

Article paru dans le magazine Solvay Business School du 01.06.2010

CLUB ENTREPRENEURS

Social Networks: sense or non sense?

Au sujet de l'impact des réseaux sociaux dans la stratégie de promotion d'une entreprise, les avis sont partagés.

Après le succès des conférences organisées conjointement avec les alumni de Polytech Mons (en février sur les points communs entre le sportif et l'entrepreneur, puis en mars avec la participation de Thomas Leysen, président de la FEB et d'Umicore, sur "le courage d'entreprendre"), plus de 100 participants ont écouté en avril au Club Entrepreneurs de Solvay Alumni deux spécialistes du marketing online, eux-mêmes anciens de l'Ecole, exposer leurs points de vue respectifs sur l'impact des réseaux sociaux en matière de promotion. Ce club était organisé avec le soutien de la société SAGE, éditeur de logiciels comptables, de CRM et de gestion commerciale pour PME (www.sage.be), et d'ING (www.ing.be/professional).

MAÎTRISER PLUTÔT QUE SUBIR

Pour Hugues Rey (www.rey.be), Chief Digital Officer chez Media Brands, les réseaux sociaux jouent un rôle incontournable dans le développement d'une entreprise. Il nuance cependant son point de vue. Les entreprises qui veulent développer leur marque ne peuvent pas faire l'impasse sur les réseaux sociaux, au risque de subir leur influence plutôt que de la maîtriser. Par contre, en ce qui concerne les activités où la marque joue un rôle moins crucial, l'utilisation des réseaux sociaux sera plus dépendante de l'affinité du chef d'entreprise avec les nouveaux médias. Une chose est sûre pour lui dans tous les cas; inutile d'essayer de transformer la réalité lorsqu'on est on-line, la seule stratégie payante se base sur la franchise et la transparence.

UN ENTRETIEN COÛTEUX

Jean Derely, fondateur du Beta Group (www.betagroup.be), est quant à lui plus réservé sur l'impact des réseaux sociaux pour l'entreprise. Sa position est d'autant plus étonnante qu'il a lui-même créé un réseau



social lorsqu'il était aux Etats-Unis. Il fonde son opinion sur une analyse comparative des différents moyens d'assurer sa promotion via le marketing digital. Les réseaux sociaux ne sont en effet qu'un outil parmi d'autres. Bien que le coût d'entrée soit quasiment nul, l'entretien d'une présence sur les réseaux sociaux nécessite un effort constant. L'essentiel, selon ce spécialiste, est de bien définir le résultat attendu ainsi que les outils de mesure de ces résultats avant de lancer sa stratégie marketing. Les deux orateurs ont proposé des angles de vue différents plutôt que des avis diamétralement opposés. A la satisfaction générale de l'assistance!

EVENT SPONSORS



UNE INNOVATION

Starter pitch

Si vous êtes diplômé de Solvay et si vous avez lancé une entreprise depuis moins de deux ans, nous vous offrons la possibilité de venir "pitcher" votre projet en 5 minutes en lever de rideau d'une conférence organisée par le Club Entrepreneurs. La préférence sera donnée à des entreprises dont le focus est en rapport avec le thème de la conférence du jour. N'hésitez pas à vous faire connaître!