TENDANCES DES RESEAUX SOCIAUX

2018

55% De la population sont des internautes

44% Des internautes utilisent les réseaux sociaux

71% De la population française se connecte quotidiennement à Internet

TOP DES RESEAUX SOCIAUX

Nombre d'utilisateurs actifs par mois (MAU)

1. **FACEBOOK** 2.3 Milliards
2. **YOUTUBE** 1.9 Milliards
3. **WHATSAPP** 1.5 Milliards
4. **INSTAGRAM** 1 Milliards
5. **TWITTER** 321 Millions
6. **PINTEREST** 250 Millions
7. **LINKEDIN** 244 Millions

Chiffres clés :

FACEBOOK

33 Millions MAU en France dont **22**M /jour

Pertinence du ciblage des campagnes FB : **91%**

14% des utilisateurs français affirment avoir acheté un cadeau après l'avoir vu dans le fil d'actualité

YOUTUBE

19 millions MAU en France

8 internautes sur 10 ont plus de **25** ans

Temps passé à visionner des vidéos : **+45%** (2017 -2018)

50% des français vont chaque jour sur Youtube

INSTAGRAM

17 millions MAU en France

90 % des plus grandes marques ont un compte

50% des utilisateurs recherchent des produits sur les réseaux sociaux

Âge moyen : **26 ans**

PINTEREST

7,9 millions MAU en France

80% de femmes

40% des nouvelles inscriptions sont des hommes

Âge moyen : **40 ans**

50 % des utilisateurs gagnent plus de **3700€** / mois

LINKEDIN

6.8 millions MAU en France

40% retournent quotidiennement sur le site

50% de la pop. active française est inscrite

Tps passé : **17mins**/ mois

Âge moyen : **44 ans**

MAU : Monthly Active Users (utilisateurs actifs par mois)

Moteur de recherche

Google **94%**

GOOGLE est leader en France et dans le monde

bing **3.2%**

YAHOO! **1.8%**

Qwant **0.7%**

DuckDuckGo **0.3%**

Trafic Internet

Ordinateurs fixes / portables **56.4%**

Smartphones **38.7%**

Tablettes **4.9%**

Avantages Inconvenients

Au regard de la multitude des réseaux sociaux qui transforme le paysage d'Internet, il parait intéressant de faire un comparatif entre plusieurs réseaux sociaux parmi les principaux sur leurs points forts et leurs points faibles, pour une entreprise.

Attention même si le choix de privilégier un réseau social par rapport à un autre a son importance, il est important de rappeler que c'est l'utilisation qui en est faite qui a un réel impact sur l'entreprise. Ainsi il est préférable pour une entreprise de ne pas être présente sur une plateforme, que d'être peu active voire inactive.
Choisir un réseau social n'est pas tâche facile et dépendra essentiellement du public que vous visez. Ainsi par exemple, si vous ciblez les femmes, vous serez amené à vous orienter plutôt vers Pinterest.
Il est nécessaire de définir précisément le public ciblé, avant de vous engager sur les réseaux sociaux.

