

CHALLENGE DE LA VEILLE 2019



life.augmented

STMICROELECTRONICS

DÉVELOPPER
UNE STRATÉGIE D'E-RÉPUTATION
AUPRÈS DU GRAND PUBLIC

SOMMAIRE

I - Vue d'ensemble	2
a) Bilan de l'image de marque STMicroelectronics	2
b) STMicroelectronics face à la concurrence	3
II - Développer l'attractivité de votre entreprise vers le grand public ...	4
a) Refonte de votre site web	4
b) Optimisation de vos réseaux sociaux	5
c) Participation à des événements	5
III - ... pour attirer les nouveaux talents	6
a) Améliorer vos méthodes de recrutement	6
b) Optimiser votre page "Recrutement"	6
c) Séduire la nouvelle génération	7
IV - Conclusion	7
FOCUS SUR LES OUTILS	8
ANNEXES	9

“

Nous côtoyons près de 200 technologies et composants STMicroelectronics chaque jour, dans notre poche, dans la rue, à la maison et au travail. L'inconvénient pour sa popularité c'est que ça ne se voit pas.

- Laurent Gallien, France Bleu Isère¹

”

Contrairement à ses concurrents comme Intel ou Texas Instruments, STMicroelectronics est peu connu du grand public. Cela s'explique par le fait que l'entreprise s'adresse majoritairement à une clientèle d'entreprises à envergure internationale.

STMicroelectronics souhaite donc développer son image publique auprès du grand public français afin d'attirer de nouveaux talents. Il est donc nécessaire pour votre entreprise de mettre en place une stratégie d'e-réputation à combiner avec une veille d'image.

I - Vue d'ensemble

a) Bilan de l'image de marque STMicroelectronics

Selon un sondage IFOP, 5 consommateurs sur 10² choisissent une entreprise en fonction de son e-réputation.

Par conséquent, il est nécessaire de mettre en place une stratégie d'e-réputation pour votre entreprise. Nous avons établi un audit axé sur votre présence numérique. Voici les éléments positifs que nous avons relevé :

Vous êtes déjà présents sur plusieurs réseaux sociaux, dont certains qui sont mieux référencés que d'autres. Vous disposez déjà de comptes Youtube, Twitter, LinkedIn, Facebook, Google + et Instagram. Vous publiez quotidiennement sur vos réseaux. Votre entreprise bénéficie également d'un site web avec un référencement naturel. En tant que leader sur le marché des semi-conducteurs, vous participez à de nombreux événements tels que CES 2019 ou Le French Lab. De plus, vous avez mis en place des dispositifs pour créer une communauté autour de votre entreprise avec la page community, les vidéos MOOC ainsi que la création d'un compte my ST. Vous disposez d'un grand nombre d'applications mobiles ce qui renforce le sentiment d'hétérogénéité de votre image de marque.

Cependant, certains axes méritent d'être développés afin d'améliorer votre visibilité auprès du grand public.

¹

<https://www.francebleu.fr/infos/economie-social/grenoble-st-microelectronics-va-mieux-et-vante-son-show-room-1540574025>

²

<http://www.reputationvip.com/fr/blog/sondage-ifop-reputation-vip-linfluence-de-le-reputation-sur-lacte-dachat>

Afin de conquérir le marché français, il nous semble pertinent de mettre à jour votre site web notamment sur le plan ergonomique. Malgré un bon référencement naturel, l'adresse URL de votre page d'accueil est trop longue et complexe pour les utilisateurs. Votre site web est disponible en trois langues uniquement : Anglais, Mandarin et Japonais. L'identité graphique de votre entreprise ne transparaît pas sur l'ensemble de vos plateformes. En effet, certaines pages du site ne disposent pas du même thème graphique que la page d'accueil. Les publications de contenu sur votre chaîne Youtube sont nombreuses mais elles manquent de cohérence.

b) STMicroelectronics face à la concurrence

STMicroelectronics possède de nombreux concurrents avec des sites et des approches variées face aux utilisateurs. Il est important de réaliser un **benchmarking** et d'étudier comment ils fonctionnent pour pouvoir se démarquer et proposer des solutions innovantes. Le site web reflète l'entreprise, il faut donc étudier ce point de manière précise. L'étude de l'organisation des concurrents sur les réseaux et leur système d'e-réputation est aussi primordiale afin de proposer un système plus performant en pensant davantage au grand public.

Nous avons alors sélectionné pour vous plusieurs concurrents et étudié leur stratégie de communication sur le web afin de proposer par la suite, une organisation plus travaillée.

Vous trouverez en annexe, le tableau comparatif des concurrents (cf. annexe 2)

Ce tableau étudie quatre de vos concurrents selon différents critères que nous pensons importants pour votre e-réputation. Pour élargir le public et répondre davantage à certaines demandes, il paraît important de miser davantage sur les réseaux sociaux : être le plus actif et publier un contenu pertinent pour les entreprises comme pour le grand public. **Être présent** sur le plus de réseaux possible peut être un objectif mais il est important d'être actif sur chacun d'eux. Twitter, Facebook et LinkedIn semblent être les réseaux les plus pertinents car le premier touche davantage le grand public et possède une communauté très active. Tandis que le deuxième, Facebook, est le réseau social ayant le plus grand nombre d'utilisateurs : selon le Blog Du Modérateur³, Facebook comptait 2,2 milliards d'utilisateurs actifs par mois en 2018. Enfin LinkedIn est un réseau important pour les particuliers, chaque entreprise pouvant partager des informations entre elles directement. C'est aussi un bon moyen de faire des **partenariats** et de mettre en place des offres d'emploi.

Concernant le site web, traduire son **contenu en plusieurs langues** permettrait à l'entreprise d'élargir son réseau. Il est important de montrer que STMicroelectronics s'adapte à chacun.

