



PELLERIN FORMATION
— LE NUMÉRIQUE SUR MESURE —

**7 conseils pour bien diversifier
sa présence social-média
de marque**

Novembre 2015

Pellerin Formation est un institut de formation réseaux sociaux sur mesure situé à Paris.

N'hésitez pas à prendre contact avec nous pour plus d'informations sur nos offres : clement@pellerin-formation.com.



Vous êtes pour le moment présent sur une seule plateforme sociale et vous comptez diversifier votre activité social-média ?

Il est temps de se poser les bonnes questions pour réussir en douceur cette transition, qui n'est pas aussi simple qu'il n'y paraît.

La diversification de présence social-média va demander de votre part une réflexion sur des aspects tels que :

- *la ligne éditoriale sur le ou les nouveaux espaces sociaux*
- *le budget à consacrer aux campagnes publicitaires permettant de poursuivre le développement de votre communauté*
- *le respect des contextes de navigation des différentes plateformes*
- *le choix sur la ou les valeurs à apporter à vos consommateurs en fonction des espaces*
- *la planification des actions de communication sur les mois/années à venir*

Pour mener à bien cette étape de votre stratégie social-média, voici 7 conseils pouvant vous être utiles.

1) S'adapter au contexte de navigation

Chaque réseau social dispose de ses propres us & coutumes en matière de publication de contenu.

Pour être sûr d'aller dans la bonne direction, il faut donc savoir comment **adapter sa ligne éditoriale** sur la forme, mais également sur le fond.

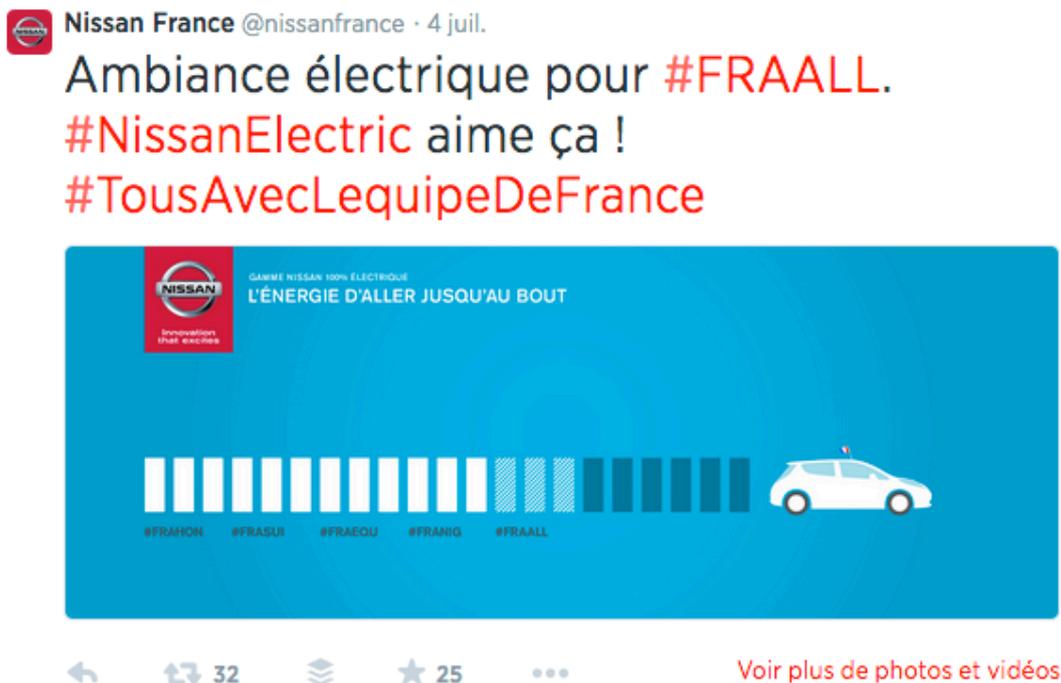
Voici quelques exemples de marques ayant bien cerné les usages des principaux réseaux sociaux du marché.

Sur Twitter

Nous pouvons recenser **trois principaux usages business** du réseau social à l'oiseau bleu :

- le marketing en temps réel

Dans ce cas, la marque automobile Nissan tente de rebondir sur l'actualité de la journée du 4 juillet, le match de Coupe du Monde "France-Allemagne", et cela en cherchant à promouvoir ses voitures électriques.



