

Stratégie Social Media et Community Management

Présenté par Bastien Péan



HÉTIC
LA GRANDE ÉCOLE DE L'INTERNET

PRÉSENTATIONS

ET PROGRAMME DE LA FORMATION



Bastien Péan @bastienpean

Social Media Strategist, formateur.

N'a pas fait HETIC :-)

Olympus, Ford, Nokia, Ricard, Universal Pictures.

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 PEAN — 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 ?

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.

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.

ÉTAT DES LIEUX

DÉFINITIONS ET OBJECTIFS

Social Media Management VS. Community Management

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

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 plateformes, 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.

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 PEAN — 2018

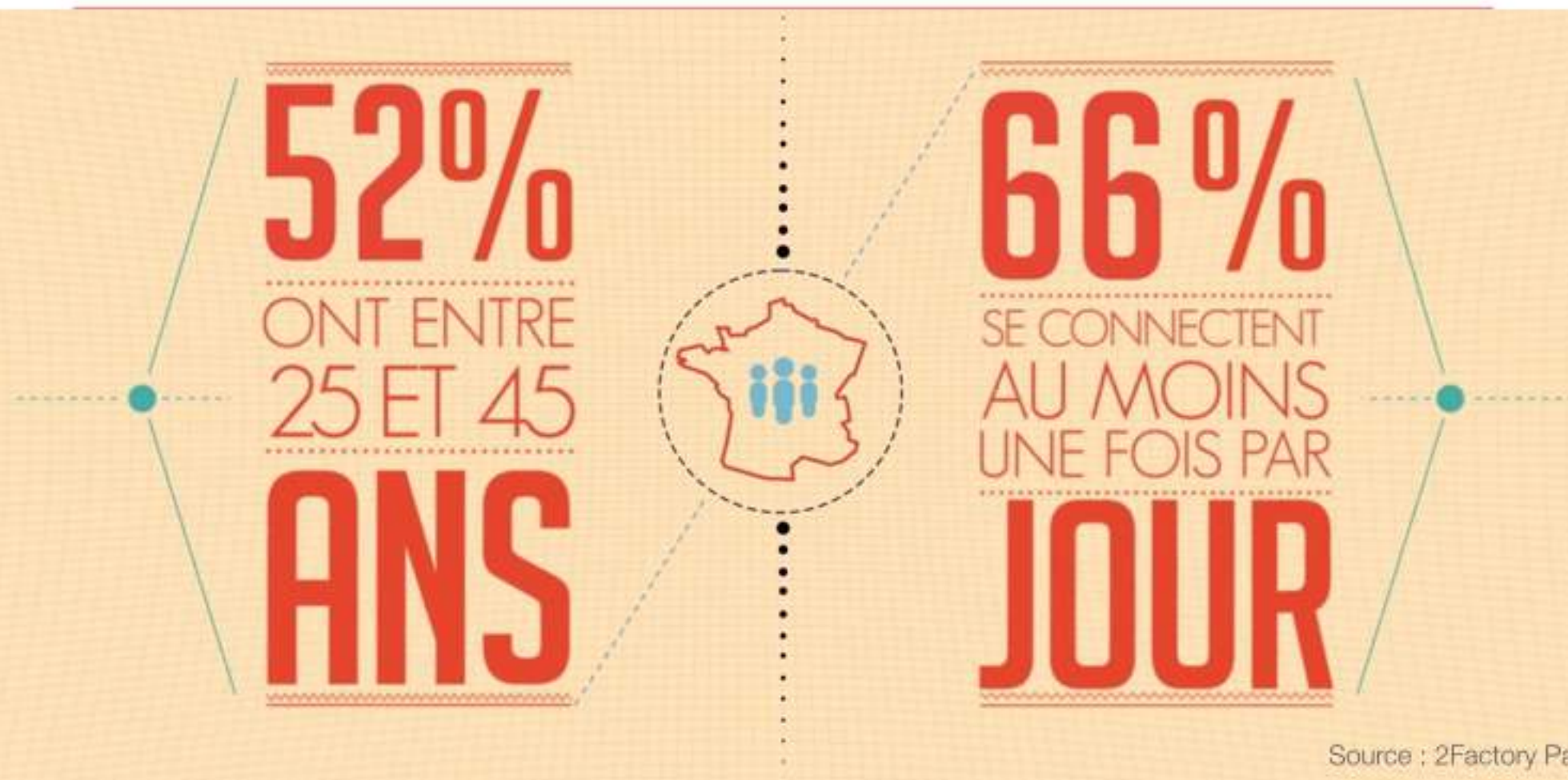
ÉTAT DES LIEUX

PANORAMA DES RÉSEAUX SOCIAUX



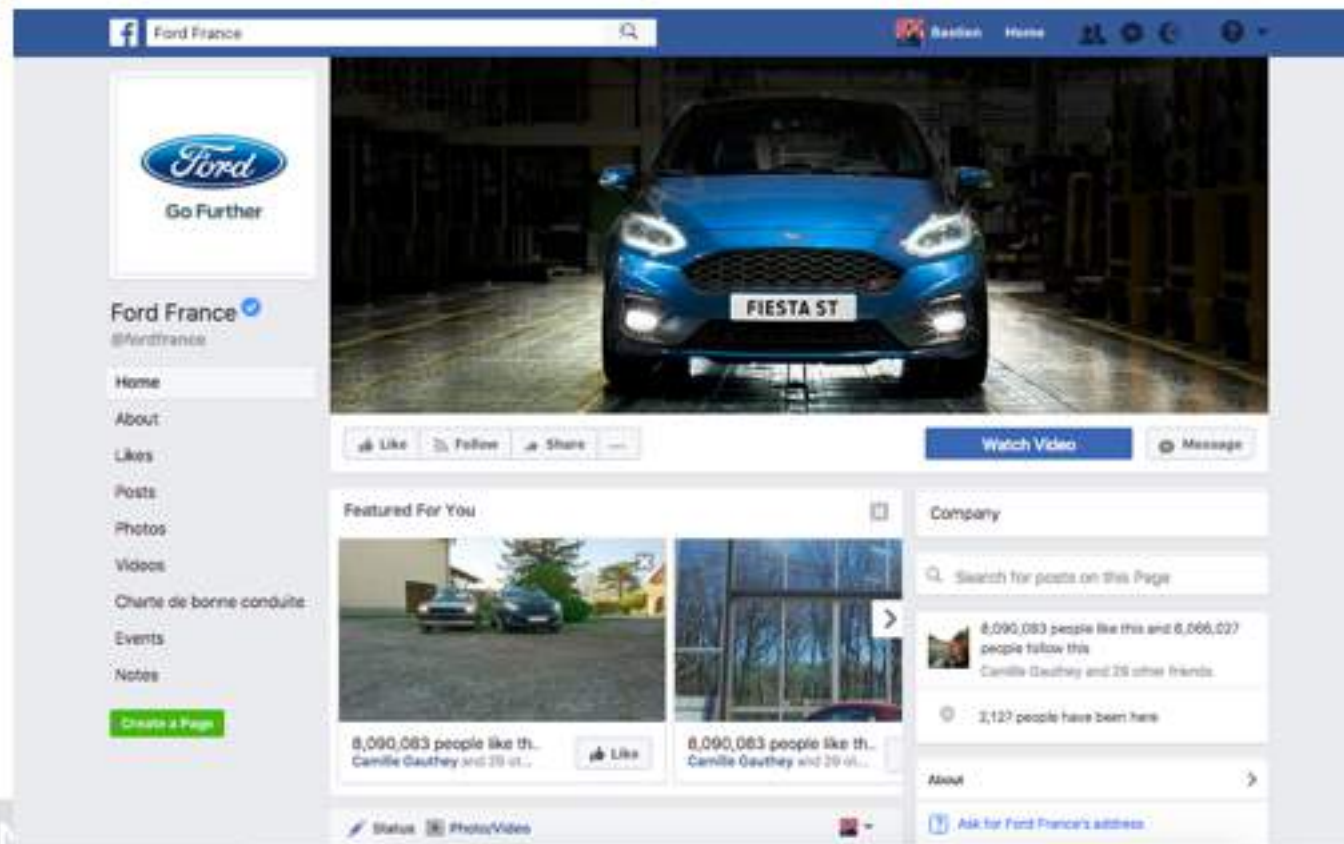
ÉTAT DES LIEUX

PANORAMA DES RÉSEAUX SOCIAUX



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



CES DERNIERS ONT
EN MOYENNE : 177 AMIS



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
PRIVILÉGER 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

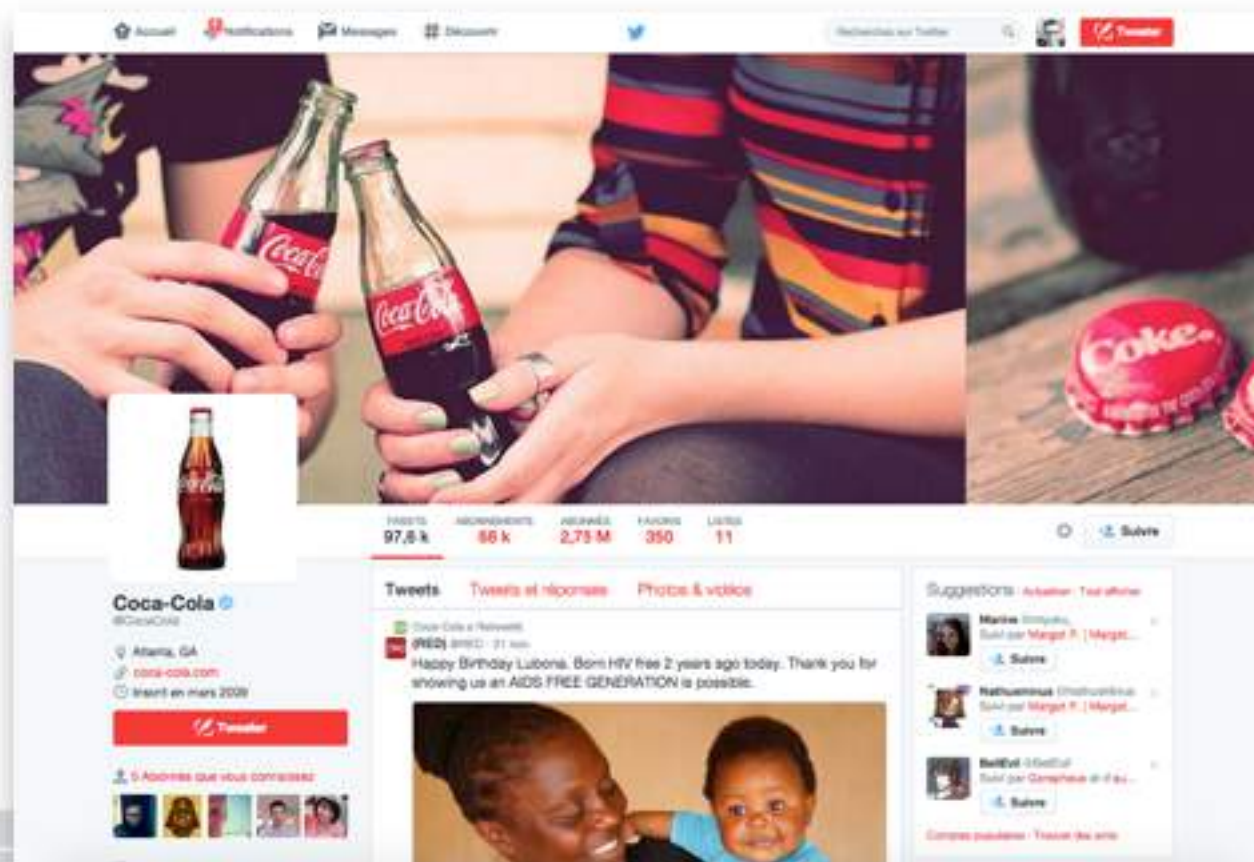
PANORAMA DES RÉSEAUX SOCIAUX



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.

