

**TalentiLAB**

26.11.2018

# LES RÉSEAUX SOCIAUX

Qui ?

Quoi ?

Comment ?

Combien ?

Pourquoi ?

Et si j'aime pas ?



# RÉSEAUX SOCIAUX

Les médias sociaux sont des **canaux de communication** importants dans une stratégie marketing.

Ils doivent répondre aux mêmes **objectifs** que la **stratégie** globale de l'entreprise.

## DÉFINITION

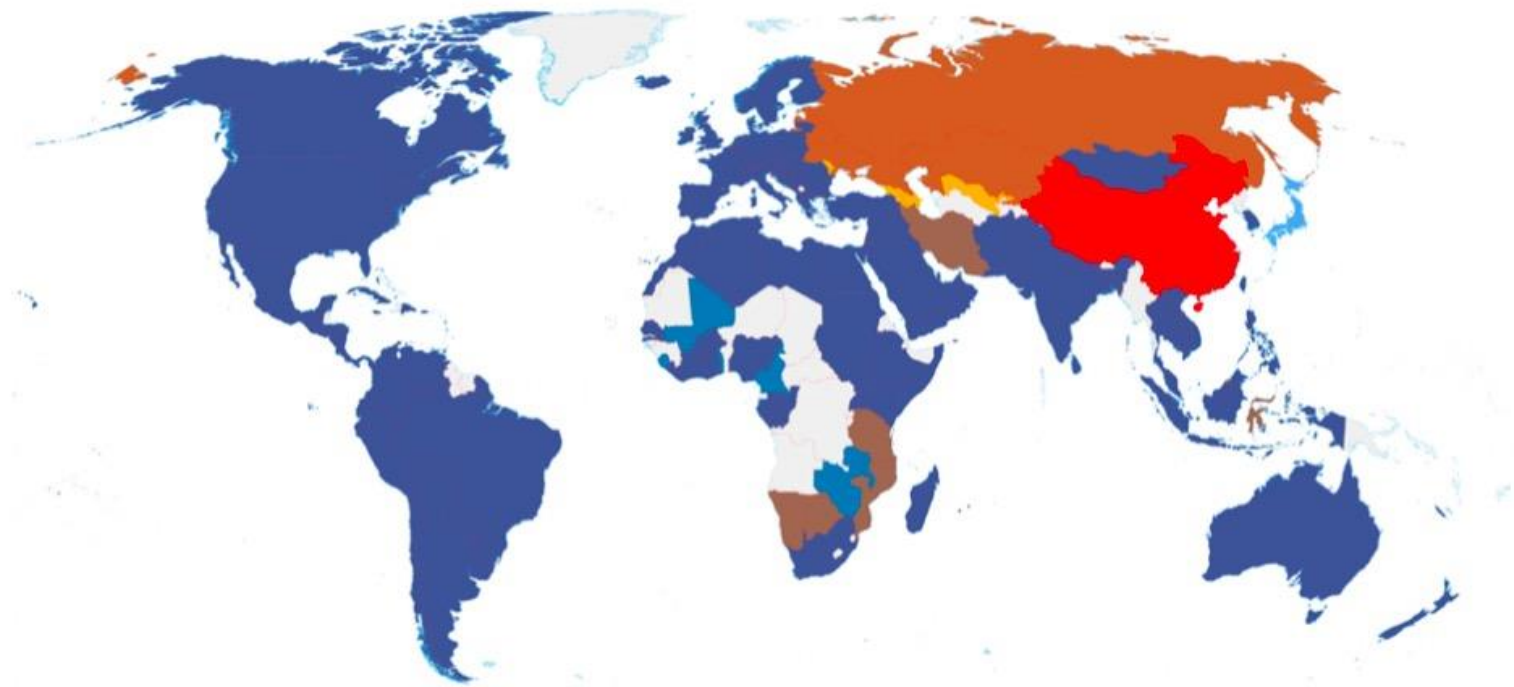
Les médias sociaux sont **un ensemble de services en ligne** permettant de **publier** et **partager** les contenus, d'**échanger** des messages de toute nature, d'**héberger des conversations**, de **collaborer** et de **mettre en relation** des individus dans un **cadre** personnel, professionnel ou **thématique**.

