

LES RÉSEAUX SOCIAUX

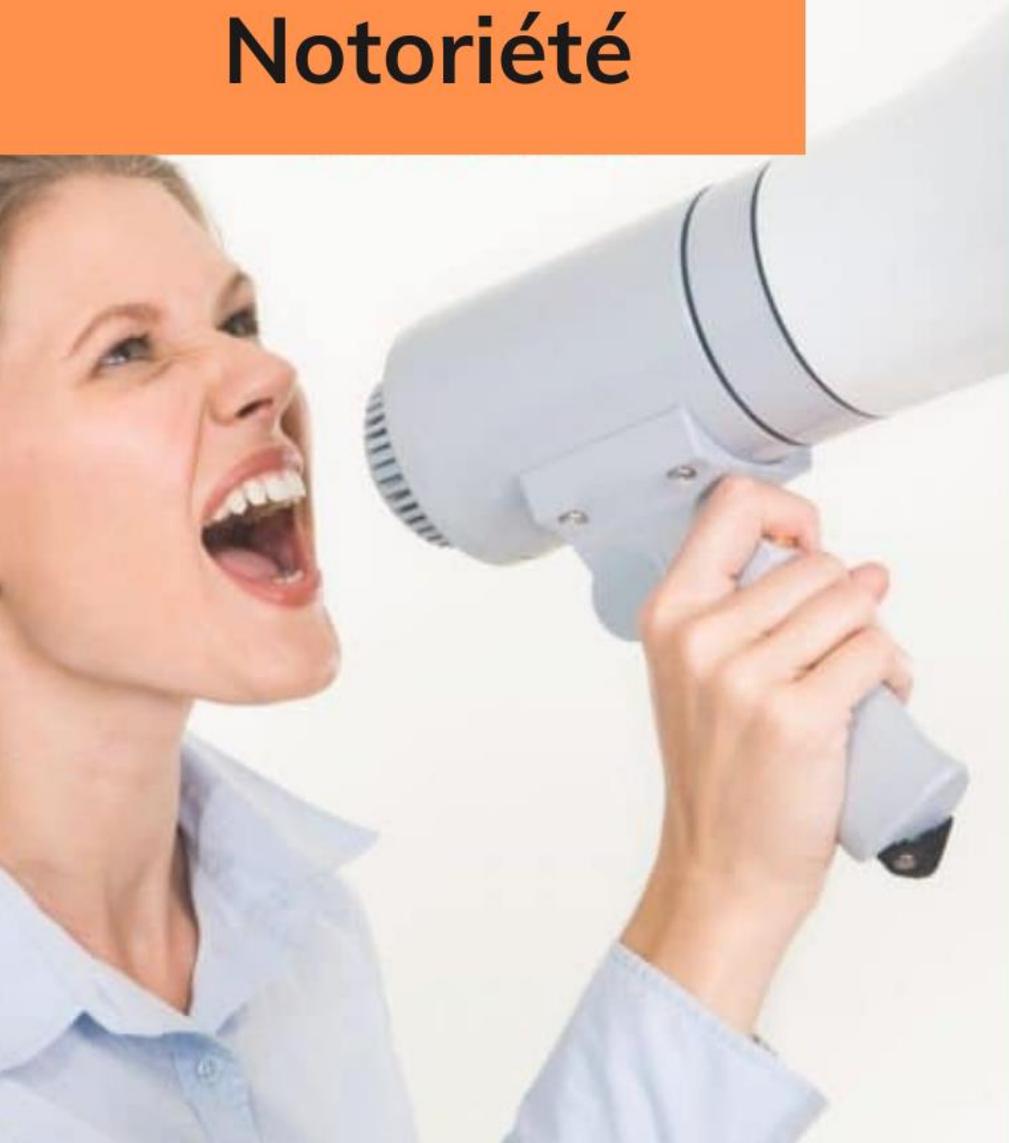


Pourquoi ? comment? quels réseaux?

POURQUOI COMMUNIQUER SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX ?



1/ Visibilité & Notoriété



Les utilisateurs passent de plus en plus de temps sur les réseaux sociaux, c'est donc l'endroit idéal pour faire connaître votre marque mais aussi vos produits ou services.

