

# INFLUENCEURS

---

**Tous droits de reproduction, de traduction et d'adaptation réservés pour tous pays. Le Code de la propriété intellectuelle interdit les copies ou reproductions destinées à une utilisation collective. Toute représentation ou reproduction intégrale ou partielle faite par quelque procédé que ce soit, sans le consentement de l'auteur ou de ses ayants cause est illicite et constitue une contrefaçon sanctionnée par les articles L335-2 et suivants du Code de la propriété intellectuelle.**

## *Mentions Légales*

*L'auteur ne saurait être tenu pour responsable des abus que vous pourriez commettre. Vous êtes tenu de respecter les lois en vigueur dans votre pays de résidence. Par le téléchargement de cette publication électronique : Vous entendez respecter les lois en vigueur dans votre pays de résidence et vous déchargez tacitement l'auteur de toutes responsabilités envers une quelconque garantie ou remboursement sur dommages et ou autre litiges.*

Avant de débiter cette formation nous vous souhaitons déjà la bienvenue sur la longue route des influenceurs. Nous vous garantissons que ce choix a été le meilleur et que après avoir lu ce document très basique vous serez armé pour réussir dans tous types de marketing de réseau.

# COMMENT EXPLOITER SES RESEAUX SOCIAUX POUR AUGMENTER SES CHIFFRES ?

---

Alors dans cette première partie nous allons nous concentrer sur les outils les plus puissants de partage qu'il existe au 21ème siècle : les réseaux sociaux.

**Définition d'un réseau social :** Internet a consacré la montée en puissance des réseaux sociaux, devenus pour certains de véritables médias sociaux, qui permettent aux internautes et aux professionnels de créer une page profil et de partager des informations, photos et vidéos avec leur réseau. Des espaces de partage qui se distinguent par leur utilité (personnel, professionnel, rencontres...), leur logo et leurs audiences.

Les principaux réseaux sociaux sont : Facebook, Twitter, LinkedIn, Instagram, Snapchat, Copains d'avant, Youtube.....

Ici l'objectif sera d'allier le marketing de réseau avec nos réseaux sociaux. Dans cette formation nous allons nous concentrer sur les réseaux sociaux les plus en vogue en 2019 tel que : Facebook ; F3 ; Whatsapp ; Instagram ; Youtube et Telegram.

## Whatsapp

en 2019 quand on parle de messages et de texto on pense directement à whatsapp. Alors dans notre business du marketing de réseau le plus gros travail à faire, c'est de faire en sorte que le potentiel client puisse s'intéresser à nous à notre mode de vie et ensuite à ce que nous faisons. Ainsi nous serons en mesure de l'influencer et de lui donner l'envie d'être comme nous.

Ici WHATSAPP est l'outil idéal pour ça. Grâce à ses statuts nous pouvons :

partager avec les gens ce que nous faisons

partager des liens et des messages gratuitement

afficher aux gens une image de nous dans 5 ans quand on aura réussi. Mais le faire aujourd'hui.

Alors whatsapp ne nous servira pas à trouver de nouveaux clients ou à partager nos contenus en diffusion. Il nous permettra juste de montrer notre mode de vie et d'attirer des anciens clients.

Nous allons revenir sur whatsapp en fin de présentation des réseaux sociaux.

## Instagram

est une application, un réseau social et un service de [partage de photos et de vidéos](#) fondée et lancée en [octobre 2010](#) par l'Américain [Kevin Systrom](#)<sup>2</sup> et le Brésilien [Michel Mike Krieger](#).

Depuis 2012, l'application appartient à [Facebook](#), elle est disponible sur [plates-formes mobiles](#) de type [iOS](#), [Android](#) et [Windows Phone](#) et également sur ordinateurs avec des fonctionnalités réduites. L'âge minimum requis pour utiliser Instagram est de 13 ans<sup>3</sup>.

Instagram revendique plus d'un milliard d'utilisateurs à travers le monde<sup>4</sup>, dont 75 % d'utilisateurs en dehors des [États-Unis](#), selon les chiffres officiels fournis en juin 2018.

Instagram permet de partager ses photographies et ses vidéos avec son réseau d'amis, de fournir une appréciation positive (fonction « j'aime ») et de laisser des commentaires sur les clichés déposés par les autres utilisateurs.

Elle permet aussi de dialoguer avec les membres via l'utilisation de la messagerie interne appelée « Instagram direct »<sup>6</sup>.

Les applications telles qu'Instagram contribuent à la pratique de la phonéographie, ou photographie avec un téléphone mobile.

