



MARQUE EMPLOYEUR

CHARTES RÉSEAUX SOCIAUX POUR EMPLOYÉS

23 MARS 2017

© Daniel Picard

REPUTATION 365, Manage your e-identity



Vincent PITTARD

e-reputation & digital strategy,
co-fondateur de REPUTATION 365

#eReputation #PersonalBranding #ComPol
#MarqueEmployeur #ComDeCrise #HebdoR365



Nous aidons les **dirigeants et leurs collaborateurs** à maîtriser leur **image sur Internet**, en veillant à agir de manière **éthique**. Pour eux-mêmes, leur famille et la **réputation de leur entreprise**.



Les employés forgent l'image de leur entreprise

tout a changé en moins de 5 ans

Web 2.0 : une révolution des mentalités

La communication de l'entreprise devient inaudible



	GEN Z (AGES 15-20)	MILLENNIALS (AGES 21-34)	GEN X (AGES 35-49)	BOOMERS (AGES 50-64)	SILENT GEN (AGES 65+)
RECOMMENDATIONS FROM PEOPLE I KNOW	83%	85%	83%	80%	79%
BRANDED WEBSITES	72%	75%	70%	59%	50%
CONSUMER OPINIONS POSTED ONLINE	63%	70%	69%	58%	47%
EDITORIAL CONTENT, SUCH AS NEWSPAPER ARTICLES	68%	68%	66%	60%	55%
ADS ON TV	58%	67%	64%	55%	48%
BRAND SPONSORSHIPS	62%	64%	62%	52%	42%
ADS IN MAGAZINES	57%	62%	61%	50%	46%
ADS IN NEWSPAPERS	57%	62%	62%	55%	53%
ADS BEFORE MOVIES	54%	60%	55%	42%	31%
BILLBOARDS AND OTHER OUTDOOR ADVERTISING	59%	60%	57%	46%	38%
TV PROGRAM PRODUCT PLACEMENTS	51%	60%	56%	42%	39%
EMAILS I SIGNED UP FOR	54%	57%	56%	53%	54%
ADS ON RADIO	51%	55%	57%	49%	42%
ONLINE VIDEO ADS	45%	53%	50%	37%	27%
ADS SERVED IN SEARCH ENGINE RESULTS	43%	52%	50%	41%	33%
ADS ON SOCIAL NETWORKS	45%	51%	47%	35%	26%
ADS ON MOBILE DEVICES	42%	48%	45%	31%	20%
ONLINE BANNER ADS	36%	47%	43%	34%	25%
TEXT ADS ON MOBILE PHONES	32%	41%	38%	27%	18%

En Europe, en quoi ont-ils confiance ?

27% à la pub en ligne

32% à la pub réseaux sociaux

44% à la pub presse

54% au site de la marque

60% aux avis en ligne

78% aux avis de leurs amis

Source : Nielsen Global Trust in Advertising Survey. Q1 2015
30.000 consommateurs, 60 pays

E-réputation et identité numérique

Une tendance de fond : chacun note tout le monde



La vraie révolution des réseaux sociaux ?

*« Aujourd'hui, on fait plus
confiance **à un inconnu qui nous
ressemble**, plutôt qu'à ce que dit
l'entreprise. »*

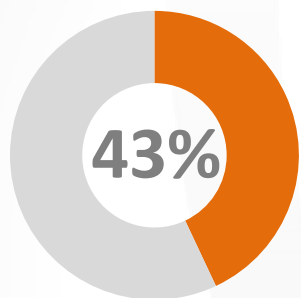


Pourquoi une charte est nécessaire ?

« Ça va ton nouveau boulot ? »

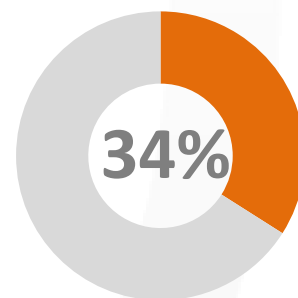
33% des salariés parlent de leur travail sur le Web.

