



Livre Blanc : « Social Media Listening : du bruit au signal » #FlashTweet

Ecrit par Yann Gourvennec, Fondateur de Visionary Marketing, ce livre blanc a pour sujet le Social Media Listening. Qu'est-ce que c'est? Aussi appelé Social Media Monitoring, c'est le processus d'écoute, d'identification et d'évaluation de ce qui se dit sur une entreprise, une marque, un produit ou un individu sur le Web. Il est devenu incontournable à l'ère des médias et réseaux sociaux. Ce document est en réalité un manifeste qui milite pour une refondation des études sur les médias et réseaux sociaux. Pourquoi une refonte? Aujourd'hui, les entreprises s'intéressent davantage à l'aspect quantitatif des mesures, au lieu de se pencher sur le dialogue avec leurs clients, sur l'innovation et leur progression.

« Social Media Listening : du bruit au signal » est un document d'une cinquantaine de pages composé de deux grandes parties, une première sur le bruit et une autre sur le signal. Il permet notamment de bien comprendre le potentiel des études sur les médias et réseaux sociaux, les limites et leur portée. Il met en avant les changements nécessaires à réaliser pour tirer le meilleur parti du Social Media Listening au travers d'une refonte de ces études. Etant le fruit d'une démarche collective au travers de rencontres avec des experts de différents horizons, il est alimenté par de nombreux témoignages. Citons ceux d'Emmanuelle Leneuf du FlashTweet, de **Philippe Jourdan**, CEO de **Promise Consulting**, ou encore de Anna Oualid, Directrice du Social Media Research chez Opinion Way. Quand Yann m'a parlé de ce document il y a quelques semaines, je lui ai dit que je ferai un article sur mon blog. En guise d'introduction, il est précisé que les auteurs sont des disciples de Seth Godin et qu'il faut voler leurs idées, partager le document sur les médias et réseaux sociaux. Pour mettre en avant son contenu et donner envie de télécharger le livre blanc, je fais le choix de présenter ici une partie d'un témoignage d'expert qui a retenu mon attention. Rémi Douine, Fondateur de The Metrics Factory, parle dans ce livre blanc de l'écoute des réseaux sociaux en tant que pratique professionnelle. Il identifie une problématique majeure : cette écoute est la résultante de plusieurs plaques tectoniques mouvantes du Web. 1ère plaque : les usages. 2ème plaque : les plateformes technologiques. 3ème plaque : les éditeurs d'outil d'écoute. 4ème plaque : les clients finaux de l'écoute. Intéressons-nous à la deuxième plaque tectonique du processus d'écoute, celle des plateformes technologiques qui dominent le Web (Amazon, Google, Facebook et Twitter). Dans les processus d'écoute des réseaux sociaux, l'influence de leurs mouvements est triple : elle catalyse les usages, elle normalise les concepts et elle fournit la mesure. Pour illustrer ce propos, prenons Twitter et le retweet ; le retweet d'un article était il y a quelques années le révélateur de la valeur d'un article. Twitter conscient de cet usage a intégré ce comportement en ajoutant une fonctionnalité RT dans sa plateforme, en proposant un bouton « retweet » aux sites media, et en fournissant à travers son API le volume de RT aux solutions d'écoute des médias et des réseaux sociaux. Dans cet exemple : Twitter a massifié l'usage du RT, ce qui a changé la nature même de cet acte. Twitter a normalisé un usage en le définissant comme étant le fait d'utiliser sa fonction de RT propriétaire. Twitter est le fournisseur des données liées à cet usage. Pour faire une analogie, imaginons que TF1 propose à ses téléspectateurs clients de la Box Bouygues une fonctionnalité de chat pendant les émissions TV qu'elle crée un indicateur de volume de discussions basé sur les échanges de ses spectateurs qu'elle fournisse cet indicateur aux annonceurs et observateurs. Quel serait le signal à isoler de la collecte de ce flux de données ? Quelle portée des conclusions ? Les réponses à ces questions évidentes sont apportées au cas par cas au sein de la communauté professionnelle de l'écoute des

media et des réseaux sociaux et ne permettent pas l'émergence d'une pratique mature qui normalise son activité.Pour découvrir la suite et l'explication des autres plaques tectoniques, consultez le livre blanc en PDF. Sachez qu'il est également disponible en version papier aux