

 **Les réseaux sociaux, quels enjeux pour la PME ?**

Conférence RAI - Lundi 12 Octobre 2015

 **conseil**  
études | stratégie | développement

 **web**  
sites internet | réseaux sociaux

 **communication**  
identité | supports | médias

 **formation**  
management | marketing | digital

« Si le savoir-faire de l'entreprise est sa raison d'être,  
le faire-savoir est la garantie de sa pérennité »

Dans un monde où les marchés et les technologies évoluent sans cesse, comment faire parler de votre entreprise et mettre en valeur son savoir-faire ? Comment recruter de nouveaux clients et fidéliser les anciens ?

**>> LA SOLUTION :**

**Une communication à 360 °, ciblée et efficace.**

**Le bon message, vers la bonne cible, au bon moment et sur le bon canal !**



# BOOSTACOM, agence de communication 360°

Créée en 2011 à Saint-Marcellin (Isère), l'agence BOOSTACOM accompagne les PME, artisans, commerçants, dans la définition de leur stratégie de communication et la réalisation de leurs supports digitaux, imprimés, vidéos....



Cécile Tabarin

20 ans d'expérience



## Conseil & stratégie

Comprendre le marché et définir la stratégie qui développera vos ventes.



## Web

Adopter le digital et placer votre entreprise en première position.



## Communication

Construire votre identité et mettre en valeur vos savoir-faire.



## Formation

Former vos équipes aux bonnes pratiques.

# Les réseaux sociaux

Quelle place dans le dispositif de communication de l'entreprise ?

# Communication et off line : l'effet miroir

## REEL



### Faire connaître

TV, radio, presse, affichage, sponsoring



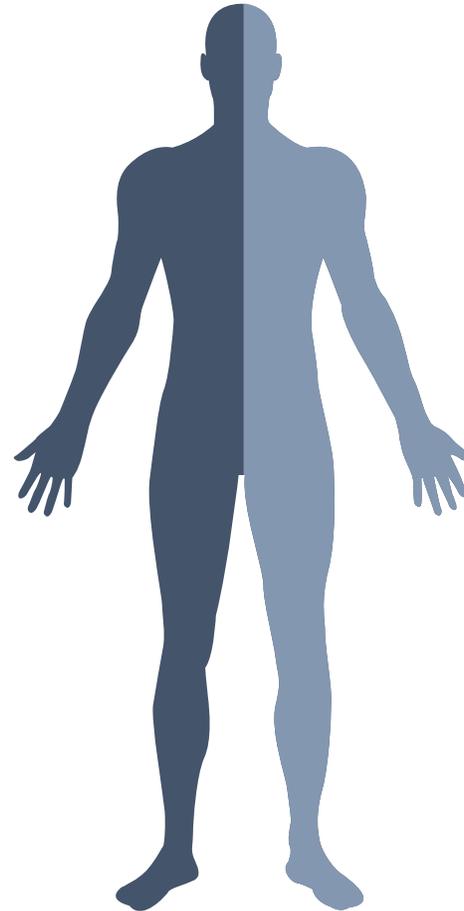
### Faire aimer

Cadeaux, échantillons gratuits, sponsoring, mécénat



### Faire vendre

Plaquettes, PLV,, packaging, salons, promotions



## VIRTUEL

### Faire connaître

Site internet, campagne pub., réseaux sociaux.



### Faire aimer

Réseaux sociaux, blog, appli jeux, contenu gratuit, web séries



### Faire vendre

Emailing, promotion sur site internet, sms



Visibilité



Performance

Visibilité



Performance

# Internet : un lieu de vie

Internet est à considérer comme un espace de vie : l'internaute y circule, recherche, discute, travaille, se détend, construit son relationnel. Il faut connaître ces lieux de présence et comprendre ses attentes avant de bâtir une stratégie digitale.

## Le Coeur du dispositif Site internet = le siège social de l'entreprise

Information, vitrine des produits, vente, relation client, contact direct

Réseaux sociaux = le café au bout de la rue  
(prise de parole avant et après l'achat)

Publicité internet, achat mots clés  
= Campagne d'affichage  
en bord de route

Emailing = force de vente

E-shop = boutique,  
force de vente

Moteurs de recherche (Google)  
= plans et guides

# Soigner sa e-réputation, c'est important !

- **88%** des consommateurs qui recherchent des informations sur une société depuis un mobile la contacte dans les 24h.