Vous allez augmenter votre présence sur le web et faciliter l'accès à ce que vous proposez depuis n'importe quel endroit et à tout moment. Plus vous proposez du contenu, plus vous engendrez des interactions, des commentaires, de la discussion et plus vous serez visibles auprès de votre audience mais aussi des personnes qui les suivent.

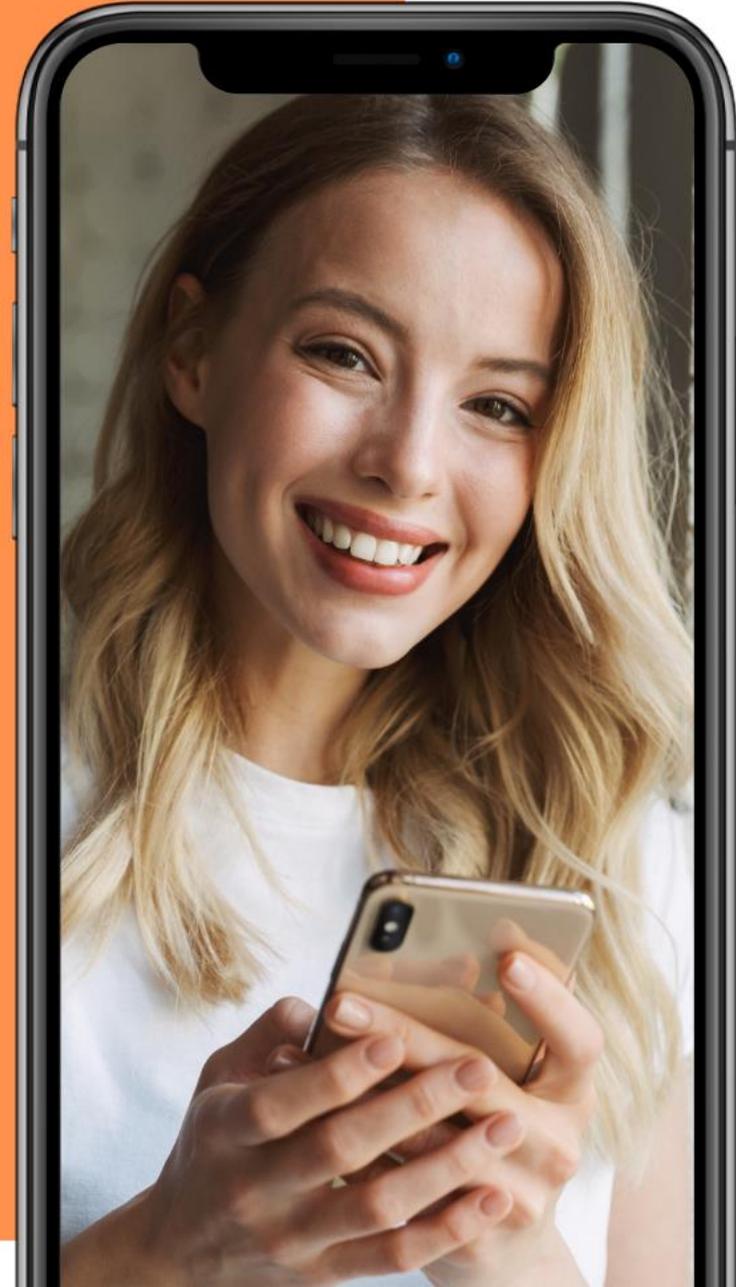
**Selon le rapport de l'étude de Kepios,
We are social et Hootsuite,
le top 3 des réseaux sociaux utilisés par les
Belges de 16 à 64 ans sont
Facebook avec 81,1%, Youtube avec 80% et
Instagram avec 53,1 %.**

**Facebook c'est 6.9 millions de users
dont 50.7% de femmes
49.8% ne s'y connectent qu' avec un smartphone**



**Facebook c'est
6.9 millions de users
dont 50.7% de femmes
49.8% ne s'y connectent
qu'avec un smartphone**

**Le format (photo et video)
& le contenu
sont donc des priorités
pour bien développer
sa communauté
&
son audience**



2/ Développer votre image & votre communauté

Vous devez voir les réseaux sociaux comme la vitrine de votre entreprise sur le web et la façon dont vous allez communiquer sur ces plateformes doit refléter la culture et les valeurs de votre marque.
Présenter vos produits et en faire la promotion c'est bien.

