

# « AN INTERNET SOCIAL NETWORK AS POPULAR AS FACEBOOK »

- [Lien Edpuzzle \(vidéo avec questions-réponses intégrées\)](#)
- [Lien Youtube \(vidéo avec possibilité de sous-titres anglais approximatifs\)](#)

## Restitution en français :

### Intro

- type de document étudié : interview
- source : Ragan Communications
- thématique abordée : communication (+nouvelles technologies)
- sujet : développement d' iChing, un réseau social d'entreprise propre à Yum! Brands
- protagonistes : Toni EWTON (manager en technologies de communication) et Mark RAGAN (PDG de Ragan Communications, le site/entreprise à l'origine cette interview)
- idées principales :
  - Recherche par Yum! Brands d'un moyen de communication plus efficace pour ses employés
  - Détails du développement de iChing (comment ça se présente, fonctionnalités)
  - Détails du lancement de iChing et implication des employés

### Developpement

- Recherche par Yum! Brands d'un moyen de communication plus efficace pour ses employés
  - à la demande du PDG de Yum! Brands
  - des milliers d'employés dans 110 pays
  - but : communication et collaboration facilitées, harmonisation des objectifs
- Détails du développement de iChing (comment ça se présente, fonctionnalités)
  - nom inspiré par la philosophie du groupe ("ching" : fait de connaître les autres et de bâtir des relations solides) + le 'i' de "internet"
  - ressemble à un Facebook pour employés
  - inclut : profils, groupes, discussions, blogs
  - permet de trouver des collaborateurs pour : produits, évènements, lancements, projets
  - permet plus de rapidité

→ Détails du lancement de iChing et implication des employés

- campagne de communication

- idée reçue : Facebook (fait peur)

- ça a été un challenge de passer des emails à iChing

- création du buzz en 3 étapes

1) quelques semaines avant le lancement : informer (affiches, goodies)

2) ambassadeurs en uniforme

3) le jour du lancement : kit de démarrage offert, tutoriels, popcorn et goodies (encore)

→ CCL : succès de l'opération