

## Outils

### 1. Empathie et écoute

Méthodes : Empathy map, Card Sorting, Persona

<http://www.1miniface.com/> (Figurine 3D)

<http://www.feedly.com> (outil de veille)

<http://www.smaply.com/> (Créer des personas, des experience maps)

<http://www.Realtimeboard.com> (un mur de post-it virtuel pour créer « entre autre » des entonnoirs de conversion)

### 2. Présence

<http://www.slickplan.com> (Concevoir une arborescence de site internet)

<http://www.Mockflow.com> (Concevoir les maquettes des pages en fil d'ariane)

<http://www.weebly.com/> (Site internet « pas cher »)

<https://fr.wordpress.com/> (Blog / Site)

<http://themeforest.net/> (Thèmes pour Wordpress)

<https://gumroad.com/> (E-commerce)

<http://www.ecwid.com/> (E-commerce)

<http://www.wufoo.com/> (Formulaire)

<http://www.leadpages.net/> (Pages de vente)

<http://www.sharethis.com/> (Partage)

<http://www.paywithatweet.com/> (Partage)

<https://www.hellobar.com/> (Une barre dans le site avec CTA)

<http://fr.textmaster.com/> (Production de contenu texte)

<http://fr.fotolia.com/> (Photos libres de droits)

<http://www.abtesty.com> ou <http://www.Optimizely.com> (A/B testing)

<http://www.Ning.com> (Une communauté dans votre présence)

<http://www.iadvize.com/> (Live chat)

<http://www.qzzr.com> (créer des quizz)

### 3. Visibilité

<http://mailchimp.com/> (Emailing)

<https://www.google.com/webmasters/tools/home?hl=fr> (Analyse trafic)

<http://www.google.fr/adwords/start/> (Publicité en ligne)



<http://knowem.com/> (Validation disponibilité compte médias sociaux)  
<http://www.mention.com> ou <http://www.socialmention.com>  
(Analyse de la e-réputation sur les médias sociaux)  
<https://hootsuite.com/> (Gestion comptes médias sociaux)  
<http://www.SocialShaker.com> (Organiser des jeux sur Facebook)

#### 4. Prospection BtoB en France

<https://zebaz.com/z360/> (Base de données pour la prospection BtoB en France)  
<http://azalead.com/fr/> (Identification des entreprises qui visitent votre site)  
<https://rapportive.com/> (Social CRM intégrée dans votre messagerie)  
<http://www.getsidekick.com/> (Notification quand votre email est ouvert)

#### 5. Mesure d'audience

<http://www.google.com/analytics/> (Mesure trafic)  
<http://piratemetrics.com> (Mesure des 5 metrics importants en se basant sur la méthodologie AARRR)

#### 6. Autres

<http://www.IFTTT.com> (Automatisation d'actions entre applications web)  
<https://fr.fiverr.com/> (petites mains à \$5)  
<http://www.webinarjam.com> (webinars)  
<http://www.Quora.com> (Plateforme de questions/réponses)  
<http://www.ProductHunt.com> (Annuaire de nouveaux outils web)  
<http://www.GetAbstract.com> (Résumé de livres de management)  
<http://www.99design.com> (Plateforme création graphique)  
<http://www.oDesk.com> (plateforme développeurs)  
<http://chictypes.com/> (Service de stylisme et de conseil personnalisé pour hommes)  
<http://www.pixartprinting.com> (Imprimerie en ligne)



## Livres

	<p><b>Créer une nouvelle civilisation : la politique de la Troisième Vague</b></p> <p><b>Alvin et Heidi Toffler</b></p>	<p>Depuis la publication de leur premier best-seller, le Choc du futur (1970), Alvin et Heidi Toffler n'ont cessé de suivre l'affrontement de deux civilisations : celle, mécaniste et bureaucratique, de l'âge des machines, et celle, humanisée, "démassifiée", de l'ère à venir du savoir. Longtemps, leur travail a paru "futuriste". Mais ce qu'ils ont expliqué voici un quart de siècle n'appartient plus au futur : c'est notre présent immédiat. La crise des institutions de la Deuxième Vague bat son plein, et c'est à nous qu'il appartient, dès aujourd'hui, de relever le défi et de créer de nouvelles institutions en vue d'un monde de la Troisième Vague.</p>
	<p><b>Stratégie océan bleu</b></p> <p><b>W. Chan Kim, Renée Mauborgne</b></p>	<p>La Stratégie Océan Bleu est un paradigme d'une stratégie pour entreprises, exposé par W. Chan Kim et Renée Mauborgne, chercheurs au Blue Ocean Strategy Institute à l'INSEAD dans Stratégie Océan Bleu : Comment créer de nouveaux espaces stratégiques.</p>
	<p><b>De la performance à l'excellence</b></p> <p><b>Jim Collins</b></p>	<p>Pourquoi certaines entreprises, affichant des performances plutôt moyennes, décollent-elles soudain pour rejoindre le peloton de tête ? Qu'est-ce qui les différencie de leurs concurrentes ? Et peut-on étendre à d'autres les principes dont elles se sont inspirées ? Pendant cinq ans, Jim Collins et son équipe de chercheurs se sont attelés à cette vaste question pour débusquer le secret de la conversion à l'excellence. Onze entreprises, retenues pour leurs performances boursières très supérieures à celles de leur secteur, ont été comparées à leurs concurrentes.</p>
	<p><b>La méthode Google : que ferait Google à votre place ?</b></p> <p><b>Jeff Jarvis</b></p>	<p>Je me souviens de mes premiers clics sur Google. La bulle était déjà là et pourtant, en quelques mois, Google est devenu «la référence», assumant vite et bien deux ambitions folles : «organiser et donner accès à la connaissance du monde» et «faire le bien», en tout cas, ne surtout jamais faire «le mal». La page Google est restée la même et pourtant tout a changé : Time Warner oublie AOL, Yahoo est une vieille fille à marier, France Telecom s'appelle Orange, Sun, l'autre miracle de Stanford qui a donné son CEO à Google, ne brille plus que pour Oracle, Microsoft ne fait plus peur et Apple, mieux que le Sphinx, est plus fort et riche que les plus grands fans de la pomme ne l'auraient jamais imaginé.</p>