Dans le même esprit, nous retrouverons également de nombreux livetweets organisés par des marques ou des médias visant à couvrir des événements liés à leur cœur d'activité.

Par exemple, le PSG couvrira l'ensemble de ses matchs via son compte Twitter :

7 conseils pour bien diversifier sa présence social-média de marque



PELLERIN FORMATION
— LE NUMÉRIQUE SUR MESURE —

 **PSG Officiel** @PSG_inside · 17 mai
#But de @LucasnaRede_ qui creuse l'écart ! 3-0 #PSGMHSC
#FierDeLucas



← ↻ 460 📁 ★ 166 ⋮ Voir plus de photos et vidéos

 **PSG Officiel** @PSG_inside · 17 mai
52' 3 buts à 0 pour le PARIS SAINT GER MAIN !!! #PSGMHSC

← ↻ 170 📁 ★ 51 ⋮

 **PSG Officiel** @PSG_inside · 17 mai
49' @LucasnaRede_ parfaitement servi dans la profondeur, frappe du droit et glisse la balle entre Jourden et son poteau gauche ! #PSGMHSC

← ↻ 74 📁 ★ 23 ⋮

 **PSG Officiel** @PSG_inside · 17 mai
49' BUUUUUUUUTTTTTT DE LUCAS MOURA !!!!!!! #PSGMHSC

← ↻ 490 📁 ★ 140 ⋮

- l'apport de contenus experts

Les internautes créant leur compte sur Twitter sont avant tout à la **recherche d'informations** de la part de médias ou de marques.

Dans certains cas, cette démarche d'apport de contenus experts visera à **crédibiliser** l'ensemble de vos services/produits.

Dans l'exemple ci-dessous, la banque **donne des conseils** pour bien réserver ses vacances en ligne.

7 conseils pour bien diversifier sa présence social-média de marque



PELLERIN FORMATION
— LE NUMÉRIQUE SUR MESURE —



+ Suivre

Vous réservez vos vacances en ligne ?
Découvrez comment éviter les pièges et
faire les meilleures affaires ! goo.gl/xwD4eb

← Répondre ↻ Retweeter ★ Favori ≡ Buffer ... Plus

Accès à vos comptes
Identifiant :
Mot de passe :
Sécurité | Mot de passe oublié
Autre moyen d'authentification
Découvrir **FILBANQUE**
Souscrire

Dossiers pratiques
• Particuliers
• Professionnels
• Entreprises
• Grands Comptes

Concrétisez vos projets :
Simuler...
Demander votre devis...
Souscrire...

Abonnez-vous à la Newsletter :
votre e-mail

CONSOMMATION
Réservé vos vacances sur internet

Aujourd'hui, plus de la moitié des Français réserve ou achète leurs vacances en ligne. Comment réaliser les meilleures affaires ? Comment déjouer les pièges ? Voici quelques conseils pour bien choisir votre séjour sur internet.

Profiter des meilleurs prix
Pour trouver les meilleurs tarifs, pensez aux comparateurs de prix ! Testez-en plusieurs car ils ne fonctionnent pas tous avec les mêmes partenaires. Pour les hébergements, l'avis des internautes, peut aussi vous guider dans votre choix.
Les formules de "dernière minute" peuvent vous permettre de bénéficier de tarifs attractifs, même si la destination ne correspond peut-être pas à vos souhaits.
Si vous souhaitez anticiper votre voyage, vous pouvez profiter des prix avantageux en réservant longtemps à l'avance vos billets d'avion ou de train.

Vérifier les informations sur le vendeur et l'offre
Avant de régler en ligne, pensez à vérifier :
La fiabilité du site :
- les coordonnées du vendeur (nom et prénom ou raison sociale, adresse). En cas de litige, le pays de l'établissement déterminera la législation qui s'applique.
- la sécurité des paiements : la page où s'effectue la transaction doit toujours commencer par "https://".
- l'avis des utilisateurs et de votre entourage.
La crédibilité des prestations proposées par :
- l'agence de voyage,
- l'hôtel,
- la compagnie aérienne.
Pensez aussi à noter et à tester le numéro du service client.