leur avis sur les
produits/services



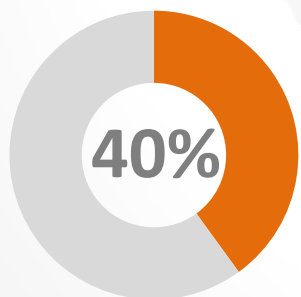
9% en
2012

des appréciations sur
des collègues



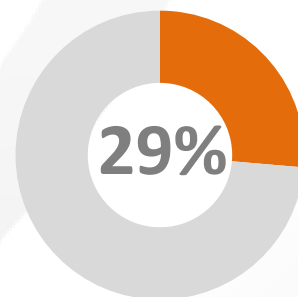
6% en
2012

leur avis sur le
management



9% en
2012

des informations
confidentielles



3% en
2012

Source : Enquête CEGOS 2014

Chacun est devenu un média

Les employés sont les acteurs principaux des bad buzz



98% des crises 2016 sont le fruit d'une **erreur de l'entreprise**

15% sont dus à un **comportement inapproprié** d'un employé

Source : étude Visibrain 2016 avec Nicolas Vanderbiest

Quand fierté rime avec danger

Espionnage industriel, « Tiger kidnapping », piratage, activistes

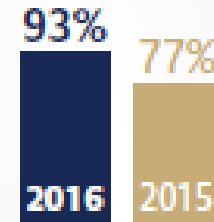


- procédures de sécurité,
- badges, mots de passe,
- détails de lieux sensibles,
- identité (collègues, clients)
- plans techniques, accès,
- machines, secrets de fabrique,
- etc.

La « fraude au président » : le nouveau fléau

2,3 milliards de dollars entre 2013 et 2016 selon le FBI
310 millions d'euros en France depuis 2010

En avril 2016, Euler-Hermes et DFCG interrogent 150 directions financières en France



des entreprises ont été victimes (d'au moins) une tentative de fraude dans l'année écoulée

TOP 5 DES TENTATIVES DE FRAUDES

1



Fraudes au président
55%

2



Faux fournisseurs
47%

3



Autres usurpations
d'identité
(type banques, avocats...)
35%

4



Cyber-fraudes
(intrusions dans les systèmes
informatiques)
32%

5



Faux clients
28%

Une opportunité et non un danger

En 5 ans, la communication d'entreprise a pris un nouveau tournant

Pourquoi les employés sont des acteurs de la réputation de leur entreprise ?

- Parce qu'on ne peut pas leur interdire de parler de leur vie professionnelle,
- Parce que les employés lavent leur linge sale sur les réseaux sociaux,
- Parce que leur voix est crédible, écoutée et qu'Internet n'oublie jamais,
- Parce que la génération Y (et Z) se forge une opinion via le Net.

La question n'est plus : faut-il donner aux employés un rôle d'ambassadeur

La question est : comment canaliser ce mouvement



Une charte
est synonyme de
transformation digitale

[QUI SOMMES-NOUS?](#)[POLITIQUE RH](#)[ETUDIANTS](#)[NOS MÉTIERS](#)[ESPACE
CANDIDATS](#)[Nos offres](#)[Candidature spontanée](#)[Espace candidats](#)[Posez vos questions](#)[Contact](#)

[Accueil](#) > [Recrutement](#) > [Posez vos questions](#)

[Rechercher](#)[Se connecter](#)[Menu](#)

*Recherchez ou posez des questions à nos
collaborateurs*



Lisez et participez aux discussions avec nos collaborateurs



Conseils de
candidature



Choix de carrières



Vie au sein de
l'organisation



Général

Ambassadeurs mis en avant



Aderito P.

RESPONSABLE AGENCE PARIS

*" J'accompagne les
responsables d'agence dans
leur montée en compétence "*

Discussions populaires



*" Bonsoir, y-a-t-il un processus
d'intégration prévu pour les
nouveaux salariés ne venant
pas du même secteur d'activité? "*



Kevin Q. a posé une question à Michael P.
sur le thème Vie au sein de l'organisation

Postée le 03/01/2017

La transformation digitale

Ce n'est pas du « digital », c'est de la transformation !

- Un but, des objectifs (KPIs), **des ressources** réalistes,
- Une **direction impliquée**, un organigramme simplifié,
- Une équipe commando transversale pour **casser les silos**,
- Des **volontaires** (digital leaders) en courroies de transmission,
- Une **stratégie de contenu** par cible (centres d'intérêts),
- Une charte et un tempo adaptés à la **culture d'entreprise**,
- Des **ateliers numériques** et des guides pour les collaborateurs,

Il s'agit d'un processus de « **Change Management** »
avec toutes les peurs et les freins que cela implique !



Comment

rendre cette charte efficace ?

La charte d'utilisation des réseaux sociaux

Existe-t-il une charte des réseaux sociaux dans votre entreprise ?

