

Stratégie Social Media et Community Management

Présenté par Bastien Péan



PRÉSENTATIONS ET PROGRAMME DE LA FORMATION



Bastien Péan @bastienpean

Social Media Strategist, formateur.

N'a pas fait HETIC :-)

Olympus, Ford, Nokia, Ricard, Universal Pictures.

Bastien PÉAN – 2018

PRÉSENTATIONS ET PROGRAMME DE LA FORMATION



Ce que vous devez savoir faire après ce cours :
Un benchmark de la présence de la concurrence
Une Stratégie Social Media reprenant la méthodologie étudiée pendant ce module
Une Recommandation Facebook Ads

État des lieux

Bastien PÉAN — 2018



État des lieux

Définitions et objectifs

Bastien PÉAN – 2018

ÉTAT DES LIEUX

DÉFINITIONS ET OBJECTIFS

Que vous évoque « Social Media » ?

Comment définir les réseaux sociaux ?

Quel est leur rôle ? Quelles évolutions ont-ils apporté ?

Bastien PÉAN – 2018

ÉTAT DES LIEUX

DÉFINITIONS ET OBJECTIFS



Les réseaux sociaux en quelques mots...

Un ensemble d'outils et de technologies permettant de créer des contenus et de faciliter les interactions entre des utilisateurs et les marques.

ÉTAT DES LIEUX

DÉFINITIONS ET OBJECTIFS

Quand l'utilisateur devient acteur.



1990 : portails



2000 : recherche



2010 : partage

ÉTAT DES LIEUX

DÉFINITIONS ET OBJECTIFS



« Le Marketing n'est plus défini par les produits ou services que vous produisez, mais par les histoires que vous racontez. »

— Seth Godin (Yahoo)

Les réseaux sociaux sont le lieu où doit également s'exprimer le storytelling de votre marque, entreprise, start-up.

Bastien PÉAN — 2018

ÉTAT DES LIEUX

DÉFINITIONS ET OBJECTIFS



« Le Social Media vous aidera à vous construire une base de consommateurs et clients si fidèles qu'ils parleront de votre marque, gratuitement, avec enthousiasme. »

— Bonnie Sainsbury

Ne négligez pas le contenu et l'enthousiasme de vos abonnés.

Bastien PÉAN — 2018

ÉTAT DES LIEUX

DÉFINITIONS ET OBJECTIFS

stratégie, élaboration de la ligne éditoriale et bilans des actions réalisées.

Social Media Management VS. Community Management

gestion plus opérationnelle,
publication des contenus, modération.

ÉTAT DES LIEUX

DÉFINITIONS ET OBJECTIFS



5 objectifs que le Social Media peut apporter à une entreprise :

Notoriété
Innovation
Prospects
Fidélisation
UGC

ÉTAT DES LIEUX

DÉFINITIONS ET OBJECTIFS



Notoriété

Profiter de la puissance des réseaux sociaux pour donner de la visibilité à votre produit, service ou société.

ÉTAT DES LIEUX

DÉFINITIONS ET OBJECTIFS



Innovation

Être le premier du marché sur les nouvelles plate-formes, proposer un positionnement original qui vous démarque de la concurrence.

ÉTAT DES LIEUX

DÉFINITIONS ET OBJECTIFS



Gestion des prospects

Recruter une nouvelle clientèle, découvrir les centres d'intérêt de vos fans et enrichir les informations.

Bastien PÉAN – 2018

ÉTAT DES LIEUX

DÉFINITIONS ET OBJECTIFS



Fidélisation

Entretenir une véritable relation directe avec vos consommateurs et clients. Leur proposer une assistance personnalisée.

ÉTAT DES LIEUX

DÉFINITIONS ET OBJECTIFS



UGC

Récolter du « User Generated Content », contenu créé par les utilisateurs. Mais aussi collecter des avis sur vos produits et services pour les améliorer.



État des lieux

Panorama des réseaux sociaux

Bastien PÉAN – 2018

ÉTAT DES LIEUX

PANORAMA DES RÉSEAUX SOCIAUX



Source : 2Factory Paris.

ÉTAT DES LIEUX

PANORAMA DES RÉSEAUX SOCIAUX

52%
ONT ENTRE
25 ET 45
ANS

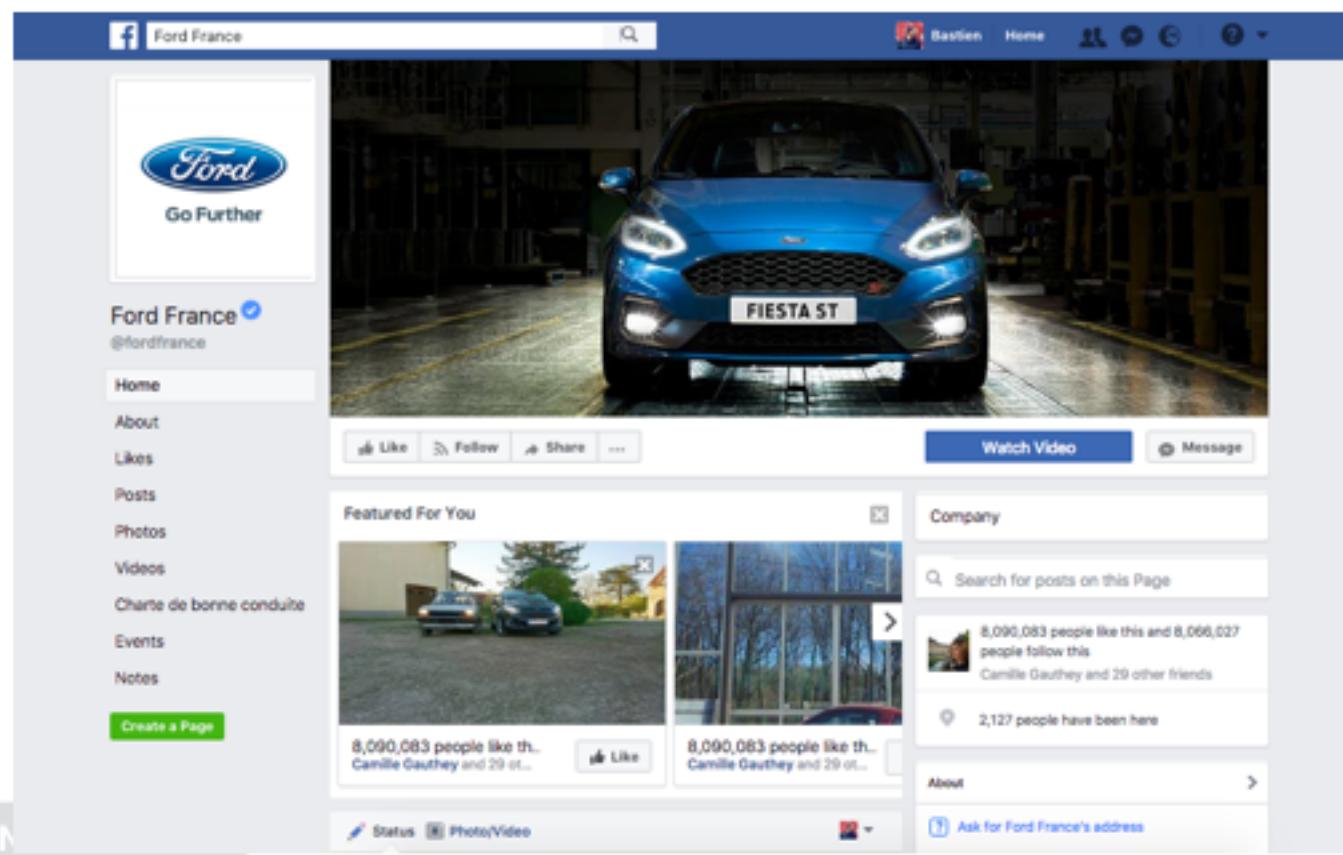


66%
SE CONNECTENT
AU MOINS
UNE FOIS PAR
JOEUR

Source : 2Factory Paris.

ÉTAT DES LIEUX

PANORAMA DES RÉSEAUX SOCIAUX



Bastien PÉAN

ÉTAT DES LIEUX

PANORAMA DES RÉSEAUX SOCIAUX

FACEBOOK

-> COMPTE <-

1,74 MILLIARD
D'UTILISATEURS

-> DANS <-

LE MONDE

Source : 2Factory Paris.

ÉTAT DES LIEUX

PANORAMA DES RÉSEAUX SOCIAUX



ON COMpte
EN FRANCE

33 MILLIONS
D'UTILISATEURS

Source : 2Factory Paris.

ÉTAT DES LIEUX

PANORAMA DES RÉSEAUX SOCIAUX



Source : 2Factory Paris.