CIC PRATIQUE
Votre mémo de voyage
Pour avoir tous vos numéros utiles avec vous lorsque vous voyagez, téléchargez votre mémo de voyage personnalisé.
Votre attestation d'assistance
Pour séjourner dans certains pays, vous devez fournir une attestation de prise en charge de vos frais médicaux, éditez votre attestation liée à votre carte bancaire sur mondial-assistance.fr.

- la conversation par l'écoute des discussions des internautes

Twitter est également un excellent outil pour **entrer en contact avec les internautes** dans le besoin d'informations sur un secteur d'activité ou sur des produits/services.

7 conseils pour bien diversifier sa présence social-média de marque



PELLERIN FORMATION
— LE NUMÉRIQUE SUR MESURE —

C'est ce qu'a bien compris la chaîne de magasins Nicolas, qui propose régulièrement des sessions de questions/réponses sur :

- les accords mets et vins
- l'univers du vin
- des conseils de dégustation
- etc...

Dis-moi Nicolas @DisMoiNicolas

Accords mets et vin, conseils, univers du vin ... Posez-nous toutes vos questions, nous y répondrons du lundi au vendredi, de 9h30 à 19h !

↳ Répondre ↻ Retweeter ★ Favori 📄 Buffer ... Plus

14:16 - 26 juin 2014

Sébastien Chamayou @SChamayou

Je suis un fidèle acheteur de Ruinart mais j'aimerais bien essayer un Brut, d'autre grande Maison. Que me conseillez vous ? @DisMoiNicolas

↳ Répondre ↻ Retweeter ★ Favori 📄 Buffer ... Plus

15:10 - 25 juin 2014

Répondre à @SChamayou @DisMoiNicolas

Dis-moi Nicolas @DisMoiNicolas · 25 juin
Bonjour @SChamayou , vous pourrez retrouver le raffinement du Ruinart brut dans le Louis Roederer Brut Premier ;-)

Détails ↳ Répondre ↻ Retweeter ★ Favori 📄 Buffer ... Plus

Sébastien Chamayou @SChamayou · 25 juin
@DisMoiNicolas merci ! J'aime bien la Maison Mumm également, y a-t-il des cuvées prestige chez eux ?

Détails ↳ Répondre ↻ Retweeter ★ Favori 📄 Buffer ... Plus

Dis-moi Nicolas @DisMoiNicolas · 25 juin
@SChamayou , nous pouvons en effet vous proposer Mumm brut Sélection Grand Cru ! (A ne pas confondre avec un Mumm Cordon Rouge Brut ;-)

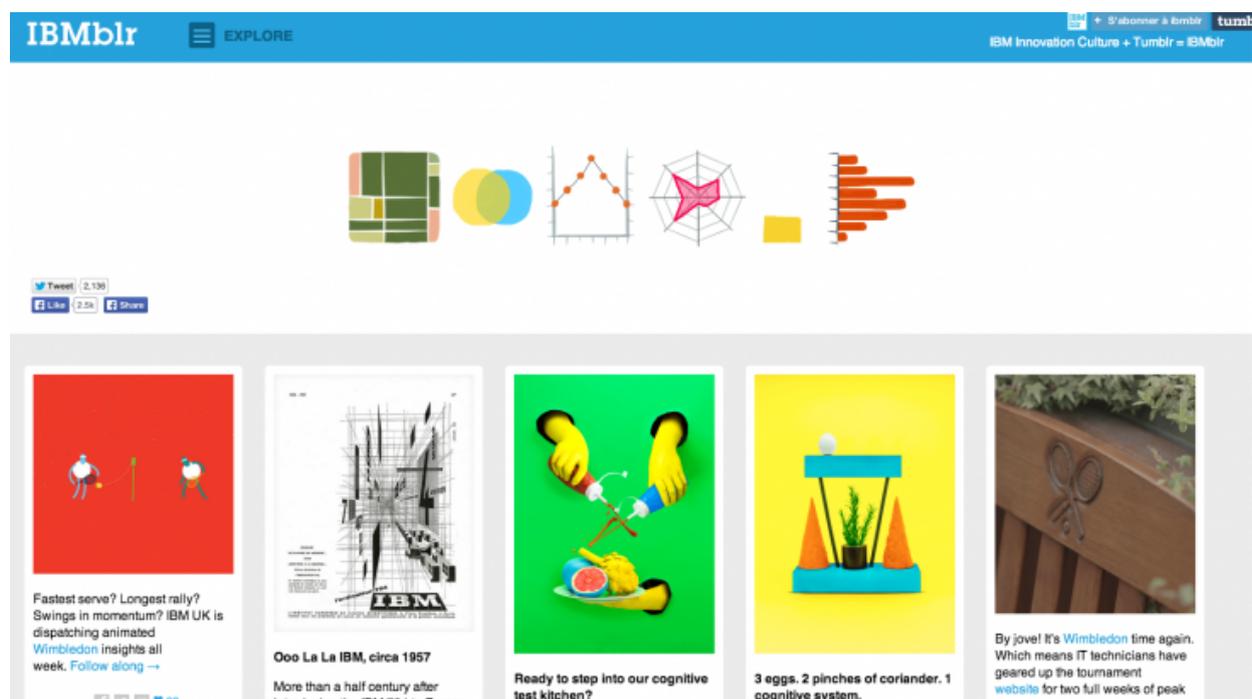
Détails ↳ Répondre ↻ Retweeter ★ Favori 📄 Buffer ... Plus