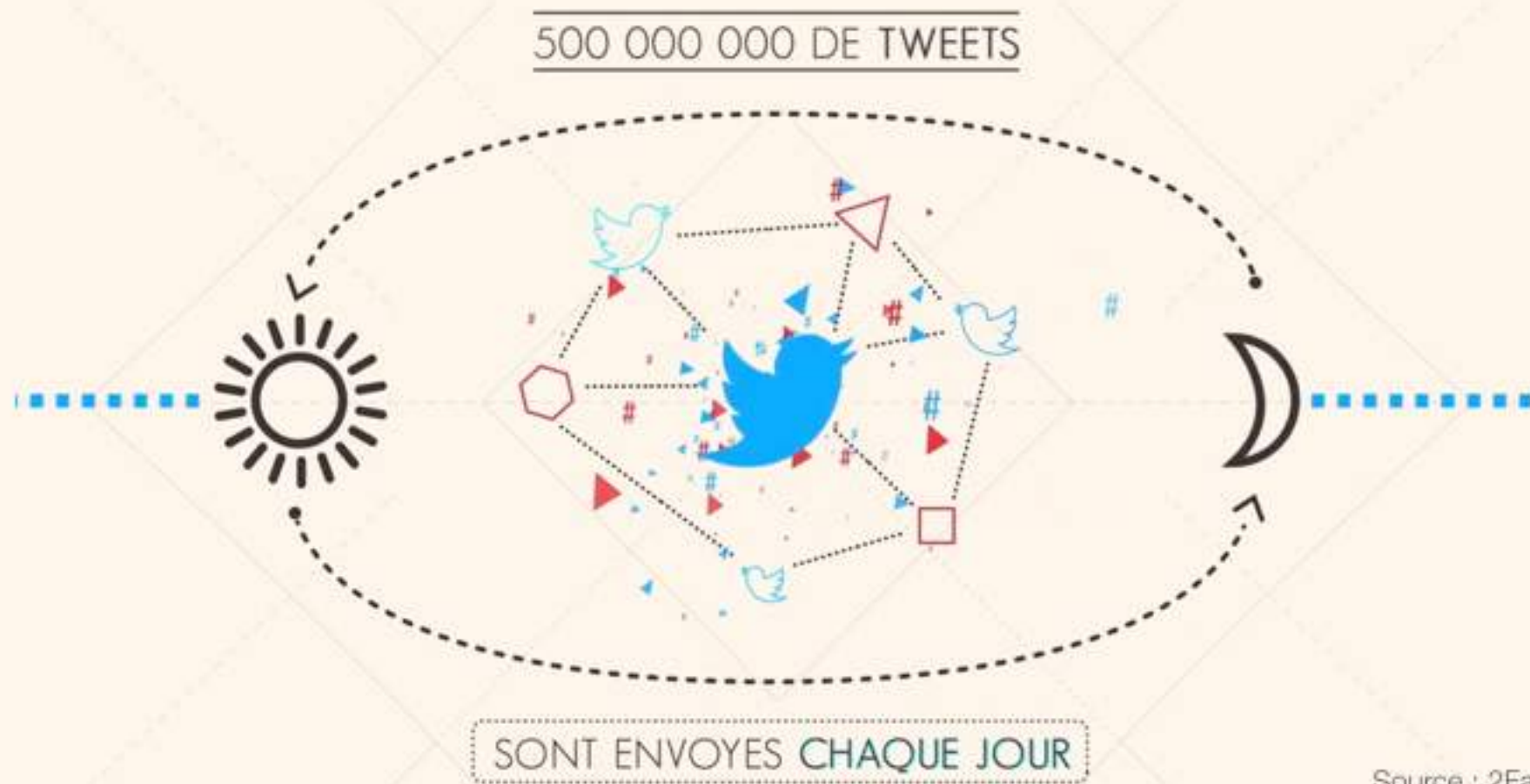
ÉTAT DES LIEUX

PANORAMA DES RÉSEAUX SOCIAUX



ÉTAT DES LIEUX

PANORAMA DES RÉSEAUX SOCIAUX



Source : 2Factory Paris.

ÉTAT DES LIEUX

PANORAMA DES RÉSEAUX SOCIAUX

LES HASHTAGS

LES HASHTAGS SONT DES MOTS-CLÉS PERMETTANT DE CATÉGORISER UN TWEET. SOUVENT UTILISÉS POUR REGROUPER 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 SOLLICITER 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 SÉRA 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 ABONNEMENTS 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'ANCERER 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 SOLLICITER 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

