

La CGB à l'heure du numérique 2.0



Académie d'Agriculture – 23 Mars 2016

LE WEB 2.0.

Fonctionnalités et usages d'internet
caractérisés par plus de simplicité et
d'interactivité

Un Web participatif et social

Evolution du web 1.0 web statique
(information descendante)

OBJECTIFS.

3 objectifs principaux à l'utilisation des réseaux sociaux et du web 2.0 au sein de notre organisation

01 Promotion

Promouvoir la filière betterave – sucre – bioéthanol et ses acteurs

02 Lien

Créer un lien avec le grand public pour le faire ensuite adhérer à nos messages

03 Transmission

Optimiser et faciliter la transmission des informations auprès des adhérents et des élus

UNE COMMUNICATION GRAND PUBLIC INNOVANTE.



Décembre 2011

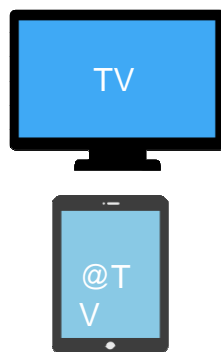
Lancement de la campagne de communication avec Miss Better comme égérie et diffusion sur la TV et le web

Janvier 2012

Poursuite de la campagne avec le lancement de la page Facebook

Mai 2012

Lancement du jeu Better City



UNE PAGE FACEBOOK, POUR QUOI FAIRE ?

En 2016
160 000

fans sur la page
Facebook Miss
Better avec un vrai
capital sympathie !

1. Création d'une communauté de fans
2. Diffusion de messages ludiques et pédagogiques pour mieux faire connaître la betterave sucrière et ses débouchés.



UTILISER LE JEU : LE « SOCIAL GAME ».

S'appuyer sur cette communauté pour lancer un nouveau support : le jeu en ligne

De 2012 à 2015

Better City

35 000 joueurs

20 min. en moyenne
par partie

Près de 4 millions de
parties jouées



UTILISER LE JEU : LE « SOCIAL GAME ».



But du jeu : Cultiver ses betteraves pour répondre aux besoins en sucre et en bioéthanol de la ville Better City.

Supports : Ordinateur, smartphone, tablette

Messages diffusés :

Principales étapes de la culture betteravière

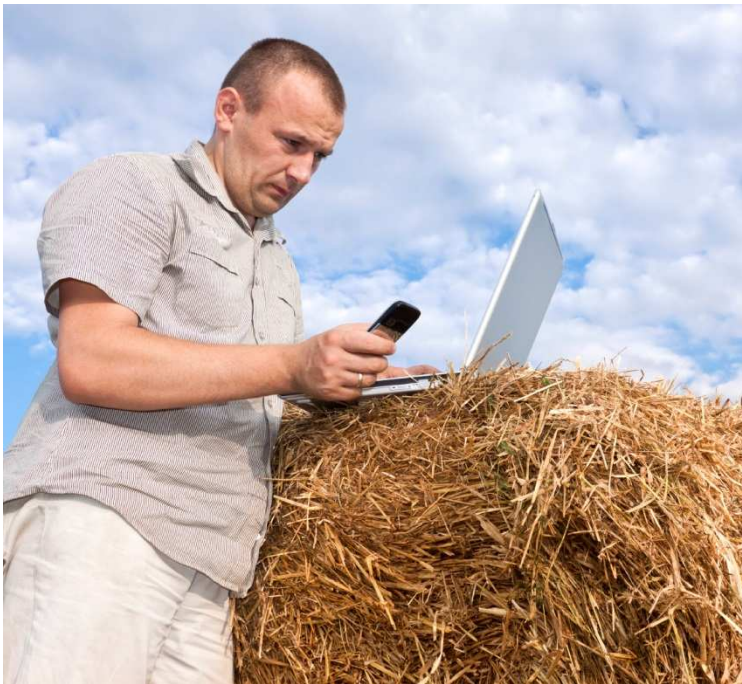
Découvertes des débouchés principaux de la betterave : le sucre et le bioéthanol (E85 et E10)

IMPORTANCE DE MAINTENIR UN LIEN RÉEL.