Fred Cavazza, mai 2016



# WORLD MAP OF SOCIAL NETWORKS

January 2017



Facebook

QZone

V Kontakte

Odnoklassniki

Twitter

LinkedIn

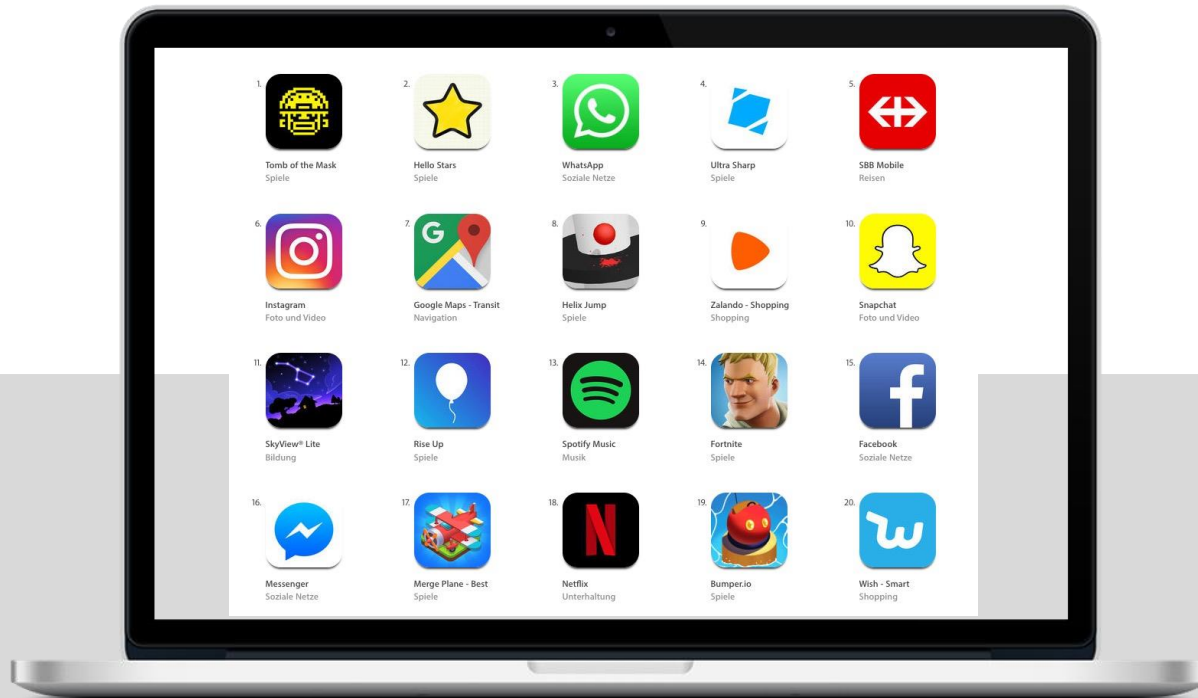
Instagram





**Et vous ?  
Et nous ?**

# APP GRATUITES LES PLUS TÉLÉCHARGÉES EN SUISSE







## STRATÉGIE SOCIAL MEDIA



*Votre stratégie réseaux sociaux s'inscrit dans  
votre **stratégie globale**.*

*Ce n'est pas une action isolée.  
Elle doit servir vos objectifs.*



# OBJECTIFS

- Visite de site internet
- Réservation
- Fidélisation
- Dialogue
- Avis clients
- Recommandation
- Notoriété
- Positionnement
- Réputation
- Etc....



Transformation



# POSITIONNEMENT



*Que doit être mon produit sur  
les médias sociaux ?*



- Ce n'est pas une copie du site internet
- Contenu adapté et segmenté
- Valeur ajoutée
- Intérêt pour l'internaute



# POSITIONNEMENT

- Travailler intelligemment vs. Travailler plus dur
- Ecouter vs. Imposer
- Top of mind vs. Spam
- Soyez utiles, polis, abordables
- Quelle est ma valeur ajoutée pour les autres?
- Posez des questions, répondez à des questions, prenez part à la conversation
- Restez authentiques
- DIALOGUEZ