Sur Tumblr

L'aspect ludique de cette plateforme de blogging impose aux marques d'avoir **une communication très visuelle** et animée par l'usage de GIFs.

Le contenu textuel ne devra pas être majoritaire, comme cela pourrait être le cas par l'usage d'un blog Wordpress.

Dans l'exemple ci-dessous, IBM propose de **nombreux dessins animés** visant à mettre l'accent sur le positionnement "innovation" de l'entreprise.



Sur Pinterest

Le réseau social de l'image est une excellente plateforme pour proposer du **contenu froid à forte valeur ajoutée** pour les internautes.

Les marques pourront l'utiliser de deux principales façons :

7 conseils pour bien diversifier sa présence social-média de marque

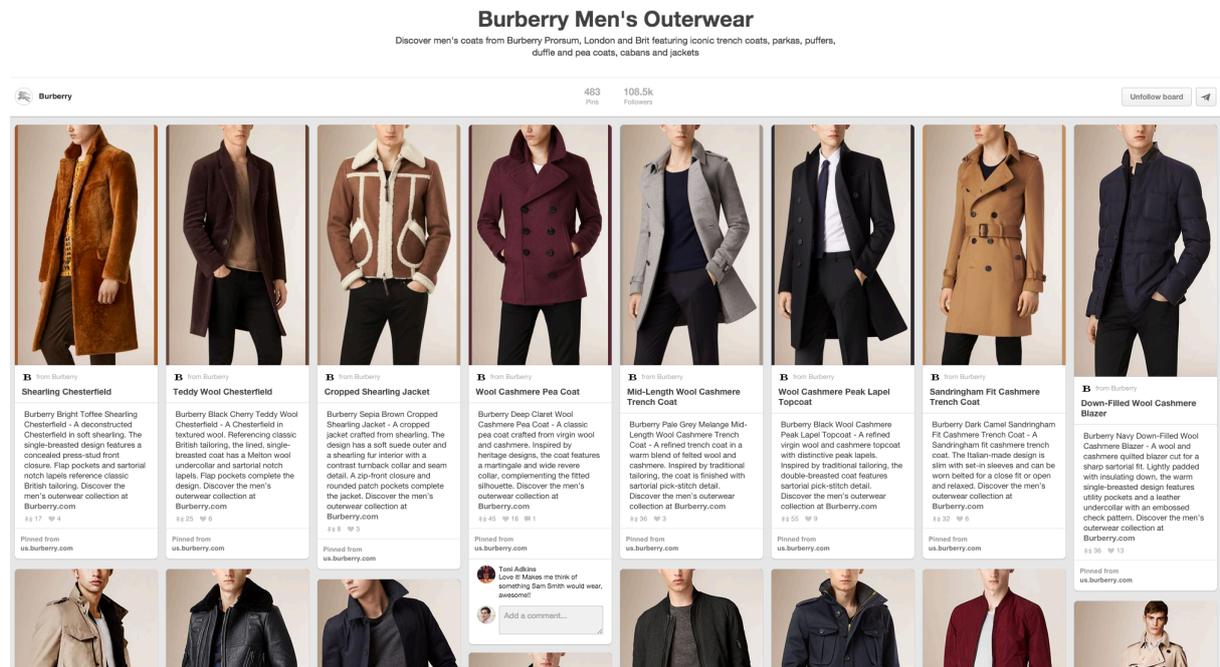


PELLERIN FORMATION
— LE NUMÉRIQUE SUR MESURE —

- la mise en avant de produits

Dans ce cas, la marque de vêtements & d'accessoires Burberry propose à ses abonnés l'ensemble de ses collections par l'intermédiaire de ses albums Pinterest.

Chaque produit sera lié au site e-commerce pour inciter à la génération de trafic.



- la communication d'informations par l'infographie

La plateforme se prête également à la distribution d'infographies, ce qui est bon à savoir pour les nombreux magazines en ligne ayant pour objectif de viraliser leurs dernières productions en la matière

Sur Instagram

Les internautes attendront des marques un **contenu natif**, c'est-à-dire produit directement via l'application et s'insérant naturellement dans leur flux d'actualités.

Pour cela, les marques pratiqueront **trois principaux usages** de l'application :

7 conseils pour bien diversifier sa présence social-média de marque



PELLERIN FORMATION
— LE NUMÉRIQUE SUR MESURE —

- le storytelling

Par sa production de contenus photos portant sur la marche des fiertés, la société de VTC souhaite communiquer son soutien à la cause LGBT auprès des membres de sa communauté Instagram.

Au-delà de couvrir l'évènement, c'est un positionnement revendiqué par la marque visant à faire passer un message.



7 conseils pour bien diversifier sa présence social-média de marque



PELLERIN FORMATION
— LE NUMÉRIQUE SUR MESURE —

- la mise en avant contextualisée des produits

