



 La Start-up qui propulse votre business

PACK 1

Usage des Réseaux Sociaux



Introduction

Bienvenue dans la formation n°1 de LEZGO sur l'usage des réseaux sociaux !

Dans cette formation, vous pourrez prendre connaissance des bases sur les réseaux sociaux, les particularités de chacun, leurs fonctionnements et comment les utiliser en tant que marque.

Entre chaque partie, vous aurez un court questionnaire afin de vérifier si vous avez bien assimilé l'essentiel du cours. Puis, en fin de formation, vous aurez une étude de cas à réaliser qui reprend tous les points importants de la formation afin d'appliquer vos connaissances fraîchement acquises à un cas réel.

Bonne lecture !



Partie 1 | Les bases des Réseaux Sociaux

Facebook

Facebook est une société américaine créée par Mark Zuckerberg et 4 camarades en 2004, à l'Université de Harvard. Elle fait partie des géants du Web (GAFAM : Google, Amazon, Facebook, Apple et Microsoft). Il était d'abord réservé aux étudiants d'Harvard, puis s'est ouvert à toutes les universités pour au final devenir complètement public en septembre 2006.

Facebook vient de l'anglais et signifie trombinoscope. A ses débuts, nous ne retrouvons que les photos des visages des élèves prises au début de leurs années universitaires. Pour en savoir plus vous pouvez regarder le film The social Network.

Fin 2020, selon le journal du net, Facebook comptait 2,74 milliards d'utilisateurs actifs chaque mois dans le monde.

Facebook a plusieurs utilités et objectifs :

- Facebook est un outil qui peut simplifier les tâches quotidiennes et les rendre plus amusantes. Il vous permet de gérer, maintenir et améliorer vos relations sociales.
- Vous mettre en relation avec les personnes que vous connaissez et dont vous vous souciez et donc vous permettre de communiquer avec ces personnes
- Vous mettre en relation avec certaines personnes par le biais de contenu (exemple : des photos, des posts, des actualités, ...)
- Vous permettre de garder un lien avec vos connaissances en communiquant via Messenger, en jouant à des jeux, en formant des groupes, en créant des événements, etc
- Vous permet d'agrandir votre communauté via des pages pour vendre des produits et/ou services.



Pour une entreprise, Facebook est l'un des outils primordiaux à avoir. Étant le réseau social numéro 1, il touche une cible bien plus grande bien que l'âge moyen des utilisateurs est plus élevé qu'à ses débuts. Il est donc conseillé d'avoir une page entreprise sur Facebook. Nous reviendrons plus tard sur la création de pages.

Sur Facebook, il est possible d'interagir de trois manières différentes :

- **A travers son compte personnel** : C'est une étape obligatoire. Toute personne arrivant sur Facebook doit avoir un compte personnel, avec des identifiants et un mot de passe. Les relations qu'il a, sont généralement des "amis", qui s'obtiennent via des demandes directes à d'autres comptes personnels. Ce compte peut être public ou privé. Il est également possible de limiter la visibilité de son profil, de ses publications, de ses informations, etc. dans les paramètres du compte.
- **A travers sa page** : Généralement c'est à travers les pages que l'on retrouve une entreprise ou une association. Elle est gérée par un ou des administrateurs. Des "fans" suivent la page et s'abonnent à son actualité. Il y a également des statistiques que peuvent suivre les administrateurs. Ils peuvent également faire des publications sponsorisées (payantes) pour augmenter leur visibilité.
- **A travers son groupe** : Lorsque l'on parle de groupe on parle généralement d'un espace de discussion entre personnes qui ont des centres d'intérêts communs. Il existe trois types de groupes : les groupes publics, les groupes fermés et enfin les groupes secrets.

