

**Guide pour aider
les experts-comptables
à développer leur présence sur Internet**



20 sites à connaître

Identité numérique

www.societe.com	Informations sur une entreprise (résultats, dirigeants, etc.)
http://namechk.com	Vérification de la disponibilité d'un nom sur les médias sociaux
www.whois.sc	Savoir qui se cache derrière l'adresse d'un site (ou d'une adresse IP)
www.webmii.com 123People	Identité numérique d'une personne (attention aux homonymes) et
www.pagesjaunes.fr	Coordonnées de professionnels et de particuliers (<i>via</i> les pages blanches)

Utilitaires

www.pagerank.fr	Estimation du pagerank d'une page d'un site ou d'un blog
http://qr.net 2D) – utile pour Twitter	Raccourcisseur d'une adresse d'un site (et génération de code à barre
www.google.com/analytics	Statistiques pour une analyse fine des visites sur son site

Réseaux sociaux

www.facebook.com	Réseau social généraliste
www.twitter.com	Réseau social dans l'instantanéité (et agrégateur Hootsuite)
www.pacioli.fr/user/login	Réseau social réservé aux experts-comptables et aux CAC
www.e-c-f.fr	Forum Union des libéraux pour les experts-comptables
www.linkedin.com	Réseau social professionnel mondial
www.viadeo.com	Réseau social professionnel francophone
www.youtube.com	Réseau social pour la vidéo (et Dailymotion)
http://flickr.yahoo.fr/	Partage de photos

Outils pratiques

http://fr.wikipedia.org	Encyclopédie libre
http://del.icio.us	Marquage des sites favoris
www.wordpress.com	Plate-forme de création de site/blog (et aussi Blogger, Over-Blog, Drupal)
http://labs.ebuzzing.fr/top-blogs	Classement thématique des blogs (pour appréhender des blogueurs influents)

Guide d'analyse pour développer sa présence numérique

Questions	Solutions possibles	Conseils
Connaissez-vous votre présence numérique ?	Faire une veille permanente sur son entreprise, ses produits, ses services <i>via</i> les moteurs de recherche	Abonnement à des alertes Google.
Comment créer sa présence sur Internet ?	Réserver son nom de domaine et sa présence numérique sur les différents réseaux sociaux en ouvrant des comptes.	Privilégier le .fr si votre activité est en majorité en France. Voir pour les extensions en fonction de vos cibles.
Comment développer sa présence ?	Créer des espaces supplémentaires dédiés à son entreprise : site, blogs, réseaux sociaux (Facebook, Twitter, etc.).	Etre cohérent (même choix de nom) et complémentaire sur l'ensemble des supports.
Comment s'adapter au fonctionnement des internautes ?	Définir des titres accrocheurs et explicites, synthétiser son contenu, penser l'ergonomie des supports.	Développer une argumentation claire et concise, penser aux possibles détournements.
Comment se mettre en valeur ?	Proposer des contenus et des informations originaux.	Identifier le positionnement des concurrents afin de s'en démarquer.
Comment gagner en visibilité notamment sur les moteurs de recherche ?	Développer son référencement sur les moteurs de recherche, et sa présence sur les réseaux sociaux. Se faire aider par une société spécialisée le cas échéant. Acheter des mots	Définir son identité de marque. Prendre en compte son potentiel charisme numérique pour fixer ses objectifs. Poster des contributions intéressantes sur des sites,

	clés sur Google en vérifiant au préalable la concurrence sur les termes possibles.	blogs, réseaux sociaux en indiquant l'adresse de votre site en lien de signature. Optimiser vos sites web.
Comment s'appuyer sur la recommandation sociale ?	Identifier des communautés thématiques, diffuser du contenu pertinent et attractif, faire participer les internautes (jeux-concours).	Etre transparent dans ses actions, être attentif aux besoins et interrogations des internautes.
Comment gérer la présence des collaborateurs (plus pour des structures de plus de 10 collaborateurs) ?	Identifier la présence des collaborateurs, définir une charte d'utilisation des médias sociaux.	Ne pas être intrusif ou directif, s'appuyer sur les collaborateurs ayant une pratique développée du web.
Comment jouer la complémentarité vie physique/vie virtuelle ?	Tenter d'unifier sa présence numérique dans les deux sphères.	Afficher l'adresse de son site sur tous les supports de communication.
Comment réagir en cas d'attaque à sa réputation sur Internet ?	Apporter des démentis, réagir aux commentaires sur les supports adéquats (blog, réseaux sociaux, etc.).	Préparer des messages adéquats et réfléchir avant d'agir le plus vite possible, l'espace temps se réduisant sur le Web, la « viralité » étant très rapide.

Pour aller plus loin

Ouvrages *Développer sa présence numérique*, Dunod, 2012, C. Alloing et D. Fayon

Facebook, Twitter et les autres..., Pearson, 2012, C. Balagué et D. Fayon

Community management – Fédérer des communautés sur les médias sociaux, 2013, P. Cordina et D. Fayon

Site www.davidfayon.fr (@fayon)

Glossaire

Blog : site thématique, comportant des articles affichés par ordre anti-chronologique et de nombreuses formes possibles d'interactions avec le lecteur (commentaires, notes, diffusion sur des comptes de réseaux sociaux).

Buzz : écho ou bouche-à-oreille (se traduit par « bourdonnement ») fait sur Internet pour un produit, un service ou une information. Le buzz repose sur une médiatisation rapide sur un réseau ou dans une communauté donnée. Il peut être volontaire (lancé par une entreprise) ou non.

Community management : stratégies et méthodes visant à gérer, modérer et animer une communauté d'internautes sur le web (dans les forums, pages de réseaux sociaux, etc.).

E-marketing : Ensemble des techniques marketing appliquées au web : améliorer la visibilité et le trafic d'un site, fidéliser les clients et cibler des prospects et des partenaires. Le e-marketing repose sur diverses techniques : le référencement naturel, l'e-mailing, le référencement payant ou encore la publicité contextuelle.

E-réputation : expression des opinions d'internautes par le biais des outils web (forums, réseaux sociaux, blogs, etc.). L'accumulation, la diffusion et la visibilité de ces opinions impactent alors l'image constituée d'une marque ou d'un produit/service.

Identité numérique : identité d'une personne (morale ou physique) constituée par l'ensemble des traces laissées sur Internet par la personne elle-même et par des tiers.

Réseau social : service (sur Internet) permettant aux utilisateurs d'être reliés entre eux dans le but de favoriser les interactions sociales.

Veille : ensemble des méthodes permettant de collecter, qualifier, analyser et diffuser des informations et contenus diffusés sur le web.

Web : partie graphique d'Internet basé sur un système de liens hypertextes permettant de naviguer de sites en sites.

Web 2.0 : deuxième génération du Web qui recouvre 3 composantes : technique (utilisation de technologies combinées : feuilles de style, Ajax, syndication de contenu), sociale (interactions entre les utilisateurs et partage/collaboration avec les blogs, les wikis et les réseaux sociaux) et relative aux données collectées qui sont dépendantes de l'application Web 2.0 considérée et qui sont accessibles quel que soit le lieu de connexion au site 2.0. Le web 2.0 suppose aussi une forte démocratisation de l'accès à Internet et au haut-débit.

Wiki : site web dynamique dont tout visiteur peut modifier facilement et rapidement la structure et les pages dans un but coopératif.