

Les réseaux sociaux du groupe Nextpool

SÉBASTIEN TOURSEL

Toursel | Nextpool | June 13, 2016

Suite à une recherche sur les différents réseaux sociaux de nos concurrents, j'ai remarqué en France un vide à ce niveau. Aux Etats-Unis, la compétition travaille énormément sur leurs réseaux sociaux, avec parfois des communautés de plus de soixante mille personnes. Dans le but de prendre de l'avance sur nos confrères Français, voici mon travail sur l'utilisation des réseaux sociaux en entreprise.

Les réseaux sociaux connaissent depuis ces dernières années une croissance exponentielle. Facebook, le plus connu d'entre eux, est passé en trois ans de 100 000 à 1 million d'inscriptions par jour dans le monde.

Le point fort des réseaux sociaux, c'est leur immédiateté et leur rapidité. Il suffit qu'un internaute découvre un produit, un service ou une personne qui l'intéresse pour qu'il en informe en temps réel tous ses « amis ». Le potentiel des réseaux sociaux est donc énorme pour les entreprises qui veulent développer leur base de clients, leur notoriété et leur chiffre d'affaires.

Facebook

D'un point de vue professionnel, Facebook peut être utilisé pour présenter une entreprise, notamment ses services ou ses produits. Au vu de son nombre incroyable d'utilisateurs et de son taux de croissance, ce site est devenu un média incontournable à exploiter pour développer la notoriété de votre société.

Twitter

À l'origine créé pour les particuliers, Twitter est également utilisé pour les professionnels qui veulent informer en temps réel leurs clients potentiels : promotion, lancement de nouveaux produits, opération événementielle, etc. Ce site gratuit connaît lui aussi une croissance vertigineuse. Il compte aujourd'hui plus de 175 millions d'adhérents dans le monde, dont 225 000 en France, si bien que de plus en plus d'entreprises utilisent ce réseau social.



Pourquoi Facebook ?



- **Facebook permet d'aller à la rencontre de vos clients potentiels**

1.23 Milliard d'utilisateurs de Facebook dans le monde (Avril 2014) ce chiffre parle de lui-même, vos clients sont sur Facebook.

- **Récupérer des prospects qualifiés.**

Les entreprises qui réussissent sur Facebook, font en sorte de récolter les adresses e-mail de leurs fans. Elles peuvent ainsi communiquer avec leur communauté indépendamment de Facebook. Crée un carnet d'adresse de qualité grâce aux réseaux sociaux.

- **Réduire votre budget marketing**

Crée une page Facebook ne coûte rien, ou presque. Avec un community manager, une entreprise peut créer des Facebook ads (Publicité Facebook) pour atteindre son audience. Elles sont relativement bon marché par rapport aux annonces presse, radio ou télévision traditionnelles ou aux Google Ads. L'avantage certain par rapport à ces différents types de publicité est qu'elles sont beaucoup plus ciblées.

- **Atteindre votre audience sur Facebook**

En ciblant bien ces publicités sur Facebook, il est possible d'obtenir des « J'aime » de personnes ciblées et potentiellement intéressées par votre secteur d'activité ou par votre marque.

Par exemple, pour Nextpool, vous pouvez cibler des gens dans un rayon de 20 kilomètres de Lyon, qui ont entre 13 et 75 ans, et qui ont un intérêt pour les piscines.

Une simulation de ciblage dans un rayon de 20 kilomètres autour de Lyon, sur une population entre 13 et +75 ans intéressée par l'équipement piscine vous donne **90 000** personnes potentiellement intéressée par vos produits.

- **Améliorer son image de marque grâce aux réseaux sociaux**

Les réseaux sociaux permettent en partie aux entreprises d'améliorer leur notoriété sur la toile. Cela participe également à conforter leur image de marque. De plus, en fédérant une communauté à travers les réseaux sociaux les entreprises peuvent fortement augmenter leur visibilité.

- **Des outils jamais vues auparavant**

Le potentiel des réseaux sociaux est unique, puisque chaque membre de la communauté est en mesure de recommander un produit et/ou une marque. L'internaute dépasse alors son rôle de fan et devient de façon implicite un ambassadeur de la marque. L'entreprise

concernée peut ainsi développer de façon conséquente son public. Pour arriver à ce terme, elle devra publier régulièrement un contenu intéressant et viral en adoptant le ton adéquat.

Pourquoi Twitter ?

– Améliorer votre référencement

Depuis l'année dernière, Google intègre les tweets dans ses pages de résultats un tweet bien optimisé selon des critères techniques peut accroître votre visibilité sur Google en vous positionnant sur des mots-clés stratégiques pour vos produits, vos services ou votre marque.

