

Guide en 7 étapes : comment utiliser les réseaux sociaux dans l'entreprise ?



Les décideurs sont de plus en plus nombreux à s'interroger sur les enjeux et les impacts commerciaux des réseaux sociaux, en particulier ceux de Facebook et de Twitter, les deux réseaux en forte progression.

Il y a quelques années, c'est le référencement naturel qui était en tête d'affiche des événements marketing. Les ateliers et séminaires abordant le sujet étaient souvent bondés des gens d'entreprise : webmasters, responsables

commerciaux et chefs d'entreprises qui venaient découvrir les vertus d'une bonne optimisation de site pour ne pas passer à coté de la manne commerciale que présente d'ailleurs toujours, un positionnement gratuit, qualifié et durable dans les premiers résultats naturels de recherche sur Google.

Les avantages et les techniques d'optimisation de site, à peine assimilés et intégrés dans la stratégie commerciale de l'entreprise, voilà que de nouveaux espaces nommés réseaux sociaux voient le jour et modifient fondamentalement la donne. Alors que dans le passé, il fallait réussir un positionnement à coté des entreprises concurrentes sur les moteurs de recherche et les annuaires, de préférence sur la première page des résultats, la démarche est de toute autre nature sur un réseau social.

Les réseaux sociaux sont fréquentés par de vraies personnes qui se parlent en permanence, échangent et partagent des informations. Il ne suffit plus de référencer son entreprise sur un réseau social. Le challenge est de se faire une réputation, impliquer ses futurs clients et réussir à faire fonctionner le bouche à oreille pour réaliser ses objectifs commerciaux.

Faites-vous partie de ces décideurs qui ne se demandent plus pourquoi prendre place sur les réseaux sociaux mais plutôt comment y aller, y rester et y faire du business ? Cet article vous explique les 7 étapes élémentaires pour développer l'environnement de votre société sur un réseau social, interagir tout en maintenant le cap, avec cet environnement et réaliser vos objectifs.

1. QUI : Définir qui vous êtes et à qui souhaitez-vous être présenté

Les réseaux sociaux sont fréquentés par de vraies personnes. Ce ne sont pas des robots d'indexation. Elles parlent entre elles. Comme dans toute démarche de communication, vous devez définir votre identité et l'image qui la symbolise ; avoir une stratégie de ciblage et connaître les attentes de celles et ceux à qui vous souhaitez vous adresser.

2. QUOI : Ecouter les conversations, détecter les centres d'intérêt et les besoins du marché

Dotez-vous d'une grille d'écoute par rapport à votre marque, à celle de vos concurrents, aux mots clés par lesquels les besoins de votre marché s'expriment. Détecter les tendances, les interrogations, les insatisfactions... Vous pouvez vous servir, outre <http://www.google.fr/alerts>, des solutions suivantes :

- a. <http://www.socialmention.com/> : Posez des alertes sur un ou plusieurs réseaux (parmi plus de 80 réseaux) et recevez gratuitement par email des qu'une conversation, une publication correspond à votre grille d'écoute.
- b. <http://www.google.fr/reader/> : Recevez les infos souhaitées par le canal RSS, disponible sur les réseaux.
- c. <http://www.radian6.com/> et <http://www.sysomos.com/> : outils d'écoute pour agir très complets mais payants.

3. OU : Repérer les lieux où votre présence est indispensable

Les réseaux sociaux sont nombreux, ayant chacun des spécificités bien distinctes. Autant aujourd'hui une présence sur Facebook et Twitter paraît indispensable, autant le choix des réseaux supplémentaires doit être fait selon une stratégie prédéfinie. Les outils mentionnés ci-dessus, vous aideront sans doute à identifier les réseaux où vos cibles : clients, leurs paires et prospects sont plus présents et où ils s'expriment plus souvent. Une fois, le ciblage des réseaux est réalisé, il convient de concentrer votre effort d'écoute sur les problématiques des personnes (cibles) à qui vous souhaitez vous adresser.

4. POURQUOI : Identifier les raisons qui justifient votre participation aux réseaux

Portez votre attention sur les préoccupations exprimées par les parties prenantes à votre réseau. Repérez les thèmes récurrents, les questions fréquentes, les idées émises et bien sur, sans oublier les zones d'ombre, l'absence d'interrogations, d'interventions sur certains aspects des produits et services fournis par vous et vos paires. Cela peut être une opportunité pour y apporter un contenu profitable pour vous mais avant tout, utile et bénéfique à l'ensemble de la communauté.

5. QUAND : Mettre en place un planning

Grâce aux écouteurs posés sur les réseaux, les informations vous parviendront automatiquement. A défaut de disposer du personnel dédié à la gestion et à l'animation du réseau, vous devez vous organiser pour assurer la réactivité et surtout la régularité des interventions et des réactions. Il est

Autorisation de diffusion
Vous pouvez diffuser librement ce document sur un support numérique : site web, blog, news letter...

ATTENTION
Vous devez cependant diffuser la totalité de ce document sans l'altérer ou modifier.

Si vous êtes amené à publier juste l'introduction de l'article sur un support numérique : site web, blog, news letter..., vous devez en mentionner l'auteur et la source avec un **lien obligatoire** vers la **version complète de l'article en utilisant l'URL fourni dans la signature de ce même document.**

essentiel que vous définissiez un planning qui tient compte des jours et des heures où les interventions de votre cible sont les plus fréquentes. De cette façon vous pouvez engager la conversation avec plus de monde et paraître réactif malgré une présence discontinue sur le réseau.