ÉTAT DES LIEUX

PANORAMA DES RÉSEAUX SOCIAUX

BEST PRACTICES



PAS PLUS DE DEUX CONTENUS
PAR JOUR POUR NE PAS
SATURER L'AUDIENCE, MÊME
QUAND L'INFORMATION VOUS
SEMBLE INDISPENSABLE



VARIER LES FORMATS ET
PRIVILÉGIER LES TEXTES
COURTS ! LA VIDÉO EST
AUJOURD'HUI LE FORMAT LE
PLUS EFFICACE ET VIRAL



FACEBOOK PERMET
D'INTÉGRER DES
APPLICATIONS POUR ENRICHIR
L'EXPÉRIENCE UTILISATEUR.
PRATIQUE POUR LES
CONCOURS !

ÉTAT DES LIEUX

PANORAMA DES RÉSEAUX SOCIAUX



CARAMBAR : L'ENGAGEMENT AVANT TOUT

ÉTAT DES LIEUX

PANORAMA DES RÉSEAUX SOCIAUX



Bastien PÉAN -

ÉTAT DES LIEUX

PANORAMA DES RÉSEAUX SOCIAUX

330 MILLIONS

DE MEMBRES

DANS LE

MONDE

Réseau

Twitter

Source : 2Factory Paris.

ÉTAT DES LIEUX

PANORAMA DES RÉSEAUX SOCIAUX



SELFIE DES OSCARS
D'ELLEN DE GENERES

RETWEETÉ PLUS DE
3 MILLIONS DE FOIS

Source : 2Factory Paris.

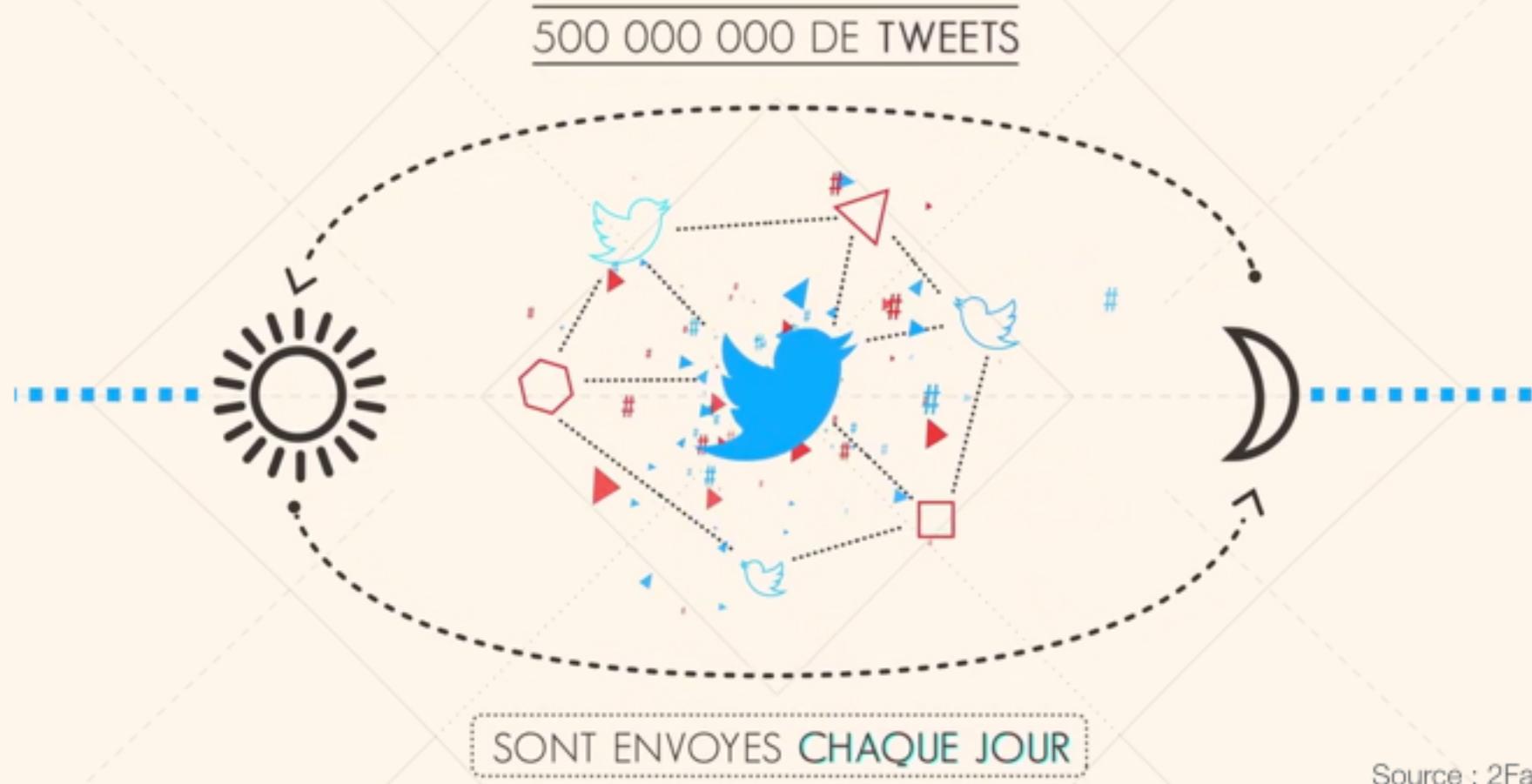
ÉTAT DES LIEUX

PANORAMA DES RÉSEAUX SOCIAUX



ÉTAT DES LIEUX

PANORAMA DES RÉSEAUX SOCIAUX



ÉTAT DES LIEUX

PANORAMA DES RÉSEAUX SOCIAUX

LES HASHTAGS

LES HASHTAGS SONT DES MOTS-CLÉS PERMETTANT DE CATEGORISER UN TWEET. SOUVENT UTILISÉS POUR REGROUER UN ENSEMBLE DE TWEETS ÉVOQUANT UN MÊME SUJET, ILS PERMETTENT ÉGALEMENT DE GAGNER EN VISIBILITÉ LORSQU'IL S'AGIT DE HASHTAGS TENDANCES.

ÉTAT DES LIEUX

PANORAMA DES RÉSEAUX SOCIAUX

TRENDING TOPICS #TT

LES « TRENDING TOPICS » AUSSI APPELÉS « TENDANCES » SONT LES SUJETS LES PLUS COMMENTÉS EN TEMPS RÉEL SUR TWITTER, IDENTIFIÉS PAR RÉGION (PAYS, VILLE, ETC.). ILS EST PRIMORDIAL DE LES SURVEILLER POUR ÉVENTUELLEMENT LES SOLICITER ET GAGNER EN VISIBILITÉ.

ÉTAT DES LIEUX

PANORAMA DES RÉSEAUX SOCIAUX

@ UTILISATEURS

UN PSEUDO DOIT SYSTÉMATIQUEMENT ÊTRE ACCOLÉ AU SYMBOLE @ POUR NOTIFIER À UN DESTINATAIRE QUE VOUS LUI ADRESSEZ UN MESSAGE. ATTENTION, UN TWEET COMMENÇANT PAR @PSEUDO NE SERA VISIBLE DANS LE FIL D'ACTUALITÉ QUE PAR LES ABONNÉS RESPECTIFS DES DEUX UTILISATEURS.

ÉTAT DES LIEUX

PANORAMA DES RÉSEAUX SOCIAUX

FOLLOW BACK

S'ABONNER À CERTAINS COMPTES EN RAPPORT AVEC VOTRE EXPERTISE PEUT VOUS RAPPORTER QUELQUES ABOUNEMENTS QUALIFIÉS. SUR TWITTER, LA NOTION DE « FOLLOW BACK » SIGNIFIE QU'UN UTILISATEUR VOUS SUIVRA EN RETOUR SI VOUS VOUS ABONNEZ À SON COMPTE.

ÉTAT DES LIEUX

PANORAMA DES RÉSEAUX SOCIAUX

BEST PRACTICES



UNE ACTIVITÉ INTENSIVE EST NÉCESSAIRE. DEUX, TROIS TWEETS PAR JOUR, DES RÉPONSES ET DES RETWEETS, SUR DES THÉMATIQUES D'ACTUALITÉ, OU HIGH-TECH



LES VISUELS ET LES LIENS SONT ÉVIDEMMENT SOURCE D'INTERACTIONS, IL EST DONC INDISPENSABLE D'EN ASSOCIER À CHAQUE MESSAGE QUAND C'EST POSSIBLE



TRÈS AXÉ SUR L'ACTUALITÉ, TWITTER EST ÉGALEMENT PRIVILÉGIÉ POUR LES LIVETWEETS ORGANISÉS AUTOUR D'UN #HASHTAG ET LES CONCOURS

ÉTAT DES LIEUX

PANORAMA DES RÉSEAUX SOCIAUX



INNOCENT ET CURLY : PETITE PARTIE ENTRE AMIS

ÉTAT DES LIEUX

PANORAMA DES RÉSEAUX SOCIAUX



Bastien PÉAN – 2018

ÉTAT DES LIEUX

PANORAMA DES RÉSEAUX SOCIAUX

800 MILLIONS
D'INTERNAUTES

— UTILISENT —

INSTAGRAM



Source : 2Factory Paris.