– Augmenter le trafic vers vos sites

Il existe plusieurs méthodes pour générer du trafic avec un tweet: ajout d'un lien renvoyant vers un article de votre blog ou de votre site, apport régulier de tweets informatifs qui vous positionne en tant qu'expert et qui donnent envie à vos abonnés de consulter le lien sur votre profil en haut à droite etc. Le community manager peut également communiquer l'adresse de votre site à chaque nouvel abonné après l'avoir remercié.

– Apporter une expertise

Un expert est toujours à la pointe de l'actualité de son secteur. Et Twitter facilite grandement cette tâche lorsqu'il est utilisé pour faire de la veille. Grâce à Twitter, vous êtes à même de suivre les dernières tendances de la piscine mais également de les retransmettre.

Diffuser un contenu informatif est également important. Servez-vous de Twitter pour renvoyer vos abonnés vers votre site internet ou votre blog où vous proposez des informations riches et nombreuses qui analysent les actualités ou les problématiques de votre industrie.

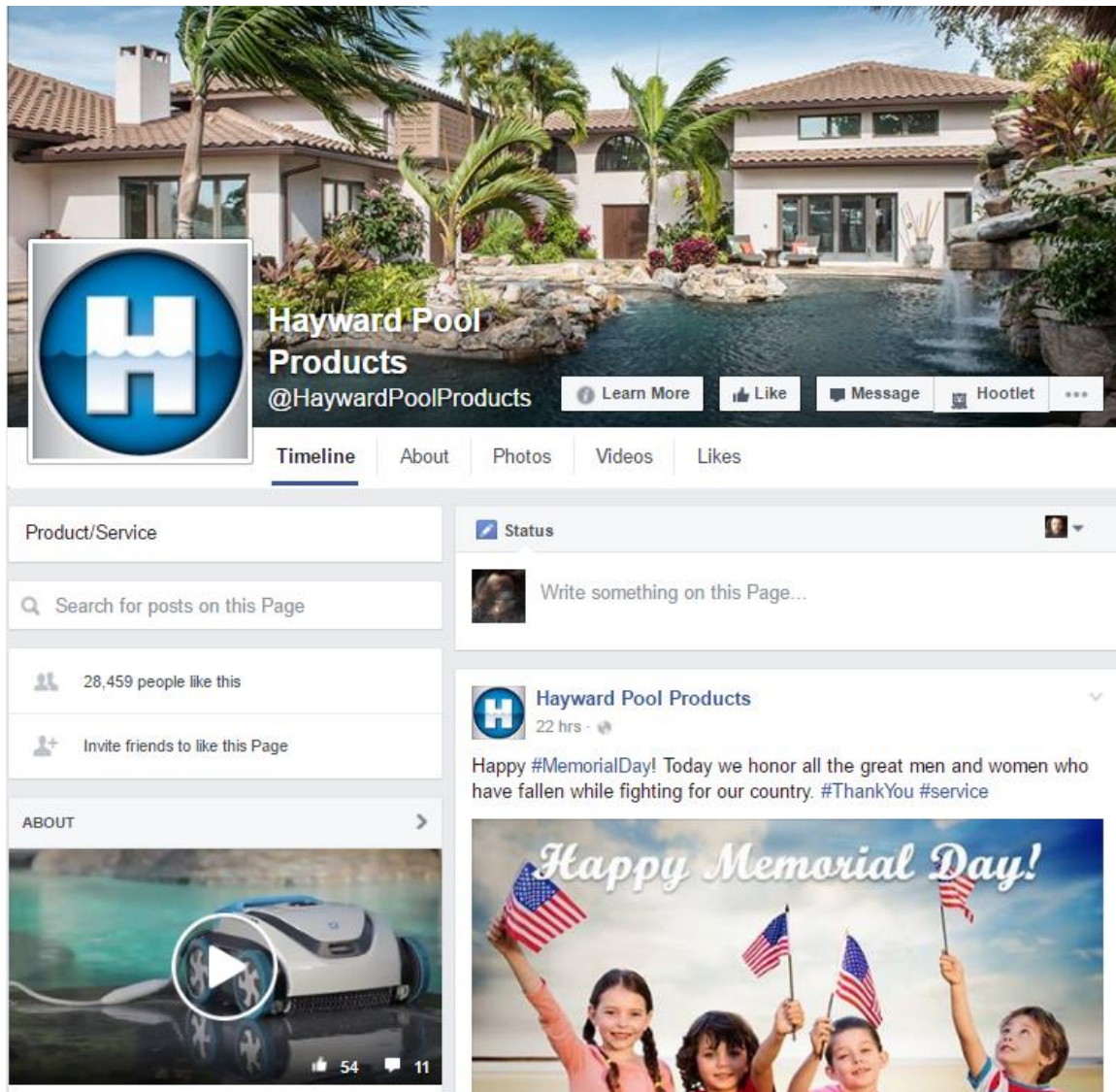
– Gérer Votre E-Réputation

Que votre entreprise soit présente ou pas sur Twitter, vos clients, vos partenaires, vos concurrents ... parleront de vous à un moment donné ou à un autre. Bien que vous ne n'ayez aucun contrôle sur ces conversations, vous pouvez tout de même modifier la perception que les intervenants ont de vous en participant à ces échanges.

