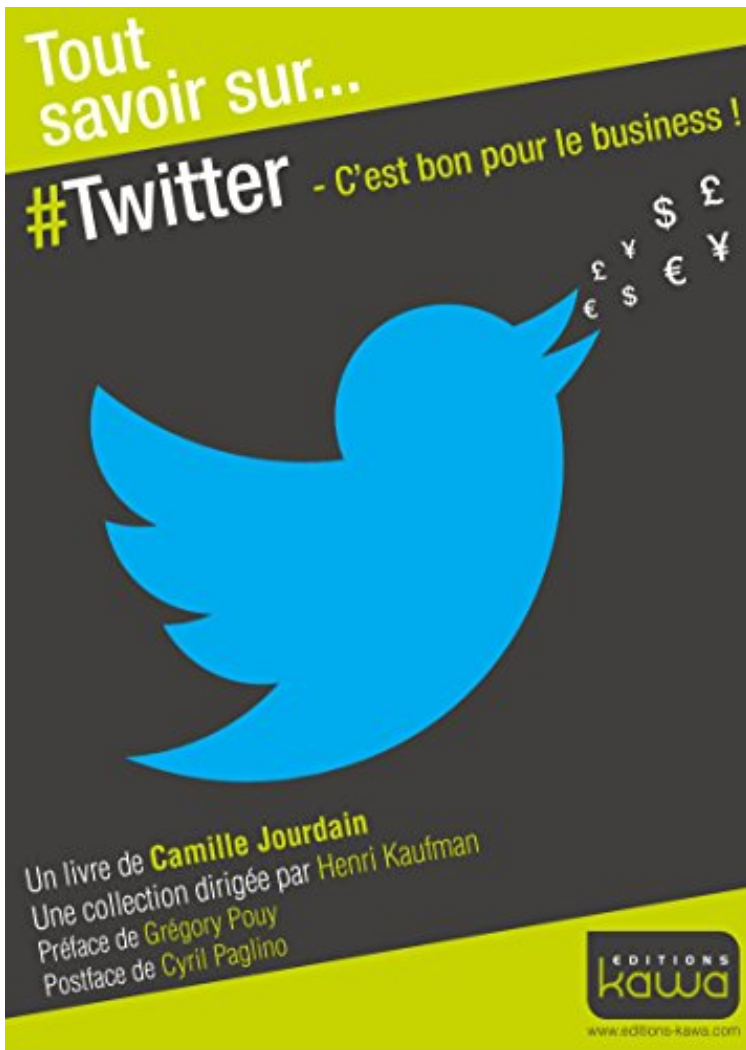


[Read ebook] File size: 56.Mb

# Tout savoir sur... Twitter: C'est bon pour le business!



*Par Camille Jourdain*  
*ePub | \*DOC | audiobook | ebooks |*  
*Download PDF*

Dtails sur le produit Rang parmi les ventes : #187513 dans eBooksPubli le: 2014-07-18Sorti le: 2014-07-18Format: Ebook Kindle

[Read ebook] Tout savoir sur... Twitter: C'est bon pour le business!

**Par Camille Jourdain : Tout savoir sur... Twitter: C'est bon pour le business!**  
before purchasing it in order to gage whether or not it would be worth my time, and all praised Tout savoir sur... Twitter: C'est bon pour le business!:

Download

Read Online

## Description :

Présentation de l'éditeur Twitter est un média devenu incontournable aujourd'hui, il fait partie des principaux réseaux sociaux avec Facebook et Google Plus. Connu dans le monde entier, il attire l'attention de toutes les entreprises qui cherchent à exploiter pleinement son potentiel. Les usages professionnels sont effectivement nombreux, les entreprises s'informent et diffusent des contenus, entrent en contact avec les utilisateurs du réseau, changent avec leurs clients, font la promotion de nouveaux produits et peuvent même espérer générer du chiffre d'affaires via Twitter. Avant d'acheter directement en ligne, les internautes sont de plus en plus nombreux à se diriger vers les médias sociaux. Ils consultent les blogs, cherchent des informations sur les réseaux sociaux, deviennent fans de leurs entreprises préférées sur Facebook et les suivent sur Twitter. Pour ne pas les décevoir et répondre à toutes leurs attentes, les entreprises ne peuvent plus se permettre de

