



LIVRE BLANC

GUIDE PRATIQUE

Construisez votre présence
sur les réseaux sociaux



SUD OUEST PUBLICITÉ x eliette

Les chiffres clés des réseaux sociaux en France en 2023

FACEBOOK

CONTACTER LES CIBLES ADULTES MATURES

32

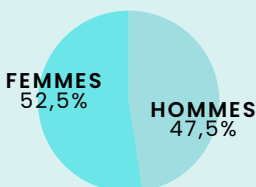
MILLIONS
D'UTILISATEUR
ACTIFS

56.7%

du trafic web issu des
réseaux sociaux provient
de Facebook

12h54

temps passé,
par utilisateur,
par mois



LINKEDIN

ENTRER EN CONTACT AVEC
DES PROFESSIONNELS

27

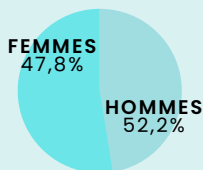
MILLIONS
D'ACTIFS

43%

des spécialistes marketing
déclarent avoir trouvé au
moins un client sur LinkedIn

54min

temps passé,
par utilisateur,
par mois



INSTAGRAM

TOUCHER DES CIBLES JEUNES ET
CONSOUMATRICES

23,7

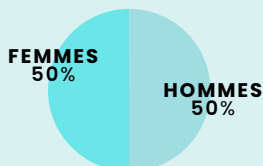
MILLIONS
D'ACTIFS

62,2%

des utilisateurs
utilisent la plateforme
pour "suivre ou
chercher des marques
et produits"

8h36

temps passé,
par utilisateur,
par mois



TIKTOK

SUSCITER L'INTÉRÊT D'UNE CIBLE JEUNE

22

MILLIONS D'ACTIFS

FEMMES
53,3%

HOMMES
46,7%

21h24

temps passé,
par utilisateur,
par mois

72%

des utilisateurs
ont **moins de 24 ans**

SNAPCHAT

FAVORISER LA CRÉATIVITÉ

20,2

MILLIONS DE VISITEURS UNIQUES QUOTIDIENS

94%

du trafic web issu des réseaux sociaux provient de Facebook

3h21

temps passé,
par utilisateur,
par mois

FEMMES
52,5%

HOMMES
47,5%

X (ANCIEN TWITTER)

COMMUNIQUER EN TEMPS RÉEL

13,7

MILLIONS D'ACTIFS

36,3%

des utilisateurs déclarent utiliser X pour "suivre des marques ou des produits"

4h43

temps passé,
par utilisateur,
par mois

FEMMES
32,28%

HOMMES
68,8%



INTRODUCTION

Comment les TPE et PME doivent investir les réseaux sociaux ?

La présence d'une entreprise sur les réseaux sociaux revêt une importance cruciale.

Alors que les réseaux sociaux avaient déjà gagné en influence au cours des dernières années, ils se sont désormais imposés comme un outil marketing essentiel pour interagir avec votre public cible.

Toutefois, il ne suffit plus simplement d'être présent. Il devient impératif de développer une stratégie spécifique à votre entreprise ou marque, afin de se distinguer efficacement.

Ce livre blanc vous guide en 7 étapes simples et opérationnelles.

Etape 1 : Établir des objectifs stratégiques

Etape 2 : Comprendre & analyser des cibles

Etape 3 : Évaluer vos ressources

Etape 4 : Définir vos réseaux sociaux

Etape 5 : Etablir une ligne éditoriale

Etape 6 : Structurer & planifier

Etape 7 : Mesurer, analyser, adapter



ÉTAPE 1

Établir des objectifs stratégiques.

Pour toute entreprise souhaitant marquer sa présence sur les réseaux sociaux, la première étape consiste à **définir clairement ses ambitions**. Les attentes que vous avez des réseaux sociaux orienteront l'intégralité de votre stratégie.

Il est essentiel de comprendre que chaque objectif ne peut être abordé avec la même intensité ou les mêmes ressources. **Vous devez les classer par ordre de priorité en fonction de vos besoins et de vos ressources disponibles.**

L'objectif principal que vous définissez influencera directement vos actions. Cela comprend le paramétrage de vos profils sur les différentes plateformes (ajout de boutons d'action, mise en place d'une boutique en ligne, etc.), la conception de vos contenus (choix des formats, informations à mettre en avant) et même la tonalité de votre communication.