Le service a rapidement gagné en popularité, désigné par Apple comme « Application de l'année » en 2011<sup>7</sup>, il comptait déjà 100 millions d'utilisateurs actifs en avril 2012.

Deux ans plus tard, en mars 2014, le réseau annonçait 200 millions d'utilisateurs actifs, puis en novembre de la même année, 300 millions<sup>8</sup> s'imposant comme deuxième réseau social dans le monde après Facebook et devant Twitter<sup>9</sup>.

En septembre 2015, Instagram sur son blog officiel annonce 400 millions d'utilisateurs mensuels actifs, et plus de 1 milliard en 2018. Dans le détail, 200 millions des nouveaux utilisateurs annuels proviennent à 50 % d'Europe et de l'Asie. Trois pays ont particulièrement participé à cette croissance selon Instagram : le Japon, le Brésil et l'Indonésie. 75 % de l'audience est aujourd'hui en dehors des États-Unis.

## **Facebook**

Facebook est le réseau social le plus populaire de tous les temps. Sur sa plateforme on peut transformer une page ou un profil en réel société. Grâce à sa large gamme d'outils sa rend cet outil le plus puissant pour faire du marketing de réseau.

Comme application de [réseau social](#), Facebook permet à ses utilisateurs d'entrer des informations personnelles et d'interagir avec d'autres utilisateurs. Les informations susceptibles d'être mises à la disposition du réseau concernent l'[état civil](#), les études et les centres d'intérêt. Ces informations permettent de retrouver des utilisateurs partageant les mêmes intérêts. Ces derniers peuvent former des groupes et y inviter d'autres personnes. Les interactions entre membres incluent le partage de correspondance et de documents multimédias. Ce principe existe sur d'autres réseaux sociaux généralistes, comme [Orkut](#), ou s'adressant au monde du business, comme [Viadeo](#).

Ici nous allons nous concentrer sur certains aspects qui feront que les gens vous prendront plus au sérieux. Mais également sur la façon d'augmenter votre popularité sur cette plateforme afin d'augmenter le nombre de personnes que vous êtes capable de toucher à chaque publication.

# **Facebook et instagram**

## COMMENT ETRE PLUS CREDIBLE

Cette partie est la même pour tous les réseaux sociaux donc nous allons la faire une fois pour tous les réseaux en même temps.

Pour présenter un business vous avez besoins d'une certaine crédibilité et pour cela vous devez faire comme les plus grandes entreprises. Il vous faudra :

- Avoir un profil tres professionnel et une page facebook associé a ce profil
- votre profil doit refléter le mode de vie que vous voulez vendre
- vous devez impérativement avoir des photos et vidéos de tres bonne qualité
- vous devez être présent sur vos réseaux sociaux
- il vous faudra constamment faire des publications demandant aux gens de réagir.
- n'oubliez pas que ici c'est vous qui montrez aux gens ce qu'ils désirent voir

## COMMENT ATTIRER LE CLIENT ?

Ceci est la partie la plus importante de notre business. Nous devons amener le client à venir nous écrire pour nous demander comment on fait.

Sur facebook et instagram le principe est le même on se servira des photos de qualités accompagné de phrases très précises dans laquelle on va leur demander de partager de liker et de s'abonner aussi si ils ont envie de savoir de quoi on parle.

Vos phrases peuvent être présentées sous cette forme

Ex : Depuis 2 mois j'arrive à vivre confortablement avec près de 50 USD par jours grâce a mon facebook. Je suis même capable de d'aider aujourd'hui mes proches à faire de même. Je t'explique gratuitement en message privé comment je fais sa mais d'abord abonne toi partage et mets un petit like.

Ainsi vous demandez a la personne de réagir a votre publication ce qui aura pour effet d'augmenter la visibilité de votre page et d'attirer ainsi de potentiel clients.

Une fois que les clients vont vous contactés en message privé, vous aurez a leur envoyé des messages bien défini d'avance qui vous permettra de les rediriger vers votre whatsapp (notre base de travail). Attention quand le client vas vous contacté pour avoir des informations, il est important de ne pas lui accorder beaucoup d'importance sur la messagerie du réseau social (n'oubliez pas que vous êtes aux yeux des gens quelqu'un de super occupé et donc vous n'avez pas le temps de faire la conversation avec tous le monde.

Vos messages peuvent être présentés ainsi

Ex : Salut je reçois une tonne de messages ici, si tu souhaite découvrir comment je gagne de l'argent grâce à mon facebook/instagram, écris moi sur mon whatsapp (votre numéro précédé de du code de votre pays).