Et pourtant ...

- **60%** des TPE/PME locales n'ont pas de numéro de téléphone sur leur site internet
- **25%** des TPE/PME locales ne sont pas du tout présentes sur Internet
- **63%** des TPE/PME locales n'ont pas de site internet et continue de communiquer à l'ancienne !

L'E-réputation a un impact direct sur les décisions des consommateurs :

- **7 consommateurs sur 10** font confiance aux avis Internet
- **5 consommateurs sur 10** choisissent une TPE/PME locale en fonction de son e-réputation.



# Quel rôle pour les réseaux sociaux ?

**Ils ne peuvent pas remplacer un site internet et générer à eux seuls le développement de l'activité.**  
Ils sont un élément du dispositif web, pour faire connaître l'entreprise et la faire aimer.

## Des objectifs multiples :

- Améliorer la **visibilité du site internet (référencement)**
- **Communiquer** autrement
- **Soigner et développer sa notoriété** (E-réputation)
- Améliorer sa **relation client, fidéliser** de la clientèle
- **Générer des** signaux d'intérêt émis par des prospects potentiels, cibler des axes de développement, avoir de nouvelles idées
- Surveiller la concurrence, préparer un rendez-vous



# A objectifs multiples, usages multiples

- **Animer** un réseau
- Faire de la **veille**
- Générer du **trafic qualifié**
- Améliorer son **référencement**
- Faire de la **promotion**
- Travailler **son image**



# Les réseaux sociaux

Risques et contraintes, gérer sa e-réputation

# Les facteurs de réussite

- Avoir du **contenu**, avoir du contenu à **valeur ajoutée**
- S'inscrire dans la **durée**, être actif et réactif, mettre en avant les liens vers ses réseaux dans sa communication (print, site, signature de mail....)
- **Respecter le bon timing de publication** (jour, heure)
- La notion de **communauté–régularité**
- **Privilégier la qualité des contacts**, au volume / suivre ces contacts et liker leurs posts
- Faire une **veille efficace**
- Prévoir en amont **les conflits potentiels et scénarios de crise**

# Le pouvoir des images

Eté 2015  
Boostacom Facebook

Une belle image, une image spontanée, une image humoristique... se partage plus facilement.  
Sur Facebook et Twitter, une image génère 70 % d'engagement en plus !



Fête de la Musique 2015  
Boostacom Facebook



Fête des Pères 2015  
Boostacom Facebook



Prix des Mercuriales 2015  
Boostacom Facebook

# Le cycle du voyageur

Des images à toutes les étapes !



# Les contraintes : de la stratégie et du temps

- **Une somme d'actions n'est pas une stratégie !**
- Identifier qui parle au nom de l'entreprise : l'entreprise, son dirigeant, un personnage imaginaire « Mascotte »
  - . Avoir du **contenu et des images engageantes**
- **Chronophage** : demande du temps pour publier régulièrement (3 fois / semaine). D'où la solution pour une partie des entreprises de confier l'animation à un prestataire externe, après avoir défini les sujets à traiter. A définir en fonction de la stratégie globale de l'entreprise
- **Dégager des budgets publicitaires quand c'est nécessaire**, car les réseaux sociaux uniquement en version gratuite, ne sont pas souvent suffisants  
(Ex. Nombre fans touchés « naturellement » par Facebook en baisse depuis le changement d'algorithme en 2014 pour booster la publicité : entre 5 et 10 % selon l'activité de la page)

# Les contraintes : droit à l'image

## 1 – Droit à l'image des personnes

- La protection de l'image des personnes : Ce droit permet à celui dont l'image est utilisée de refuser ou autoriser sa diffusion.

-il est nécessaire de **recueillir le consentement** d'une personne préalablement à la diffusion de son image. **Le consentement de la personne à être photographiée est différent de son autorisation à diffuser l'image**

-La reproduction de **l'image d'un groupe** ou d'une scène de rue dans un lieu public est permise, sans besoin de solliciter le consentement de chaque personne photographiée néanmoins **nul n'a le droit d'individualiser une personne d'un groupe sans son consentement**

## 2 - Droit d'auteur

Penser à citer ses sources

# Les contraintes : veiller sur sa e-réputation

Que vous le vouliez ou non et que vous y soyez ou pas, on parle de vous sur Internet.