Mais ne faites pas que ça !

Votre communauté doit se sentir importante et comprise. Les réseaux sociaux sont donc le bon endroit pour interagir avec elle et créer un lien privilégié. →



3/Acquisition & 4/fidélisation

Fidéliser vos clients

Les réseaux sociaux vont permettre d'établir une relation privilégiée avec vos clients actuels et futurs. En humanisant votre communication et en multipliant les échanges, vous instaurez une relation de confiance et durable.

N'oubliez pas que vos consommateurs sont les premiers ambassadeurs de votre marque !

Acquérir de nouveaux clients

Plus vous publiez sur des sujets intéressants de manière pertinente et cohérente avec votre cible et vos objectifs plus vous serez amené à croiser le chemin de différents prospects et possibles futurs clients.

Vous aurez donc tous les outils en main pour transformer les prospects en clients.

De plus, vous pouvez maintenant communiquer rapidement et à **moindre coût**.

En effet, les réseaux sociaux vous permettent de réagir en direct et l'utilisation et la publication sur les réseaux est gratuite. Cela demande juste du temps et une véritable stratégie. (d'où un consultant en stratégie digitale peut être un atout)





5/Partager du contenu

Les réseaux sociaux vous permettent de communiquer sur vos produits et la vie de votre entreprise, sur votre actualité, vos événements, vos projets, sans oublier la promotion de vos produits.

Le partage de contenu va générer de l'engagement et augmenter votre notoriété.

C'est le moment de montrer votre expérience aux internautes, donner des conseils et vous positionner en véritable expert dans votre domaine.

N'oubliez pas de toujours publier du contenu intéressant pour votre cible afin de leur apporter une véritable plus value. Nous vous conseillons également de mettre en place un calendrier de publication afin d'être organisé et de varier vos thèmes de publications.

6/Générer du trafic vers votre site web

Une stratégie de contenu bien définie et bien menée vous permet de capter l'attention de votre audience et de sortir du lot parmi les milliers de contenus disponibles sur internet. Vous provoquez ainsi un véritable intérêt chez les internautes et générez un trafic qualifié vers votre site.

Soyez actif et mettez l'accent sur la qualité de votre contenu plutôt que sur la quantité sans oublier d'identifier les bons réseaux sociaux sur lesquels être présent.



Quels réseaux sociaux choisir pour son entreprise



Le leader des réseaux sociaux en Belgique mais aussi dans le monde. Il vous permet de toucher des professionnels mais aussi des particuliers. Il vous assurera un maximum de visibilité si vous l'utilisez correctement.



Permet de mettre en scène votre entreprise, vos salariés et vos produits dans le quotidien. En misant sur le visuel et l'esthétisme, mais aussi sur les interactions avec votre communauté, vous pourrez créer une véritable relation de confiance.



réseau social de référence pour les professionnels et le B2B. Ici, on se concentrera plutôt sur du contenu corporate pour faire de votre page la vitrine virtuelle de votre entreprise. Il s'avère également idéal pour prospecter de nouveaux clients.



L'avantage principal de la vidéo est qu'elle permet de communiquer sur une entreprise et son univers de façon beaucoup moins formelle qu'à travers un long texte ou une simple image. Elle est donc un excellent outil pour humaniser votre communication



est le réseau social de l'actualité en direct et de la libre expression, ce qui en fait le choix parfait pour des échanges personnalisés et la mise en place d'un service après-vente en ligne.



En résumé

Aujourd'hui, les réseaux sociaux sont incontournables dans la stratégie de communication d'une entreprise si vous souhaitez augmenter vos opportunités, développer votre image de marque et votre communauté et fidéliser vos clients.

Il vous faudra vous mettre au clair sur vos différents objectifs pour sélectionner les réseaux sur lesquels débiter.

Sans oublier de travailler sur une véritable stratégie.

