MARKETING ET COMMUNICATION DIGITALE

FICHE PRATIQUE

RESEAUX SOCIAUX : 10 IDEES DE PUBLICATIONS POUR UN USAGE PROFESSIONNEL

Public

Tout public

Objectifs pédagogiques

/

Contenu

1. Transformer un article de blog en une vidéo

Principe : reprendre les points clés d'un article de blog (lié à votre entreprise, votre secteur, votre actualité, etc.) et d'en faire une vidéo animée :

- Soit un 'teaser', ce qui consiste à reprendre les différentes parties de l'article et d'en faire une vidéo animée avec des images ou des clips vidéos ;
- Soit une vidéo un peu plus longue avec des détails, votre point de vue, ...

Vous pouvez ensuite mettre un lien vers l'article de votre blog dans les commentaires ou la description.

2. Créer une vidéo how-to

Les vidéos « how-to », ou encore « tuto » qui présentent comment faire quelque chose, sont idéales si vous avez un savoir-faire particulier que vous pouvez montrer à votre public cible (gardez en tête qu'une vidéo est tout simplement plus facile à consommer qu'un article, donc profitez-en).

À vous de voir si vous voulez reprendre un article que vous avez écrit et le reproduire totalement en vidéo ou choisir de créer un tout nouveau contenu. Si vous décidez de produire ce type de vidéo, pensez à utiliser des sous-titres ou des annotations, car 85% des vidéos sur Facebook sont jouées sans le son.

3. Faire un sondage

Les sondages sont l'une des meilleures façons d'engager votre audience et de les impliquer dans une prise de décision qui peut les concerner. Ils sont également excellents pour commenter une actualité ou demander un avis.

Vous pouvez en faire de 2 façons :

- Utiliser les « réactions ».
- Créer un sondage avec la fonctionnalité prévue par Facebook, présente juste en bas de votre barre de publication : l'option « créer un sondage ».

4. Publier du contenu généré par les utilisateurs (CGU)

Le CGU est l'une des formes de contenu les plus crédibles pour les entreprises. Il s'agit d'un contenu publié à la base par vos utilisateurs (fans, clients) que vous republiez sur votre page, en mentionnant si possible la personne (n'oubliez pas de demander l'autorisation de l'utilisateur au préalable !).

5. Faire un concours

Les concours sont très populaires sur Facebook et Instagram. Ces publications ont tendance à générer beaucoup d'engagement parce que les internautes aiment participer pour tenter de gagner des prix.

Pour participer, vous pouvez inviter vos fans à :

- Répondre à une question.
- Partager une photo dans les commentaires

NB : il est interdit de demander à vos fans d'aimer une page ou de partager la publication sur leur journal ou celui d'un ami pour participer au concours.

QUELQUES ASTUCES POUR MIEUX REUSSIR UN JEU-CONCOURS SUR FACEBOOK:

- **Privilégier des mécaniques de jeu simples, peu impliquantes et immédiates.** Moins vous en demanderez aux joueurs, plus ils participeront. Une simple loterie ou tirage au sort où il suffit d'indiquer son e-mail ou de commenter la publication pour participer fonctionnera mieux qu'un concours vidéo ou photo complexe.
- **Rester sur Facebook.**Si les utilisateurs doivent sortir de Facebook par exemple pour remplir un formulaire sur votre site internet, publier une vidéo sur Youtube ou scanner un dessin, vous allez les perdre. Mieux vaut publier un post sur votre page en demandant aux gens de jouer en commentaires, que de les emmener sur un site dédié extérieur.
- **Privilégier des durées courtes.** Un jeu qui dure une semaine sera plus efficace qu'un jeu étalé sur plusieurs mois. Donc organisez plutôt plusieurs petits jeux régulièrement qu'un seul gros concours dans l'année.
- **Privilégier les lots difficiles à revendre.**Ne vous sentez pas obligés d'offrir un lot coûteux pour attirer plus de participants. Si le lot est cher et facile revendre, vous allez attirer des concouristes qui ne s'intéresseront pas du tout à votre marque. Offrez plutôt des goodies avec votre marque ou des échantillons produits qui n'attireront que les clients les plus fidèles (un mug avec le logo, un sachet de graines à planter, etc.) ou des expériences à vivre (un dîner avec une star, un atelier cuisine avec un chef, etc.).

