

[illegible]

Module 3 : Médias sociaux

Les réseaux sociaux

Facebook et Twitter : quels enjeux ?

Importance de l'image sur les contenus texte : stratégie virale de vos images

Le vocabulaire

Module 3 : Médias sociaux

Questions de vocabulaire : Buzz, social média, e-réputation...

Social média

Il englobe l'ensemble des solutions et plateformes conversationnelles : réseaux sociaux, blogs, plateforme de microblogging ou social mass média. Un média social est donc distinct d'un réseau social, qui permet de gérer ses contacts et relations.

Buzz

Campagne de communication ciblée permettant d'évaluer le pouvoir d'influence d'une marque, d'un produit. Au cœur des stratégies virales...

E-réputation

Ce qui se dit sur vous et sur votre entreprise, marque et qui est la conséquence de votre présence ou non sur le web

Social Media Monitoring

Désigne l'ensemble des outils et méthodes permettant la surveillance des médias sociaux.

Quelle stratégie?

Avoir plus de fans, de commentaires, de tweets, d'interaction, de contenus...

Pour en faire quoi?

État des lieux du web

Module 3 : Médias sociaux

État des lieux du web

3 étapes en cours

Web 1 : Données

Site proposant de l'information

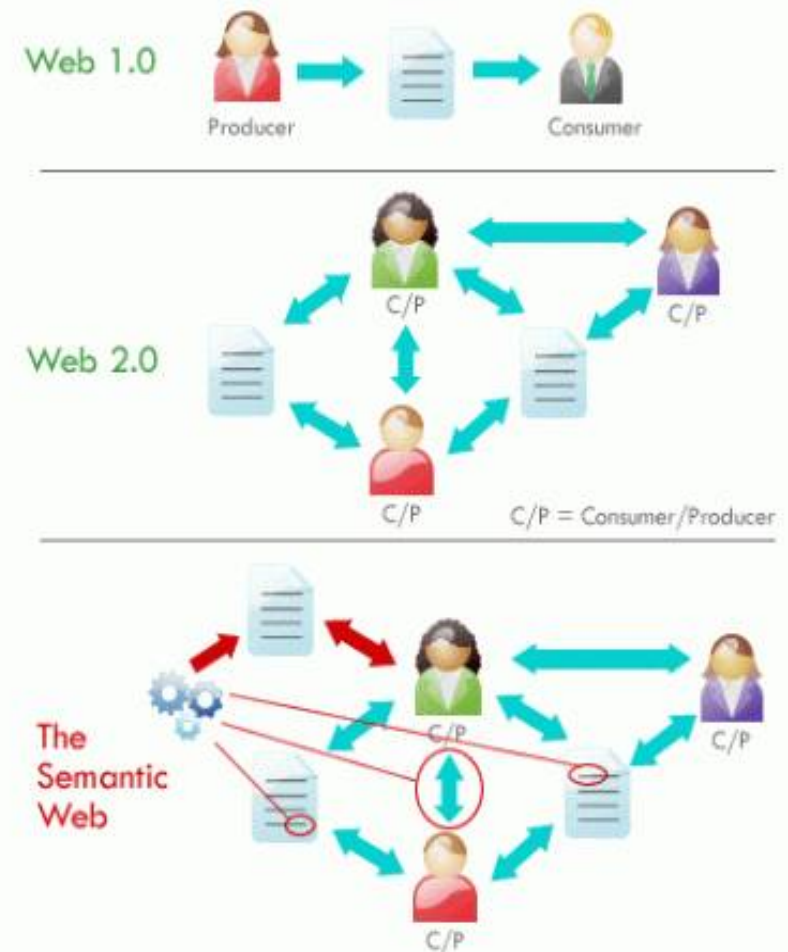
Web 2 : Interactions entre individus

Site proposant de l'information et invitant le lecteur à réagir, contribuer

Web 3 : Données et individus

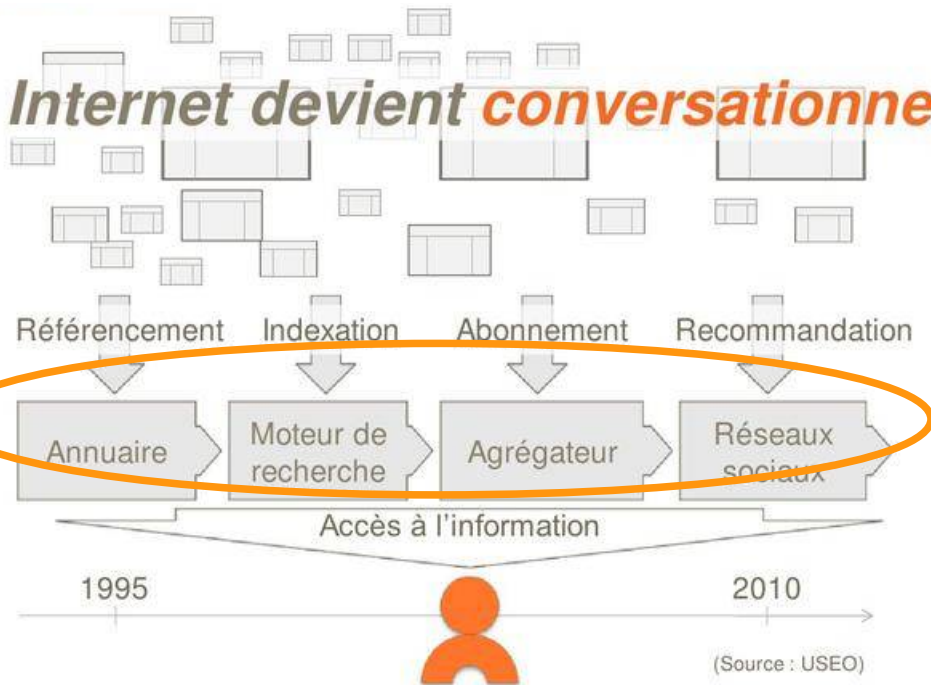
A minima, un balisage de l'information permettant l'extraction de l'information par des robots.

Intelligence artificielle à l'image de [Watson](#).

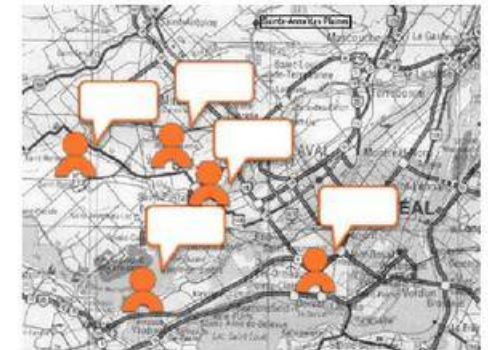


Module 3 : Médias sociaux

Internet devient *conversationnel*



Internet devient *hyperlocal*



Internet est une couche abstraite, un monde virtuel parallèle

(Source : USEO)

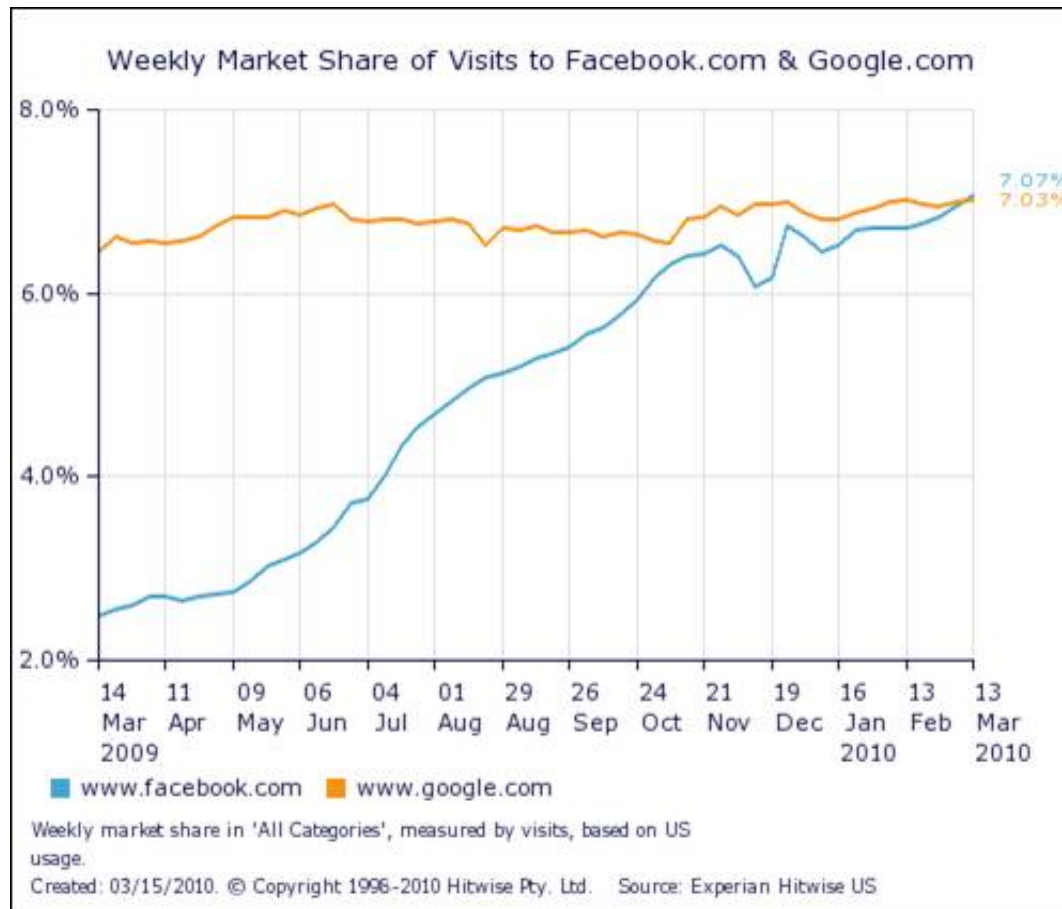
Les internautes entrent en contact avec ceux qui sont à proximité grâce à l'introduction de la géolocalisation



Nouveaux usages : Mobinautes

Module 3 : Médias sociaux

État des lieux du web



Les usages des internautes démontrent le positionnement dominant de ces nouveaux outils.

Février 2011, Pour la première fois aux États-Unis, les internautes ont passé **plus de temps sur les réseaux sociaux**, et principalement Facebook, plutôt que sur leur boîte e-mail.

Août 2010, **le temps passé sur les réseaux sociaux a été supérieur à celui passé sur les services de Google ou Yahoo!** Désormais, 12,3 % du temps passé sur Internet par les Américains est dédié à Facebook, contre 7,2 % en 2009, soit une moyenne de vingt-cinq minutes par jour.

Module 3 : Médias sociaux

Qui sont les internautes ?

Les connectés : 75% des Français

- 98% des 15-24 ans
- 92% des 25-34 ans
- 87% des 35-49
- 71% des 50-64 ans
- 36% des 65 ans et plus

Catégories sociales

- 98% des catégories sociales supérieures
- 97% des intermédiaires
- 84% des ouvriers
- 91% des foyers comprenant des enfants
- 84% des habitants de l'agglomération parisienne
- 73% des habitants des zones rurales ou en agglomérations de moins de 20000 habitants

Utilisation

- 59% déclarent se connecter plusieurs fois par jour
- 36% utilisent Facebook

A retenir :

- *Nivellement des classes d'âge*
- *Accès par catégorie sociale révèle différents usages : Mobinautes et Internaute*
- *Principal écart : opposition zone urbaine et zone rurale*



Module 3 : Médias sociaux

Qui sont les internautes ?

Sur 47 millions d'internautes français, on estime que près de 38 millions d'entre eux visitent régulièrement des réseaux sociaux et y passent en moyenne 4,1 heures par mois.

Être où sont les
internautes et
écouter là où ils
commentent...

Classement des 10 principaux réseaux sociaux pour la France, classé en
nombre Total de Visiteurs Uniques (en milliers)
Décembre 2010
Total pour la France, 6 ans et plus - Domicile et Travail*
Source : [comScore](#)

	Total Visiteurs Uniques (000)	Temps Moyen par Visiteur (en minutes)
Total Internautes France	46.910	1.440,3
Catégorie Réseaux Sociaux	37.810	247,4
Facebook.com	32.782	254,9
Skyrock	10.770	39,7
Windows Live Profile	8.083	4,9
L'internaute Copains d'Avant	3.939	8,5
Badoo.com	2.626	94,3
Viadeo	2.285	9,3
Linkedin.com	2.242	6,4
Trombi.com	2.201	3,6
Twitter.com	2.048	7,7

*Hors trafic issu d'ordinateurs publics tels que les Internet Cafés ou de connections depuis mobiles ou Smartphones.

Module 3 : Médias sociaux

État des lieux des réseaux sociaux

Panorama des médias sociaux 2012



Module 3 : Médias sociaux

État des lieux des réseaux sociaux

Présentation des différents médias sociaux en fonction de leur influence.

Comparé à la géopolitique, Facebook aurait l'importance de la Chine.