La catégorie "**aide**" est un moyen de s'adapter au grand public et de répondre à leurs besoins, notamment à travers des questions que les utilisateurs sont susceptibles de demander. Il est donc intéressant de se focaliser sur cette partie pour qu'elle soit la plus complète possible.

« Dans les années 90, Intel a cherché à se démarquer en communiquant auprès du grand public, le fameux « Intel Inside » et son logo sonore dans les publicités télévisuelles ou radiophoniques. Depuis lors, Intel est massivement connu comme un grand acteur des nouvelles technologies. » nous explique Yann Deval, Directeur de l'IMS Lab (cf. annexe 5)

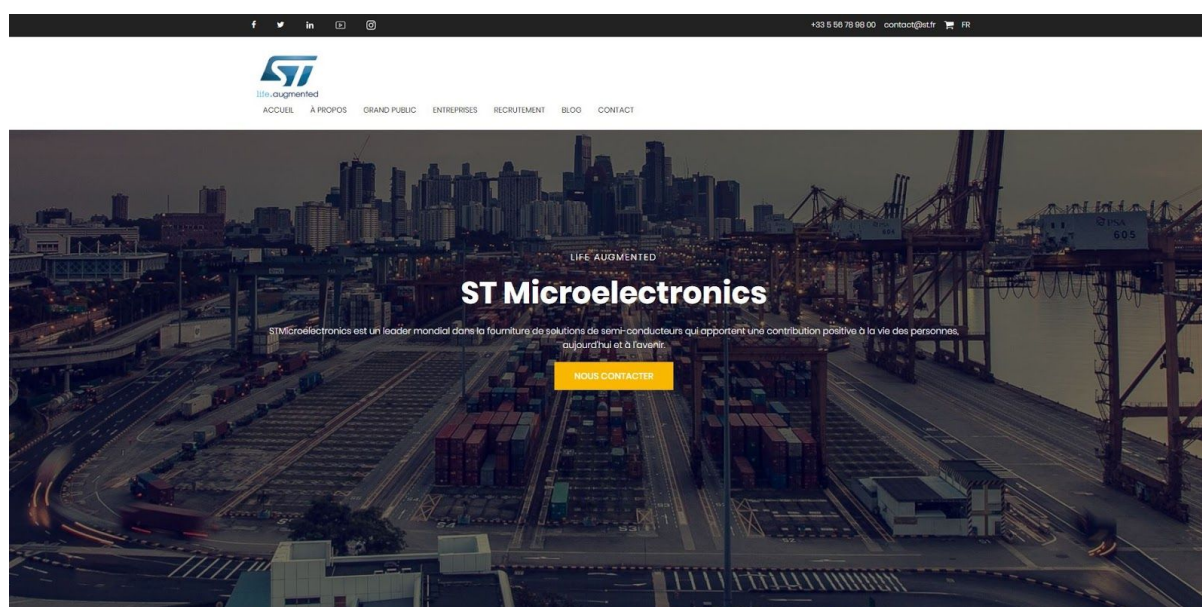
En effet, Intel, un de vos concurrents majeurs au plan international, se distingue par sa notoriété top-of-mind grâce à son **étiquette "Intel Inside"**. Nous vous conseillons de promouvoir votre image par le biais d'étiquettes mettant en avant vos composants.

³ <https://www.blogdumoderateur.com/chiffres-reseaux-sociaux/>

II - Développer l'attractivité de votre entreprise vers le grand public ...

a) Refonte de votre site web

Vous souhaitez améliorer votre visibilité pour vous faire connaître plus largement et ainsi attirer de nouveaux talents. Nous vous préconisons de mettre en place une refonte de votre site web pour changer son apparence visuelle et y ajouter de nouvelles fonctionnalités pour le rendre plus attractif. Nous avons réalisé une maquette afin de vous aider à vous projeter sur votre potentiel futur site web⁴ (cf. annexe 4).



Nous avons mis en avant en haut de la page d'accueil les catégories suivantes : “Entreprises”, “Recrutement”, “Blog” et les liens vers vos réseaux sociaux ainsi que la fonctionnalité “Panier”. Vous trouverez également une nouvelle page destinée au grand public illustrant la gamme de produits dont vous disposez de manière simplifiée. Une simplification lors du processus d’achat permettrait d’attirer un public “gamer” et de s’inscrire dans la tendance Do-It-Yourself (DIY). Multiplier davantage vos points de vente sur les plateformes les plus fréquentées (Amazon, CDiscount) vous permettra d’augmenter votre visibilité auprès du grand public. Suite à notre benchmarking, nous pensons qu’un onglet “Aide” rendrait la navigation plus simple pour le grand public en intégrant par exemple une **FAQ**.

Notre objectif : créer un site clair, intuitif, interactif et dynamique.

Nous pensons que pour mieux cibler les internautes, il serait pertinent de mettre en place une **géolocalisation de l'adresse IP** afin de proposer la langue correspondante au pays d'origine ou de pouvoir sélectionner la langue sur votre site. Afin d'assurer la bonne mise en oeuvre de votre nouveau site, nous vous recommandons de vous diriger vers une **agence web** qui pourra concrétiser vos besoins. Vous pouvez également chercher dans les mentions légales des sites web que vous préférez les concepteurs et leur demander un devis pour réaliser le vôtre. Nous mettons à votre disposition un article regroupant toutes les informations nécessaires lors de la recherche d'un prestataire⁵.