Il ne s'agit pas bien sûr de rechercher la satisfaction de tous vos détracteurs à n'importe quel prix mais d'apporter rapidement et respectueusement une réponse à une critique en

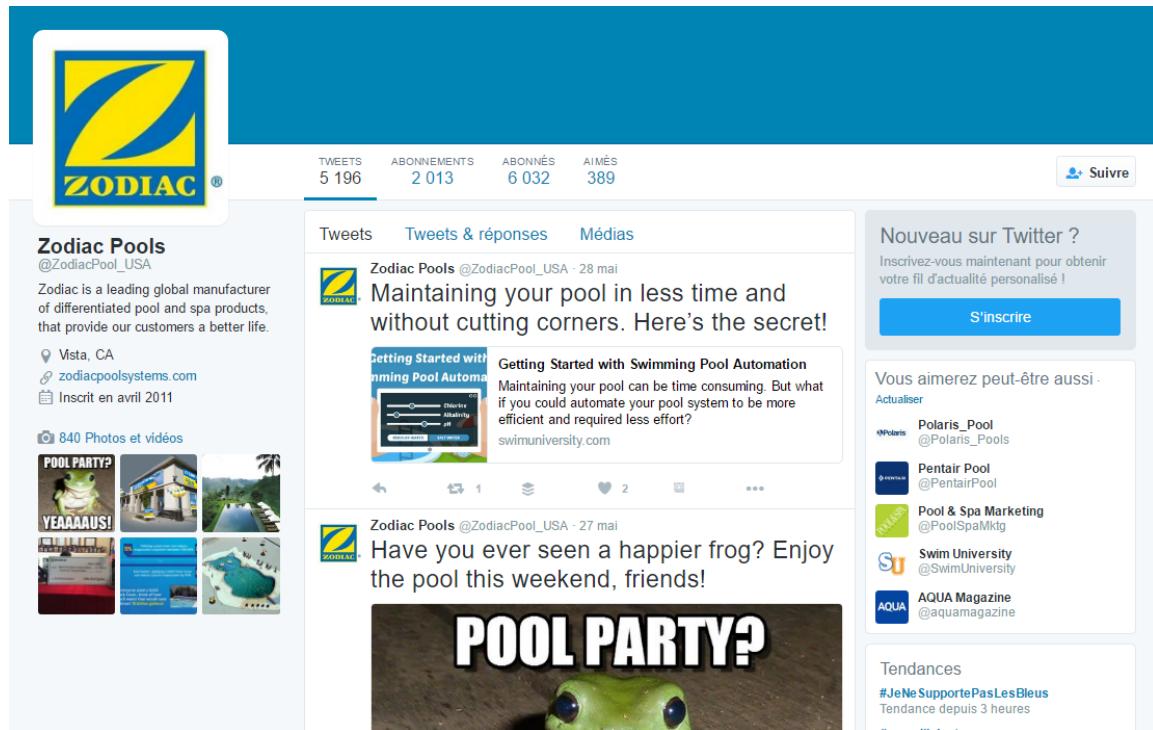
saisissant cette chance pour montrer que vous êtes à l'écoute de vos clients et que vous proposez des solutions à leurs problèmes

Exemple d'une page Facebook



Avec plus de vingt-huit milles « followers », Hayward construit un superbe lieu pour y mettre les nouveautés ou pour répondre aux questions des clients sur leurs produits.

Exemple d'une page Twitter



Zodiac Pools construit depuis 2011 leur identité sur les réseaux sociaux, ce qui leur a permis d'accroître leur notoriété sur le marché.

Conclusion

En 2016, les forums sont obsolètes, la facilité de Facebook a repris le relais. L'utilisateur moyen passe en moyenne 40 minutes par jour sur les réseaux sociaux. Si le temps c'est de l'argent, Facebook représente la plateforme la plus puissante du net pour votre entreprise.

Contrairement à la France, nos confrères américains ne ratent pas une occasion pour se répandre sur les réseaux sociaux et y faire grandir une communauté autour de leurs produits. Grâce à cela, les clients y retrouvent de la qualité et au moment d'acheter du matériel, exigent la marque qui leur plaît le plus sur leurs réseaux préférés.