- Facebook
- Twitter
- Habbo

3ème



Puissance financière estimée :

- Facebook : 50 milliards
- Twitter : 4 milliards

Facebook représente plus de 7% du trafic internet début 2010, soit une part de marché supérieure à Google

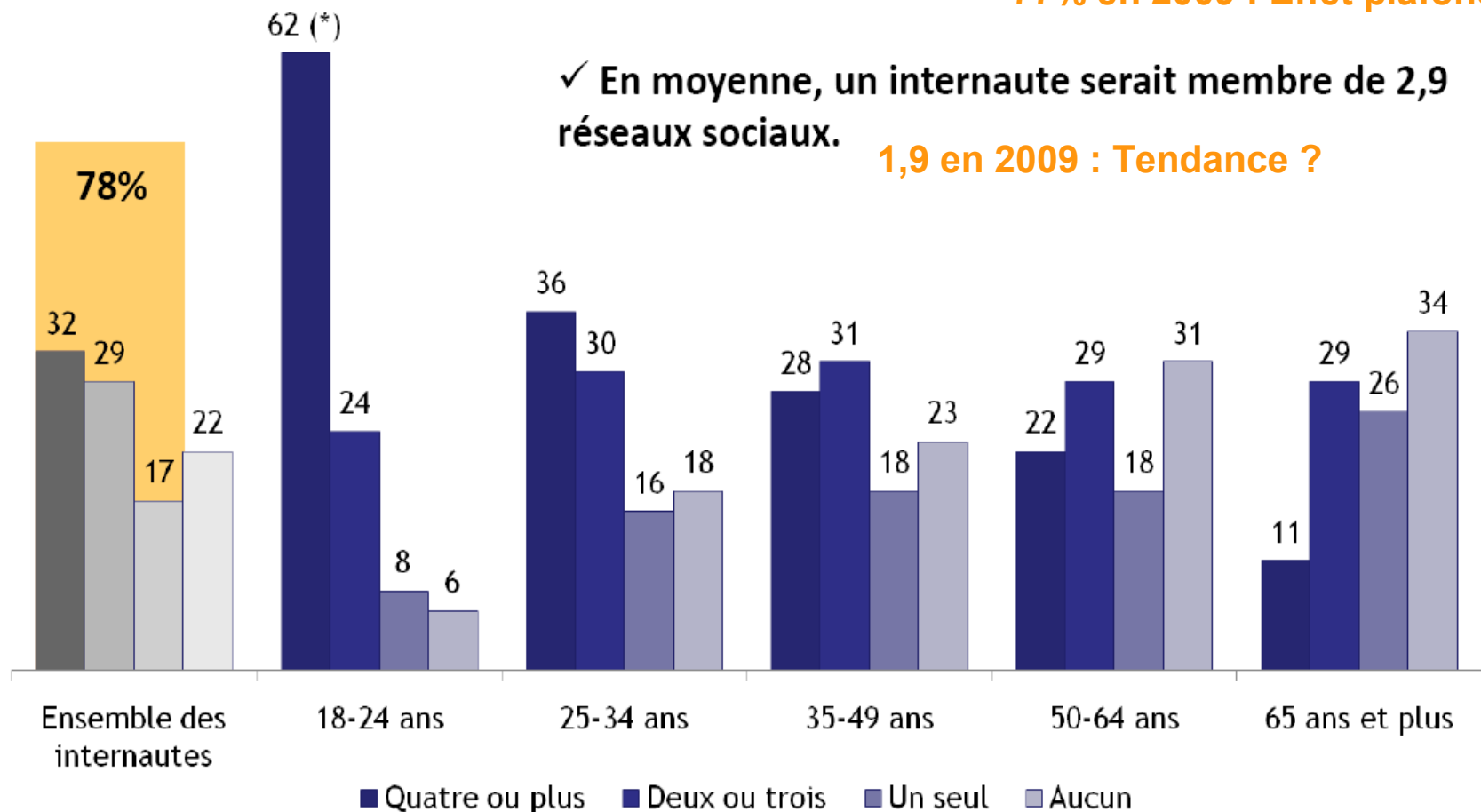


Module 3 : Médias sociaux

Membre des médias sociaux

✓ 78% des internautes se déclarent membres d'au moins un réseau social. **77% en 2009 : Effet plafond?**

✓ En moyenne, un internaute serait membre de 2,9 réseaux sociaux. **1,9 en 2009 : Tendance ?**

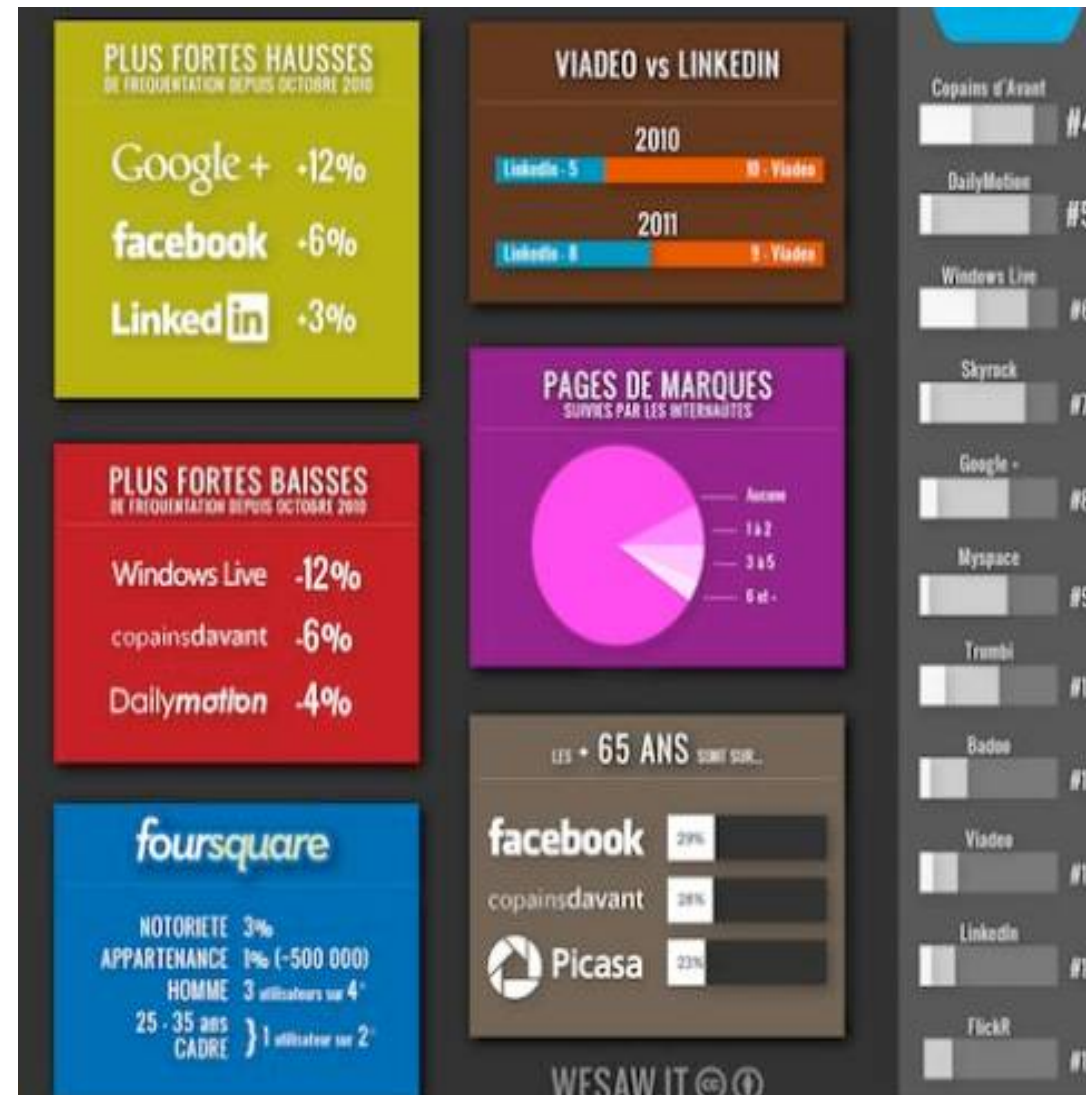


Module 3 : Médias sociaux

Membre des médias sociaux



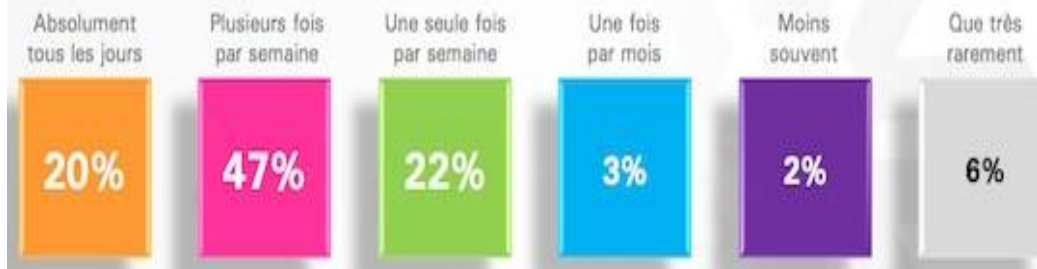
État des lieux des réseaux sociaux en 2011



Module 3 : Médias sociaux

Pour segmenter

89% des 7-12 ans se connectent chaque semaine, une fréquence qui croît avec l'âge

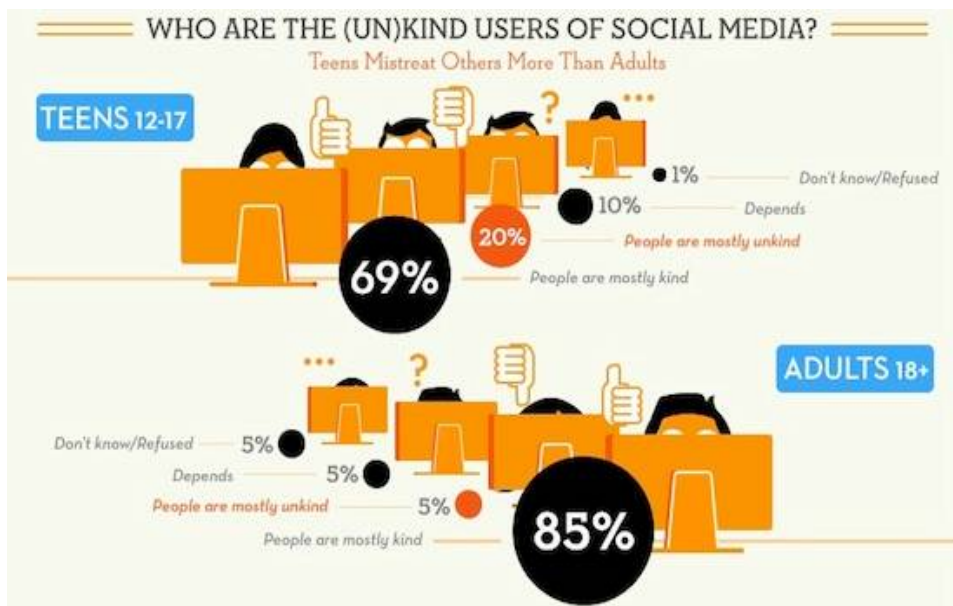


Jeux en ligne



Communication communautaire ...

Agressivité, dépendance...



Module 3 : Médias sociaux

Pour segmenter

Les médias sociaux et les seniors



68 % d'utilisateurs réguliers d'Internet chez les 55-64 ans



49% des seniors considèrent qu'Internet est **important** pour leur vie sociale. Parmi eux, **19%** considère même cet élément comme **essentiel** !



30% des internautes français sont âgés de 50 ans et plus
Seniors = +50 ans

PRÉSENCE DES SENIORS SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX

2,4 millions de seniors Français sont actifs sur Facebook



Facebook

V.S



Twitter

520 000 seniors de seniors Français sont actifs sur Twitter



Près d'un senior sur cinq (18%) est inscrit sur un réseau social type Facebook ou Twitter.

Parmi eux, 70% sont inscrits depuis un an ou plus

USAGES, MOTIVATIONS ET FREINS DES SENIORS SUR LES RESEAUX SOCIAUX

Les seniors utilisent les réseaux sociaux pour...



...communiquer et entretenir leurs relations (famille, amis)



...trouver des informations intéressantes (loisirs, finances, bien-être...)



...trouver des personnes partageant les mêmes centres d'intérêts



...occuper leur temps libre

Certains seniors hésitent encore à s'inscrire sur les réseaux sociaux car...



... d'entre eux, privilégient les contacts réels avec leur entourage



... d'entre eux, craignent une violation de leurs données personnelles.

Définir une stratégie de
présence sur
les médias sociaux

Module 3 : Médias sociaux

**Pourquoi être présent sur les médias sociaux?
Parce que vous y êtes déjà mais sans rien contrôler...**



Et ensuite...

- Les média sociaux c'est d'abord l'accès à une très large **audience** pour un coût quasiment nul
- Les média sociaux sont aussi un outil très poussée de **segmentation** qui permet de ne pas se disperser et d'atteindre plus facilement ses cibles
- Par les média sociaux, on peut facilement établir une **proximité** et un contact permanent avec les usagers, les habitants, les futurs collaborateurs potentiels, les partenaires, ce qui facilite le suivi des actions et la fidélisation.
- Le caractère multilatéral des média sociaux rend possible le développement d'un **marketing viral**. En outre, les média sociaux sont de puissants outils pour bâtir et véhiculer une image de marque.
- Enfin la publication de contenu de qualité sur les média sociaux est le meilleur outil de **référencement** sur internet, ce qui contribue également à la notoriété.

Module 3 : Médias sociaux

Internet, source d'information préalable

20% des internautes estiment à ce jour que les informations circulant sur les médias sociaux influencent leur décision !

- Approfondir la connaissance des internautes
- Estimer la valeur et la réputation d'une marque
- Les réseaux sociaux remontent des commentaires pertinents et précieux : analyse des besoins, écarts entre les services proposés et les usages...
- Interagir avec le monde extérieur
- Les médias sociaux constituent un moyen puissant d'entendre les opinions, d'utiliser instantanément les réactions de vos cibles, et d'accéder à des sources riches d'informations précises et gratuites, non seulement sur la société et ses produits, mais aussi sur son environnement concurrentiel.



Module 3 : Médias sociaux

Pourquoi être présent sur les médias sociaux



10 bonnes raisons

1. Aller où sont vos usagers
2. Trouver des prescripteurs / influenceurs
3. Multiplier les points d'entrée pour votre site / blog
4. Fidéliser les usagers
5. Suivre et informer les populations non-utilisatrices de vos services
6. Montrer vos expertises
7. Contrôler ce que l'on dit de votre *marque*
8. Pour améliorer vos produits et services
9. La presse traditionnelle se meurt
10. Les moteurs de recherche deviennent sociaux

Module 3 : Médias sociaux

Social média marketing

1. Élaboration de la stratégie marketing « social média »

Décrire les objectifs, les quantifier et déterminer les ratios de performance que vous souhaitez utiliser ainsi que les outils dont vous aurez besoin. Prévoir comment votre stratégie marketing «social média» s'intégrera à votre stratégie globale d'entreprise.