ÉTAT DES LIEUX

PANORAMA DES RÉSEAUX SOCIAUX



150 MILLIONS
d'utilisateurs consultent
les stories chaque jour

32 MINUTES
c'est le temps passé par jour sur
l'application chez les - de 25 ans

Source : 2Factory Paris.

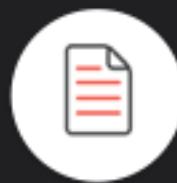
ÉTAT DES LIEUX

PANORAMA DES RÉSEAUX SOCIAUX

BEST PRACTICES



UNE PHOTO PAR JOUR EST UN BON RYTHME. INSTAGRAM DOIT RETRANScrire LE QUOTIDIEN DE LA MARQUE, ET L'ANCER DANS CELUI DES UTILISATEURS



DES COULISSES, DES PHOTOS DE TRÈS BONNE QUALITé, DES CLICHéS ORIGINAUX... LES UTILISATEURS VOIENT PASSER DES DIZAINES DE PHOTOS PAR JOUR : IL FAUT SURPRENDRE



FAIRE UNE VEILLE ET SOLICITER LES UTILISATEURS LORS D'UN ÉVèNEMENT AU MOYEN D'UN #HASHTAG EST UNE EXCELLENTE INITIATIVE POUR GÉNéRER DU CONTENU

ÉTAT DES LIEUX

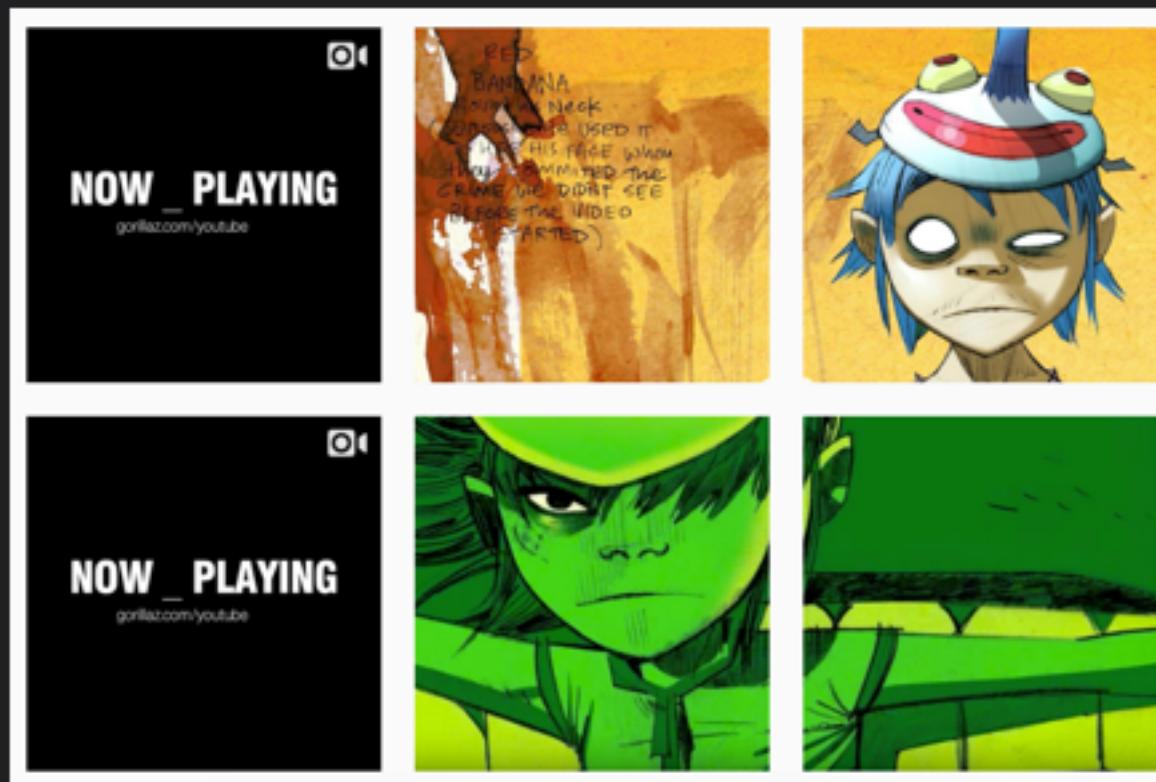
PANORAMA DES RÉSEAUX SOCIAUX



PLAYSTATION : DÉTOURNER L'OUTIL POUR SURPRENDRE L'UTILISATEUR

ÉTAT DES LIEUX

PANORAMA DES RÉSEAUX SOCIAUX



GORILLAZ : MUSIQUE ET ARTWORKS MIS EN SITUATIONS

ÉTAT DES LIEUX

PANORAMA DES RÉSEAUX SOCIAUX

The screenshot shows a Pinterest profile page for a user named Bastien PEAN from 2018. The interface includes a search bar at the top, followed by a sidebar with various pinned items like a clock, a waterfall, and a bowl of shrimp. The main board displays a grid of pins: a bowl of shrimp (Curry de crevettes au lait de coco façon Cyril Lignac), a home interior (future home inspiration by Callin Cowley), a green romper (Green & Lace Romper), a pink lip treatment (repaiwear intensive lip treatment), a pink lipstick (color balm lipstick by Stila), a woman in a coat (Callin Cowley beauty), a tube of lip gloss (COOL TODDY), a woman in a grey sweater (HAMBURGER ET SON PAIN MAISON), and a sandwich (HAMBURGER ET SON PAIN MAISON). The bottom of the screen features a grey banner with the text "Bastien PEAN – 2018".

ÉTAT DES LIEUX

PANORAMA DES RÉSEAUX SOCIAUX

Pinterest

COMPTÉ

10 réépinglages

www.2factory.com

150 MILLIONS

DE

MEMBRES

2 réépinglages

www.wat-work.fr

Source : 2Factory Paris.

ÉTAT DES LIEUX

PANORAMA DES RÉSEAUX SOCIAUX

30%
des utilisateurs ont
entre 25 et 35 ans

16MIN
passées chaque mois
sur le site par utilisateur

ÉTAT DES LIEUX

PANORAMA DES RÉSEAUX SOCIAUX

80% DE SES MEMBRES



SONT DES FEMMES

Source : 2Factory Paris.

ÉTAT DES LIEUX

PANORAMA DES RÉSEAUX SOCIAUX

BEST PRACTICES



PAS BESOIN DE DIFFUSER DU
CONTENU RÉGULIÈREMENT :
PINTEREST EST UN
MOODBOARD, AUQUEL ON
AJOUTE DU CONTENU CHAQUE
SEMAINE / MOIS PAR EXEMPLE



