

CYBERCAMP



FACEBOOK ET LES RESEAUX SOCIAUX



Pourquoi être présent sur les médias sociaux ?

Aujourd'hui, 70 à 100 % de vos clients sont des internautes !

72 % des français sont des internautes

92 % de ces internautes français se connectent quotidiennement

(Source : observatoire IFOP des réseaux sociaux – oct 2010)

Et ils sont de plus en plus nombreux à s'exprimer sur le web...

1 internaute sur 2 s'exprime sur le web!



56% des internautes ont déjà noté ou déposé un avis.

(Source : FEVAD - Médiamétrie - Juillet 2011)



21% des internautes décident d'acheter un produit après avoir lu un blog. (Source : E.Marketer - www.emarketer.com - 2009)



4 milliards de vidéos sont visionnées chaque jour.

(source : youtube - 2012)



Facebook compte plus de 25 millions d'utilisateurs actifs en France. (Source : Facebook - dec 2011)

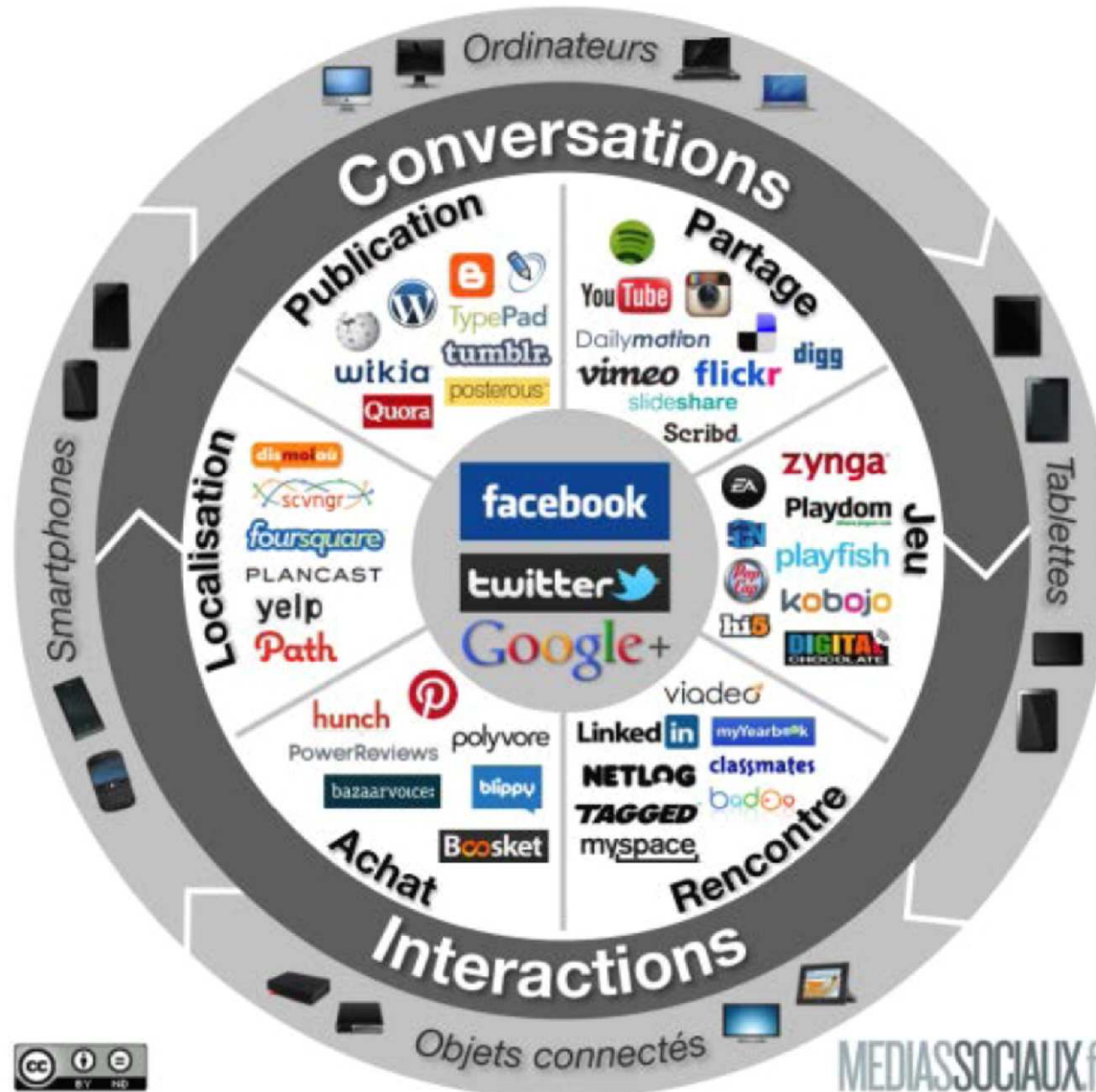
- 1 internaute est présent sur 2 à 3 réseaux sociaux