En effet, on ne communique pas sur les réseaux sociaux Privés & Professionnels au hasard ni de la même manière.

Il vous faudra optimiser votre présence social media.

Il ne s'agit pas seulement ici de créer des comptes mais rigueur et récurrence seront les mots d'ordre !

JAN
2021

BELGIUM

ESSENTIAL HEADLINES FOR DIGITAL ADOPTION AND GROWTH
CHANGES TO DATA SOURCES MEAN VALUES ARE *NOT COMPARABLE* WITH PREVIOUS REPORTS



BELGIUM

TOTAL
POPULATION



11.61
MILLION

URBANISATION:
98.1%

ANNUAL CHANGE:
+0.4%
+46 THOUSAND

MOBILE
CONNECTIONS



10.81
MILLION

vs. POPULATION:
93.1%

ANNUAL CHANGE:
+0.3%
+31 THOUSAND

INTERNET
USERS



10.57
MILLION

vs. POPULATION:
91.0%

ANNUAL CHANGE:
+1.5%
+158 THOUSAND

ACTIVE SOCIAL
MEDIA USERS*



8.83
MILLION

vs. POPULATION:
76.0%

ANNUAL CHANGE:
+10.7%
+850 THOUSAND

we
are
social



we
are
social

Hootsuite*

30 SOURCES: THE UN; LOCAL GOVERNMENT BODIES; GSMA INTELLIGENCE; ITU; GWI; EUROSTAT; CHINIC; ARII; OECD; SOCIAL MEDIA PLATFORMS' SELF-SERVICE ADVERTISING TOOLS AND EARNINGS REPORTS; MEDIASCOPE; CAFEBAZAAR. *COMPARABILITY ADVISORY: SOURCE CHANGES. INTERNET USER NUMBERS NO LONGER INCLUDE DATA SOURCED FROM SOCIAL MEDIA PLATFORMS, SO FIGURES ARE NOT COMPARABLE WITH PREVIOUS REPORTS. *NOTE: SOCIAL MEDIA USER NUMBERS MAY NOT REPRESENT UNIQUE INDIVIDUALS, AND MAY EXCEED INTERNET USER NUMBERS.

Les réseaux sociaux en chiffre

8.83 millions de belges sur les réseaux sociaux

Sur les 11,61 millions de Belges, 8,83 millions, soit 76% de la population, sont actifs(ves) sur les réseaux sociaux. Par rapport à janvier 2020, cela représente une progression de 10,7%, soit environ 850.000 Belges.



Les belges passent plus de temps sur les réseaux sociaux

La crise sanitaire a-t-elle poussé les Belges à passer plus de temps sur Facebook, Instagram et compagnie ? Oui, très clairement. En moyenne, les internautes belges âgés entre 16 et 64 ans ont passé **1h45 par jour** sur les réseaux sociaux en 2021.

+9%



Comparée aux autres pays étudiés de près, la Belgique se situe toujours en queue de peloton en matière de temps quotidien consacré aux réseaux sociaux. La moyenne de 2020 se situant désormais à 2h25 par jour dans les 46 pays étudiés, à peine 0,4% au-dessus de la moyenne de 2019.



Par contre, la Belgique est l'un des pays dans lesquels les réseaux sociaux sont les plus consommés via mobiles (smartphones et tablettes). Seuls 3,9% des Belges actifs sur les réseaux sociaux ne s'y connectent que via un ordinateur