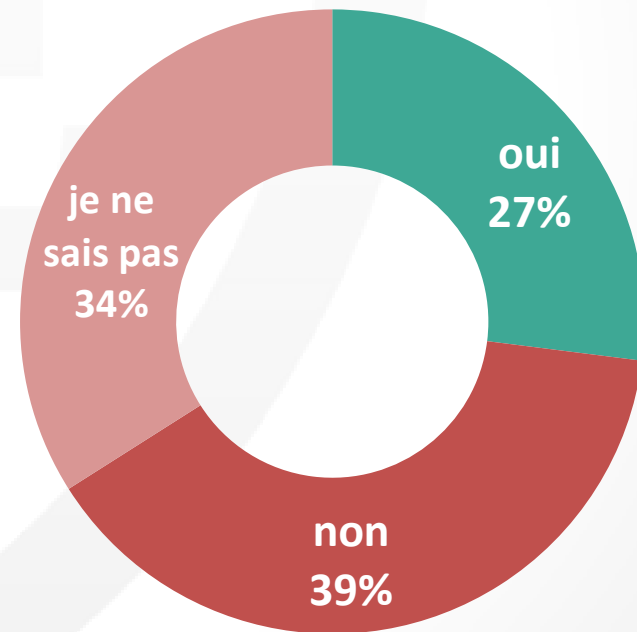
42%

des entreprises ont une charte d'utilisation des réseaux sociaux

60%

des dirigeants admettent n'avoir aucune politique d'accompagnement

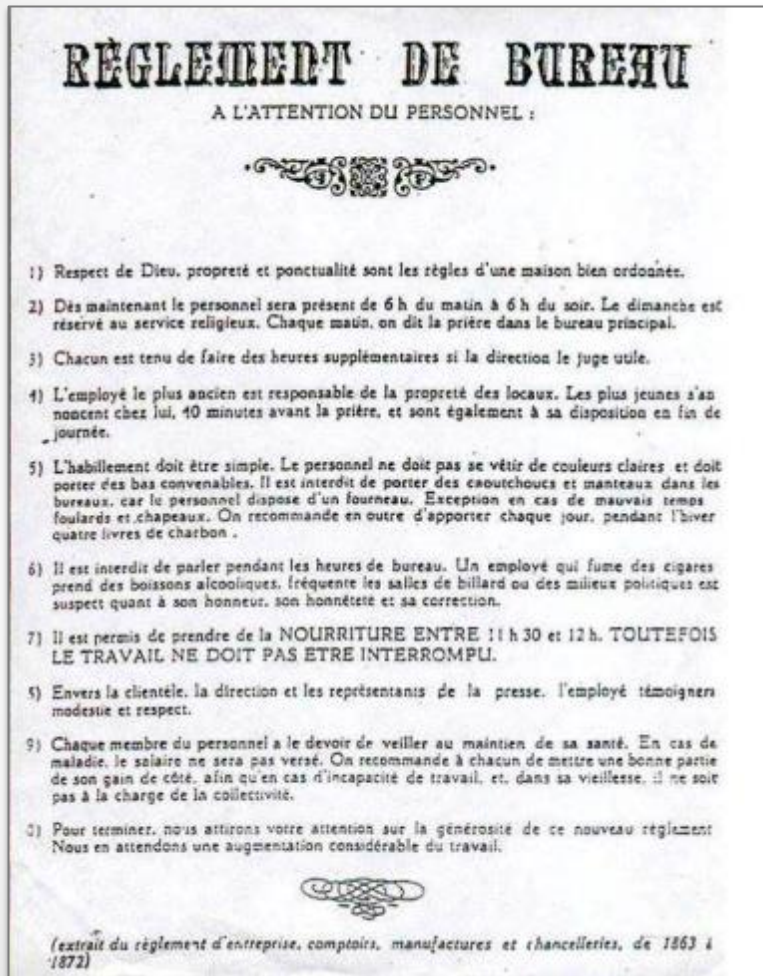
Seuls les salariés de 27% des entreprises le savent



Source : Enquête CEGOS 2014

Sensibiliser et accompagner les collaborateurs

Interdire ou accompagner ?



Chartes réseaux sociaux

Les incontournables

- **Rôles** de chacun (parler de/parler au nom, référent)
- **Comptes officiels** et comptes personnels
- Démarche active (ateliers, serious games)
- **Code du travail**, confidentialité et droit à l'image
- **E-réputation** de chacun
- Réseaux sociaux pendant le **temps de travail**

Une veille proactive permanente

Un 'Social Hub' pour répondre, anticiper, former et corriger le tir



Esprit de votre charte

Quelles sont les dominantes de votre charte réseaux sociaux ?

