

Semaine des entreprises de services BtoB

Entreprises de Services BtoB :
Comment tirer parti des réseaux
sociaux ?



Intervenant :
Pierre Rouarch – Anakeyn

« Vos concurrents sont votre atout sur le Web »



Témoignages :

Cécile Bonnet

**Anne-Laure Delpech
(Anne-Laure Delpech Conseil)**

Plan

1. Evolution des médias sociaux.
2. Quelles utilisations professionnelles ?
3. Témoignages
4. Quelle stratégie adopter sur les médias sociaux ?
5. Comment être efficace, mesurer son activité et gagner du temps sur les réseaux sociaux.

I) Evolution des médias sociaux

Au siècle dernier



"On the Internet, nobody knows you're a dog."

Aujourd'hui



"On Facebook, 273 people know I'm a dog.
The rest can only see my limited profile."

Panorama des médias sociaux







II) Les médias sociaux : pour quelles utilisations professionnelles ?

Entonnoir de conversion des médias sociaux



Track repeat business and retention

Les principales utilisations Marketing des médias sociaux dans un cadre BtoB :

- Augmenter sa Notoriété
- Améliorer son référencement (SEO)
- Augmenter le trafic direct vers mon site/blog
- Générer des leads (contacts intéressés)



Autres utilisations:

- Exercer une veille avoir des informations sur le marché
- Humaniser son entreprise
- Effectuer un support technique
- Clarifier son propos et son offre
- Se faire aider
- Conseiller, orienter, rassurer
- ...



Notoriété :

« La notoriété c'est quand on remarque votre présence et la célébrité c'est quand on note votre absence. »

Georges Wolinski

Référencement (SEO) :

**Google tient compte
aujourd'hui de
« l'autorité » des individus
dans les réseaux sociaux**

[Voir infographie](#)

Traffic Direct:

January – August 2012 All Traffic Sources Report

shareaholic

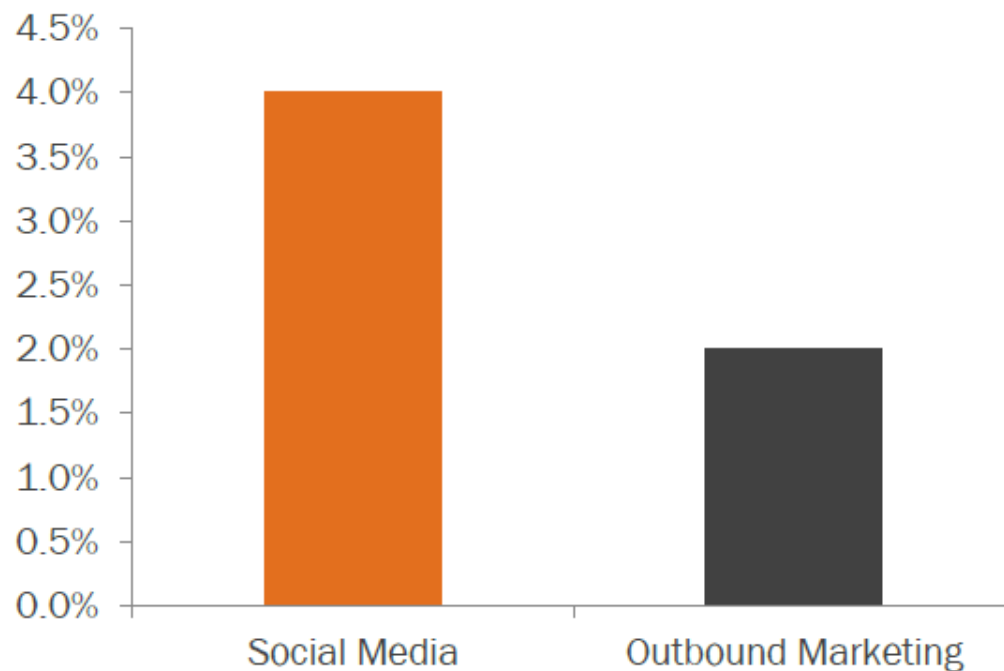
Source	Share of Visits – January	Share of Visits – February	Share of Visits – March	Share of Visits – April	Share of Visits – May	Share of Visits – June	Share of Visits – July	Share of Visits – August
Google (Organic)	48.90%	48.81%	48.48%	48.88%	47.68%	46.80%	44.76%	41.28%
Direct	19.44%	18.20%	18.32%	18.44%	18.63%	19.57%	19.96%	20.03%
Facebook	6.92%	6.38%	6.08%	6.10%	6.32%	5.65%	6.06%	5.90%
Pinterest	0.85%	1.05%	0.80%	0.74%	0.83%	1.19%	1.38%	1.84%
Yahoo	1.60%	1.61%	1.67%	1.67%	1.69%	1.63%	1.47%	1.37%
Google (Referral)	0.68%	0.91%	0.99%	1.05%	1.05%	1.09%	1.10%	1.18%
Bing	1.24%	1.21%	1.27%	1.29%	1.27%	1.18%	1.08%	1.03%
StumbleUpon	1.30%	1.29%	1.05%	1.13%	0.93%	0.96%	1.11%	0.97%
Twitter	0.88%	0.82%	0.85%	0.85%	0.88%	0.92%	0.82%	0.80%