## CHOISIR LES MÉDIAS SOCIAUX

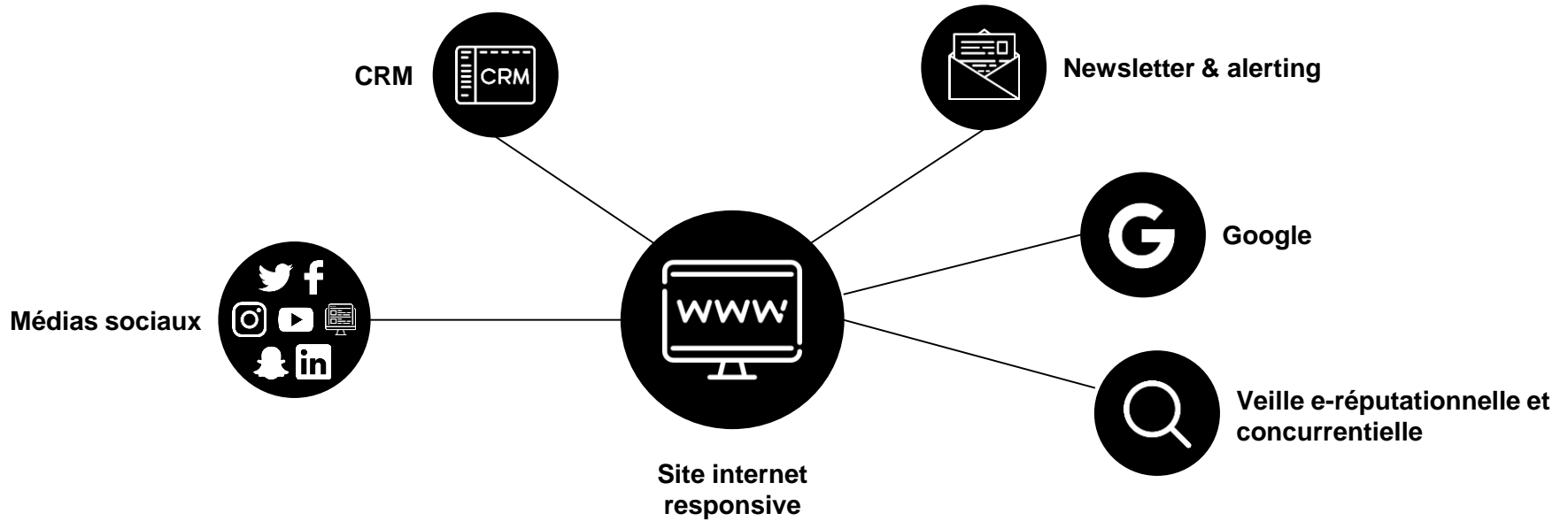


*Etape cruciale. Visez la **qualité**  
plutôt que la quantité*



- Mise en place qui s'inscrit dans la durée
- Choix cohérent lié aux objectifs
- Choix en fonction de ma cible, de ma stratégie , de mon produit

# EXEMPLE D'ÉCOSYSTÈME





But first #cappuccino  
ou  
3 étapes en story pour un délicieux  
#cappuccino



Je suis expert et spécialiste en  
cappuccino



Regarde une vidéo de moi en train  
de renverser un cappuccino avec  
des oreilles de lapin



J'aime le cappuccino  
ou  
Je rejoins le groupe des  
cappuccino lovers



10 recettes originales de  
cappuccino



Voici un tuto vidéo pour faire un  
bon cappuccino



Avis et informations sur les meilleures adresses  
pour le cappuccino



Je bois un #Cappuccino avec  
@DonaldTrump

# CHOISIR SES PRÉSENCES DIGITALES





# CHOISIR SES PRÉSENCES DIGITALES

## **FACEBOOK** **Réseau social n°1**

- Mondial (sauf Chine)
- Amical
- Amis, Pages, Groupes, Événements
- Messenger
- Lieux
- Vidéos/Photos/Articles
- Pub en libre service
- Contenu facile à créer
- Appel à l'action+

## **INSTAGRAM** **Réseau social n°2**

- Mondial Amical
- Narcissique, artistique
- DM
- Lieux
- Hashtags
- Vidéos/Photos
- Pub en libre service
- Contenu facile à créer
- Communauté
- Stories +++
- Vertical/carré

## **LINKEDIN** **Réseau professionnel**

- Mondial
- Professionnel
- Articles/Photos/Lien
- Pub en libre service
- Réfléchir à son contenu

## **TWITTER** **Le mal aimé**

- Mondial
- Rapide
- Information
- Articles/Photos/Lien/vidéos
- Pub en libre service
- Hashtags

# CHOISIR SES PRÉSENCES DIGITALES

## **TRIPADVISOR** Devient un réseau social...

- Mondial
- Conseil, guides
- Avis
- Lieux
- Photos
- Pub pas dispo pour tous
- Appel à l'action+
- Références
- Evolution à surveiller !