2. Trouver votre cible

Avec autant de réseaux sociaux qui fourmillent d'internautes, il peut être difficile de choisir le bon réseau social. Avant de vous lancer au hasard, commencez par une petite étude pour savoir où vos cibles se trouvent.

3. Donnez un visage humain

Les internautes auront plus de facilité à créer une relation avec une personne qu'une entreprise.

4. Être un expert

Un des meilleurs moyens de se faire une place sur les médias sociaux est d'être reconnu en tant qu'expert.

5. Apprendre à écouter

Il est facile de tomber dans le piège qui consiste à inonder vos internautes d'information, comme la mise en avant constante de vos services, etc... N'oubliez pas que les réseaux sociaux sont principalement des outils qui permettent de recueillir les avis de vos fans, followers. Dialoguez...

Module 3 : Médias sociaux

Social média marketing



6. Communiquer

Le but des réseaux sociaux est de dialoguer. Si vous n'êtes pas impliqués et réactifs ils risquent de s'ennuyer très vite. N'hésitez pas à demander des opinions directs à votre communauté afin que les membres se sentent impliqués.

7. Répondre rapidement

La réussite vient aussi du fait de répondre le plus rapidement possible, vous montrez ainsi à votre communauté que vous êtes digne de confiance et que vous fonctionnez comme eux.

8. Être utile

Vous verrez que la participation ne suffit pas pour garder un intérêt. Vous devrez apporter une bonne raison aux internautes de rester sur votre réseau social.

9. Offrir des contenus exclusifs

Il ne faut pas simplement parler de vous, vos fans ou internautes doivent bénéficier d'un traitement de faveur (Exclusivités).

Module 3 : Médias sociaux

Humaniser le digital

Bienvenue sur le site de la Région Poitou-Charentes

Accueil » Services en

Trombinos

La Région vous aide

Association Collectivité

Entreprise Particulier

Jeune Toutes les aides

pacte emploi jeunes

Création verte & emploi

Agriculture & ruralité

Éducation & formation

Énergie renouvelables

Vie ensemble

Transports propres

Famille, santé & handicap

Biodiversité & eau

Culture & sport

Région

Nouvelle Assemblée

Véronique ABELI

facebook

Recherche

Accueil Profil Compte

La Redoute

Mur Infos 100 000 fans Gagnants Je... Photos La team

Déjà + de 100.000 fans et ce n'est pas fini...

1 AN de shopping d'une valeur de 10.000 € maximum et 1 journée VIP dans nos coulisses A GAGNER !

laredoute.fr

Ajouter à mes Pages favorites

Recommander à des amis

http://www.laredoute.fr/

Informations

Création : 1928

55 amis aiment ça

6/55 amis Afficher tout

Sarah Garson Alex Conversi on David Bourgeois

Clement Toulemon de Delphine Corre Grace Perrier

116 490 personnes aiment ça

Stéphanie Elise Épouse Lm Justine Avenoux

Nathalie Arnaud et

Catherine Fournel Souad Oumerjal Auger Sylvie

Favorites

6 sur 18 pages Afficher tout

LA REDOUTE Österreich Vertbaud et

Toute l'équipe facebook de La Redoute en photo !!! Qui est qui, à quoi on ressemble, qui fait quoi... C'est l'occasion de nous poser toutes vos questions ! Un détail qui a son importance... Nous portons toutes les tenues de la nouvelle collection été.

David Iglia

Discussion Instantanée (106)

gwenola

Chargée d'innovations

A moi de mettre en œuvre vos idées ! Mon métier, c'est d'avoir un train d'avance sur vos besoins, de faire bouger les choses le plus rapidement possible.

Facebook me permet de tester, d'avoir davantage de proximité et d'interactivité... A l'écoute des fans, j'espère que vous continuerez à vous faire entendre !

Vous craquez pour la robe de Gwenola ? > http://tinyurl.com/2uy392h

jeññifer

Conseillère client(e)

Office de tourisme du pays de Montfort en Brocéliande

J'aime

Tourisme · Montfort, Bretagne, France

Powered by pagemodo

			
Botond	Călin	Ciprian	Cristian
			
Daniel	Daniel	Daria	Dragoș
			
Lavinia	Levente	Maximilian	Mihai
			
Radu	Sebastian	Ștefan	Tudor

Interactivité : Organigramme

Module 3 : Médias sociaux

Quelle que soit la stratégie, il faut des indicateurs d'évaluation



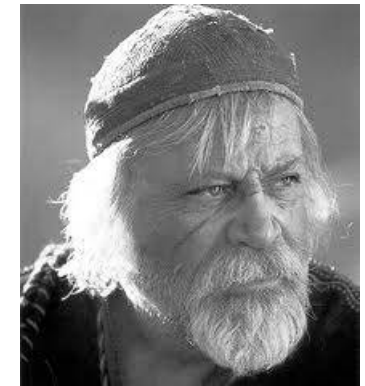
- Trafic sur le site : Sources des campagnes
- Notoriété : Mots clefs de recherche
- Intérêt pour la marque : Fans, Followers, etc.
- Interactivité : Recommandations, RT, Commentaires



Module 3 : Médias sociaux

Le ROI est inadapté, il faut penser ROA

- A pour audience
- A pour attention
- A pour action



***De Proximo à
Maximus :
« Gagne la foule »***



Le Klout évalue vos performances sociales :
<http://klout.com/home>

Création des profils : les règles à respecter

Module 3 : Médias sociaux

Les outils indispensables

Open ID : Identifiant unique pour le web

Gestion des mots de passe : ne pas multiplier les mots de passe au risque de les perdre, s'assurer d'utiliser un mots de passe performant.



Choisir son pseudonyme : Eviter les homonymies et protéger son pseudo sur 160 sites de médias sociaux.



Choisir son avatar : Définir une image que vous utiliserez sur tous les réseaux sociaux



***Un logo ou avatar, c'est un carré...
Identifiable et compréhensible quelque soit sa taille...***

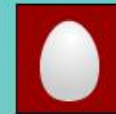
Module 3 : Médias sociaux

Choisir un avatar pose évidemment quelques questions de ce que l'on donne à voir.

Ne pas oublier que le web 2.0 suggère une humanisation des rapports qui ne peut échapper au branding.

Cela reste du marketing avant tout !

A field guide to social media avatars



For an egghead, you'd think he'd figure out how to change his avatar.



Oh you must have been a beautiful baby, but baby, why do I have to look at you now?



Mr. Default. It's true, he is hoping to be a luminous blob of light someday.



The 25-years-ago pic, because you never know when your Facebook page is going to be sent back in time.



The "part of a couple" pic. Because their identity is so wrapped up in each other. They also share a single email address.



The 10-years-ago pic. OMG, look who just arrived from the past!



The pet pic. Um, an avatar is supposed to represent you, not what's looking at you waiting to be fed.



The Duckface. Cheeks sucked in, lips pursed, supposed to make you look stylish. Actually, makes you look more like a vacuum cleaner is up your butt.



The Sexy Lady. Somehow she forgot that her parents, grandparents, bosses, co-workers, and creeps are on the Internet too.



The drunk out-of-my-skull pic. Because that's how they want to be remembered.



The cartoon character. A sign they don't like reality, and prefer a universe where the laws of physics don't apply.



The "this makes me look thin" angle. Achieved its zenith on MySpace. Hint: you probably don't want to be associated with MySpace.



The sell out. (Then again, I could really go for a latte now.)



The Retro. So old-school, it's new again! In most cases, reflects the user's happiness. In some, their capacity to become a homicidal psychopath.



The constant promoter. Please, this is a social network, not a society for networking!



The Adrenaline Junkie. They're hoping you'll think they are cooler than a picture of their usual activity would suggest (sitting in front of a computer.)



The celebrity pic. Someone has a crush! (And who could blame them!)



A portrait av by Nitrozac. A sign of extreme good taste, superior intelligence, and humble perfection.

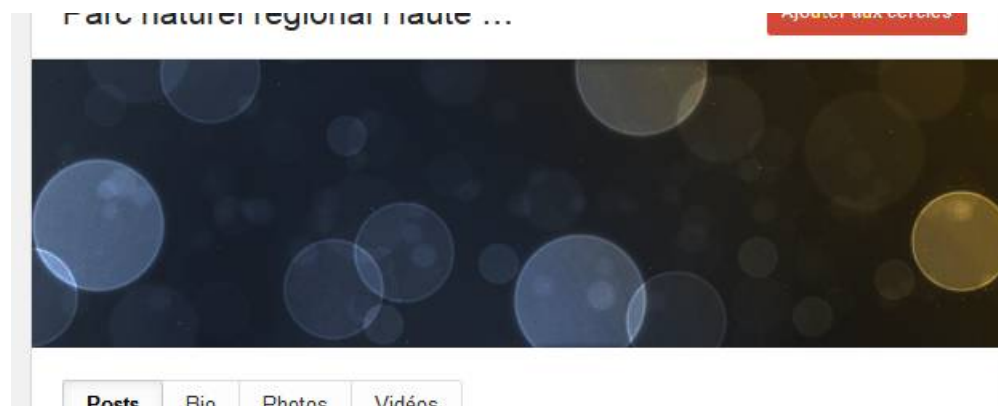
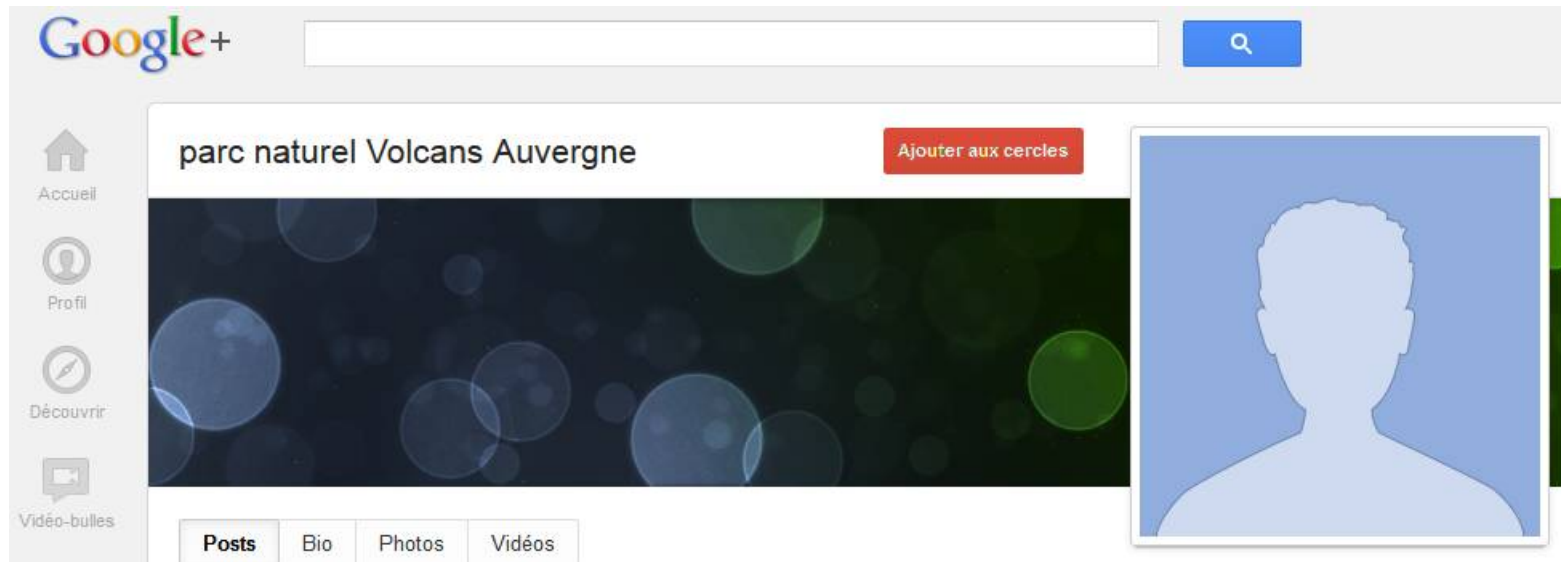


What is that?! Oh, it's nature! Is that still around? I thought we killed it.



The picture-with-someone-famous. It's the pixel version of name-dropping. Suggestion: choose a celebrity other than a porn star.

Module 3 : Médias sociaux



Exemples de Google sur Gogle +

Module 3 : Médias sociaux

Recruter des fans,
followers et animer une
communauté

Module 3 : Médias sociaux

Comportement communautaire

La place de l'Internaute a changé, il n'est plus passif :

- Acteur
- Prescripteur
- Diffuseur
- Influenceur

Dans un environnement qui est celui d'Internet avec ses règles

Les médias sociaux permettent de trouver des relais (Expériences client, évaluation, conseil) et des clients.

Il est important de définir sa stratégie et ses objectifs à court et moyen terme et de manière globale : le modèle économique exclusif médias sociaux est à inventer.
Pensons Cross-canal...



Communication Methods Used to Discuss Products/Services According to US Young Adults vs. General Population, Dec 2010
% of respondents in each group

	Young adults (ages 18-25)	General population
Face-to-face conversations	77%	84%
Email	50%	58%
Home phone/landline	36%	53%
Mobile phone conversations	70%	50%
Social networking communities	56%	35%
Instant messenger	36%	22%
Mobile messaging (SMS)	48%	19%
Product or company website	18%	17%
Product reviews on shopping websites	18%	17%
Personal website/blog	19%	14%
Microblogs	12%	5%

Note: n=590
Source: COLLOQUY, "Urban Legends: Word-of-Mouth Myths, Madvocates and Champions" conducted by Toluna, March 18, 2011
126173 www.eMarketer.com

Module 3 : Médias sociaux

Recruter des Fans

Près d'un quart (23%) des utilisateurs de Facebook « aiment » au moins une marque ayant une page sur le réseau social

- Les 15-24 ans : 35%
- Les 25-34 ans : 23%
- Les 35-49 ans : 13%
- Au-delà : 2%



Pour les plus jeunes (15-24 ans) : 19% aiment 3 marques ou plus, contre 6% en moyenne dans les autres tranches d'âge.

Les femmes sont plus nombreuses à aimer des marques sur Facebook : 26% contre 19% chez des hommes.