INSTAGRAM	**PINTEREST**	**Facebook**	**LinkedIn**
Avantages	Avantages	Avantages	Avantages
Permet le **partage** de **photos** ou **courtes vidéos** (La vidéo représente 75% du trafic Internet) Améliorer la **qualité des photos** en utilisant les fonctionnalités directement proposées par la plateforme Promotion de vos produits avec les **hashtags** (#) L'occasion de mettre en scène vos activités, de dévoiler les coulisses d'un événement ou la fabrication d'un produit Instagram est le réseau social préféré des influenceurs liés à la mode, au tourisme ou encore à la gastronomie, il est intéressant de s'appuyer sur leur influence pour promouvoir votre marque / produit. Filmez les coulisses de fabrication ou votre journée type, faites découvrir vos partenaires par exemple • Afficher l'adresse du point de vente • Mettre en scène les produits/services de façon attrayante • Mettre en place des partenariats avec des influenceurs • Utiliser les stories pour présenter les nouveautés en intégrant un lien vers le site	Stocker (épingler) des photos sur votre page personnelle Communauté : 70 % de femmes, idéal si votre activité s'adresse essentiellement aux femmes Nombre de recherches par mois : 2 Mds (97% se font sur des termes sans marque) Durée de vie moyen d'une épingle : 1 semaine (possibilité de recycler) Une épingle est 100 fois plus partagée qu'un tweet Pinterest repose sur des images, c'est un excellent support pour montrer vos produits. Pinterest est très spécifique et orienté centres d'intérêts. Promotion de vos produits avec les hashtags (#) Démultiplication des liens entrants sur vos sites ce qui suggère une augmentation du trafic et de votre visibilité. Publier une belle illustration et utiliser des titres accrocheurs, éveillera la curiosité des internautes. Il est possible de lier votre site d'entreprise à votre compte Pinterest	Utilisation simple et intuitive Le réseau social qui concentre le plus grand nombre d'utilisateurs actifs (33 millions en France) Création d'une page d'entreprise facilement Création de groupes communautaires complémentaires aux pages Les groupes sont un excellent moyen de faire du réseau, ou toucher une cible précise. Possibilité de programmer la date de parution de vos futures publications. 75% des utilisateurs passent au moins 20 min par jour sur le réseau social.	Réseau social professionnel Permet de bâtir un réseau en fonction de : • Son parcours professionnel • Ses intérêts • Ses compétences Présence de groupes qui permettent d'échanger et partager son expertise avec d'autres professionnels Des solutions liées aux ressources humaines (RH) existent, possibilité de recruter à travers cet outil Contrôler et renforcer votre image et celle de votre entreprise sur le web LinkedIn est un réseau qui connecte les professionnels entre eux, il est essentiellement utilisé à des fins de prospection, de « réseautage », de se faire (re)connaitre dans votre secteur d'activité et d'assurer une veille sur votre environnement
Inconvénients	Inconvénients	Inconvénients	Inconvénients
Créer un univers visuel cohérent avec des photos qualitatives. Utilisation d'applications tierces : accéder à certaines options nécessite parfois d'installer des applications externes. Peu de place pour afficher les infos de l'entreprise Impossible de publier sans Smartphone. La version web ne permet que la visualisation	Audience majoritairement féminine Besoin de créer des visuels attractifs pour se distinguer de la masse. Réfléchir en amont à la ligne éditoriale à tenir	Nécessité d'interagir régulièrement avec les internautes Réorientation de la politique de FB (-50% de la portée des publications des pages) 4% du fil d'actualité est dédié aux nouvelles Réseau de moins en moins prisé des internautes, suite aux différents scandales	Interface moins accessible que les autres réseaux sociaux. Interactions limitées LinkedIn n'est pas conçu pour s'adresser aux particuliers

QUELQUES ILLUSTRATIONS CONCRETES :

Pour un chocolatier

Un pâtissier - chocolatier a une activité artisanale qui le conduit à créer des produits au visuel attractif qui trouvent leur place sur des réseaux sociaux de partage de photos et vidéos comme Instagram ou Pinterest.
Afin de choisir le plus pertinent, il est important d'étudier la cible que l'on vise, ou que l'on veut atteindre. De manière générale un pâtissier – chocolatier ne vise aucun segment de population en particulier, il s'adresse à tout le monde. Dans ce cas il semble plus pertinent de privilégier la plateforme Instagram qui regroupe une audience aussi bien féminine que masculine. Cependant la grande majorité des utilisateurs ont moins de 35 ans. A ce titre il peut être intéressant de le dupliquer avec une présence sur FaceBook qui a une audience bien plus hétérogène.
Le côté artisanal de son activité permettra de créer de courtes vidéos sur les processus de fabrications et de manière plus générale de montrer les « coulisses » de l'entreprise, dont son friands les utilisateurs des réseaux sociaux.