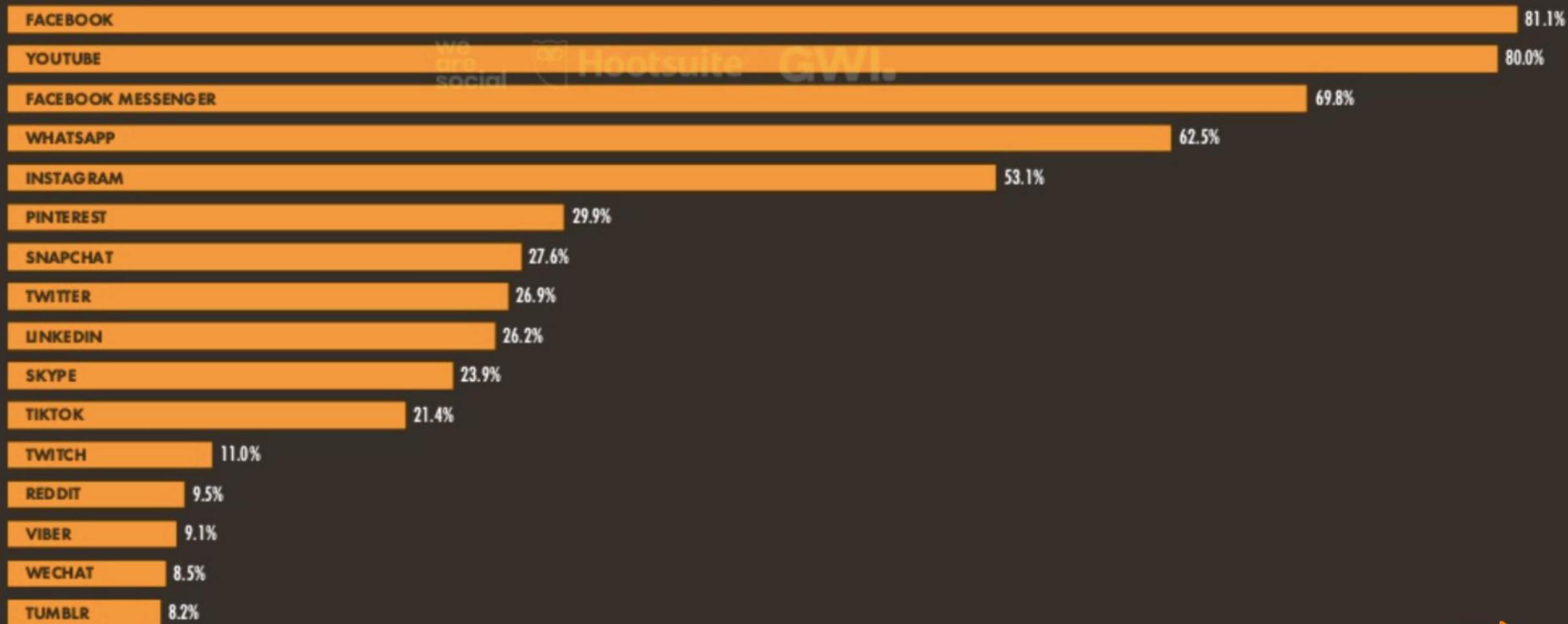
JAN
2021

MOST-USED SOCIAL MEDIA PLATFORMS

PERCENTAGE OF INTERNET USERS AGED 16 TO 64 THAT HAS USED EACH PLATFORM IN THE PAST MONTH



BELGIUM



SOURCE: GWI (Q3 2020). FIGURES REPRESENT THE FINDINGS OF A BROAD GLOBAL SURVEY OF INTERNET USERS AGED 16 TO 64. SEE [GLOBALWEBINDEX.COM](https://www.globalwebindex.com) FOR MORE DETAILS.

NOTE: FIGURES ON THIS CHART REPRESENT INTERNET USERS' SELF-REPORTED SOCIAL MEDIA BEHAVIOURS, AND MAY NOT CORRELATE WITH THE FIGURES CITED ELSEWHERE IN THIS REPORT FOR EACH PLATFORM'S ADVERTISING AUDIENCE REACH, OR THE ACTIVE USER FIGURES PUBLISHED BY INDIVIDUAL SOCIAL MEDIA PLATFORMS.



