

Insolite : Facebook perd 7.6 millions d'amis

Insolite

Posté par : JulieM

Publié le : 21/6/2011 11:00:00

Le cabinet spécialisé Inside Facebook nous a récemment appris que pour la première fois, **Facebook a perdu des «amis»** aux Etats-Unis (6 millions), au Canada (1,5 million) au Royaume-Uni, en Norvège et en Russie (100.000).

Christine Balagué, enseignante-chercheuse à l'École de Management, présidente du think tank Renaissance Numérique, auteur de « Facebook, Twitter et les autres »

Depuis sa création en 2004, Facebook n'avait cessé d'affoler les compteurs. Il y a moins d'un an, la société créée par Mark Zuckerberg revendiquait 500 millions d'utilisateurs. Ils sont aujourd'hui 687 millions. Leur nombre continue à augmenter tous les mois, mais la croissance vient désormais plutôt des pays «en retard» dans l'utilisation du réseau social : le Mexique, le Brésil, l'Inde, etc.



Selon les analystes d'Inside Facebook, la croissance des abonnés au réseau social marque le pas à partir du moment où le taux de pénétration atteint environ 50% de la population.

La presse s'est emparée de cette information à l'encontre de toutes les tendances jusque là prévues sur Facebook. Une espèce de revanche contre le phénomène de l'Internet après Google, un succès valorisé à près de 80 milliards de dollars malgré un chiffre d'affaire très faible, suscitant jalousie, incompréhension, curiosité. Un certain retour à un ordre "plus juste" face à un phénomène non maîtrisé qui fait souvent peur aux entreprises, aux organisations, et aux politiques.

Et pourtant, la perte d'utilisateurs chez Facebook n'a rien d'exceptionnel ! Chaque entreprise en phase de maturité mesure son « taux de churn », à savoir le pourcentage de ses clients qui la quitte tous les ans.

Dans le domaine de l'Internet, ce taux de churn est de 1 à 2%.

Après sept années d'existence, Facebook est arrivé à maturité, et son marché suit la même évolution. L'entreprise rentre donc dans ce fameux mécanisme classique du churn. Un bref calcul : 7,6 millions de clients perdus par Facebook sur 687 millions équivaut à 1,1% de taux de churn. Donc pas de panique ! Facebook a encore de beaux jours devant lui...

En revanche, si Facebook veut préparer l'avenir avec sérénité, l'entreprise devrait s'intéresser davantage aux concepts clés du marketing tels que la satisfaction, la fidélisation ; ce qu'on appelle plus globalement le CRM (Customer Relationship Management).

Cette remarque est valable pour l'ensemble des réseaux sociaux aujourd'hui.

Les entreprises « traditionnelles », elles, intègrent depuis longtemps ces principes dans leurs stratégies commerciales.