

Chapitre 9 : Organiser sa stratégie Social Media

A. Introduction	246
B. Les médias sociaux se limitent-ils aux seuls réseaux sociaux?	246
C. Le Social Media en chiffres	249
D. Pourquoi une entreprise doit-elle être présente sur les réseaux sociaux ?	261
E. Comprendre la notion de communauté	272
F. Dans ce contexte, comment construire une stratégie Social Media performante ?	274
G. Présentation des principaux médias sociaux	286
H. Organiser et manager l'ensemble.	316
I. Conclusion.	331

A. Introduction

Le Web 2.0 a introduit la notion d'interactivité. On entend d'ailleurs souvent dire que l'internaute serait devenu un média avec la création d'un cercle vertueux de l'information qui pousse parfois à « l'infobésité ».

Quelle conséquence pour les marques ? La nécessaire évolution de leur stratégie marketing, du push de leurs produits vers les clients à coup de force de vente ou de promotions (Marketing de l'interruption) à une stratégie de pull marketing autrement appelé Inbound Marketing quand il s'agit d'attirer les prospects sur un site web (Marketing de l'attention et de l'engagement).

Le Social Media prend part entière dans une stratégie d'Inbound Marketing, comme nous le verrons ci-après, car si être présent sur les réseaux sociaux est simple, être efficace en revanche nécessite la mise en place d'une stratégie et d'y être actif au quotidien.

B. Les médias sociaux se limitent-ils aux seuls réseaux sociaux ?

Être social se limite souvent dans la bouche de nos interlocuteurs à être présents sur les réseaux sociaux à la mode (Facebook il y a quelques années, Instagram ou Snapchat en ce moment). Pour y faire quoi ? Pour raconter quelle histoire ? Ils ne savent pas, mais ont la conviction qu'il faut y être. Nous avons donc pris le parti de reprendre les choses dans l'ordre.

1. Définition des médias sociaux

Fred Cavazza (<http://www.fredcavazza.net>), spécialiste du Web et des médias sociaux, propose la définition suivante : « *Les médias sociaux désignent un ensemble de services permettant de développer des conversations et des interactions sociales sur Internet ou en situation de mobilité* »

Cette définition souligne des notions importantes :

- ▶ Il ne s'agit pas d'outils, mais de services ;
- ▶ L'évocation des conversations traduit bien cette notion fondamentale d'échange ;
- ▶ Les interactions sociales, quant à elles, peuvent intégrer de nombreuses possibilités : la fonction « J'aime », le « Tweet », le « Retweet », sont des interactions sociales ;
- ▶ La situation de mobilité met en avant les technologies mobiles et la mise en relation possible en temps réel géolocalisé.

2. L'interaction comme fondement

Contrairement à la communication traditionnelle très ancrée dans la diffusion d'informations (on parle de Marketing de l'interruption), le Social Media doit partager les informations (Marketing de l'attention) et encourager les internautes à les commenter et donner leur avis (Marketing de l'engagement).

a. Brian Solis : The Social Media Manifesto

« C'est une question de conversation et pour être un bon communicant il faut commencer par avoir de bonnes oreilles. »

Une caractéristique fondamentale des médias sociaux est que :

- ▶ leurs contenus sont produits par ceux qui les consomment ;
- ▶ leurs auteurs sont aussi leurs lecteurs.

Les médias sociaux ne sont donc pas des systèmes de communication privés, mais ouverts, à destination de groupes publics élargis.

b. Fred Cavazza : distinguer le Social et le Communautaire

Dans son livre « Social Business », Fred Cavazza attire notre attention sur la suprématie des réseaux sociaux, des sites de partage et des blogs sur les communautés du fait de l'engouement des annonceurs pour ces premiers. Quelle marque ne rêve pas aujourd'hui d'être « sociale » ? D'ailleurs si vous lisez ce chapitre, n'est-ce pas dans le but d'être « social » ?

Même si elle est subtile, la différence existe bel et bien :

- ▶ *« Les communautés en ligne comme les forums sont des espaces de conversations : les membres posent des questions, débattent, se chamaillent, témoignent »*. Les sites communautaires sont construits autour des centres d'intérêt des utilisateurs et reposent sur le dialogue entre passionnés. L'une des plus belles réussites pourrait être TripAdvisor où les voyageurs du monde entier s'échangent leurs bons plans et souvenirs de voyage.

Définir, mettre en pratique et optimiser sa stratégie digitale

- ▶ « (Sur) Les plateformes sociales comme Facebook ou Twitter (...) les membres publient du contenu ou partagent des éléments dans une dynamique passive, sans nécessairement attendre de réaction ». L'internaute ne poste pas pour partager, mais pour exister et pour assouvir son besoin d'appartenance.