volontairement Twitter, elles réfléchissent une vraie démarche et l'intègrent dans leur stratégie de communication globale. Comment mettre en place une stratégie marketing et bien communiquer ? Comment faire du networking et suivre les bonnes personnes ? Comment réaliser une veille efficace et gérer son e-réputation ? Comment humaniser sa relation client et générer du chiffre d'affaire ? Ces questions sont posées dans ce livre qui s'adresse tous ceux qui s'intéressent à Twitter d'un point de vue professionnel, les dirigeants et entrepreneurs, les responsables marketing et communication, les community managers qui travaillent en agence, chez l'annonceur, avec des startups, en indépendants ou, plus généralement, pour tous les types d'entreprises présentes sur le web. Des exemples concrets de campagnes de communication, des tests d'outils et des témoignages de professionnels viennent illustrer l'utilisation de Twitter par les entreprises.

Préface: Grégory Pouy Postface: Cyril Paglino

I Les campagnes de communication

1. Augmenter les ventes Les cas , Bonobos, Darty, Dominos Pizza, Starbucks ...
2. Améliorer la relation client Les cas La Poste, Marc Jacobs, Société Générale, Zappos...
3. Lancer un produit Les cas Adidas, HTC, Peugeot, Renault, Volkswagen...
4. Dynamiser l'image de marque Les cas Airbus, Evian, Heineken, JBL, Oasis...
5. Créer une expérience physique Les cas : Audi, Carrozzi, Coca-Cola, LG, Velib...

II Les témoignages d'experts

1. Témoignages d'agences Les témoignages de Canal + avec Milky...

Présentation de l'auteur Twitter est un média devenu incontournable aujourd'hui, il fait partie des principaux réseaux sociaux avec Facebook et Google Plus. Connu dans le monde entier, il attire l'attention de toutes les entreprises qui cherchent à exploiter pleinement son potentiel. Les usages professionnels sont effectivement nombreux, les entreprises s'informent et diffusent des contenus, entrent en contact avec les utilisateurs du réseau, changent avec leurs clients, font la promotion de nouveaux produits et peuvent même espérer générer du chiffre d'affaire via Twitter. Avant d'acheter directement en ligne, les internautes sont de plus en plus nombreux à se diriger vers les médias sociaux. Ils consultent les blogs, cherchent des informations sur les réseaux sociaux, deviennent fans de leurs entreprises préférées sur Facebook et les suivent sur Twitter. Pour ne pas les décevoir et répondre à toutes leurs attentes, les entreprises ne peuvent plus se permettre d'ignorer volontairement Twitter, elles réfléchissent une vraie démarche et l'intègrent dans leur stratégie de communication globale. Comment mettre en place une stratégie marketing et bien communiquer ? Comment faire du networking et suivre les bonnes personnes ? Comment réaliser une veille efficace et gérer son e-réputation ? Comment humaniser sa relation client et générer du chiffre d'affaire ? Ces questions sont posées dans ce livre qui s'adresse tous ceux qui s'intéressent à Twitter d'un point de vue professionnel, les dirigeants et entrepreneurs, les responsables marketing et communication, les community managers qui travaillent en agence, chez l'annonceur, avec des startups, en indépendants ou, plus généralement, pour tous les types d'entreprises présentes sur le web. Des exemples concrets de campagnes de communication, des tests d'outils et des témoignages de professionnels viennent illustrer l'utilisation de Twitter par les entreprises.

Préface: Grégory Pouy Postface: Cyril Paglino

I Les campagnes de communication

1. Augmenter les ventes Les cas , Bonobos, Darty, Dominos Pizza, Starbucks ...
2. Améliorer la relation client Les cas La Poste, Marc Jacobs, Société Générale, Zappos...
3. Lancer un produit Les cas Adidas, HTC, Peugeot, Renault, Volkswagen...
4. Dynamiser l'image de marque Les cas Airbus, Evian, Heineken, JBL, Oasis...
5. Créer une expérience physique Les cas : Audi, Carrozzi, Coca-Cola, LG, Velib...

II Les témoignages d'experts

1. Témoignages d'agences Les témoignages de Canal + avec Milky...

Biographie de l'auteur Camille Jourdain est Social Media Manager au sein de l'agence 909c, spécialisée en social marketing et directeur d'Over-Graph, une solution de management multi-réseaux. Après un Master en marketing et plusieurs expériences enrichissantes dans le domaine du web social, il a notamment été Community Manager en agence digitale puis Consultant indépendant, Camille est aujourd'hui un stratège social media reconnu par ses pairs. Il participe à la critique de livres, alimente son blog régulièrement et forme des étudiants sur cette thématique social media.