- Grosse utilisation des réseaux sociaux sur mobile

60 % des mobinautes ont déjà posté un statut sur les réseaux sociaux depuis leur smartphone

Panorama des médias sociaux 2012



Les autres médias sociaux

- **Photos et vidéos**
 - You tube et Flickr : Supports annexes de communication
 - **Médias très facilement intégrables sur son site web (et/ou son blog).**



Twitter

5,4 millions d'utilisateurs de Twitter en France en janvier 2012 (le nombre de membres a doublé en 2011 !) (source : Semiocast – janvier 2012)

Moins d'1 utilisateur sur 2 est actif (source : Semiocast – juillet 2011)



- C'est un micro-blog qui permet de poster des micro-messages de 140 caractères maximum = il n'en ressort que l'essentiel.

A l'aide d'un compte Twitter, il est possible :

- De **suivre les messages postés par d'autres utilisateurs** de Twitter. Vous devenez alors « Abonné » ou « Follower » de ces utilisateurs et la liste des personnes que vous suivez est indiquée dans l'onglet « Abonnement ». *NB : Vous pouvez visualiser ces messages sur la page d'accueil ou « Time line » de votre compte (affichage par ordre chronologique).*
- **D'être suivi par d'autres utilisateurs de Twitter** (ils deviennent alors vos « Abonnés » ou « Followers » et sont listés dans l'onglet « Abonnés »). *NB : C'est là tout l'enjeu si l'on souhaite utiliser Twitter comme un support de communication ... car de la même manière tous vos abonnés voient vos messages sur leur page d'accueil.*

Les principales fonctionnalités :

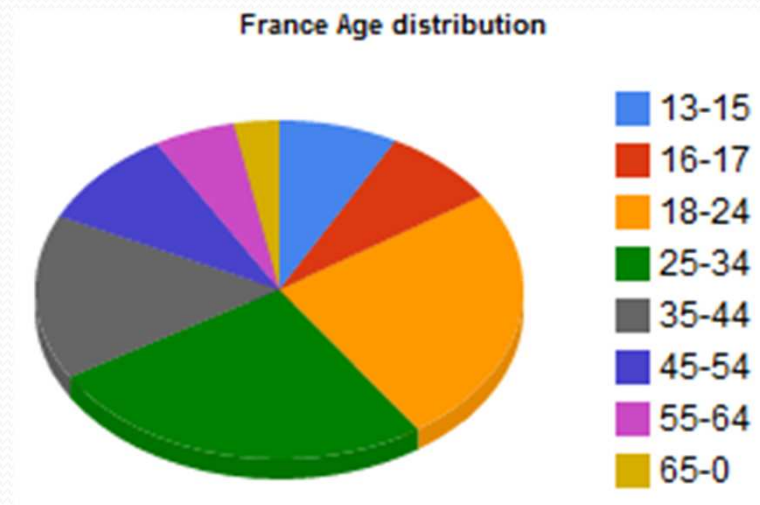
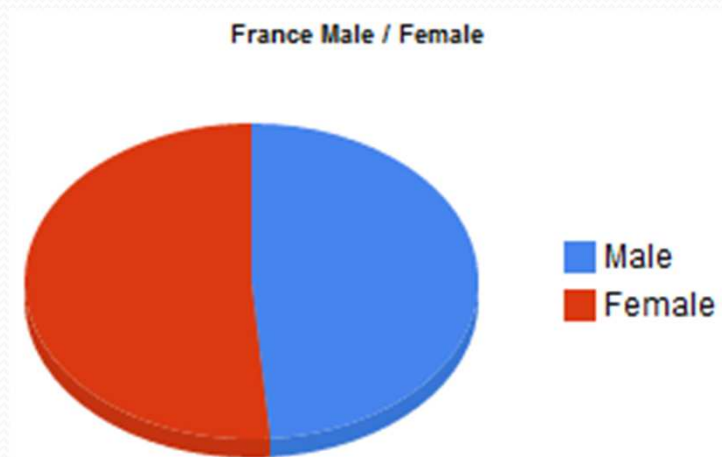
- **Mettre un Tweet en favoris**
- **Envoyé un Tweet**
- **« Retweeter » un message :**
 - *NB : C'est la reconnaissance ultime sur Twitter. Vous relayez ainsi le message à l'ensemble de vos abonnés (Followers) et signifiez à la personne à l'origine du message que vous appréciez le contenu qu'il publie.*
- **Répondre à message :**
 - *NB : C'est un très bon moyen d'engager la conversation avec les personnes que vous suivez...afin que celles-ci vous suivent à leur tour (influenceurs!!!)*

• Quels Intérêts ?