■ EN BREF

L'efficacité de votre stratégie sur les réseaux sociaux repose en grande partie sur la justesse de votre compréhension de l'audience. En vous alignant sur leurs préférences et leurs attentes, vous augmentez vos chances de créer des interactions significatives et de renforcer l'engagement autour de votre marque ou entreprise.



ETAPE 2

Comprendre & analyser des cibles.

Afin de garantir la pertinence et l'efficacité de votre communication sur les réseaux sociaux, il est **impératif de disposer d'une connaissance approfondie de votre audience cible**. Qui sont ces personnes ou entreprises que vous cherchez à atteindre ? Et que recherchent-ils sur les réseaux sociaux ?

IDENTIFICATION DE VOTRE AUDIENCE

Votre stratégie digitale doit répondre aux besoins spécifiques de votre audience cible. Il est donc crucial **d'identifier, parmi vos segments de clientèle, ceux qui sont activement présents sur les réseaux sociaux et susceptibles d'interagir** avec votre marque ou entreprise.

HABITUDES ET PRÉFÉRENCES DES UTILISATEURS

Afin d'affiner votre approche, prenez le temps **d'étudier les comportements de votre audience**;

Quelles plateformes privilégient-ils ? Où se trouvent-ils majoritairement ? Quelles sont leurs attentes lorsqu'ils suivent ou interagissent avec une entité similaire à la vôtre ? Recherchent-ils des informations, de l'inspiration, des offres exclusives ou une combinaison de ces éléments ?

■ EN BREF

L'efficacité de votre stratégie sur les réseaux sociaux repose en grande partie sur la justesse de votre compréhension de l'audience. En vous alignant sur leurs préférences et leurs attentes, vous augmentez vos chances de créer des interactions significatives et de renforcer l'engagement autour de votre marque ou entreprise.

ETAPE 3

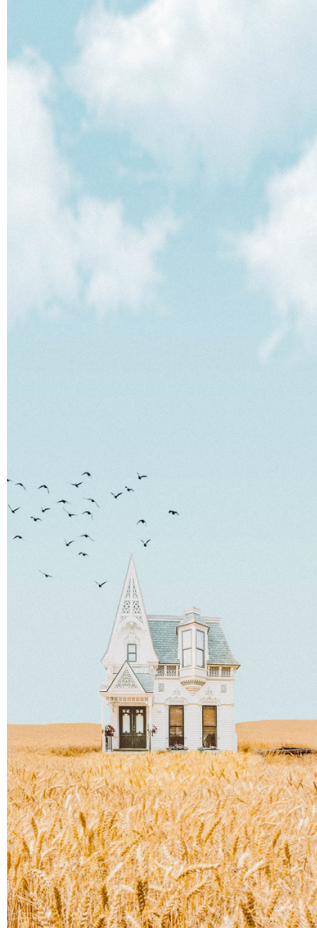
Évaluer vos ressources.

L'efficacité d'une stratégie digitale repose non seulement sur sa conception, mais aussi sur les moyens alloués à sa mise en œuvre. Cette étape est cruciale, car elle vous aidera à aligner vos objectifs avec les ressources disponibles.

Posez-vous la question de la nécessité d'embaucher un spécialiste dédié à la gestion de vos réseaux sociaux. Est-ce une mission à temps plein ou une responsabilité supplémentaire pour une personne déjà en poste ?

Définissez combien de temps sera nécessaire pour animer vos comptes, créer du contenu, interagir avec votre audience et suivre les performances.

Cette analyse déterminera votre fréquence de publication et assurera une présence régulière.



Est-il nécessaire d'investir dans du matériel spécifique (comme un appareil photo) **ou des logiciels pour la création et la gestion de contenu ?**

Si vous envisagez d'utiliser des publicités ciblées (Social ADS) ou des campagnes d'influenceurs, il est **essentiel de définir un budget précis**. Cela inclut non seulement les coûts publicitaires, mais aussi les coûts associés à la création de contenu promotionnel.

