

Les réseaux sociaux : une donnée clé dans la stratégie de promotion des entreprises

Internet

Posté par : JerryG

Publié le : 6/2/2013 15:00:00

Visible révolution, les réseaux sociaux sont désormais de nouveaux outils clés dans les **stratégies de communication des entreprises**. Qu'ils soient grand public ou professionnels ils permettent d'accéder à de belles opportunités en mettant en place des stratégies ciblées.

Cette tendance a donné naissance à une nouvelle famille : le marketing social qui nécessite de s'appuyer sur une équipe d'expert pour être menée dans les meilleures conditions.

Concrètement, les réseaux sociaux ne sont donc plus seulement des sites sur lesquels vos enfants passent tout leur temps. Ils sont devenus de vrais outils marketing. Fortement liés à l'e-reputation, ils sont le lieu d'expression des internautes (contents ou non). Il est donc important d'en tenir les rênes. En moyenne, selon une étude de 2011, les français sont inscrits à 2,8 réseaux sociaux et 16% des français suivent une entreprise ou une marque sur les réseaux sociaux. Soigner sa présence sur les réseaux est donc une action nécessaire.



L'objectif de toute action marketing sur ces réseaux est d'encourager le partage pour favoriser l'attachement à la marque. Il est important de favoriser le relais d'information notamment grâce au bouton « j'aime ». Au-delà des informations d'une page, les « réseautistes » affectionnent les jeux impliquant une participation (concours photos, quizz) ou une interaction (votes, avis).

Les plateformes sociales permettent un recrutement non intrusif et surtout très ciblé selon le profil et les préférences que vous recherchez. Qu'il s'agisse de publicité dans l'interface ou de jeux par formulaire, le trafic est qualifié et votre ROI maximisé grâce au coût par clic.

Les réseaux sociaux sont donc un axe intéressant pour nouer une relation durable avec sa communauté sans que cela ne soit qualifié de matraquage publicitaire.

Au niveau des réseaux sociaux, il est nécessaire de préciser que certains ont une approche centrée sur le professionnel. Viadeo, LinkedIn : les réseaux sociaux ne font pas qu'être utiles aux pro, ils deviennent pro. Ils permettent ainsi de trouver des partenaires, des clients BtoB;

Ces réseaux sont aussi l'occasion d'être changé sur des groupes de discussion, se positionnant ainsi en expert influent du secteur. Selon une étude, 40% des inscrits ont consulté LinkedIn au moins une fois par semaine en 2012. Il apparaît donc que ces réseaux sociaux permettent aux internautes d'entretenir des relations constructives dans le cadre de leur activité.

Leur portabilité sur tous les devices du marché contribue également à favoriser leur utilisation.

Facebook, Twitter, communautés diverses, blogs, forums, chaînes vidéos, wikis; Ces outils de marketing social vous permettent donc de créer un lien fort entre votre marque et vos clients. Ils sont également des vecteurs de recrutement particulièrement efficaces nous confie **Laurent BOURGEOIS**, Directeur de projet Marketing chez Addonline.