⁴ <https://scarlettom.github.io/STMicroelectronics/index.html>

⁵ <https://www.lafabriquedunet.fr/conseils/comparaison-logiciel-prestataire/choix-prestataire-agence-web/>

a) Optimisation de vos réseaux sociaux

Dans le cadre d'un entretien avec Nathalie Lambert, responsable des médias sociaux au CNRS, nous avons noté ses observations sur votre usage des réseaux sociaux et une éventuelle solution d'amélioration. *“La mise en ligne des infos sur les différents médias sociaux (Twitter, Facebook et LinkedIn) semble automatisée. Les contenus ne sont pas adaptés aux différentes cibles de chaque médias. A moins d'avoir des posts générant naturellement des interactions et une communauté très attachée à la marque et active, la publicité semble inévitable.”*

Une analyse plus approfondie de vos réseaux sociaux a fait émerger les points suivants : votre fréquence de publication est trop irrégulière. Il vous arrive de publier à de nombreuses reprises dans la même journée puis de ne plus rien poster le lendemain. Nous vous conseillons donc d'adopter une fréquence de publication plus régulière afin d'éviter de partager d'un seul coup tous vos posts.

Il faut savoir qu'il existe des plages horaires sur les réseaux sociaux plus propices à atteindre votre cible. L'outil **Swello** vous permettra de prendre en compte ces critères et de vous aider à planifier vos publications. (cf. page 8)

Nous vous recommandons d'unifier votre identité numérique afin d'assurer une cohérence entre vos différents comptes et ainsi améliorer votre crédibilité. Il est nécessaire de supprimer vos comptes inactifs en vue d'éviter la confusion au sein de vos followers. L'utilisation de hashtags pertinents pour marquer les termes clés ou l'arobase comme mention pour citer d'autres comptes lors de vos publications vous permettra de diffuser votre contenu à l'ensemble des internautes. Afin de renforcer l'interaction avec votre communauté, nous vous conseillons de poursuivre vos bonnes pratiques de retweet envers les entreprises mais également de valoriser vos retours clients.

Le contenu vidéo étant de plus en plus valorisé⁶ par les entreprises tout comme le public, nous vous conseillons de prêter plus attention à vos contenus sur votre chaîne Youtube. En effet, les vidéos disponibles manquent de dynamisme. Elles ne reflètent pas une image innovante et moderne pour votre entreprise. De plus, comme le constate Mme Nathalie Lambert la publicité sur les réseaux sociaux permettrait à l'entreprise d'atteindre une nouvelle cible. Youtube semble être le choix le plus pertinent pour construire une **campagne vidéo** qui améliorera votre impact auprès d'une audience majoritairement jeune.

Pour répondre à ces problèmes, nous vous recommandons d'**engager un community manager**, idéalement ayant des aptitudes en édition et montage vidéo.

b) Participation à des événements

En participant à des événements, vous élargissez le champ de visibilité de votre entreprise en multipliant les opportunités de contact. C'est l'occasion d'échanger avec vos clients ou partenaires et de mettre en lumière votre savoir-faire à travers vos nouveaux produits ou services. Nous avons constaté que vous participez déjà à des événements majeurs : CES 2019 ou Le French Fab Tour par

⁶ Selon CISCO, d'ici 2021, 82% du trafic IP sera dédié à la vidéo.

https://www.cisco.com/c/fr_fr/solutions/service-provider/visual-networking-index-vni/index.html

exemple. Nous vous encourageons à poursuivre sur cette voie. Néanmoins, il est nécessaire de promouvoir davantage les événements publics auxquels vous participez sur vos réseaux sociaux et votre site web.

III - ... pour attirer les nouveaux talents

a) Améliorer vos méthodes de recrutement

Vous souhaitez attirer davantage de nouveaux talents au sein de votre entreprise.

Pour cela, nous avons étudié votre situation en terme d'emploi et nous vous proposons quelques solutions pour améliorer votre attractivité auprès de nouveaux talents. En tant que recruteur, il est important de promouvoir votre entreprise notamment à travers plusieurs canaux. Cela va donner de la visibilité à votre entreprise, ce qui permettra de **renforcer votre marque employeur**.

Les **job boards** sont les principaux outils de recherches d'emploi et d'accès aux offres en France. Le recrutements dans les entreprises se fait à 50 et 75 % grâce aux job boards⁷. Il existe des job boards gratuits et payants. Vous utilisez déjà Linkedin afin de partager vos offres d'emploi. Linkedin concentrait plus de **16 millions d'utilisateurs en France** en 2017⁸ et met donc en avant un réseau de professionnels non négligeable. Linkedin propose un service payant de partage d'annonces d'emploi qui fonctionne au nombre de clics.

D'autres plateformes sont disponibles telles que JobInTree, Monster ou encore Cadremploi. Cette dernière cible les emplois de cadres ou dirigeants. C'est un service payant mais efficace afin de trouver des **profils de qualité**. Ce sont des annonces sur ce type de plateforme qui vous permettront d'avoir plus de **visibilité** mais aussi une palette de **candidats diversifiée**.

Une autre solution qui pourrait vous aider à attirer de nouveaux talents sont les **campagnes de recrutement vidéos**. Il est possible de créer une vidéo de campagne grâce à des sites tels que RecruiterBox⁹. Linkedin propose aussi une solution de mise en place de campagne de recrutement vidéos payantes. Il permet de faire passer des **annonces ciblées** sur Linkedin¹⁰. Le format vidéo permet d'atteindre une cible plus créative et plus diverse. Dans cette vidéo, il est intéressant de mettre en avant les qualités recherchés chez le candidat, l'environnement de l'entreprise, des témoignages d'employés.

La vidéo permet de rendre l'offre plus imagée, de permettre au candidat de s'identifier et de se projeter dans l'entreprise.

b) Optimiser votre page "Recrutement"

Sur votre site web, accéder à la page carrière n'est pas évident. En effet, le lien se trouve dans le footer, peu visible à première vue sur le site. La page devrait être réorganisée afin de **faciliter les candidatures**. Tout d'abord, esthétiquement : le contenu ne remplit pas la page web en entier. Utiliser la fonctionnalité **FlexBox** afin de vous adapter aux différents supports est primordial. Il faudrait également étendre le contenu à toute la page, revoir le design et ainsi le rendre plus ergonomique.