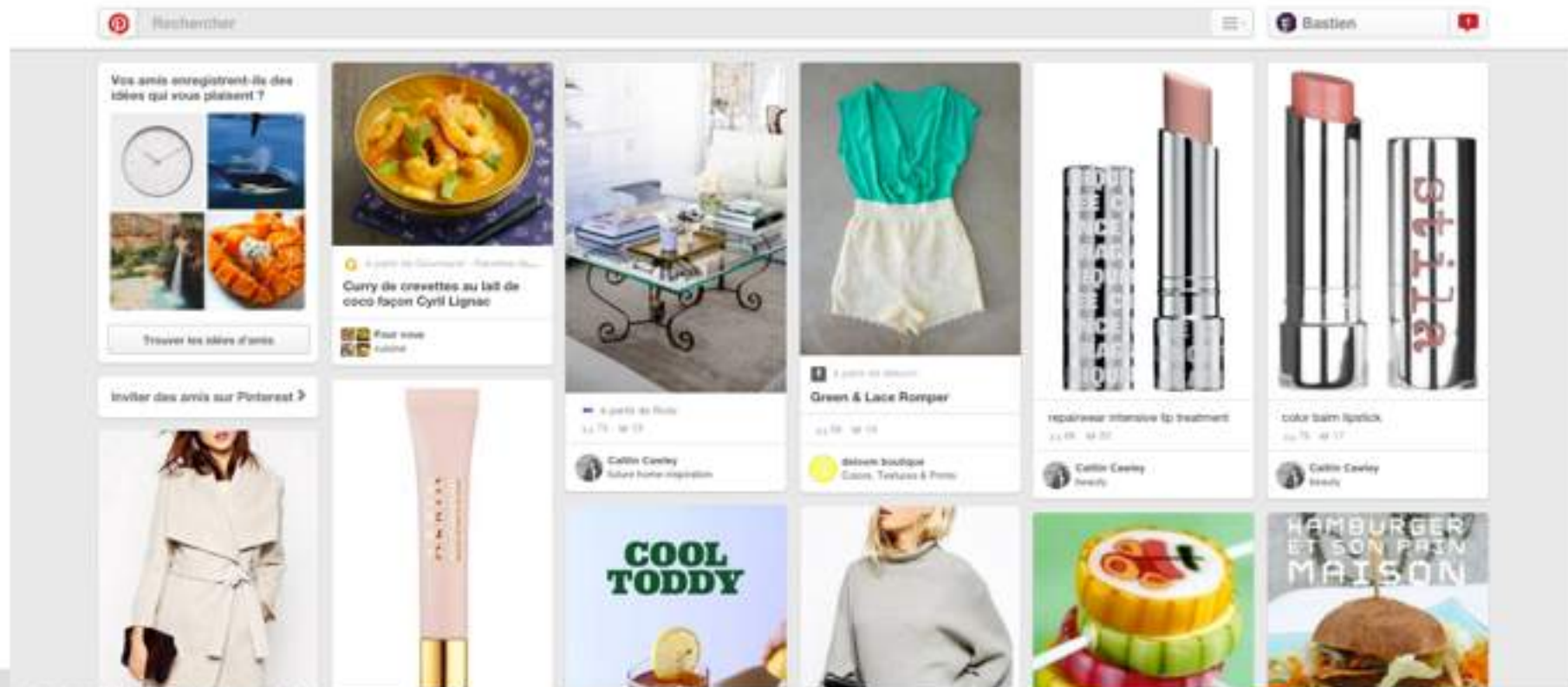
PANORAMA DES RÉSEAUX SOCIAUX



GORILLAZ : MUSIQUE ET ARTWORKS MIS EN SITUATIONS

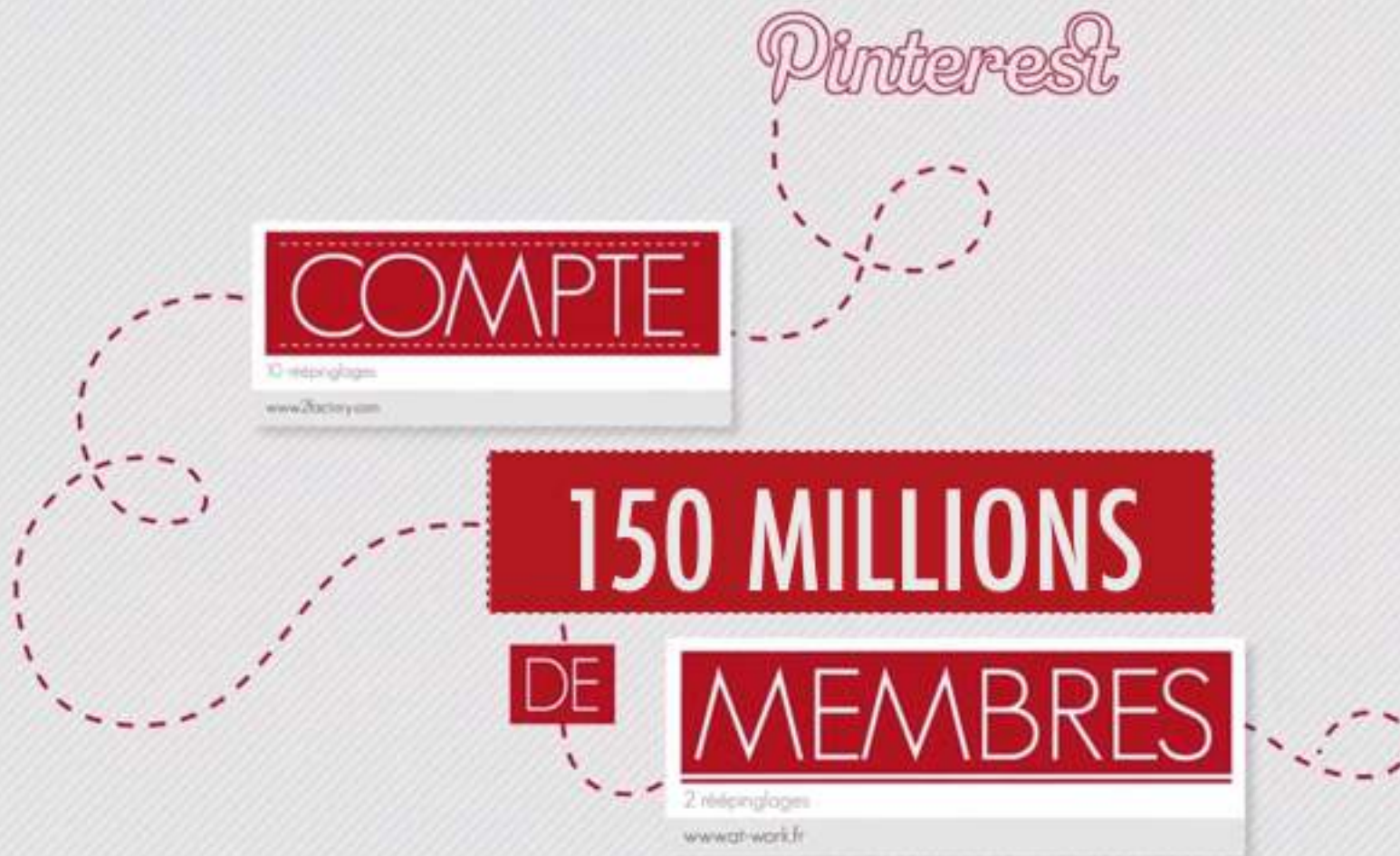
ÉTAT DES LIEUX

PANORAMA DES RÉSEAUX SOCIAUX



ÉTAT DES LIEUX

PANORAMA DES RÉSEAUX SOCIAUX



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



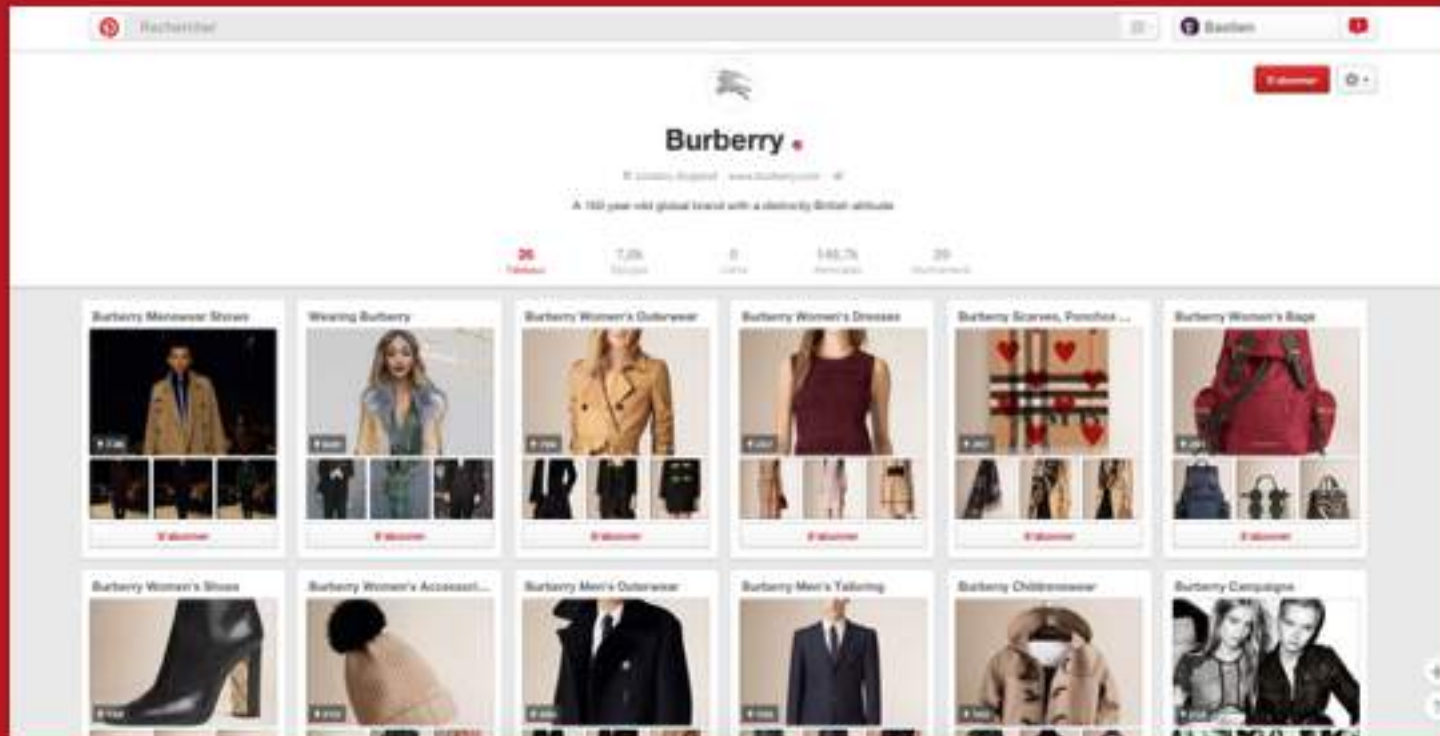
DIY, DESIGN, DÉCORATION,