Etude mensuelle Shareholic sur 200000 sites et 300 millions d'internautes

Génération et conversion de leads :

Social media has a 100% higher lead-to-close rate than outbound marketing.

Source: State of Inbound Marketing,
HubSpot 2012



III) Témoignages :

Cécile Bonnet

**Anne-Laure Delpech
(Anne-Laure Delpech Conseil)**

IV) Quelle stratégie Marketing sur les Médias Sociaux ?

Exemples d'actions Marketing selon les canaux

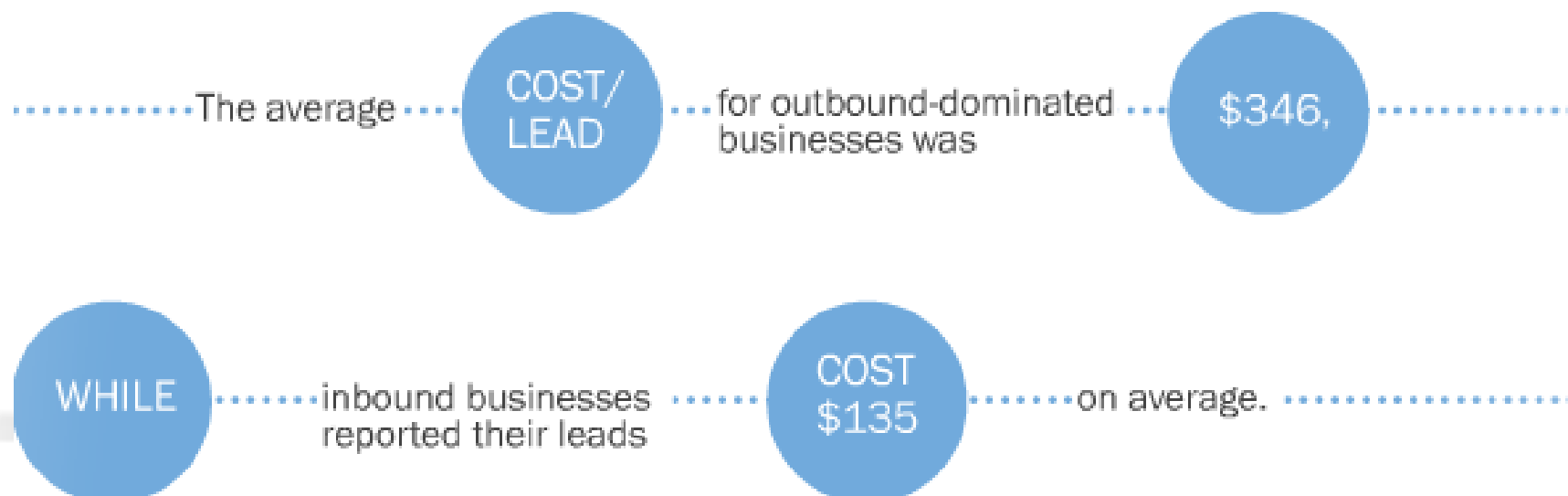
Marketing Traditionnel	Marketing Digital	Marketing Réseaux sociaux
Annonces TV, Radio, Journaux, magazines Marketing direct Salons Pages jaunes	SEO (Référencement), Publicité en ligne, Adwords, affiliation, promotion, publicité sur mobile, emailing, SMS	Tweets, Pages Fans Facebook, Blog, contacts direct, recherche de l'engagement (likes, commentaires...)

