



**GUIDE
PRATIQUE**



**Chambres de Métiers
et de l'Artisanat**
Pyrénées-Atlantiques

**CREATEUR
DE TALENT**

Les réseaux sociaux

+ D'INFORMATIONS SUR :

www.cma64.fr

LES RÉSEAUX SOCIAUX

QU'EST CE QU'UN RÉSEAU SOCIAL ?

Un réseau social est un site internet ou une application permettant aux utilisateurs de se constituer un réseau d'amis, de connaissances ou de contacts professionnels et qui facilite les échanges d'information et de contenu entre individus et organisations. Ainsi, ces sites proposent à leurs membres des outils et interfaces d'interactions, de présentation et de communication.

Pour commencer, il vous sera demandé de créer un compte ou un profil. Il existe aujourd'hui une multitude de réseaux sociaux

avec des utilisations différentes, mais les plus connus sont Facebook, Instagram, Twitter ou encore LinkedIn. Le succès d'audience de ces derniers en a fait des supports marketing et publicitaires souvent incontournables pour l'entreprise.

L'émulation des réseaux sociaux fonctionne ensuite sur deux principes que l'on peut résumer ainsi :

- Les amis de mes amis sont mes amis ».
- Les personnes qui partagent les mêmes centres d'intérêts que moi sont mes amis.

DÉFINITIONS

Les messages « push » :

Contrairement aux sites internet, les réseaux sociaux ont introduit le principe des messages push, l'information est « poussée » vers le contact et lui parvient soit par une notification soit intégrée dans son fil d'actualité si c'est un « ami » ou si la personne est abonnée. Cela accroît la visibilité d'une communication ou d'un message même si bien souvent l'information est noyée au milieu de nombreux autres articles.

La viralité :

La viralité est une **offre de promotion** d'une information produite par les usagers et pour les usagers grâce aux outils de communication notamment les réseaux sociaux. En reprenant eux-mêmes une information, les internautes la recommandent. C'est une activité de réception-sélection-renvoi simple et rapide. La viralité repose ainsi entièrement sur

un système de recommandation. La viralité s'apparente donc au principe du bouche à oreille, mais dans ce cas, elle s'opère de manière virtuelle, par les usagers d'Internet et à une vitesse parfois impressionnante. La diffusion du contenu n'est pas prévisible ni l'échelle à laquelle elle s'opère. La viralité est donc visible seulement après la diffusion d'un contenu.

PANORAMA DES MEDIA SOCIAUX 2016



LES RÉSEAUX SOCIAUX

QUELLES DIFFÉRENCES ENTRE FACEBOOK, INSTAGRAM, PINTEREST, TWITTER OU ENCORE VIADEO ET LINKEDIN ?

Facebook, est le réseau social historique et reste le leader des réseaux sociaux. Il est donc incontournable pour beaucoup d'entreprises. C'est un réseau grand public et il est conseillé d'adopter une approche « ludique ». On peut y partager aussi bien des phrases courtes, que des photos, des vidéos ou encore des liens. Il est important de déclencher l'interaction des internautes (j'aime, commentaire, partager...) en suscitant l'intérêt.

Sur **Instagram** on peut exclusivement publier des photos et vidéos.

Etant principalement utilisé via une application mobile, Instagram est adapté pour partager des photos de manière spontanée.

Pinterest est également un réseau orienté sur l'image, mais elles sont plus travaillées que sur Instagram, et les communautés s'organisent autour de centres d'intérêts.

Twitter est un réseau social de microblogging, les membres peuvent publier des messages de la taille d'un SMS (140 caractères maximum). Souvent utilisé comme outil d'information et de veille, Twitter

est parfois utilisé par les entreprises comme un service client ou pour accroître la notoriété d'une marque.

Viadeo et **LinkedIn** ont une approche plus professionnelle, votre profil ressemblant à un CV, ils sont de très bons outils pour développer son réseau professionnel, mettre en avant ses compétences et son expérience.

