

DIGITAL MINDS

12 Clés pour Développer votre Business
sur le Web

Chapitre 7, Les médias sociaux

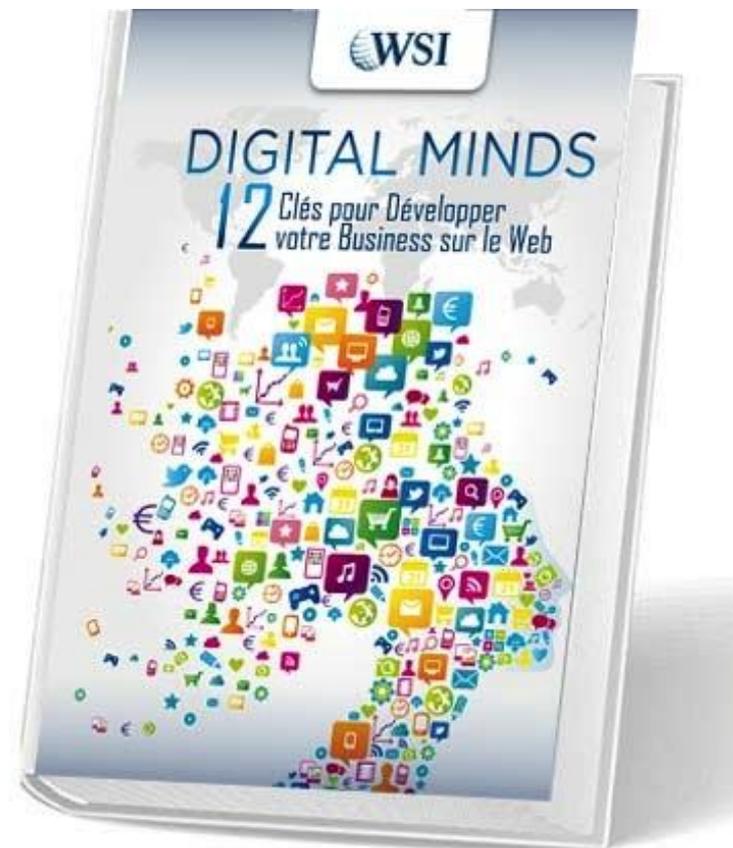
WSI – We Simplify the Internet

- **Leader mondial** en Stratégie Marketing sur Internet
- Présent dans plus de **80 pays** avec plus de **1000 Consultants**
- Clients : **petites et moyennes entreprises**
 - Définition et mise en œuvre des stratégies Internet depuis presque 20 ans



Livre Digital Minds

- Véritable **mine d'or** en matière de conseils en digital
- Rédigé par **16 spécialistes du marketing digital** du réseau WSI qui conseillent et accompagnent leur client PME et grandes entreprises
- Aperçu de la **force et de l'expertise** du réseau WSI



Chapitre 7, Les médias sociaux

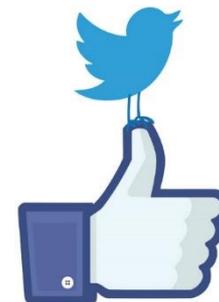
Les **années 2000** sont marquées par l'essor de sites tels que **WordPress, LinkedIn, MySpace**, le plus emblématique à l'époque et **Facebook**. Une vraie révolution est née avec ces sites de l'ère du **Web 2.0** !

On partage, on interagit...

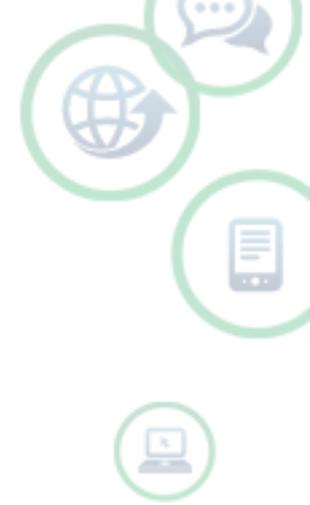
En 2013, plus de **42 millions d'internautes**, dont 75% de socionautes réguliers

Le succès de ces médias est lié à :

- La richesse des contenus échangés avec la **vidéo** et **YouTube**, numéro 1 de la vidéo en ligne
- L'explosion du **mobile** participe à cette révolution : accès simple et à la portée de tous



Chapitre 7, Les médias sociaux



Quel média social pour quel usage?