Les « likers » de marques se répartissent en trois groupes quant à leur fréquence de consultation des contenus diffusés par les marques sur leur page : un tiers les consulte très régulièrement soit **au moins 3 fois par semaine**, un tiers de façon plus épisodique mais **plusieurs fois par mois**, et un tiers **rarement ou jamais**.

Module 3 : Médias sociaux

Pourquoi devient-on Fan ?

40 % d'entre eux cherchent des informations sur la marque
28 % souhaitent trouver des personnes partageant leur intérêt
25 % souhaitent montrer leur attachement à la marque

Principales raisons :

1. **Identification à la marque**, revendiquer publiquement sa sympathie pour une marque
2. Opportunité d'**être en relation avec des personnes** que je ne connais pas mais avec qui j'ai potentiellement des affinités car nous aimons la même marque
3. Possibilité d'**en savoir plus et d'interagir** avec une marque au-delà de ses produits/services
4. Volonté d'en savoir plus sur les produits, être tenu informé d'éventuelles promotions et **tirer avantage** d'offres exclusives

Facebook Fan Page



Best Strategies and Examples

Règles de communication et d'animation

Module 3 : Médias sociaux

Contenu = Ligne éditoriale

Il est indispensable de définir une ligne éditoriale pour chaque réseau et de s'y tenir.

Thèmes traités, identité des rédacteurs, registre de langue, qualité d'écriture, etc. Il en va de votre crédibilité.



Contenu = Message clair

Les internautes doivent savoir ce qu'ils trouveront sur vos pages et savoir ce à quoi ils s'engagent en vous suivant.

Usages des données personnelles, règles de fonctionnement, etc.



Module 3 : Médias sociaux

Contenu = Original

Il est indispensable de produire des contenus spécifiques aux médias sociaux. Ne reprenez pas uniquement les contenus de votre site. Il faut donner une raison aux internautes de vous suivre.



Contenu = Professionnalisme

Démontrez votre légitimité et donnez la parole à des professionnels reconnus. Vos posts vont être partagés, commentés. Ils doivent être irréprochables.



Module 3 : Médias sociaux

Contenu = Social

Vos pages web doivent pouvoir être partagées pour corroborer votre présence sur les médias sociaux.

Recruter des Fans ou des Followers ne se fait pas sur les plateformes de chaque réseau mais sur le web. Votre site est au cœur du projet social media.



Contenu = Authenticité

Votre communauté doit se retrouver dans vos contenus et soutenir vos propos. Il faut les inviter à partager, commenter, recommander, évaluer...



Module 3 : Médias sociaux

Le web a ses codes de communications et ses modèles :

- **Les mêmes**



Campagne RATP : Chers voisins

Facebook et Twitter : quels enjeux ?

Facebook, spécificités des pages entreprise

Module 3 : Médias sociaux

Facebook

Le Facebooker français actif est une parisienne

Possédant un compte

- 83% des 15-24
- 62% chez les 25-34 ans
- 31% chez les 35-49 ans
- 16% chez les 50-64 ans
- 4% chez les 65 ans et plus



24 Millions d'utilisateurs en
France

Connexion quotidienne

- 67% des Facebookers de 15-24 ans (dont 43% plusieurs fois par jour)
- 58% chez les 25-34 ans
- 40% chez les 35-49 ans
- 33% après 50 ans

Module 3 : Médias sociaux

Les valeurs de Facebook

Idéal étudiant

Mise en relation des individus sur la base d'un trombinoscope

Usage des données personnelles

La cession des informations personnelles via la mise en place de jeux



Puritanisme américain

Facebook censure

- Avocat pro-palestinien en 2007
- Application : Breakup Notifier
- Gustave Courbet, L'Origine du monde sur la page de l'artiste Frode Steinicke en 2011

Facebook censuré

- Révolutions de Jasmin
- Chine
- Algérie...

Facebook bannit

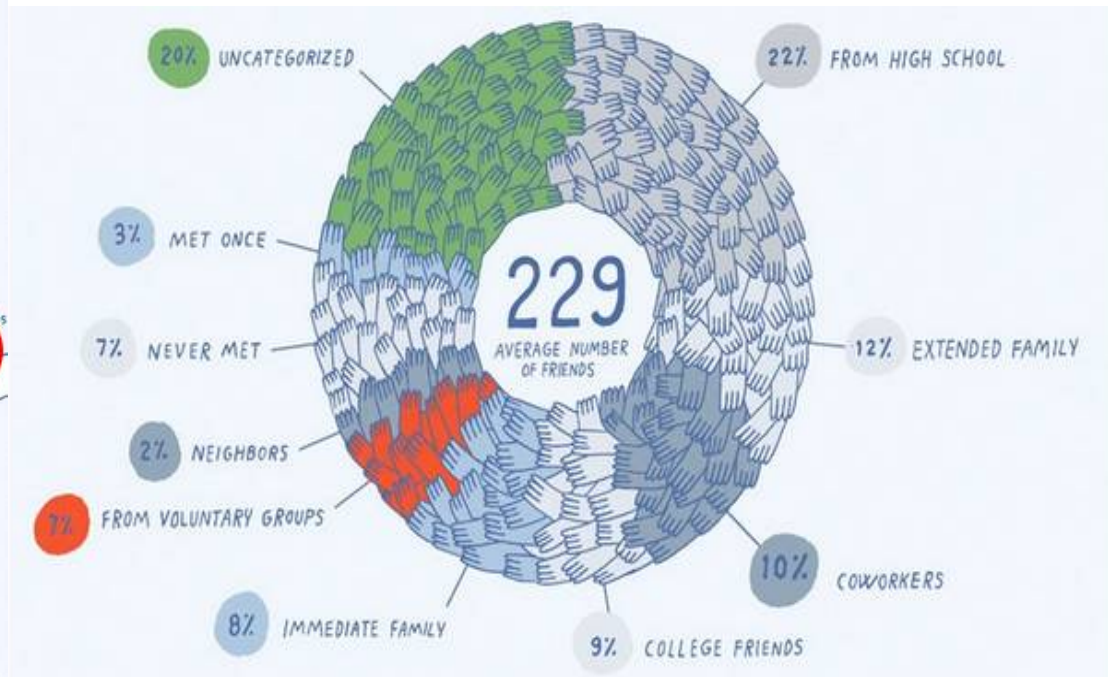
- Mozelle Thompson, responsable de la confidentialité sur Facebook déclare que 20000 personnes seraient bannies chaque jour (Adolescents ?, âge légal est de 13 ans)

Monde virtuel et frustration matériel

Un modèle très américain du bonheur rendant dépressif : [la dépression-Facebook](#)

La dépression Facebook prise au sérieux : [Prévention du suicide sur Facebook](#)

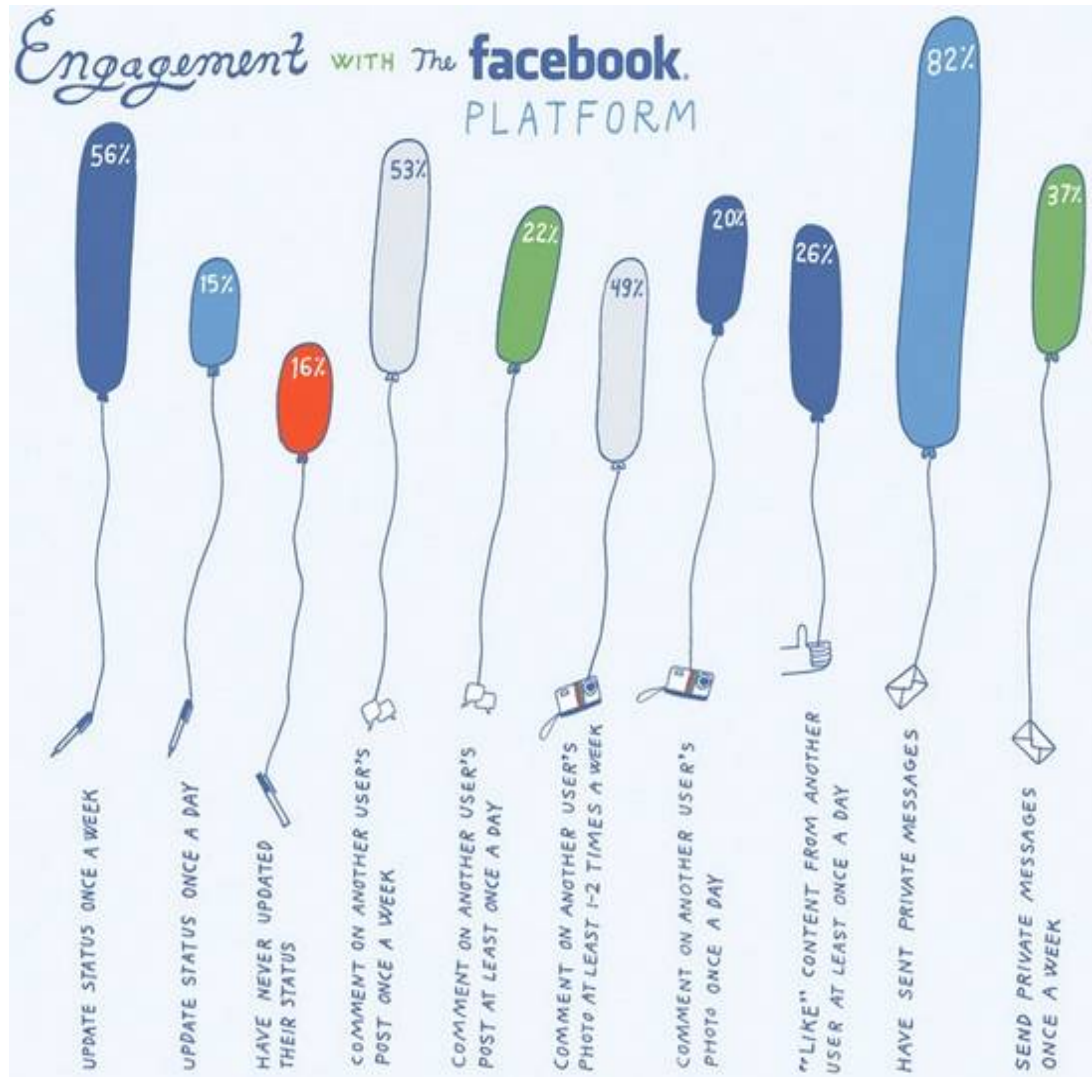
Module 3 : Médias sociaux



Usages sur Facebook :

- Moyenne d'âge plus élevée : 38 ans
- 229 contacts en moyenne, liés au parcours scolaire

Module 3 : Médias sociaux



Principale activité

- L'importance des messages privées se confirme
- Commentaires de posts voire de photos...
- Faible taux de Likes

Module 3 : Médias sociaux

Facebook

1,5 millions d'entreprises présentes sur Facebook

→ Mise à jour du 10/03/2011

- Les pages deviennent de réels profils d'entreprises avec lesquels il est désormais possible de s'exprimer sur d'autres pages Facebook :
 - En tant que Page Fan ou Profil personnel
 - Partager, Liker en tant que Page Fan pour une meilleure lisibilité de votre marque et expertise.
- Alertes sur les post
- Suivi des Fans
- Modération automatique sur mots clefs
- 5 images pouvant être mises en avant
- Publicité : réutilisation de l'actualité du site, communication personnalisée
- Référencement : Edgerank du Wall
 - Poids des mises à jours Facebook, l'affinité entre les membres, la qualité de leurs interactions et le caractère récent du post



Module 3 : Médias sociaux

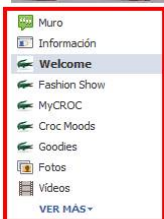
TOP 10 BRANDS BY NUMBER OF FANS 	TOP 10 MEDIA BY NUMBER OF FANS 
Figures in Thousands	Figures in Thousands
Lacoste 7 261	NRJ 1 118
Dior 6 348	FUN RADIO 1 112
Louis Vuitton 4 860	VDM 1 096
Oasis Fun Page 2 102	Norman fait des vidéos 903
Disneyland® Paris 1 420	Cyprien 858
M&M's France 1 291	Skyrock 772
EA Sports FIFA France 1 154	FRANCE 24 634
Dragibus 985	TF1 567
Kiabi, la mode à petits prix 957	Eurosport 561
Christian Louboutin 923	M6 462

TOP 10 BRANDS BY AVG ENGAGEMENT RATE 	TOP 10 BRANDS BY RESPONSE RATE 
Free Mobile (Officiel) 4.1528%	Tennis-Warehouse France 100%
Tahiti Tourisme France 2.1871%	IMusic-School 94%
Renault 4 1.6968%	Atlas for men 88%
Avon France (officiel) 1.2906%	IDTGV 84%
Alsace 1.0780%	Auchan Drive 83%
Vies de chats avec Whiskas 1.0753%	Croquons La Vie avec NESTLÉ 83%
NESCAFÉ Dolce Gusto France 1.0628%	BRED Banque Populaire 79%
Mercedes-Benz France 1.0022%	Eram 78%
OPEL FRANCE 0.9782%	Oxybul éveil et jeux 77%
Pâté Hénaff 0.9509%	Nocibé France 77%

Avec une particularité en France, en comparaison des pays anglo-saxons, le Français ne devient pas facilement Fan d'une marque...

Et la quitte très vite...

