



FICHE SAVOIR DIGITAL L'entreprise et ses réseaux sociaux

Retrouvez toutes les fiches en intégralité avec les liens actifs



► L'intérêt commercial des réseaux sociaux

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 sont utilisés pour augmenter la visibilité des entreprises grâce aux publications et aux partages. Ils peuvent être utilisés par les commerciaux pour entrer en relation avec les clients ou prospects.

► Sélectionner ses réseaux sociaux

Les entreprises sont de plus en plus nombreuses à être présentes sur les réseaux sociaux. Cependant, le mieux pour elles est de se limiter à deux ou trois, car elles devront trouver les moyens de les animer.

→ 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 mise en relation professionnelle, et peut donc être utilisé comme moyen de prospection en B to B.
- **Instagram** est utilisé par les entreprises pour fidéliser et communiquer avec leur audience sur un mode ludique.
- **YouTube** est une plateforme permettant de partager des vidéos sur le net et de créer une communauté.
- **Snapchat** est un outil de partage de photos et vidéos éphémères et de chat. Ce réseau est très populaire auprès des plus jeunes.



« À chaque jour son post sur les réseaux sociaux », Pascaline Boittiaux, 08/11/17
<https://fr.statista.com/>