LUXÉ, MODE ET NOURRITURE
SONT LES SUJETS LES PLUS
POPULAIRES, À PRIVILÉGIER
DANS LA LIGNE ÉDITORIALE
POUR SÉDUIRE L'AUDIENCE



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

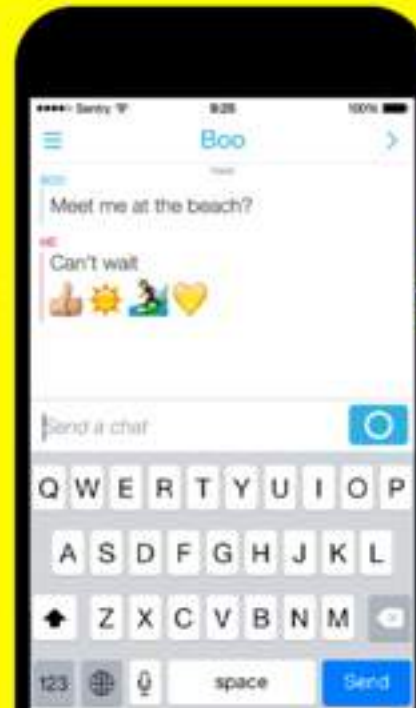
Snap

Tap to take a Snap,
then add an emoji or caption.



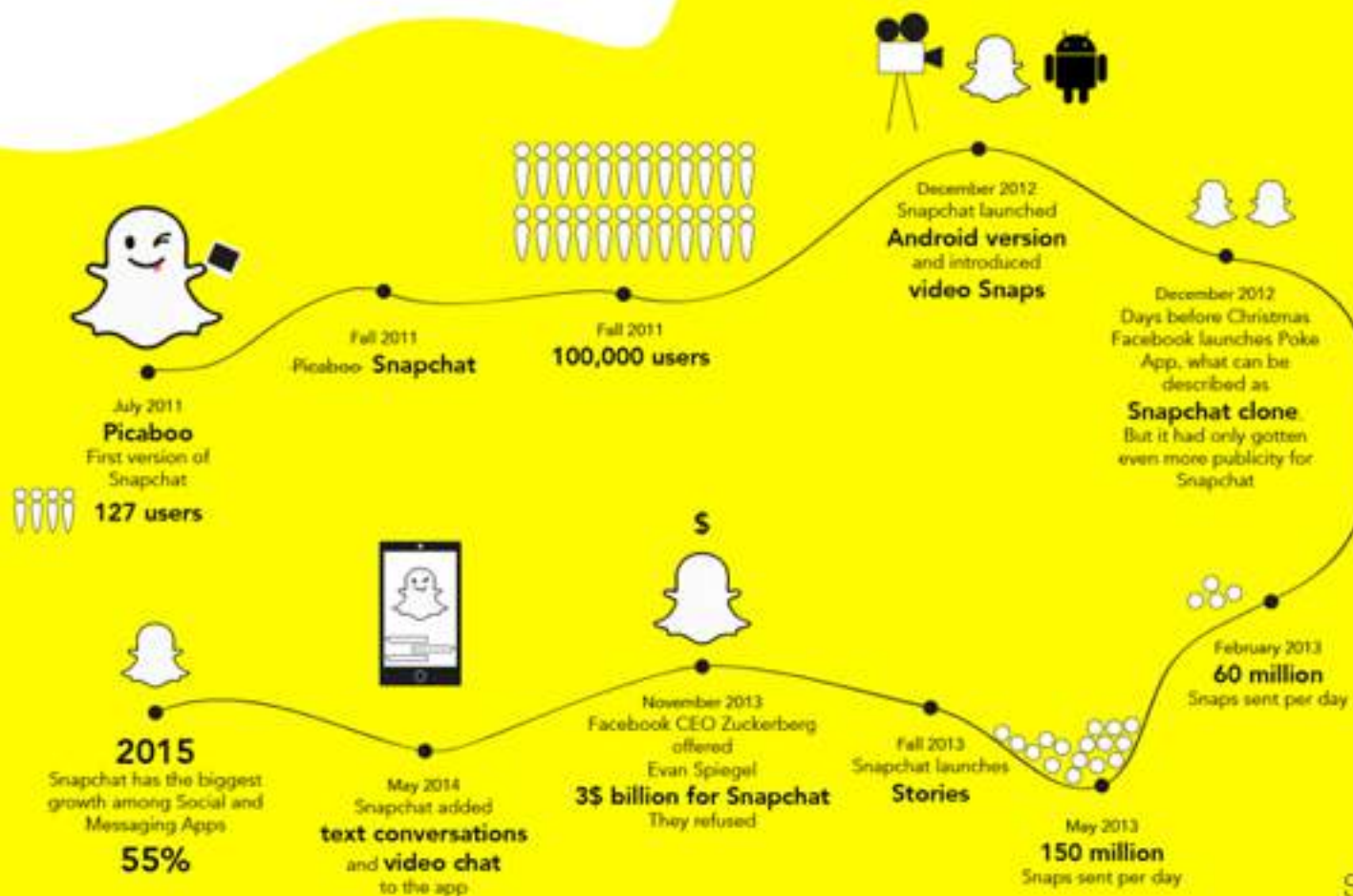
Chat

Send a chat, or video chat live.