⁷<http://blog.talentview.fr/index.php/2018/04/18/ou-trouver-les-jeunes-talents-et-comment-les-conquerir/>

⁸ <https://www.blogdumoderateur.com/chiffres-linkedin/>

⁹ Top 5 des vidéos de recrutement de 2017 :

<https://recruiterbox.com/blog/5-great-recruitment-videos-on-youtube-and-why-they-work>

¹⁰ LinkedIn Talent Solutions :

<https://business.linkedin.com/fr-fr/talent-solutions>

Pour rechercher une offre, il faut déjà remplir sept critères ou bien sélectionner une offre déjà disponible, très peu descriptive. De plus le site est en anglais, alors que vos offres ciblent le monde entier. Il faut que votre page “Recrutement” puisse s’adapter au plus grand nombre de candidats possible. Afin de postuler pour une offre disponible sur votre site, le candidat doit s’inscrire. Cette inscription est inutile et fait perdre du temps. Il faudrait plutôt créer une **interface plus interactive** en proposant de renseigner son adresse email ainsi que rajouter une fonctionnalité “pièce jointe” afin de pouvoir joindre un CV ou CV vidéo et une lettre de motivation.

c) Séduire la nouvelle génération

Il est aussi nécessaire de participer à tous les types d’évènements susceptibles de réunir votre cible. Faire en sorte de mettre en place des relations écoles vont vous permettre de construire un réseau d’étudiants qui se renouvellera chaque année.

En effet, vous avez déjà mis en place un **showroom** sur le site de Grenoble, pouvant accueillir des collégiens mais aussi des étudiants provenant d’écoles d’ingénieurs ou de commerce comme l’Ecole de Management de Grenoble ou encore les IAE. Il faudrait pousser cette initiative un peu plus loin et par exemple participer aux **forums des écoles**, et promouvoir votre entreprise aux jeunes susceptibles de vouloir postuler. Cependant, il faut bien choisir les ambassadeurs de l’entreprise car ils sont les représentants de votre société. Afin de cibler au mieux les candidats, vous pouvez vous inscrire sur une plateforme de **Career Center** des écoles. Ils sont très souvent utilisés par les étudiants pour trouver des opportunités de stages, d’alternances ou de jobs. Ces Career Centers vous permettront d’être en **contact direct** avec de jeunes talents dans votre filière. Il est intéressant de faire figurer vos annonces dans les Career Center des écoles de votre domaine.

Comme mentionné précédemment, utiliser la vidéo comme moyens de recrutement permet d’attirer plus spécifiquement les jeunes car ils sont plus susceptibles d’avoir accès à ce genre de contenus.

IV - Conclusion

Nous avons évalué les risques et les opportunités que pourrait engendrer notre stratégie.

En effet, la mise en place de cette stratégie représente un **investissement financier et humain**. De plus, ces nouvelles mesures peuvent **bouleverser l’identité** instauré par l’entreprise, soit un changement de pratiques habituellement utilisées par les utilisateurs de vos plateformes. L’acquisition d’une nouvelle cible peut également être synonyme de **simplification de contenu et de vulgarisation scientifique**, cela peut mener à une perte de crédibilité de STMicroelectronics notamment de la part des experts.

Cependant les opportunités de notre stratégie sont nombreuses. L’utilisation d’outils de e-réputation tel que Swello peut être un **gain de temps** et engendrer une **meilleure visibilité** grâce à des publications plus régulières.

Par le biais de notre stratégie, vous pouvez **développer une communauté fidèle** ainsi qu’attirer les meilleurs talents. C’est l’occasion de donner un **nouveau souffle** à votre entreprise et d’augmenter votre part de marché notamment en augmentant votre notoriété auprès du public francophone.

FOCUS SUR LES OUTILS

Voici les outils que nous avons sélectionné pour votre entreprise qui vous permettront d'améliorer votre fréquence de publication et d'analyser votre présence numérique.

Nous vous proposons **Swello** pour faciliter votre utilisation des réseaux sociaux et améliorer votre fréquence de publication. Cet outil va vous permettre de répartir automatiquement vos publications tout au long de la journée ou de la semaine. Cet outil dispose d'une application mobile, très pratique lors de vos déplacements.



Swello couvre les quatre réseaux sociaux principaux : Facebook, Twitter, LinkedIn et Instagram. La plateforme donne la possibilité de créer ses propres catégories et d'y renseigner les sites que l'on suit. Chaque jour, les derniers articles publiés sur les sites suivis ressortent. L'interface permet de programmer ses publications (date et heure), Swello vous conseille même sur la qualité de vos posts et vous donne des conseils pour les améliorer et augmenter votre visibilité.

Nous vous conseillons d'investir dans l'abonnement à 29,90 €/mois qui vous permettra d'ajouter 5 utilisateurs et des publications programmables à l'illimité.



Pour surveiller votre présence numérique, nous vous conseillons d'utiliser l'outil **Radarly**.

