



Agence de Communication & Création

Les réseaux sociaux au service de mon entreprise

Comment Facebook et LinkedIn peuvent m'aider
à développer mon image et mon chiffre d'affaires ?



Vous gérez
votre activité,
nous nous occupons
de la **faire connaître !**

Reflex2com
Réflexion • Création • Communication



Conseil & Stratégie



Digital



Photographie



Identité visuelle



Création graphique



Vidéo

Pour commencer...

Qui utilise les réseaux sociaux ?

Facebook ?

LinkedIn ?

Autres ?

Programme

- 🌀 Introduction
- 🌀 Quelques bonnes pratiques
- 🌀 Zoom sur Facebook et LinkedIn
- 🌀 Facebook : pour le BtoC... mais pas que !
- 🌀 LinkedIn : priorité au BtoB
- 🌀 Conclusion
- 🌀 Questions / Réponses



Introduction

Petit tour d'horizon des réseaux sociaux



Agencement de liens
entre des individus
et/ou des
organisations,
constituant un
groupement ayant
un sens : famille,
collègues, amis,
communautés, etc.

> Réunir & fédérer

LES RÉSEAUX SOCIAUX

NOMBRE D'UTILISATEURS ACTIFS

Mars 2019

Infographie réalisée par



EN FRANCE



Facebook **35 millions**



2.3 milliards Facebook

YouTube **19 millions**



1.9 milliard YouTube

Instagram **17 millions**



1 milliard Instagram

WhatsApp
14.5 millions



1.5 milliard WhatsApp

Snapchat
13 millions



Snapchat
186 millions

Twitter
10.3 millions



Twitter
321 millions

Pinterest
7.9 millions



Pinterest
250 millions

LinkedIn
6.8 millions

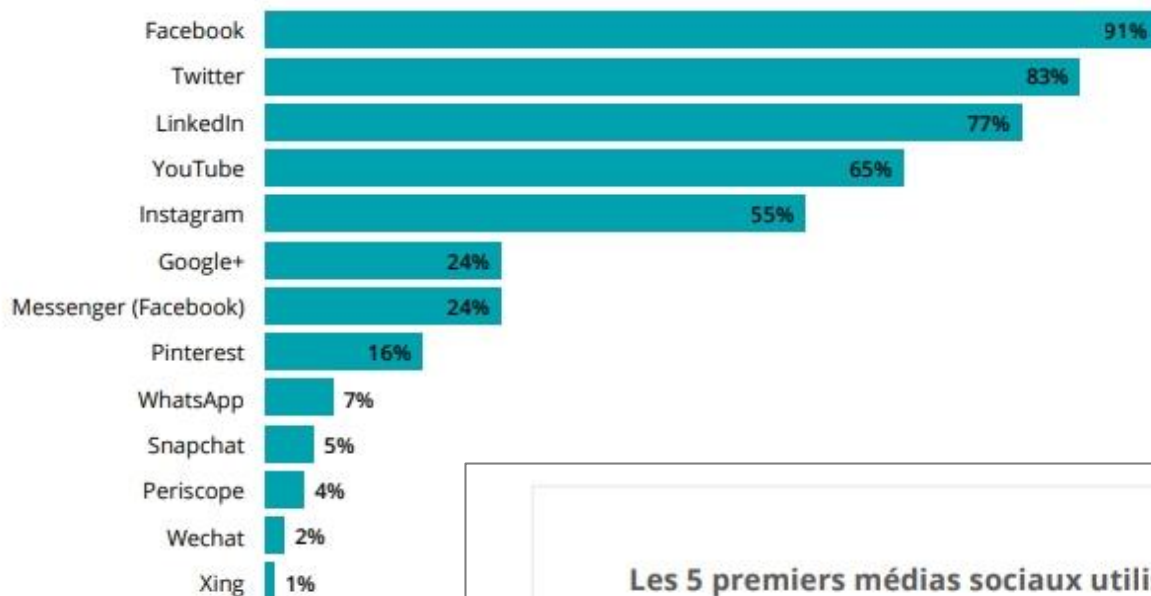


LinkedIn
244 millions






DANS LE MONDE



Réseaux sociaux utilisés par les entreprises—France



Les 5 premiers médias sociaux utilisés en France

					
	Facebook	Twitter	LinkedIn	YouTube	Instagram
Tous	91 %	83 %	77 %	65 %	55 %
B2B	94 %	89 %	83 %	66 %	33 %
B2C	95 %	79 %	71 %	62 %	56 %