- Donc vous devez maîtriser le dialogue, **en organisant votre présence**
- Vous devez enclencher une démarche de veille.

Quelques outils :

- **Google Alert**
- **Giga Alert**



# Les réseaux sociaux

Panorama des réseaux sociaux

# Quelques chiffres 2014

## Nombre d'utilisateurs et statistiques clés

### En France

86%

des internautes sont inscrits sur au moins un réseau social

4,5

En moyenne, un internaute est inscrit sur 4,5 réseaux sociaux



1,26 milliard (+20%)  
30 millions en France

6,45h/mois/utilisateur  
14 consultations /jour/mobile



1 milliard  
26 millions en France

4 milliards vidéos vues/jour  
dont 25% sur mobile



900 millions  
5,5 millions en France

500 millions/tweets/jour  
320 000 comptes créés /jour



500 millions  
15 millions en France

360 millions actifs/mois  
6 min 47 /jour/utilisateur



270 millions (+25%)  
5,5 millions en France

Age moyen : 44 ans  
35% d'actifs quotidiens



65 millions  
3,5 millions en France

Age moyen : 47 ans  
30% d'actifs quotidiens



150 millions  
1,8 millions en France

5 millions de photos/jour  
Croissance sur 1 an : +556%



50 millions  
157 000 en France

65 à 80% de femmes  
Croissance 2012 : +2700%

# Facebook toujours leader mais vieillissant

- **Taux d'engagement passe de 3% à 1% en un an**
- **La clientèle de Facebook est vieillissante**
- *Les jeunes se tournent désormais vers WhatsApp, SnapChat et Instagram (plus d'intimité, usage plus ciblé)*

**Moyenne d'âge 38 ans**

- Commerçants, artisans
- Art, spectacle, tourisme
- BtoC
  
- Attention, bien créer une page entreprise (fan) et non un compte privé à des fins professionnelles



1,19 milliards (+20%)  
30 millions en France

Soit 728 millions d'actifs quotidiens



4,5 milliards de « likes » / jour



10 milliards de message / jour



4,75 de contenus publiés / jour



350 millions de photos postées /  
jour

# Exemple : la Raclett'Box sur Facebook

Octobre 2015



## Durée de campagne 15 jours :

- 1 semaine avant lancement
- 1 semaine après lancement
- Pas de budget publicitaire, uniquement du reach organique
- Démarrage avec seulement 52 fans sur la page

# L'image comme "appât" : dispositif avant lancement



Une belle histoire commence...  
Mystère preserve jusqu'au jour J



Lancement :  
l'image à partager,  
booster de notoriété

146 j'aime

140 partages

Portée "naturelle"

15 800 personnes

atteintes sur ce premier post



# L'image comme preuve

RECTO : le flyer avec le tarif  
54 j'aime / 65 partages - Portée : 9 437 pers.

**Boostacom**  
29 septembre, 17:44

Et voilà le verso du Flyer. Bon maintenant, vous avez tout en main : plus d'excuse pour ne pas tester... et partager entre amis. Bon appétit !

9437 personnes atteintes Mettre en avant

J'aime Commenter Partager

Veronique Lacroix, Thomas Lafont, Philippe Barret et 51 autres personnes aiment ça. Meilleurs commentaires -

65 partages

# L'image comme déclencheur d'achat

VERSO : le flyer avec les formules et les infos pour commander  
Portée : 2 960 pers.

**Boostacom**  
29 septembre, 17:00 · Modifié (1x)

I LOVE MY Raclett' BOX  
> Bon, pour ceux qui n'ont pas tout suivi, cette semaine, Boostacom vit au rythme de la Raclett' BOX. Une idée savoureuse pour tous les fondus de fromage qui n'ont pas le temps de cuisiner. Retrouvez les tarifs et compositions de votre Box sur le FLYER signé Boostacom 😊. Y'a plus qu'à commander et se régaler !

