

The background features a teal-colored rectangular area with a collage of white icons representing digital marketing and business concepts. These include a pie chart, a clock, a globe, a document in an envelope, a cloud with a circular arrow, a network diagram, a bar chart, a target with an arrow, and a pair of hands holding a tablet displaying a network diagram. The text is overlaid on this teal area.

DIGITAL MARKETING

- ESG MONTPELLIER -
Master 1 MARKETING 2018/2019

PIERRE SAUVÉ

Objectif

ANALYSER

(PRÉSENCE, TYPE DE CONTENU, FRÉQUENCE...)

COMPARER

(QUE FAIT LA CONCURRENCE, QUEL EST SON AXE DE
COMM' SOCIAL?)

PRÉCONISER

(PROPOSER UN DÉPLOIEMENT SUR D'AUTRES RÉSEAUX ET
DES CONTENUS NOUVEAUX...)

FACEBOOK

Créé en 2004 – 2,2 milliard d'utilisateurs dans le monde

POURQUOI ÊTRE SUR FACEBOOK?

Dans à peu près tous les cas de figures :

- Fidéliser les clients avec des contenus exclusifs
- Promouvoir la marque de façon peu intrusive
- Faire du SAV personnalisé
- Faire de la publicité pour son site ou son appli
- Surveiller la concurrence
- Organiser Jeux et events



Le réseau social le plus « basique »

Simple à mettre en place et à relier avec un site, la page Facebook propose toutes les fonctionnalités de base pour une marque



Une diffusion ultra large

Facebook est utilisé dans le monde entier aussi bien par les hommes que par les femmes et sa moyenne d'âge n'est pas si jeune (30/35 ans)



Un suivi ultra complet pour les entreprises

Facebook offre la possibilité de suivre très précisément les actions des pages pro via un interface ultra complet.



Des options de ciblage publicitaire immenses

L'outil de promotion de FB permet un ciblage ultra précis et propose la tarification en CPC et en CPM

Instagram

Créé en 2010 – 1 milliard d'utilisateurs dans le monde – Appartient à Facebook

POURQUOI ÊTRE SUR INSTAGRAM?

- Pour engager sa fan base
- Pour illustrer la vie de l'entreprise
- Pour promouvoir les produits en montrant aussi la conception
- Pour cibler les jeunes facilement



Un réseau social photographique et vivant

Avec Instagram, vous partagez des photos à des followers et à tous les utilisateurs via les hashtag : un mélange de pinterest et twitter



Une croissance et un engagement immense

Généralement jeunes (25 ans en moyenne), les utilisateurs de insta sont très actifs et interagissent beaucoup.



Du branding rapide et efficace

Instagram permet de raconter des histoires, d'illustrer des produits ou des situations à l'aide de photos simples à mettre en valeur.



De la publicité très bien ciblée mais un peu intrusive

Les options de ciblage sont très nombreuses comme sur Facebook mais s'affichent vraiment contre le gré des utilisateurs

Pinterest

Créé en 2010 – 250 millions d'utilisateurs dans le monde

POURQUOI ÊTRE SUR PINTEREST?

- Pour mettre en avant ses produits de façon visuel
- Pour cibler les femmes (71% des utilisateurs)
- Pour diffuser des contenus en infographie
- Pour générer du trafic qualifié en lien avec vos photos épinglées.



Le réseau du visuel

Pinterest met en avant le côté visuel en utilisant de larges photos qui s'affichent sur des tableaux blancs en fonction des centres d'intérêt.



La possibilité de générer un trafic direct

En cliquant sur les photos que vous mettez en ligne, les utilisateurs sont directement renvoyés vers la page qui correspond.



Une viralité énorme

Les partages de contenus sur Pinterest sont extrêmement courants. Ce sont d'ailleurs les utilisateurs qui créent souvent les pins.



Pas de publicité en France avant 2017

A venir probablement des pins sponsorisés au CPC avec un gros ciblage sur les centres d'intérêts.

TWITTER

Créé en 2006 – 335 millions d'utilisateurs dans le monde

POURQUOI ÊTRE SUR TWITTER?

- Pour développer une notoriété à long terme
- Pour appuyer son réseau de partenaires
- Faire un SAV personnalisé et collaboratif
- Pour faire une veille efficace
- Organiser des jeux concours
 - Mettre en avant le dynamisme



Un réseau idéal pour les « réactifs »

Même si il est simple à mettre en place, Twitter demande un suivi plus régulier. Le micro blogging étant un peu différent...



La meilleure interactivité

Encore plus que sur Facebook, Twitter permet d'engager des discussions de façon ultra rapide avec les utilisateurs.