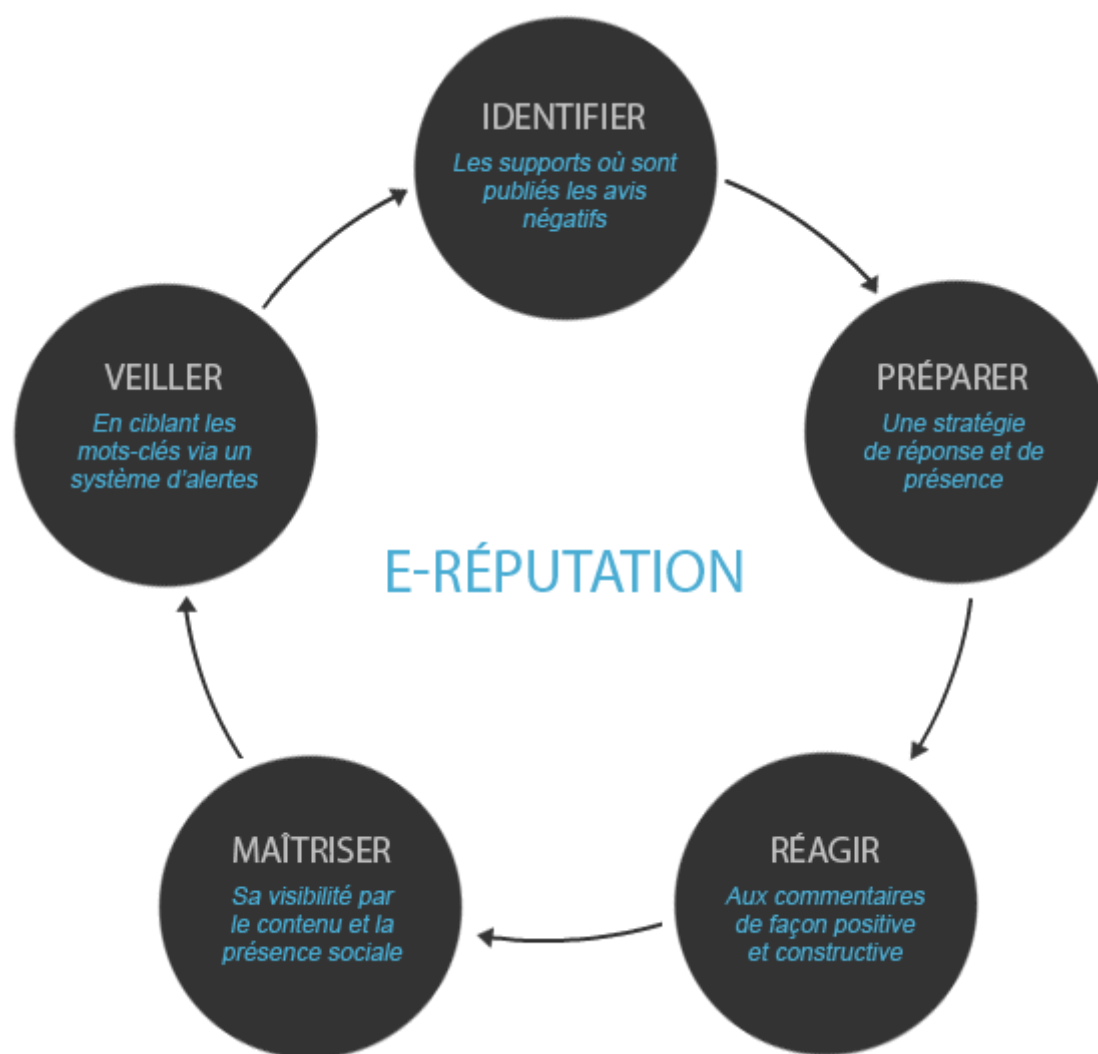
Spécialisé dans le social media intelligence, cet outil présente de nombreux indicateurs pertinents pour votre activité concernant la perception de votre entreprise sur les réseaux sociaux et les blogs. Vous avez la possibilité de gérer directement la relation avec vos abonnés depuis le tableau de bord de l'outil. Cela vous aide à garder un historique des conversations et à mieux suivre l'évolution de votre e-réputation. Cet outil s'appuie sur 300 millions de sources et reconnaît plus de 60 langages.

Si vous souhaitez souscrire un abonnement, il faut contacter la société Linkfluence qui pourra vous orienter sur la solution adaptée à vos besoins.


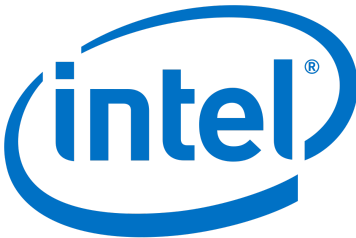


TABLE DES ANNEXES

Annexe n°1 : Schéma d'e-réputation	10
Annexe n°2 : Analyse du site web des concurrents de STMicroelectronics	11
Annexe n°3 : Captures d'images des pages d'accueil de concurrents	12
Annexe n°4 : Captures d'images de la maquette du site web	13
Annexe n°5 : Entretien avec M. Yann Deval	14
Annexe n°6 : Guide pratique des réseaux sociaux	16
Annexe n°7 : Avis des employés sur STMicroelectronics - Indeed	17
Annexe N°8 : Etude de cas sur LinkedIn Talent à propos d'Intel	18

Annexe n°1: Schéma d'e-réputation



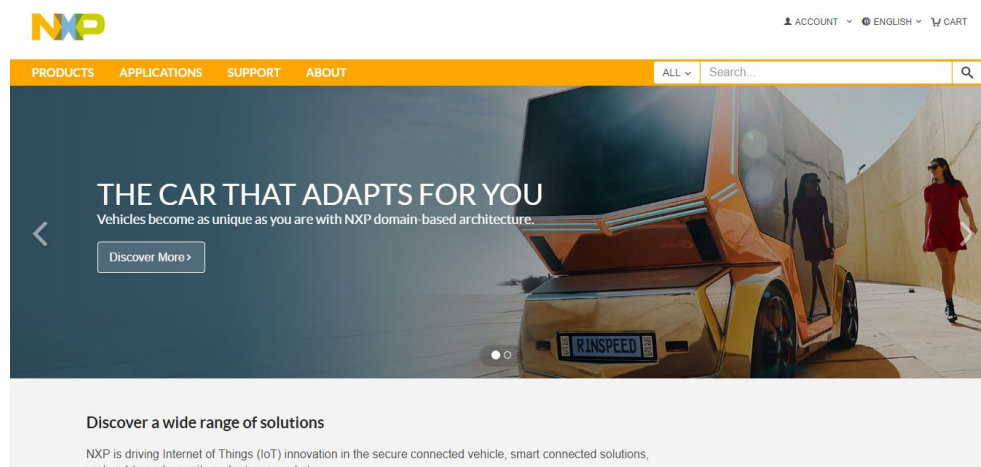
Annexe n°2 : Analyse du site web des concurrents de STMicroelectronics

