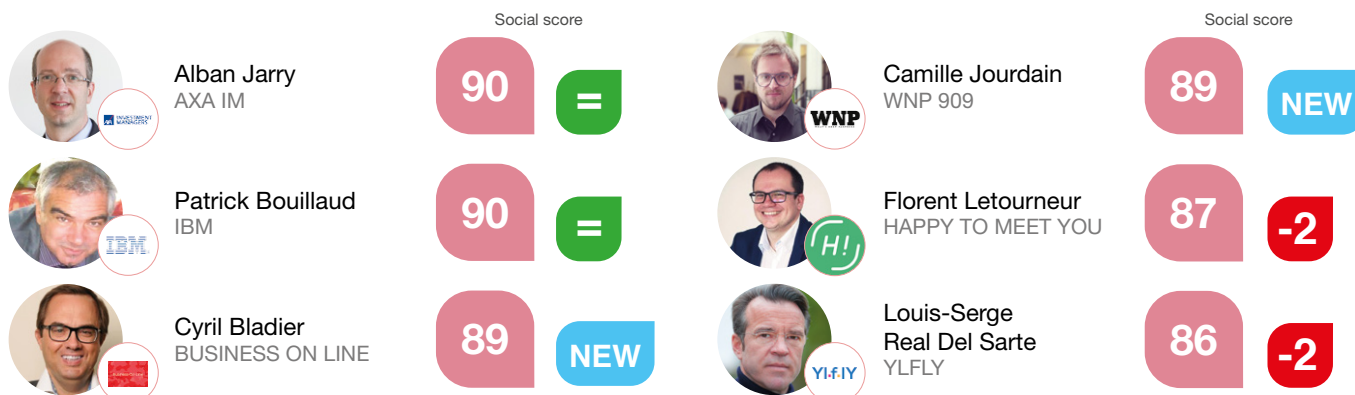
> Téléchargez mon nouvel e-book sur
http://aressy-eloqua.com/ebook_social_media



Ensemble B2B

TOP PEOPLE

Au 14 avril 2017



Classement et inscription : edi-mag.fr/social



Pauline Maillard

@Pauline_Mllrd

Directrice Marketing (CRM et ERP)
@MicrosoftFrance

TWITTER'VIEW

Interview en 140 caractères

Pouvez-vous vous présenter ?

Je travaille chez Microsoft France en tant que Directrice Marketing de nos solutions métier (CRM et ERP).

Quel est votre réseau n°1, et pourquoi ?

Twitter, pour y retrouver à la fois les actus autour de mes centres d'intérêts pro & perso, et pour suivre les personnes qui comptent.

Quels contenus partagez-vous ?

Des articles que je lis et que je poste à la fois pour les partager mais aussi pour les garder comme favoris et y revenir si besoin.

Quels #hashtags utilisez-vous le plus ?

L'#IA ouvre de nombreuses perspectives business. L'intelligence au cœur de nos solutions accompagne nos clients dans leur #TransfoNum.

Avez-vous déployé une stratégie social media dans votre entreprise ?

Oui, elle a plusieurs facettes notamment celle du partage de contenus par tous les employés via leurs réseaux grâce à une plateforme de diffusion de nos actus.

Quel est le maître mot selon vous d'une stratégie sociale qui réussit ?

Le contenu. Il faut qu'il soit pertinent, cohérent et adapté à l'audience.



Réagissez #socialometre