- **Se créer un réseau et diffuser de l'information.**
- **Travailler son image de marque** (mais dans une moindre mesure que Facebook)
- **Disposer d'un outil permettant d'informer ses clients. Faire de la veille** (les journalistes et tous les bloggeurs sont sur Twitter)
- **Ecouter et étudier sa clientèle et ses segments de marché. Recueillir l'avis de ses cibles et des leaders d'opinion :**
 - Poser des questions.
 - Tester les réactions sur tel ou tel produit, sujet ...
- **Identifier ses prescripteurs potentiels (locaux ou pas) et nouer des liens avec eux afin qu'ils deviennent de vrais prescripteurs, voir des ambassadeurs !**

facebook

- 25 millions d'utilisateurs actifs en France ! (Source : Facebook - dec 2011)



Quelques chiffres clés

Chaque minute sur Facebook

- 50 304 liens sont partagés,
- 66 168 photos sont taggés,
- 74 204 invitations à un événement sont transmises,
- 82 557 statuts sont mis à jour,
- 98 604 invitations à devenir ami sont transmises,
- 135 849 photos sont uploadés,
- 231 605 messages sont transmis,
- 382 861 like cliqués,
- 510 404 commentaires sont postés

Facebook fait désormais parti de la vie de millions de personnes, vos clients, vos partenaires, etc.

Facebook : Facteurs de réussite

- Développer une action professionnelle et efficace sur Facebook prend du temps et demande beaucoup d'énergie, c'est un fait.
- **Une action sur Facebook doit absolument s'intégrer dans une stratégie globale** et être préalablement réfléchi en fonction :
 - Des objectifs marketing de l'entreprise.
 - De la segmentation de clientèle.
 - Des moyens humains et techniques à disposition.

**Sans réelle stratégie,
le risque d'avoir un mauvais retour sur investissement est important.**

Ce qu'il faut comprendre pour réussir sur Facebook

Le Profil :

- **C'est l'élément central sur Facebook**
 - Les amis d'un profil sont des profils.
 - Les membres d'un groupe sont des profils.
 - Les Fans d'une page sont des profils (ou des pages)
 - Limité à 5 000 amis.
- **1 profil = 1 personne**
 - Gérer un profil pour autre chose qu'un individu est une infraction à la Déclaration des droits et responsabilités de Facebook.
 - Une organisation, une marque, une entreprise s'exprime sur une Page, voir un groupe.

Le Groupe :

- **C'est avant tout un outil d'échange et de discussion entre les membres (profils).**
 - Un groupe peut être : Ouvert, fermé ou secret.
 - Les publications se font en tant que profil uniquement.
 - Les administrateurs peuvent envoyer des messages aux membres, messages qui sont par défaut notifiés par e-mail. Très efficace!
 - Les administrateurs d'un groupe peuvent en restreindre l'accès, et n'accepter que les membres qu'ils approuvent.

La Page :

- Un nouveau format « Timeline » a été généralisé au 30 mars 2012.
- Une page est forcément « public ». Pas de limitation du nombre de fans.
- Accès aux applications.
- Module statistique.
- Url personnalisable.
- Capacité de s'exprimer en tant que page sur d'autres pages.
- Pas de possibilité d'envoyer des messages à ses fans. On ne peut que signaler des mises à jour, qui sont quasi invisibles dans des boîtes de réception Facebook
- Vos Fans ne vont jamais ou presque sur votre Page...
- Vos Amis ne consulte jamais ou presque sur votre Profil...
- Ce qui compte, c'est d'être visible sur le fil d'actualité de vos Fans/Amis.

90% des interactions sur Facebook se font depuis le fil d'actualité

Pas d'interactions avec ses Fans

=

Pas de visibilité dans leur fil d'actualité...

