


Marketing sur les réseaux sociaux : choisir une plateforme

Voici une visite guidée parmi les plateformes de médias sociaux les plus populaires pour vous aider à choisir celle qui vous convient le mieux. Ce document répertorie les premières plateformes au classement mais nous avons également fait des comparaisons pour savoir laquelle s'adapte le mieux à votre page web et quel serait l'intérêt de créer éventuellement un blog. Les versions web et mobile sont disponibles pour presque toutes les plateformes de médias sociaux et l'ouverture d'un compte est une démarche gratuite et facile. Pour vous inscrire, il vous suffit de suivre les instructions de la page d'accueil avec la version web ou de télécharger l'application mobile.

Plateforme	Description	Métriques	Sites Internet utiles
	Facebook est le canal qui vous permet d'avoir des nouvelles de votre famille et de vos amis. Vous publiez ici le côté humain de votre entreprise mais tout en gardant une certaine élégance. Mise à jour hebdomadaire au moins.	Fans, mentions J'aime, réactions, commentaires, vues des publications et désinscriptions.	Créer une page Facebook
	Instagram est une plateforme de partage de photos qui appartient à Facebook, ce pourquoi les deux plateformes fonctionnent très bien ensemble. Elle permet de raconter de très courtes histoires ou de capturer des moments à travers des photos ou de courtes vidéos.	Engagements, taux de clics, usage du hashtag et followers.	Comment créer un compte Instagram ?
	Twitter vous permet de publier facilement de brefs messages adressés à votre audience. La plateforme affiche ce que vous suivez, ce que vous faites et, dans la mesure où elle permet à votre entreprise de s'exprimer, quels sont vos centres d'intérêt. Les publications ne doivent pas dépasser 140 caractères. Envoyer des tweets au moins 4-5 fois par semaine et plus en période d'événements.	Messages directs, mentions J'aime, followers, mentions, réponses, retweets.	Comment utiliser Twitter : bons conseils pour les débutants



Pinterest

La plateforme est idéale pour présenter des éléments très visuels et de les associer à des thèmes qui vous intéressent, vous et votre marque. Elle ne requiert pas de grande compétence rédactionnelle. Mise à jour facile. La plateforme doit être mise à jour fréquemment, voire plusieurs fois par jour.

Métriques du site, le plus réépinglé et le plus cliqué.

[Guide de Pinterest](#)



LinkedIn

LinkedIn est une présentation très formelle de votre entreprise. Les rapports, les publications et les connexions ont essentiellement à voir avec l'image publique que vous souhaitez présenter pour votre entreprise.

Vues, impressions, clics, engagement et analyse démographique des followers.

[Comment utiliser LinkedIn comme outil marketing](#)



YouTube

YouTube est un site d'hébergement de vidéos. Les vidéos durent en général moins de 10 minutes et la plateforme est idéale pour une entreprise qui fait beaucoup de formations ou de démos, puisqu'elle permet de présenter ses compétences. YouTube est idéal lorsqu'il y a un flux régulier de nouveaux contenus.

Vues, durée de visionnage, engagement et métriques de rétention d'audience.

[3 conseils pour un marketing efficace via YouTube](#)



Tumblr

Le Far West des médias sociaux. Beaucoup de sites Tumblr sont assez débridés et parfois même pour adultes.

Fourni par un tiers moyennant un coût.

[Guide Tumblr pour débutants](#)



Snapchat

Snapchat est la version plus drôle et plus jeune d'Instagram. Elle permet d'ajouter à vos publications, qui disparaissent au bout de 10 secondes, des effets et des personnages drôles.

Vues, stories, taux de complétion, retombées, prise de captures d'écrans.

[Support Snapchat](#)



Blogs

Les blogs renforcent le travail fait dans les médias sociaux puisqu'ils permettent d'apporter plus de contexte et de profondeur à vos messages. Vous pouvez mettre un lien sur vos publications des médias sociaux vers un article afin de donner à votre client plus d'informations sur un sujet. Les billets ne doivent pas être forcément longs mais fréquents (idéalement une fois par semaine) ; ils demandent du temps et des efforts pour avoir du succès.

Toutes les entreprises doivent avoir un site Internet mais, s'agissant d'une forme de communication à sens unique, le site n'est pas considéré comme un média social. Il s'agit de votre vitrine officielle au monde. Le site apporte des informations officielles et des actualités sur l'entreprise. Il est destiné à une large audience. Actualisez votre site Internet au moins une fois par mois et révisez-le attentivement pour éviter les informations obsolètes.

Vues, mentions J'aime et commentaires.
L'emplacement peut varier.

[Top 10 des meilleures plateformes gratuites de blog](#)



Votre site Internet

Vues, mentions J'aime et commentaires.
L'emplacement peut varier.

[Les 5 avantages d'avoir un site Web pour votre petite entreprise](#)