6. COMMENT : Comment susciter l'intérêt et impliquer

Dans les échanges avec les membres du réseau portez votre attention sur la manière dont les personnes interagissent, détectez la culture du réseau. Les mots employés dans les échanges et les actions des uns et des autres révèlent les opportunités pour fournir un contenu à valeur ajoutée adaptée aux attentes.

Servez-vous des sites tel que <http://www.ask.com/popular-questions> (en anglais) ou <http://fr.answers.yahoo.com/> pour découvrir les questions et préoccupations du moment relatives à votre secteur d'activité, à vos produits ou services pour produire un contenu qui aura une grande chance d'être partagé. Surveillez les réponses et les réactions qui suivent votre intervention. Soyez courtois. Répondez aux « attaques » si besoin, par les preuves. Les remarques et les commentaires vont vous fournir des indications pour faire évoluer vos interventions et définir vos prochaines actions. La règle d'or est de prendre part aux conversations pour y contribuer de manière créative, déclencher l'intérêt des membres du réseau et les motiver à réagir. Des phrases du type : « que pensez vous de ... ? » appellent aux réaction. Découvrez les attentes en soumettant des questionnaires à votre communauté. Vous pourrez les encourager et motiver à y répondre à l'aide par exemple des offres promotionnelles.

7. FAITES-VOUS recommander

Identifiez les personnes qui peuvent vous aider à vous faire connaître. Il existe des personnes influentes sur chaque réseau. Ce qu'elles racontent, ne laisse pas les membres du réseau indifférents. Les motiver pour qu'elles parlent de vous, n'est pas une tâche facile. Cependant en appliquant les étapes de 1 à 6 vous réussirez à identifier les bonnes personnes, engager une conversation avec elles et les amener à recommander vos contenus. Sur Twitter, vous pouvez vous servir des outils suivants pour identifier les personnes influentes de votre secteur d'activité, de votre région... :

<http://search.twitter.com/advanced> ou http://twitdir.com/search_lite.php

FAITES-LE SAVOIR : L'étape essentielle mais souvent oubliée



Qui parmi vos clients et combien d'entre eux savent que vous avez une existence sur les réseaux sociaux ? Faites l'inventaire des moyens de communication où vous pouvez faire la promotion de votre présence et intervention sur les réseaux sociaux : signature d'email, signature de vos commentaires sur les billets publiés sur des blogs, des forums, etc., entête de vos courrier papier, flyers, signalétiques et bien sur votre site web... Intégrez les outils interactifs fournis par les réseaux sur toutes les pages de votre site. Motivez votre cible à se joindre à vous sur le réseau en proposant des offres réservées aux 100 premiers par exemple.

Servez-vous des sources d'information complémentaire :

12 outils utiles : <http://sixrevisions.com/tools/12-social-media-monitoring-tools-reviewed/>



Consultez d'autres fiches pratiques utiles à vos démarches commerciales. Recevez-les dès leur mise en ligne dans votre lecteur de fil RSS : <http://www.axiz.fr/referencement-positionnement.xml>



Créer, paramétrer et animez un compte Twitter en 7 étapes. Fiche pratique pour débutant <http://www.axiz.fr/articles/guide-twitter-debutant.pdf>



Comment créer et promouvoir en 5 étapes une Page Professionnelle Facebook ? <http://www.axiz.fr/positionnement/facebook-professionnel.pdf>



Soyez le premier à lire les actualités et les bons plans publiés sur Twitter par AXIZ eBusiness : <http://www.twitter.com/axizebusiness>



Découvrez et consultez les présentations illustrées des usages commerciaux du Web <http://www.slideshare.net/axizebusiness/>



Participez aux ateliers thématiques du web commercial et découvrez les enjeux et les impacts des dernières solutions : <http://www.axiz-ebusiness.com/ateliers/index.php>



Soyez opérationnel(le) pour réussir vos objectifs. Demandez un devis pour une formation personnalisée : <http://www.axiz-ebusiness.com/formations/devis-formations-axizebusiness.php>



Elaborez le cahier des charges d'un site web visible à l'aide des modèles de cahier des charges 3 en 1 : Ressources pour préparer, Conseils pour formuler, Canevas pour rédiger <http://www.modeles-cahier-charges.com/>



Retrouvez AXIZ eBusiness sur le Web : <http://www.google.com/profiles/axizebusiness>

Autorisation de diffusion

Vous pouvez diffuser librement ce document sur un support numérique : site web, blog, news letter...

ATTENTION

Vous devez cependant diffuser la totalité de ce document sans l'altérer ou modifier.

Si vous êtes amené à publier juste l'introduction de l'article sur un support numérique : site web, blog, news letter..., vous devez en mentionner l'auteur et la source avec un **lien obligatoire** vers la **version complète de l'article** en utilisant l'URL fourni dans la signature de ce même document.

L'URL de la fiche : <http://www.axiz.fr/articles/comment-utiliser-les-reseaux-sociaux.pdf>

Guide édité le 22 juillet 2010 par Rouhina RAHBARIAN consultante spécialiste du Web commercial. Depuis 1997, elle conseille et aide les entreprises à se servir d'Internet pour prendre de l'avance sur leurs concurrents, développer leur clientèle et leur chiffre d'affaires.



Accéder à d'autres fiches et des actualités du Web commercial : <http://www.axiz.fr/referencement-positionnement.xml>