			
<p>Langues : anglais, chinois, japonais, russe</p>	<p>Langues : langues disponibles pour toutes les régions du monde</p>	<p>Langues : français, anglais, espagnol, allemand, italien, russe</p>	<p>Langues : anglais</p>
<p>Instagram, Facebook, Twitter, YouTube, LinkedIn, EngineerZone</p>	<p>Facebook, Twitter, Youtube, LinkedIn, Instagram</p>	<p>Facebook, Twitter, Instagram, YouTube, LinkedIn</p>	<p>LinkedIn, Facebook, Twitter, YouTube</p>
<p>Menu : MY HISTORY, PRODUCTS, APPLICATIONS, DESIGN CENTER, COMMUNITY, EDUCATION, SUPPORT</p>	<p>Menu : Produits, Solutions, Assistance</p>	<p>Menu : Grand public, Professionnel, Intelligence Artificielle, Support, News</p>	<p>Menu : Company, Products, Governance ; Home, Press, Investors, Careers, myPanels</p>
<p>Possibilité d'achat : amène vers le site Mouser electronics</p>	<p>Possibilité d'achat</p>	<p>Pas de possibilité d'achat</p>	<p>Pas de possibilité d'achat</p>
<p>Aide : catégorie "contact us" possibilité de leur demander de l'aide</p>	<p>Aide : (assistance) : conseils et astuces techniques, centre de téléchargement, assistance intel, assistance pour les fabricants</p>	<p>Aide : support technique : contactez-nous ; support : contactez-nous</p>	<p>Aide : FAQ avec plusieurs choix de questions</p>

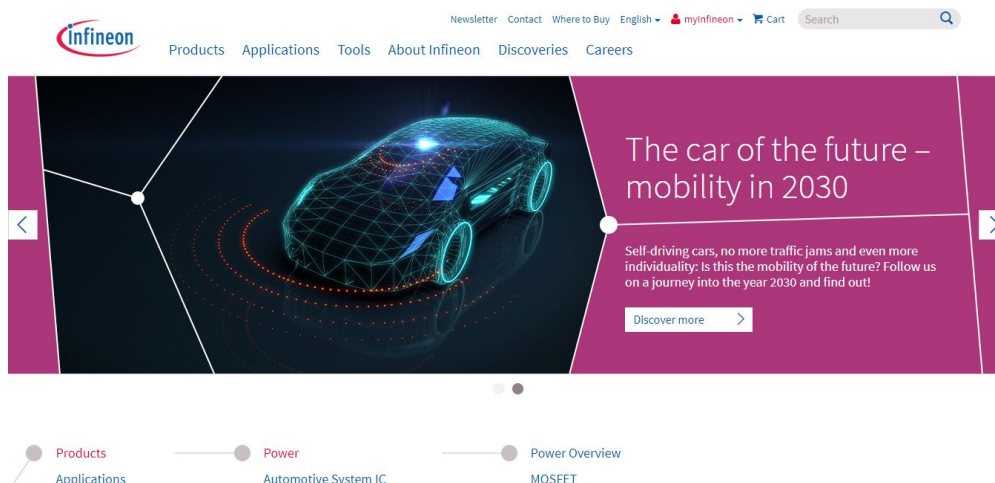
Annexe n°3 : Captures d'images des pages d'accueil de concurrents



Capture d'image du site web d'Intel (<https://www.intel.fr/content/www/fr/fr/homepage.html>)

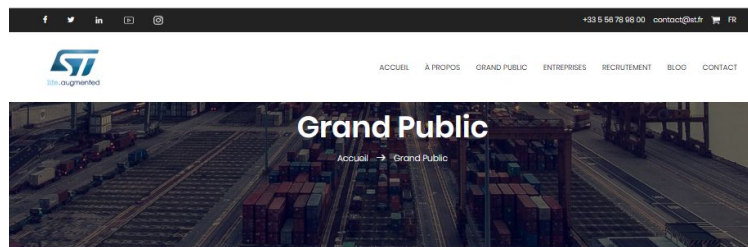
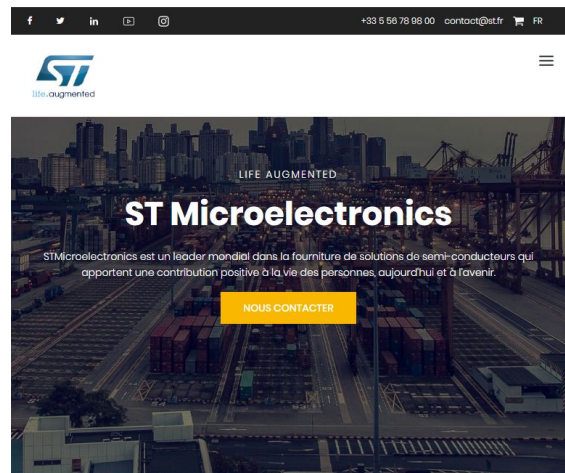


Capture d'image du site web de NXP (<https://www.nxp.com/>)



Capture d'image du site web d'Infineon (<https://www.infineon.com/>)

Annexe n°4 : Captures d'images de la maquette du site web



Gamme de produit

Plus de 2 500 produits à votre disposition



Annexe n°5 : Entretien avec M. Yann Deval

M. Yann Deval

Directeur et professeur à l'IMS Laboratory à Bordeaux

Récompensé en 2016 pour son investissement dans la communauté scientifique internationale par le prix Tina Quach Outstanding Service Award



Nous avons posé quelques questions à Yann Deval pour connaître son avis d'expert sur la stratégie de l'entreprise STMicroelectronics.