2960 personnes atteintes Mettre en avant



# Analyse des résultats Raclett'BOX

**En 5 jours :**  
**portée 32 000 personnes et 3 500 interactions**

- Créativité du produit, répond à un besoin
- Raconte une belle histoire, joue sur l'affectif
- Respect d'un timing de publication et de réactivité
- de réponse
- De belles images à disposition
- S'inscrit dans un dispositif général de communication  
**PLV, flyer, fanions, Réseaux sociaux**



Facebook : vos retours d'expériences ?



# Youtube

26 millions en France



- Créer une page pour diffuser facilement ses videos sur son site internet ou sur les autres réseaux sociaux



Youtube : vos retours d'expériences ?



# Linked In : réseau professionnel mondial

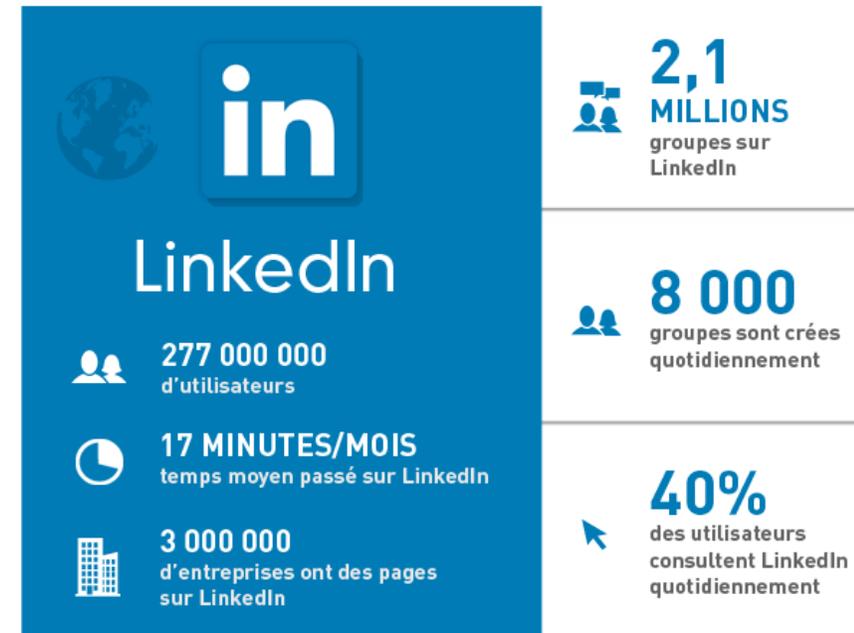
5,5 millions en France

- **Les avantages de LinkedIn :**

- Créer et entretenir des contacts avec ses clients et ses partenaires potentiels,
- Préparer un RDV
- Publier gratuitement des offres d'emploi,
- Trouver un candidat pour un poste précis grâce à un système de recherche algorithmique analysant les compétences et les CV des membres,
- Développer et gérer sa réputation en ligne.
- Faire du ciblage à l'international



277 millions d'inscrits  
187 millions d'actifs mensuel  
5,5 millions en France



27% des visites sont effectuées  
via mobile

# Exemple de page Linked In avec visuels



Mon utilisation :

- ciblage prospects à l'international
- Visibilité pour formation

## Résumé

> Depuis 20 ans, je challenge mes neurones pour mettre en place des stratégies de communication efficaces et je reste enthousiaste comme au premier jour ! Avec une double expertise web & print, j'ai créé BOOSTACOM, une agence de communication à taille humaine, qui accompagne les PME-TPE dans leur développement et leur digitalisation.

> Dans un...



# Retour d'expérience Samy HASSANE

## Coach en développement d'entreprise

Prestation externalisée sur LinkedIn et Viadeo depuis 1 an



The screenshot shows a LinkedIn post from Samy HASSAINE. The post features a profile picture of Samy HASSAINE on the left. The main content is a post by Joel Fraisse, an expert in accounting and business networks. The post text reads: 'Si vous voulez rencontrer des personnes engagées dans leur métier et leur passion'. Below the text is a document titled 'Journée de la réussite' with a sub-header '1 re JOURNÉE DE LARÉUSSITE'. The document includes the date 'Le 18 Septembre, à partir de 16h30' and a description: 'Apportez vos vieux ordinateurs et tout le matériel informatique qui vous encombrant. EOMI HANDICAP St Donat'. At the bottom of the post, there are interaction options: 'J'aime', 'Commenter', 'Partager', and a thumbs-up icon with the number '6'.

