

# TABLE DES MATIÈRES

---

<b>Introduction</b> .....	<b>5</b>
<b>Chapitre 1 - La démarche réseau</b> .....	<b>7</b>
A. <i>L'invasion des réseaux... Une longue histoire</i> .....	9
B. <i>Les amis de mes amis... ou la théorie des six degrés de séparation</i> .....	13
C. <i>Vie privée et vie professionnelle. Faut-il les séparer ? Peut-on les séparer ?</i> .....	15
D. <i>Le réseau dans une démarche globale de marketing et de communication</i> .....	18
1. <i>Connaître ses prospects, fournisseurs, concurrents et clients</i> .....	19
2. <i>Tester des idées et des concepts</i> .....	22
3. <i>Communiquer</i> .....	25
4. <i>Fidéliser</i> .....	34
5. <i>Évaluer la satisfaction de ses clients</i> .....	46
E. <i>Le réseau pour le marketing produit, mais aussi</i> .....	48
1. <i>Pour le marketing du recrutement</i> .....	48
2. <i>Pour la communication interne</i> .....	50
<b>Chapitre 2 - Le réseau... Vous avez toutes les raisons d'y être ! .....</b>	<b>53</b>
A. <i>Être vu et (re)connu</i> .....	55
1. <i>Pour être vu, il faut être trouvé</i> .....	55
2. <i>Gérer votre identité numérique</i> .....	58
B. <i>Trouver fournisseurs et partenaires</i> .....	63
C. <i>Trouver prospects et clients</i> .....	69
1. <i>La meilleure preuve sur la qualité d'un produit : les avis des autres consommateurs !</i> .....	69
2. <i>Repérer des prospects en fouillant dans les réseaux de vos propres contacts</i> .....	71
D. <i>Progresser en échangeant savoir-faire et connaissances</i> ...73	
E. <i>Diffuser un message</i> .....	78

1.	<i>La clé de la réussite : l'interactivité</i> .....	78
2.	<i>Toutes les cibles sont-elles accessibles sur le Web 2.0 ?</i> .....	80
3.	<i>La force 2.0 : le buzz</i> .....	87
F.	<i>Recruter et se faire recruter</i> .....	90
G.	<i>S'intégrer dans une nouvelle sphère, s'internationaliser</i> ....	100
H.	<i>Faire réagir sur des idées, des concepts</i> .....	104
I.	<i>Fidéliser</i> .....	106
J.	<i>Défendre des intérêts et des causes</i> .....	108
1.	<i>Le monde associatif et non-marchand</i> .....	108
2.	<i>Le monde politique</i> .....	110
<b>Chapitre 3 - Comment développer et entretenir son réseau ? .....</b>		<b>113</b>
A.	<i>Quel réseau choisir ?</i> .....	115
1.	<i>Tout est question</i> ... ..	115
2.	<i>Les variantes</i> .....	116
3.	<i>État des lieux des réseaux</i> .....	121
B.	<i>Faire sa « joyeuse entrée »</i> .....	123
1.	<i>Penser « personal branding »</i> .....	123
2.	<i>Réussir son premier contact</i> .....	125
3.	<i>Maximiser le temps d'écoute et d'ouverture</i> .....	134
4.	<i>Les bons trucs pour ne pas faire de faux pas !</i> .....	135
C.	<i>Entretenir son réseau : les choses à faire et à ne pas faire</i> ....	147
1.	<i>Créer et mettre à jour sa base de données</i> .....	147
2.	<i>Agir ponctuellement mais sur la durée</i> .....	148
3.	<i>Éviter le comportement utilitariste</i> .....	149
4.	<i>Relancer n'est pas harceler</i> .....	150
5.	<i>Faire des promesses en l'air</i> .....	151
<b>Chapitre 4 - Les risques .....</b>		<b>153</b>
A.	<i>Votre image, si elle n'est pas soignée, peut se retourner contre vous</i> .....	154
B.	<i>Les galvaudages d'identité et les atteintes à la réputation</i> ....	156
C.	<i>Les fuites d'informations et de ressources</i> .....	167
D.	<i>La perte de temps... et donc d'argent</i> .....	168
<b>Conclusion .....</b>		<b>170</b>
<b>Annexes .....</b>		<b>172</b>
<b>Sources .....</b>		<b>175</b>