

Niveau de ce Livre Blanc :

INTERMÉDIAIRE

Vous souhaitez découvrir des contenus pour des niveaux « DÉCOUVERTE » ou « AVANCÉ » ?



Retrouvez-nous et abonnez-vous à la newsletter sur le blog : [Cliquez ici](#)

RETROUVEZ-NOUS SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX

Facebook – Twitter – Google+

7 étapes pour réussir sa stratégie marketing sur les réseaux sociaux



Vous avez élaboré une stratégie marketing sur les réseaux sociaux sans grand résultat ? Vous partagez du contenu sans grande interaction ? Ne vous inquiétez pas, nous allons vous faire connaître les meilleures pratiques pour utiliser les réseaux sociaux efficacement!

C'est bien dommage, mais la plupart des fils d'actualité sur Twitter et Facebook ressemblent à des déserts. Ceci parce que personne ne vous a montré comment utiliser les réseaux sociaux correctement. Vous avez de la chance, il n'est pas trop tard pour bien faire. Lisez attentivement ce document, prenez note et mettez en œuvre la stratégie étape par étape.

1. Comprendre la psychologie derrière le partage sur les réseaux sociaux

Avant tout, il vous faut savoir que vous ne pouvez pas tromper les utilisateurs afin qu'ils partagent votre contenu. Ils sont gardiens de leur flux parce qu'il reflète leur personnalité : ils passent beaucoup de temps à sculpter l'apparence qu'ils veulent lui donner. Cela signifie que vous devez savoir ce que les gens partagent et pourquoi ils le font si vous souhaitez leur faire partager votre contenu régulièrement.

Le New York Times Consumer Insights Group a mené une enquête rigoureuse concernant le partage sur les réseaux sociaux. Cette étude a permis de découvrir les raisons qui poussent les internautes à partager du contenu sur les réseaux sociaux. Ces raisons ont été réparties en cinq points.

Les internautes partagent donc du contenu :

- Pour divertir ou enrichir la vie des autres : 94% des personnes qui partagent du contenu réfléchissent d'abord à la façon dont il aura un impact sur la vie de leurs réseaux ;
- Pour se définir : 68% disent que le partage de contenu aide à montrer de quoi est ce qu'ils se soucient ;
- Pour développer des relations : Les gens aiment se sentir impliqués; voilà pourquoi 73% partagent du contenu parce que cela leur permet de se connecter à des personnes ayant des intérêts similaires et 78% partagent des informations pour rester en contact avec les gens de leurs réseaux ;
- Pour avoir un sentiment d'utilité : 69% des personnes partagent du contenu parce qu'elles se sentent plus impliquées dans le monde. Qui n'aime pas avoir un impact dans la vie des autres ?
- Pour soutenir une marque / une cause : 84% disent partager du contenu qui soutient une cause, pour montrer qu'ils croient en une personne, un message, ou un produit...

La stratégie à retenir sur ce point est que vous devez aider vos lecteurs à se connecter à d'autres. Ainsi, vous devez publier du contenu de qualité sur les derniers développements de votre niche par exemple (études, nouvelles etc), gagner leur confiance afin qu'ils puissent partager votre contenu et, le plus important, en restant simple car la plupart des gens qui partagent un article ne le lise pas dans sa totalité : une bonne introduction avec une accroche soignée vous permettra d'obtenir plus de partages.

