

Se rendre visible sur les réseaux sociaux



1°) Par où commencer ?

L'univers des médias sociaux n'est pas facile à dompter. Avant toute chose, il faut être clair avec vos objectifs. Si vous avez l'ambition de faire connaître vos produits et services, une préparation en amont est plus que nécessaire.

En premier, il faut être en mesure de déterminer quels réseaux sociaux investir. Il faut être crédible auprès de vos cibles, donc être présent aux bons endroits. Deux ou trois présences fortes sur les réseaux sociaux populaires suffisent pour atteindre rapidement un bon nombre d'abonnés et profiter des effets des réseaux sociaux sans se disperser.

Les atouts non négligeables :



2°) LinkedIn et Facebook

LinkedIn peut vous servir pour faire connaître les réalisations les plus importantes pour votre entreprise. Vous pouvez aussi y publier du contenu qui peut être diffusé sur d'autres médias sociaux.

Encouragez aussi vos employés, les membres de votre famille et vos amis à suivre votre page entreprise à en transmettre le contenu sur leurs réseaux. Ils peuvent également servir d'ambassadeur pour votre entreprise lors de leurs échanges sur LinkedIn.

Vous pouvez également adhérer à des groupes pour faire connaître votre expertise, améliorer vos connaissances et établir des relations pour augmenter le nombre de vos abonnés.



Facebook est le premier réseau social dans le monde en terme de nombre d'utilisateur et de temps passé sur son site et applications mobiles. Il consolide ainsi sa place de leader des médias sociaux. On peut noter 1,59 milliards d'utilisateurs actifs en janvier 2016, présence de toute classes d'âge et de population, avec pages et groupes, vous avez des outils permettant de diffuser du contenu, interagir avec vos clients et fédérer votre communauté en leur permettant de partager leurs idées et de s'exprimer.

Vous pouvez interagir en instantané avec Facebook Messenger avec vos clients, son programme de publicité permet de cibler les utilisateurs selon des critères socio-démographiques et géographiques, intérêts et comportement, ce qui en fait un outil puissant pour la promotion de votre activité.



3°) Conseil pour améliorer votre stratégie sur le web

Promouvoir ses produits et ses services est une chose, mais l'important est d'abord et avant tout de créer des liens avec votre communauté et de montrer que vous vous intéressez vraiment à eux. Pour cela :

- Créer un profil à l'image de votre entreprise. Vos photos de profil et informations sont très importantes. C'est la première chose que les internautes voient. C'est ainsi qu'ils reconnaissent votre entreprise, qu'ils voient l'image de votre marque et choisissent s'ils ont envie de voir le contenu de la page ou pas.
- Fixez-vous des objectifs pertinents. Vous devez promouvoir vos offres afin d'augmenter votre taux de conversion de visiteurs à clients potentiels. Votre objectif doit toujours être en lien avec vos objectifs d'affaires.
- Humanisez vos propos. Soyez présent régulièrement et diversifiez vos sujets. Opter pour du contenu humoristique peut parfois plaire à vos visiteurs. Restez vous-même et définissez clairement la personnalité de votre entreprise, votre culture d'entreprise.
- Privilégiez la qualité à la quantité. Publiez du contenu engageant qui donne envie à votre clientèle cible de consulter et partager. Il faut être éducatif, informatif, intrigant, drôle et pertinent. Utiliser un calendrier de publications peut être un plus sur les réseaux sociaux. La diversification du contenu aide aussi. Les publications avec photos sont 37% plus efficaces que celles ayant seulement du texte.
- Offrez une valeur ajoutée à vos abonnés. Que ce soit avec des promotions spéciales, des reportages ou des concours, offrez une valeur ajoutée aux internautes qui vous suivent. Il faut qu'ils aient un avantage à vous suivre, sinon, ils ne le feront pas.

4°) Restez prudent !

Certaines fonctionnalités un peu plus avancées ou personnalisées peuvent être payantes (ou peuvent nécessiter plus de savoir-faire). Certains réseaux sociaux, comme Facebook, incitent de plus en plus les utilisateurs professionnels à acheter de la publicité s'ils veulent rendre leurs messages plus visibles des utilisateurs.

Animer votre compte nécessite du temps. En moyenne, une heure par jour est nécessaire si vous voulez le faire efficacement. Animer une présence d'entreprise doit être envisagé dans la durée.

Par ailleurs, apprendre à modérer les commentaires utilisateurs et y répondre dans un délai aussi court que possible est primordial.



5°) Semez puis récoltez.

Il ne faut pas oublier d'analyser vos statistiques. Facebook, par exemple, vous offre un outil d'analyse simple à utiliser. Vous pourrez ainsi savoir quel type de publication est la plus virale, qui sont vos abonnés, d'où ils proviennent, voire plus. L'interprétation de ces données est essentielle afin de réorienter votre stratégie sur les réseaux sociaux.

Une fois à l'aise avec l'outil d'analyse de votre page, vous serez en mesure de savoir quelles sont les publications avec le plus haut taux d'engagement. Ainsi, vous pourrez décider de promouvoir ce type de publication afin d'atteindre plus rapidement vos objectifs.



Les médias sociaux sont des outils forts et efficaces qui vous permettront de développer l'image de votre marque tout en mettant en avant vos qualifications et compétences.

Cependant, n'oubliez pas d'établir une stratégie claire dès le départ. Prenez le temps d'analyser votre situation et celles de vos concurrents pour définir vos objectifs, et réussir à maintenir une image bénéfique.