Push – Outbound Marketing vs Pull – Inbound Marketing

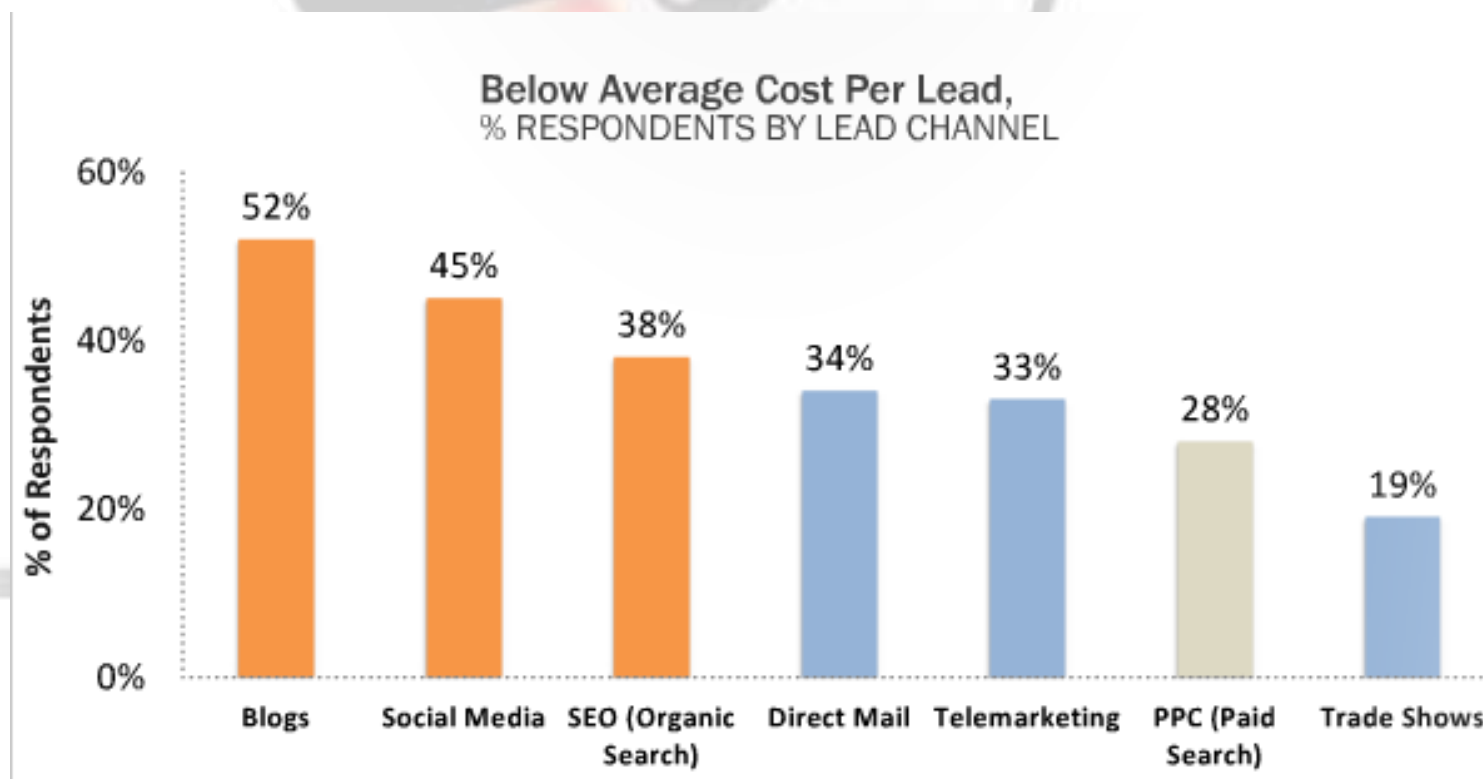
Quelques Chiffres

Etude HubSpot « State of Inbound Marketing 2012 »
auprès de 970 professionnels concernant leurs
stratégies Marketing et leurs résultats.