Notoriété et e-Réputation

- 91 % Développer la notoriété de votre marque
- 74 % Gérer la réputation de la marque
- 70 % Bâtir et gérer une communauté engagée
- 21 % Identifier les crises et gérer la communication de crise



Vers le Social Selling et le Social CRM

- 50 % Augmenter les conversions / les ventes
- 47 % Identifier et développer les leads
- 38 % Recueillir des informations sur les clients/le marché



Service Client & RH

- 40 % Attirer des candidats dans le cadre du recrutement
- 31 % Offrir une assistance/ un service client
- 19 % Améliorer la communication interne

	B2B	B2C
Développer la notoriété de votre marque	93 %	89 %
Gérer la réputation de la marque	71 %	75 %
Bâtir et gérer une communauté engagée	58 %	74 %
Augmenter les conversions/ventes	48 %	51 %
Identifier et développer les leads	58 %	39 %
Attirer des candidats dans le cadre du recrutement	53 %	24 %
Recueillir des informations sur les clients/le marché	44 %	28 %
Offrir une assistance/un service client	17 %	37 %
Identifier les crises et gérer la communication de crise	15 %	24 %
Améliorer la communication interne	23 %	18 %



Quelques bonnes pratiques

C'est évident... mais pas tant !

- 📷 Toujours garder en mémoire que tout peut être **partagé, repris & commenté**
- 📷 **Lieu d'expression** ≠ lieu d'exhibition (*photos et / ou tirades privées*)
- 📷 **Gare aux sujets sensibles** (*échanges sur des sujets politiques, religieux, etc.*)
- 📷 **Le droit à l'image** s'applique toujours (*photos libres de droit pour l'utilisation commerciale ≠ gratuit*)
- 📷 **Principe de réciprocité**



Zoom sur Facebook & LinkedIn

Chiffres, utilisation & points communs

Face à Face

🌀 **Facebook** = le plus populaire avec **2,2 milliards MAU**

🌀 **En France** = 33 millions d'utilisateurs pour **22 millions DAU**

🌀 **LinkedIn** = **610 millions** de membres dans le monde

🌀 **En France** = 16 millions d'inscrits sur LinkedIn (1 actif sur 2)

🌀 Fonctions avec le plus de contacts : **Entrepreneur (342)**, Marketing (290), Product Management (278), Consultant (231), **Media et communication (222)**



📷 **Compte** : une personne = profil
> Amis (Fb) – Contacts (Lk)