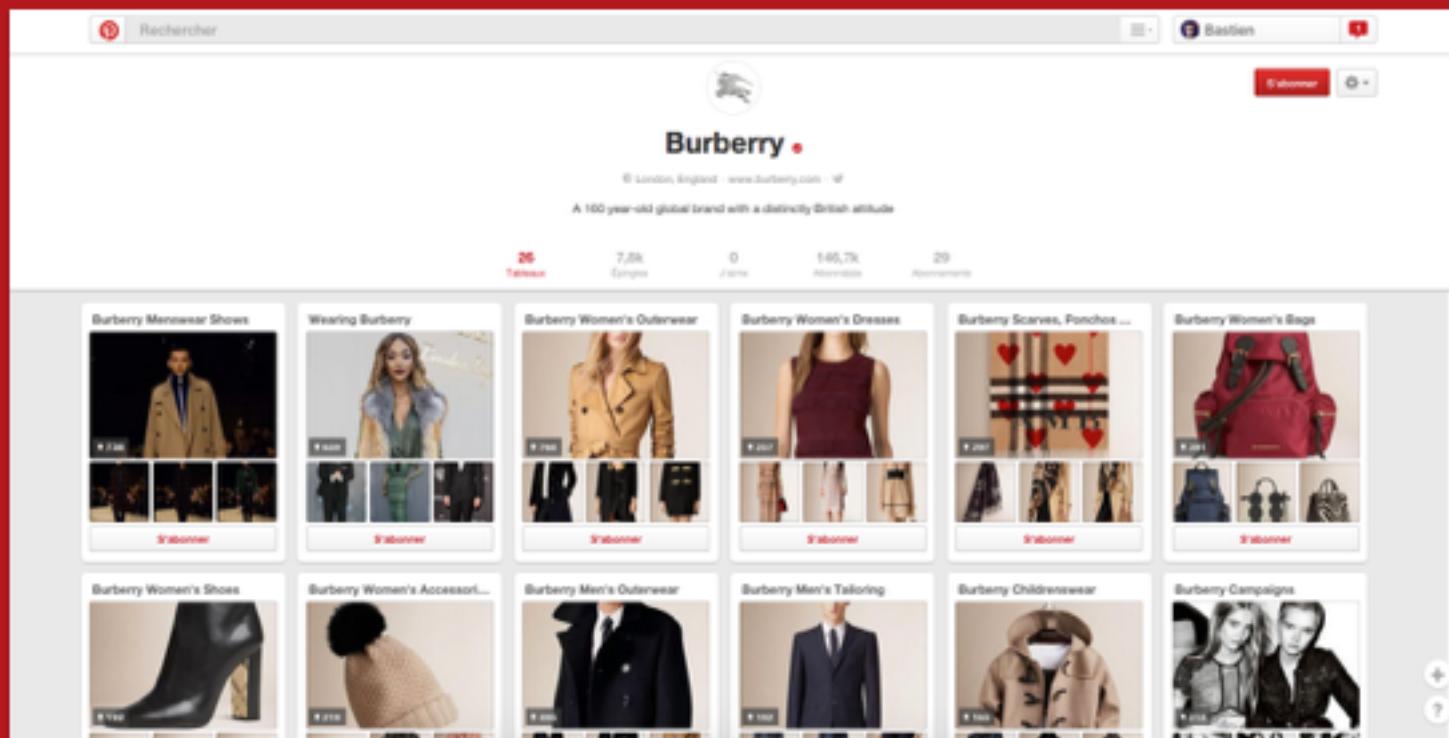
DIY, DESIGN, DÉCORATION,
LUXÉ, MODE ET NOURRITURE
SONT LES SUJETS LES PLUS
POPULAIRES, À PRIVILÉGIER
DANS LA LIGNE ÉDITORIALE
POUR SÉDUIRE L'AUDIENCE



UNE PLATEFORME IDÉALE
POUR GÉNÉRER DU TRAFIC
VERS SON SITE EN
PRÉSENTANT SES PRODUITS,
ET CRÉER DES TABLEAUX
COLLABORATIFS

ÉTAT DES LIEUX

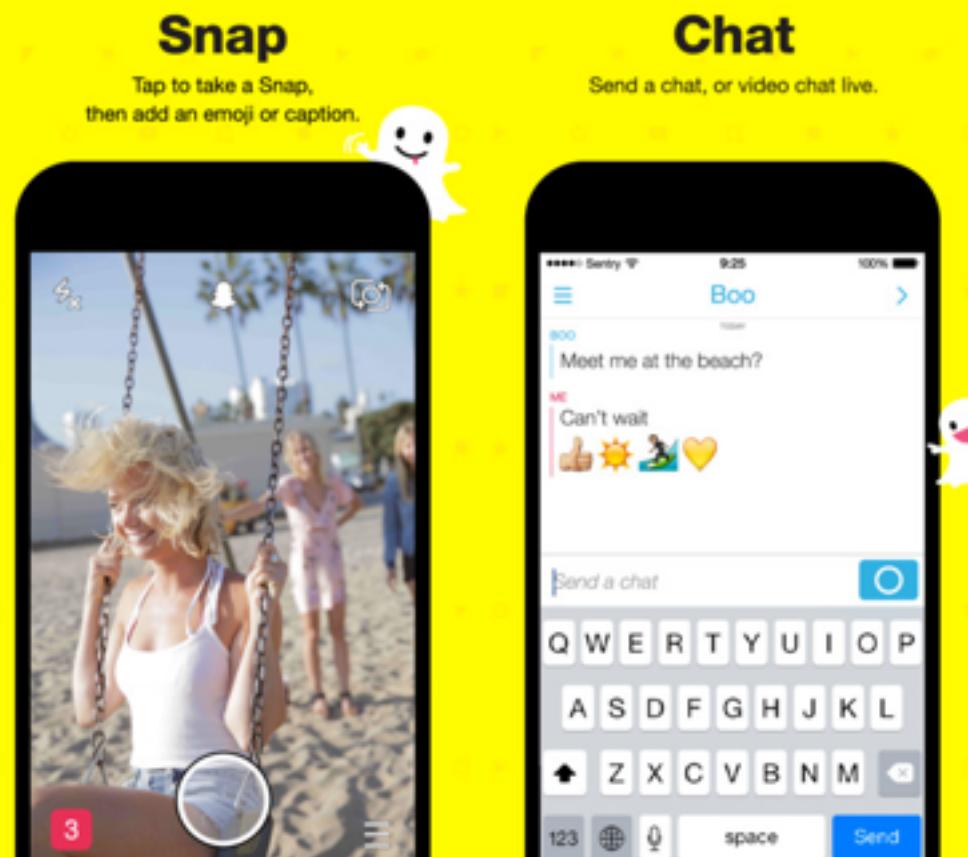
PANORAMA DES RÉSEAUX SOCIAUX



BURBERRY : COLLECTIONS, ACCESSOIRES ET INSPIRATIONS

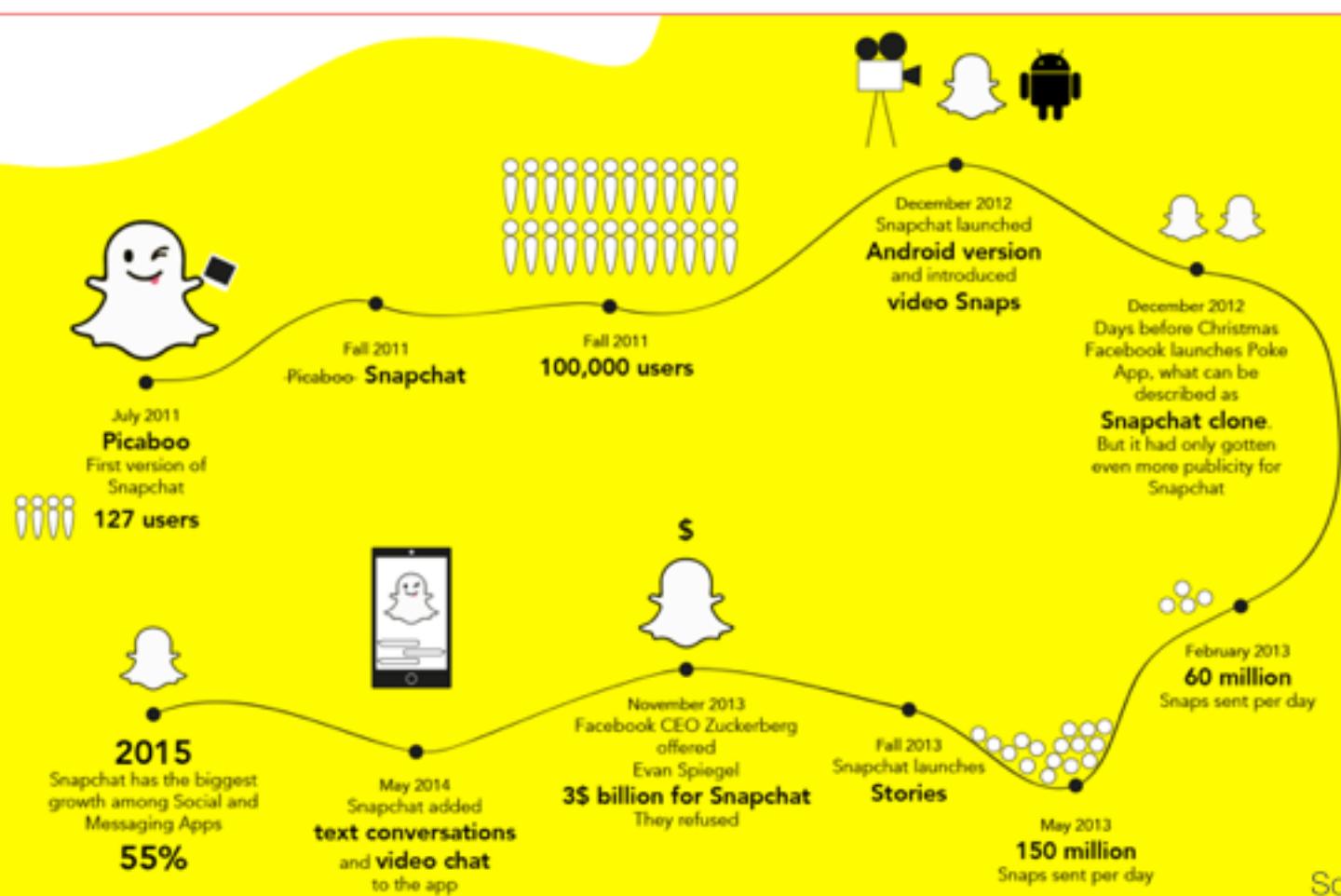
ÉTAT DES LIEUX

PANORAMA DES RÉSEAUX SOCIAUX



ÉTAT DES LIEUX

PANORAMA DES RÉSEAUX SOCIAUX



Source : Grey Entourage.

