



la vie en
résô

QUELS SONT LES IMPACTS DE L'USAGE DES RÉSEAUX SOCIAUX SUR NOTRE BUSINESS ?

13 JANVIER 2022

la vie en
résô

C'EST QUI ?



la vie en
résô

ET SI ON COMMENÇAIT PAR UN JEU ?

Allez sur :

<https://live.voxvote.com/#/>

Ou taper juste :

Voxvote live dans votre
barre de recherche





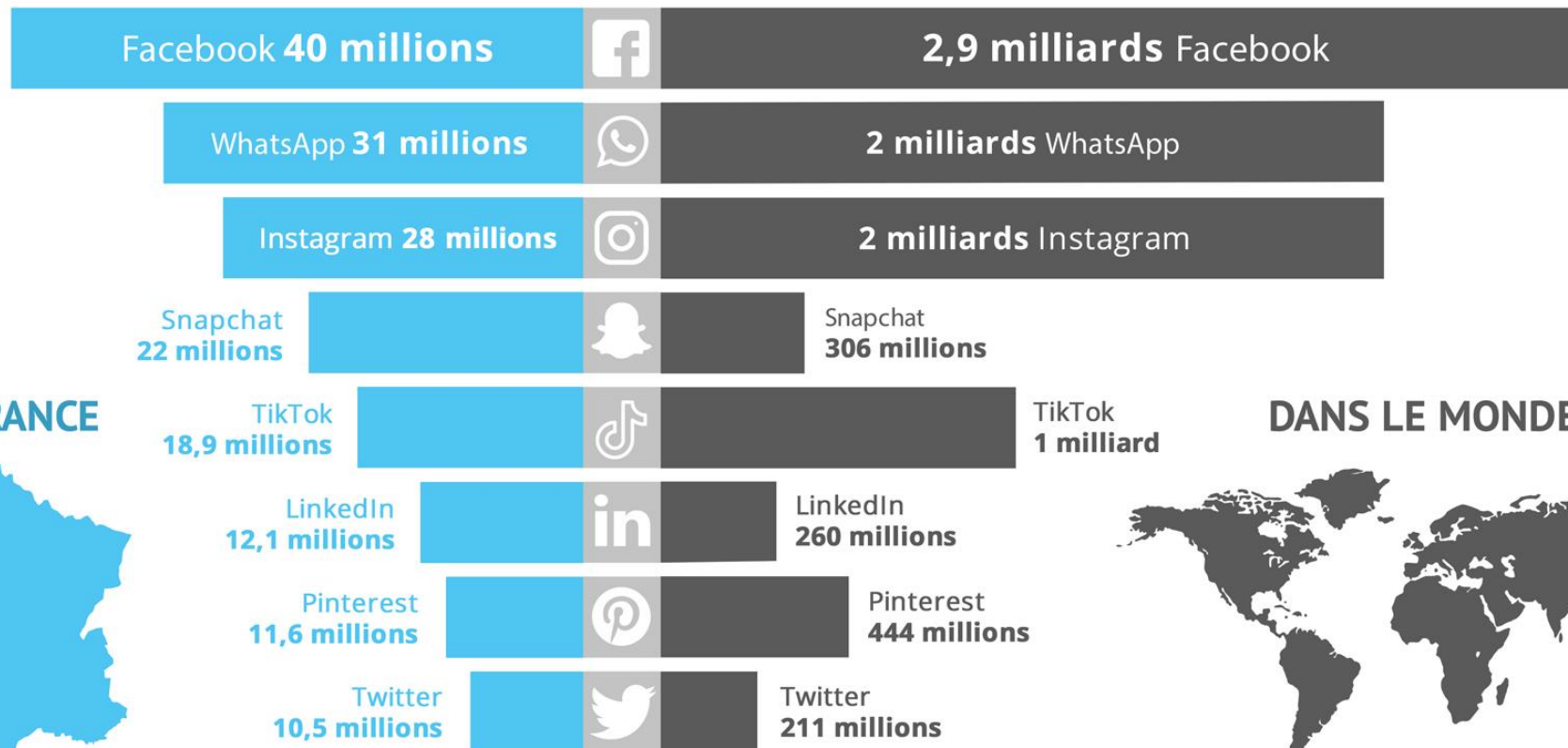
PANORAMA DES RÉSEAUX SOCIAUX

LES RÉSEAUX SOCIAUX MONDE VS FRANCE

LES RÉSEAUX SOCIAUX

NOMBRE D'UTILISATEURS ACTIFS

Janvier 2022
Infographie réalisée par **agence +iz**
Performances digitales





USAGES DES PRINCIPAUX RÉSEAUX SOCIAUX

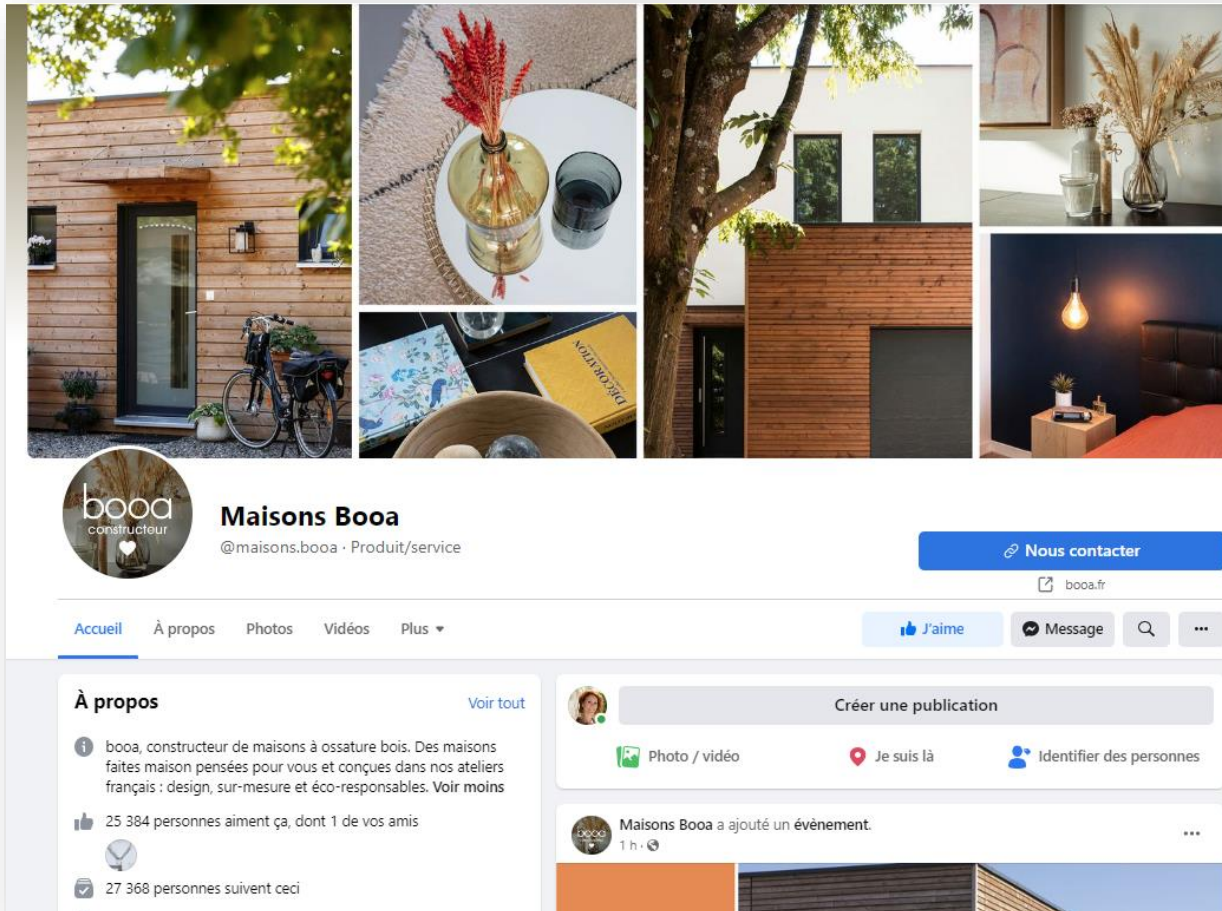
FACEBOOK



FACEBOOK



Pages entreprise / de marque



Cibles : particuliers, commerçants, artisans

Contenus à privilégier : vidéos, posts divertissants, vie de l'entreprise



Objectifs :

Générer du trafic sur site Web,
Convertir
Accroître sa notoriété

Utile pour toucher une audience ciblée par des campagnes publicitaires



Très peu de visibilité et d'engagement sur les pages

FACEBOOK



Groupes : autour d'un centre d'intérêt commun



Cibles : particuliers, pros

Contenus à privilégier : échanges de bonnes pratiques, post qui incitent les membres à partager leur expérience, contenus pédagogiques ...