Il ne s'agit pas de reproduire le catalogue photo de vos produits déjà posté sur Pinterest, mais il sera question ici de les **mettre en scène** comme le fait Levi's sur la capture d'écran ci-dessous :



7 conseils pour bien diversifier sa présence social-média de marque



PELLERIN FORMATION
— LE NUMÉRIQUE SUR MESURE —

- la couverture d'évènement en direct

Certaines marques se servent d'Instagram comme un outil de reporting photo en direct.

Cet usage correspond parfaitement aux attentes des mobinautes sur l'application, comme c'est le cas pour la marque F1 Total Official qui propose régulièrement des contenus photos en rapport avec les Grand-Prix F1 du moment.





Sur Vine

Extrêmement utilisé pendant la Coupe du Monde de Football pour **communiquer rapidement par la vidéo** sur les moments forts des matchs, Vine est un outil permettant aux marques de prolonger leur storytelling.

Le format court des vidéos (6 secondes) impose aux Community Managers de la **créativité et de la méthode** pour y transmettre un message clair.

Sur Viadeo/LinkedIn

Ces réseaux professionnels permettent aux marques d'atteindre **deux objectifs marketing distincts** :

- le recrutement de nouveaux salariés

Que ce soit via le jobboard ou les annonces postées sur les pages "Entreprises", les marques ont bien compris l'intérêt d'aller chercher leurs candidats sur des plateformes où le contexte est propice à la recherche d'emploi.

7 conseils pour bien diversifier
sa présence social-média de marque



PELLERIN FORMATION
— LE NUMÉRIQUE SUR MESURE —

L'ORÉAL

Responsable groupe brevets (H/F)

L'Oréal - France

Publiée il y a 2 jours

[Postuler sur le site web de l'entreprise](#)

[Enregistrer](#)

[Autres détails](#)

À propos de ce poste



Descriptif du poste

Principales Missions :

- Construire et gérer le portefeuille du groupe (dépôts, procédures, opposition) dans le domaine.
- S'assurer de la liberté d'exploitation des produits relevant de son périmètre.
- Etude de produits concurrents au regard de nos brevets.
- Conseiller le haut management de la recherche et des Affaires dans le domaine du droit des brevets
- En lien avec le patron de pôle, superviser la gestion des litiges brevets.
- Etudes de due diligence en lien avec le domaine d'activité.
- Formation des chercheurs aux questions touchant à la PI.
- Manager une équipe de 3 ingénieurs brevets et 1 assistante.

