

# Ogilvy Public Relations

Communiqué de presse

29 novembre 2012

## OGILVY PUBLIC RELATIONS

### LANCE DE NOUVELLES OFFRES SOCIAL@OGILVY

Le pôle social@Ogilvy de l'agence RP du groupe Ogilvy a annoncé le 29 novembre le lancement de nouvelles offres parmi lesquelles *SocialContent*, qui modélise le développement de contenus au potentiel social media fort, et *SocialExecutives*, dédiée au positionnement des dirigeants sur Internet.

#### **SocialContent : remettre au centre l'enjeu des contenus**

« Depuis près d'un an, nous avons développé avec nos clients une approche qui consiste à remettre au centre des stratégies le déploiement de contenus aptes à impacter les media sociaux de la façon la plus efficace possible », a commenté Laëtitia Attali, Directrice du pôle social@Ogilvy de l'agence Ogilvy PR. « Il ne s'agit pas de réfléchir à des statuts Facebook ou des tweets efficaces mais bien de s'intéresser en amont à l'objet de communication que ces plateformes permettront de relayer ».

L'offre SocialContent embarque ainsi des outils tels que le *Social Content Scorecard* qui applique 5 indicateurs pour cadrer le développement d'un contenu ou mesurer le potentiel social d'un contenu existant. La richesse, la temporalité, l'attractivité, la valeur et la capacité d'appropriation sont les 5 indicateurs sur lesquels l'image, la vidéo ou encore la datavisualisation doivent démontrer leur efficacité. Le *Social Media Publisher* permet ensuite de déterminer les plateformes de diffusion sociales les plus en adéquation avec les objectifs et les cibles. La mesure de performance de chaque contenu est anticipée dès sa conception.

#### **SocialExecutives : le dirigeant à l'ère du media social**

« Après les politiques, les dirigeants d'entreprises prennent aujourd'hui conscience que la gestion de leur réputation doit désormais composer avec les attributs des media sociaux. Plus qu'une contrainte, nous pensons qu'il s'agit avant tout d'une opportunité qui nécessite néanmoins de se positionner rapidement », a précisé Audrey Rousseau, Directrice du pôle Corporate de l'agence Ogilvy PR.

Dans ce contexte, l'offre *SocialExecutives* déploie une méthodologie et des outils qui vont de l'analyse de l'état des lieux de la présence du dirigeant à une grille décisionnelle d'actions selon le positionnement souhaité : Expert, Sparring-Partner ou Leader.

*« Depuis le lancement de notre offre d'accompagnement sur les media sociaux en octobre 2006, nous avons chaque année déployé de nouvelles approches anticipant l'évolution de l'usage des internautes croisé avec la maturité des annonceurs », conclut Eric Maillard, Directeur Général d'Ogilvy PR. « Cette année plus que jamais auparavant, nous avons la conviction que la modélisation de nos approches doit contribuer à accélérer l'avancée vers une prise en compte globale et stratégique de l'ensemble des marques sur le marché. »*

### **Ogilvy Public Relations**

Créée en 1994, l'agence Ogilvy Public Relations fait partie du groupe Ogilvy, membre du groupe WPP actif dans 127 pays. Dirigée par Eric Maillard, l'agence réunit une équipe pluriculturelle de 30 spécialistes RP répartis en 4 pôles d'expertise, chacun sous la houlette d'un Directeur Conseil : Audrey Rousseau (Corporate), Charles-Antoine Colomb (Brand Marketing), Laëtitia Attali (Social@ogilvy, influence digitale) et Marion Peignet-Vogel (Contenus).

Les clients d'Ogilvy PR en 2012 sont : Alcatel TCT, Alstom Grid, ANIA, Aragon e-RH, Baccarat, BMC Software, BNP Lease groupe, Bulgari, Chengdu, Fanta, Reed Exposition, Dupont, Embratur (Office du Tourisme du Brésil), Emile Henry, Euler Hermes, FM Global, Genpact, Google, IBM, Jones Day, La Macif, Nestlé, Proofpoint, SGI, Shutterstock, Sony, Team Côte d'Azur, Tic-Tac, UGC, Zagat, Vita Group et Zebra Technologies.

#### Contact Presse :

Anne Nguyen - **Ogilvy Public Relations**  
Tél : 01 53 67 12 80 – [anne.nguyen@ogilvy.com](mailto:anne.nguyen@ogilvy.com)