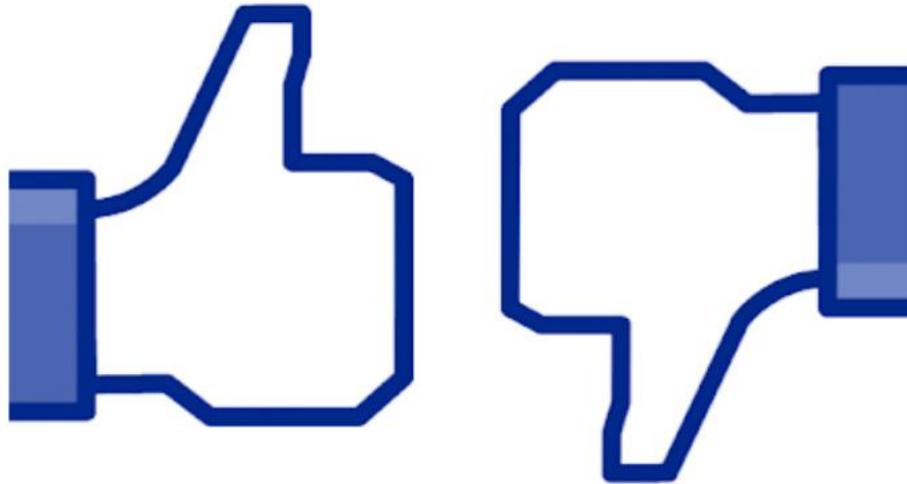
Toujours peu d'usage professionnel !!!

En tout cas, cette tendance haussière n'est clairement pas due à l'usage des réseaux sociaux... à des fins professionnelles. Les Belges qui déclarent s'en servir pour le boulot étaient 13% en 2018 et 30% en 2019. Et fin 2020 ? Finie, la progression ! Ils étaient 28%, très loin de la moyenne de l'étude (40%).

Pourquoi ?

Voici quelques exemples

- Une habitude parfois difficile à prendre pour les salariés
- Attention à la fracture numérique au sein de l'entreprise
- Un usage parfois inapproprié des salariés avec un risque de « facebookisation » de leur outil de travail
- Des solutions techniques multiples... qui ne répondent pas toujours aux besoins de l'entreprise



LinkedIn confirme sa percée



**3.5 millions de comptes en
Belgique**

45 % sont vraiment actifs

**57 % sont des hommes
sur les comptes actifs**

En touchant désormais 44,3% des Belges de plus de 18 ans, LinkedIn confirme une nouvelle percée (41% de pénétration en 2019), en atteignant 4,1 millions de Belges (+8%). Toujours selon cette étude...

Mais ... Si nos propres relevés confirment bel et bien une progression d'environ 10% grâce à une percée chez les 25-34 ans, il nous semble que la filiale de Microsoft compte tout de même moins de membres belges que les 4,11 millions avancés par l'étude, qui évoque il est vrai l'audience potentielle publicitaire totale, donc y compris les individus touchés hors plateforme par la régie de LinkedIn.

Ce que confirme cette fois l'étude de Kepios, We Are Social et Hootsuite.





Juste derrière facebook

chaque minute plus de 500 heures de matériel vidéo sont publiées dans le monde.

Selon des données internes de la division belge de YouTube, plus de 7,5 millions de Belges âgés de plus de 18 ans ont consulté YouTube en octobre 2020. Un chiffre impressionnant qui se répète de mois en mois et représente 80% des citoyens de cette tranche d'âge. les utilisateurs de YouTube sur le marché belge sont restés connectés en moyenne 35 minutes par jour sur la plateforme vidéo. **Cela fait de YouTube le canal de vidéos en ligne le plus consulté chez nous.**

Dans le monde, plus de 60% des utilisateurs sont ainsi devenus des téléspectateurs YouTube en regardant une vidéo sur leur écran TV durant les 7 derniers jours".





Pinterest, continue son petit bonhomme de chemin, en touchant désormais **2,95 millions** de Belges, soit 31,9% de la population majeure (dont 77,6% de femmes!). C'est à peine plus que l'an dernier (2,9 millions), ce qui tendrait à cacher un yo-yo, puisque les 2,95 millions actuels masquent une jolie progression de 21,6% sur le précédent trimestre (524.000 nouveaux comptes accessibles en 3 mois !?!).



L'étude de We Are Social et Hootsuite ne détaille pas les statistiques de TikTok. Dans le classement général de la Belgique, TikTok est associé à un taux de pénétration de 21,4 % chez les 16-64 ans (1,8 millions d'utilisateurs), contre à peine 9 % à la même époque en 2020.

En attendant d'autres études, il faudra donc se contenter de ce chiffre... Et de celui qui circule pour le moment dans le marché, glissé ici et là par les représentants de TikTok en Belgique : **2,8 millions** de Belges au total, moins de 16 ans compris, donc. 1,8 million d'un côté, 2,8 millions de l'autre...