Module 3 : Médias sociaux



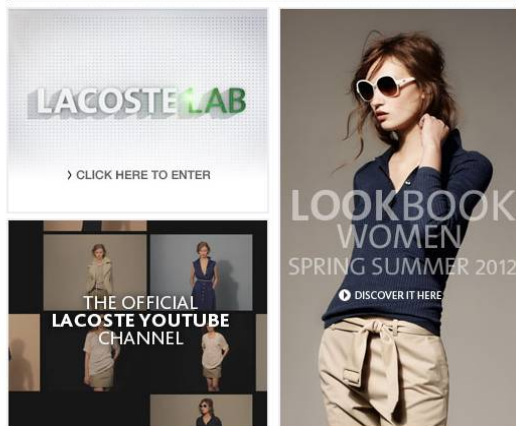
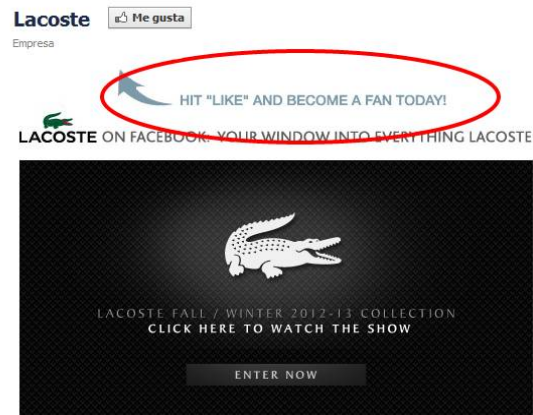
Información
Discover more from Lacoste at:
<http://www.lacoste.com/>
<http://www.lacoste.c...>
Ver más

A **8.611.758**
personas les gusta esto
222.670
personas están hablando de esto

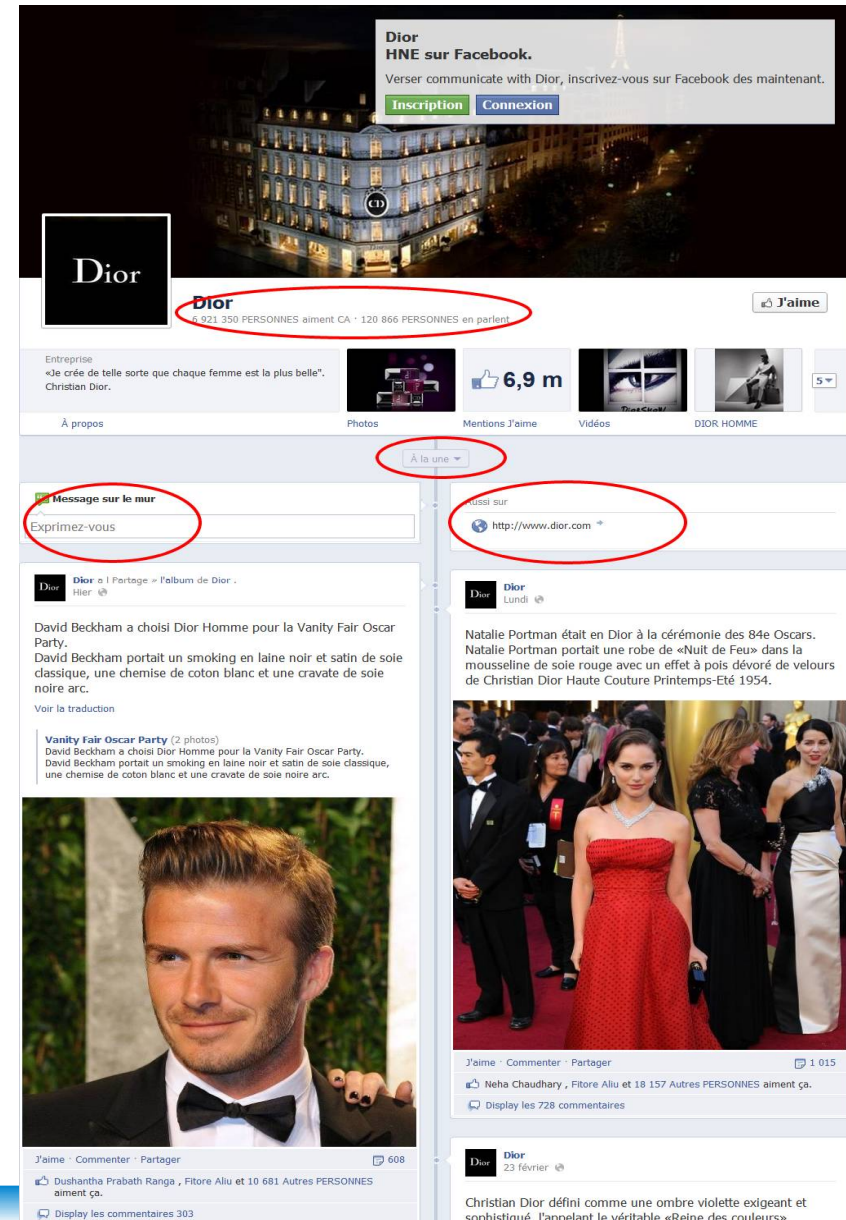
Me gusta Ver todos



Crear un(a) página



Des pages à personnaliser



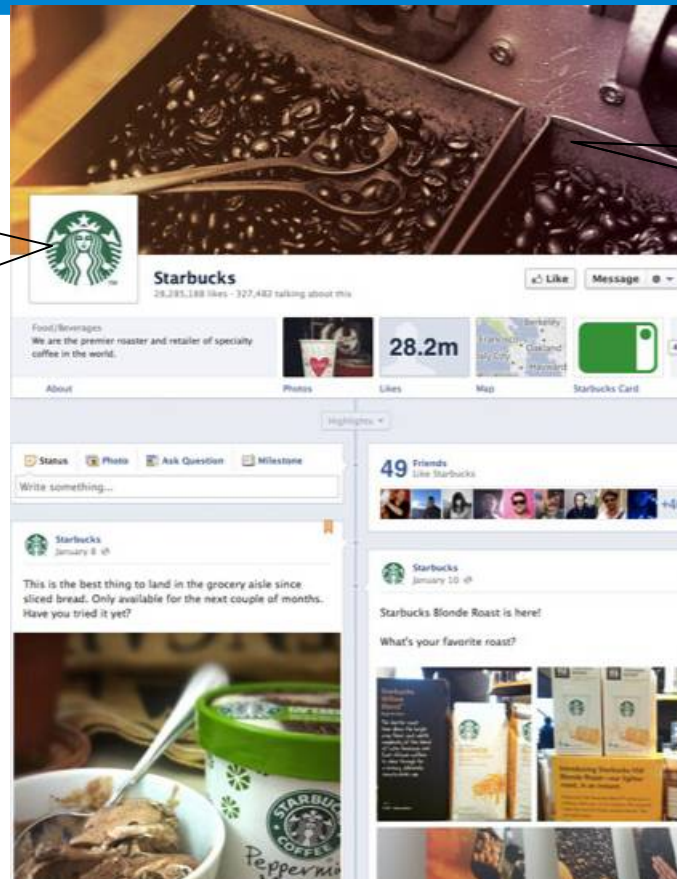
Module 3 : Médias sociaux

Logo : 180 x 180

Cover : 851 x 315

Applications : 111 x 74

Dates importantes,
Milestones : 843 x 403



Aucune offre commerciale en une
Aucune coordonnées en une (Téléphone, adresse, mail, etc.)
Aucune action Facebook de type Like ou tout autre Calls to action en une



Facebook et la Timeline : Scénariser sa communication

Module 3 : Médias sociaux



La **Timeline** nécessite :

- De raconter votre histoire,
- De mettre en scène votre communication Facebook
- D'alterner les contenus : posts, événement, communication à la une, date, etc.

La Timeline doit être un moyen de recruter et de fidéliser vos Fans

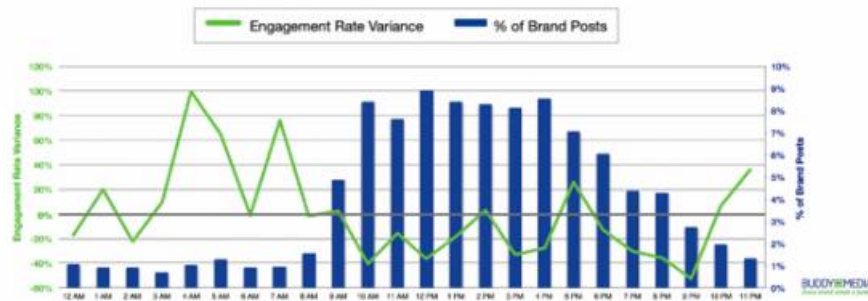
- Qualité des contenus proposés
- Scénarisation
- Interactivité

Animer une page Fans Facebook : les différents contenus attendus

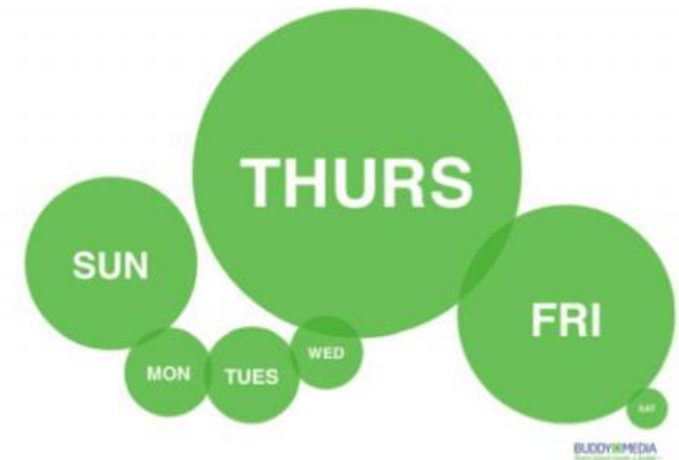
Module 3 : Médias sociaux

Utiliser Facebook : De bonnes conditions

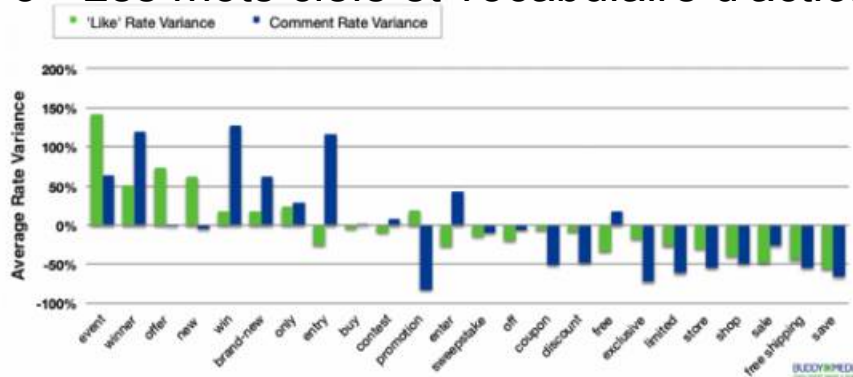
1 - Les horaires



2 – Les jours



3 - Les mots clefs et vocabulaire d'action



4 – Posts longs :
+80 caractères.
Attention aux
raccourcisseurs
d'Urls

Module 3 : Médias sociaux

Utiliser Facebook : Unlikes

Pourquoi les Facebookers pourraient mal vous juger

- Il est important de ne pas poster trop de message, cela évitera de saturer le fan de votre page
- Évitez d'être trop marketing, même si vos objectifs sont de développer le nombre de Fans. **Créer des objectifs : 5000 Fans**
- Une page Facebook est là pour donner des informations, pas pour saturer les murs de termes compliqués
- Animez votre page avec du contenu diversifié, captivant et plaisant
- Régulièrement récompensez vos fans, avec des offres privilèges.

Soyez présent et solliciter vos fans :

- ^ Ouvrez des discussions, forums, questions
- ^ Partagez des documents, diaporama, albums, vidéos



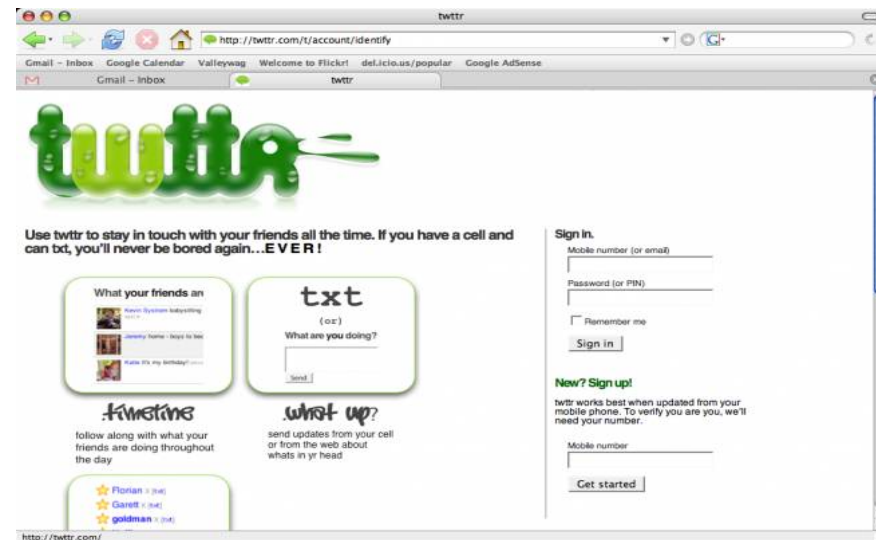
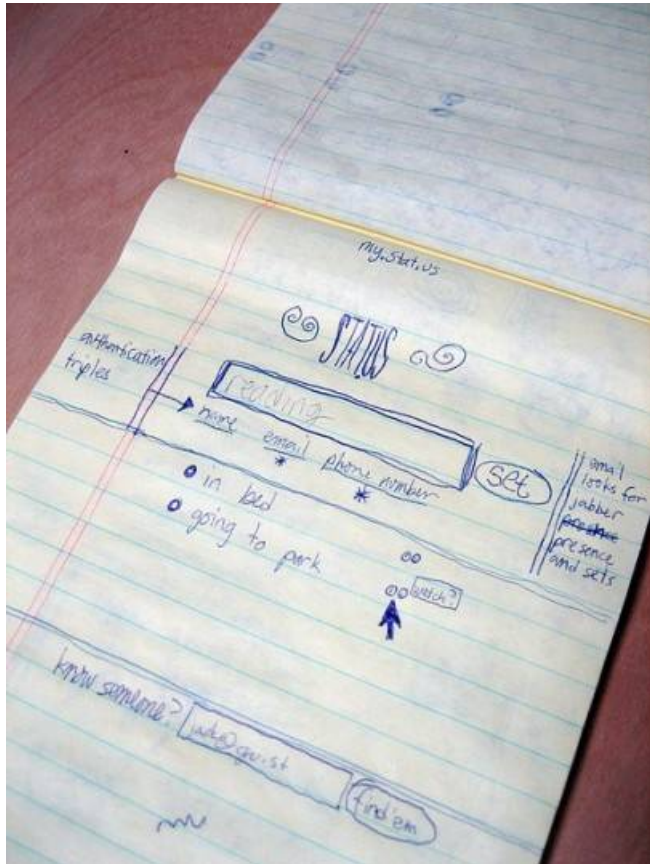
Dislike

Twitter : pour bien
commencer, importance
du paramétrage

Module 3 : Médias sociaux

Le projet Twitter à sa création en 2005

Le premier tweet envoyé : 21 mars 2006



Jack Dorsey
@jack

Suivre



just setting up my twttr

50+
RETWEETS

50+
FAVORITES



21:50 - 21 Mars 06 via web - Insérer ce Tweet

Répondre Retweeter Favori

Module 3 : Médias sociaux

Membre des médias sociaux

7% des internautes interrogés déclarent avoir un ou plusieurs comptes Twitter (5% en 2009)



Profil des utilisateurs :

- Internautes âgés de 18 à 24 ans (17% d'utilisateurs),
- Les indépendants (13%)
- Les CSP+ (12%)
- Les habitants d'Île-de-France (11%).