## **SNAPCHAT** Très jeune

- Vertical
- Amical/Familier
- Humour, décalé
- Consommé rapidement
- Filtres

## **YOUTUBE** Vidéos

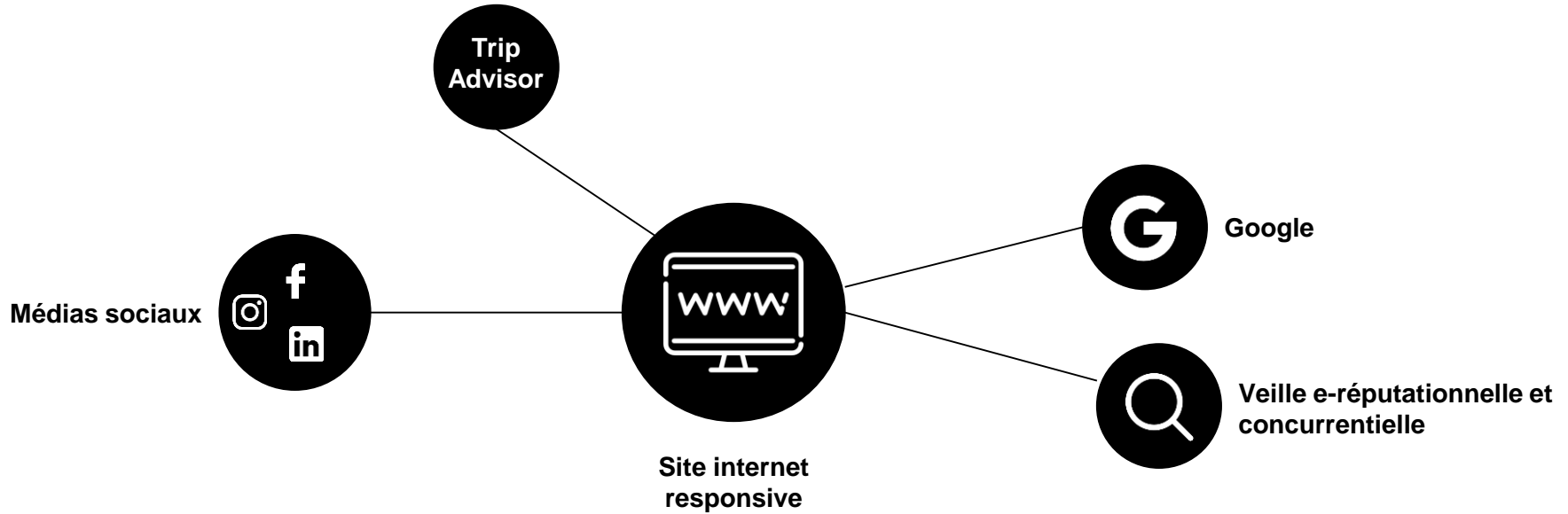
- Mondial
- Consommation contenus
- Vidéos
- Pub en libre service
- Contenu plus difficile à créer

## **GOOGLE** My Business

- Mondial
- Informations
- Photos
- Avis
- Contact facile  
helpine: 0800 002 343
- Pub en libre service

# EXEMPLE

## ÉCOSYSTÈME POUR UN RESTAURANT



# CRÉATION DE CONTENUS

“ *Le contenu est roi, mais  
l’engagement est reine et maître* ”

- Mise en place qui s’inscrit dans la durée
- Choix cohérent lié aux objectifs
- Choix en fonction de ma cible, de ma stratégie , de mon produit

# CRÉATION DE CONTENUS

- Régularité
- Plus value
- Contenu éducatif
- Contenu de tiers
- Contenu spontané
- Sondage, concours, avis, ....



# 10 ERREURS QUE TOUT LE MONDE FAIT...

1. Profil VS Page
2. Rythme de publications
3. Modération
4. Contenus
5. Parler que de soi
5. Polémique
6. Avis, réclamations
7. Langues
8. Choix du nom
9. Informations pas à jour
10. Orthographe.....!

