

01.01.2011 - FABIEN MAJOR

Nouvelles

[Imprimer](#)

Les centres d'influence à portée de clic

À une certaine époque, il était facile de trouver les centres d'influence, les " influenceurs ", comme les appellent les conseillers. Aujourd'hui, bien qu'on considère les comptables, avocats, fiscalistes ou autres professionnels comme des sources de contacts pour les affaires, la conformité de chaque ordre professionnel et les règles et obligations qui régissent la **Chambre de sécurité financière** (CSF) limitent la portée de ces " influenceurs ".

Chaque professionnel de la finance qui cherche à recruter des clients et à gonfler son bloc d'affaires doit faire preuve d'imagination pour rejoindre les décideurs, ou à tout le moins, ceux qui ont de l'influence sur les clients potentiels.

Supposons que vous ayez des connaissances dans le monde pharmaceutique. Le réflexe stratégique est de graviter autour du secteur, mais si vous n'êtes pas pharmacien, chercheur ou médecin, les barrières à l'entrée de ce réseau sont assez hermétiques !

Vos appels à froid (cold calls), envois postaux et courriels restent pour la plupart sans réponse. Inutile d'envisager la possibilité pour vous de participer à des congrès de l'industrie pharmaceutique. Pourtant, les réseaux sociaux peuvent aujourd'hui vous permettre d'atteindre vos cibles !

Nous vivons dans une ère formidable. Jamais les influenceurs n'ont été aussi facilement rejoignables. Les médias sociaux permettent actuellement des connexions de grande valeur. Cependant, ne nous faisons pas d'illusions, la fête pourrait finir abruptement.

Personnellement, je doute que cette fenêtre d'accès relativement facile nous soit ouverte pendant de longues années !

Certains prophètes, dont Jeffrey Cole, du **Center for the Digital Future** de l'Université du Sud de la Californie ne donne que cinq ans d'espérance de vie à Facebook. Non pas que les réseaux sociaux disparaîtront, mais tout est appelé à changer rapidement. D'autres sites de réseautage naîtront et grugeront des parts de marché. Les réseaux de niches qui ciblent la photo, la musique, le voyage, la vidéo... et les affaires ont plus de chance de durer. Les communautés, par définition, se serrent les coudes !

Pensons au début du téléphone. La technologie nouvelle fascinait. Comme les appareils ne sonnaient qu'occasionnellement, les gens d'affaires qui souhaitaient parler avec des " influenceurs " branchés étaient assurés de rejoindre la bonne personne au bout du fil en quelques instants. En cette deuxième décennie du deuxième millénaire, la technologie qui fascine est liée aux grands médias sociaux que sont Twitter, Facebook, LinkedIn, YouTube, etc.

C'est à vous de créer les bons contacts avec les nombreux centres d'influence fascinés par cette révolution sociale. J'insiste, ils ne seront pas aussi disponibles indéfiniment.

Longue portée

Il est fantastique d'observer qu'on peut aujourd'hui " mesurer " la cote d'influence d'un contact. Par exemple, sur LinkedIn.com, à droite du profil, on peut voir le nombre de personnes auxquelles nous sommes interreliés. Je sais ainsi que mes 127 contacts sont reliés à 1,5 million de professionnels, et mon réseau s'est agrandi de 27 000 personnes au cours des 30 derniers jours. Ouf, je ne manquerais pas de travail !

Pour la recherche de clientèle, vous savez que je suis un admirateur de Twitter. De nombreux sites et outils complémentaires sont exceptionnels pour prendre le pouls et vérifier la qualité de nos interventions et notre influence sur nos abonnés.

Tweetereach.com m'informe que mon réseau de 1 650 abonnés me permet d'atteindre 6 700 personnes. Des 50 microbillets que j'envoie sur Twitter, 14 sont relayés dans le réseau de mes abonnés, et 15 d'entre eux se donnent la peine d'interagir et de me répondre personnellement. Donc, 38 000 personnes ont vu passer mes interventions !

Enfin, le site Klout.com est devenu la référence de la mesure de l'influence d'une personnalité sur Twitter. Grâce à un échantillonnage de 35 données diverses, Klout donne une note sur 100 aux abonnés de Twitter. Sans avoir les 6 000 abonnés de @geraldfillion, vous pouvez bien obtenir un bon résultat. À 60 et plus, vous commencez à nager dans les eaux des " top influenceurs " de votre milieu.

Liste des 100 Québécois les plus influents sur les médias sociaux : <http://raymondmorin.com/2010/11/portfolio/le-top-100-des-influenceurs-du-web-2-0-au-quebec/>

Suivez-moi sur Twitter.com : @fabienmajor