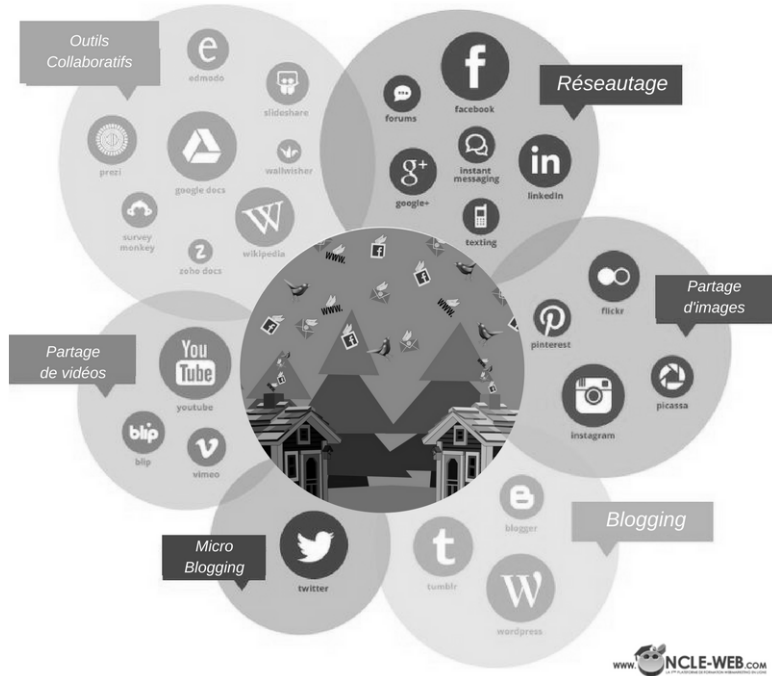
3. Présentation des différents médias sociaux

Il est complexe d'essayer de lister les typologies de médias sociaux tant leur évolution est rapide. Les réseaux sociaux ne sont qu'une partie de cet ensemble dans lequel nous trouvons :

- ▶ **Les blogs** : outils de publication simplifiés (type Blogger, etc.) où les messages sont triés chronologiquement et par catégorie. Les internautes déposent leurs commentaires librement.
- ▶ **Les forums** : espaces de discussion où les messages sont affichés chronologiquement. Il faut généralement être inscrit pour pouvoir commenter. Exemples : Doctissimo ou Comment ça marche.
- ▶ **Les wikis et outils de travail collaboratifs** : comme le rappelle Wikipédia : *« le travail est souvent naturellement collectif et collaboratif, c'est-à-dire qu'il fait interagir plusieurs acteurs pour la réalisation de tâches qui visent à atteindre un but commun. Par exemple, le projet d'encyclopédie en ligne, libre et multilingue, Wikipédia est le résultat d'un travail collaboratif "en réseaux coopératifs". »*
- ▶ **Les sites et applications de partage de photos et vidéos** : les internautes y publient des photos, des vidéos, des liens de musique... Exemples : YouTube, Spotify ou Pinterest.
- ▶ **Les agrégateurs d'actualités et de flux RSS** : permettent de regrouper l'ensemble des publications d'un utilisateur. Exemple : DiggReader.
- ▶ **Les outils de microblogging** : sont des systèmes de publication de messages très courts. Le plus connu est Twitter.
- ▶ **Les réseaux sociaux grand public** : chaque utilisateur possède un profil à l'accès restreint. Exemple : Facebook.
- ▶ **Les réseaux sociaux professionnels et spécialisés** : construits sur le même principe que les réseaux sociaux grand public, ils permettent de se tisser un réseau professionnel. Exemple : LinkedIn ou Viadeo.
- ▶ **Les Newsletters** : permettent d'entrer en contact directement avec vos prospects ou clients qui ont demandé à recevoir des informations de votre part.
- ▶ **Les jeux sociaux et applications mobiles** : ces jeux utilisent les profils des membres pour créer des interactions (envoi de bonus, vies supplémentaires, meilleur score, etc.).
- ▶ **La géolocalisation** : il s'agit des applications mobiles qui permettent d'associer une photo ou une humeur à un lieu, et de recenser ensuite les activités par type de lieu visité. Le meilleur exemple est FourSquare.

On peut les classer par usage comme le montre le schéma ci-dessous :

Les principaux médias sociaux par utilisation



C. Le Social Media en chiffres

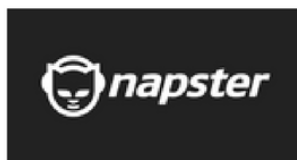
1. Une ascension fulgurante

Sur 7,4 milliards d'habitants dans le monde, 3,42 milliards sont internautes (46 %) et 2,31 milliards sont actifs sur les réseaux sociaux (31 % de la population mondiale) (source : We are Social Singapore). Ce qui nous ferait presque oublier que les réseaux sociaux ne sont que relativement récents, et que l'attribution de leur naissance à Mark Zuckerberg et Facebook en 2006 est une fausse croyance populaire.

