



FICHE SAVOIR DIGITAL

Connaître et analyser l'audience sur les réseaux sociaux

1 > Mesurer son succès : une nécessité

Il est nécessaire d'analyser l'impact des réseaux sociaux : impact des différents contenus, des partages, nombre de followers...

Cette analyse d'audience permet de savoir qui s'intéresse à l'entreprise ou la marque, et ainsi de mieux cibler. Elle permet également d'adapter sa communication ou ses contenus selon le succès rencontré jusqu'à présent.



2 > Comment analyser l'audience ?

Les réseaux sociaux **sont pourvus d'outils statistiques qui leur sont propres**, chaque post sur Facebook par exemple, donne le nombre de personnes ayant aimé (voire plus), ou partagé.

Sur LinkedIn, il est possible en cliquant sur un contenu d'obtenir des informations sur les personnes ayant lu (secteur d'activité, type de poste occupé...), de la même façon, il est possible de savoir qui et combien de personnes se sont intéressées au profil.

Il est aussi possible d'utiliser **des plateformes de gestion des médias sociaux** qui suivent l'activité sur tous les réseaux détenus (Ex. : Hootsuite).

→ Ce type d'outils, permet de gérer des publications sur plusieurs comptes, de faire de la veille, de surveiller la concurrence, **ils permettent aussi de suivre les statistiques de notoriété et la e-réputation**. Ils permettent notamment : d'identifier les leaders d'opinion, d'analyser la portée des publications.

3 > Des indicateurs de performance

On peut classer les indicateurs selon qu'ils permettent de mesurer **l'engagement** ou **la viralité**.

	Engagement	Viralité
Définitions	<i>Se traduit par une interaction volontaire de l'internaute avec la marque.</i>	<i>Ce sont les réactions en chaîne produites par les contenus proposés.</i>
Indicateurs	<ul style="list-style-type: none"> - Être fan « j'aime » ou abonné à un compte - Cliquer sur un contenu pour le visionner - Réagir à une publication, une vidéo en cliquant sur « j'aime » ou en commentant, ou en partageant - Publier un post sur le mur de la marque 	<ul style="list-style-type: none"> - Nombre de « j'aime », de partages, de commentaires - Les partages des amis des amis et au-delà - Les mentions et hashtags - Nombre d'abonnés - Le taux de viralité