- Les **réseaux sociaux** : sites sur lesquels les utilisateurs inscrits, définissent un profil. Leur objectif : se regrouper avec ses amis, publier des informations et contenus et les partager.
- Les **blogs ou médias de publication** offrent à tous, la possibilité de publier et partager du contenu de façon simple. Ils permettent de renforcer sa présence sur le web.

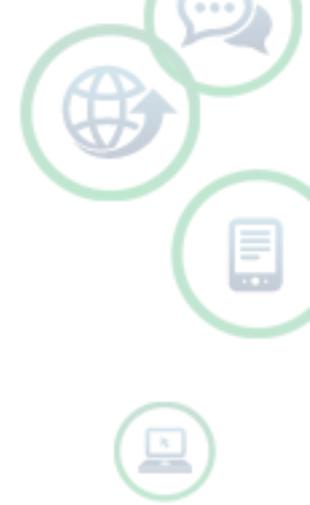
Les **réseaux personnels**



Les **réseaux professionnels**



Chapitre 7, Les médias sociaux

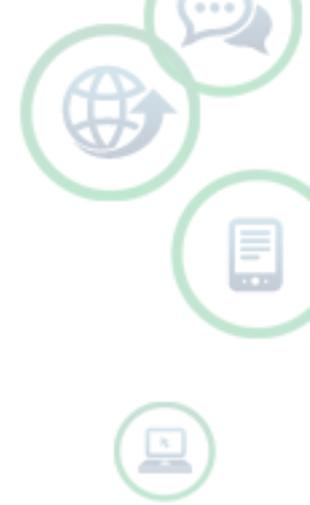


Quel média social pour quel usage?

- Les **forums** : espaces de discussions et d'échanges autour de sujets et/ou de communautés spécifiques.
- Les **plateformes de partage**: sites sur lesquels on publie différents contenus.
 - Photos**
 
 - Vidéos**
 
 - Documents**

 - Musiques**
 
- Les **plateformes collaboratives**: espaces virtuels permettant à un groupe de partager, gérer et modifier des informations pour créer des contenus numériques.
- Les **agrégateurs** : outils de syndication de contenus, à organiser de façon thématique, ils servent à la fois en termes de veille et de partage.

Chapitre 7, Les médias sociaux



Qu'apportent les médias sociaux aux utilisateurs ?

L'ère du 2.0 a amené l'émergence de la notion de « **communauté** ».

Les internautes viennent en priorité sur les **réseaux sociaux** pour y retrouver les **membres de leur famille, leurs amis, d'anciens amis**, pour créer de **nouvelles relations**.



La notion de **communauté d'intérêts** y est importante :

- Echange, partage de contenus, organisation d'événements
- Connexion **permanente** et en **temps quasi réel**

Aujourd'hui, les socionautes ont compris que les **médias sociaux** permettent d'**inverser le rapport de force** avec les entreprises pour en tirer des bénéfices.

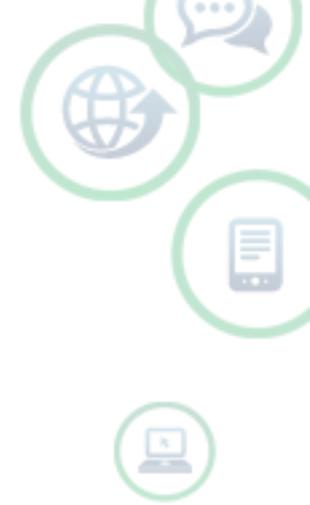
Chapitre 7, Les médias sociaux

Qu'apportent les médias sociaux aux marques ?