1. Que pensez-vous de l'entreprise STMicroelectronics ?

ST est l'une des plus importantes compagnies mondiales du semi-conducteur et l'une des deux majeures en Europe. Cependant, l'innovation n'est pas une option pour ST, c'est une question de survie. L'entreprise semble avoir manqué de gouvernance et de vision suite au départ à la retraite de son emblématique PDG, l'italien PISTORIO. La nouvelle direction, mise en place depuis à peu près un an et pour la première fois autour d'un français, doit impérativement redresser cette tendance pour replacer ST dans une dynamique forte de croissance technologique et d'innovations de rupture.

2. Pensez-vous que le site de cette entreprise est accessible au grand public ? Si non, pourquoi ? Que faut-il changer selon vous ?

Le site de l'entreprise n'est pas spécialement accessible au grand public, mais il n'est pas non plus obscur. Il s'adresse à des professionnels du domaine, et à ce titre il ne cherche pas à faire de la vulgarisation. Ceci est logique car ST vend de l'électronique aux professionnels, qui par définition connaissent le domaine dans lequel évolue ST.

En dehors des circuits intégrés qui portent son logo, ST ne développe pas de produits propres sous sa marque comme le faisait par le passé Philips ou bien encore Motorola. La connaissance de la marque par le grand public n'est pas une priorité pour la compagnie, ce qui a par conséquent une influence sur sa communication.

3. Selon vous, quels sont les critères de sélection qui poussent les jeunes diplômés à choisir une entreprise plutôt qu'une autre ?

La sécurité de l'emploi supposée d'un grand groupe, associée aux avantages d'une telle structure sont des atouts indéniables pour les jeunes diplômés. Néanmoins le changement d'esprit des nouvelles générations, pour lesquelles un emploi unique pour toute la vie n'est plus considéré comme la norme, mais qui se préparent au contraire à des changements d'emploi divers et à de la mobilité pourrait remettre en question ce paradigme dans les années à venir.

4. Qu'est ce qui, selon vous, différencie une entreprise comme Intel par rapport à STMicroelectronics concernant leur image de marque ?

Intel, lorsque la concurrence sur la fabrication de processeur s'est installée dans les années 90, a cherché à se démarquer de sa concurrence et a choisi de le faire en communiquant auprès du grand public, le fameux « Intel Inside » et son logo sonore dans les publicités télévisuelles ou radiophoniques. Depuis lors, Intel est massivement connu comme un grand acteur des nouvelles technologies, ce qui n'était pas le cas auparavant alors que cette compagnie était déjà numéro un mondial des semi-conducteurs depuis déjà des lustres.

ST en revanche communique un peu sur son nom, mis à part quelques affiches dans des aéroports ou des journaux spécialisés, mais sans aucune commune mesure avec ce que fait Intel. ST, en conséquence, est peu ou mal connu du grand public qui ignore le plus souvent qu'elle figure au CAC40. Néanmoins, dans la profession, ST présente tout comme Intel une très bonne image de sérieux et de technicité, même si cette image a quelque peu souffert ces dernières années suite aux difficultés rencontrées sur un plan technique et de gouvernance.


5. Que pensez-vous de l'avenir des semi-conducteurs sur le marché mondial ?

La croissance du marché des semi-conducteurs est constante même si elle est un peu chaotique d'une année sur l'autre. Cette croissance ne devrait pas s'inverser avec l'invasion des technologies dans tous les domaines industriels (automobile, avion, robotique, IOT) ou sociétaux (santé, intelligence artificielle matérielle et logicielle). Il n'est cependant pas pensable que cette croissance se perpétue à l'infinie dans le monde fini qui est le nôtre, aussi se tassera sans doute un de ces jours. Cela n'est cependant pas pour tout de suite semble-t-il même si les jours de la loi de Moore sont désormais comptés.

Annexe n°6 : Guide pratique des réseaux sociaux
Réalisée par Erina AKKOUCHE & Elisa TWARDOWSKI

 <p>FACEBOOK</p> <ul style="list-style-type: none"> - Publier tous les deux jours <i>Partager un maximum d'informations</i> - Analyser le nombre de clics <i>Comprendre le comportement de vos abonnés</i> - Attirer l'utilisateur <i>Grâce à des images ou des vidéos</i> <p>2 milliards d'utilisateur actifs /mois</p>	 <p>TWITTER</p> <ul style="list-style-type: none"> - Quand tweeter : 8/9h - 14h/17h <i>Ne pas tweeter trop tôt ou trop tard</i> - Placer le lien à 1/4 du tweet <i>Ou à la fin pour plus de clics</i> - Varier le contenu (rt, partage) <i>Différencier le contenu de Facebook</i> <p>328 millions d'utilisateurs actifs</p>	 <p>INSTAGRAM</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ecrire une bio mémorable <i>Pour attirer l'utilisateur</i> - Développer une communauté <i>Inciter à interagir, utiliser des hashtags</i> - Publier des stories fréquemment <i>Montrer que l'entreprise est active sur le réseau</i> <p>700 millions d'utilisateurs actifs</p>
<h1>GUIDE PRATIQUE DES RESEAUX SOCIAUX</h1>		
 <p>LINKEDIN</p> <ul style="list-style-type: none"> - Promouvoir son entreprise <i>Utiliser un format publicitaire payant</i> - Mettre en avant son expertise <i>Au travers d'articles</i> - Partager des offres d'emplois <i>Développer son réseau</i> <p>106 millions d'utilisateurs actifs</p>	 <p>YOUTUBE</p> <ul style="list-style-type: none"> - Travailler les mots-clés <i>Pour référencer son contenu sur YouTube</i> - Travailler les vignettes <i>Attirer l'œil de l'utilisateur</i> - Simplification du contenu <i>S'adresser au grand public</i> <p>37.5 millions de Français /mois</p>	 <p>GOOGLE +</p> <ul style="list-style-type: none"> - Développer son réseau <i>Établir des liens avec d'autres entreprises</i> - Créer un portfolio <i>Mettre en avant le contenu iconographique</i> - Mettre en place une veille informationnelle <i>Suivre les actualités liées à son activité</i> <p>34 millions d'utilisateurs actifs</p>


