

---

# DIGITALISEZ VOS RP

DE LA TRANSFORMATION DES  
PRATIQUES EN MATIÈRE DE  
RELATIONS PRESSE, NOUS  
FAISONS UN ENJEU D'AVENIR.

par Michelle Amiard

---

Où en êtes-vous de la transformation digitale de votre communication ? Nous rencontrons chaque jour des résistants, des pragmatiques, des conquérants, des expérimentateurs, des gens pressés ou curieux .... Nous sommes digital evangelist, un peu tous, chaque jour, nous, les gens de la communication. Ce qui suit s'adresse aux chefs d'entreprises comme à leurs Responsables MarCom.



**O**n ne parle plus de journalistes, on parle d'influenceurs. On ne parle plus de communiqués de presse, on parle de contenus.

Derrière ces glissements de vocabulaire, un renouvellement de nos savoir-faire et de nos modes d'interventions. Hier encore, nous prenions le temps dans une chaîne de valeur parfaitement organisée, de récupérer des briefs, écrire des textes, les diffuser, rappeler les journalistes et leur réexpliquer ce que nous leur avons envoyé, organiser des rendez-vous en face à face et des événements, et au final constituer des revues de presse.

Aujourd'hui, nous faisons toujours cela, mais sur un rythme plus dense et sur un mode **enrichi**. La communication doit être produite en plus grande quantité, les mots doivent être accompagnés d'images vivantes et d'illustrations originales. Ils doivent alimenter un flux continu qui émergera comme une référence pour contrer l'infobésité dans un monde ultra médiatique et connecté. Tous ces efforts ciblent des **publics** élargis : à côté de la communauté des journalistes qui sont de plus en plus polymorphes (freelance, éditeur de blog, conférenciers, animateurs, consultants, twittos...) et des blogueurs, il y a surtout tous ces autres publics, vos clients, vos partenaires, vos prospects, votre marché, qui vous permettent de vous suivre sur votre site Web, votre Blog et vos Réseaux Sociaux.

Et nous avons la **chance** de vivre et de pouvoir vous accompagner dans cette période de transition digitale, pour travailler votre empreinte numérique dans ce nouveau monde qui vous attend. Nous, nous sommes prêts !

---

# ET SI ON SE LANÇAIT ? TUTO



## CONFRONTATION

C'est une nouvelle organisation qui se préfigure. Questions habituelles : comment ? qui ? combien ? quand ?  
Faire ou faire faire ?

## INTROSPECTION

Vous n'avez pas encore entamé votre mue digitale dans votre entreprise ? Les raisons ne manquent pas...

### J'AI PAS DE PASSION

Comment parler de mon entreprise, de notre expertise et du marché pour interpeller ?

## MATURATION

Il vous faudrait de l'engagement, car le tout n'est pas de publier, mais d'être suivi.



## ACTION

Nous mettons en œuvre des approches enrichies qui intègrent les opportunités offertes par le nouveau monde digital.



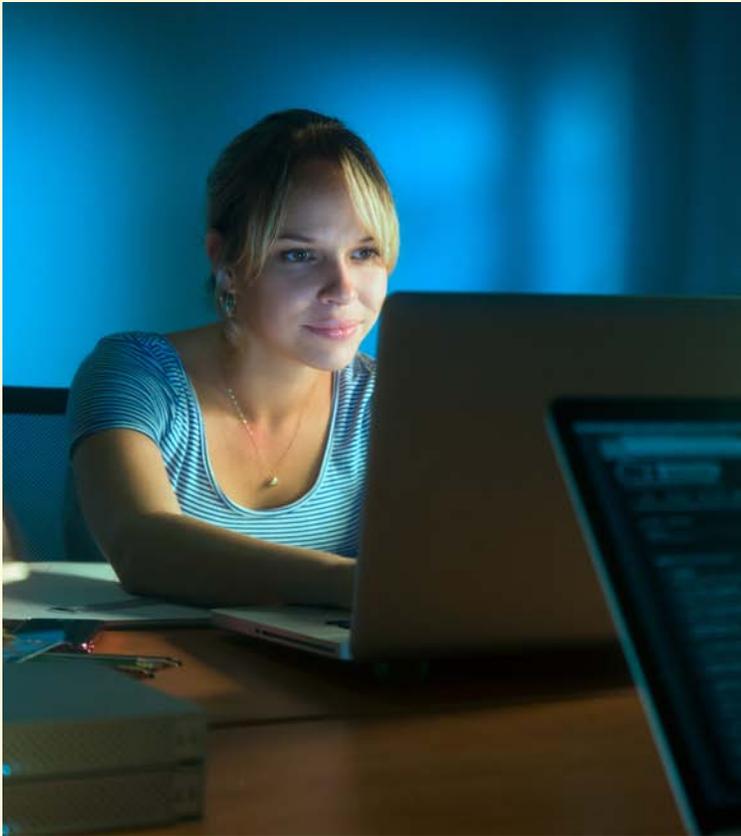
## QUEL DIGITAL DECIDEUR ÊTES VOUS ?