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
ENCOURAGÉES 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 image shows a screenshot of the Nike Football YouTube channel page. The page layout includes a left sidebar with navigation options like 'Vidéos à regarder', 'Ma chaîne', 'Mes abonnements', 'Historique', and 'À regarder plus tard'. Below these are 'PLAYLISTS' and 'ABONNEMENTS' sections. The main content area features a large banner image of a soccer ball with the text 'NIKE FOOTBALL' and 'CR7'. Below the banner is the channel name 'Nike Football' and a 'S'abonner' button. The video player shows a video titled 'Mercurial Superfly CR7: CR7 in "Out of this World"' with 2,482,545 views. The right sidebar lists 'Other Nike Football Channels' including Nike Soccer, nikefutbolargentina, NikeFootballFrance, TeamNikeFootball, and nikefutbolmx.

YouTube FR Menu

Search:

Buttons: Mettre en ligne Notifications Profil

NIKE FOOTBALL

Nike Football EN S'abonner 1 914 748

Accueil Vidéos Playlists Chaînes Discussion À propos Recherche

Featured

Mercurial Superfly CR7: CR7 in "Out of this World"
2 482 545 vues il y a 1 mois
See the planet's most feared attacker take explosive speed to unbelievable heights. Watch Cristiano Ronaldo's incredible journey to El Clásico.

Other Nike Football Channels

- Nike Soccer** S'abonner
- nikefutbolargentina** S'abonner
- NikeFootballFrance** S'abonner
- TeamNikeFootball** S'abonner
- nikefutbolmx** S'abonner

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



ÉTAT DES LIEUX

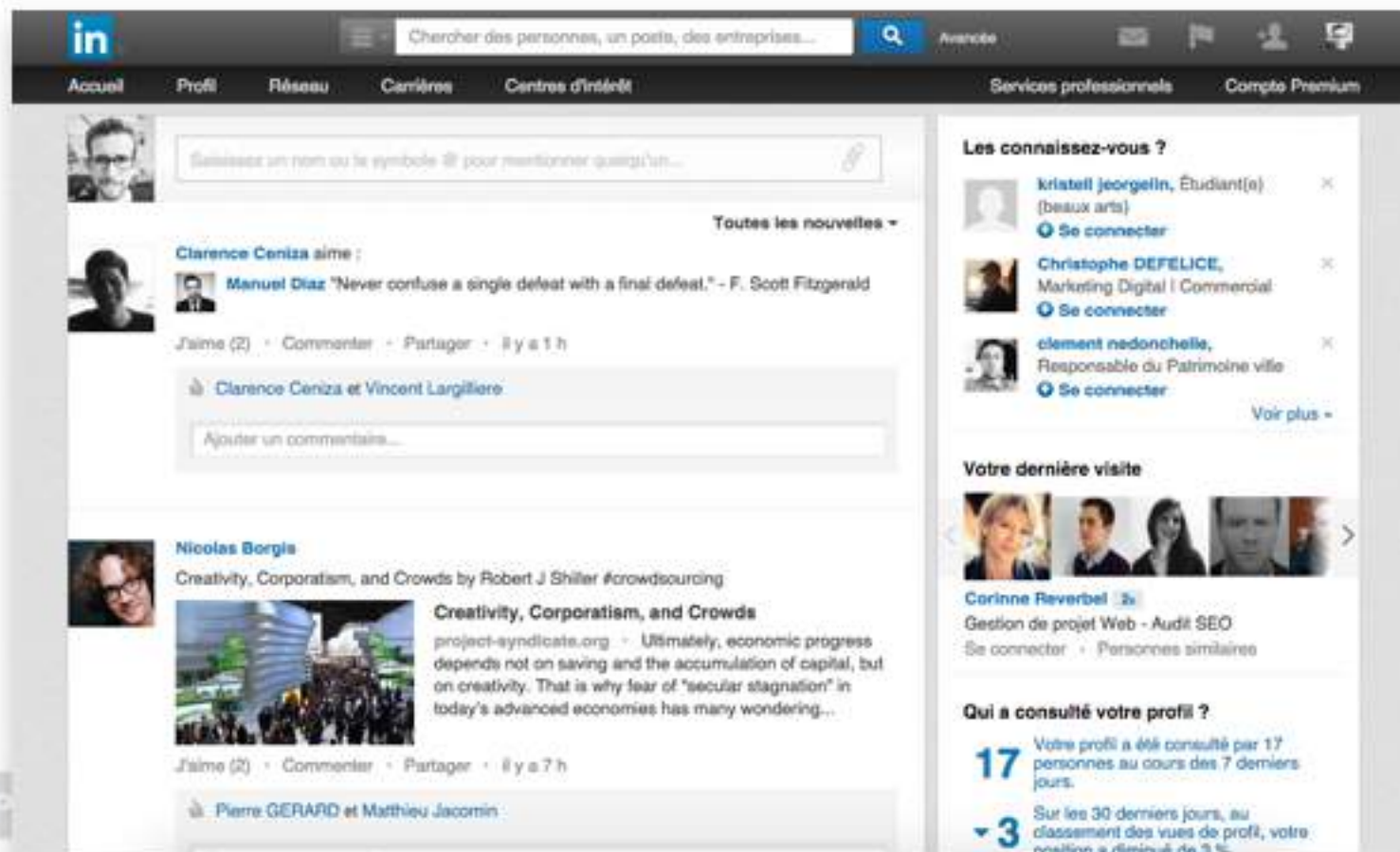
PANORAMA DES RÉSEAUX SOCIAUX



Bastien PÉAN — 2018

ÉTAT DES LIEUX

PANORAMA DES RÉSEAUX SOCIAUX



ÉTAT DES LIEUX

PANORAMA DES RÉSEAUX SOCIAUX

LINKEDIN

COMPTE

500 MILLIONS

DE

MEMBRES



ÉTAT DES LIEUX

PANORAMA DES RÉSEAUX SOCIAUX

MAIS

seulement
106 MILLIONS
sont actifs

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 PEAN — 2018

ÉTUDES DE CAS

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.