Définir, mettre en pratique et optimiser sa stratégie digitale

a. De 1997 à 2001, les réseaux sociaux se multiplient

Même si on peut dire que la naissance du Web remonte à 1969 avec l'Arpanet, il faudra attendre 1997 pour voir l'arrivée des réseaux sociaux. Cette année-là naissent Weblog, qui pose les jalons des blogs, Hotmail, Six Degrees (premier réseau de mise en relation) et AOL. Tout s'accélère en 1998 avec l'arrivée de Google et le « Peer to Peer » naît l'année suivante avec Napster. On voit aussi des plateformes à destination des communautés telles que AsianAvenue (communauté asiatique), BlackPlanet (communauté noire) et MiGente (communauté latino). Émergent aussi des sites de réseaux sociaux tournés vers le développement de réseaux d'affaires avec le lancement de Ryze.com en 2001, qui ne connaîtra jamais le succès de son concurrent LinkedIn.



Pionnier des services de partage de fichiers en pair à pair, essentiellement dans le partage de fichiers audios, et plus particulièrement de fichiers musicaux au format MP3.

Napster v2.0 BETA 7

File Actions Help

Home Chat Library Search Hot List Transfer Discover Help

Filename	File Size	User	Status	Speed	Progress	Rate	Time Left
Comedy - Maclean & Maclean - The Gross Manual [14 Sure Fire Jo...	299.200 of 2.220.560	lshull	Downloading...	Unknown	13 %	5.06 k/s	00:06:19
(Comedy) Maclean & Maclean - Johnny Maritana Seed. mp3	270.048 of 7.381.800	mibin	Downloading...	Cable	3 %	6.50 k/s	00:18:13
Comedy - Maclean & Maclean - The Gross Manual [14 Sure Fire Jo...	539.936 of 2.220.560	big_bang...	Downloading...	Cable	2.4 %	7.33 k/s	00:03:49
MacLean and Maclean - Bowser and Blue.mp3	5.606.005	ade_m	Getting Info...				
Andrews Sisters - Little Toot.mp3	375.392 of 9.528.129	F4phantom...	Downloading...	DSL	4 %	4.14 k/s	00:32:50
78's CHILDREN'S STORY RECORD - LITTLE TOOT.mp3	89.512 of 5.840.561	dude_way	Downloading...	14.4	1 %	1.10 k/s	01:26:59
Disney Parks Toontown Little Toot.mp3	64.608 of 2.354.597	InternetBftr	Downloading...	Cable	2 %	1.28 k/s	00:23:47
Maclean & Maclean - Little Toot.mp3	12.288 of 602.112	KASDJFKL...	Downloading...	Cable	3 %	0.24 k/s	00:41:39
Disney Parks Toontown Little Toot.mp3	185.648 of 2.354.597	Ceano1	Downloading...	56K	8 %	5.82 k/s	00:06:12
Maclean & Maclean - Little Toot.mp3	210.944 of 882.688	steach	Downloading...	56K	2.4 %	4.44 k/s	00:02:31
Big Titty Little & Mickey Finn - Toot Toot Toots.mp3	40.128 of 2.888.844	albea69	Downloading...	Cable	1 %	1.89 k/s	00:25:08
Comedy - Maclean & Maclean - Little Toot.mp3	6.816 of 882.688	catalina2136	Downloading...	DSL	0 %	0.55 k/s	00:26:45
Brenda Lee - Toot Toot Tootsie Goodbye (Little Miss Dynamite, CD...	44.368 of 2.250.710	angel3339	Downloading...	Unknown	1 %	1.10 k/s	00:33:26
MacLean & MacLean - Little Toot (edf).mp3	115.600 of 1.180.444	123412341...	Downloading...	14.4	9 %	4.68 k/s	00:03:47
Maclean & Maclean - Little Toot.mp3	882.688	raybauduc	Getting Info...				

Filename	File Size	User	Status	Speed	Progress	Rate	Time Left
Crosby, Stills, Nash And Young - Ohio.mp3	2,725,888 of 3,709,496	cybermoose	Uploading...	56K	7.9 %	1.55 k/s	00:10:33
lollipop lust 18 - jesus chrysler.mp3	3,339,493	45ringHF	File Complet				
Simpsons - The Life Of Homer Simpson.mp3	1,406,976 of 2,756,736	adjudes7	Uploading...	56K	5.1 %	1.45 k/s	00:15:30
Fear Factory - Cars.mp3	3,821,141	hubbedbad	File Complet				
Comedy - Richard Pryor - New Niggers.mp3	3,796,451	hubbedbad	File Complet				
Unknown - Mopar (Chrysler) 440 6-pak. V8 race-bait - real men don't...	869,049	TYLERSEX...	File Complet				
Comedy - Jerky Boys - Fanning My Balls.mp3	675,840 of 1,784,264	hubbedbad	Uploading...	14.4	39 %	7.33 k/s	00:02:31
Ben Stiller & Andy Dick - Can We Get It Together Again.mp3	1,230,600	rudpockets...	Waiting...				

Concurrent Downloads: 25 Concurrent Uploads: 1

Clear Finished Cancel

Online (fgfkdtdbfcvc): Sharing 2703 files. Currently 526,589 files (2,246 gigabytes) available in 6,411 libraries.