## CRÉATION DE CONTENUS

“ *Chaque plateforme a ses propres codes, son style, son univers, donc son contenu !* ”

# CRÉATION DE CONTENUS



# HASHTAGS



## LA PUBLICITÉ SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX

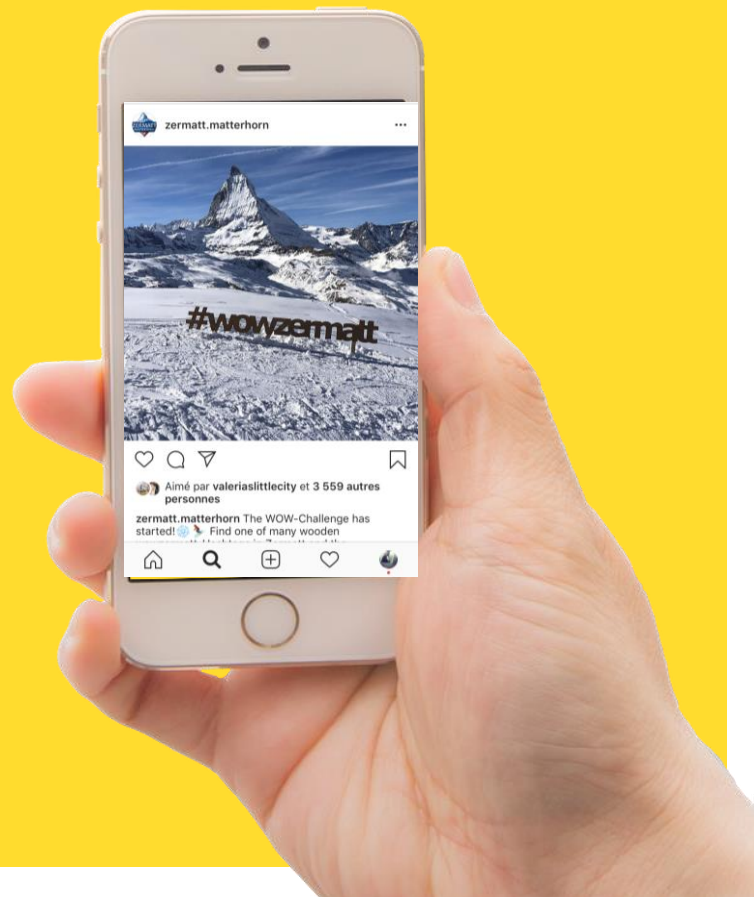
“

*Afficher son message à qui l'on  
souhaite et pouvoir tirer la prise à  
tout moment .*

*Le ciblage digital est très précis !*

”

# DU RÉEL AU VIRTUEL, ET VICE VERSA



“

***Je déteste les réseaux  
sociaux, ca ne sert à rien.  
Je n'ai pas de temps à  
perdre !***

”

“

## Questions & Réponses

”



# LECTURE

- ✓ [Usage des réseaux sociaux dans l'hôtellerie](#), par Clément Pellerin
- ✓ [Construire sa stratégie réseaux sociaux](#), Bruno Guyot
- ✓ <https://fredcavazza.net/>, Fred Cavazza
- ✓ Mathieu Corthésy, <https://www.pme-web.com/>
- ✓ <https://www.blogdumoderateur.com/>, Le Blog du Modérateur
- ✓ Twitter @DavidLaboure
- ✓ [Concours](#)

**#STAYTUNED**

# OUTILS & FORMATIONS

- ✓ [Formations Google](#)
- ✓ [Installer onglet Instagram](#)
- ✓ [Installer onglet Twitter](#)
- ✓ [Installer onglet TripAdvisor](#)
- ✓ [www.sawi.com](http://www.sawi.com)
- ✓ Graphisme: [www.canva.com](http://www.canva.com)
- ✓ Programmer sur Instagram: Later ou Onlypult
- ✓ Outils [tirages au sort](#)

**#STAYTUNED**

Rendez-vous sur linkedin

<https://www.linkedin.com/in/myriampichard/>

## Contact

Debout sur la table

Rue du Clos 12

1800 Vevey, Suisse

021 552 15 35

[mp@deboutsurlatable.ch](mailto:mp@deboutsurlatable.ch)