### Twitter et F3

## Twitter

Est un service de microblogage ou microblogging, qui permet à ses utilisateurs de bloguer grâce à de courts messages, des « tweets ». Outre cette concision imposée, la principale différence entre Twitter et un blog traditionnel réside dans le fait que Twitter n'invite pas les lecteurs à commenter les messages postés. La promesse d'origine de Twitter, « What are you doing? », le définit comme un service permettant de raconter ce qu'on fait au moment où on le fait. Prenant acte de l'utilisation du service pour s'échanger des informations et des liens, Twitter le remplace par « What's happening ? » (« Quoi de neuf ? » ou encore « Que se passe-t-il ? » dans la version française), puis par « Compose new Tweet... » Dans la dernière version de septembre 2011.

De surcroît, Twitter est généralement utilisé comme plateforme de réseau social. Par contre, son interface et son format sont très différents d'un univers comme celui de Facebook ou Instagram, quoiqu'il existe certaines similarités. La culture très particulière et propre à sa communauté font en sorte que Twitter peut demander un peu plus d'effort de la part des nouveaux utilisateurs. Plusieurs guides existent d'ailleurs dans le but d'aider les nouveaux usagers à mieux s'immiscer dans l'univers des tweets.

L'interface originelle de Twitter est en anglais. Une version en japonais est lancée en avril 2008. En octobre 2009, le service lance un appel à ses utilisateurs pour être volontaires pour sa traduction en « FIGS » (français, italien, allemand, espagnol)<sup>53</sup>. La version en espagnol est disponible début novembre 2009<sup>54</sup>, celle en français deux semaines après<sup>55</sup>. Twitter se différencie, par rapport à d'autres médias sociaux populaires, par son respect absolu du principe Keep it Simple, Stupid - sa simplicité d'utilisation – ce qui en fait un des principaux facteurs de son succès<sup>56</sup>.

En septembre 2014 : après son concurrent Facebook, le réseau social teste également un bouton « Buy now » permettant de réaliser des achats à partir de tweets. Parmi les partenaires associés, Burberry, The Home Depot ou encore le rappeur Eminem. En juin 2015, le groupe lance un outil qui permet de mieux cibler les annonces que voient les utilisateurs à partir des applications installées sur leur mobile<sup>57</sup>.

En décembre 2016, Jack Dorsey demande aux utilisateurs du réseau social la fonctionnalité qu'ils aimeraient voir apparaître, sans surprise, il s'agira de la possibilité d'éditer un tweet déjà rédigé (autrement dit le modifier même après publication)<sup>58</sup>. Mais cette fonctionnalité est difficile à mettre en œuvre, notamment du fait que les publications sur Twitter sont vite et plus facilement partagées que sur les autres réseaux sociaux pouvant amener à la remise en question de l'intégrité du message publié initialement.

## **Le tweet et le retweet**

Chaque court message, le tweet, est limité à l'origine à 140 caractères (jusqu'en septembre 2016). Il contraint les utilisateurs à être concis dans leur rédaction. Initialement, Twitter pouvait être utilisé par l'intermédiaire des SMS. Ceux-ci étant limités à 160 caractères, Twitter prend cette limite et conserve 20 caractères pour ajouter son nom d'utilisateur<sup>59</sup>. La capacité limitée à 140 caractères par message sur le service a favorisé l'émergence de plateformes de contenu, telle TwitPic, qui permet de poster des images et photos ; bit.ly pour raccourcir les liens.

Il est cependant question en janvier 2016 de permettre la publication de tweets dépassant les 140 caractères traditionnels autorisant un nombre de 10 000 caractères<sup>60</sup>. L'objectif étant de toucher un plus grand public et de favoriser la communication des entreprises sur le support. Depuis l'été 2015, le groupe a d'ailleurs levé la limite des 140 caractères sur les messages privés<sup>61</sup>.

Il existe deux manières de « retweeter » : soit comme initialement en copiant/collant intégralement le tweet lu en le précédant de la mention « RT @Bob », soit comme depuis fin 2009 en le « retweetant » automatiquement pour l'afficher à ses abonnés tel qu'on l'a vu soi-même, avec l'avatar de l'auteur d'origine, sauf si l'auteur d'origine utilise un compte protégé<sup>62</sup>.

Depuis le 15 juin 2016, Twitter offre la possibilité de retweeter ou de citer ses propres tweets<sup>63</sup>.

Depuis le 19 septembre 2016, Twitter ne décompte plus le nombre de caractères utilisés lors de l'insertion de photos, de vidéos et de gif dans un tweet, ce qui libère 20 caractères supplémentaires<sup>64</sup>.

