

PARTNER BUSINESS SUMMER SCHOOL

8-10 JUILLET 2014 IBM BOIS-COLOMBES





PARTNER BUSINESS SUMMER SCHOOL

8-10 JUILLET 2014 IBM BOIS-COLOMBES



Tout savoir sur les réseaux sociaux comment explorer cette source d'information ? **redéfinir objectif de la pratique**

Au cours de cet atelier, vous apprendrez tout sur les réseaux sociaux (LinkedIn, Twitter, Viadéo, Facebook...) ou comment exploiter cette source d'information non négligeable qui peut vous servir lors de la phase de prospection ou en préparation de premier entretien commercial.



- **Panorama des principaux réseaux sociaux**
 - LinkedIn, Viadeo, Twitter, Facebook, Google+, Slideshare, Youtube, Instagram, Flickr, etc.
 - Le saviez-vous ? (mini quiz sur des faits et chiffres)
- **Qui suis-je ? – Présentation WG, job rôle...**
 - Présence et activité sur les réseaux sociaux, ce que j'en fais, ce que je pourrais en faire, mes observations, mes succès et ratés, mes choix, etc.
 - Donner mon compte Twitter @wiwiking et un hashtag – *en cas de live tweets* ☺
- **Qui êtes-vous ? (votre présentation, votre présence, vos usages des réseaux sociaux)**
 - Photo ? Titre ? -- et ce que je sais de vous...
 - Quelques exemples (bons et à éviter) * *le fond et la forme* *
 - Avez-vous un Smartphone ou tablette ?
 - [transition] Poser questions : *quels sont vos objectifs commerciaux et pourquoi avoir choisi cet atelier ?*
- **Vos clients et prospects**
 - Les connaissez-vous ? (identification, veille, suivi, partage, croiser les indices, centres d'intérêts, mots-clés, approche à travers des conversations...)
 - Au-delà de la première rencontre (maintenir l'intérêt, vos techniques habituelles + rapprochement sur les réseaux sociaux)
 - Les retrouvailles (s'apercevoir qu'un ancien contact a changé de métier, son profil m'intéresse et je souhaite reprendre contact)
- **Les atouts et les bénéfices**
 - Quel intérêt, quelle valeur pour vos clients et prospects ?
 - Quel intérêt, quelle valeur pour vous ?
 - [transition] Poser question : *quels sont vos freins, vos craintes ?*
- **Du temps...**
 - pour créer une relation de confiance
 - pour donner une chance dans la durée
- **Les risques**
 - Confidentialité (attention aux échanges en public), la visibilité doit avoir un mobile
 - S'éparpiller dans les sujets, les passions... ne pas être identifiable et au final désintéresser ses « contacts » et « followers »
 - Vie professionnelle vs. perso // et l'historique ! → ne jamais publier quelque chose que vous n'aimeriez pas voir en Une d'un journal
- **La boîte à outils**
 - Analyse et statistiques
 - Conférences TEDx (à trouver)





- **Durée :**
 - 160 minutes +
- **Objectif :**
 - Mettre en œuvre ce qui a été déroulé lors de l'atelier
- **Rôle du facilitateur :**
 - Accompagner dans le travail individuel et la restitution en groupe
- **TP1 (15mn) – Votre profil et présence digitale**
 - Exploration, analyse et discussion
 - Etablir une grille avec les plus et les moins
 - Définir axes d'amélioration et mises à jour *critiques*
- **TP2 (20mn) – Bâtir une stratégie, la vôtre !**
 - Cibles, objectif, environnement, métier, habitudes, contraintes...
 - Déterminer vos outils et les usages gagnants
 - Identifier 3 clients ou prospects et dresser un plan d'actions
- *** Pause * (10mn)**
- **TP3 (20mn x4 = 120mn) – Restitution en groupe**
 - Chacun partage devant les autres son analyse et son plan d'action
- ✓ **Débrief tous ensemble (30-40 mn) – Partage, bilan et réactions**





