

# SOMMAIRE

Les réseaux sociaux

Pourquoi un Réseau Social Professionnel ?

- En France, quel est le site « phare » ?
- L'une des règles fondamentales
- Mais il ne faut pas se méprendre sur la nature humaine au XXI<sup>e</sup> siècle
- Qui a tout intérêt à figurer en bonne place sur les réseaux sociaux ?
- Les groupes, sous-groupe par zone, par thématique, par affinités métiers ou activités
- « Le bouche-à-oreille »
- Alors que faire quand le « bouche-à-oreille » fonctionne à votre avantage ?
- Mais qui sont-ils ces grands réseauteurs ?
- Le nombre est-il un réel facteur de réussite sur les réseaux ?

Réseautage ou réseauphage ?

Les réseaux, accessibles à toutes les bourses ?

Les réseaux et le « business »

La montée en puissance du marketing de réseau

Passer du virtuel au « réel » : rencontrer ses contacts, forger des liens visuels

L'éthique des réseaux – un savoir-être

La e-réputation et ses revers

Quels sont les constats et les tendances des sites sociaux et des communautés ?

Évolution ou révolution ?

Indications

Conclusion