Beaucoup d'interactions si les membres partagent le même centre d'intérêt

Trouver du business

Recruter

Nécessite de relancer parfois les échanges et d'administrer le groupe

Vos concurrents peuvent intervenir et faire leur pub dans le groupe

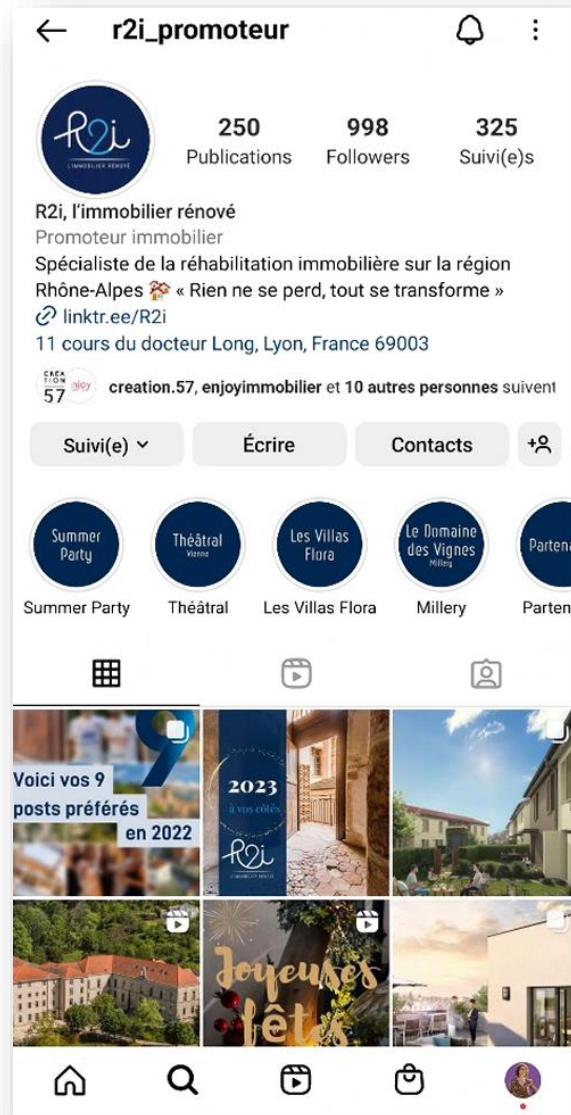


Pas de post à vocation trop commerciale

INSTAGRAM



INSTAGRAM



Cibles : particuliers, professionnels

Contenus à privilégier : vidéos Réels, photos avec un joli rendu esthétique,

Objectifs :

Avoir une communauté engagée et qui vous recommandent

Convertir

Accroître sa notoriété

Donner une image « moderne » de l'entreprise

Utile pour toucher une audience ciblée par des campagnes publicitaires

Maîtriser les codes de communication d'Instagram pour performer

Ne pas hésitez à se montrer, montrer des collaborateurs, des réalisations

LINKEDIN



la vie en
résô



LINKEDIN



Pages entreprise / de marque



Cibles : professionnels

Contenus à privilégier : institutionnel, pédagogie, vulgarisation, vidéos, contenus de fond, événements, témoignages / réalisations clients

Objectifs :

Convertir

Accroître sa notoriété

Donner une image « moderne » de l'entreprise

Recruter

Générer du trafic sur site Web



Les pages disposent de - de visibilité qu'un profil - nécessité de définir une ligne éditoriale claire et de diffuser un contenu régulier

LINKEDIN



Profil

The screenshot shows a LinkedIn profile for Prescilia LAKEHAL. At the top left, the text 'lavieenreso.fr' is displayed above the tagline 'Donnez du sens à votre visibilité sur les réseaux sociaux'. The profile picture shows a woman with glasses. The main banner features the 'e-résô LINKEDIN' logo, with the tagline 'Utilisez enfin le plein potentiel de LinkedIn pour booster votre business' and a rocket icon. Below the profile picture, the name 'Prescilia LAKEHAL' is listed, followed by two bullet points: 'Donner du sens à votre visibilité sur les réseaux sociaux' and 'Stratégie / Animation des réseaux sociaux / Formation'. The location 'Lyon et périphérie' and '1 k abonnés · + de 500 relations' are also visible. On the right side of the profile, three organizational affiliations are listed: 'La vie en résô', 'Centre de Formation des Journalistes', and 'Sites web'.