Instagram

Instagram est une application, un réseau social et un service de partage qui permet de publier du contenu et d'interagir avec les autres membres. Cette entreprise est fondée en octobre 2010 par Kevin Systrom et Michel Mike Krieger, puis rachetée par Facebook en 2012. La particularité d'Instagram repose sur les publications composées d'une image carrée présentée comme une galerie photos dans votre profil. Il compte 1 milliard d'utilisateurs dans le monde.



Instagram est un mot-valise qui vient de Insta pour : Instant caméra (des appareils photographiques instantanés) et gram pour telegram (en anglais).

C'est une belle opportunité pour développer son entreprise, son image de marque et véhiculer des valeurs. Il est possible d'utiliser Instagram pour l'un de ces objectifs :

- Renforcer une image de marque
- Présenter ses produits et/ou services à une audience ciblée
- Renforcer la relation avec les clients
- Attirer l'attention d'influenceurs

ATTENTION : Ce n'est pas parce que tout le monde est sur Instagram que c'est une bonne stratégie.

Il s'agit d'un réseau social qui s'utilise principalement sur mobile. Même s'il est possible de l'utiliser sur ordinateur cependant vous y trouverez moins d'outils. Instagram est utile car il y a plein de formats utilisables : photo, vidéo, live, des IGTV (vidéos de longue durée), des stories, des reels (vidéos de 15 secondes avec de la musique et des effets, ce qui s'apparente à des Tik Tok). Instagram est une plateforme qui joue sur le visuel. Il est donc important d'utiliser de belles images et d'avoir un feed (mur d'image) cohérent.

Il est possible d'avoir trois types de compte sur Instagram : personnel, professionnel ou créateur. La différence entre le compte professionnel et le créateur est mince. Avec un compte professionnel, vous aurez accès à plusieurs fonctionnalités importantes pour développer votre marque sur Instagram (ajout d'informations de contact, ajout de boutons d'appel à l'action - call to action - , statistique, etc.). Alors que le compte créateur est plus utile aux influenceurs. Il était d'abord accessible uniquement aux comptes à plus de 10 000 abonnés, il est aujourd'hui ouvert à tous.

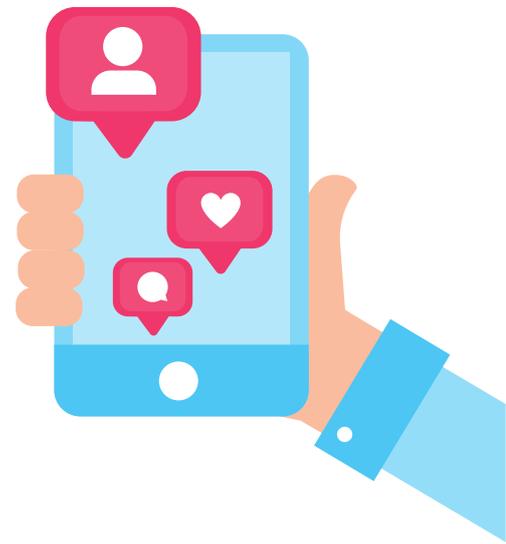
Un call-to-action (CTA) est un élément cliquable positionné sur une page web, sur une publication de réseau social ou encore dans un email qui incite les internautes à réaliser une action précise que vous aurez défini, et qui a pour but de les faire avancer dans leur parcours d'achat.



Au fil du temps, les différences entre le compte créateur Instagram et le compte professionnel sont devenues moins importantes.

LinkedIn

LinkedIn est un réseau social professionnel en ligne créé en 2002 en Californie mais lancé qu'en mai 2003. En 2019, le site compte plus de 660 millions de membres dans plus de 200 pays, issus de 170 secteurs d'activités différents. En France, on compte plus de 19 millions d'utilisateurs. En juin 2013, il est racheté par Microsoft. Fin 2020, LinkedIn passe le cap des 700 millions de comptes.