2. Créer un contenu invoquant curiosité, stupéfaction et surprise

Il ne suffit pas que le contenu soit simplement bien écrit ou formalisé pour susciter chez les internautes l'envie de partage. Il doit avoir un effet émotionnel si vous souhaitez qu'il soit partagé. Une étude très intéressante a été réalisée par [Fractl](#) et nous constatons quatre grandes émotions qui poussent souvent les gens à partager du contenu :

- **Curiosité** : réveillez la curiosité des gens, écrivez un grand titre afin que les gens sentent que le contenu est non seulement intéressant pour eux, mais qu'ils doivent aussi le partager à leurs réseaux. Si vous voulez des exemples de grands titres qui suscitent la curiosité, consultez, [BuzzFeed](#) ou [Upworthy](#);
- **Stupéfaction / Étonnement** : les gens doivent être séduits par le titre de vos articles mais également par le contenu dans son ensemble;
- **Intérêt** : il est logique que nous trouvions un contenu intéressant avant de bien vouloir le partager. Par exemple, si vous prenez le post "[Comment Shopify a vu sa croissance multipliée par 10 en 3 ans \(et comment vous pouvez obtenir des résultats similaires\)](#)" et que vous êtes intéressé par la construction d'une société, en particulier un SAAS, l'article sera intéressant pour vous, même s'il ne vous surprend ou ne vous étonne pas;
- **Incertitude / Surprise** : n'êtes-vous jamais tombé sur un article qui vous a laissé bouche bée, tant il était inattendu? Sûrement oui. Très souvent, c'est la curiosité qui vous attire, et la surprise qui vous pousse à lire jusqu'à la fin de l'article.



Alors, si vous arrivez à combiner un article qui suscite la curiosité avec une charmante surprise, vous avez une formule gagnante sous les mains.

3. Enlever la friction derrière le partage et l'engagement

Une étude de Wharton Business a montré qu'il y a à la base quatre types de partageurs sur les réseaux sociaux. En allant plus loin, nous découvrons qu'ils peuvent être divisés en sous-types; ceux qui écrivent un commentaire bien réfléchi avant de partager l'article et ceux qui estiment que c'est beaucoup de travail et par conséquent partagent directement. Supprimer la friction derrière le partage est un concept dans l'optimisation de conversion qui signifie que devez rendre le partage aussi facile que possible pour vos lecteurs. Vous pouvez donc ajouter des boutons sociaux dans votre site internet, autour de votre contenu.

- Ajout des boutons de partage dans votre site internet : si vous êtes une assez grande entreprise, il est probablement plus judicieux de coder ces boutons en dur afin de minimiser l'effet qu'ils ont sur le temps de chargement de votre site. Sinon vous avez l'option "Wordpress" qui met à notre disposition des générateurs de boutons sociaux (Sharebar, WP Socializer, Digg Digg, etc)
- Choisir un bon endroit où mettre les boutons : contrairement aux bannières publicitaires, c'est une bonne chose que de mettre les boutons sociaux dans des endroits prévisibles. Comme nous l'avons



vu un peu plus haut, soit c'est le titre qui pousse les gens à partager du contenu, soit c'est l'ensemble de l'article. Pour maximiser vos chances de partages, il faut donc placer les boutons justes après le titre et à la fin du post. Vous pouvez aussi avoir des boutons flottants qui restent sur le côté tout le temps.

