



## FICHE SAVOIR MARKETING Le social selling

### 1 > Les réseaux sociaux

Ce sont des « Espaces » (des sites) sur Internet qui permettent aux internautes (particuliers et professionnels) de créer un profil, puis de partager des informations, des photos, vidéos avec d'autres internautes ayant aussi un profil (leur réseau). C'est un des aspects du Community management.

### 2 > L'intérêt commercial

Les clients aujourd'hui sont de plus en plus avertis. Ils s'informent sur internet et cherchent à échapper aux ventes traditionnelles intrusives.

Les résultats du démarchage classique par téléphone ou par e-mailing sont en perte de vitesse.

Dans le cadre d'une démarche d'inbound marketing, les réseaux sociaux peuvent être utilisés par les commerciaux pour développer leurs ventes. On appelle cela le social selling.

### 3 > Le principe

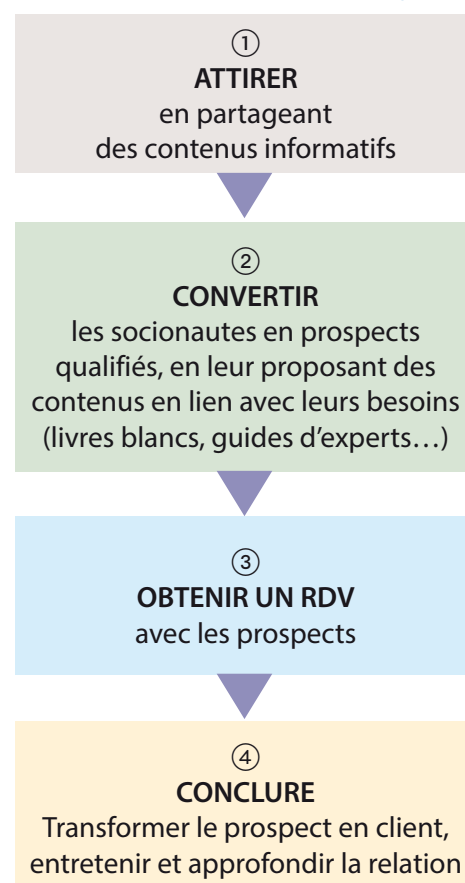
→ *Faire du social selling c'est ...*

- Construire son réseau sur son profil utilisateur
- Publier des contenus de qualité régulièrement
- Faire de la publicité sur les réseaux sociaux
- Réagir aux commentaires, avis des internautes

→ *Quel réseau social choisir, dans quel objectif ?*

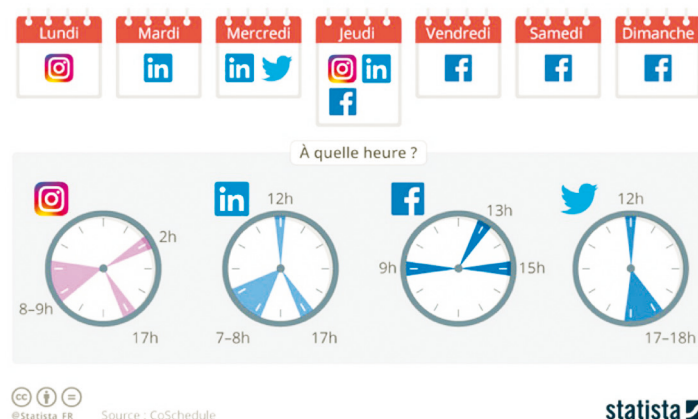
- **Facebook** est utilisé par les entreprises en B to C pour fidéliser les abonnés, en B to B pour conquérir et prospecter (grâce à l'immense base de données qu'elle détient).
- **Twitter** est plutôt utilisé pour accroître sa notoriété et en B to B pour asseoir son expertise.
- **Linkedin** est un outil de prospection.
- **Instagram** est utilisé par les entreprises pour fidéliser et communiquer avec leur audience sur un mode ludique.

*Les étapes du social selling*



#### À chaque jour son post sur les réseaux sociaux

Meilleurs jours et horaires pour poster sur les réseaux sociaux suivants



<https://fr.statista.com, 11/2017>