ÉTAT DES LIEUX

PANORAMA DES RÉSEAUX SOCIAUX

173 MILLIONS
d'utilisateurs actifs par jour
(9,6 millions en France)

LES 16-19 ANS
sont les plus actifs
(47% des utilisateurs ont 18-24 ans)



ÉTAT DES LIEUX

PANORAMA DES RÉSEAUX SOCIAUX

BEST PRACTICES



AVEC DES CONTENUS AFFICHÉS UNE SEULE ET UNIQUE FOIS, ET DES STORIES DE 24H, LES MARQUES SONT ENCOURAGEÉES À PUBLIER DU CONTENU TRÈS RÉGULIER



DISCOVER, UN FORMAT PROPOSÉ AUX MARQUES ET AUX MÉDIAS QUI PERMET DE DIFFUSER DU CONTENU EN PROVENANCE DE LEUR SITE, ACCOMPAGNÉ D'ANIMATIONS



LE PRINCIPE D'USAGE UNIQUE PEUT DONNER LIEU À DE BELLES IDÉES CRÉATIVES SUR LE PRINCIPE DE « PREMIER ARRIVÉ, PREMIER SERVI »

ÉTAT DES LIEUX

PANORAMA DES RÉSEAUX SOCIAUX

WWF : #LASTSELFIE, LA DERNIÈRE PHOTO DES ESPÈCES EN DANGER

ÉTAT DES LIEUX

PANORAMA DES RÉSEAUX SOCIAUX

The screenshot shows a YouTube search results page for the query "nike". The main video thumbnail is for "NIKE FOOTBALL" featuring a soccer ball and a boot. Below it is a video titled "Mercurial Superfly CR7: CR7 in 'Out of this World'" showing Cristiano Ronaldo in action. The interface includes a sidebar with navigation links like "Vidéos à regarder", "Ma chaîne", and "PLAYLISTS Favorites". The right sidebar lists "Other Nike Football Channels" such as "Nike Soccer", "nikefutbolargentina", "NikeFootballFrance", "TeamNikeFootball", and "nikefutbolmx".

ÉTAT DES LIEUX

PANORAMA DES RÉSEAUX SOCIAUX



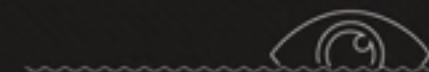
Source : 2Factory Paris.

ÉTAT DES LIEUX

PANORAMA DES RÉSEAUX SOCIAUX

4 MILLARDS

► DE VIDÉOS ◀



SONT VISIONNÉES

CHAQUE JOUR



Source : 2Factory Paris.

ÉTAT DES LIEUX

PANORAMA DES RÉSEAUX SOCIAUX

BEST PRACTICES



YOUTUBE EST DAVANTAGE UN HÉBERGEUR DE VIDÉOS QU'UN RÉSEAU SOCIAL. UN RYTHME HEBDOMADAIRE POUR LES SÉRIES THÉMATIQUES EST UN BON ENGAGEMENT



GOOGLE OBLIGE, LE RÉFÉRENCEMENT EST PRIMORDIAL : LES TITRES, LES MOTS CLÉS ET LES DESCRIPTIONS LE DOIVENT PAS ÊTRE NÉGLIGÉS



LA PLATEFORME PERMET DE DIFFUSER DU CONTENU EN DIRECT : IDÉAL POUR COUVRIR UN ÉVÈNEMENT EN DIRECT

ÉTAT DES LIEUX

PANORAMA DES RÉSEAUX SOCIAUX

The screenshot shows the Starbucks Coffee Google+ profile page. The left sidebar contains navigation links: Accueil, Collections, Communautés, Profil, Contacts, Paramètres, Laisser un avis, and Aide. It also includes links to Revenir à l'interface Google+ classique, Règles de confidentialité, Conditions d'utilisation, and Conditions d'utilisation de Google Maps. The main content area features a large image of three Starbucks coffee cups. Below the image, the profile information is displayed: the Starbucks logo, the text "Starbucks Coffee", a verified checkmark, 4 468 151 abonnés, and the tagline "Our mission: to inspire and nurture the human spirit...". A "SUIVRE" button is visible. At the bottom, it says "Centres d'intérêt de Starbucks Coffee".

ÉTAT DES LIEUX

PANORAMA DES RÉSEAUX SOCIAUX



Bastien PÉAN – 2018

ÉTAT DES LIEUX

PANORAMA DES RÉSEAUX SOCIAUX

The screenshot shows a LinkedIn profile page with the following elements:

- Header:** LinkedIn logo, search bar ("Chercher des personnes, un poste, des entreprises..."), advanced search link, and navigation links (Accueil, Profil, Réseau, Carrères, Centres d'intérêt, Services professionnels, Compte Premium).
- Profile Area:** Shows a user's profile picture and a search bar for mentioning others.
- News Feed:** Posts from Clarence Ceniza:
 - A post by Manuel Diaz with a quote from F. Scott Fitzgerald: "Never confuse a single defeat with a final defeat." - F. Scott Fitzgerald.
 - A post by Nicolas Borgis sharing an article titled "Creativity, Corporatism, and Crowds" by Robert J Shiller. The article discusses the relationship between creativity, economic progress, and capital accumulation.
- Connections:** A sidebar titled "Les connaissez-vous ?" listing connections like Kristell Jeorjelin, Christophe DEFELICE, and clement nedonchelle, each with a "Se connecter" button.
- Recent Activity:** A section titled "Votre dernière visite" showing recent profile views.
- Profile Summary:** Statistics showing 17 profile views in the last 7 days and a -3% change in the last 30 days.

Bastien P

ÉTAT DES LIEUX

PANORAMA DES RÉSEAUX SOCIAUX



COMPTE
500 MILLIONS
DE
MEMBRES

8888

8888

Source : 2Factory Paris.

ÉTAT DES LIEUX

PANORAMA DES RÉSEAUX SOCIAUX

MAIS

seulement
106 MILLIONS
sont actifs



Source : 2Factory Paris.

ÉTAT DES LIEUX

PANORAMA DES RÉSEAUX SOCIAUX

172 800
NOUVEAUX MEMBRES
PAR JOUR



**2 INSCRIPTIONS
PAR SECONDE**

Source : 2Factory Paris.

Études de cas

Bastien PÉAN – 2018



Études de cas

Oreo

Bastien PÉAN – 2018

ÉTUDES DE CAS

OREO



OREO

Bastien PÉAN – 2018

ÉTUDES DE CAS

OREO



L'anniversaire

En 2012, Oreo veut célébrer ses 100 ans. La marque est populaire, mais pas assez active sur les réseaux sociaux. Un seul objectif pour cette occasion : ancrer Oreo dans le quotidien des utilisateurs, tous les jours pendant 100 jours.

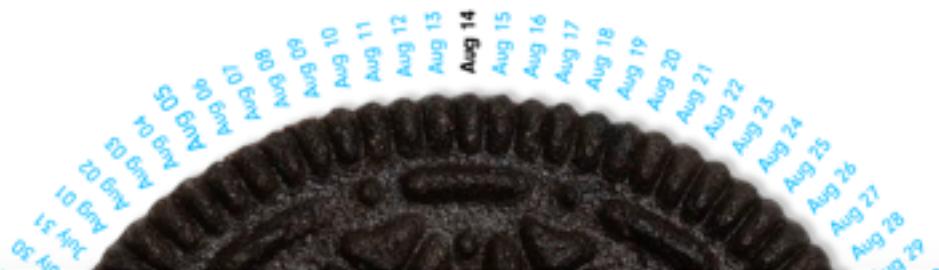
Bastien PÉAN – 2018

ÉTUDES DE CAS

OREO



AUG 14 | ELVIS WEEK



Bas

ÉTUDES DE CAS

OREO



SEPT 21 | ENDEAVOUR'S FINAL FLIGHT

Un jour, une histoire, une image partagée.

Bastien PÉAN – 2018



JULY 30 | NATIONAL CHEESECAKE DAY



JULY 14 | BASTILLE DAY

ÉTUDES DE CAS

OREO



Bastien PÉAN – 2018

Des partenariats très forts : Warner Bros., Nintendo...
Pour toucher des cibles différentes.