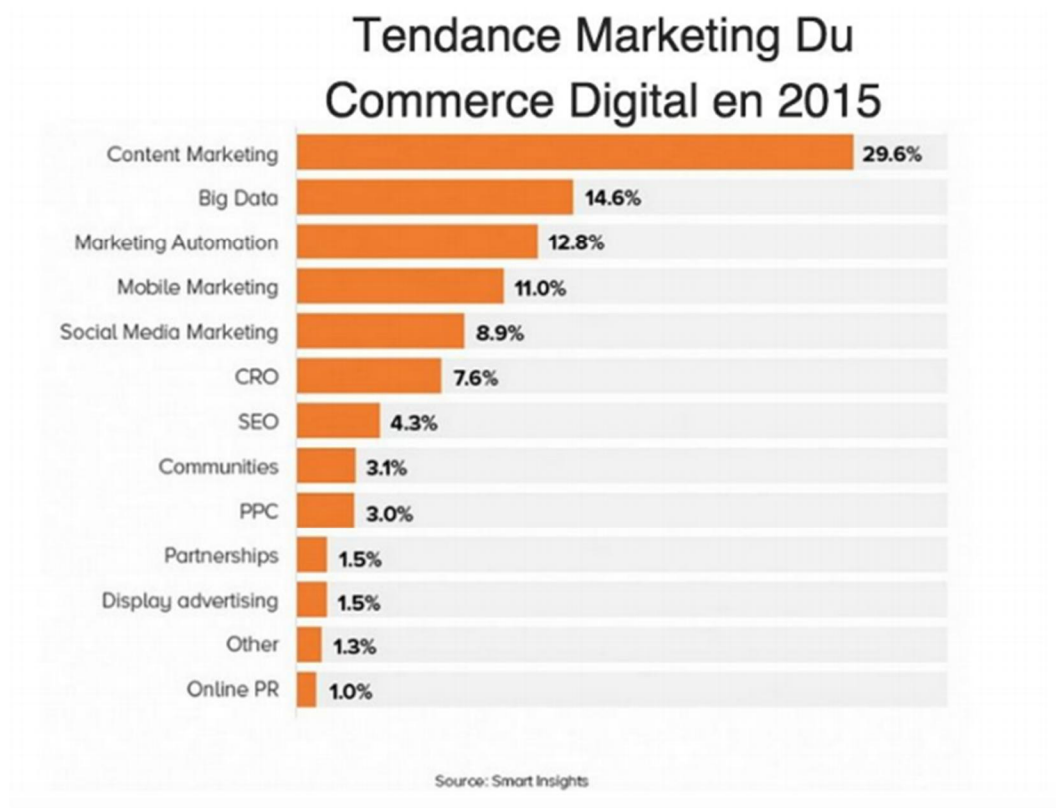
- Vérifier la compatibilité avec les mobiles : certains boutons sociaux ne se présentent pas bien sur le contenu mobile et ceci peut bloquer certaines personnes. Trouvez alors un plugin de mise en page qui apparaît comme prévu sur tous les appareils.
- Plus de boutons de partages ne veut pas forcément dire plus de partages : si vous donnez aux gens trop de choix, votre taux de partage va probablement descendre. Faites du benchmarking pour savoir quels boutons sociaux sont les plus populaires dans votre domaine.

5. Utiliser des images et optimiser ses balises pour se démarquer et avoir plus d'impact social

Les gens sont attirés par les images. C'est pourquoi les posts incluant des images sur les réseaux sociaux comme Facebook obtiennent:

- 104% plus de commentaires
- 84% plus de taux de clic
- 54% plus de "j'aime"

Selon une étude récente réalisée par Smart Insights, le marketing de contenu sera de loin l'activité marketing la plus importante pour le commerce sur internet en 2015.



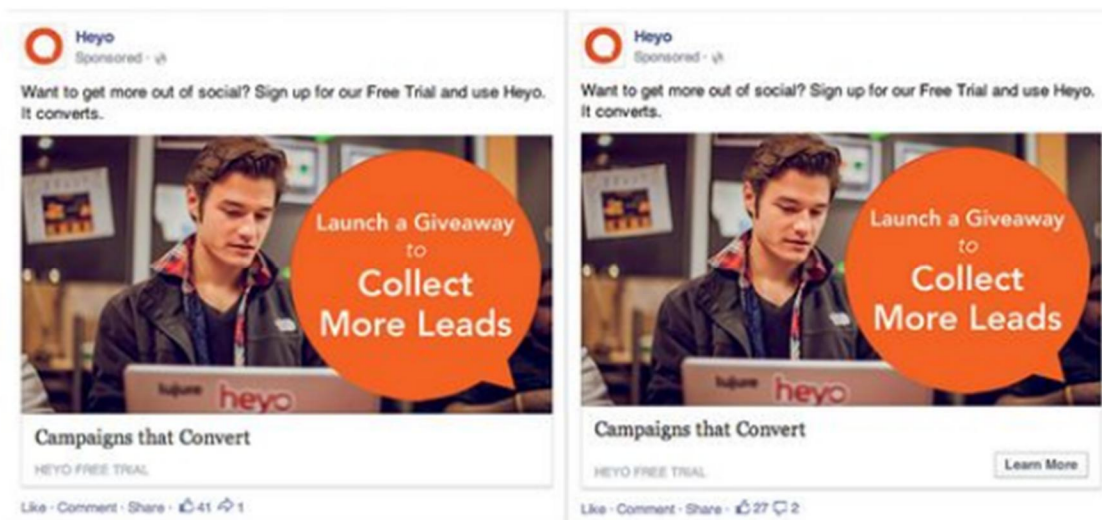
Aussi, selon [Ethos3](#), les contenus avec des visuels reçoivent au total 94% plus de vues et sont 40 fois plus susceptibles d'être partagés sur les réseaux sociaux.