LinkedIn fonctionne sur le principe de réseau (pour entrer en contact avec une autre personne il faut qu'il y est un lien entre les deux). Il existe trois degrés de connexion :



- Contact direct : 1er degré
- Contact des contacts directs : 2ème degré
- Contact des contacts du deuxième degré : 3ème degré.

Mais il est également possible d'entrer en contact avec des personnes en fonction des lieux où ils ont travaillé, étudié, etc. Grâce à LinkedIn, une entreprise peut :

- trouver des clients (pour celles qui font du B2B),
- trouver des prestataires ou des porteurs de projets afin de développer une affaire
- se placer en tant qu'expert dans son domaine, son secteur d'activité.

Il est très utilisé par les cabinets de recrutement, les chasseurs de tête ou les employeurs qui sont à la recherche de profils particuliers.



Sur LinkedIn, il est possible de poster des images, des vidéos, des publications, des lives, des articles et des stories. Il est possible de communiquer à la manière de Facebook, donc avec un profil personnel mais également à travers des groupes.

Contrairement à Facebook et Instagram qui sont des outils de marketing basés sur le visuel et l'apparence, LinkedIn est un outil plus authentique et sobre. Ici, ce qui marche c'est la sincérité, le vécu, l'expérience et la valeur ajoutée.

Twitter

Twitter est un réseau social de microblogage créé en 2006 par Jack Dorsey, Evan Williams, Biz Stone et Noah Glass. Il permet à un utilisateur d'envoyer gratuitement des micro messages, appelés tweets. Ces messages sont limités à 280 caractères depuis septembre 2017 pour certains utilisateurs puis au grand public plus tard (avant il s'agissait de 140 caractères).

La promesse d'origine de Twitter, « What are you doing? », le définit comme un service permettant de raconter ce qu'on fait au moment où on le fait. Ce "What are you doing" va être remplacé par "What's happening ?" (Quoi de neuf ? en français) pour prendre en considération l'acte d'échange, d'échange d'informations et de liens.

Twitter est un réseau où l'on échange, où l'on donne son avis, où l'on contacte directement une marque. Il est donc important de prendre en considération Twitter pour apporter toutes les informations nécessaires dont un client aurait besoin. Ses fonctionnalités sont diverses :



- **Les tweets et retweets** : Un tweet est un court message informatif (ou non) posté sur le web par l'intermédiaire d'un service qui le transmet à des abonnés. Il sont adressés à l'ensemble des abonnés de celui qui publie le Tweet. Le retweet permet d'afficher à ses abonnés le tweet tel qu'on l'a vu soi-même, avec l'avatar de l'auteur d'origine, sauf si l'auteur d'origine utilise un compte protégé.
- **Abonnés (follower) et Abonnement (following)** : Twitter est un réseau social dit asymétrique, c'est-à-dire qu'il n'y a pas forcément de réciprocité. Une personne peut être abonnée à une autre sans que cela soit réciproque et inversement. Être abonné à quelqu'un permet de voir plus facilement ses tweets. Il est possible de mettre son compte en privé, ce qui signifie que les utilisateurs devront forcément être abonnés à la personne pour voir ses tweets.
- **Le fil d'actualité** : aussi appelé TL pour « timeline » en anglais. Il s'agit de la page principale sur laquelle apparaissent les tweets des comptes auxquels l'utilisateur s'est abonné.
- **Mention et hashtag** : Lorsque l'on parle de mention on parle d'un "nom" précédé d'arobase « @ ». Il s'agit d'un lien vers le compte Twitter de l'utilisateur de ce nom. Cela permet de voir tous ses tweets, sauf s'il est en compte privé. Quant au hashtag "#", il s'agit d'attribuer un sujet au message. Twitter peut afficher tous les tweets comportant un hashtag précis. On parle même de classement des hashtags les plus utilisés (les trending topics ou TT)
- **Les comptes certifiés** : Il s'agit d'attribuer un petit logo bleu "Compte certifié" aux comptes des personnalités. Cela fait suite à une plainte déposée par Tony La Russa, manager d'une équipe de baseball américaine, pour usurpation d'identité.
- **Message direct** : Aussi appelé DM, Il s'agit d'une fonctionnalité permettant à un utilisateur de recevoir des messages privés de n'importe quelle personne, sans avoir besoin de la suivre.
- **Vidéo et fleet** : Il est possible d'intégrer des vidéos dans ses tweets. Quant à Fleet, il existe depuis novembre 2020 et vient concurrencer Snapchat, les stories Instagram et LinkedIn. Comme sur les plateformes de ses concurrents, les vidéos ont une durée de vie de 24h.