ÉTUDES DE CAS

OREO



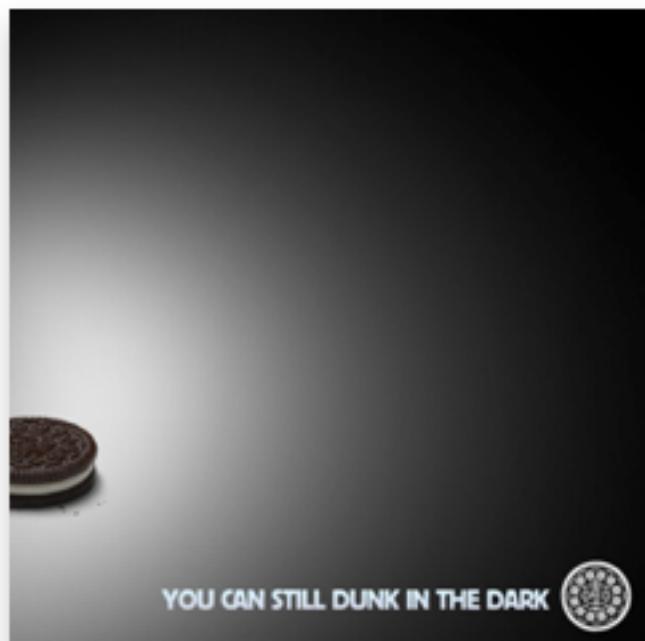
En quelques chiffres :

- 433 millions de vues sur Facebook en 100 jours.
- + 1 millions de fans sur Facebook
- + 280 % de partages Facebook
- + 515 % de retweets sur Twitter

Bastien PÉAN – 2018

ÉTUDES DE CAS

OREO



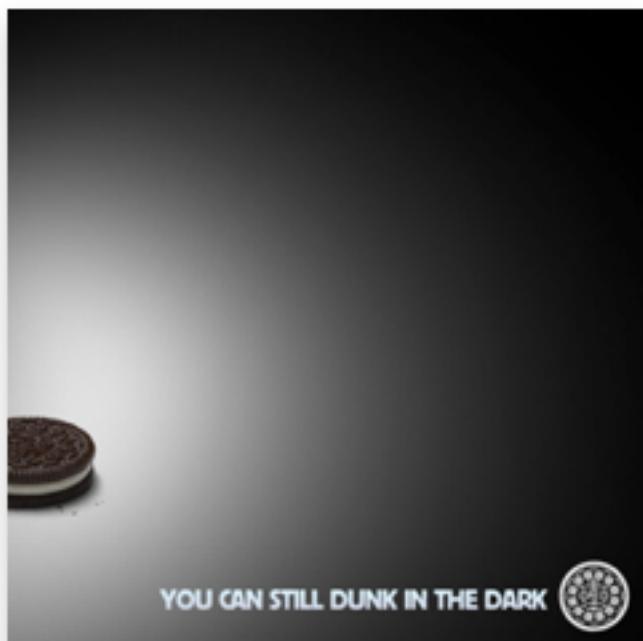
Le coup de la panne

Superbowl 2012, une panne de 30 minutes interrompt le match. Oreo réagit en direct, comme de nombreuses marques, en s'appropriant l'évènement.

Bastien PÉAN – 2018

ÉTUDES DE CAS

OREO



Le coup de la panne

280 millions d'impressions

15 000 retweets, 10 000 en une heure

Un tweet gratuit, là où des annonceurs payent 4 millions de dollars pour un spot de quelques secondes.

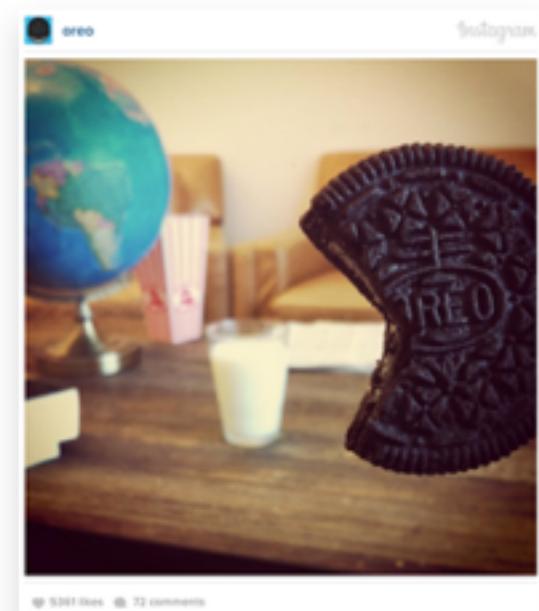
Bastien PÉAN – 2018

ÉTUDES DE CAS

OREO



A screenshot of the official Pinterest page for Oreo. The profile picture is a blue Oreo cookie. The page title is "OREO" and the bio reads: "The official Pinterest page of the world's favorite cookie, Oreo. Explore recipes, Oreo Art and more!" Below the bio are links to "www.nabisco.com" and "OREO.COM". The page stats are: 8 Boards, 296 Pins, 109k Likes, Follow All, 4221 Followers, 38 Following. The main area shows a grid of boards: Daily Twist, Oreo Art, Oreo Cookies Recipes, Mother's Day, Oreo Birthday Recipes, Oreo Spring Recipes, Oreo Moments, and History Through Oreo.



Oreo aujourd'hui

Une stratégie éditoriale basée sur le contenu, unique et créatif

Bastien PÉAN – 2018

Un ton fédérateur, humoristique et joyeux

Une cible très large : pas de public particulier visé



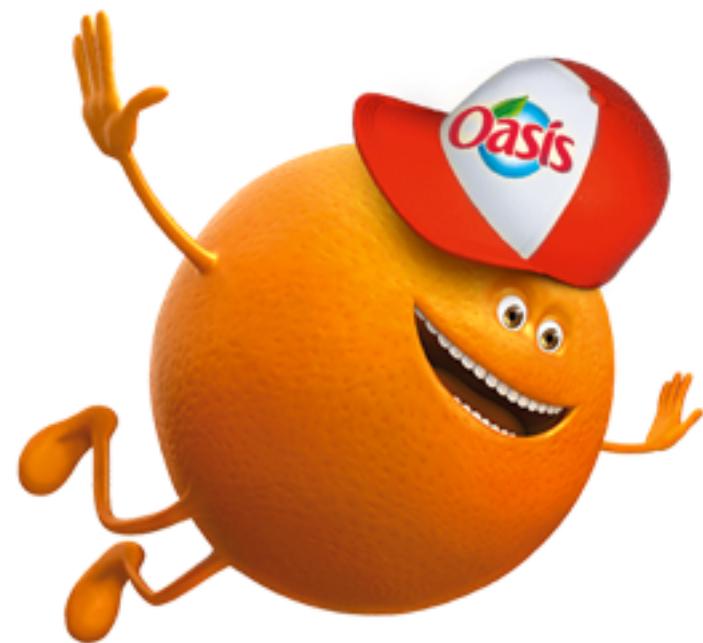
Études de cas

Oasis

Bastien PÉAN – 2018

ÉTUDES DE CAS

OASIS



Bastien PÉAN – 2018

ÉTUDES DE CAS

OASIS



ÉTUDES DE CAS

OASIS

Oasis Be Fruit
October 31 ⚡

A 4000 likes yé fais flipper Frambourgeoise comme jamais pour Halokween !
Alors grappe ou pas grappe ? #BeFruit



Like · Comment · Share

203 Shares

6,477 people like this.

Top Comments -

Oasis Be Fruit
October 15 ⚡

Cette semaine au ciné mangue : Les Ninja Turtles, quatre frères devenus héros ! #BeFruit — with Mael Maël and 6 others.