LES RÉSEAUX SOCIAUX ET L'ENTREPRISE ?

« ... les réseaux sociaux sont d'excellents outils pour favoriser le retour d'expériences des clients ... »

Les réseaux sociaux offrent une manière différente de communiquer. Ils permettent d'établir un lien dans la durée avec les clients de l'entreprise. En effet, en vous suivant sur un réseau, un internaute peut être informé quotidiennement de vos actualités, vos informations... Ainsi, et contrairement à

d'autres médias, il faut éviter d'avoir une approche purement commerciale, au risque d'agacer vos « suiveurs ». Souvent le contenu multimédia (photos, vidéos) a une grande importance. Les réseaux sociaux sont utilisés par les entreprises pour fidéliser leur clientèle, mais aussi comme outil de

conquête client. Lorsque les réseaux sociaux sont utilisés correctement, ils favorisent le « bouche à oreille ».

Les réseaux sociaux sont aussi d'excellents outils pour favoriser le retour d'expérience. Il est même possible d'impliquer sa communauté dans le développement ou l'amélioration de nouveaux produits ou services.

FAUT-IL ÊTRE SUR PLUSIEURS RÉSEAUX SOCIAUX ?



Selon votre métier, et la typologie de votre clientèle, vous pouvez être sur un ou plusieurs réseaux sociaux. Mais il est inutile de s'inscrire sur de nombreux réseaux si vous n'êtes pas en mesure d'animer chaque compte. En effet, il

est déconseillé de laisser un compte à l'abandon et de faire du « copier / coller » entre vos différents comptes.

Un artisan d'art peut par exemple développer sa présence sur des réseaux où ses créations seront

prises en avant : comme Pinterest ou Instagram, ainsi que Facebook qui reste incontournable. Plus généralement, il faut se concentrer sur les réseaux où sont présents vos clients.

QU'EST CE QUE LE # SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX ?

Le hashtag (#) permet de marquer un contenu avec un mot clé. Grâce au # d'autres internautes peuvent retrouver vos publications, même s'ils ne vous suivent pas sur vos comptes. Si sur Facebook

le # est moins utilisé, il est par contre indispensable sur Twitter ou Instagram. Par exemple, si sur Instagram vous marquez une photo avec le #gateaubasque, un utilisateur de ce réseau social

recherchant #gateaubasque pourra voir apparaître votre photo.

« Le buzz, c'est la fameuse formule magique qui offre à toute entreprise une possibilité de gagner en visibilité dans le vaste monde de l'internet ... »
Yann Gourvennec

JE N'AI PAS BEAUCOUP DE TEMPS, PUIS-JE QUAND MÊME ME LANCER ?

Gérer des comptes de réseaux sociaux pour son entreprise prend du temps, puisqu'il est nécessaire de se connecter très régulièrement, idéalement quotidiennement. Même si vous ne

publiez pas chaque jour, il faut tout de même vérifier sa page, la modérer, répondre aux commentaires. Pour être dans cette logique de « réactivité », les smartphones peuvent être très

utiles pour pouvoir gérer son compte ou sa page, ils permettent de réaliser ces tâches à tout moment et en temps réel.

QUELS RISQUES POUR L'IMAGE ET LA RÉPUTATION DE MON ENTREPRISE ?

On s'interroge souvent sur les risques en matière de confidentialité, et sur la réputation de l'entreprise qui pourrait être écornée, notamment sur Facebook.

Les chefs d'entreprise artisanale redoutent souvent les commentaires que peuvent laisser sur leurs pages les internautes. Un entrepreneur peut recevoir des avis d'internautes via une multitude d'espaces sur le web. En étant

présent il est possible de suivre, de gérer, de répondre à ces avis, et parfois même de fédérer une communauté d'internautes. Lesquels peuvent prendre votre défense en cas de commentaires négatifs.

Le risque principal pour votre entreprise est de mal utiliser le réseau social : communiquer de manière non professionnelle ou partager du contenu inadapté (revendication politique,

propagande etc...).