Pour une entreprise, les raisons d'utiliser Twitter sont variées :

- Toujours avoir un retour de ce qui se dit sur son entreprise, son marché ou encore ses concurrents ;
- Répondre rapidement et facilement à sa communauté et pouvoir développer une relation avec ses abonnés ;
- Partager rapidement une info à propos de son entreprise, d'un événement ou d'une actualité associée à son secteur ;
- Créer le buzz autour de sa marque en exploitant la viralité propre à Twitter.

YouTube

Youtube est un site web qui héberge des vidéos. C'est également un réseau social sur lequel les utilisateurs peuvent envoyer, regarder, commenter, évaluer et partager des vidéos. Il a été fondé en février 2005 par trois ex-employés de Paypal : Steve Chen, Chad Hurley et Jawed Karim, en Californie. Youtube est racheté en octobre 2006 par Google.



A l'origine, Youtube devait être un site de rencontre. Puis les créateurs ont renoncé à cette idée peu de temps après le lancement public. Les vidéos sont visibles par tous les internautes mais certaines fonctionnalités sont accessibles seulement par les personnes inscrites, comme l'envoi de vidéo en illimité. Lorsqu'un internaute regarde une vidéo, sur la barre latérale droite d'autres vidéos en rapport avec celle visionnée sont proposées.

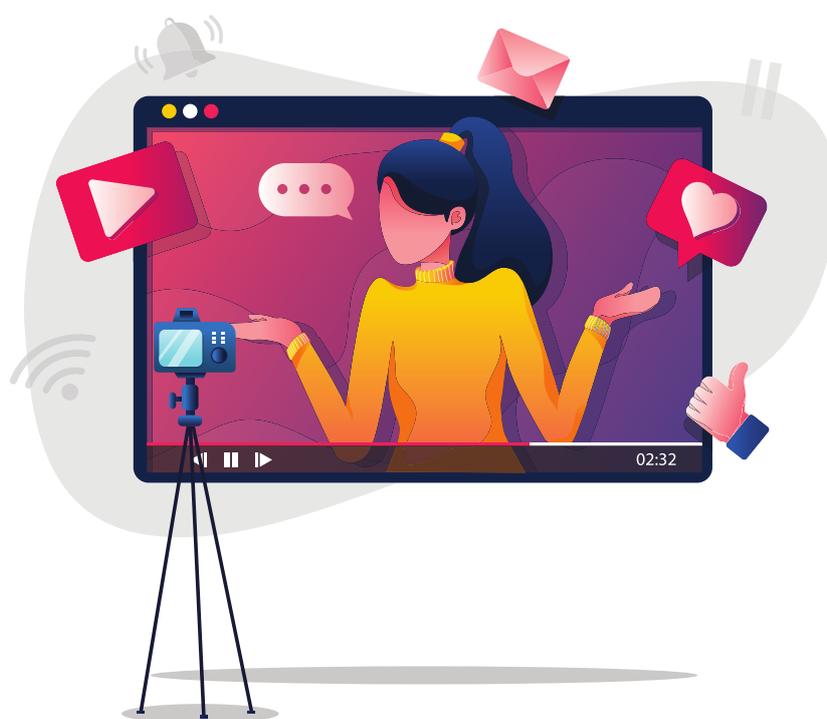
Dans un premier temps, le modèle économique n'était pas basé sur les revenus publicitaires. Mais en 2007, la firme change d'avis afin d'avoir davantage de revenus et permettant de reverser une partie aux créateurs de contenu. (Tarif : moins de 1 dollar pour 1 000 vues, mais cela varie selon l'audience de la chaîne, et la période dans l'année). On appelle les créateurs de contenus sur Youtube, des Youtubers.