Like · Comment · Share

4,918 67 523 Shares

Oasis Be Fruit
October 9 ⚡

Quand tu dois réviser pomme un dingue la veille d'un examen ! #BeFruit



Ce que tu veux faire

Like · Comment · Share

Ce que tu fais vraiment

7,927 108 380 Shares

Bastien PÉAN – 2018

ÉTUDES DE CAS

OASIS

 **Oasis** 
@oasisbefruit

Mon fils, ma papaye ! #CoupeDavis

RETWEETS 201 FAVORIS 116

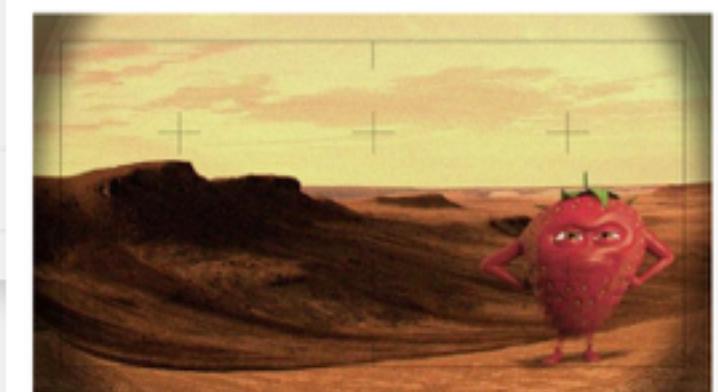
 **Oasis** 
@oasisbefruit

Quand tu dois réviser :
- ça c'est déjà fait
- ça je le fais après
- ça c'est facile...
Voilà fruini !
#BeFruit

RETWEETS 119 FAVORIS 69

 **Oasis** 
@oasisbefruit

La pommière image de Fruilae sur la cocomète ! #PoseToiPhilae



Bastien PÉAN – 2018

ÉTUDES DE CAS

OASIS



ÉTUDES DE CAS

OASIS



Bastien PÉAN

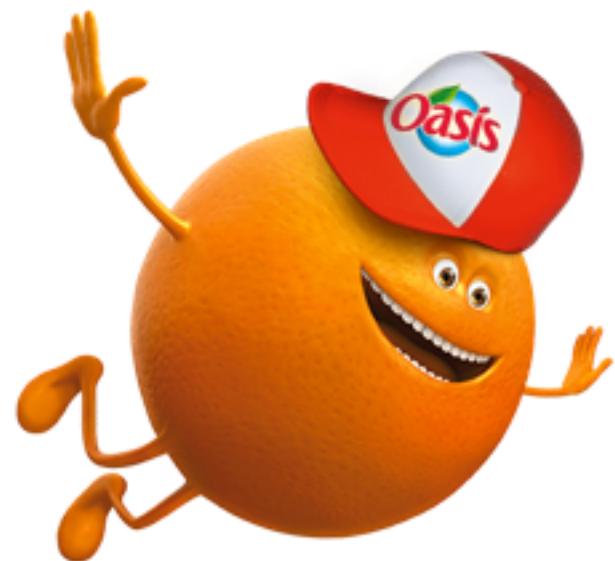
ÉTUDES DE CAS

OASIS



ÉTUDES DE CAS

OASIS



Oasis aujourd'hui

Une stratégie adaptée à chaque réseau social
Du contenu travaillé selon l'actualité
Une véritable attente quotidienne des fans
17e page la plus populaire en France sur Facebook
Un phénomène qui va au-delà des réseaux sociaux

Bastien PÉAN – 2018



Études de cas

Bouygues VS. Free

Bastien PÉAN – 2018

ÉTUDES DE CAS

BOUYGUES VS. FREE



Un contexte concurrentiel fort

En janvier 2012, Free annonce qu'il entre dans la course des opérateurs de téléphonie mobile. À la veille d'une conférence choc, les autres opérateurs historiques ne savent pas à quelle sauce ils seront mangés.

Bastien PÉAN – 2018

ÉTUDES DE CAS

BOUYGUES VS. FREE



Gestion de la crise par Orange

Une page toujours ouverte aux publications des utilisateurs, avec des réponses aux questions un peu tardives. Dans l'ensemble, une présence plus importante que d'habitude et une gestion « correcte ».

Bastien PÉAN – 2018

ÉTAT DES LIEUX

ÉTUDES DE CAS



Gestion de la crise par SFR

Fermeture du mur aux messages des utilisateurs. SFR a également gardé une ligne éditoriale composée de publications classiques, sûrement programmées. Une très mauvaise gestion des réponses.

Bastien PÉAN – 2018

ÉTAT DES LIEUX

ÉTUDES DE CAS



[Marie Lussault > Bouygues Telecom](#)

Vous comptez faire quoi pour nous les "vaches à lait" que nous sommes ?

J'aime · Commenter · Il y a 23 minutes · i

10 personnes aiment ça.

Alexandra Maille LOL !

Il y a 22 minutes · J'aime · i 2

Marie Lussault MEUUUUUH !

Il y a 22 minutes · J'aime · i 4

Kévin Storme Let's go awayyyy ! FREEEEEEEEdom :-)

Il y a 18 minutes · J'aime

Myriam Sarah Hassani Laissez-vous traire voyons! :D

Il y a 18 minutes · J'aime · i 1

Marie Lussault Faut-il encore arriver à souscrire et les joindre...

Il y a 18 minutes · J'aime

Bouygues Telecom On a une grande place sur la pelouse :) Si l vous plait n'écoutez pas tout ce qui se dit au pied de la lettre, ici il y a 2.000 conseillers de clientèles qui se battent pour vous accompagner chaque jour, aucun d'entre nous n'a jamais considéré un client comme une vache à lait. Pour le reste laissez-nous un petit peu de temps :) Bonne journée ! Tanguy

Il y a 16 minutes · J'aime · i 3

Gestion de la crise par Bouygues

Mise en stand-by de l'activité Social Media pour se concentrer sur la relation clients. D'une centaine à 5000 messages quotidiens postés sur la page Facebook. Une humanisation du Community Management : chaque réponse signée par le CM. La carte de l'humour pour répondre à l'arrogance de Free Mobile.

Bastien PÉAN — 2018



Atelier *Analyse de marque*

Bastien PÉAN — 2018

ATELIER ANALYSE DE MARQUE



Choisir une marque : PlayStation, Burger King, Monoprix, Netflix
Listez les réseaux sociaux que cette marque a investi,
Pour chacun, recensez le nombre d'abonnés (+ d'autres stats si besoin),
Définissez le ton utilisé par la marque,
Étudiez les rubriques de contenus / la fréquence de ses publications,
Interrogez-vous sur les performances de leurs publications,
Analysez les commentaires des fans et la réactivité de la marque,

Recourir aux Facebook Ads

Bastien PÉAN — 2018

RECOURIR AUX FACEBOOK ADS

ENJEUX, FORMATS, CONCEPTION



De la publicité très ciblée

Les publicités Facebook utilisent les critères socio-démographiques ainsi que les affinités et centres d'intérêts des utilisateurs pour diffuser vos publications ou promouvoir votre page. Le ciblage peut être redoutablement précis.

RECOURIR AUX FACEBOOK ADS

ENJEUX, FORMATS, CONCEPTION



Des coûts à la performance qui varient

Selon les secteurs, le taux de clic (CTR), le coût par clic (CPC) et le coût pour mille (CPM) varient.

Bastien PÉAN — 2018

Source : Nanigans (2016)

RECOURIR AUX FACEBOOK ADS

ENJEUX, FORMATS, CONCEPTION

PAGE LIKE BENCHMARKS BY INDUSTRY



Des coûts à la performance qui varient

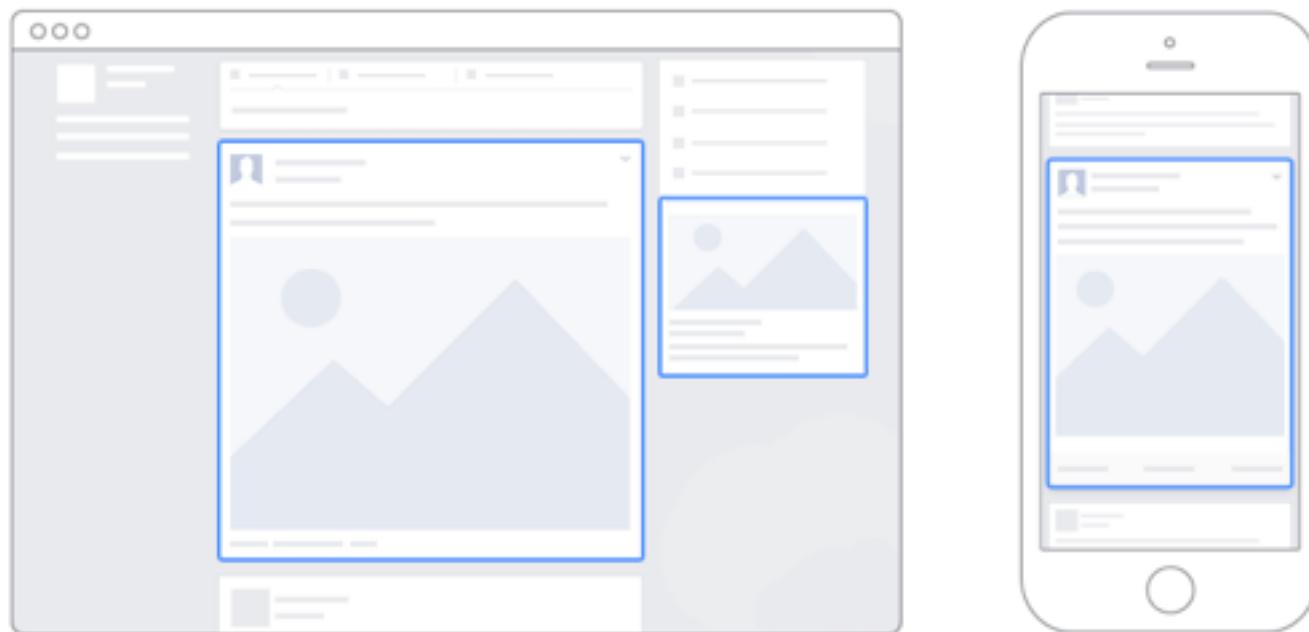
Le coût par fan (CPF) varie lui aussi.