Annexe n°7 : Avis des employés sur STMicroelectronics - Indeed

**STMicroelectronics**
4,1 ★★★★★ 603 avis

Suivre

Ne manquez aucune opportunité d'emploi chez STMicroelectronics

[À propos](#) [Pourquoi postuler](#) [Avis](#) [Salaires](#) [Photos](#) [Emplois](#) [Questions](#)

 **Avis des employés pour STMicroelectronics** [Evaluer cette entreprise](#)

Intitulé du poste

Lieu

(tous)

France - 153

Trier par:

Pertinence

Note

Date

Langue

Toutes

Trouvé 153 avis correspondant à votre recherche [Voir les 603 avis](#)

4,0
★★★★★

Environnement de travail agréable
International Human Resources Business Partner (ancien employé) – Grenoble, FR – 1 décembre 2018

Management professionnel
Opportunités de carrières
Développement des compétences

✓ **Points positifs**
environnement de travail agréable

Avez-vous trouvé cet avis utile ?

Oui 1 Non

Partager Signaler

Demander l'attribution de cette Page Entreprise

Vous souhaitez en savoir plus sur le travail dans cette entreprise ?

Posez une question au sujet du travail ou de l'entretien passé chez STMicroelectronics. Notre communauté est prête à vous répondre.

[Poser une question](#)

1,0
★☆☆☆☆

Responsables par toujours très réactifs et esprit d'équipe mitigé
Technicien de maintenance (ancien employé) – Crolles (38) – 31 décembre 2018

Autant on peu avoir de très bon collègues très motivés et prêts à vous aider le coeur sur la main et autant il y a des "glands" comme c'est pas permis, toujours à vous refile le sale boulot (ou le boulot tout court d'ailleurs)
De plus il y a une atmosphère de faux-q qui règne en salle blanche (à crolles 300 en tout cas) donc faites bien attention à qui vous parlez.

Les chefs par toujours très fûtés ne sont pas très souvent à l'écoute des employés par contre pour vous dire qu'il faut faire de la prod ils sont là.

Je ne m'attarderai pas sur le fait que malgré qu'on m'avait promis au moins un renouvellement au minimum on m'as gentiment claqué la porte au nez sans vraiment d'explication , tout ça pour dire que vous restez un peu au jugé de certaines personnes

Note globale
4,1 ★★★★★
D'après 603 avis

5 ★

221

4 ★

246

3 ★

108

2 ★

12

1 ★

16

Notes par catégorie

4,0 ★ Équilibre vie professionnelle / personnelle

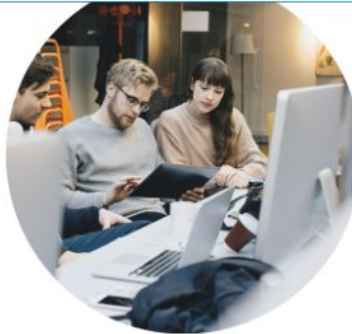
3,8 ★ Salaire/Avantages sociaux

3,8 ★ Sécurité de l'emploi

Annexe n°8 : Etude de cas sur LinkedIn Talent Solutions à propos d'Intel



Ciblage efficace des campagnes avec des informations basées sur les données



Le défi de Jakub

Face à la pénurie de talents dans les bureaux d'Intel en Pologne, l'équipe de Jakub a cherché à attirer les talents des villes voisines. Avec un budget marketing limité, Jakub et son équipe devaient être aussi efficaces que possible.

La solution

LinkedIn Talent Insights a révélé de larges populations du talent souhaité par Intel à Cracovie et à Varsovie. Des informations concurrentielles ont en outre révélé que les talents à Varsovie travaillaient dans de nombreuses entreprises différentes, alors qu'à Cracovie, ils étaient largement concentrés dans quelques organisations de premier plan. En utilisant ces données, Jakub a élaboré une stratégie pour mener une campagne d'affichage hautement ciblée à Cracovie et a été accepté par les responsables techniques. Cette campagne, associée à un événement de recrutement dans la région, a entraîné une augmentation de 20% du nombre de visites sur le site des carrières d'Intel.

Les résultats

Augmentation de 20% des visites de pages de carrière. Un mois après le lancement de leur campagne d'affichage ciblée et le lancement d'un événement de recrutement dans la région, l'équipe de Jakub a constaté une augmentation de la notoriété de la marque auprès de son auditoire cible.

Économisé à temps. Au lieu de passer des semaines à demander des commentaires anecdotiques, Jakub et son équipe ont été en mesure d'identifier instantanément les sites où l'offre de talents recherchés était élevée et la demande plus faible.

À propos de LinkedIn Talent Insights

Talent Insights est une solution LinkedIn offrant un accès à la demande à des données en temps réel sur les pools de talents et les entreprises. Ces informations permettent aux utilisateurs d'élever leurs stratégies de gestion des talents - de l'approvisionnement des candidats à la planification des effectifs - et de prendre des décisions plus avisées en toute confiance.

À propos d'Intel

L'équipe mondiale d'Intel, qui compte plus de 107 000 personnes réparties dans 58 pays, constitue un centre d'excellence en matière d'ingénierie et de technologie qui permet de résoudre les problèmes les plus difficiles du monde tout en créant la technologie de demain.

INDUSTRIE: Semi - conducteurs

NON. D'EMPLOYÉS: 10 001+

QG EMPLACEMENT: Santa Clara, CA

[TELECHARGER L'HISTOIRE CLIENT](#)

Intéressé par un produit LinkedIn Talent Solutions?

[Contact commercial](#)