Coûts des leads



Techniques en dessous du coût moyen



[Plus de Chiffres](#) - [Plus de Stratégies](#)

V) Comment être efficace, Mesurer ses actions et gagner du temps sur les réseaux sociaux



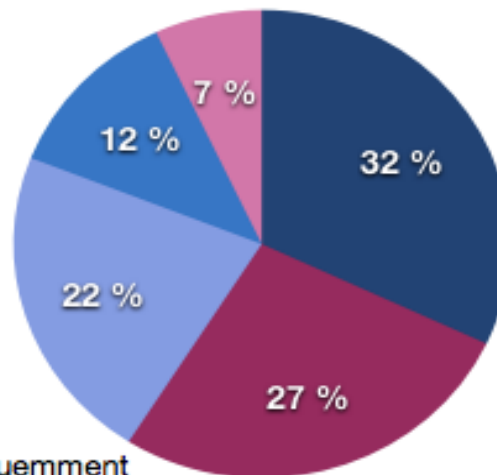
Les 4 questions à se poser en tant qu'animateur de communauté

- **A quelle fréquence publier de l'information ?**
- **Quel contenu publier ?**
- **Faut-il répondre ou non ?**
- **Quelle réponse adopter ?**

Fréquence de publication

Pourquoi avez-vous cessé d'aimer la page d' une marque sur Facebook ?

Source : DDB & Opinionway oct 2010



- Plus intéressé par la marque
- Informations publiées trop fréquemment
- Informations publiées inintéressantes
- Je n'aime pas les informations publiées
- Publications d'informations trop peu fréquentes