Bastien PÉAN – 2018

Source : Salesforce (2013)

RECOURIR AUX FACEBOOK ADS

ENJEUX, FORMATS, CONCEPTION



Les pubs sont partout

Bastien PÉAN – 2018

Dans la timeline, dans la colonne, sur votre mobile.

RECOURIR AUX FACEBOOK ADS

ENJEUX, FORMATS, CONCEPTION

-  Générer plus d'engagement sur vos publications de Page
-  Avoir plus de mentions J'aime
-  Générer du trafic vers votre site web
-  Générer des conversions sur votre site web
-  Accroître l'installation de votre application
-  Accroître l'engagement dans votre application
-  Promouvoir votre entreprise au niveau local
-  Avoir plus de participants à votre évènement
-  Inciter les gens à utiliser votre offre
-  Obtenir des visionnages de vidéos

Les différents formats existants

À chaque format, un objectif.

RECOURIR AUX FACEBOOK ADS

ENJEUX, FORMATS, CONCEPTION



Générer plus d'engagement sur une publication

Permet de diffuser une publication à une plus large audience (vos fans mais aussi d'autres personnes). Largeur d'image recommandée : 1200 pixels
Votre image ne peut contenir plus de 20 % de texte

Bastien PÉAN – 2018

RECOURIR AUX FACEBOOK ADS

ENJEUX, FORMATS, CONCEPTION



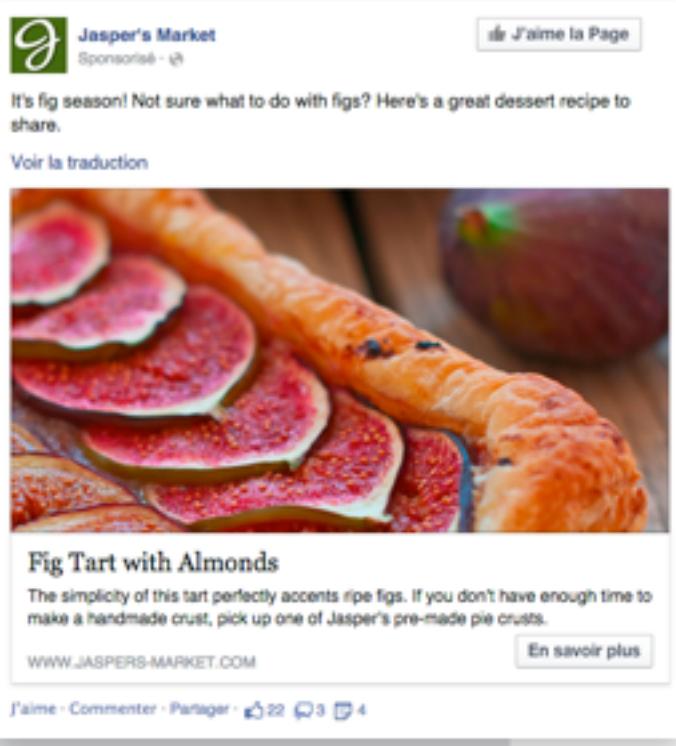
Avoir plus de mentions j'aime

Permet de recruter rapidement de nouveaux abonnés sur votre page.

Taille d'image recommandée : 1200 x 444 pixels
Votre image ne peut contenir plus de 20 % de texte
Texte : 90 caractères

RECOURIR AUX FACEBOOK ADS

ENJEUX, FORMATS, CONCEPTION



Générer du trafic vers votre site web

Permet de diriger les utilisateurs vers un site externe.

Taille d'image recommandée : 1200 x 628 pixels

Votre image ne peut contenir plus de 20 % de texte

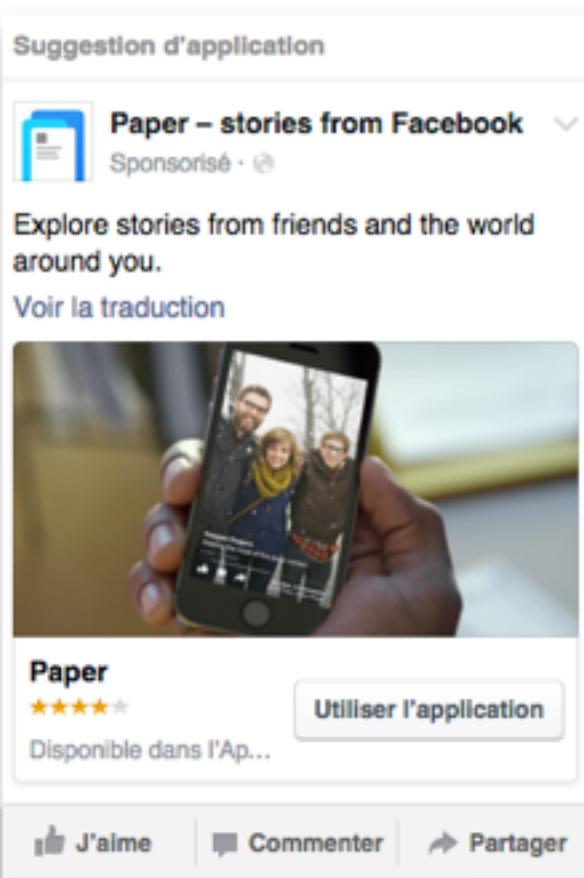
Texte : 480 caractères

Titre : 40 caractères

Description du lien : 200 caractères

RECOURIR AUX FACEBOOK ADS

ENJEUX, FORMATS, CONCEPTION



Installation de l'application

Permet de promouvoir votre application iOS ou Android aux utilisateurs navigant sur mobile.

Taille d'image recommandée : 1200 x 628 pixels

Votre image ne peut contenir plus de 20 % de texte

Texte : 90 caractères

La note de votre application apparaît sous la forme d'étoiles.

RECOURIR AUX FACEBOOK ADS

ENJEUX, FORMATS, CONCEPTION



Obtenir des visionnages de vidéos

Permet de diffuser largement une vidéo Facebook.

Taille de vignette recommandée : 1200 x 675 pixels,
elle ne doit pas contenir plus de 20 % de texte.

Taille de fichier : 1 Go maximum

Texte : 90 caractères

RECOURIR AUX FACEBOOK ADS

ENJEUX, FORMATS, CONCEPTION



Démonstration
Facebook Ads

Bastien PÉAN – 2018



Atelier Création de Facebook Ads

Bastien PÉAN — 2018

ATELIER CRÉATION DE FACEBOOK ADS



Votre client est [AnotherChef.com](#), une plateforme d'économie collaborative lancée en février 2016, qui souhaite démocratiser le service de chefs à domicile en proposant les services de cuisiniers amateurs et passionnés de cuisine du monde.

Des cuisiniers originaires de tous pays proposent leurs menus sur le site AnotherChef.com. Le client réserve une prestation en ligne et le Jour J, le chef arrive chez son client avec tous les ingrédients pour préparer le repas. Il repart quand le repas est prêt et la cuisine rangée. Le service est disponible à Paris, Lille, Aix en Provence et Bordeaux.

La cible est assez large (25 à 50 ans) mais urbaine et déjà habituée à se rendre dans des restaurants régulièrement, ouverte à la cuisine du monde et aux autres cultures, curieuse d'essayer de nouveaux services. Sans oublier... les chefs amateurs !

Bastien PÉAN – 2018

ATELIER CRÉATION DE FACEBOOK ADS

Atelier réalisé par groupe de 3 étudiants



Concevoir 2 campagnes publicitaires Facebook :

- Choisissez les objectifs marketing les plus adaptés
- Pour chacun, créez une audience et optimisez le budget et les performances, en prenant soin de définir les montants d'enchère.
- Créez les formats publicitaires : texte, liens, visuels et/ou vidéos

Présentez l'ensemble dans une recommandation en 5 minutes chrono

Merci.

COURS PRÉPARÉ ET ANIMÉ PAR BASTIEN PÉAN – 2018
Reproduction ou diffusion interdite sans autorisation préalable
Contact → bastien.pean@gmail.com → www.bastienpean.com

Bastien PÉAN – 2018