- Présence de Miss Better sur les différents salons
- Interaction avec la communauté de fans
- Opérations sur les salons pour faire le lien entre réel et virtuel



TWITTER : UN RÉSEAU PLUS PROFESSIONNEL.



- Echanges avec les agriculteurs connectés
- Diffusion de messages plus professionnels
 - Vers les agriculteurs betteraviers
 - Vers les médias
 - Vers les hommes politiques
 - Vers le monde agricole en général

UN ACCOMPAGNEMENT SUR CES NOUVEAUX SUPPORTS.



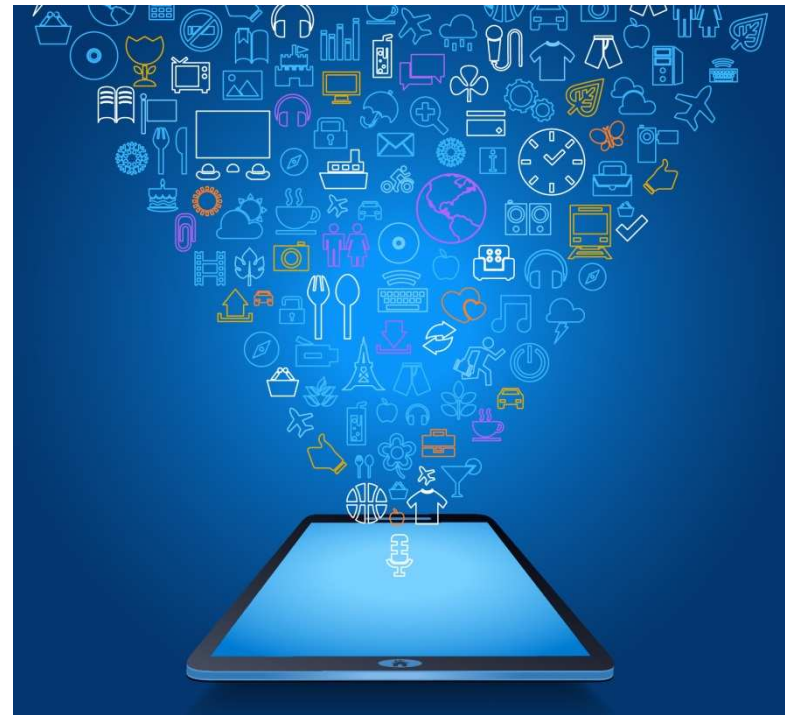
Initiation et formation des élus CGB et syndicats betteraviers à Twitter par le service communication



UNE COMMUNICATION VERS NOS PROFESSIONNELS QUI SE DIGITALISE.



- Contact par mail / SMS
- Interaction avec nos adhérents dans le cadre de nos A.G. par SMS/Twitter/Mail
- Partage d'information avec des plateformes dédiées



OPTIMISER LA DIFFUSION D'INFORMATION.