5,2 Millions en
France

La moitié sont
actifs...

Complémentarité entre les médias :

- 15% des utilisateurs de *Facebook* déclarent posséder un compte *Twitter*,
- 26% des utilisateurs de *YouTube*

Usages de Twitter : [Etude Yahoo](#)

- 0,05% des comptes attirent l'attention (20000) soit les médias, célébrités, organisations et blogueurs

Module 3 : Médias sociaux



CibleWeb Formations

@CibleWebF

Formations et séminaires pour les métiers du Web : webmarketing, e-commerce, référencement naturel, e-mailing, médias sociaux, administration de site, veille...

Béziers <http://www.seminaires-webmarketing.com/>

Éditer votre profil

4 103 TWEETS

1 262 ABONNEMENTS

943 ABONNÉS

Tweets

Abonnements

Abonnés

Favoris

Listes

Semblable à vous



Microsupport France @microsuppo...

Abonnements



philippe desseigne @pdesseignegmx

Abonnements



Community Manager @gdcommuna...

Abonnements

Tweets



CibleWeb Formations @CibleWebF

4 min

Le Figaro - Sociétés : Casino se renforce dans l'e-commerce
awe.sm/5ggv5 Avec Monshowroom.com



CibleWeb Formations @CibleWebF

2 h

Comment Facebook va faire payer les marques | FrenchWeb.fr
ow.ly/9ma5L



CibleWeb Formations @CibleWebF

2 h

Smile et RBS signent un accord de partenariat awe.sm/5gguz



CibleWeb Formations @CibleWebF

3 h

Votre service client évalué... par vos clients | L'Atelier: Disruptive innovation
awe.sm/5ggbB



CibleWeb Formations @CibleWebF

4 h

3 principes pour utiliser Google analytics | Le Blog Cibleweb ow.ly/9m68l



CibleWeb Formations @CibleWebF

6 h

Pour le paiement mobile, le SMS remplace la carte bancaire | L'Atelier: Disruptive innovation
awe.sm/5ggbA

twitter

© 2012 Twitter À propos Aide Conditions
Confidentialité Blog Statut Applications
Ressources Offres d'emploi Annonceurs
Professionnels Médias Développeurs

www.seminaires-webmarketing.com

www.cibleweb.com/blog



formation@cibleweb.com

Tél : 0 826 306 407

Module 3 : Médias sociaux

Les comptes les plus populaires sur Twitter donnent une image du réseau.

Pour la France, nous disposons de classements :

- Top des **twitteuses par domaine d'activité**
- **Classement par activité** : Médias sociaux, Journalistes, Blogueurs, etc.

Il est à noter que l'usage de Twitter reste **assez professionnel en France**.

Ce qui peut constituer une opportunité...



Module 3 : Médias sociaux

Les sujets les plus abordés sur Twitter en 2011

HASHTAGS

1. #egypt
2. #tigerblood
3. #threewordstoliveby
4. #idontunderstandwhy
5. #japan
6. #improudtosay
7. #superbowl
8. #jan25 >

TECH

1. Mac App Store
2. Sony NGP
3. Guitar Hero
4. Mozilla Firefox
5. Duke Nukem Forever
6. iPad
7. iPhone
8. Nintendo 3DS
9. Mortal Kombat
10. iPod

WORLD NEWS

1. Mubarak's resignation
2. Raid on Osama bin Laden >
3. Japanese earthquake and Fukushima nuclear disaster >
4. Shooting of Gabrielle Giffords
5. Gaddafi's death
6. Swine Flu outbreak

Tous les résultats : [Twitter 2011](#)

Module 3 : Médias sociaux

Utiliser Twitter : 10 erreurs

- Ne pas remplir son profil
- Avoir un pseudo trop long
- Ne pas répondre aux autres
- Ne pas faire de Mass Follow
- Faire des fautes d'orthographe
- Écrire uniquement en majuscules
- Donner une information erronée
- Utiliser Twitter à sens unilatéral
- Écrire en SMS pour les professionnels
- Donner une information sans RT l'original



Module 3 : Médias sociaux

Utiliser Twitter : le Vocabulaire

- ✓ Hashtag : mots clés pour suivre un thème et les conversations en lien
- ✓ Follow friday, jour de mise en avant de vos Followers avec le @
- ✓ MT : Signale un Tweet modifié
- ✓ Retweet : commenter et faire suivre un tweet
- ✓ OH : Phrase entendue oralement et rapportée sur Twitter
- ✓ DM : Message direct à un interlocuteur
- ✓ CC : Mise en copie du message
- ✓ HT : Sujet traité par un autre utilisateur (Heard through)
- ✓ PRT : Tweet partiellement retweeté
- ✓ IMHO : Pour signaler un avis personnel (In My Humble Opinion)

Module 3 : Médias sociaux

Règles de communication et objectifs attendus

Module 3 : Médias sociaux

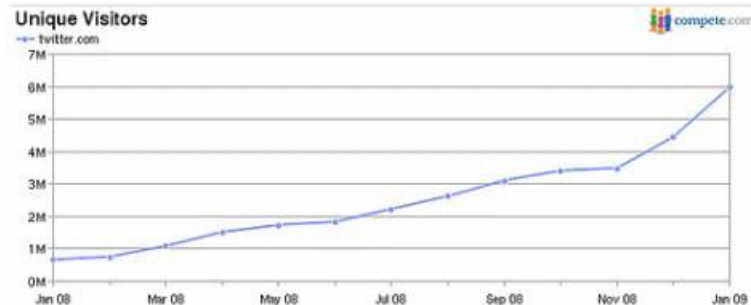
Utiliser Twitter : les statistiques

1 personne sur Twitter suit 70 personnes en moyenne

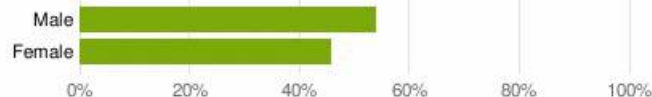
Twitter

30-day traffic, Country, Worldwide

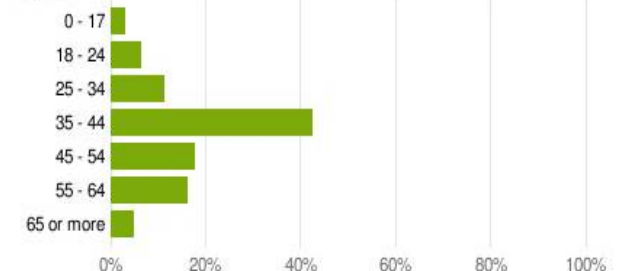
Unique Visitors - 5.1 M, 13 M
Reach- 2.2%, 1.0%
Page views - 410 M, 660 M
Total visits - 52 M, 90 M
Avg visits per visitor - 10, 6.9
Avg time on site - 780s, 740s



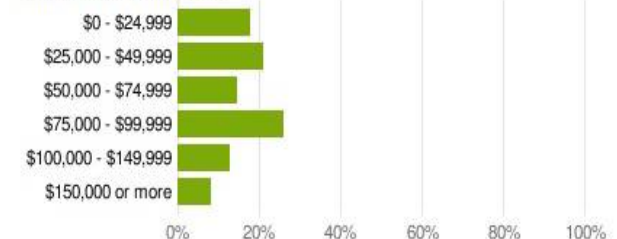
Gender



Age



Household Income



Children in Household

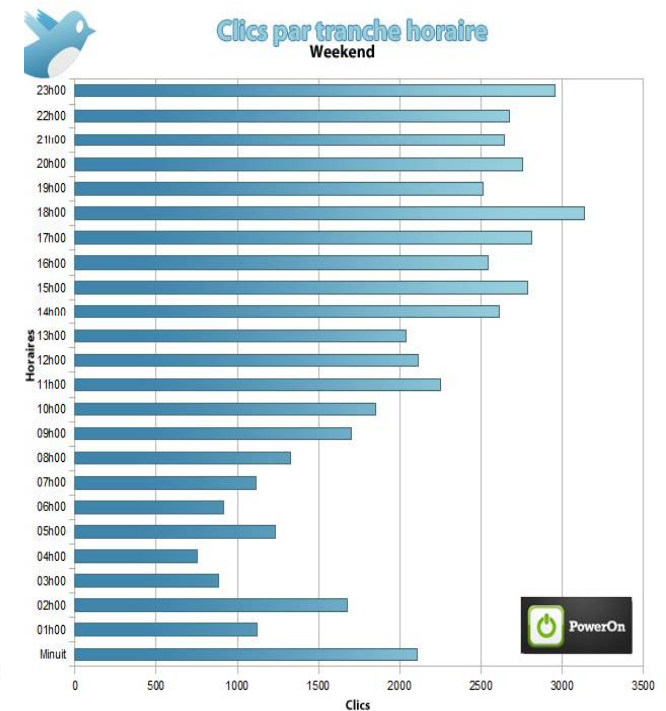
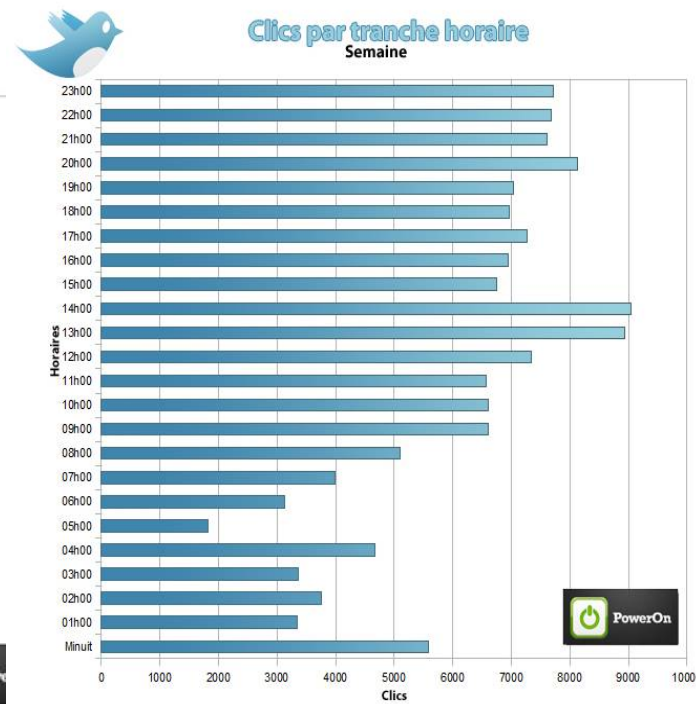
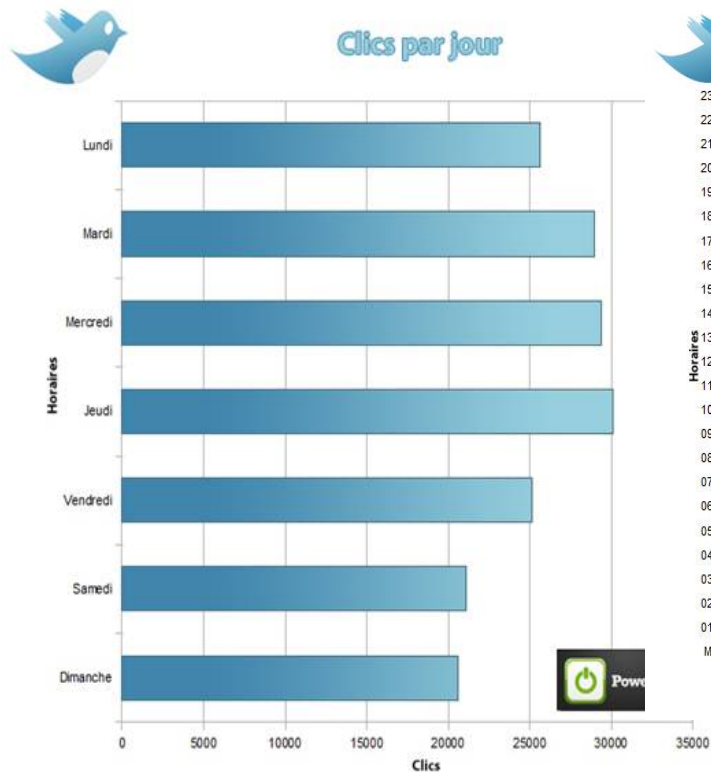


Module 3 : Médias sociaux

Utiliser Twitter : le meilleur moment

Twitter le jeudi entre 13H et 14H

- Planifier ses campagnes avec des outils spécifiques
- Relancer les campagnes sur des plages horaires différentes pour diversifier ses cibles



Module 3 : Médias sociaux



Returning User?



SIGN IN WITH TWITTER ▶

New User?

GET STARTED ▶

Create Your Tweetwall.

To get started, choose a hashtag, username, or keyword. You can filter the results further and customize your Tweetwall on the next screen.

HASHTAG

USERNAME

KEYWORDS

#

GO

Featured Tweetwalls



House of Twits →

They publish tweets of politicians and activists reacting to political events.

MUSEUMS ASSOCIATION

Museums Association →

Is an organisation for people working in museums world-wide.