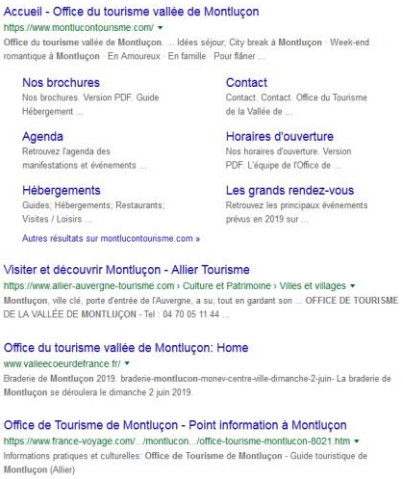
Pour une quincaillerie

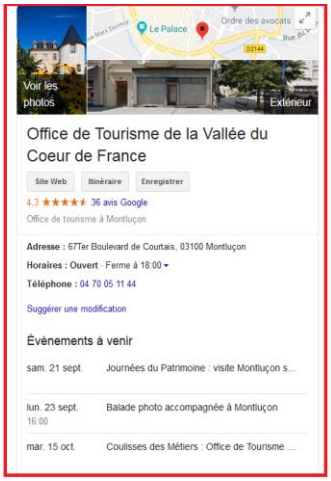
Un quincailler ne produit pas, il vend des articles, et s'adresse à toute personne susceptible d'avoir recours à ses services.
A ce titre la plateforme qui semble la plus adaptée pour cette activité est FaceBook qui permet potentiellement de toucher un plus large public avec ses 22 millions d'utilisateurs français actifs par jours.
Si vous avez un espace dans lequel vous pouvez scénariser vos produits en instaurant une ambiance qui convient à la mise en avant de vos produits (type show-room) vous pouvez vous orienter vers le réseau social Instagram.
LinkedIn peut s'avérer utile pour renforcer l'image de votre entreprise et vous faire connaitre dans un réseau de professionnels par rapport à vos compétences ou vos intérêts.
Outre les deux réseaux sociaux cités précédemment, il peut être intéressant de les coupler avec un logiciel de messagerie instantanée comme WhatsApp ou FaceBook Messenger pour favoriser les échanges avec vos clients.

Pour un magasin de vêtements (ventes ou conception)

Pour un magasin de vêtements le choix des réseaux sociaux va essentiellement dépendre de votre public cible. Si vous vous adressez à des femmes il est pertinent d'utiliser Pinterest qui regroupe une audience majoritairement féminine (70% des utilisatrices du réseau social). Néanmoins de plus en plus d'homme s'inscrivent sur la plateforme.
L'avantage d'Instagram est la présence d'influenceurs, auxquels vous pouvez faire appel pour faire connaitre votre marque ou promouvoir vos produits, à travers la plateforme.
Profitez en votre activité est idéale pour utiliser des réseaux sociaux spécialisés dans la publication de photos / vidéos.
Une présence sur Facebook vous donnera une visibilité essentielle sur le web qui compte à ce jour le plus d'utilisateurs actif et reste l'un des canaux de communication le plus utilisés.

Google représente en France 94% des parts de marché des moteurs de recherche. Fondé en 1998 avec un seul produit, son moteur de recherche, l'entreprise s'est diversifiée et a développé de nombreux autres produits (Gmail, Google Chrome, Androïd, Google Maps, Youtube etc…). Mais celui qui nous intéresse ici est Google Business.
Vous pouvez diffuser vos informations d'établissement sur Google Business afin d'apparaître sur Google Maps et à côté des résultats de recherche Google. Vous pourrez ainsi améliorer la visibilité sur le réseau de recherche en affichant des informations liées à votre entreprise.





Pour toutes informations complémentaires, vous pouvez vous adresser au médiateur Numérique qui se tient à votre disposition.

Contact :

- ***Tel*** : 04-70-05-70-70
- ***Mail*** : pa.berton.vallee.montlucon@orange.fr