En moyenne, une personne ne lit que 20% du texte sur une page Web régulière et les visuels sont traités 600 000 fois plus rapidement que le texte. Et plus important encore, pendant que les gens ne retiennent que 20% de ce qu'ils lisent, ils retiennent 80% de ce qu'ils voient ! Une différence énorme. Ne dit-on pas qu'une image vaut mille mots?

- Pour commencer, évitez d'utiliser les stocks photos habituels comme celui ci:



- N'hésitez pas à ajouter un CTA (Call To Action : invite le prospect à faire l'action que l'on souhaite qu'il fasse) à votre image et aussi à votre bouton au cas où vous souhaitez faire une promotion du post ! Regardez un exemple ci dessous:



Cette image de [Heyo](#) vient d'une campagne dans laquelle on testait deux images, même si elles sont identiques avec leur CTA, celle de droite a un bouton qui invite le prospect à en savoir plus. Cette dernière a été beaucoup plus performante que la première.

- Vous devez charger les bonnes tailles de vos images, vous ne voudrez pas en charger pour la moitié de votre image découpée.

Covershub a réalisé cette incroyable infographie qui rassemble absolument toutes les différentes tailles pour beaucoup de réseaux sociaux dont Facebook, Twitter, LinkedIn, Pinterest, Google plus, Instagram et Youtube.

- Intégrer des titres et des descriptions personnalisés peut vous aider à augmenter le trafic Facebook de votre site. Il vous suffit juste de coller un lien, les réseaux sociaux vont extraire des données à partir de valeurs méta par défaut de votre page et vous vous retrouverez avec quelque chose comme ci dessous:



Par contre, lorsque vous écrivez un titre et une description personnalisée, vous obtenez une finition beaucoup plus intéressante qui attirera plus d'attention et d'engagement de la part de votre audience.

6. Susciter la curiosité avec les titres

Afin de susciter la curiosité, vous devez établir un sujet. Vous pouvez le faire à la fois dans votre titre et votre contenu, même si vous avez évidemment un espace limité pour le faire dans un titre. Pour que le lecteur ait envie de lire l'article qui se cache derrière votre titre, il faut impérativement que ce dernier comporte ces 3 éléments :



- La curiosité : Donner envie au lecteur de lire le contenu en éveillant sa curiosité;
- Le bénéfice : Des exemples de titres qui mettent en avant le bénéfice pour le client:
 - Comment créer site web en 30 minutes (le bénéfice : la rapidité)
 - Référencer votre page web en 5 étapes (le bénéfice : la simplicité)
 - Comment créer une formation de stratégie digitale et la vendre a 1000 € dès le mois prochain
 - 2 choses à faire pour doubler votre conversion aujourd'hui
- Les listes : Les chiffres sont des mots magiques alors n'hésitez pas à en faire usage dans vos articles (date, somme d'argent, nombre de personnes...). Le titre même de cet article en fait usage (7 étapes pour réussir sa stratégie digitale sur les réseaux sociaux).