Où en êtes-vous de la transformation digitale de votre communication ?

# 1

## INTROSPECTION...

Par Michelle Amiard



**P**lus moyen d'ouvrir un magazine, d'écouter la radio sans entendre parler de RS, de buzz, de transformation digitale, de disruption, de 2.0, de social selling, d'inbound marketing...

Vous êtes perplexe, et n'avez pas encore entamé votre mue digitale dans votre entreprise ? Les raisons ne manquent pas...

**Le gap générationnel**, les Réseaux Sociaux, ce n'est pas votre culture. Il y a tellement de nouveautés chaque jour, d'annonces technologiques, de fonctions inédites, de nouveaux réseaux annoncés comme prometteurs. Alors de là à engager votre entreprise ....

Vous êtes dans le **B2B** et vos clients et prospects vous connaissent, aucune chance de les recruter sur les RS. Ils n'ont pas eux-mêmes franchis le cap alors inutile d'aller les chercher là où ils ne sont pas.

Vous ne voulez pas laisser vos collaborateurs s'y engouffrer sans contrôle.

Le dilemme.... C'est vrai que vos équipes commerciales se sont endormies, que les élections, l'insécurité entretiennent un climat morose et que les leads ne se bousculent pas. Vos campagnes de google ads sont moins efficaces, vous avez déjà refait votre site web et il est en mode responsive mais est-ce un aspirateur de contacts commerciaux, rien n'est moins sûr....



---

Et vous voyez des start-up arriver dans votre environnement, bien référencées, médiatiques à coup de levées de fonds et d'actions d'éclat, faudrait pas se faire uberiser, quand même ! Vous avez un savoir-faire, des équipes, une expertise, il faut défendre et revendiquer notre leadership. Montrer qu'on mérite sa place et qu'on est toujours au côté de ses clients, dans le rythme, dans le mood.

Entre le sentiment inconfortable de se trouver du mauvais côté de la **fracture numérique**, l'envie de se lancer dans une nouvelle aventure qui redonne du souffle à votre organisation, la curiosité et volonté de reprendre l'initiative : les motivations ne manquent pas de plonger dans l'aventure ! Les réseaux sociaux, vous n'y avez pas encore passé beaucoup de temps, réfléchi de façon continue. Mais si ça fait élire des présidents, la preuve est faite que cela sert bien dans la conquête d'un marché.



Achevez de vous convaincre en retrouvant notre fil twitter @AgenceC3M, autour des # suivants : #TransfoNum #Mobilefirst

---

# 2

## J'AI PAS LA PASSION... OU DE PATIENCE

---

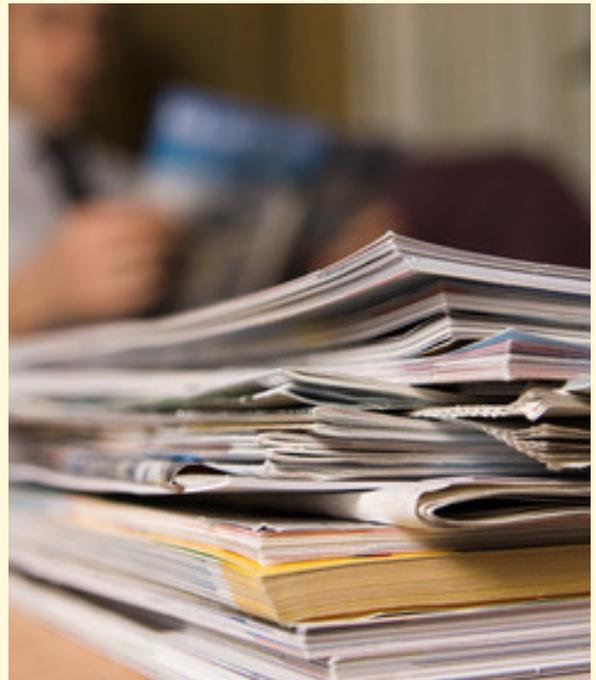


**J'** J'ai compris que les acheteurs s'informent, recherchent des produits et services sur le Web, les forums, les réseaux sociaux.