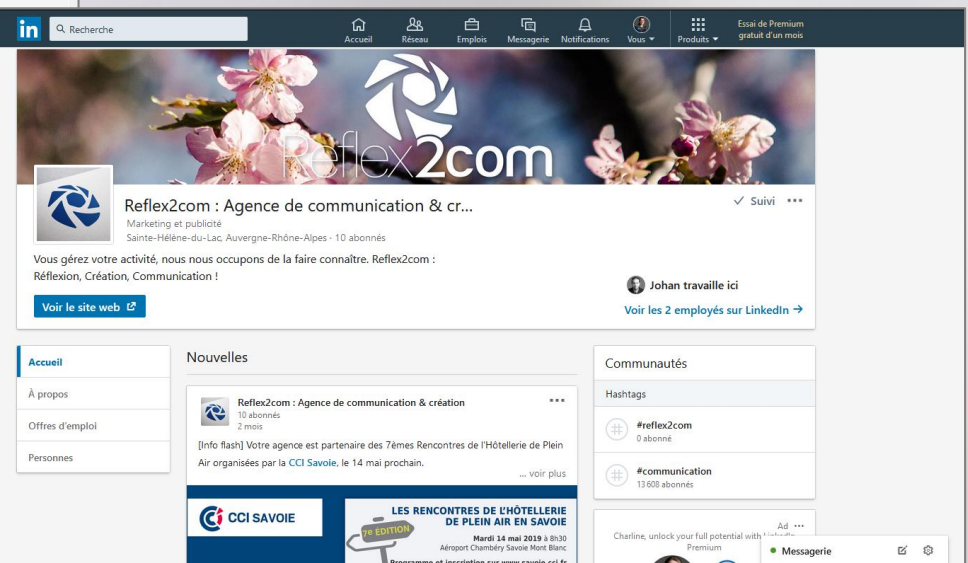
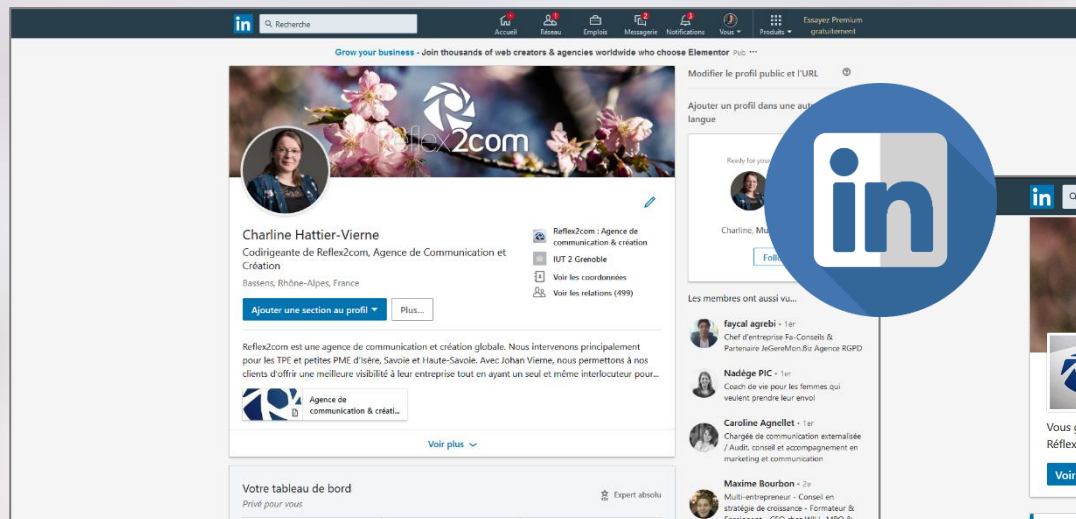
📷 **Page** : une entité / une société
> Fans (Fb) – Abonnés (Lk)

📷 **Post** : publication (texte, photo, vidéo, etc.)
> « J'aime », partager, commenter

📷 **Fil d'actualité** : accueil
toutes les publications de vos contacts

📷 **Article** : micro-blogging (création de contenu)

📷 **Social-selling** : utiliser les réseaux sociaux dans le processus de vente ⚠️





Facebook :

pour le BtoC... mais pas que !

Facebook : pour le BtoC... mais pas que !

- 🌀 Il n'y a de raison d'être sur Facebook que si vous pouvez y trouver **clients et prospects**.
- 🌀 Que vous cherchiez des clients pro. ou des particuliers importe peu mais vous les atteindrez dans leur **cercle personnel**.
- 🌀 **Publications idéales** : fin de semaine et weekends, vers 9h00, 13h00 et 15h00
- 🌀 **Publicité ciblée** : plateforme complète et adaptée aux besoins des annonceurs
- 🌀 ⚠️ **L'algorithme** Facebook privilégie les publications des amis, de la famille **et du local**.





LinkedIn :

priorité au BtoB

LinkedIn : priorité au BtoB

- 🌀 Les utilisateurs l'utilisent bien moins souvent que Facebook et principalement pour des **raisons professionnelles**.
- 🌀 Interactions : les utilisateurs ont tendance à aimer les articles qui correspondent à **l'image professionnelle** qu'ils souhaitent donner.
- 🌀 Idéal pour le **recrutement de cadres** du tertiaire
- 🌀 ⚠️ **Publicité ciblée** : des tarifs exorbitants et des difficultés de diffusion
- 🌀 **Publications idéales** : du mardi au jeudi, entre 7h00 et 8h00 puis à 12h00 et enfin, entre 17h00 et 18h00
⚠️
- 🌀 Idéal pour prolonger les rencontres réseaux
⚠️





Conclusion

Au cas par cas !

- 🌀 Tout dépend de votre **cible...**
- 🌀 De votre **temps...**
⚠ aux ressources
- 🌀 De vos **objectifs** (image, notoriété, vente, etc.)
- 🌀 De votre **intérêt personnel** et de vos **envies**
⚠ au sentiment d'obligation
- 🌀 Mais surtout faire du **contenu concret, adapté et personnalisé** (pas de campagne de masse)



Merci

J'espère vous avoir éclairé

Avez-vous des questions ?