Compétences requises :

- Autonomie,
- Bonnes capacités de reporting, sens de l'organisation,
- Curiosité, ouverture d'esprit, capacité à interagir dans une organisation internationale multi culturelle.
- Très bonne capacité relationnelles
- Bonnes Capacités de rédaction, capacité à faire et à présenter une synthèse de sujets complexes
- Capacité à manager une équipe de 4 personnes.



Compétences et expérience souhaitées

Diplômé en Chimie/biochimie., vous justifiez d'une expérience de 7 à 10 ans dans le domaine. Une expérience en cabinet de propriété industrielle est un réel atout. Une connaissance en biotechnologie/ biologie serait un plus.

Vous êtes en outre :

- Mandataire Européen, et de préférence également inscription sur la liste des personnes qualifiées en Propriété Industrielle.

7 conseils pour bien diversifier sa présence social-média de marque



PELLERIN FORMATION
— LE NUMÉRIQUE SUR MESURE —

- la génération de leads en B2B

Dans ce cas, l'entreprise recherche à toucher les professionnels dans une démarche de séduction/démonstration d'expertise ou de vente directe d'un produit/service.

Société Générale Sponsoring

Sur ideespourvous.fr découvrez l'Appli Pro Société Générale, l'appli mobile pensée pour les professionnels

GÉRER SA TRÉSORERIE PARTOUT ET À TOUT MOMENT ? L'APPLI PRO

l'Appli Pro Société Générale
Ideespourvous.fr · Découvrez l'Appli Pro Société Générale pour gérer votre trésorerie partout et à tout moment

+ Suivre Société Générale · J'aime (15) · Commenter (1) · Partager · il y a 3 j

Alexandre KOERFER, Seiichi Numazawa et 13 autres personnes

Waldo Lavados Mucho por hacer a este lado del mundo
il y a 3 j

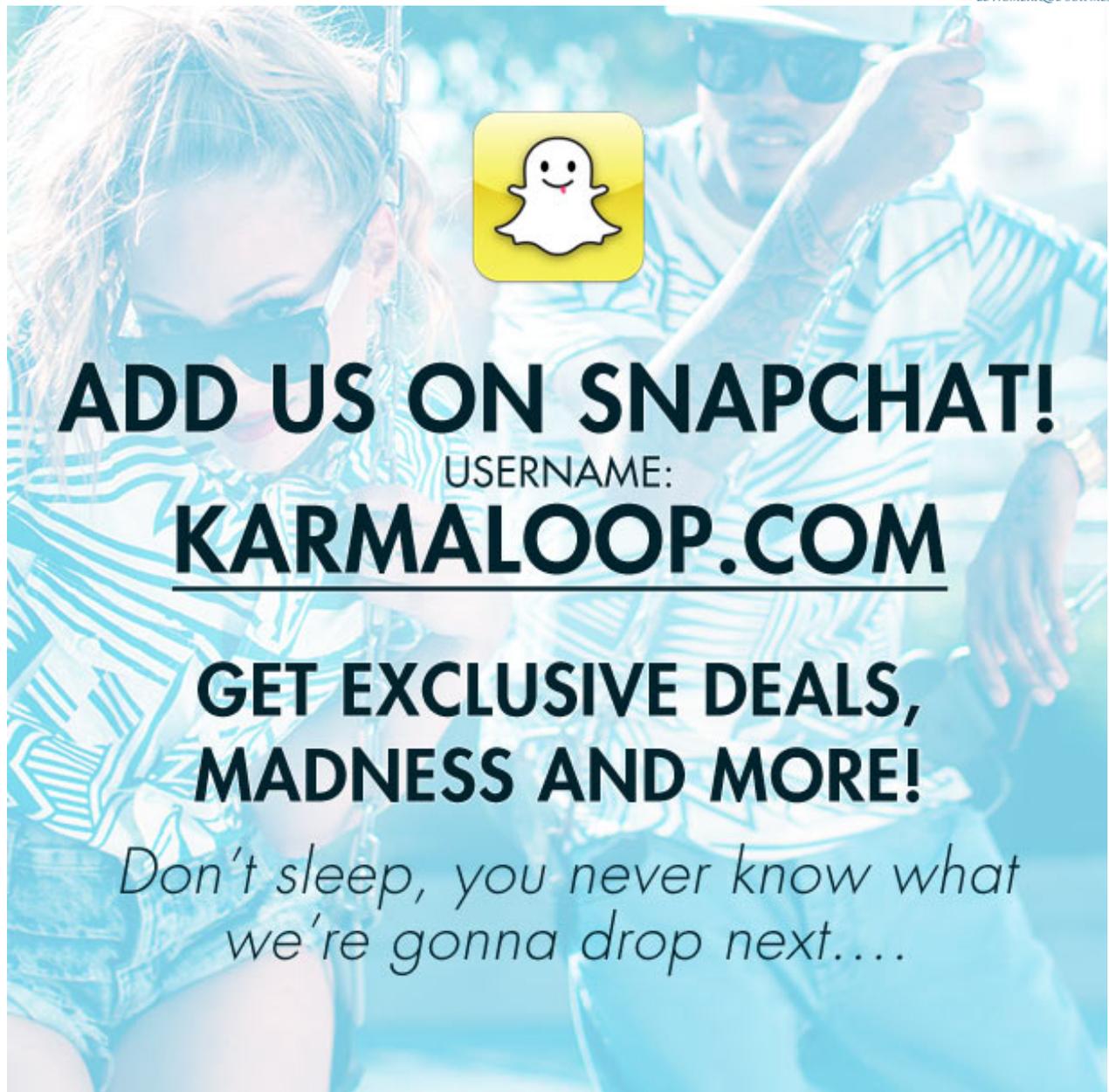
Ajouter un commentaire...