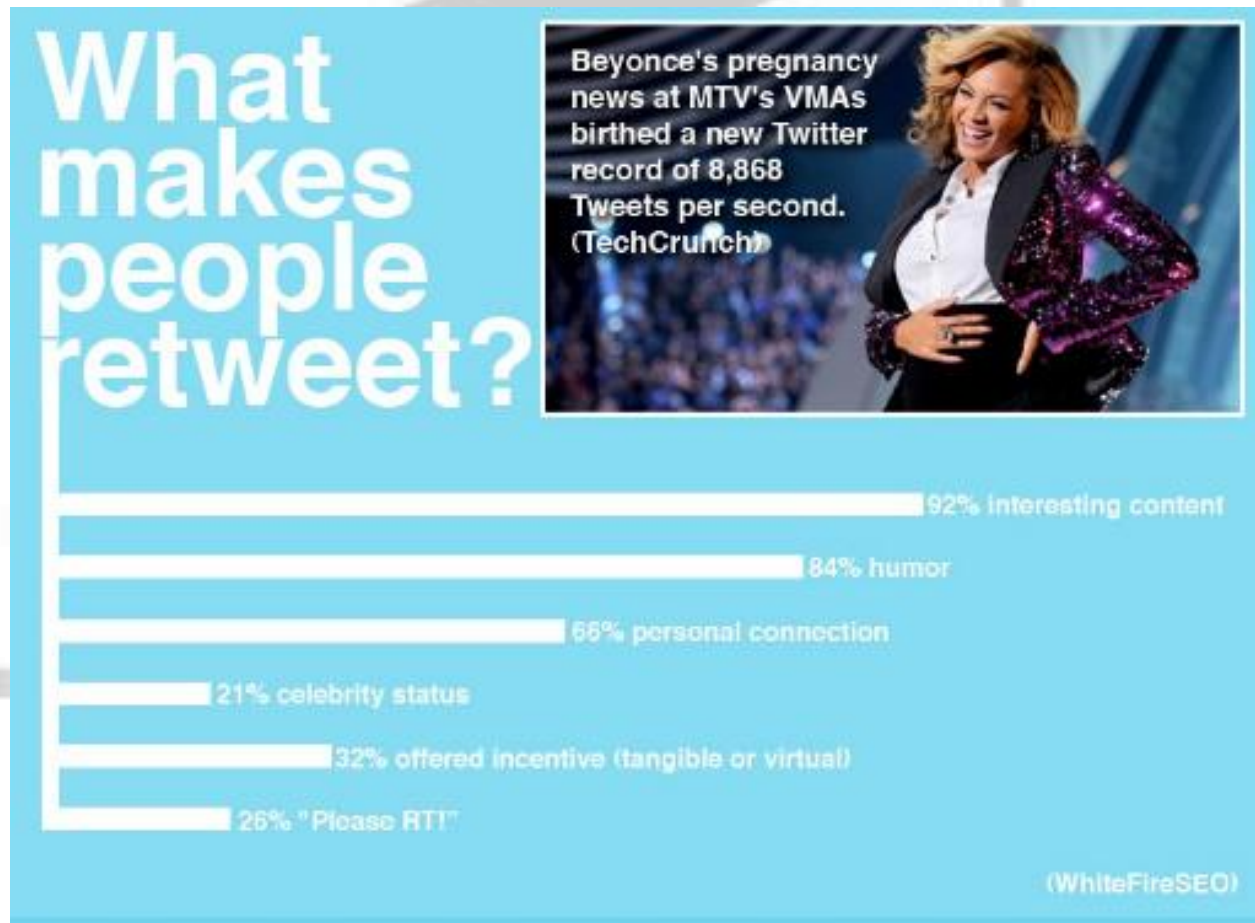
Adapter et personnifier son contenu

Auto-posting to Facebook decreases likes and comments by 70%.
(Inside Facebook)



<http://www.digitalbuzzblog.com/social-media-statistics-stats-2012-infographic/>

Adapter et personnifier son contenu



Faut-il répondre ou non ? (notamment aux « Trolls »)



Voir aussi la Nétiquette (trop souvent oubliée) <http://tools.ietf.org/html/rfc1855>

Faut-il répondre ou non ? (notamment aux « Trolls »)

$$\sum_{\text{edges } e} u_e w_e d_e$$

u_e - affinity score between viewing user and edge creator

w_e - weight for this edge type (create, comment, like, tag, etc.)

d_e - time decay factor based on how long ago the edge was created

Voir aussi la Nétiquette (trop souvent oubliée) <http://tools.ietf.org/html/rfc1855>