ÉTUDES DE CAS

OREO



DAILY TWIST



AUG 14 | ELVIS WEEK



ÉTUDES DE CAS

OREO



SEPT 21 | ENDEAVOUR'S FINAL FLIGHT



JULY 30 | NATIONAL CHEESECAKE DAY



JULY 14 | BASTILLE DAY



Bastien PÉAN — 2018

Un jour, une histoire, une image partagée.

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

ÉTUDES DE CAS

OREO



Bastien PÉAN — 2018

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.

ÉTUDES DE CAS

OREO



Bastien PÉAN — 2018

Le coup de la panne

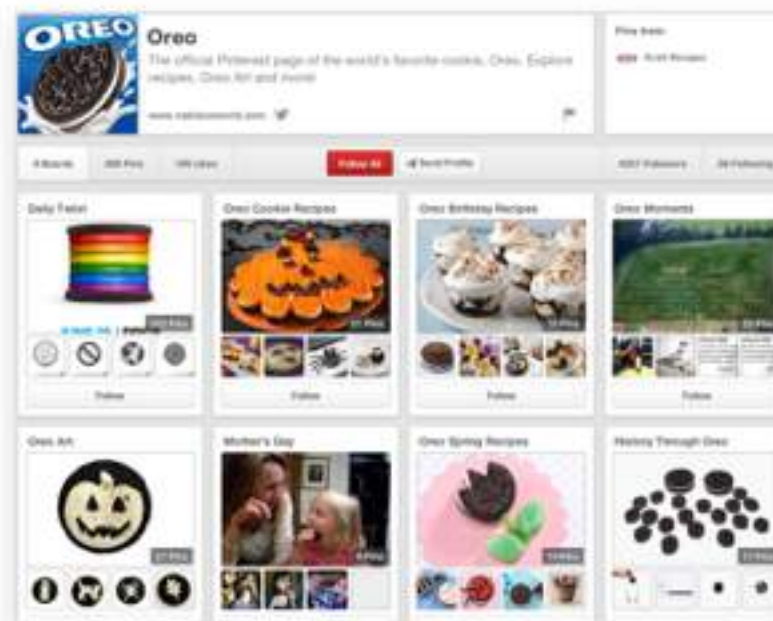
280 millions d'impressions

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.

ÉTUDES DE CAS

OREO



Oreo aujourd'hui

Une stratégie éditoriale basée sur le contenu, unique et créatif

Un ton fédérateur, humoristique et joyeux

Une cible très large : pas de public particulier visé

Bastien PÉAN — 2018

Études de cas

Oasis

Bastien PEAN — 2018

ÉTUDES DE CAS

OASIS



Bastien PÉAN — 2018

ÉTUDES DE CAS

OASIS

The banner features the Oasis logo (a green leaf and orange fruit) and the text "PRÉSENTE L'EFFET PAPAYON UNE SÉRIE À MÔRIR DE RIRE". Below this is a navigation bar with wooden-textured buttons: "Nos produits", "Nutrition", "La Fruit Family", "Applis-Mobile", "VidéoOasis", "Bonus", and "Actu Fruitée". The main content area is divided into several sections: a yellow button with a play icon, a blue button with an orange fruit character, a green button with a green fruit character, a blue button with a play icon, a blue button with an orange fruit character, and a large blue button with the text "DÉCOUVREZ LA PUR Be fruit Be tropical". To the right of these buttons are three social media widgets: "Retrouvez-nous sur facebook" (showing 3,432,402 likes), "Suivez-nous sur Twitter" (showing 127,774 followers), and "VidéoOasis sur Youtube" (showing 127,774 subscribers). At the bottom left, there is a "Fruit Store by Oasis" section with a T-shirt and the text "Retrouvez tout l'univers d'Oasis en T-Shirt!". At the bottom right, there is a "Papayon" section with the text "Découvrez la série la plus fruitée de l'année". The background is a dark blue sky with a rocket ship and a large red fruit character holding a smartphone.

Oasis
BE FRUIT

PRÉSENTE

L'EFFET PAPAYON
UNE SÉRIE À MÔRIR DE RIRE

Nos produits Nutrition La Fruit Family Applis-Mobile VidéoOasis Bonus Actu Fruitée

Retrouvez-nous sur facebook

3 432 402 personnes aiment Oasis be fruit

Oasis Be Fruit Mercredi

Cette semaine au cinémarque, Oranger Games, la fraisevoite ! #BeFruit

Suivez-nous sur Twitter

Oasis be fruit

Suivre

VidéoOasis sur Youtube

Oasis be fruit

S'abonner 127 774

DÉCOUVREZ LA PUR
Be fruit
Be tropical

Fruit Store by Oasis

Retrouvez tout l'univers d'Oasis en T-Shirt !

PAPAYON

Découvrez la série la plus fruitée de l'année

UNE SÉRIE À DÉCOUVRIR SUR YouTube

ÉTUDES DE CAS

OASIS



Bastien PÉAN — 2018



ÉTUDES DE CAS

OASIS



Oasis
@oasisbefruit



Suivre

Monfils, ma papaye ! #CoupeDavis



RETWEETS
201

FAVORIS
116



Oasis
@oasisbefruit



Suivre

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



14:12 · 18 nov. 2014

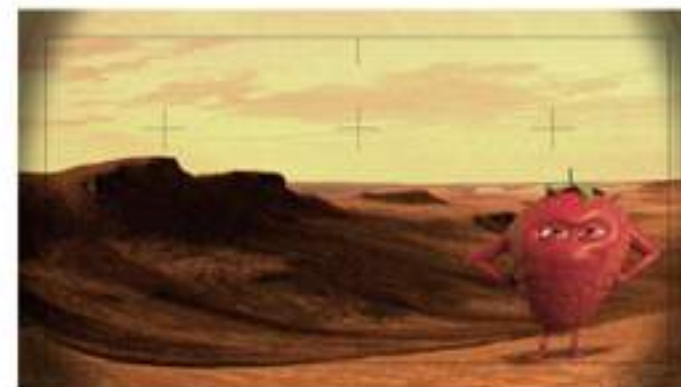


Oasis
@oasisbefruit



Suivre

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 PEAN — 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.