Etre présent sur le web social permet de travailler sa **e-réputation** en étendant sa **visibilité**, sa **crédibilité** et en échangeant avec ses prospects et clients. Cela demande de la méthode mais surtout un changement de culture marketing pour passer d'une **communication traditionnelle « contrôlée »** à une **communication 2.0 « ouverte »**, pour devenir une **marque sociale**.



Chapitre 7, Les médias sociaux



Qu'apportent les médias sociaux aux marques ?

Les bénéfices pour une marque reposent sur 3 dimensions du marketing digital:

- La **notoriété** : établir et optimiser sa présence sur le web, écouter ce qui se dit sur vous, le marché et les concurrents pour y répondre si nécessaire, prendre la parole et engager la conversation à de multiple endroits
- La **génération de leads** : convertir les contacts avec le lecteur. Le contenu publié sur les profils sociaux de l'entreprise aura parfois pour objectif de rediriger son site web pour convertir le lecteur, l'informer, lui vendre un produit ou un service.

Chapitre 7, Les médias sociaux

Qu'apportent les médias sociaux aux marques ?

Les bénéfices pour une marque reposent sur 3 dimensions du marketing digital (suite)

- La **fidélisation** via le web social : interagir avec ses fans, construire une relation transparente, réciproque et durable. Le **social CRM** est l'art de publier du contenu adapté, des questions, animations, ... Plus cette relation sera de qualité, plus la marque aura l'occasion de faire de ses fans ses avocats et ses ambassadeurs.

Chapitre 7, Les médias sociaux

Les indicateurs de performance sur le web social

Mesurer sa performance est un des plus qu'offre le marketing digital, bien qu'il soit plus compliqué de définir un ROI de sa présence sur les médias sociaux

il est possible de s'appuyer sur certains indicateurs, en voici les importants :

- L'évolution du **nombre de fans**
- Le **taux d'engagement de vos fans** (nombre de personnes interagissant avec votre contenu, à comparer au nombre total de fans)
- La mesure des **visites et conversions**
- La **part de voix** : mesure de la densité de mentions d'une marque sur l'ensemble des conversations.
- L'**analyse des sentiments** : évalue un contenu considéré comme positif, négatif ou neutre.

Chapitre 7, Les médias sociaux

Les autres conseils intéressants abordés dans ce chapitre

- Les différents médias sociaux dans leur ensemble de manière détaillée pour savoir lequel choisir pour prendre la parole :
 - **Facebook** l'incontournable,
 - **Twitter**, l'outil de microblogage,
 - **Google +** le challenger,
 - La plateforme **YouTube**,
 - **Instagram**,
 - **Pinterest**,
 - **Foursquare**,
- la vague du picture marketing et de la geolocalisation.



Chapitre 7, Les médias sociaux

Le franchisé à l'origine de cet article

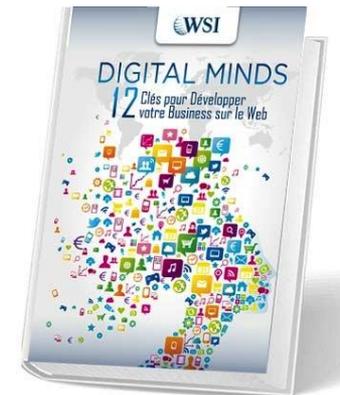


**Benjamin Goacolou,
Consultant WSI**

France

LinkedIn ™

fr.linkedin.com/in/benjamingoacolou



ACHETEZ CE LIVRE SUR AMAZON

Vous souhaitez rejoindre un réseau d'entrepreneurs ?

WSI ouvre ses portes à des **entrepreneurs motivés** à la recherche d'un **business model éprouvé** pour développer leur business.

www.wsi-franchiseb2b.fr

JE SOUHAITE RECEVOIR LE KIT D'INFORMATION SUR LA FRANCHISE