Qu'ils partagent leurs avis et expériences. Que twitter, facebook améliorent mon référencement naturel. Et qu'il faut publier pour exister dans le monde digital : j'écris donc je suis. Je sais bien utiliser un service presse, communiquer ponctuellement autour d'une annonce, d'une nouveauté, un salon, une nomination.... Mais là, c'est une autre histoire, apparemment...

Je ne sais pas faire **sexy**.... Produire du contenu pour le Web et pour les Réseaux Sociaux, l'exercice a ses propres règles ! Faire court, capter l'attention d'un auditoire zappeur happé par une offre d'informations sans fin.... Comment parler de mon entreprise, de notre expertise et du marché pour interpeller, **disrupter** ? Et je n'ai pas de fil rouge.... Comment rendre mon entreprise passionnante chaque jour, chaque semaine ? Comment entretenir une dynamique ? Comment se renouveler ? Nous n'avons pas tant d'actualités, il y a bien des sujets qui nous tiennent à cœur, mais les mettre en valeur sur les réseaux sociaux et en obtenir l'écho escompté, ce n'est pas gagné !

Et puis, je n'ai pas le temps de **contrôler**, de gérer... Mes équipes MarCom ont créé des comptes et se débrouillent pour publier des posts à chaque fois que possible...



---

Vous n'allez pas perdre des heures là-dessus, votre quotidien de manager est assez absorbant comme cela, les affaires pas si faciles, vous avez des appels d'offres, des équipes à manager, des clients à rencontrer, des budgets à établir.

Le dilemme....Vous êtes tombé inmanquablement sur plein d'articles sur le digital, avez observé les fils twitter et les pages LinkedIn de quelques confrères (et néanmoins concurrents...). Vous êtes intéressé par les perspectives d'in-bound marketing et du social selling, vous êtes même peut-être allé à une conférence au détour d'un salon professionnel, vous avez entendu parlé des start-up digitales à la mode, qui font des RS le cœur de leur stratégie de conquête.

**Toute la question est de savoir si (ou comment...) ces pratiques, aussi inspirantes soient-elles, sont adaptables** à mon contexte, celui d'une entreprise qui n'est pas née d'hier, qui ne révolutionne pas le monde avec une offre géniale mais qui innove dans son domaine, et s'applique avec ses équipes à faire bien chaque jour son métier, à produire et à répondre à ses clients pour les servir au mieux et les satisfaire ...



Achevez de vous convaincre en retrouvant notre fil twitter @AgenceC3M, autours des # suivants :  
#inboundMarketing #SocialSelling #StoryTelling



---

# 3

## MATURATION

---



**L'**heure a sonné de secouer nos habitudes ! Dans la famille transformation digitale, j'ai demandé la Communication.

Vous avez entrepris la remise à plat de vos pratiques en matière de communication pour qu'elles servent mieux votre stratégie d'acquisition de prospects et de fidélisation de clients : site Web, SEO, relations presse, réseaux sociaux, emailing, salons, conventions et porte ouvertes, publicité, phoning, rencontres et déjeuners...

Vous avez demandé à ce que vos communicants s'inscrivent à des formations. Car s'ils publient, vous patinez et vos statistiques plafonnent, sur vos différents indicateurs, tant la production de posts, que sur les likes, les commentaires et les retweets. Il vous faudrait de l'**engagement**, car le tout n'est pas de publier, mais d'être suivi, de faire grossir sa communauté, d'être retwetté par des influenceurs véritables, car il faut émerger et atteindre un seuil critique pour exister. Sinon, pas de ROI ! Vous avez compris qu'il faut des infographies, des slides shows, des images, des vidéos... pour sortir du lot. Il faudrait produire ces contenus avec des budgets inchangés en communication... Vos collaborateurs, les équipes commerciales, vont devoir alimenter le buzz. Il faudrait qu'ils soient des **ambassadeurs** : retwetter, liker, s'emparer des contenus pour les faire leurs et créer une dynamique.