■ EN BREF

La préparation et l'estimation des coûts est une étape déterminante dans l'élaboration de votre stratégie sur les réseaux sociaux. Elle vous permet de prendre des décisions éclairées et d'assurer une mise en œuvre optimale pour atteindre vos objectifs tout en respectant vos contraintes budgétaires.

ETAPE 4

Définir vos réseaux sociaux.

Le choix des réseaux sociaux est essentiel pour garantir l'efficacité de votre stratégie. Chaque réseau a ses spécificités et ses publics cibles. Il est donc essentiel d'orienter votre choix en fonction de plusieurs critères.

■ ALIGNEZ-VOUS SUR VOTRE AUDIENCE

Identifiez les réseaux sociaux fréquentés par votre audience cible. La pertinence de votre présence dépendra grandement de l'adéquation entre la plateforme et votre public.

■ DÉTERMINER LES RESSOURCES ET LE CONTENU

Certains réseaux sociaux demandent une présence plus régulière et interactive. Si vous êtes contraint en temps, certains réseaux comme Twitter pourraient ne pas être adaptés.

Les plateformes varient en fonction du type de contenu qu'elles privilégient. Par exemple, si votre entreprise dispose de peu de contenu visuel, une plateforme axée sur l'image comme Instagram pourrait ne pas être le choix le plus judicieux.

■ ANALYSEZ LA CONCURRENCE

L'observation des plateformes où vos concurrents sont actifs peut vous fournir des indications précieuses. Non seulement cela vous donne une idée des standards de l'industrie, mais cela pourrait aussi mettre en évidence des opportunités ou des niches moins saturées.

Notre infographie sur les chiffres clés peut vous aider à définir les plateformes adaptées à votre stratégie (voir page 1 et 2).

■ EN BREF

Le choix de vos plateformes sociales est déterminant dans le succès de votre stratégie digitale. Une sélection judicieuse vous permettra d'engager votre audience de manière pertinente, d'optimiser vos ressources et de vous démarquer de la concurrence.

ETAPE 5

Etablir une ligne éditoriale.

La ligne éditoriale est la colonne vertébrale de votre communication sur les réseaux sociaux. Elle **guide le ton, le contenu et le style de vos publications, assurant ainsi une cohérence et une résonance auprès de votre audience.**

COHÉRENCE INTER-RÉSEAUX

Tandis que chaque plateforme peut nécessiter une approche légèrement différente, l'essence de votre message doit rester la même sur tous les canaux pour assurer une reconnaissance de marque. Si les réseaux sociaux peuvent souvent permettre un ton plus détendu ou engageant, il est essentiel que cela ne compromette pas l'intégrité ou le professionnalisme de votre marque.

REFLÉTER LA PERSONNALITÉ DE LA MARQUE

Les utilisateurs des réseaux sociaux valorisent **l'authenticité.**

Votre ligne éditoriale doit donc, non seulement correspondre à l'identité de votre entreprise, mais aussi **s'exprimer d'une manière qui semble naturelle et sincère.**

■ EN BREF

Une ligne éditoriale solide est un instrument indispensable pour renforcer votre marque sur les plateformes sociales. En restant authentique et cohérent, vous gagnez la confiance de vos abonnés et renforcez votre présence digitale.



ETAPE 6

Structurer & planifier.

La structuration de votre communication sur les réseaux sociaux repose sur une planification efficace. **Un planning éditorial bien conçu est essentiel pour harmoniser votre message et maximiser votre impact.**

Le planning éditorial agit comme une base de données de toutes vos idées de publications, garantissant une variété dans votre contenu tout en évitant les répétitions.

Qu'il s'agisse de lancements de produits, de conférences professionnelles ou d'événements mondiaux pertinents, **un bon planning éditorial vous permet d'anticiper et d'exploiter ces moments clés pour maximiser l'engagement.**

Une **publication régulière** est essentielle pour **conserver l'engagement de votre audience.** Avec une planification appropriée, vous pouvez assurer une fréquence constante sans compromettre la pertinence ou la qualité du contenu.



Téléchargez notre exemple de planning éditorial



■ EN BREF

Le succès sur les réseaux sociaux nécessite à la fois de la stratégie et de la structure. En adoptant une approche organisée et prévoyante, vous positionnez votre entreprise pour une interaction optimale et des résultats durables.

ETAPE 7

Mesurer, analyser, adapter.