A partir d'un Hashtag défini et communiqué à votre communauté



Ocarat qui veut révolutionner son marché va x3 son catalogue et promouvoir les "petits" créateurs #CaféDigital <http://tinyurl.com/85mxmflk>

about 5 hours ago by PagesJaunes



<http://www.ocarat.com> propose 5 000 références et enregistre 50 000 VU #CaféDigital

about 5 hours ago by PagesJaunes



<http://www.ocarat.com> est une bijouterie en ligne créée il y a 2 ans par le fondateur de <http://Grosbill.com> #CaféDigital

about 5 hours ago by PagesJaunes



RT @cafedigitaljf: Nesta quarta, 15/02 tem #CafeDigital !!! Confirme sua presença! <http://cafedigitaljf.com.br>

3 days ago by PrIMPinha



Nesta quarta, 15/02 tem #CafeDigital !!! Confirme sua presença! <http://www.cafedigitaljf.com.br/>

3 days ago by cafedigitaljf

Café Digital

Evento organizado pela CampiDigital, com objetivo de discutir sobre o mercado de comunicação digital em Salvador.

RULES OF THE WALL

✓ All tweets tagged with #cafedigital

URL

<http://cafedigital.tweetwally.com/>

VIEW FOR PROJECTION

VIEW FOR IPHONE



powered by tweetwally



Module 3 : Médias sociaux

{VIZIFY +  = tweetsheet

SEE A SAMPLE GET YOUR OWN

Your Twitter activity as an instant infographic

Vizify's TweetSheet showcases revealing details from your tweetstream, including: top followers, geographic impact, most-retweeted posts, and more.

GET YOUR OWN
(it's free & takes 10 seconds)

Featured TweetSheets

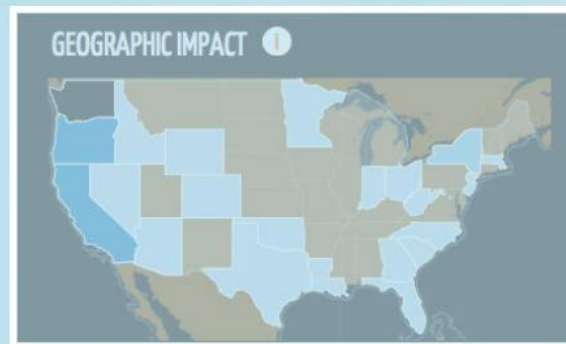
Coming Soon

We are

Connect

As seen on...

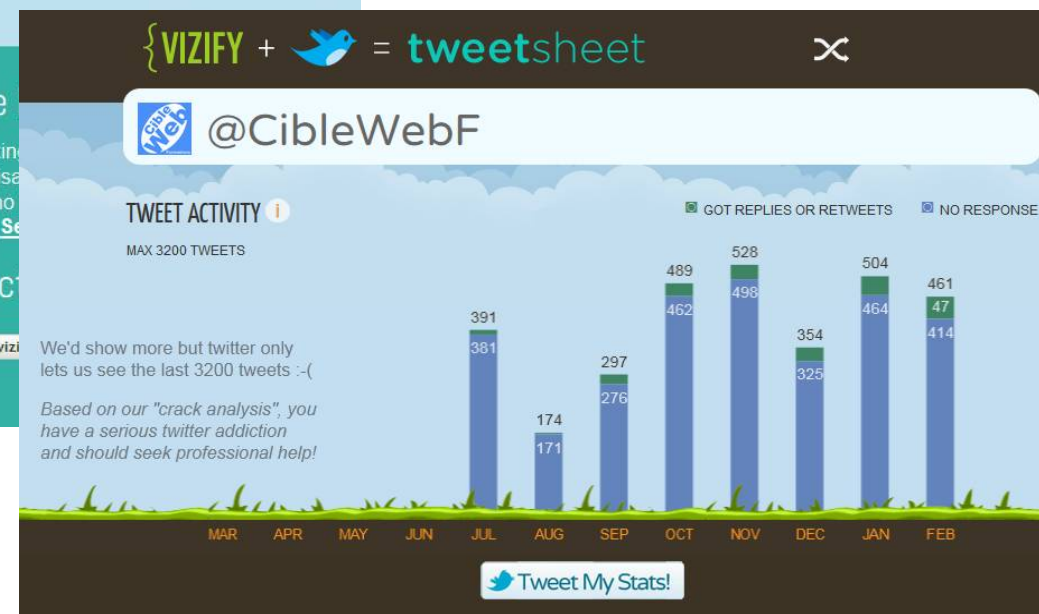
TechCrunch  TNW



Créer une infographie de votre activité su Twitter

Votre influence en une image

<http://vizify.com/tweetsheet>



Module 3 : Médias sociaux

Home Anniversaries Cities Downloads About

Adelaide go Arabic go

 **Twopcharts** *Your brain, just brighter*

Speed Memory
Attention Problem Solving
Flexibility

Start Training ▶

lumosity

Who Mentions Me Who Do I Mention **When do I tweet** Are we friends Compare followers Compare following Conversations

My First 10 Tweets My First 10 Followers My First 10 Following Profile Images NOT Following Me Back NOT Followed Back By Me Search

Blocked By Me Follow Suggestions Polls Retweeted Tweets Favorited Tweets Change Tweets **HowLongOnTwitter** Lists Analysis

Twopscore Follow Back Must Follow Must Unfollow **CheckThisHashTag** MyMutualFriends WhenwillIreach 500 mln countdown

The Retweet Champions of the World Retweeted By

Twopcharts, tracking Twitter users by language and by city

We have made an effort to find the most influential active Twitter users for cities around the world, as well as widely spoken languages. By selecting any of the cities or languages below you will be directed to a dedicated page with several lists and search capabilities. We have also created a number of twitter tools that can be used for any Twitter account. The menu above shows you the current selection of tools. We welcome any suggestions you may have.

Donate

Select City Select the city for which you would like the charts: Adelaide go or click the link below: Select City	Select Language Select the language for which you would like the charts: Francais go	Search user Check the profile of any valid twitter account. Please type the exact user name Envoyer	Your 2011 stats Type a Twitter user name and check if we have full year statistics for this account Envoyer
---	---	--	--

For remarks, suggestions and complaints, you can contact us at: info@twopcharts.com. On Twitter you can find us here: [@ql_twop_1000](#)

Hosted by iXL

Pour obtenir des statistiques ou informations sur l'activité Twitter

- Vos meilleurs tweets,
- Vos meilleurs followers,
- Qui ne vous suit pas.

<http://twopcharts.com/>

Module 3 : Médias sociaux

Twitter : Usages

Sous-utilisation de Twitter en France

Quelques pistes d'explication :

Difficultés de connexion

Perçu comme peu fiable par les internautes français



Règles d'écriture

Tweets : 140 caractères... Que doit-on dire sur Twitter ?

Sources d'inspiration : Usage professionnel et moins futile...

Etats-Unis : Britney Spears, Kim Kardashian ou Justin Bieber dans le top 10.

En France : Nathalie Kosciusko- Morizet, Marion (blogueuse), Le Monde (média) ou encore Jean-Luc Raymond (consultant – expert).

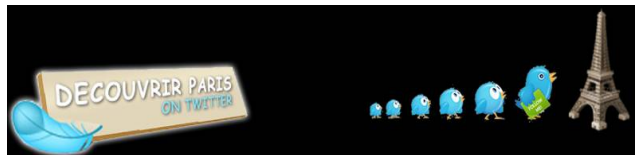
Perception élitiste

Règles de fonctionnement pouvant paraître incompréhensibles et pourtant...

Le manque de stratégie : Le Syndrome du Follower followed

Twitter, la communication locale en temps réel

Module 3 : Médias sociaux



Les tweets peuvent être géolocalisés et donc très utiles pour des projets locaux :

- Jeu de piste
- Visite guidée
- Commentaires d'un événements
- Partages d'images, vidéos, etc.

Accueil @ Connecter # Découvrir festival de cannes

Tweets

Personnes

Images populaires

Vidéos populaires

Tendances : France - Modifier

#SiJeParticipaisASSMonSecretSerait

#LesAnges4

#ZombieBukkake

Gilles Simon

Mary-Kate Olsen

Geoffrey

No Church In The Wild

Romain Gavras

NMT

Tim Cook

twitter

© 2012 Twitter. À propos Aide Conditions Confidentialité Blog Statut du service Applications Ressources Emploi Annonceurs Professionnels Médias Développeurs

Résultats pour festival de cannes

Utilisateurs suggérés · Tout afficher

Festival de Cannes @FdC_officiel
Compte Twitter Officiel du Festival de Cannes /...

Suivre

Tweets Top / Tout

28 nouveaux Tweets

Les Archivistes @lesarchivistes 7 h
Tu n'étais pas à Cannes ? Nous non plus. Enfin, presque : Comment je suis allé au Festival de Cannes sur Internet. is.gd/eVuiNb
Dérouler

Gaëtan Compigni @techmefr 2 h
Top story: Comment je suis allé au Festival de Cannes sur Internet « Les Archivistes goo.gl/jDc4v, see more goo.gl/Apocm
Dérouler

SEO Factory Girl @SEOFACORYGIRL 2 h
RT @bertimus: RT @Doc_Enfoirus Nous vous recommandons : "Comment je suis allé au Festival de Cannes sur Internet" ow.ly/bf12b
Dérouler

Les Archivistes @lesarchivistes 3 h
Comment je suis allé au Festival de Cannes sur Internet lesarchivistes.net/comment-je-sui...
Dérouler

Girlz in Web @GirlzInWeb 3 h
Excellent billet & drôle #mustread "Comment je suis allé au Festival de Cannes sur internet" lesarchivistes.net/comment-je-sui... v/@lesarchivistes #Celina
Dérouler

Importance de l'image
sur les contenus texte :
stratégie virale de vos
images

Module 3 : Médias sociaux

Pinterest : Du catalogue
à la mise en vitrine de
vos espaces

Module 3 : Médias sociaux

Pinterest : le buzz

Créée en 2010

10 millions d'utilisateurs aujourd'hui, 240000 en France – Importance des femmes

Un engouement des marques : Vitrine et un trafic vers les sites

45% de trafic pour les sites e-Commerce

The screenshot shows a Pinterest profile for 'CibleWeb Formations'. The profile has 11 followers and is following 57 accounts. The profile picture is a blue circle with the text 'CibleWeb Formations'. The profile description reads: 'Formations et séminaires pour les métiers du Web : webmarketing, e-commerce, référencement naturel, e-mailing, médias sociaux, administration de site, veille... Béziers'. The profile has 8 boards: 'Geek', 'Comparateurs de prix', 'Cibleweb', 'Référencement naturel', 'Médias sociaux & buz', 'Formations et séminaires', 'Webmarketing', and 'eCommerce'. Each board has a grid of pins. The 'Geek' board has pins about women's rights and evolution. The 'Comparateurs de prix' board has pins about price comparison. The 'Cibleweb' board has pins about the company and its services. The 'Référencement naturel' board has pins about SEO and Google Panda. The 'Médias sociaux & buz' board has pins about social media and branding. The 'Formations et séminaires' board has pins about training and seminars. The 'Webmarketing' board has pins about web marketing and analytics. The 'eCommerce' board has pins about e-commerce and sales. At the bottom of the page, there is a banner for Pinterest with the text 'Pinners you follow · Everything · Videos · Popular · Gifts'. Below this banner is a Facebook integration prompt: 'New! Add Pinterest to your Facebook Timeline. Learn More.' with a 'Try It Out' button and a 'No Thanks' button.

Search

Pinterest

Add + About ▾ CibleWeb ▾

8 Boards · 63 Pins · 0 Likes

Rearrange Boards

CibleWeb Formations

11 followers, 57 following

Edit Profile

Formations et séminaires pour les métiers du Web : webmarketing, e-commerce, référencement naturel, e-mailing, médias sociaux, administration de site, veille... Béziers

Geek

Comparateurs de prix

Cibleweb

Référencement naturel

Médias sociaux & buz

Formations et séminaires

Webmarketing

eCommerce

Pinterest

Pinners you follow · Everything ▾ · Videos · Popular · Gifts ▾

New! Add Pinterest to your Facebook Timeline. Learn More.

Try It Out »

No Thanks

Module 3 : Médias sociaux

parc naturel

Pinterest

Add + About CibleWeb

Pins · Boards · People — search results for parc naturel Like



parc naturel

Louis Fonlladosa onto Places I'd Like to Go



Parc naturel Livradois-Forez

by MDTPNRLF

Alex MDTLF onto Paysage



Parc naturel régional des Grands Causses

Peter Decà onto Owls



Parc naturel régional des Grands Causses

Peter Decà onto Book



Parc d'Environnement Naturel de Sutton

1 repin

Beah H onto À voir en Estrie (sans neige)



Le parc naturel régional de Camargue

www.meteocity.com

1 repin

MeteoCity .com onto Vidéos



Parc naturel Livradois-Forez, video of Auvergne

by MDTPNRLF



Le Moulin de la Fortie Gite and Bead&Breakfast onto The country of cutlery



Le premier parc naturel de Afrique sous la coupe des pétroliers #Nature

2 likes 2 repins

joão carlos onto EcoEnvi



Vue sur le Lac d'Orient à marée haute - Parc naturel régional de la Forêt d'Orient

Junko Kawabata onto Favorite Places & Spaces



Heather clad Monts d'Arrée in the Parc naturel régional d'Armorique, Finistère

Maria Richardson onto Brittany



Grizzly affamé et surtout agile au parc naturel de Katmai en Alaska

1 like 1 repin

Axelle Durimel onto C'est la vie



Chambre d'hôtes le Ris de Feu à Chalais en Berry, dans le Parc Naturel de la Brenne

Kvberd Caroline onto



Le Bains Romains de Dorres - Parc Naturel Régional des Pyrenees Catalanes

Rain Velocity onto I Live to Spa



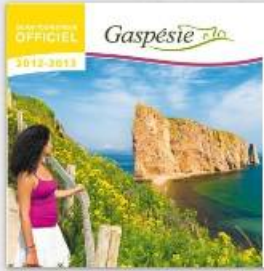
Coucher de soleil au sommet du Ballon d'Alsace, Sewen, Parc naturel régional des Ballons des Vosges, Haut-Rhin (68)

1 like 1 repin

Jean Isenmann onto Mes photos

<http://pinterest.com/search/?q=parc+naturel>

Module 3 : Médias sociaux



Tourisme Gaspésie

La Gaspésie, renommée pour la beauté de ses paysages naturels, attire les visiteurs de partout au monde. /Gaspésie, renowned for its beautiful natural scenery, attracts visitors from around the world.