Grâce à Youtube certains vidéastes ont acquis une très grande notoriété comme par exemple : PewDiePie avec 108 millions d'abonnés, ou encore Squeezie en France avec 15,5 millions d'abonnés (En janvier 2021). Depuis avril 2017, les youtubeurs ayant plus de 1000 abonnés, peuvent diffuser leur vidéo en instantanée avec un tchat.

Sur Youtube on retrouve : du média, de la politique, de l'éducation, de la formation, du divertissement, etc.

Les entreprises peuvent se servir de YouTube afin de communiquer d'une autre manière sur leur marque et leurs produits :

- Réaliser des vidéos autour de leur marque en proposant du contenu supplémentaire et de qualité à sa communauté (histoire autour de la marque, une journée type dans tel ou tel poste, comment utiliser un des produits, etc.) ;
- Faire des partenariats avec des créateurs de contenu. Comme exemple, on peut observer la chaîne YouTube de Maybelline New York FR qui fait des vidéos de manière régulière dont beaucoup de challenges avec de nombreuses YouTubeuses mode et beauté ;
- Mettre en avant un événement particulier pour la marque (meetup, sortie de produit, etc.)



Pinterest

Pinterest est un site web mélangeant le réseautage social et le partage de photographies. Il est créé en 2010 par Paul Sciarra, Evan Sharp et Ben Silbermann. Son utilisation est simple : il permet de partager des photographies par centres d'intérêt et passions.

Pinterest un mot-valise de deux mots anglais : pin et interest signifiant « épingle » et « intérêt ».



Aujourd'hui Pinterest est un réseau social en plein essor. Il s'agit en quelque sorte d'un moteur de recherche visuel, un lieu d'inspiration en fonction des centres d'intérêt.

Pinterest permet de créer des collections d'images numériques qui attirent l'attention sur internet. Il y a deux manières d'ajouter des images sur Pinterest :

- En cliquant sur le bouton enregistrer
- Ou par l'intermédiaire d'une démarche classique de téléversement via le bouton + du site Pinterest.

En 2013, le réseau enclenche sa stratégie de monétisation en testant le système de promotion. En novembre 2015, Pinterest lance un outil de recherche visuelle. Grâce à un algorithme d'identification des objets, il est alors possible d'identifier le nom et la provenance d'un objet présent sur une image. Et donc permet aux utilisateurs de trouver plus facilement ce qu'ils recherchent.

Contrairement aux contenus éphémères, notamment les stories de Facebook, d'Instagram, de SnapChat, le contenu sur Pinterest favorise une stratégie de contenu à long terme. En effet, la durée de vie d'une épingle est en moyenne de 105 jours, contre 6 heures pour les posts sur Facebook et 18 minutes pour un tweet.

Une entreprise peut se servir de Pinterest pour présenter ses produits et promouvoir ses offres.

