

Questionnaire d'auto-évaluation des médias sociaux

Médias sociaux en mode pratique élémentaire

1. Est-ce que vous utilisez les médias sociaux personnellement ?

oui non

Si oui, lesquels :

- Facebook
- Instagram
- Google Plus
- Twitter
- LinkedIn
- Youtube
- Pinterest
- Autres

2. Si oui, pourriez montrer à un collègue comment s'en servir pour lui personnellement ?

oui non

3. Est-ce que vous connaissez toutes ces expressions : émoticônes, mots-clics (hashtag), publication, tweet, statut, mur, suiveur (follower), profil, message privé, mention et l'utilité du « @ » dans les médias sociaux ?

oui non

4. Savez-vous la différence entre partager et publier sur Facebook ?

oui non

5. Sauriez-vous modifier une publication après sa diffusion ?

oui non

6. Savez-vous comment contrôler l'auditoire à qui vous souhaitez diffuser ?

oui non

7. Savez-vous la différence entre une page commerciale ou un groupe dans Facebook ?

SYLVIE BÉDARD, BAA, MBA
Chef de la Présence

blogue:
www.sylviebedard.net

www.minddrop.ca
social@minddrop.ca
t.514.375.2700 *101

Si vous avez répondu oui à toutes les questions, vous êtes de niveau intermédiaire et plus.

Par contre, si vous n'avez pas de compte dans certains médias sociaux, vous auriez peut-être besoin d'accompagnement spécifique.

Un seul non, vous place dans la catégorie des débutants en voie d'apprentissage.

Médias sociaux en mode pratique commerciale

(remplacer Facebook par le réseau social de votre choix, les questions seraient sensiblement toutes les mêmes)

1. Savez-vous gérer une page commerciale dans Facebook ?
 oui non
2. Savez-vous comment gérer des administrateurs de page Facebook ?
 oui non
3. Connaissez-vous la différence entre un administrateur et un gestionnaire de page ?
 oui non
4. Pourriez-vous expliquer les principales différences entre une page personnelle et une page commerciale dans la majorité des médias sociaux ?
 oui non
5. Connaissez-vous Business Facebook ?
 oui non
6. Peut-on changer un nom de page commerciale dans Facebook ?
 oui non
7. Savez-vous faire des passerelles entre Twitter et les médias sociaux principaux ?
 oui non
8. Savez-vous ce qu'est une plateforme de gestion des médias sociaux ?
 oui non
9. Pourriez-vous créer un mot-clic pour votre entreprise ?
 oui non
10. Savez-vous que vous devez avoir une adresse courriel identique au nom de domaine de votre entreprise pour créer une page commerciale dans LinkedIn ?
 oui non

11. Savez-vous ce qu'est un « persona » ?

oui non

Si vous avez répondu oui à toutes les questions, vous êtes de niveau intermédiaire et plus.

Par contre, si vous n'avez pas de compte commercial dans certains médias sociaux, vous auriez peut-être besoin d'accompagnement spécifique.

Un seul "non" vous place dans la catégorie des professionnels en voie d'apprentissage.

Les médias sociaux dans l'aspect stratégique

1. Comprenez-vous comment les médias sociaux s'inscrivent dans les plans de marketing et dans les objectifs généraux de toute organisation indépendamment de votre industrie?

oui non

2. Pourriez-vous construire une solide stratégie commerciale pour votre entreprise dans les médias sociaux?

oui non

3. Pourriez-vous être responsable de la qualité de tous les médias plans / stratégies / services sociaux offerts aux clients ainsi que leur degré de satisfaction globale de la clientèle?

oui non

4. Pouvez-vous établir des programmes de médias sociaux qui conduisent effectivement vers de la création de revenus? Avec le meilleur choix des réseaux sociaux ?

oui non

5. Pouvez-vous piloter le travail de médias sociaux pour votre entreprise? Y compris le développement de la stratégie, de l'expertise tactique et l'exécution, et faire la mesure de tous leurs indicateurs de succès?

oui non

6. Pouvez-vous développer une méthodologie qui comprend les ressources, la structure de l'équipe, les processus de base, et les meilleures pratiques qui peuvent être évolutives à travers le conseil d'administration avec les médias et les équipes de marketing?

oui non

7. Pouvez-vous identifier et définir les possibilités des médias sociaux pour votre entreprise et comment ils se rallient à vos objectifs de marketing numérique et vos stratégies globales?

oui non

8. Pouvez-vous déterminer les bons rôles, les responsabilités et les compétences nécessaires de votre équipe et développer une pratique de médias sociaux?

oui non

9. Savez-vous comment faire pour surveiller les tendances dans toute l'industrie et de collaborer avec la haute direction pour assurer la préparation de changements potentiels au sein d'un segment de marché?

oui non

10. Pouvez-vous faciliter la collaboration, le partage des connaissances, et encourager la participation des médias sociaux au sein de votre équipe?

oui non

11. Pouvez-vous agir, ou exercer, en tant que ressource centrale pour les informations relatives aux médias sociaux?

oui non

12. Pouvez-vous être un porte-parole crédible des médias sociaux lors d'événements de l'industrie?

oui non

13. Pouvez-vous argumenter et sensibiliser votre organisation sur le pouvoir des médias sociaux pour les besoins internes ou externes?

oui non

14. Pouvez-vous déterminer les bonnes solutions pour la technologie et de la mesure des médias sociaux? Y compris l'évaluation des ressources actuelles ainsi que les fournisseurs de médias sociaux et de développer des partenariats avec les fournisseurs?

oui non

15. Sauriez-vous mettre en place les bons indicateurs de performance pour le rendement de vos efforts avec les médias sociaux ?

oui non

Si vous avez répondu oui à toutes les questions, vous êtes de niveau intermédiaire et plus.

Un seul « non » vous place dans la catégorie des gestionnaires et décideurs qui doivent d'abord investir dans une réflexion stratégique, avant d'investir dans des efforts en matière de médias sociaux.

Analyse finale de votre auto-évaluation

L'univers des médias sociaux est vaste. Quoiqu'il soit clairement nécessaire de faire une distinction entre les besoins d'affaires, et personnels, il faut également faire une distinction entre gérer une stratégie de médias sociaux et opérer une stratégie de médias sociaux.

Déterminer d'abord votre rôle, vos responsabilités et vos tâches afin de prioriser vos besoins d'apprentissage. Il apparaît toutefois fondamental de vous sentir à l'aise avec la base opérationnelle des médias sociaux afin de pouvoir participer aux efforts des coéquipiers qui auront la responsabilité d'opérer une stratégie de médias sociaux. À l'ère numérique, il est devenu nécessaire de minimalement comprendre cet univers, ne serait-ce que pour observer et faire de la veille stratégique. Chaque entreprise peut tirer profit de sa Présence dans les médias sociaux, que ce soit pour faire de la vente, pour écouter, pour réseauter, ou pour influencer. Au final, que ce soit pour faire une gestion de sa réputation de façon proactive, recruter, attirer, retenir, ou dorloter ceux qui sont importants pour notre entreprise, il faut être présents.

Choisissez votre formation dans la liste suivante et contactez-nous à social@minddrop.ca pour des plans de cours détaillés :