Sur SnapChat

S'il y a un usage à retenir de cette application, c'est bien l'apport d'exclusivité à votre communauté.

Il est capital de faire comprendre à l'internaute l'intérêt de vous ajouter sur SnapChat.

La marque de vêtements Karmaloop a bien compris cela par cette création visuelle :



ADD US ON SNAPCHAT!
USERNAME:
KARMALOO.COM

*Don't sleep, you never know what
we're gonna drop next....*

2) Connaître les attentes de l'audience présente

Après avoir compris les différents usages des principaux réseaux sociaux, il est capital de savoir si les cibles de votre business sont bien présentes sur ces derniers.

Plusieurs méthodes existent pour le savoir.

Je vais vous en donner une pour le réseau Twitter.

Sur la copie d'écran ci-dessous, nous remarquons qu'une internaute **recherche des conseils** pour acheter une bonne bouteille de Pinot Noir.

Un e-commerce de vin pourrait alors prendre la parole pour lui répondre et la guider dans ses choix.



Et lorsque l'on observe de plus près les conversations portant sur le vin, nous constatons bien qu'il existe de **nombreux besoins en information** de la part des internautes dans ce domaine.

C'est un boulevard pour ce secteur d'activité.

3) Planifier sa stratégie sur plusieurs années

Lorsque vous pensez à diversifier votre présence social-média, il faut toujours bien y réfléchir sur le long termes en matière de ligne éditoriale.

Si vous suivez régulièrement l'actualité des réseaux sociaux, vous devez donc savoir **qu'ils évoluent en permanence** et ne tendent pas dans la même direction en ce qui concerne le contexte de navigation des internautes.



Par exemple, Facebook avec ses multiples modifications de l'Edge Rank **bouleverse la visibilité des publications** de marques et des internautes.

En ce qui concerne des réseaux comme Google+ où l'audience commence à se développer et à **y passer plus de temps**, est-il temps de commencer à y communiquer ?

SnapChat est-elle une **application d'avenir ou un simple effet de mode** ?

Lorsque vous aurez répondu à ces problématiques pour votre marque, il sera question d'y proposer **une ligne éditoriale pérenne** afin de ne pas vous essouffler pendant les prochains mois et prochaines années.

4) Un réseau social par objectif marketing ?

La recherche et la fidélisation de nouveaux clients n'est pas le seul objectif des marques sur les réseaux sociaux.

Bien au contraire.