Cibles : professionnels

Contenus à privilégier : des sujets d'expertises, son quotidien de professionnel, relais d'événements, ses réflexions ...

Objectifs :

Développer sa marque personnelle
Convertir
Réseauter

Interagir quotidiennement pour être visible

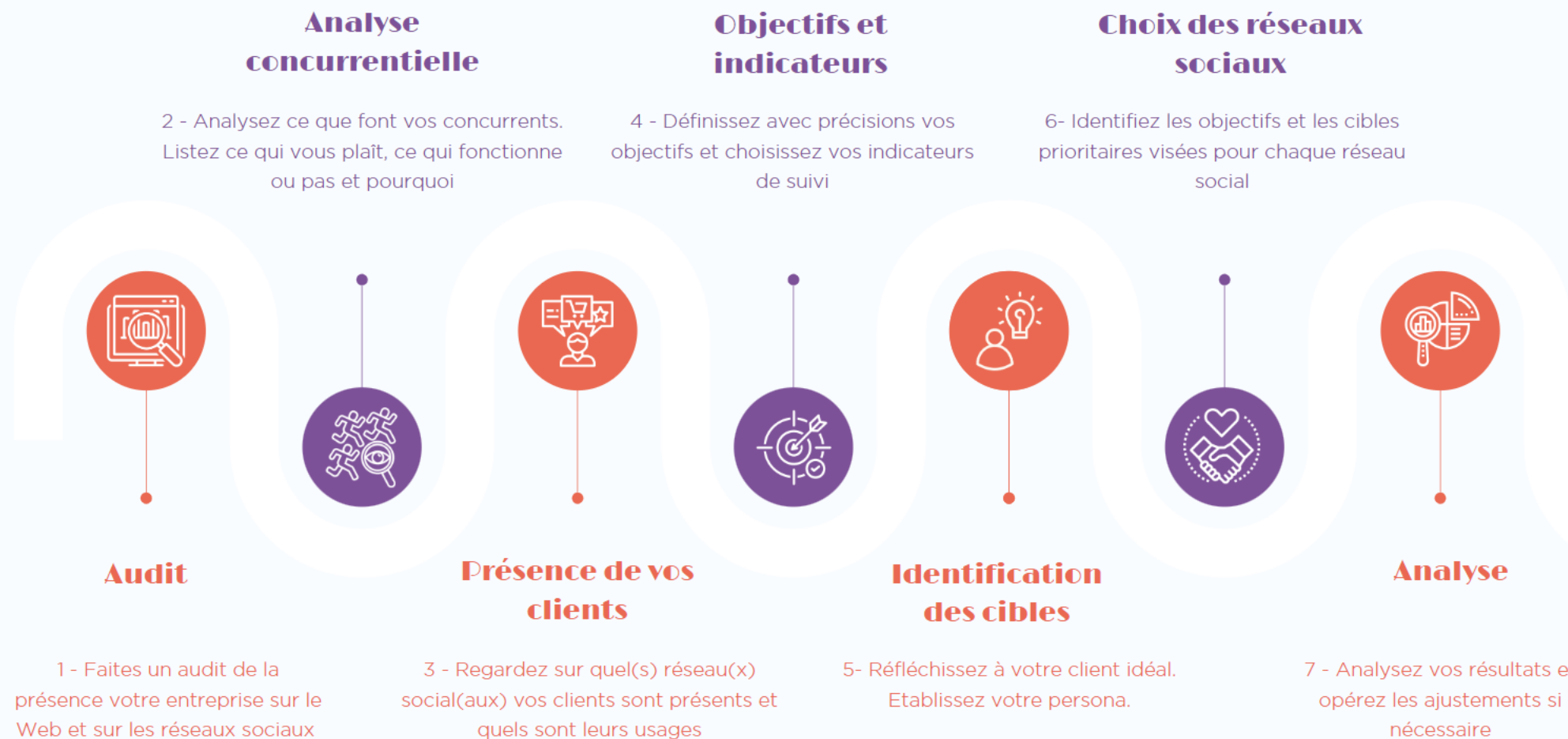
Diffuser un contenu régulier pour apporter de la valeur à votre audience





**COMMENT BÂTIR UNE
STRATÉGIE DE
PRÉSENCE SUR
LINKEDIN ?**

LES 7 ÉTAPES D'UNE STRATÉGIE SOCIAL MEDIA RÉUSSIE !



MERCI

P.LAKEHAL@LAVIEENRESO.FR

WWW.LAVIEENRESO.FR