🌐 🐦 📍 Mont-Joli, Québec, Canada

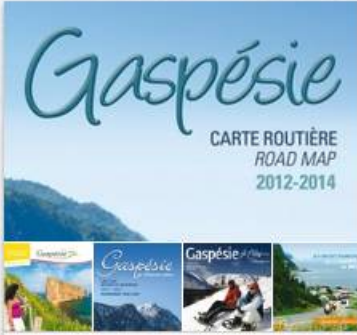
Repins from

-  Vishal Bharadwaj
-  Ellen Miller
-  Michèle St-Louis

4 Boards 47 Pins 30 Likes [Follow All](#) 44 Followers 35 Following [Activity](#)

Brochures and Maps

6 pins



Follow

Places and Cities

19 pins



Follow

Activities

10 pins



Follow

Attractions

12 pins



Follow

Instagram : Le partage et le commentaire de photographies

Module 3 : Médias sociaux



Voici Instagram.

C'est un moyen **rapide, esthétique** et **amusant** de partager votre vie avec vos amis au travers de vos photos.

Prenez une photo avec votre iPhone, choisissez un filtre pour en changer l'apparence et partagez la sur Facebook, Twitter ou Tumblr - c'est simple comme bonjour. C'est le partage de photo, réinventé.

Au fait, on vous a dit que c'était gratuit ?

Available on the App Store

GET IT ON Google play

Web-mobile

Le partage de photos entre amis avec la possibilité de modifier les images (Filtres).

Acheté 1 milliard de \$ par Facebook.

40 millions d'utilisateurs

Module 3 : Médias sociaux

Automatiser,
synchroniser et
humaniser votre
présence

Module 3 : Médias sociaux

1ère étape : Graphes sociaux

Il est indispensable de socialiser vos contenus

Ce qui sera d'ailleurs la première tâche du community manager : partager vos pages web sur les médias sociaux où votre entreprise est présente.



Une question s'impose : quels graphes choisir ?

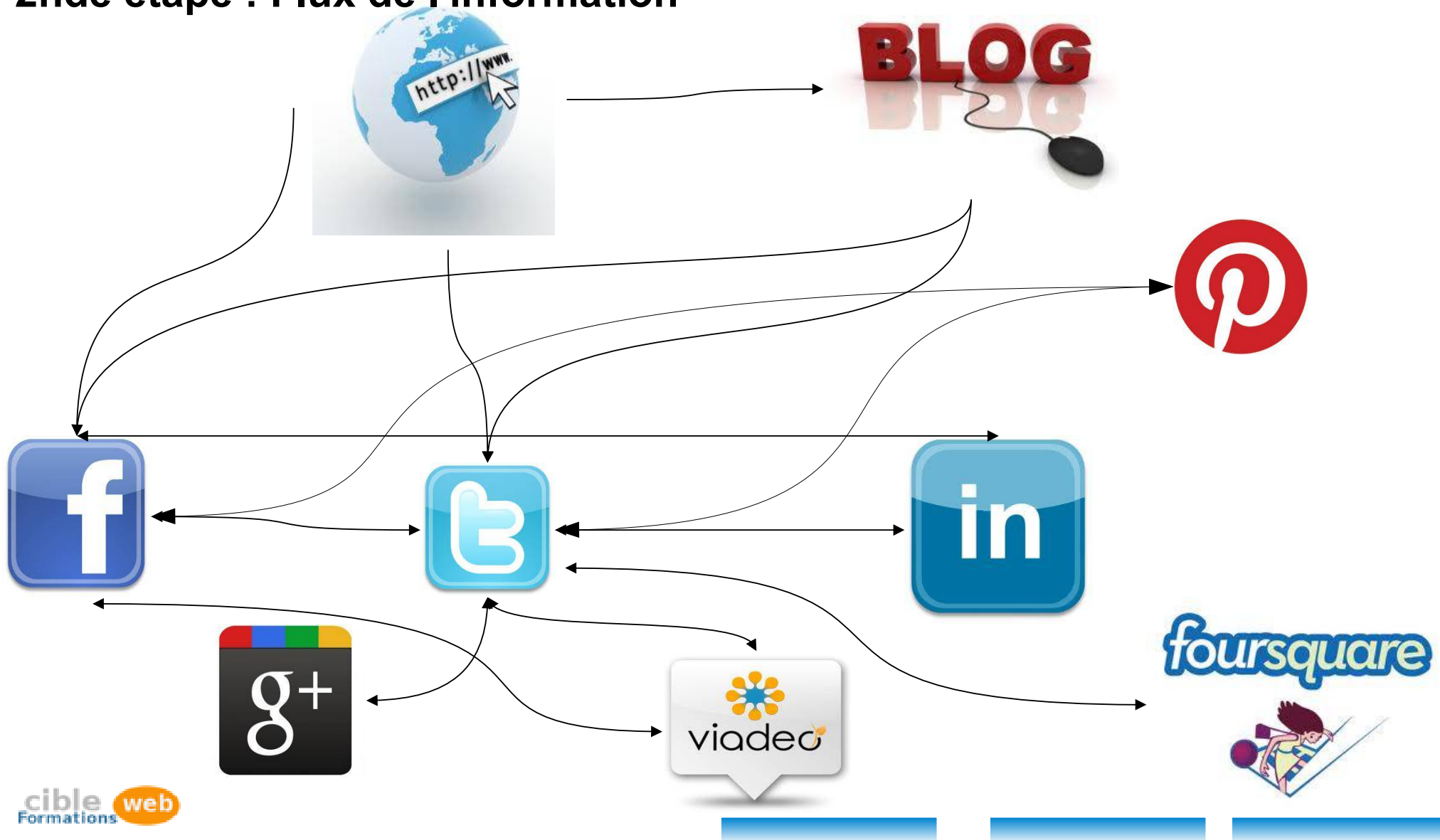
Les graphes sociaux où vous pouvez engager la conversation avec les socionauts... Voire centraliser les commentaires !



Module 3 : Médias sociaux

Automatiser la présence

2nde étape : Flux de l'information



Module 3 : Médias sociaux

Automatiser la
Gestion des
flux entre vos
différents
profils

<http://app.dlvr.it/c>

The screenshot displays the dlvr.it web application interface. At the top, the logo 'dlvr.it' is shown with the tagline 'You publish. We deliver.' Navigation tabs include Deliveries, Stats, Post, Widgets, Settings, Routes, and Destinations. A search bar for 'Search Routes' and a '+ Add Route' button are present. The main content area shows two route configurations:

- Flux global** (active):
 - Sources:** Calendrier des séminaires webmarketing, Google Plus CibleWeb Formations, Le Blog Cibleweb, Séminaires e-Commerce.
 - Destinations:** Twitter - CibleWebF, LinkedIn - Charles-Henry Kolsiz.
- RT @CiblewebF** (active):
 - Sources:** Google + Charles-Henry KOLISZ, Twitter / CibleWebF.
 - Destinations:** Twitter - kolsizCh.

Each route configuration includes a 'route to' arrow and a 'route settings' button. The interface also shows a 'logout | tell your friends | help | blog' link at the top right and a 'page: 1' indicator at the bottom right.

Module 3 : Médias sociaux

Timely
by Demandforce

Drag it to your bookmark bar!  [Créer un rapide](#)

Schedule a post?

Queue

Performance

 PUBLISHED
1,324

 RETWEETS
107

 REACH
9,397

Today

Frais de Port Gratuits : le prochain défi pour les e-commerçants, épisode 2 - ToulÉco <http://awe.sm/5Zyh9>

Queued for 6:39 PM CET

Avalanche de liens pornos sur Facebook : décryptage de l'attaque des pirates - Journal du Net Solutions <http://awe.sm/5ZyhG>

Queued for 7:27 PM CET

Google convertit les animations Flash en HTML5 avec Swiffy <http://awe.sm/5Zyi3>

Queued for 11:01 PM CET

Tomorrow

Top 10 des outils SEO pour Google Chrome | Youseo <http://awe.sm/5ZyiN>

Queued for 7:23 AM CET

[étude Technorati] Un blogueur sur deux est américain et utilise WordPress <http://awe.sm/5Zyi6>

Queued for 9:24 AM CET

Il tagge ses vaches avec des QR codes pour vendre ses produits bio <http://awe.sm/5ZyiC>

Queued for 11:40 AM CET

Réglages

Comptes



@CibleWebF

Week-ends

☒ Sur ☐ Off

Messages par jour

☐ 1 ☐ 3 ☐ 5 ☒ 9

Fuseau horaire

(GMT +01:00) Paris, 

Inviter à collaborer

 Inviter

 Supprimer le compte



@KolisCh

Week-ends

☒ Sur ☐ Off

Messages par jour

☐ 1 ☒ 3 ☐ 5 ☐ 9

Fuseau horaire

(GMT +00:00) UTC 

Inviter à collaborer

 Inviter

 Supprimer le compte

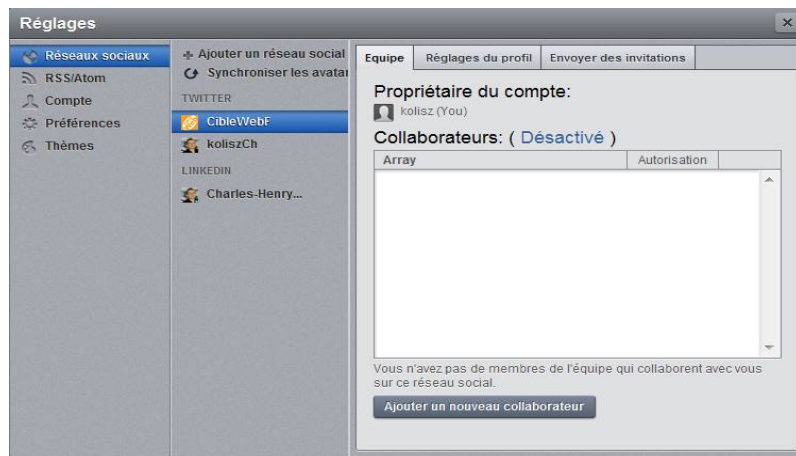
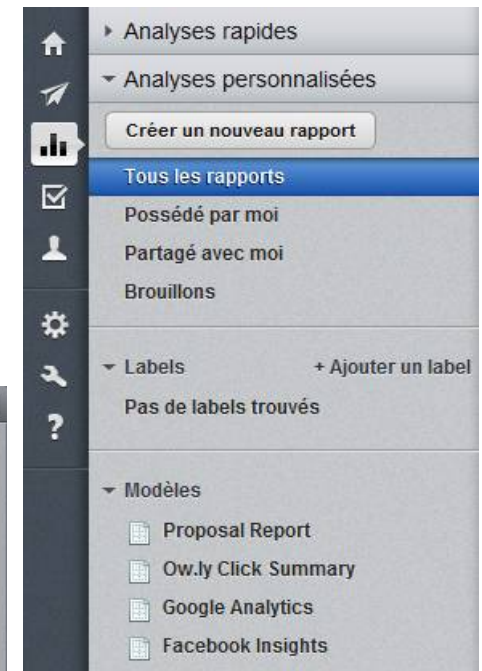
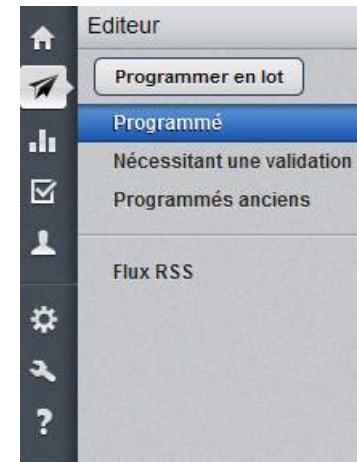
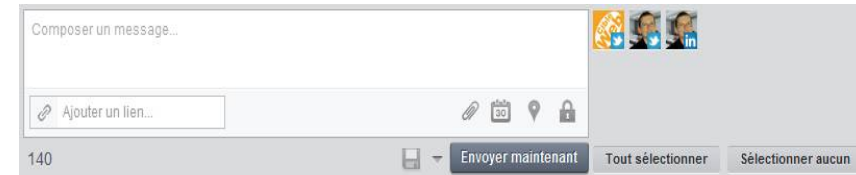
Raccourcissement d'URL

Bit.ly

[Connectez votre compte](#)



Module 3 : Médias sociaux



Module 3 : Médias sociaux

Optimiser votre compte Twitter

[illegible][illegible]

Créer des listes de personnes à suivre

Créer des listes thématiques

Retweet automatique

Follow et Unfollow automatique

Remerciements automatiques

Gestion des flux RSS

Module 3 : Médias sociaux



metwee
Et les followers viennent à vous !

Oserez vous devenir célèbre aujourd'hui ?
Les meilleurs outils Twitter, dont vous avez toujours rêvé, sont derrière ce mur !

Profitez de notre offre de bienvenue !
Connectez vous aujourd'hui et obtenez
2000 crédits gratuitement

Nom du compte cible: @skirmishislands
Langue cible: Français
Option de suivi de cible: Qualité (humains)
Auto-réprocité (5cr)
Nombre d'unfollows par heure (2cr)
Nombre de follows par heure (1cr)
Message de bienvenue (5cr)
Laisser vide ne diffusera rien
TAG : <screen_name>
TAG : <first_name>
Une configuration simple
Caractères restants : 140

Se connecter avec Twitter

Ils nous font confiance :

@YvesRocherFR

L'ensemble de nos membres est suivi par :

6959529 followers

Suivre les Followers d'un compte choisi

Remercier les nouveaux Followers

Suivi des Unfollowed

<http://www.metwee.com/>

Module 3 : Médias sociaux

Pour conclure ...

Module 3 : Médias sociaux

On s'y met...



Module 3 : Médias sociaux

Merci !

CibleWeb Formations

<http://www.seminaires-webmarketing.com>

Kolisz Charles-Henry

formation@cibleweb.com

Tél : 06.38.74.32.81