Depuis le 26 septembre 2017, Twitter offre la possibilité à certains de ses utilisateurs de dépasser la limite des 140 caractères traditionnels pour en atteindre désormais 280<sup>65</sup>. Ce changement, appliqué à l'ensemble des utilisateurs le 7 novembre 2017, a provoqué la réaction sarcastique du porte-parole du gouvernement allemand Steffen Seibert qui a indiqué : « La brièveté est sœur du talent », reprenant une citation de l'écrivain russe Anton Tchekhov<sup>66</sup>.

# Abonnements

Après s'être connecté à Twitter en tant que membre inscrit, on accède aux tweets (mini-messages) en fil postés par ses propres abonnements, c'est-à-dire par les comptes d'utilisateurs que l'on a choisi de « suivre ». Si l'utilisateur Alice<sup>67</sup> « suit » l'utilisateur Bob, on dit qu'Alice est une abonnée de Bob et que Bob est un abonnement d'Alice.

Dans la version française de l'interface, un follower est appelé initialement « suiveur »<sup>68</sup> remplacé par « abonné » et un following, par « suivis »<sup>68</sup> puis « abonnement ». Twitter est un réseau social asymétrique, c'est-à-dire n'engageant pas de réciprocité.

Il est possible pour un utilisateur de restreindre la lecture de ses mini-messages en gardant privé l'accès à son compte, en évitant donc de le rendre public. Les messages sont alors visibles par l'abonné uniquement après validation d'une requête d'ajout à sa liste d'abonnement par l'utilisateur qui a appliqué un accès privé.

L'accès privé n'est pas le mode par défaut de Twitter. Il n'est pas vraiment dans l'esprit de ce service, et son existence même n'est pas connue de tous les utilisateurs (certains utilisateurs déclarent avoir quitté Twitter parce qu'il est impossible de rendre ses messages privés<sup>69</sup>). En revanche, les comptes qui ne sont pas privés sont bien publics ce qui implique qu'un tweet est bien un propos public et peut donc être repris et cité dans les médias ou en justice par exemple<sup>70</sup>.

## COMMENT ETRE PLUS CREDIBLE

Cette partie est la même pour tous les réseaux sociaux donc nous allons la faire une fois pour tous les réseaux en même temps.

Pour présenter un business vous avez besoins d'une certaine crédibilité et pour cela vous devez faire comme les plus grandes entreprises. Il vous faudra :

- Avoir un profil très professionnel et une page facebook associé à ce profil
- votre profil doit refléter le mode de vie que vous voulez vendre
- vous devez impérativement avoir des photos et vidéos de très bonne qualité
- vous devez être présent sur vos réseaux sociaux
- il vous faudra constamment faire des publications demandant aux gens de réagir.
- n'oubliez pas que ici c'est vous qui montrez aux gens ce qu'ils désirent voir

## COMMENT ATTIRER LE CLIENT ?

Le principe est le même sur twitter et F3. Sur ces deux réseaux sociaux, les photos ne seront pas d'une grande utilité ce qui les rend moins efficace que les deux réseaux précédents. De plus ses deux réseaux sociaux sont beaucoup moins populaires que les deux précédents. Cependant ils restent des outils très efficaces pour dénicher de potentiel quand ils sont bien utilisés.

Ici nous allons nous pencher sur deux principales parties.

Alors pour débuter télécharger les applications, inscrivez-vous et comme sur facebook et instagram vous devez avoir un profil très professionnel.

Ensuite il vous faudra suivre le maximum de personnes (il ne faudra absolument pas dépasser 1999 personnes sur F3). Pourquoi devez vous suivre les gens ? Nous allons découvrir sa dans la suite.

Alors avec ses deux applications l'avantage est que chaque fois que vous suivez quelqu'un vous avez la possibilité de faire des publications qu'il verra même si il ne s'abonne pas a vous en retour et c'est cette fonctionnalité qui vas nous intéressé ici. Vous aurez juste à :

- Faire des phrases comme sur facebook mais ici c'est sans photo.

- poster la publication (si vous êtes sur F3 assurez vous de désactiver la case anonyme afin que les gens puissent savoir l'auteur de cette publication).

- Au bout d'un certains temps, les gens vont vous contacté pour en savoir plus. Une fois de plus il faudra les rediriger vers votre whatsapp.

Nous voici à la conclusion de cette première partie de la formation théorique. La deuxième partie sera disponible sur notre site web qui sera disponible d'ici fin juin au grand plaisir de tout le monde.

Nous espérons que ses technique et petites astuces vont vous permettre de booster tous vos réseaux en attendant la seconde partie de notre formation.