Samy HASSAINE aime ceci 4 j

**Joel Fraisse**  
EXPERT COMPTABLE COMMISSAIRE AUX COMPTES at RESEAU EXPERT...

Si vous voulez rencontrer des personnes engagées dans leur métier et leur passion

**Journée de la réussite**  
Document  
1 re JOURNÉE DE LARÉUSSITE Le 18 Septembre, à partir de 16h30. Apportez vos vieux ordinateurs et tout le matériel informatique qui vous encombrant. EOMI HANDICAP St Donat

J'aime • Commenter • Partager • 6

# Linked In VS Viadeo : le match

Viadeo : + vieux, moins actif

Linked In : international, plus « visuel »



Linked In / Viadeo : vos retours d'expériences ?

viadeo The logo for Viadeo, featuring the word "viadeo" in a lowercase, sans-serif font. The letter "o" is stylized with a yellow leaf-like shape on its right side.

**Linked in.** The logo for LinkedIn, featuring the word "Linked" in a bold, black, sans-serif font, followed by "in." in a white, sans-serif font inside a blue square.

# Twitter préféré des jeunes et des media

- **Twitter devient la plateforme de prédilection des jeunes sur ordinateur et sur mobile :**

- 32,3 % des jeunes de 15-34 ans y sont présents

- Utilisation plutôt urbaine

- **Intérêts d'être sur Twitter :**

Faire une veille sur un sujet ou une communauté

Créer un dialogue

Etre réactif (SAV)



Informer

Appuyer une opération événementielle (hashtag)

Générer du trafic



900 millions  
5,5 millions en France



100 millions d'utilisateurs  
quotidiens



500 millions de Tweets / jour



320 000 nouveaux comptes sont  
créés chaque jour

# Twitter : sollicitation vote pour un concours



- Audiences principales ciblées : journalistes + politiques
- 32 retweets au total
- > concours remporté



# Twitter : participation à un événement



- Commentaires journalistes et politiques
- Intéressant si forte visibilité presse souhaité



Twitter : vos retours d'expériences ?



# Google +

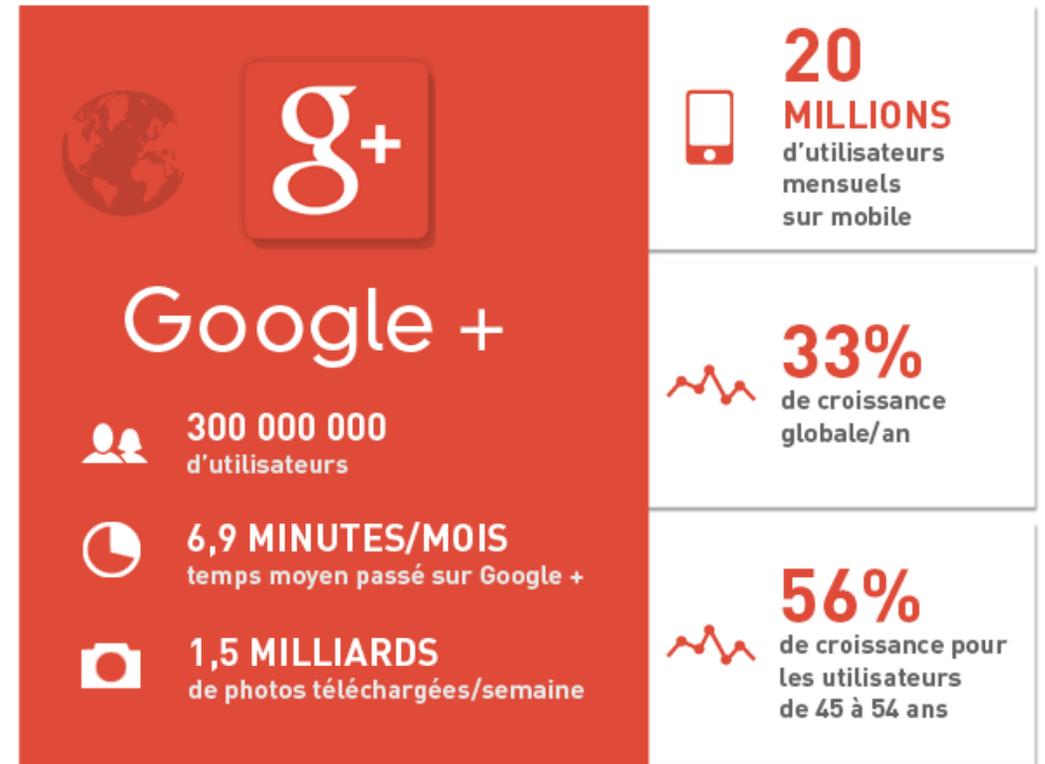
- Important pour le référencement
- Créer sa page entreprise : meilleure visibilité sur la page des résultats de recherche