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



Bastien PÉAN — 2018

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.

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 ·

10 personnes aiment ça.



Alexandra Maille LOL !

Il y a 22 minutes · J'aime · 2



Marie Lussault MEUUUUUH !

Il y a 22 minutes · J'aime · 4



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

Il y a 18 minutes · J'aime



Myriam Sarah Hassani Laissez-vous traire voyons ! :D

Il y a 18 minutes · J'aime · 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 :) S'il vous plaît n'écoutez pas tout ce qui se dit au pied de la lettre, ici il y a 2.000 conseillers de clientèle 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 · 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.



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 — 2016

Source : Nanigans (2016)

RECOURIR AUX FACEBOOK ADS

ENJEUX, FORMATS, CONCEPTION

PAGE LIKE BENCHMARKS BY INDUSTRY



Des coûts à la performance qui varient

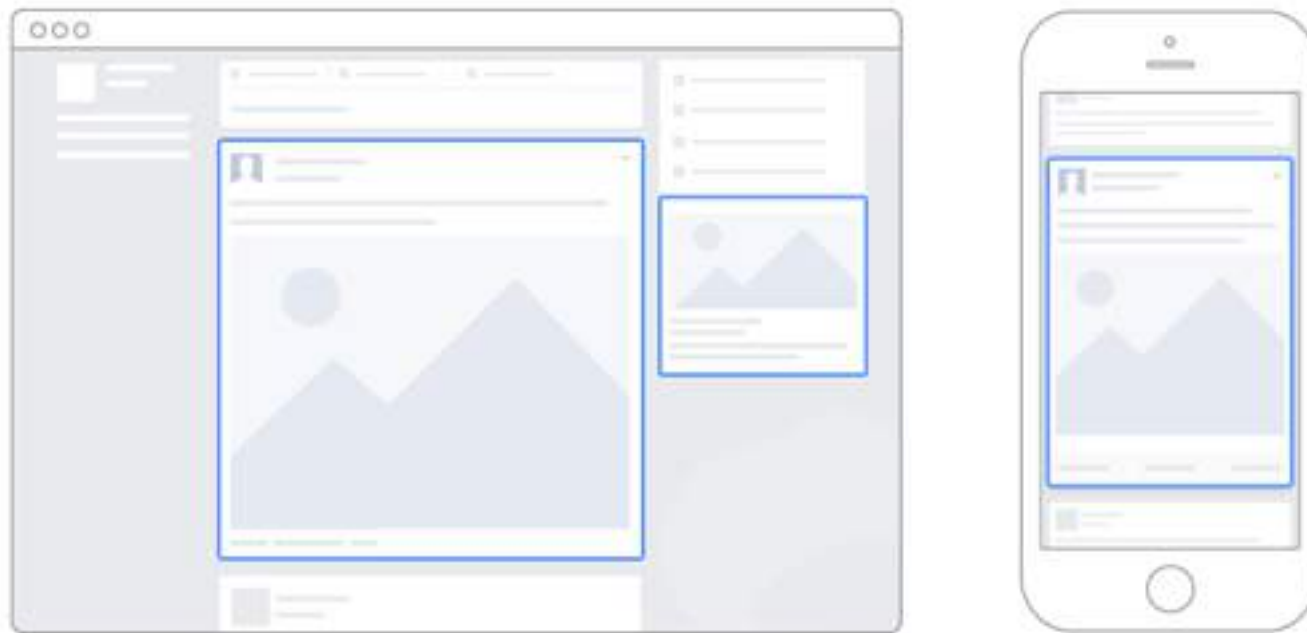
Le coût par fan (CPF) varie lui aussi.

Bastien PÉAN — 2018

Source : Salesforce (2013)

RECOURIR AUX FACEBOOK ADS

ENJEUX, FORMATS, CONCEPTION



Les pubs sont partout

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

Bastien PÉAN — 2018

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 événement

 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

RECOURIR AUX FACEBOOK ADS

ENJEUX, FORMATS, CONCEPTION



Avoir plus de mentions j'aime

Permet de recruter rapidement de nouveaux abonnés sur votre page.

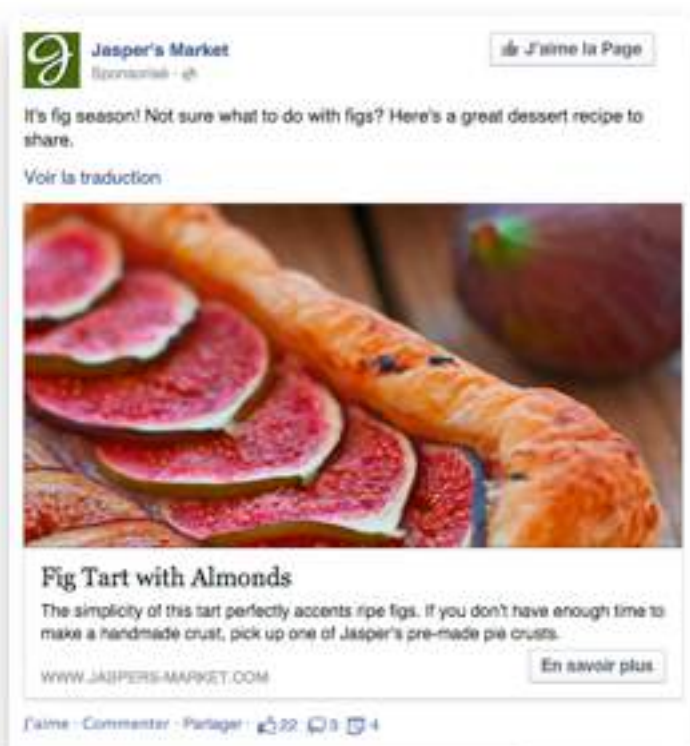
Taille d'image recommandée : 1200 x 444 pixels

Votre image ne peut contenir plus de 20 % de texte

Texte : 90 caractères

RECOURIR AUX FACEBOOK ADS

ENJEUX, FORMATS, CONCEPTION



Bastien PÉAN — 2018



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

Suggestion d'application



Paper – stories from Facebook

Sponsorisé ·

Explore stories from friends and the world around you.

[Voir la traduction](#)



Paper



Disponible dans l'Ap...

Utiliser l'application



J'aime



Commenter



Partager



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 !

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