Achievez de vous convaincre en retrouvant notre fil twitter @AgenceC3M, autour des # suivants :  
#SMM#EmployeeAdvocacy

---

# 4

## CONFRONTATION



Vous devez passer à l'acte et engager votre transformation, vous avez besoin de contenus attractifs en quantité.

D'une stratégie de communication revisitée, efficace, fraîche, opérationnelle, globale. Vous allez mettre le contenu au cœur de la relation client, de la relation presse, de la relation influenceurs. C'est une nouvelle organisation qui se préfigure. Questions habituelles : comment ? qui ? combien ? quand ? **Faire ou faire faire ?**

Vous avez dans l'équipe un profil polyvalent, au talent multiple, infographiste webdesigner, rédacteur à la plume alerte, community manager ? Il peut travailler en collaboration avec un vidéaste, un photographe ? Ou sinon, vous allez vous mettre en quête de cette **perle rare** du digital, embaucher, former en interne ? Budgéter les investissements logiciels ? Dans combien de **temps** cela sera t-il opérationnel ?

Vous aurez besoin d'un œil neuf pour être créatif et vous détacher de l'opérationnel. Qui va vous accompagner : un consultant en transformation digitale, une agence Web, une agence pub, un Community Manager ?

Ou bien, le **souffle**, vous le trouverez auprès d'**une agence de RP qui sait parler e-RP et Community Management...**

**Mettre le contenu au cœur de leur métier, c'est leur ADN.** L'agence RP offre une approche intégrée Relations Presse / Réseaux Sociaux qui laisse envisager une cohérence dans la démarche d'analyse stratégique et de gestion opérationnelle de vos contenus. En plus, ils continuent à gérer les journalistes qui sont des mega influenceurs !

Achievez de vous convaincre en retrouvant notre fil twitter @AgenceC3M, autour des # suivants : #médiás #RP #Casestudy



# 5

## ACTION

**L**e digital ouvre de nouveaux horizons pour faire entendre vos messages et affirmer votre présence auprès de tous vos publics.

Vous comme nous, dans nos environnements respectifs, vivons un temps de transformation tous azimuts, une floraison d'idées nouvelles, l'apparition de start-up qui ont inventé de nouvelles approches technologiques disruptives et de nouveaux modèles économiques.

L'Agence C3M joue dans un écosystème en pleine effervescence, qui délivre de nouvelles techniques de production et de diffusion de contenus. Nous enrichissons nos offres : nous détectons et expérimentons de nouvelles idées avec de nouveaux acteurs, et tout à la fois nous sommes sollicités par nos partenaires qui arrivent avec leurs nouveautés. Grâce à cela, nous mettons en œuvre **des approches enrichies qui intègrent les opportunités offertes par le nouveau monde digital.**

Ne pas être présent sur les médias numériques, les blogs, la presse en ligne ou les réseaux sociaux, n'est pas seulement dommage du point de vue du référencement, c'est juste pénalisant aujourd'hui. 71,54% des journalistes ont un compte Twitter et l'utilisent comme un outil professionnel à part entière. Comment passer à côté de cette possibilité de prise de contact ?

Notre mission a-t-elle changé ?



---

C'est toujours **mettre en valeur** vos métiers et votre expertise. Les faire remarquer, et obtenir des parutions, des citations, des mentions, des articles dédiés, des chroniques radios, des passages TV. Mais aussi des commentaires, des retweet sur vos Réseaux Sociaux. Les cibles, ce sont toujours les **journalistes**, les médias, mais aussi les **influenceurs**, les leaders d'opinions, les blogueurs de référence dans votre secteur. Et aussi, vos **clients**, vos **prospects**, le **marché** .....

Comment notre métier et l'Agence C3M se sont-ils organisés face à cette mutation des besoins ?  
Nous créons des **contenus** (un peu, beaucoup, passionnément), **multi-formes et enrichis** (communiqués, opinion, tribunes, posts, infographies, vidéos...), les diffusons vers les médias et sur vos canaux Sociaux pour provoquer **l'attention** et **l'interaction**.  
Pour que vos métiers, vos actualités, vos atouts, votre image, soient identifiés et perçus en permanence de façon claire, dynamique et valorisante.

A bientôt !

---

Michelle Amiard  
Agence C3M  
michelle@agence-C3M.com  
@AgenceC3M  
www.agence-C3M.paris  
www.agence-C3M.com