Mesurer ses actions

ANAKEYN

Retour sur Investissement ou Return On Invest des médias sociaux

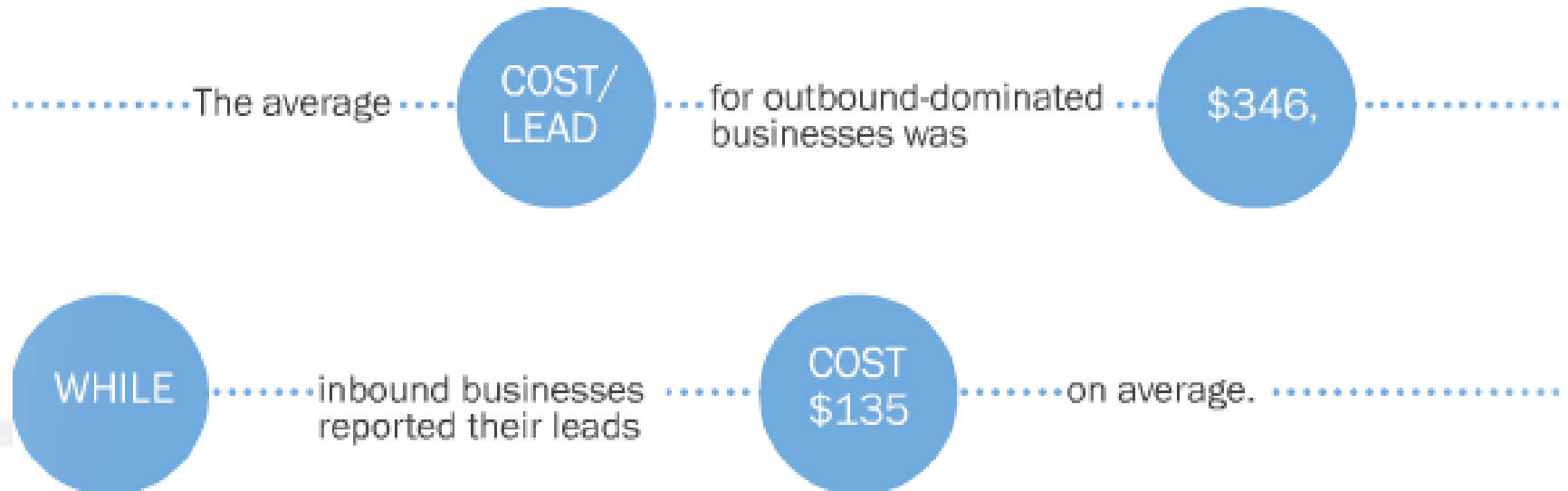


GEEK and POKE

Retour sur Investissement ou Return On Invest

**ROI = (Revenus de l'investissement –
coûts de l'investissement) / coûts de
l'investissement**

Globalement : on sait que cela marche !