Donner plus d'informations, plus rapidement via différents canaux



Raccourcir les durées de réunion et limiter les déplacements

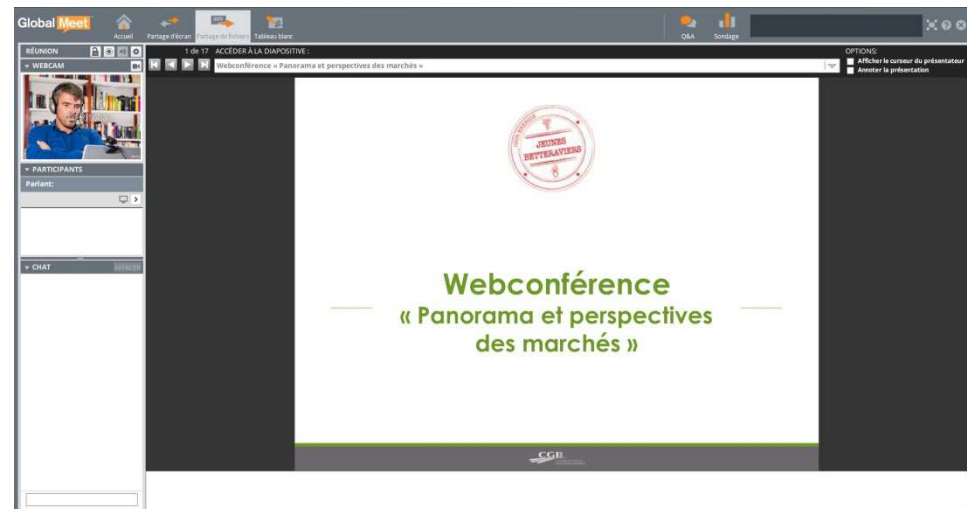


Besoin d'échanger / d'avoir des réponses

MISE EN PLACE DE WEBCONFÉRENCE.

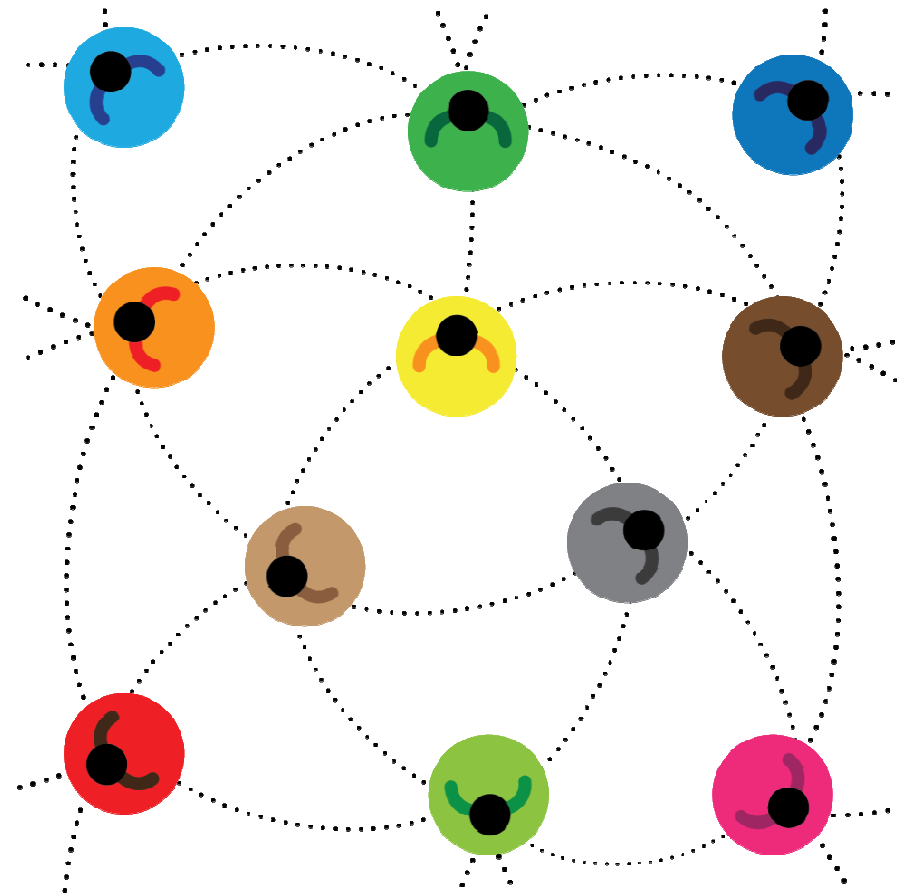


- Réunion à distance
- Présentation d'un support en ligne type PowerPoint
- Vu de l'intervenant via webcam
- Interaction par écrit via le « chat »
- Possibilité de réunir jusqu'à une centaine de personne simultanément
- Durée imposée de 45 min max



RÉFLEXION SUR LA DIGITALISATION.

- Travail collaboratif en interne : utilisation des nouveaux outils de travail
- Comment mieux utiliser le web et les Réseaux sociaux avec nos élus et nos adhérents ?
- Quels besoins ? Quelles attentes ?





Merci de
votre attention !

www.cgb-france.fr
Twitter : @_MissBetter
www.facebook.com/MissBetter