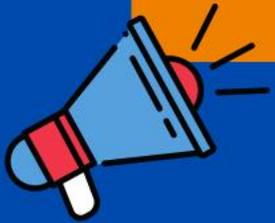


Snapchat, qui avait déjà bien rebondi en 2019, confirme son rebond, avec une audience atteignant 32,8 % des plus de 13 ans, soit, **3,25 millions** d'utilisateurs belges, donc environ 100.000 de plus que fin 2019.





Publicités sur les réseaux sociaux



Une des premières raisons pour laquelle une publicité sur les réseaux sociaux peut vous intéresser est d'ordre financier.

Sur Facebook et Instagram, LinkedIn, Youtube, Pinterest etc...un budget limité pour une publicité classique vous permettra par exemple d'atteindre plus d'un million d'utilisateurs !

Sur la plupart des réseaux sociaux, vous bénéficiez également d'une grande flexibilité quant au budget à affecter à la campagne tout en ayant une estimation quantifiée du ciblage. La publicité sur les réseaux sociaux est ainsi accessible à toute taille d'entreprise.



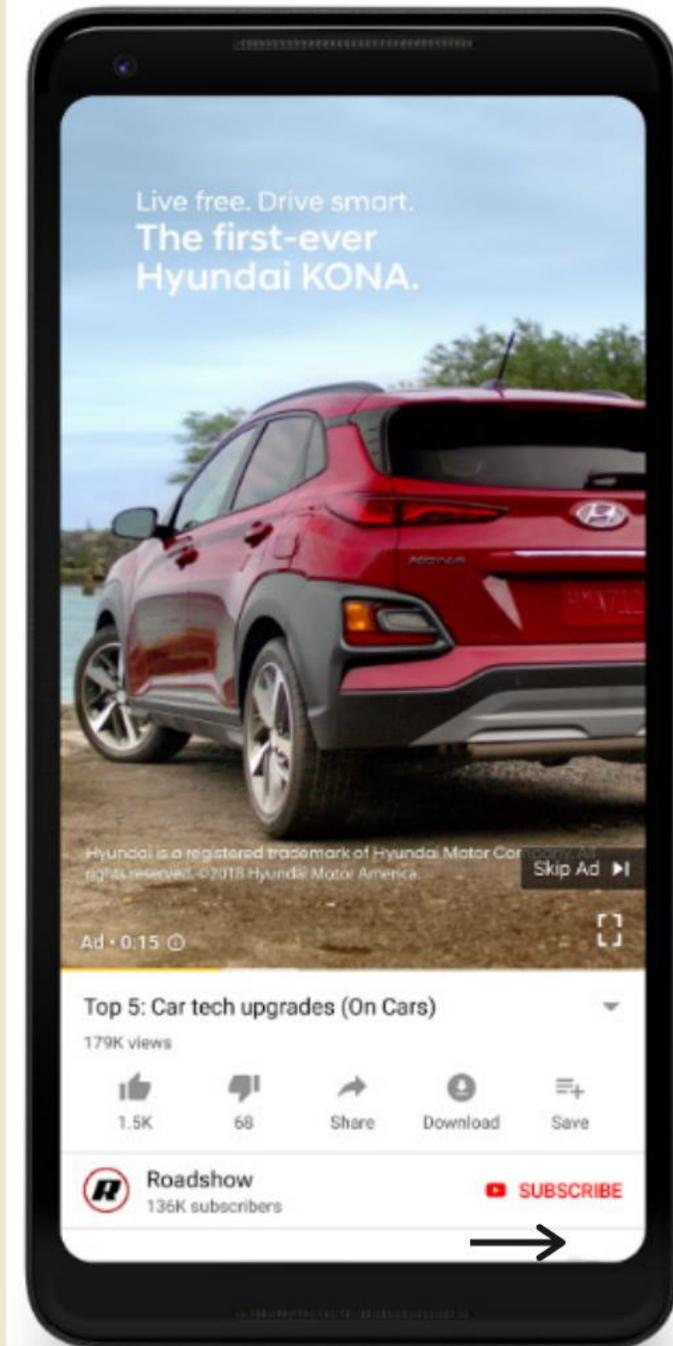
Quelles spécificités pour chaque réseau social et quelles alternatives ?