Un outil d'analyse au tweet par tweet intéressant

L'analytics de Twitter est légèrement moins avancé que celui de Facebook mais permet quand même de suivre chaque tweet précisément.



De la publicité moins chère et non intrusive

Souvent facturée au CPE, la pub Twitter permet de recruter des followers et de promouvoir ses tweets avec un très bon ciblage.

Les autres



Snapchat (2011) – env 178 M

d'Ut

Une croissance énorme et un vrai intérêt pour le branding grâce à un super ciblage. Mais encore jeune et très couteux.



LinkedIn (2003) – 106 Millions

d'Ut

Une présence quasi indispensable qui est très utile pour la communication interne, pour le recrutement et pour la marque employeur.

Google + (2011) – 440 M d'Ut

Inscription importante pour le référencement en lien avec Google Business mais finalement peu d'intérêt ensuite...



YouTube (2005) – 1,5 milliards

d'Ut

Très intéressant pour la génération de contenus interactifs mais nécessite des moyens humains et financiers importants.



Reddit (2005) – 50 millions

d'Ut

Forum géant en ligne avec de nombreuses sous rubriques. Pas de publicité mais utilité prouvée dans les nouvelles technologies.



Whatsapp, Tumblr, Skype, soundcloud, dailymotion, steam, twitch, spotify...

Pages

Compte

Fil

Groupes

- Kesako ????

Curation et creation

Petit aperçu des différentes possibilité de post sur les réseaux sociaux.

CURATION	VS	CRÉATION
Partage de lien		Rédaction d'articles de blog
Partage d'actualités		Création de visuels
Revue de presse		Livres blancs, e-Book...
Veille		e-Mailing
Citations		Témoignages clients
Retweet, repin, scoop.it...		Vidéo
		Sondage en ligne
		Etude de cas, fiches conseils...

Les 8 actions du CM

En quelques mots

1 VEILLE QUOTIDIENNE

Recherche de nouveautés

Réseaux, en interne, avec les clients, secteur d'activité, suivi des hashtag du secteur.

2 INTERACTIONS

Réponses diverses

Répondre aux commentaires, avis, messages privés, influenceurs...

3 PROMOTION

Préparer les messages

Faire une liste des messages à faire passer pendant la semaine

4 CREATION DE CONTENUS

Préparer les supports

Photos à retoucher, vidéos, supports pdf, quiz... Laisser peu de choses au hasard.

5 PUBLICATION

Mettre en place les messages

Préparer le calendrier de publications des différents réseaux en prenant en compte les cibles

6 EVENT

Visibilité et interaction

S'intéresser aux éventuels évènements en rapport avec la marque.

7 ANALYSE

Evaluer le ROI

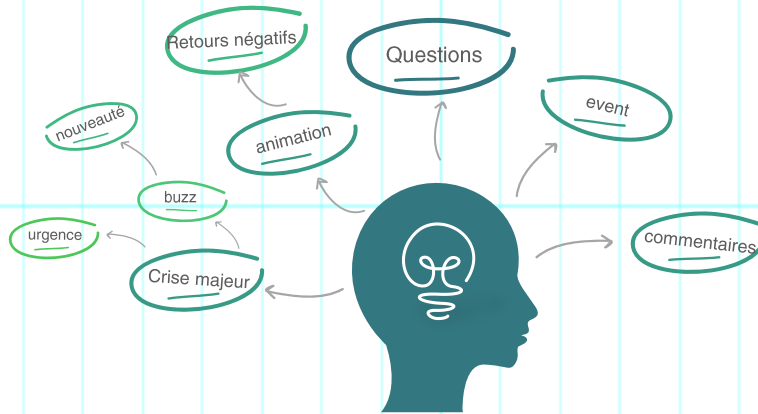
A jour fixe, regarder l'impact des publications pour estimer les retours divers pour l'entreprise

8 LA DETOX!!!

Pour décompresser

Sortir des réseaux sociaux pendant quasi 24 h pour éviter le trop plein.

Comment bien réagir ?



- **Nombre de fans**
- **Croissance** : L'augmentation du nombre de fans dans une période donnée
- **Interactions** : Clics, commentaires, partages
- **Impressions** : Nombre de visualisations d'une publication sur Facebook
- **Portée organique** : Nombre total de personnes qui ont vu une publication non sponsorisée
- **Taux d'engagement** : Propension des fans à réagir aux publications (Personnes engagées sur un post/Portée du post x100)
- **Taux de réponse**
- **Sentiment** : Analyse de l'humeur des fans à travers leurs commentaires et posts (positif, neutre, négatif)