- Objectif TP
 - Mise en pratique de ce qui a été déroulé lors de l'atelier
- Durée 5 mns de préparation + 15 minutes d'exercice + 5 mns de debriefing
- Détails logistiques : charts suivant
- Repartition des rôles
 - Partenaire
 - Rôle : commercial orientant son client vers la (les) technologies media sociaux les plus appropriées
 - Choix d'une problématique (voir chart suivant)
 - Manageur IBM Software
 - Rôle = Client de la problématique selectionnée
- Facteurs de réussite
 - Capacité d'écoute et d'orientation vers la technologie la plus pertinente
 - Validation de l'interlocuteur de la part du client
 - Satisfaction réciproque
 - Planification d'une suite de rendez vous + roadmap





Role (manager IBM)	Problématique	Eléments de discussion	Elément clés
Jean Michel Sultour Fan de cyclisme , entrepreneur	<ul style="list-style-type: none"> -Création d'une communauté régionale de fans du tour de France -Mise en commun des moyens -possibilité de créer une entreprise 	<ul style="list-style-type: none"> - suivre le peloton à moindre frais - y-a-t-il des fans dans ma région avec qui je pourrais m'y rendre? - comment trouver quelqu'un qui accepte de m'héberger à chaque étape? (couch surfing) - comment organiser le co-voiturage pour me rendre d'une étape à une autre - faire partager mon enthousiasme, mes joies et mes déceptions en temps réel - partager les photos au quotidien et créer une communauté de fans qui vient de ma région 	Positionner Twitter , viadeo, linkedIn, facebook, Instagram, google,google docs, Flickr, Picasa, blog, you tube, doodle, slideshare,netvibes, Apps, messagerie , IBM collaboration solutions,...
Jean Michel Adada Directeur agence événementiel	<ul style="list-style-type: none"> -promotion événement -Réputation -génération de trafic 	lors du grand prix de Diane, je dois organiser un évènement VIP international pour tous les sponsors, comment le promouvoir ?	Positionner Twitter , viadeo, linkedIn, facebook, Instagram, google,google docs, Flickr, Picasa, blog, you tube, doodle, slideshare,netvibes, Apps, messagerie , IBM collaboration solutions,...





Role	Problématique	Eléments de discussion	Elément clés
<p>Jean Michel Kobefan Traiteur</p>	<ul style="list-style-type: none"> -Fan de viande de boeuf de kobe - Regroupement en association pour commande en quantité -Animation de cette association 	<ul style="list-style-type: none"> -je suis fan de viande de boeuf de kobe. je voudrais en faire venir directement d'un producteur local, mais il faut être très nombreux pour ça - création d' une association des BK (Boeufeurs Kobeiens) -Réputation du fournisseur -Echanger des recettes de cuisine avec d'autres amateurs japonais. -Maitrise de l'évolution de l'association - Inclusion dans l'activité traiteur 	<p>Positionner Twitter , viadeo, linkedIn, facebook, Instagram, google,google docs, Flickr, Picasa, blog, you tube, doodle, slideshare,netvibes, Apps, messagerie , IBM collaboration solutions,...</p>
<p>Jean Michel Grifstyl styliste</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Lancement de sa griffe à Paris et New York simultanément. 	<ul style="list-style-type: none"> -lancement seul ou au sein d'une autre marque dans un premier temps. - Pas de budget pour faire fabriquer les modèles, mais a trouvé une usine en Turquie qui fabrique pour pas cher... 	<p>Positionner Twitter , viadeo, linkedIn, facebook, Instagram, google,google docs, Flickr, Picasa, blog, you tube, doodle, slideshare,netvibes, Apps, messagerie , IBM collaboration solutions,...</p>