Les publicités sur Facebook et Twitter sont le modèle le plus classique : vous ciblez directement selon un format et des critères personnalisables.

Facebook est le réseau social permettant à ce jour la personnalisation la plus poussée. En outre, le réseau social propose de prolonger la campagne sur Instagram, réseau de partage de photos détenu par Facebook.

Linkedin offre une approche différente et plus axée sur le monde professionnel : vous pourrez cibler selon le poste occupé par l'utilisateur, le secteur ou la taille de l'entreprise... Vous pourrez ainsi gagner en visibilité auprès de certains professionnels, recruter plus facilement ou augmenter votre notoriété.

Enfin, gardez à l'esprit qu'il existe des formes de marketing digital hors des réseaux sociaux à l'instar de Google et de son offre AdWords, les moteurs de recherche sont une alternative parfois moins complexe quoique souvent plus onéreuse.



La publicité sociale est un phénomène en pleine expansion qui vous offrira de nombreuses opportunités pour un ciblage à la fois qualitatif et quantitatif du marché que vous voulez atteindre.

Pour réussir sa campagne, il est important de maîtriser les bases techniques permettant d'obtenir un taux de conversion élevé et

de choisir un format et un réseau adapté à vos produits, services ou entreprise.

Contenu



Média



Ciblage



Chaque réseau à ses propres formats et propres règles

Former vos collaborateurs à l'utilisation des réseaux sociaux professionnels

ou

Travailler avec un consultant en stratégie digitale

Pourquoi ne pas vous servir du réseau bâti par vos collaborateurs pour promouvoir votre entreprise ?

Les salariés sont vos premiers ambassadeurs sur les réseaux sociaux ! Ils y parlent souvent de leur travail, partagent parfois vos contenus corporate et il n'est pas rare qu'ils indiquent leur profession et leur employeur dans leur biographie.

Ils ont donc un rôle important à jouer dans la gestion de votre e-réputation, dans la croissance de votre notoriété et dans l'acquisition de leads qualifiés.

Le consultant marketing freelance est devenu un acteur incontournable pour la gestion et les conseils dans : le community management, les campagnes publicitaires Google ads et Facebook ads, SEO, création de site web, e-mailing personnalisé et selon la personne des spécialisations bien spécifiques.

En s'associant avec un consultant chevronné, vous allez profiter de conseils et d'un accompagnement pour certaines missions que vous aurez sollicité tout au long de votre stratégie digitale.

Et il sera au fait des nouveautés et de la veille au sein de votre réseau et activité car il dispose généralement d'outils dédiés à cet effet.



Les erreurs à ne pas commettre sur les réseaux sociaux

Communiquer sur les réseaux sociaux demande des efforts, de la rigueur, un bon timing et la production de contenus pertinents et de qualité. Pour réussir votre stratégie social media voici quelques « faux pas » à esquiver :

1. Ne pas publier assez fréquemment
2. Publier trop fréquemment
3. Ne pas publier au bon moment
4. Attacher trop d'importance au nombre d'abonnés
5. Oublier que les abonnés doivent devenir des clients
6. Ne pas publier de contenus qui engagent la conversation (et ne pas y répondre !)
7. Chercher à être présent sur tous les réseaux sociaux
8. Ne pas personnaliser les messages selon le réseau social
9. Publier des messages sans personnalité ou de mauvaise qualité
10. Ne pas définir de stratégie



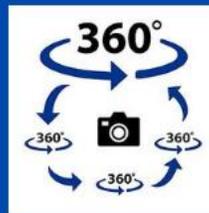


Que peut-on lier aux réseaux sociaux

Quelques exemples



E-commerce (drop-shipping)



Visite virtuelle interactive



événement en direct



Si un consultant vous
intéresse n'hésitez pas

Votre

avis

nous

intéresse



Numéro de téléphone

 0479/27.73.79

Adresse e-mail

 parnould@1pulsion.be

Site Web

 www.1pulsion.be