Bois de chauffage - koones.fr  
www.koones.fr  
Vente de bois de chauffage en stères Livraison rapide, Bois de qualité

Chaleur Bois - Spécialiste du chauffage au bois  
www.chaleurbois.com  
Vente en ligne & livraison rapide !  
SAV à votre écoute - Paiement à la livraison - Paiement sécurisé  
Cuisinières à bois - Foyers à bois - Poêles bouilleurs - Poêle à Granulé

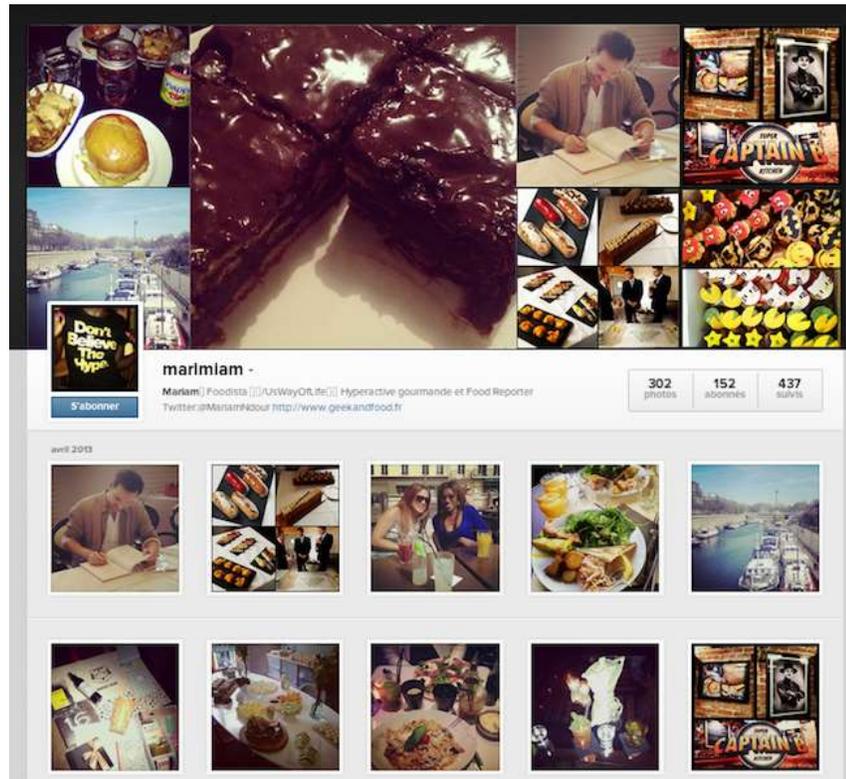
Chaleur Bois 38 - Accueil  
www.chaleurbois38.fr  
Installateur de poêle à bois, insert, poêle à granulés depuis 2006 en Isère et sur les alentours. Nouvelle boutique basée ZI La Gibrerie à Châtel (38100)

511 Rue Vaucanson, 38150 Saint-Sauveur  
04 76 38 95 84



# Instagram

1,8 millions de visites en France



# Pinterest

1, 7 millions de visites / mois

Épingler, c'est partager  
Faire des albums sur ses centres  
d'intérêt, piger des idées :

157 000 en France  
+ 240 % / an

➤ Tout ce qui est visuel : Gastronomie,  
cuisine, Architecture, Art, Décoration

....