Certaines entreprises comprendront les attentes/contextes de navigation des internautes par plateforme afin **d'atteindre des objectifs marketing différents**.

C'est le cas de KPMG qui cherchera à **recruter** via sa page Facebook et **communiquer sur sa marque / démontrer son expertise** sur son compte Twitter.

7 conseils pour bien diversifier
sa présence social-média de marque



PELLERIN FORMATION
— LE NUMÉRIQUE SUR MESURE —

KPMG
Carrières France

KPMG Recrutement
Conseils/services d'affaires

J'aime Abonné(e) Message

Journal À propos Photos Nos métiers Plus

PERSONNES >

Invitez vos amis à aimer cette Page

À PROPOS >

Bienvenue sur la page carrières de KPMG en France ! Actualités, événements et vie de l'entreprise et de ses collaborateurs.

<http://www.kpmg.fr/>

Suggérer des modifications

APPLICATIONS >

Publier Photo / Vidéo

Écrivez quelque chose sur cette Page...

KPMG Recrutement a partagé un lien.
4 juillet

France-Brésil : une vieille complicité
www.kpmg.com
[Décryptages - International] Fondée en 1897 et siégeant à Rio de Janeiro, l'Académie brésilienne des lettres compte quarante membres.

J'aime · Commenter · Partager · Buffer 1 partage

KPMG Recrutement a partagé la photo de KPMG Recrutement.
2 juillet

Vous souhaitez savoir si le métier de l'Expertise-comptable - Conseil est fait pour vous ?

7 conseils pour bien diversifier sa présence social-média de marque



PELLERIN FORMATION
— LE NUMÉRIQUE SUR MESURE —



5) Prévoir les ressources en interne

Vouloir diversifier sa présence social-média, c'est aussi prévoir les ressources nécessaires en interne pour assurer le bon déroulement de votre stratégie.

Voici les points clés à prendre en compte avant de vous lancer :

- comment vais-je recruter les premiers membres de ma communauté ?
- quel budget publicitaire dois-je mettre en place pour que mes actions procurent un ROI correct ?
- qui va produire la ligne éditoriale sur le ou les réseaux supplémentaires ?
- comment le Community Manager doit-il organiser son planning de création et de



publication de contenus ?

- quelles sont les métriques clés à intégrer dans le reporting social-média de fin de mois ?

Si vous avez les réponses à ces questions, c'est le moment de vous lancer.

6) Veiller en permanence sur les MAJ

Si vous suivez régulièrement mon blog, vous avez certainement dû voir passer certains de mes articles sur les **dernières fonctionnalités apportées** sur les principaux réseaux sociaux du marché.

Ces nouveautés sont cruciales à prendre compte car elles portent régulièrement sur les **différentes actions publicitaires** permises aux Community Managers, et donc vise à rendre toujours plus performantes ses campagnes.

7) Les erreurs cruciales à éviter

Une diversification mal réfléchie peut entraîner la dégradation de votre image de marque.

Voici quelques erreurs à ne surtout pas reproduire :

- l'automatisation visible des publications

Dans le cas ci-dessous, le compte de marque relaie sur Twitter des photos postées sur Facebook.

Le souci réside dans le fait que le tweet commence par "Je" alors que le compte est censé représenter une société/association.

C'est parce qu'il existe un lien d'automatisation entre la page Facebook et le compte Twitter que nous obtenons ce **message non optimisé** :

7 conseils pour bien diversifier sa présence social-média de marque



PELLERIN FORMATION
— LE NUMÉRIQUE SUR MESURE —



- l'abus de hashtags

Attention à ne pas confondre Instagram et Facebook.

La publication de contenus bourrés de hashtags sur le réseau social de Mark Zuckerberg est souvent **contre-productive** car cela ne rentre pas dans les usages/contextes de navigation des internautes.

Au-delà de l'aspect esthétique **peu favorable à la lecture**, cela peut montrer une méconnaissance des usages de communication de la plateforme et **lasser les fans**.

7 conseils pour bien diversifier sa présence social-média de marque



PELLERIN FORMATION
— LE NUMÉRIQUE SUR MESURE —



Un besoin de formation aux réseaux sociaux ?

N'hésitez pas à nous contacter par e-mail à :

clement@pellerin-formation.com