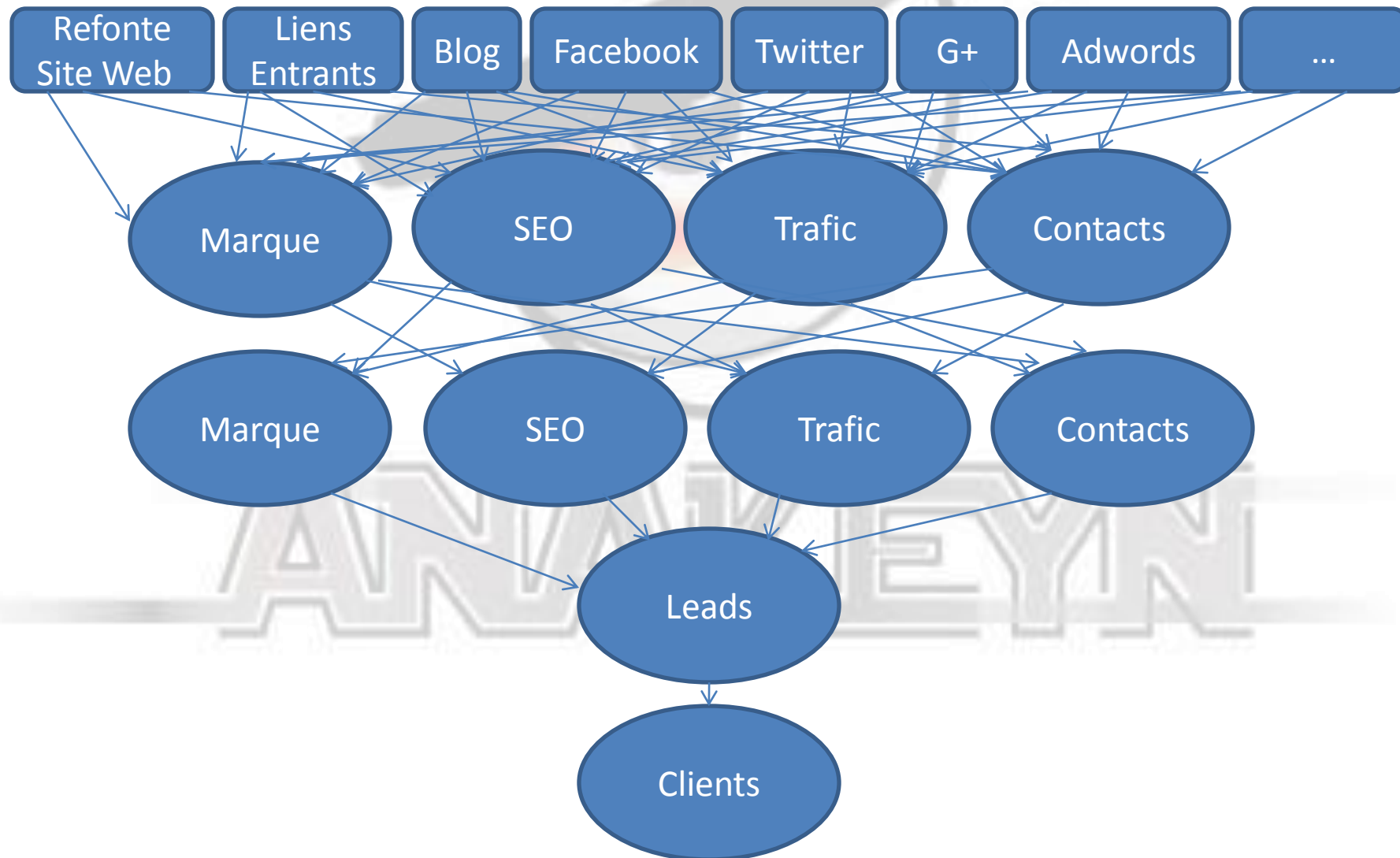


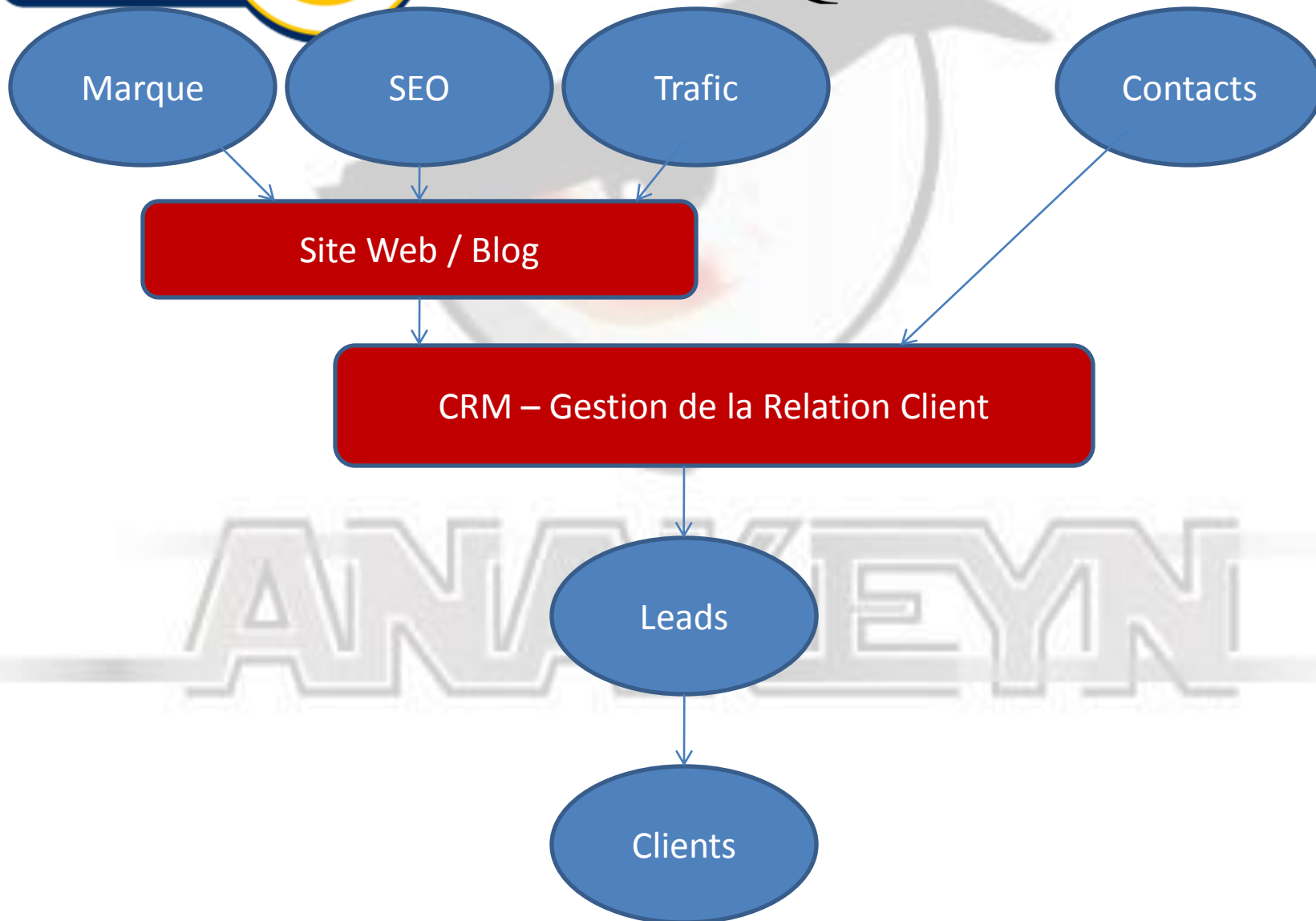


Retour sur Investissement ou Return On Invest des médias sociaux

Pourquoi est-ce difficile à calculer ?

