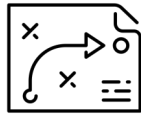


DÉVELOPPER VOTRE ACTIVITÉ AVEC LES RÉSEAUX SOCIAUX

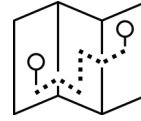
Quels avantages ?



Établir un lien de confiance avec vos clients



Développer votre visibilité Web



Maîtriser votre image d'entreprise

Les fondamentaux

Social selling ?

Le social selling ou vente sociale est le processus d'utilisation des réseaux sociaux dans le parcours de vente. Cette approche comprend la mise en place d'outils tels que LinkedIn, Instagram ou Facebook, ainsi que des techniques d'attraction client, pour générer des prospects en B2B ou faire de l'attraction client en B2C.

La présence sur un réseau social s'inscrit dans une logique et une stratégie qui doivent être clairement définies

Par où commencer ?

Facebook



Facebook peut être un bon moyen de communiquer principalement pour du B2C.

Efficace pour attirer et fidéliser des clients.

Le contenu devra s'adapter à votre public, avec des publications régulières en privilégiant la qualité.

Instagram



Instagram permet de communiquer principalement pour du B2C.

Efficace pour attirer et fidéliser des clients, légèrement plus jeune que Facebook.

Le contenu est différent de Facebook. En premier lieu pour du partage d'image où l'esthétique prend une place important. Le public aime y faire des découvertes.

LinkedIn



LinkedIn est orienté B2B.

Efficace pour prospecter et fidéliser de marché entreprise à entreprise.

Le contenu doit respecter les codes professionnels et trouveras une audience, uniquement si votre public trouve une valeur ajoutée à votre contenu. Le temps passé en moyenne sur LinkedIn est très court.

La gestion des réseaux sociaux

Après la création d'une page sur un réseau social, vous devez l'animer et la gérer. Cela demande des ressources et des compétences. Si vous externalisez ces besoins vous devrez faire appel aux services d'un community manager.

La gestion d'une page pour une entreprise sur les réseaux sociaux est gratuite mais elle vous demande des ressources de temps ou d'argent pour avoir un effet positif sur votre activité.

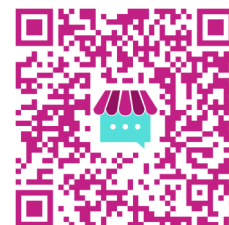
Il peut donc parfois être préférable de déléguer ces tâches à un professionnel pour vous concentrer sur votre activité principale.

Parcours clients et plan de communication

Le processus d'achat passe par le ZMOT ou « zéro moment de vérité ». C'est-à-dire le moment où les interactions sociales vont être décisif dans l'achat. Un réseau social devient un prescripteur qui pourra renforcer, modifier ou changer un comportement d'achat.

Le plan de communication est un outil qui sera utile pour fidéliser la clientèle, améliorer la communication et mieux contrôler le ZMOT. Cet outil est également une méthode pour réduire le temps passé sur la gestion d'une page de réseau social.

Vous pouvez consulter notre fiche sur le plan de communication.



Votre client qui pourra se confronter à l'image que renvoie votre réseau social et aux avis que laissent les autres clients sera conforté dans sa passage à l'achat.

Pour d'aller plus loin ...

COMMENT ÉCRIRE UN POST FACEBOOK "PARFAIT" ?

il existe des ingrédients clés, qui permettent de faire de votre publication, un post à succès.



UTILISER INSTAGRAM POUR MON COMMERCE !

Entretenir une relation privilégiée avec vos clients et Faire plus de ventes avec des animations

