

## 01.

# LES RÉSEAUX SOCIAUX



Les réseaux sociaux sont des vecteurs de communication indispensables offrant la possibilité d'interagir en temps réel avec votre cible.

## Les réseaux sociaux permettent :

- aux internautes et aux professionnels de créer des profils, des pages, de partager des informations, photos et vidéos avec leurs réseaux ;
- à chacun d'instaurer un dialogue avec sa communauté, et donc une relation concrète ;
- de développer des interactions sociales (« like », « retweet », « partage »...) révélant un engagement de la part d'une communauté et entraînant de la viralité ;
- de communiquer auprès de sa communauté à tout moment, même en situation de mobilité.

## LES PRINCIPAUX RÉSEAUX SOCIAUX ET LEUR AUDIENCE



Chaque réseau a une typologie d'audience qui lui est propre et peut varier d'un territoire géographique à un autre. Il convient alors de bien étudier celle-ci avant de choisir tel ou tel réseau. De plus, le choix de celui-ci peut également s'effectuer en fonction du secteur d'activité de l'entreprise. Pour toute question, n'hésitez pas à vous rapprocher du service développement économique de Granville Terre et Mer.

## BONNES PRATIQUES | PROCESS ET RÈGLES D'OR



## LA PUBLICITÉ SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX

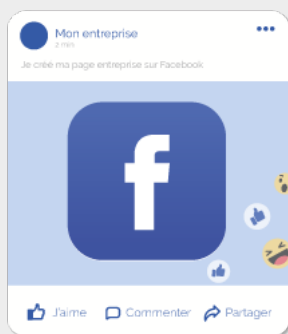
83% des utilisateurs découvrent des produits et des services via la publicité faite sur les réseaux sociaux. Investir sur les réseaux sociaux avec des publications sponsorisées permet d'augmenter la visibilité des messages et d'augmenter l'audience d'une page de manière bien ciblée, toujours dans un très bon rapport qualité-prix.

## ZOOM SUR FACEBOOK ET INSTAGRAM

Six entreprises locales sur dix déclarent qu'avoir une présence en ligne est important dans l'optique de leur succès à long terme. Créer une page d'entreprise sur les réseaux sociaux est un bon pas en avant pour atteindre un public plus étendu.

### Se créer des comptes professionnels

Pour créer une page sur Facebook<sup>1</sup>, l'entrepreneur doit posséder un profil Facebook<sup>2</sup> personnel. Si ce n'est pas encore le cas, il faut donc commencer par là. Et si un profil (au lieu d'une page) a été créé pour l'entreprise, ce qui n'est pas adapté, il est alors possible de le convertir en page.



Nouveau sur Instagram ? Avant toute chose, l'entreprise doit posséder une Page Facebook pour passer à un profil professionnel. Si ce n'est pas le cas, il faudra alors commencer par cela avant de débiter sur Instagram.

**Vous avez un profil Facebook et êtes prêt à créer votre page, cliquez ici pour suivre le mode d'emploi.**



**Vous avez une page Facebook et vous êtes prêt à passer sur Instagram ? Alors suivez le guide en cliquant ici.**



### 3 conseils pour une page professionnelle de qualité sur Facebook

1. Renseigner précisément la description [section « A propos »], les coordonnées et les horaires et les mettre à jour s'ils venaient à changer.
2. Publier des contenus de qualité : textes accompagnés de visuels, de vidéos. Et ne pas republier la même chose plusieurs fois.
3. Publier du contenu qui incite l'audience à partager les publications et à inviter ses amis à aimer la page.

### 3 conseils pour un compte professionnel de qualité sur Instagram

1. Soigner la « bio » [description courte] avec des informations essentielles sur l'entreprise et ses coordonnées.
2. Soigner les contenus : de belles images au format carré et des vidéos qui ne dépassent pas une minute.
3. Travailler le texte des publications et l'accompagner de #« mot-clé » [30 maximum, 20 recommandés] qui correspondent à la publication et/ou l'activité.

### Exemples de publications



**Des photos / vidéos** de l'entreprise, des produits, de l'équipe, des partenaires, des réalisations.



**Le process de travail ou de prise de rendez-vous.** Expliquer et montrer.



**Des conseils et des tutoriels** en lien avec l'activité.



**Des jeux-concours** permettant de fidéliser l'audience actuelle et d'en attirer une nouvelle.



**Créer des événements.**



**Partager les publications** des partenaires, ou de référents dans le secteur.



**Inviter des clients à identifier l'entreprise** faisant d'eux des prescripteurs auprès de leur réseau.



**Promouvoir son site Internet.** En plus d'apporter de l'information complémentaire sur l'entreprise, cela permet d'améliorer le référencement du site.

### GLOSSAIRE

- <sup>1</sup> **Page Facebook** : espace sur Facebook qui permet à des artistes, des personnalités publiques, des entreprises, des marques et des organisations de communiquer avec leurs fans ou leurs clients.
- <sup>2</sup> **Profil Facebook** : espace sur Facebook où il est possible de partager des renseignements, photos et vidéos concernant une personne.
- <sup>3</sup> **# prononcé « hashtag »** : utilisé pour valoriser des mots-clés afin de donner plus de visibilité à une publication, et la faire remonter lorsque les internautes recherchent ces contenus en particulier.