6. Passer en live

Le Live est sans aucun doute le contenu le plus populaire et le plus rentable pour être visible sans payer. Selon Facebook, les utilisateurs commentent 10 fois plus une vidéo en Live que les vidéos préenregistrées.

Le Live le plus courant sur Facebook est le Live « Questions – Réponses » (vous répondez en direct aux questions des internautes). Voici encore d'autres idées : montrer la conception d'un produit en direct, donner des tutoriels/conseils en direct, créer votre émission hebdomadaire (vous présentez un sujet et vous répondez ensuite aux questions), proposer une visite guidée de votre entreprise, interviewer quelqu'un, etc.

7. Publier un GIF

Les GIFs sont à la base très populaire sur Twitter, mais ils le sont aussi de plus en plus sur Facebook. Comme les vidéos, les GIFs se lancent automatiquement (auto-play) et se démarquent plus dans le fil d'actualités qu'une simple image.

8. Partager un article de blog

Vous pouvez partager un article sur un sujet qui vous parle, tout en faisant ressortir par exemple une citation impactante : de cette façon, chaque personne qui lira votre description pourra se faire une idée du contenu de l'article et apprendre quelque chose, sans même lire l'article en entier (Règle n°1 des réseaux sociaux : apporter de la valeur).

Une astuce supplémentaire pour la rédaction de votre description : sur Facebook, plus un texte est court, plus il a de chances de générer de l'engagement. Restez simples !

9. Partager une infographie

Les infographies sont un type de contenu à fort potentiel viral. Elles transmettent en un instant des contenus complexes en un visuel attrayant, explicatif et utile pour votre audience. Une étude conduite par Massplanner rapporte que les infographies sont trois fois plus aimées et partagées que tout autre type de contenu sur les réseaux sociaux.

Si vous ne savez pas créer d'infographie, vous pouvez simplement reprendre une infographie déjà faite et mentionner la personne ou l'entreprise qui l'a réalisée.

10. Poser une question ou demander conseil

Les réseaux sociaux ont été créés pour discuter, et quoi de mieux que de poser une question pour commencer une discussion ? Une image attire plus l'attention qu'un bloc de texte, donc autant poser votre question directement dans l'image. Vous pouvez également demander un avis.

CE QUE VOUS POUVEZ FAIRE…

Buffer et Buzzsumo ont catégorisé les 500 publications les plus populaires en termes d'engagement en 2018. Finalement, ils ont remarqué que ce sont essentiellement des contenus « positifs » qui inspirent, éduquent ou font rire qui ont le plus de succès sur Facebook. Votre stratégie de contenu sur Facebook doit donc s'y adapter en conséquence. Si cela colle avec votre ligne éditoriale, essayez de publier **un mélange de contenus utiles ou pratiques, drôles et inspirants.**

… ET CE QU'IL VAUT MIEUX EVITER !

Sur-publier : si vous 'polluez' le fil d'actualité de vos membres, ils vont vous supprimer… De plus il faut vraiment favoriser la publication d'éléments visuels (photos, images…) et mettre des commentaires pour inciter à commenter et à partager.

Répondre aux "trolls" : les commentaires négatifs font partie du jeu sur les réseaux sociaux et vous énerver contre les personnes mécontentes ne vous apportera aucun avantage. Vous devez, tant que possible, les calmer, dialoguer sans vous énerver et dans la plupart des cas, un compromis est possible. Dans les cas extrêmes uniquement, supprimez les messages.