



LA CRÉATIVITÉ AU BOUT DES DOIGTS

[jeu vidéo] [Internet] [e-learning] [arts médiatiques] [animation] [e-marketing] [sans fil] [ciné-télé] [musique] [informatique] [industrie] [tv] [c'est qui ça ?]

je m'abonne | j'annonce | contacts

LIEN MULTIMÉDIA

LIEN AUDIOVISUEL

LIEN TECHNO

CONVERGENCE

GUIDE ANNUEL

Rechercher

/Sur le même sujet

- **Entreprises : Association québécoise des technologies (ex-Réseau inter logIQ)**
 - Selon Denis Lavallée, il faut aligner ventes et marketing
 - Simon Hénault fait l'apologie de LinkedIn
 - Les influenceurs des TIC se rencontrent au Big Bang le 31 mai
 - Claude Mc Master, président de Technologies D-BOX, nommé PDG de l'année SGF 2011
 - Éric Chouinard, Andy Kulakowski, Claude Mc Master : qui sera le PDG de l'année SGF 2011 ?
- **Internet : Blogues, réseaux sociaux, Web 2.0**
 - Le Festival international de jazz de Montréal de plus en plus mobile
 - Le Théâtre Corona prend le virage 2.0 de la plateforme Vortex Stardom
 - Simon Hénault fait l'apologie de LinkedIn
 - Radio-Canada utilise Twitter pour lancer un nouveau service musical
 - AgentSolo atteint un nouveau seuil dans sa croissance

VIDÉOS



Alain Fecteau (Technopôle)



Manuel Chantre présente



Raphaël Malo a trouvé (...)



Denis Coderre discute

[Toutes les vidéos]

CALENDRIER

Le 08 juin 2011

Conférence : Gestion de la performance : stratégies et moyens

Le 14 juin 2011

Conférence : Séminaire: Pouvez-vous négliger un marché de 12 milliards de dollars ?

Le 20 juin 2011

Réunion : Tournoi de golf de l'ADRIQ et du CRIM

Du 14 juillet 2011 au 07 août 2011

Festival : Fantasia

Du 17 août 2011 au 19 août 2011

Conférence : GROW 2011 (Vancouver)

« Commencez à en apprendre à ce sujet dès maintenant. »»




< Retour à la rubrique LE LIEN MULTIMÉDIA

[lundi 6 juin 2011 00h05min]

[Big Bang 2011]

Les médias traditionnels ne sont pas inutiles

Dans le merveilleux monde du marketing, a-t-on enterré trop rapidement les médias traditionnels ? Il semble que oui, si l'on croit Michel Ouellet, vice-président, conseil, chez Morin Relations Publiques. Lors d'une conférence dans le cadre du Big Bang 2011, il a démontré en quoi les médias traditionnels étaient encore pertinents tandis que son collègue Thomas Bastien, coordonnateur principal, développement des médias sociaux, a pour sa part expliqué pourquoi il fallait également utiliser les médias sociaux.



« Les nouveaux médias ne sont pas venus bouleverser le paysage, affirme Michel Ouellet. Ils ont ajouté quelque chose, mais n'ont rien enlevé. Les entreprises peuvent se servir des médias traditionnels pour créer une rumeur positive, augmenter la notoriété, devenir une référence, positionner favorablement les dirigeants et augmenter les ventes. Ultimement, ils peuvent permettre d'augmenter les profits. L'utilisation des médias traditionnels dans un contexte de marketing demande un travail plus long, mais elle peut faire des merveilles pour l'entreprise. Les médias sociaux, de leur côté, permettent d'augmenter la notoriété et la crédibilité de l'entreprise. »

Les médias traditionnels demeurent les plus crédibles dans l'esprit des gens, dit le VP conseil de Morin Relations Publiques. C'est par le bon vieux journal papier que le public continue de s'informer le matin. En fait, 80 % des points d'origine des nouvelles proviendraient des quotidiens et seulement 1 % des médias sociaux, avance Michel Ouellet, et cela, même si les Canadiens et les Québécois sont des mordus d'Internet.

Continuer de croire en les médias traditionnels n'empêche pas d'intégrer l'univers des médias sociaux. Mais avant de le faire, il faut se poser plusieurs questions : Pourquoi y aller ? À qui parle-t-on ? Comment personnaliser sa marque ? Quels médias sociaux privilégier ? Comment entretenir la conversation ? Est-ce qu'il y a des ressources pour le faire ? « Un compte Twitter inactif peut avoir une influence négative sur la marque, souligne Thomas Bastien. La stratégie doit également comprendre du monitoring, voir ce qu'on dit de vous dans les médias sociaux. Il faut s'implanter dans les plateformes, créer un message et le contrôler. Pour cela, il y a des outils gratuits et payants, notamment Radian6 et Google Alertes. Il faut aussi intervenir de manière ciblée, c'est-à-dire trouver les influenceurs qui vont faire couler la nouvelle dans les autres médias. Enfin, il faut s'implanter, en gardant en tête que les entreprises n'ont pas toutes les mêmes objectifs, ni les mêmes ressources, ni les mêmes clients. »

Pour illustrer son propos, Thomas Bastien donne en exemple le mandat que l'Association québécoise des technologies a donné à Morin Relations Publiques pour son Baromètre AQT des entreprises québécoises en TIC. « Nous sommes allés voir sur quelles plateformes l'AQT travaille, nous avons contacté les influenceurs et nous avons vérifié l'optimisation des plateformes sociales de l'AQT, précise le coordonnateur principal, développement des médias sociaux. »

« L'utilisation des médias sociaux est nécessaire, il faut y aller, mais il faut continuer d'être présent dans les médias traditionnels », conclut Michel Ouellet.

[Sophie Bernard]

+ [Donnez-nous votre avis](#) +

Connexion

[Cliquez ici pour vous déconnecter]

Je m'abonne | J'annonce

EMPLOI

- mbiance cherche Directeur (trice) artistique interactif
- mbiance cherche Programmeur-intégrateur
- mbiance cherche animateur flash et illustrateur (intermédiaire-senior)
- Frima cherche Programmeuse client-serveur (Jeux vidéo et réseaux sociaux)
- Frima cherche Directeur artistique 3D
- Le Centre NAD cherche Directeur (trice), communications et marketing de projets web
- TP1 recherche un gestionnaire de projets web
- Visceral Games Montréal cherche un programmeur senior en chef
- TRIBAL NOVA recrute un Responsable qualité et service client (poste à temps plein)
- La SOFAD cherche conseiller ou conseillère en nouvelles technologies

[Tous les postes]

Bulletin quotidien gratuit !

Courriel:

S'inscrire

Exemple du bulletin HTML

CONVERGENCE no 69



- > Abonnement
- > Publicité
- > Contact

GUIDE ANNUEL



[Commandez] - [Consultez]

nom de compagnie

Bulletin-PDF Le Lien MULTIMÉDIA