# Pourquoi réserver un profil sur Pinterest ?

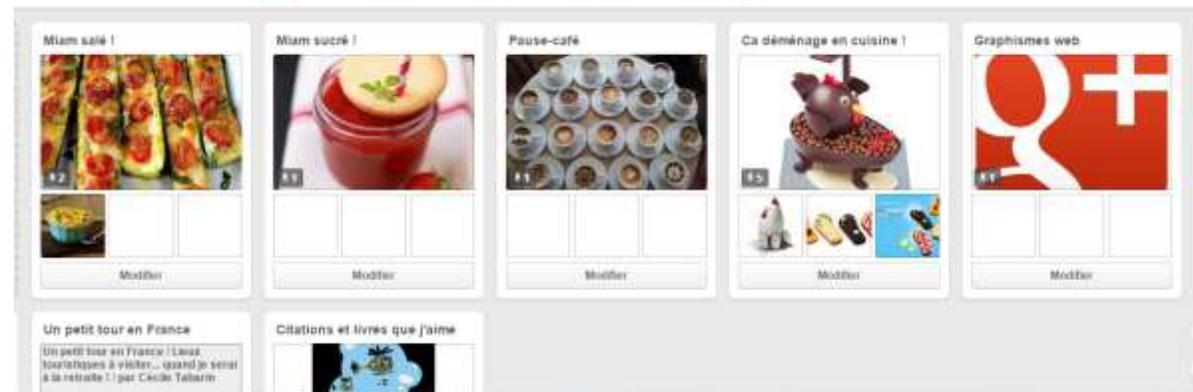
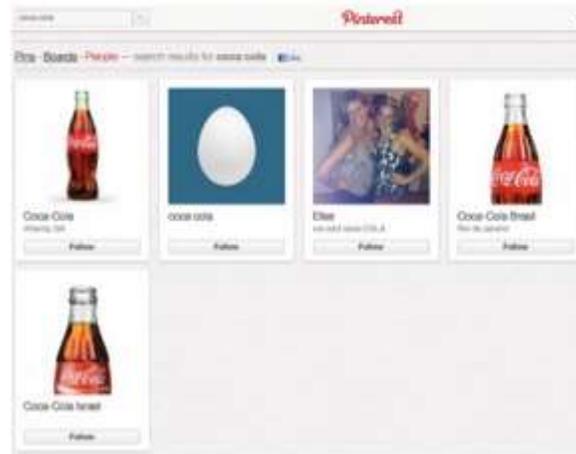
## Réservez votre profil

Pour se faire, vous aurez besoin d'une invitation.

Pourquoi le créer?

- Ne laissez pas l'opportunité aux internautes d'utiliser votre Marque.
- Apparaîtrez dans les résultats de recherche Pinterest sur votre Marque.
- Innovez et soyez présent avant vos concurrents.

Audrey Fleury - @afleury



Et pour trouver de belles idées !

# Pinterest : un réseau « engagé »



C.J. Pargée onto Food

Ground chicken lettuce wraps. Great whole food recipe!

repins

**57%**

Whole Food Butternut and Kale salad  
YLHt

his whole site is full of awesome cooking food

repins

Taffy Singletary onto Yummo

**des utilisateurs Pinterest réagissent à du contenu sur la gastronomie**

Jill McGee onto General Love

**LOVE**

# Donc avant de commencer

## des questions à se poser... une stratégie à établir

- ❖ Qui est présent sur Internet ? Mes clients, mes partenaires, mes fournisseurs, mes employés ? Et que font-ils ? Des actes d'achats, des avis, des recherches d'emplois, de partenariats ?!
- ❖ Quel potentiel cela représente-t-il
- ❖ Pourquoi être présent ? Veille, prospection, e-commerce, fidélisation, relation clients, notoriété, recrutement ?!
- ❖ **Et comment ?** Définir une stratégie digitale claire et efficace. En positionnant le web social et Internet en général dans l'activité de mon entreprise  
*(par ex. dans le parcours consommateur, dans le cadre de la stratégie de communication globale).*

# Et faire vivre les réseaux sociaux avec l'ensemble du dispositif de communication

- Icônes sur signature mail, documents commerciaux ou publicitaires, carte de visite, site internet....
- Lien vers le site internet dans les posts
- Liens du site internet vers les réseaux sociaux

Merci de votre attention !

 Des questions ?

Présentation téléchargeable sur [boostacom.fr/le blog](http://boostacom.fr/le_blog)