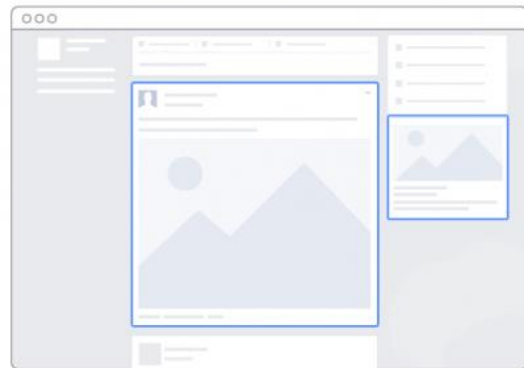
LES KPI

La publicité Facebook

Découvrir son fonctionnement

13

Fil d'actualité et colonne de droite sur ordinateur














Fil d'actualité sur mobile



Le meilleur ciblage

La publicité Facebook est l'une des plus performantes en terme de ciblage et sa régie est l'une des plus complètes.



Sensibilisation	Considération	Conversion
 Notoriété de la marque	 Trafic	 Conversions
 Portée	 Interactions	 Ventes catalogue
	 Installations d'apps	 Visites en point de vente
	 Vues de vidéos	
	 Génération de prospects	
	 Messages	

CHOIX DES OBJECTIFS

Notoriété : cibler des gens ayant un intérêt pour votre secteur

Portée : cibler un maximum de personnes

Trafic : amener plus de personnes sur un site ou une appli

Interactions : augmenter votre engagement

Vue de vidéo : gagner des vues

Prospect : enregistrer des leads via FB

Conversions : générer des conversions via un site ou une appli

Produits : afficher un catalogue produit sur FB

Visites en PDV : cibler les personnes à proximité

Ciblage et audience

La possibilité d'avoir un ciblage ultra précis

France

Montpellier, Languedoc-Roussillon + 20 km

Inclure Taper pour ajouter plus de lieux Parcourir

Portée potentielle : 69 000 personnes

Résultats quotidiens estimés

Portée 2 300 - 7 100 (de 66 000)

Le degré de précision des estimations est basé sur des facteurs tels que les données de campagnes antérieures, le budget total et les données du marché. Les chiffres sont fournis pour vous donner une idée de la performance de votre budget mais ce ne sont que des estimations et pas des garanties de résultat.

Ces estimations ont-elles été utiles ?

Âge 18 - 35

Sexe Tout Hommes Femmes

Langues Français (Tout)

Saisissez une langue...

Ciblage avancé INCLURE les personnes qui répondent à au moins UN des critères suivants

Données démographiques > Événements marquants

Nouvelle relation

Données démographiques > Finance > Revenu

FR: Entre 2,900 et 4,099 EURO

Intérêts > Shopping et mode > Beauté

Cosmétiques

Durée

Options présentes

Positions

(résident, géolocalisation, prévoyant un voyage à...)

Age

Sexe

Données démographique

(formation, revenus, situation amoureuse, affinités politiques, emploi...)

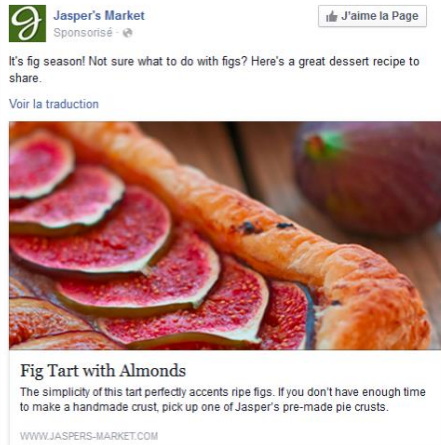
Centres d'intérêts

Comportements d'achat

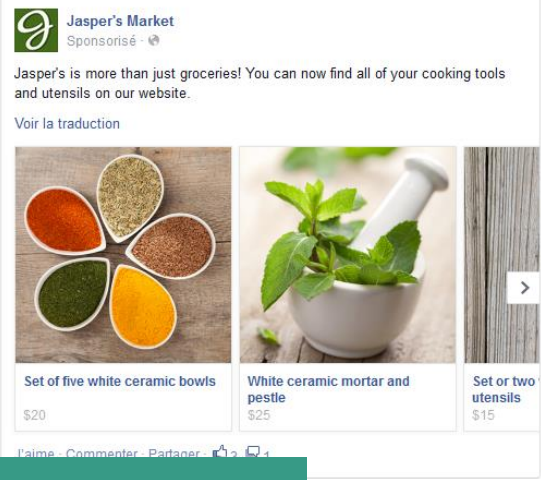
Affinités culturelles

Administrateurs de page, ou autres annonceurs

Les formats de publicité



Link Ads



Le multiproduits

Les formats de publicité



Jasper's Market
Sponsorisé · ✱

J'aime la Page

Jasper's Market is now open downtown! We feature a large selection of organic produce to help you meet all of your family's cooking needs.