L'e-réputation, parfois appelée web-réputation, cyber-réputation, réputation numérique, sur le Web, sur Internet ou en ligne, est la réputation, l'opinion commune (informations, avis, échanges, commentaires, rumeurs...) sur le Web d'une entité (marque), personne morale (entreprise) ou physique (particulier), réelle (représentée par un nom ou un pseudonyme) ou imaginaire. Elle correspond à l'identité de cette marque ou de cette personne associée à la perception que les internautes s'en font.

Cette notoriété numérique, qui peut constituer un facteur de différenciation et présenter un avantage concurrentiel dans le cas des marques, se façonne par la mise en place d'éléments positifs et la surveillance des éléments négatifs.

EST-CE QUE FACEBOOK EST PAYANT OU GRATUIT POUR LES ENTREPRISES ?

Facebook est gratuit pour tous les utilisateurs, y compris pour les entreprises. De nombreux messages trompeurs circulent régulièrement, demandant de copier coller un texte et le partager sur Facebook pour éviter une version payante : c'est totalement faux. Il ne faut d'ailleurs JAMAIS « *copier coller* » ce genre de messages, qui au contraire vous

décrédibiliseraient. Les seuls cas pour lesquels vous aurez à payer sur Facebook, concerne la mise en avant des publications et la publicité, les fonctionnalités classiques restant gratuites.

QUAND ET COMMENT PUBLIER SUR MA PAGE FACEBOOK ?

Pour exister sur Facebook, il faut que les internautes réagissent à vos publications en les commentant, en les « aimant » (like) ou en les partageant. Ainsi, si vous ne publiez pas vous n'êtes pas visible, et même lorsque vous publiez, si les internautes ne réagissent pas,

vous ne serez pas visible non plus. Il est donc primordial d'actualiser sa page régulièrement (à définir en fonction de l'activité : tous les jours, tous les 2 jours, chaque semaine...), et de proposer du contenu intéressant et qui suscitera l'interaction. Sur Facebook il est donc préféra-

ble de publier un contenu multimédia (une photo, une vidéo...) accompagné d'un texte court puisque c'est le format qui a le plus de chance de faire réagir.

COMMENT FONCTIONNENT LES PUBLICITÉS FACEBOOK ?

Un entrepreneur a la possibilité de faire de la publicité sur Facebook et Instagram, en payant par carte bleue directement via son compte Facebook. La publicité est intéressante dans la mesure où elle permet de cibler très précisément des utilisateurs de Facebook : par tranche d'âge, par localisation et même par centres d'intérêts, hobbies. C'est vous

qui choisissez combien vous souhaitez dépenser, et pendant combien de temps. Quelques euros suffisent déjà à obtenir des résultats positifs, mais plus le budget sera élevé, plus la publicité sera affichée au panel d'utilisateur Facebook choisi. Cependant l'utilisateur qui verra votre publicité n'aura pas forcément besoin de vos services immé-

diatement. Il faut avant tout veiller à proposer du contenu intéressant en respectant les règles de publication habituelle.

« ... elle permet de cibler très précisément des utilisateurs de Facebook : par tranche d'âge, par localisation et même par centres d'intérêts, hobbies ... »





**CREATEUR
DE TALENT**

PAU

CMA : 11 Rue Solférino - 64 000 PAU
Tél. : 05 59 83 83 62

Université des métiers :
Parc d'Activités Pau Pyrénées
34 av. Léon Blum - 64000 PAU
Tél. 05 59 14 85 90

BAYONNE

CMA - Université des métiers :
25 bld d'Aritxague - 64100 BAYONNE
Tél. 05 59 55 12 02



@ : contact64@artisanat-aquitaine.fr

www.cma64.fr

WebTV : www.artisanat64.tv

Suivez-nous sur les réseaux sociaux !



[/cma64/](#)
[/universitedesmetiers64/](#)
[/fccma64/](#)



[@artisanat64](#)



[/cma64/](#)

