



Le Social Media Marketing

Le social media marketing représente la stratégie marketing sur les réseaux sociaux. C'est un nouveau média avec ses spécificités : multiforme, conversations, immédiateté, rapidité de propagation.

Objectifs du Social Media Marketing

1

Relation d'échange

Instaurer une relation fondée sur l'échange et la discussion avec les clients.

2

Co-production d'idées

Encourager la co-production d'idées avec les "fans" de la marque.

3

Communication interactive

Évoluer vers une communication plus interactive, valorisant les avis des consommateurs.





Étapes clés du Social Media Marketing

1

Définir sa stratégie

Établir un positionnement clair : marque "amie", "complice" ou "expert".

2

Préciser ses objectifs

Quantifier l'investissement en temps et en budget pour la fidélisation.

3

Créer du trafic

Générer du trafic vers la marque via les médias sociaux.

4

Apporter du contenu

Fournir du contenu non commercial gratuit : informations, conseils d'experts.

Engagement et Interaction



Écouter sa cible

Être attentif aux besoins et retours de sa communauté.



Encourager les discussions

Favoriser les échanges interactifs avec sa communauté.



Impliquer l'entreprise

Mobiliser le community manager et les collaborateurs sur les réseaux.



Spécificités des Médias Sociaux

Multiforme

Les médias sociaux englobent blogs, réseaux sociaux, chats, forums, e-mails, wikis.

Communication non descendante

La communication de marque est relayée par de nombreux acteurs extérieurs.

Libre expression

Une charte interne est nécessaire pour délimiter le discours de la marque.

Avantages du Social Media Marketing

Professionnalisation

Approche professionnelle des réseaux sociaux par le responsable marketing.

Cohérence stratégique

Démarche alignée avec la stratégie marketing globale de l'entreprise.

Communication unifiée

Cohérence avec l'ensemble des communications de la marque.



Précautions à Prendre

Diversité des plateformes

Adapter la communication à la multiplicité des réseaux sociaux.



Identification de la communauté

Bien cerner sa communauté et son affinité avec la marque.

Investissement à long terme

Maintenir un engagement régulier pour des bénéfices visibles dans la durée.

Conclusion

1

Adaptation continue

Le social media marketing nécessite une adaptation constante aux évolutions des plateformes.

2

Engagement authentique

La clé du succès réside dans un engagement authentique avec sa communauté.

3

Stratégie intégrée

Intégrer le social media marketing dans la stratégie globale de l'entreprise est crucial.