Pinterest

Snapchat

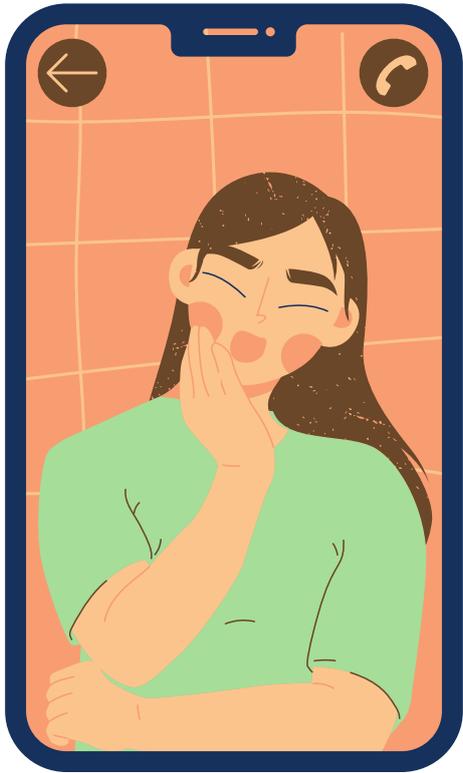
Snapchat est une application gratuite de partage de photos et de vidéos de la société Snap Inc., disponible sur iOS en septembre 2011 puis en 2012 sur Android. Snapchat est à l'origine, un projet d'étude de deux étudiants de l'université Stanford, Evan Spiegel, âgé de 22 ans, et Bobby Murphy, âgé de 24 ans.



L'idée leur vient de l'affaire Anthony Weiner. Il s'agit d'un élu de New York, qui a dû démissionner après avoir envoyé des photos à caractère sexuel à plusieurs femmes. En réalité, il s'agit de Franck Reginald Brown qui a eu l'idée à l'origine. L'entreprise a déclaré dans un communiqué de presse que Franck Reginald Brown est la première personne à avoir eu l'idée de créer une application permettant d'envoyer des photos de manière éphémère. Le communiqué explique aussi la collaboration entre ces trois personnes pour développer l'application.

Pour ce qui est de son fonctionnement : Snapchat permet d'envoyer des messages avec des images ou vidéos qui s'autodétruisent au bout de 1 seconde à un temps infini (Jusqu'à ce que l'utilisateur clique sur la photo ou quitte l'application). La durée est choisie par l'expéditeur. Il existe également de nombreuses fonctionnalités :





- **Discover** : Il s'agit de chaînes de presse comme MTV, CNN, BuzzFeed, le Monde, Cosmopolitan ou encore National Geographic tout en gardant les codes de snapchat.
- **Memories** : En juillet 2016, on découvre les memories qui permettent de sauvegarder les snaps que l'on a fait.
- **Les groupes** : Il est également possible de créer des groupes afin de partager plus facilement les photos à un ensemble de contacts (aujourd'hui les groupes peuvent contenir 32 personnes)
- **La Snap Map** : Il est possible de localiser ses amis, s'ils ne sont pas en mode fantôme (qu'il est possible de régler dans ses paramètres). Il permet également de découvrir par points chauds ce qu'il se passe autour de soi.
- **Les jeux vidéo sociaux** : Il est possible de jouer à des mini-jeux avec vos amis.

Il reste tout de même moins facile d'utilisation pour les entreprises. Mais il est quand même utilisé par certaines marques car il est possible de créer des filtres sponsorisés et donc d'appréhender de futurs clients potentiels. Pour les entreprises, le principal avantage de Snapchat est de pouvoir s'adresser à une communauté plus jeune, plus active et de manière moins formelle.

Tik Tok

Il s'agit d'une application mobile de partage de vidéos lancée en septembre 2016. C'est le réseau social utilisé par les jeunes. Il est devenu en quelques années, un réseau social d'envergure. TikTok permet aux utilisateurs de visionner des vidéos courtes, mais également de filmer, monter et partager leurs propres vidéos. Le fonctionnement est simple : L'utilisateur choisit une chanson, puis se filme par-dessus pendant 60 secondes.

Grâce à ses tendances virales, l'application est devenue très populaire pour la jeune génération et met en lumière de nombreuses chansons et donc personnalités. En effet, la plateforme propulse des adolescents et des jeunes adultes au rang de célébrité. Les médias vont également s'en emparer en adoptant les codes de la plateforme, pour tenter de rajeunir leur audience et atteindre une génération dont la consommation médiatique est très différente des autres générations.