Role	Problématique	Eléments de discussion	Elément clés
Jean Michel Routardasy Medecin	<ul style="list-style-type: none"> -Organisation voyage humanitaire - Publication témoignages -Rester en contact 	<ul style="list-style-type: none"> -Durée trois mois en asie: mission humanitaire -Optimisation de l'organisation de la mission - tenue carnet de bord -raconter les rencontres et rester en contact ensuite avec nouveaux amis/ collègues.... 	Positionner Twitter , viadeo, linkedIn, facebook, Instagram, google,google docs, Flickr, Picasa, blog, you tube, doodle, slideshare,netvibes, Apps, messagerie , IBM collaboration solutions,...
Jean Michel Lateuf Particulier	<ul style="list-style-type: none"> - Organisation d'une surprise autour d'un mariage 	<ul style="list-style-type: none"> -meilleure amie se mariant en septembre -Organisation d'une surprise avec ses amis non connus de moi - comment les contacter - comment décider d'un cadeau commun - organisation d'un flash mob ou harlem shake 	Positionner Twitter , viadeo, linkedIn, facebook, Instagram, google,google docs, Flickr, Picasa, blog, you tube, doodle, slideshare,netvibes, Apps, messagerie , IBM collaboration solutions,...





Role	Problématique	Eléments de discussion	Elément clés
<p>Jean Michel Chomeduniet Apprenti</p>	<p>-apprenti chez IBM cherchant un job a la sortie de son apprentissage</p>	<ul style="list-style-type: none"> -Fin d'apprentissage dans trois mois -Emission du CV -Choix de la cible -Suivi du succès -Recherche « parrains » -Constitution d'un écosysteme 	<p>Positionner Twitter , viadeo, linkedIn, facebook, Instagram, google,google docs, Flickr, Picasa, blog, you tube, doodle, slideshare,netvibes, Apps, messagerie , IBM collaboration solutions,...</p>
<p>Jean Michel Vogueplouf Organisateur courses nautiques</p>	<p>-Lancement d'une nouvelle course transatlantique : la « bigoudène créole »</p>	<ul style="list-style-type: none"> -Quels dispositifs proposer aux sponsors -Recrutement de navigateurs - Suivi de course pour les fans les familles, - Lien presse, -Notoriété avant, pendant et après la course 	<p>Positionner Twitter , viadeo, linkedIn, facebook, Instagram, google,google docs, Flickr, Picasa, blog, you tube, doodle, slideshare,netvibes, Apps, messagerie , IBM collaboration solutions,...</p>



Détails Logistique



Pierre Milcent

A03413	Réseaux sociaux	Philippe Laboureix/ Jean Baptiste Dezard
A03501	Réseaux sociaux	Estelle Samwells
A04101	Réseaux sociaux	Philippe Piget
A04106	Réseaux sociaux	JF Chanson
A05239	Réseaux sociaux	Yan Lemoigne

Mardi 9

	groupe 1			groupe 2			groupe 3			groupe 4			groupe 5		
BP	Nom	prénom													
EGEYS	Thierry	Nanapragassen	FastConne	Lucie	Deshayes	NOVALIAN	Françoise	SAYNAC	D.FI	Denis	Leblond	NOVALIAN	Didier	MULOT	
ISYS GROU	SERGE	CURATOLO	HARDIS	SANDRINE	DALIPHARD	UMANIS	denis	dahan	FRAME	Anne-Cass	SALA	ECOM-CS	Patrice	Mathieu	
CGI	Catherine	NOGIER	KLEE PER	Jérôme	DUBOURDIEU	SFCE -CFA	Deryne	PREVAL	EGDS	Eli	Goldmann	COGENIT	Dounia	Agharbi	
DIMO	Anne-Soph	HARENT	Novaliance	Sebastien	Leblanc	AMEXIO	Kevin	Dedieu	EGEYS	Ines	Benouada	LIMTREE	Amina	KAIMA	
	E Samwells			P Laboureix			Y Lemoigne			Ph Piget			JF Chanson		

Mercredi 10

	groupe 1			groupe 2			groupe 3			groupe 4		
BP	Nom	prénom										
Aforsys	Daniel	Rodet		COGENIT	Dounia	Agharbi	BT SERVIC	JEAN PAUL	BROUXEL	ASI Informa	Guillaume	LIBAUDIERE
Atoo systè	Emilie	Chapus		ADN	Stephane	Heterd	CONSORT	Virginie	MERLIER	FT Orange	Felix	du THIEU THIEU
BESTWAR	Marie-Luce	LETON		Capgemini	Pierre	Lombard	ALIZNET	gaelle	rodrigues			
	E Samwells				Ph Piget			Y Lemoigne			JB Dezard	