ANAKEYN





Gagner du temps

FLITTERIN = FACEBOOK + TWITTER + LINKEDIN



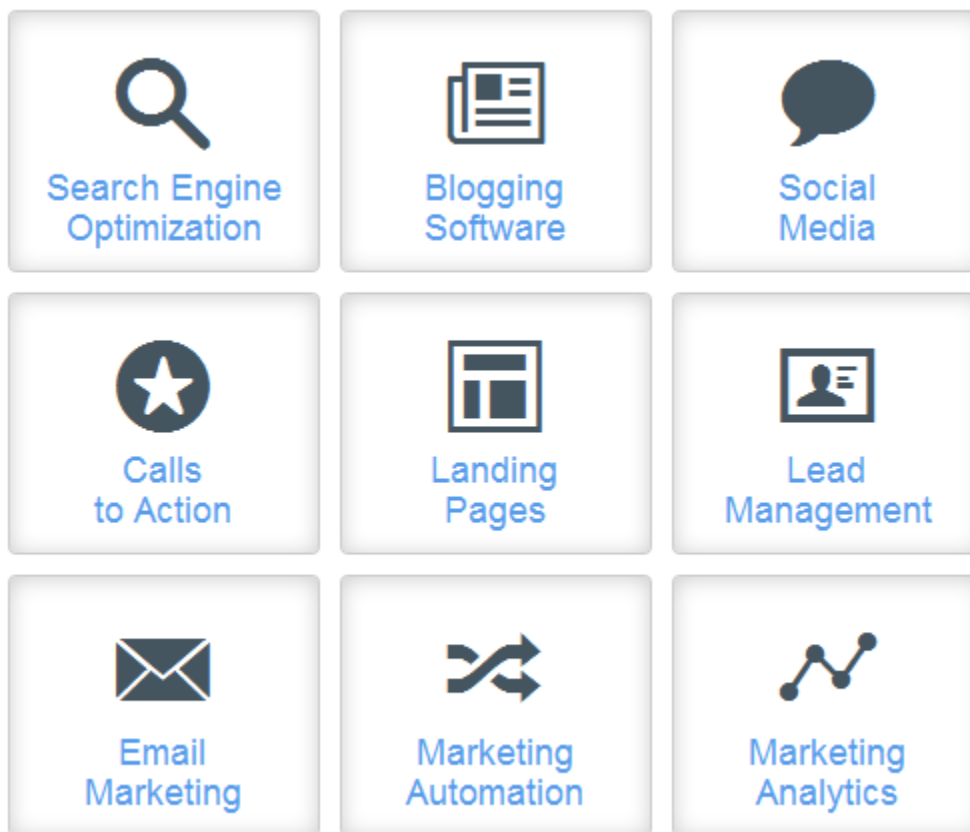
HubSpot

CHECK THIS OUT. WITH **FLITTERIN** I CAN CONNECT TO MY FUTURE BOSS,
MY PAST FLAMES AND MY CURRENT OBSESSION ALL IN ONE PLACE!



Permet de gérer des comptes/pages Twitter, Facebook
Google+ LinkedIn Foursquare, WordPress MySpace, mixi
(jp) en natif + autres réseaux sociaux via des applications
Offre aussi des statistiques (payant)

<http://hootsuite.com>





Conclusion / Questions

ANAKEYN

Pour aller plus loin : Formations Anakeyn

Espionnez vos concurrents sur le Web pour améliorer votre Business sur Internet. (1 jour)

WordPress et Réseaux Sociaux : Prenez en main votre communication sur le Web (2 jours)

Pierre Rouarch — Anakeyn

<http://www.anakeyn.com>

prouarch@gmail.com

Tél : 0660982099