



IBM France Communications & External Relations

Une veille pluri-media pertinente & mesurable

Constance Bordes
Manager, External Relations

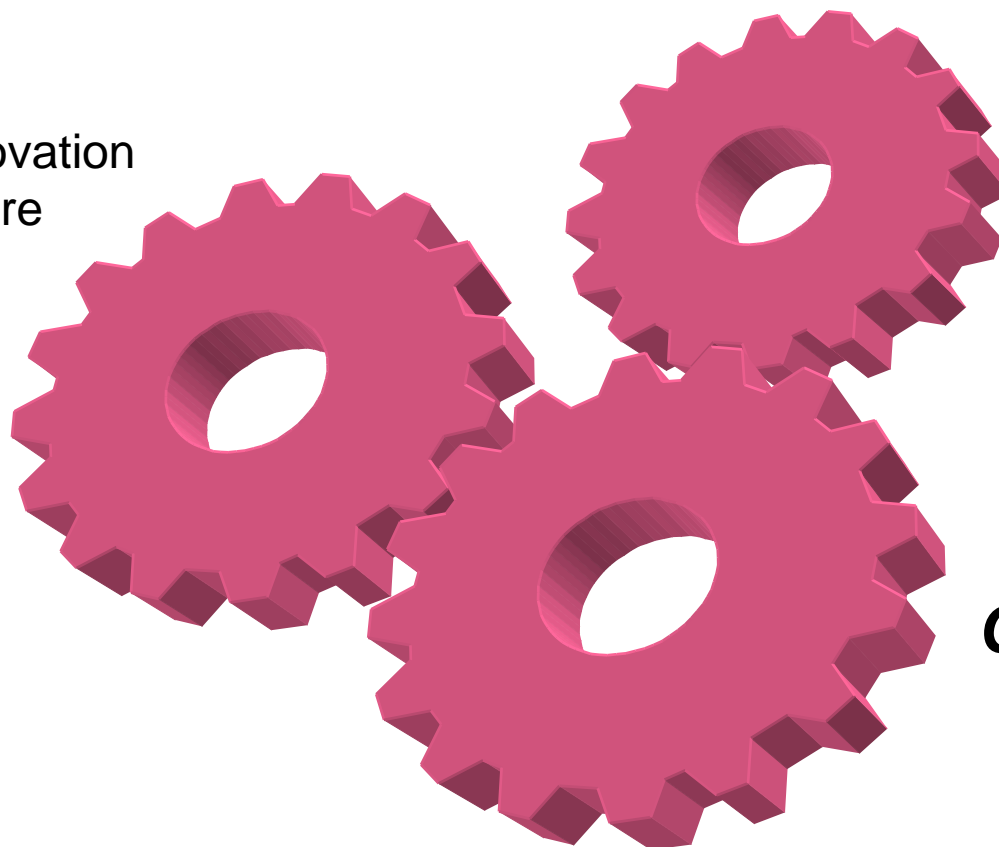
Organisation

Offres

Exploration & Innovation
IT infrastructure
Client value

Disciplines

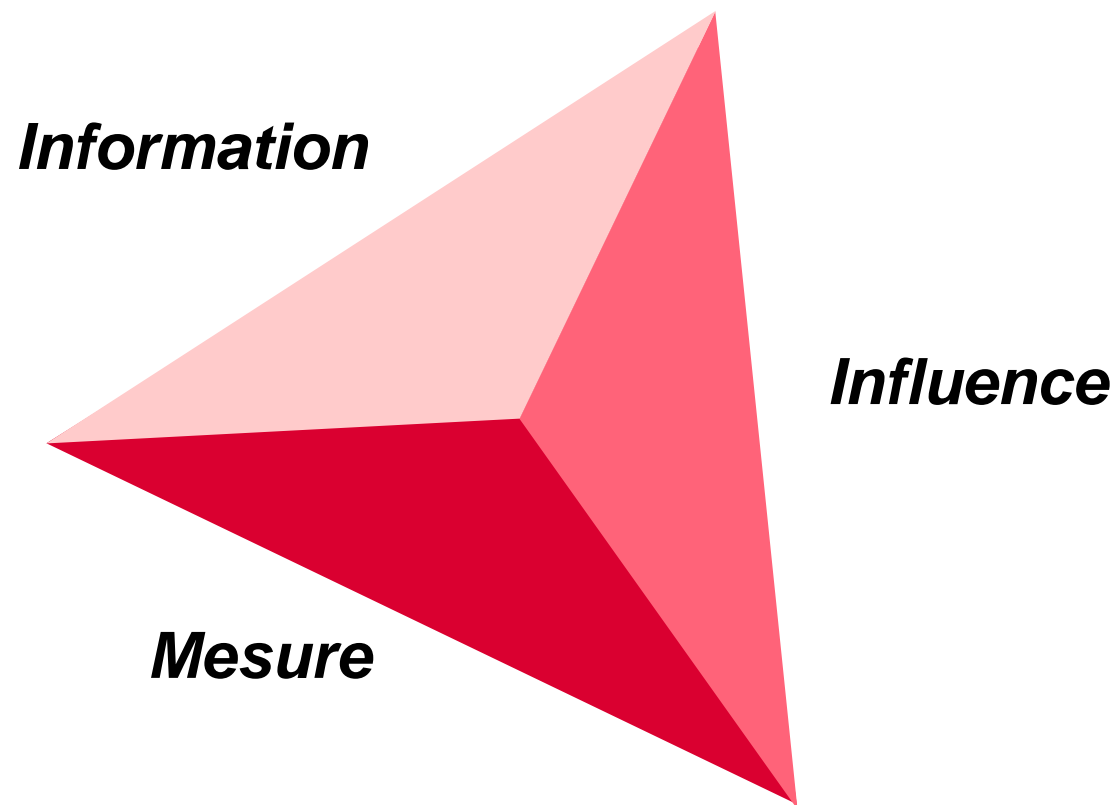
External Relations
Internal & executive
Corporate Affairs
Brand & values
New Media



Campagnes

Locales
Mondiales
X-offres
X-disciplines

Pourquoi une veille pluri-media ?



La presse, source d'information

■ **Revue de presse quotidienne**

- Version papier – Direction élargie – diffusion vers 14h
- Version électronique – tout IBMer via Intranet – en ligne vers 14h

■ **Réalisation**

- Lecture presse
- // Réception Panorama de Press Index.
 - choix utile en fonction de mots clef => privilégie pertinence / exhaustivité
- Consolidation des articles en 3 parties
 - IBM
 - Environnement IT
 - Environnement marché

La presse, vecteur d'influence

- ***Information & éducation***
 - Que se passe-t-il sur nos marchés ?

- ***Evolution du paysage médiatique accélérée en 2007***
 - Lieu
 - Interlocuteurs
 - Rubriques, émissions

- ***Elargissement des sujets à traiter***
 - Evolution permanente du périmètre des activités d'IBM

La presse, étalon de l'opinion

- **Objectifs**

- Établir une tendance
- Comprendre comment sont reprises et utilisées les informations communiquées aux journalistes
- Analyser comment nos efforts portent leurs fruits & l'évolution de la couverture médiatique et influenceurs dans la durée

- **Qu'analyse-t-on ?**

- Tonalité
- Type de presse
- Nombre d'articles

Axes de réflexion / évolution

- ***Approche systématique de nouveaux interlocuteurs***

- ***Web 2.0***
 - Pertinence
 - Légitimité / suspicion

- ***Veille de l'opinion – signaux faibles***