[Voir la traduction](#)



J'aime · Commenter · Partager · 1

Photo



Jasper's Market


Stop by Jasper's and take a look at our latest shipment of fresh produce!

Aimer la Page


Vidéo

Les formats de publicité

Suggestion de Page

**Jasper's Market**
Sponsorisé

We are now open downtown. Like our Page for the latest news and invites to special events.



Jasper's Market
Épicerie
75 256 personnes aiment ça.

 J'aime la Page

Pub d'acquisition

**Jasper's Market**
Sponsorisé · 



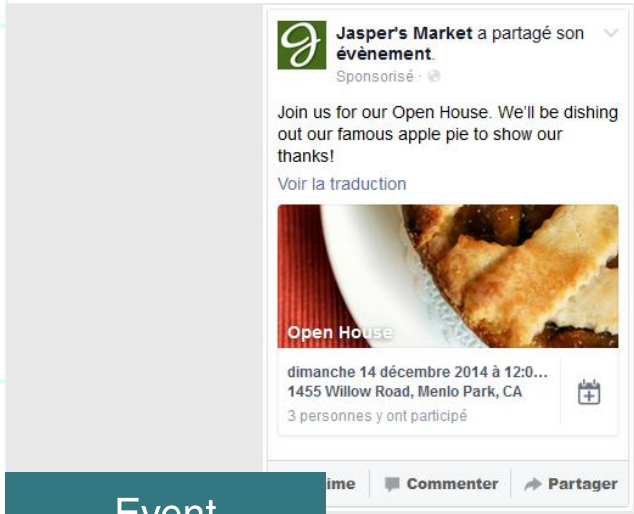
Jasper's Market
Stop by to today to check out our daily specials

 Itinéraire

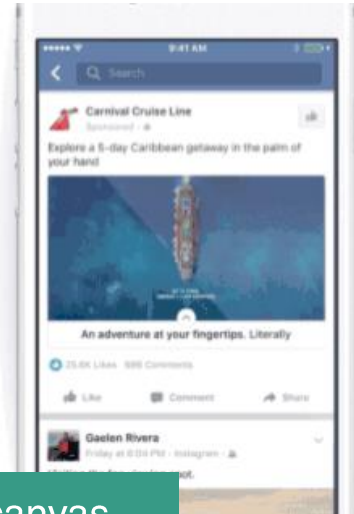
[J'aime](#) · [Commenter](#) · [Partager](#)

Pub Locale

Les formats de publicité

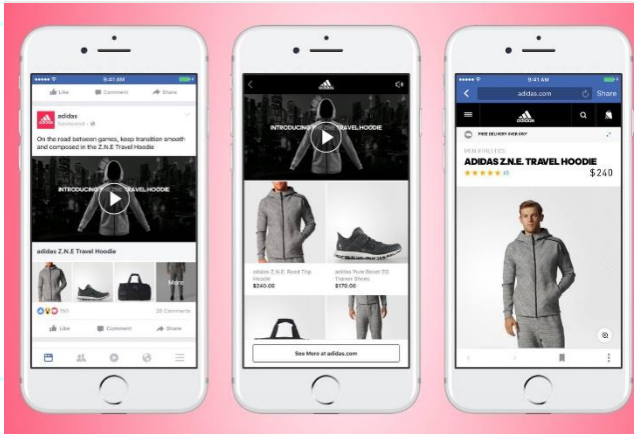


Event

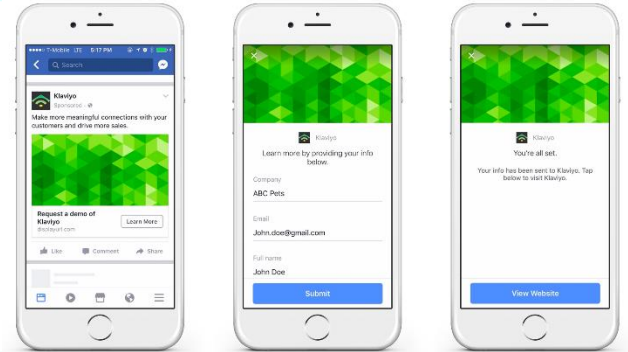


Le canvas

Les formats de publicité



Collection



Publicité de lead

CONSIGNES

DU JOUR

Community Management

Selon vous

Sur quels réseaux l'entreprise doit être active et pourquoi ?

Quels types de contenus créer et partager sur les réseaux sociaux pourquoi ?

Après de qui ? (donner 6 ou 7 idées)

Publicité

Proposer trois formats de publicités (3 campagnes) avec ciblage + 2 exemples de publicités



BONNE
SEMAINE !