La nature en constante évolution des médias sociaux exige une stratégie agile et adaptable. L'évaluation de votre performance et de votre impact nécessite une analyse régulière de vos activités.

Une stratégie de médias sociaux n'est jamais gravée dans le marbre. Elle **doit être prête à s'adapter** en fonction des retours d'informations et des tendances émergentes. Les Indicateurs Clés de Performance (KPI) : Pour **garantir que votre stratégie reste efficace, il est crucial d'identifier et de suivre les bons KPIs**. Parmi les plus pertinents :



> AUDIENCE & ENGAGEMENT

suivi du nombre de fans et du taux d'engagement pour évaluer l'intérêt et l'interaction de votre public.

> PORTÉE & VISIBILITÉ :

analyse de la portée des publications pour mesurer combien de personnes ont vu vos messages.

> CONVERSION & TRAFIC :

analyse du trafic et des conversions sur votre site web provenant des médias sociaux, permettant d'évaluer la rentabilité de vos efforts.

> INTERACTIONS DIRECTES:

surveillance du nombre de messages privés reçus pour évaluer la qualité de l'interaction client.

■ EN BREF

Votre présence sur les réseaux sociaux doit être évaluée par des mesures significatives pour garantir un retour sur investissement optimal. En identifiant les bons KPIs, en les analysant régulièrement, et en ajustant votre stratégie en conséquence, vous vous assurez d'une performance continue et d'une croissance durable.

CONCLUSION

Les réseaux sociaux représentent une réelle opportunité commerciale pour votre entreprise.

En adoptant une approche stratégique sur les différentes plateformes, vous optez pour un moyen efficace et abordable de développer votre activité.

Les équipes de Sud Ouest Publicité et de l'Agence Eliette sont des spécialistes de la stratégie média et des réseaux sociaux en Nouvelle-Aquitaine. N'hésitez pas à tirer parti de notre expertise pour élaborer une communication sur mesure, efficace et pertinente.

Le pôle Social Media de l'Agence Eliette est composé d'experts en community management, mais également en vidéo, photographie ou encore en direction artistique. Il anime votre communauté en gérant vos réseaux sociaux, en passant par la création de contenu (vidéo, photo...)ou encore, à la planification de vos publications. Grâce à des reportings mensuels, mesurez les performances de la stratégie Social Media dans votre communication. Avec une veille sectorielle permanente notre équipe d'experts vous propose une vision claire des pratiques les plus performantes de votre marché. Engagez votre communauté avec des contenus toujours plus créatifs !

Les acteurs de notre territoire nous font confiance



POUR ALLER PLUS LOIN

Influences Locales, c'est quoi ?

influences
LOCALES

Vous souhaitez approfondir votre stratégie sur les réseaux sociaux, avez-vous envisagé le recours au marketing d'influence ?

Influences Locales est l'offre de marketing d'influence proposée par le Groupe Sud Ouest. **Nos experts aident les entreprises à mettre en œuvre des stratégies d'influence sur les réseaux sociaux.**

Influences Locales, c'est :

L'offre de marketing d'influence initiée et portée par Eliette, avec le soutien du groupe Sud Ouest, qui met en lien annonceurs et influenceurs de la Nouvelle-Aquitaine.

Une charte pour les influenceurs locaux, portant sur la qualité de leur contenu et de leur audience, et l'attachement au territoire de ces créateurs de contenus.

Une équipe d'influenceurs créateurs de contenus réunis pour développer un marketing d'influence "made in Sud Ouest" responsable.

Créateurs de contenus

49 membres de communauté Influences Locales (qualité de leur contenu, de leur audience et attachement local).

Partenaires

déjà +de 50 partenaires nous font confiance en 2023 pour gérer leurs campagnes de marketing d'influence.
Visibilité : un retour sur investissement moyen de 293% sur la visibilité média.

Transparence

100% du sourcing des influenceurs, à leur rémunération, au tracking de la campagne.



SUD OUEST
PUBLICITE

x

eliette

www.sudouest-publicite.com

www.agence-eliette.fr

NOTRE MISSION

Être le partenaire de vos communications

Du conseil, à la production et la diffusion
Tout, pour optimiser l'ensemble de vos points de
contacts et répondre à vos objectifs.