

Internet : Les réseaux sociaux et nous

Internet

Posté par : JPilo

Publié le : 3/6/2014 11:30:00

Les réseaux sociaux ont une place bien définie au sein des entreprises, car ils fournissent un grand nombre de moyens de communication. En effet, qu'il s'agisse d'afficher un événement d'entreprise sur Facebook ou de réunir quelques employés distants géographiquement pour une réunion sur Snapchat, la diversité des supports offerts par les médias sociaux rend la communication en entreprise extrêmement facile. Pourtant aujourd'hui les avis sur l'utilité de ces réseaux restent encore mitigés. Par exemple, Facebook, LinkedIn, Google+, sont considérés, par beaucoup, comme des phénomènes de mode, par d'autres comme un espace de convivialité, ou encore une perte de temps.

Si l'objectif initial de bon nombre de réseaux sociaux était de permettre aux jeunes de partager des photos et d'échanger des commentaires, il est rapidement transformé et son usage est diversifié. Au départ, les réseaux sociaux étaient l'occasion pour les jeunes de créer des événements, de discuter des cours et même de créer des messages de groupe.

C'est dans le même esprit que les entreprises ont commencé à recourir aux réseaux sociaux en tant qu'outil de communication interne et/ou externe, gratuit.

Quelques chiffres significatifs

Mais en France qu'en est-il vraiment de l'utilisation des réseaux sociaux ?



Avec une population d'environ 66 millions d'habitants, la France compte plus de 54 millions d'utilisateurs d'Internet, ce qui représente 83 % de la population. Chaque utilisateur passe en moyenne 5h par jour à naviguer sur Internet (environ 1h via mobile et plus de 4h via les

ordinateurs) avec 1h et 30 d'absence exclusivement aux réseaux sociaux. 85 % des profils actifs sur Internet ont un compte sur ces réseaux (facebook, google+, linkedin etc.).

Rien que Facebook d'nombre 28 millions d'inscrits soit 42% des internautes. Ces chiffres r'v'lent l'importance qu'ont prise les réseaux sociaux dans notre quotidien.

[Source GLOBAL DIGITAL STATISTIC JAN 2014 @ wearesocial.sg].

Quelle signification pouvons-nous donner aux réseaux sociaux ?

Commentons par l'Ã©tymologie de ces deux mots :

- Réseau, de l'ancien franÃ§ais rez Â« filet Â», entrecroisement
- Social/sociaux du latin socialis Â« sociable Â» relatif aux alliÃ©s / compagnons.
(source [Petit Robert]).

Wikipedia traite le sujet réseau social sur la forme d'un ensemble d'entités, telles que des individus ou des organisations, reliÃ©es entre elles par des liens crÃ©Ã©s lors d'interactions sociales.

Mais pour donner aux Â« réseaux sociaux Â» tout leur sens, il faut y associer le terme intelligence, qui signifie : capacitÃ© d'un individu Ã relier les choses entre elles.

Associer une technologie avec notre capacitÃ© Ã tisser des liens interpersonnels, voilÃ le secret !

Comment utiliser les réseaux sociaux en entreprise

PlutÃ´t que se demander si les RS sont un pur effet de mode ou un modÃ«le de relation Â« virtuelle Â» Ã Ã©viter, ou tout simplement une perte de temps impactant la productivitÃ© de l'entreprise, il est plus judicieux de considÃ©rer les réseaux sociaux comme un outil de travail qui peut nous rendre Ã©llement service ; utilisons-les comme vecteur innovant de compÃ©titivitÃ© pour notre image personnelle et notre activitÃ© professionnelle sur le web.

Soyons claires, dans le contexte actuel il n'y a plus de temps pour le pessimisme, il faut jouer Ã fond la carte de la synergie collective, et nous n'avons pas d'excuses avec les opportunitÃ©s de liens que nous pouvons tisser grÃ¢ce Ã ces outils de communication.

Fondons nos relations sur la confiance et n'ayons pas peur de rentrer en contact avec d'autres professionnels via les réseaux sociaux, sortons de notre carapace, allons vers les autres, cela reprÃ©sente une vraie richesse en Â« temps de crise Â».

Le modÃ«le organisationnel est en train de changer, nous passons d'une organisation hiÃ©rarchique Ã une organisation participative, tout le monde est concernÃ© !

Il y a un vÃ©ritable intÃ©rÃªt Ã utiliser ces nouveaux modes de communication et cela pour trois raisons Ã©videntes :

La premiÃ«re raison est d'accroÃ®tre sa propre notoriÃ©tÃ© et celle de l'entreprise avec une information pertinente et ciblÃ©e sur des sujets clÃ©s.

La deuxiÃ«me raison est relative Ã l'importance de donner la parole aux clients en les faisant participer activement pendant et aprÃ¨s le processus d'achat.

DerniÃ«re raison est de pouvoir trouver de nouveaux contacts qualifiÃ©s pouvant Ãªtre transformÃ©s en futurs deals.

Les mÃ©dias sociaux sont d'excellents outils pour les entreprises, n'ayons pas peur de nous investir dans une nouvelle faÃ§on, plus performante, de nous relationner aux autres @ utilisons-les sans modÃ©ration !!. Conseille Luca d'Auria, Co-fondateur d'Ificlide.