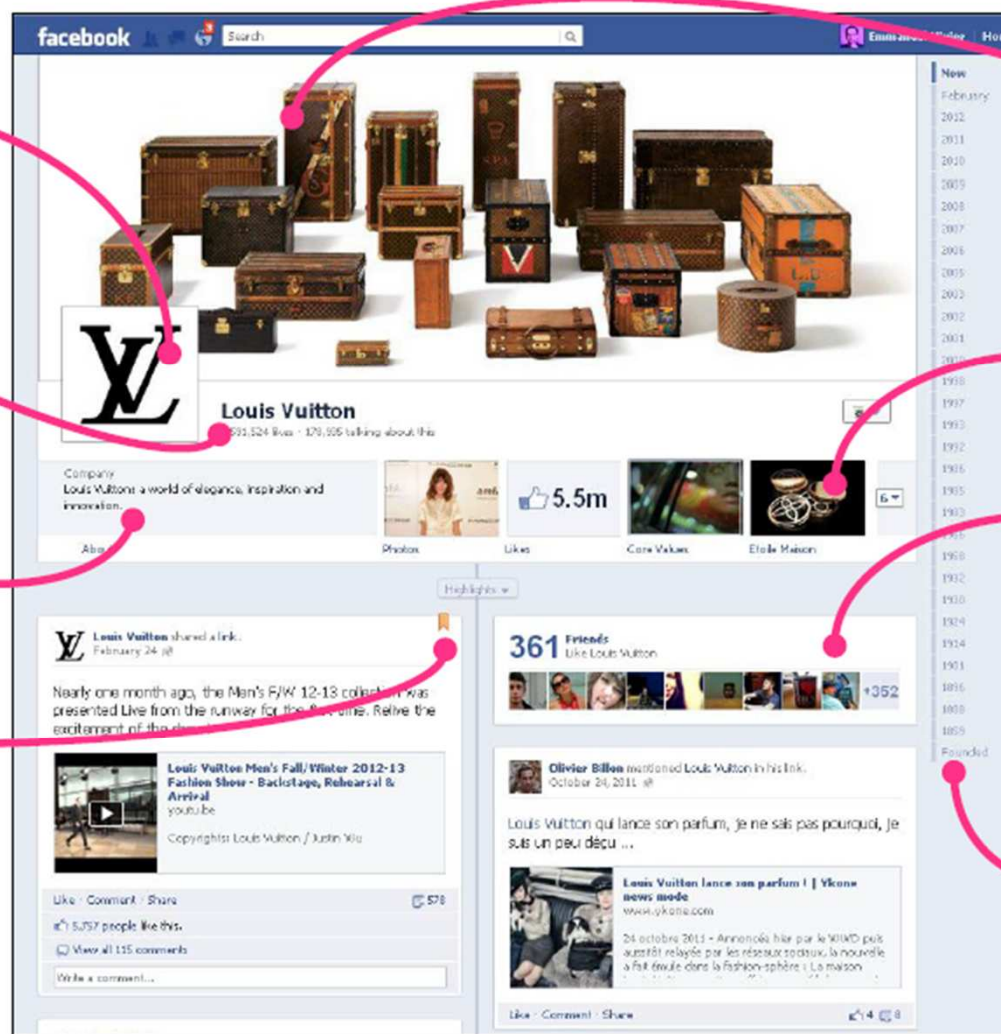
Le nouveau format de la page Facebook

Photo de profil
L'emplacement parfait pour votre logo

Stats en bref
Nb de fans et de « talking about this »

A propos
Le texte de présentation de votre page

“Pinned post”
Vous pouvez désormais mettre un post en avant de manière fixe.



Nouveau format de “cover photo”
Un espace visuel à fort impact pour communiquer l'esprit et la personnalité de la marque

Liste des applications & Albums photos

“Facepile”
Liste vos fans en affichant leurs photos. Si certains de vos amis sont aussi fans de cette page ils s'afficheront en premier.

Navigation dans les posts en “timeline”
Il est désormais aisé de naviguer dans les posts archivés ou dans le passé de la marque

Pour les entreprises, gardez en tête

● Stratégie

- Objectifs, cibles, valeurs véhiculées, ligne éditoriale.
- Stratégie de publication.
- Organisation (RH et management).

● Animation

- Ce que je publie sur Facebook.
- La manière dont je rédige.
- La manière dont j'interagis avec ma communauté.

● Promotion

- La présentation de vos supports Facebook.
- Les moyens mis en œuvre pour développer sa communauté.

● Analyse

- Analyse statistique de l'activité sur Facebook.
- Evaluation des apports de trafics.
- Analyse des opérations mises en œuvre pour développer la communauté.

Merci de votre attention et
place aux questions ;)

