

STRATÉGIE MÉDIAS SOCIAUX

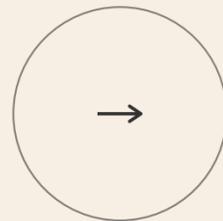
Planifier pour le succès

MellowBrew
MARKETING



**Que pensez-vous de votre
stratégie de médias sociaux ?**

**Soyons réalistes, avez-vous
une stratégie ?**





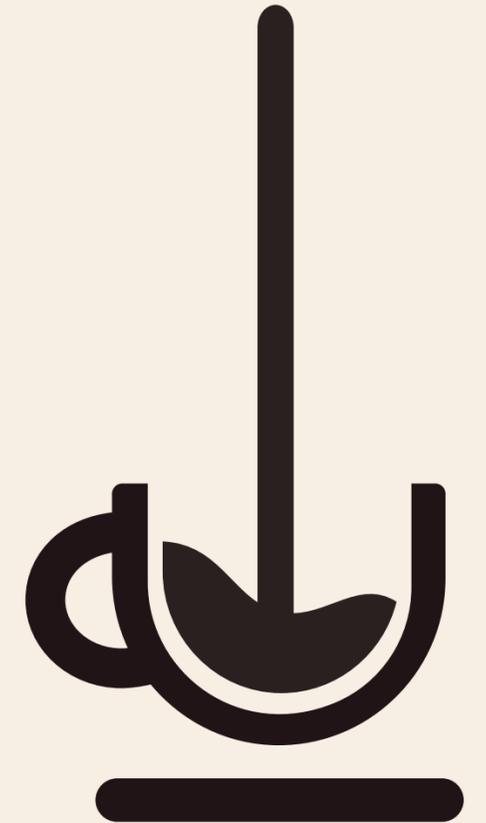
Karine Parthenais

Stratégiste

MellowBrew MARKETING the **WORK VACAY**



Ce que nous allons discuter aujourd'hui:





Ce que nous allons discuter aujourd'hui:

1. DÉFINIR DES OBJECTIFS
2. COMPRENDRE VOTRE COMMUNAUTÉ
3. CRÉATION DE CONTENU
4. SUIVRE VOTRE SUCCÈS



Définir vos objectifs



Que voulez-vous réaliser ?

Les objectifs courants des médias sociaux incluent :

- **Notoriété de la marque** : Augmentez la visibilité.
- **Engagement** : Favoriser l'interaction et la connexion avec votre public.
- **Génération d'intérêt** : Attirer des clients potentiels.
- **Support Client** : Fournir un soutien direct et établir la confiance.
- **Ventes et Conversions** : Générer des revenus grâce à vos outils sociaux.

Connaissez votre communauté



Qui est votre client idéal ?

- **Définissez la personnalité de votre public :** recherchez les informations démographiques, les intérêts, les besoins et le comportement en ligne de votre public.
- **Identifiez les plateformes :** déterminez quelles plateformes de médias sociaux sont les plus populaires parmi votre public. Savoir où ils passent leur temps vous aidera à orienter votre stratégie.
- **Comprenez les points faibles du public :** soulignez comment votre contenu résoudra ses problèmes ou améliorera sa vie.

**Effectuer une analyse de votre
compétition**



Qui sont vos concurrents ?

- **Identifiez les principaux concurrents** : examinez les autres marques de votre secteur qui excellent sur les réseaux sociaux.
- **Analysez leur stratégie** : examinez leurs types de contenu, leur fréquence de publication, leur engagement et leur ton de voix.
- **Identifiez les lacunes et les opportunités** : trouvez les domaines dans lesquels vous pouvez différencier votre contenu pour vous démarquer sur le marché.
- **Définir des mesures de référence** : utilisez les données des concurrents pour définir des références initiales en matière d'engagement, de croissance des abonnés, etc.

**Choisissez vos plateformes
de médias sociaux**



Où devriez-vous être en ligne ?

- **Sélection des plateformes basée sur les objectifs** : différentes plateformes sont adaptées à différents objectifs.
- **Instagram et TikTok** : idéal pour les marques et les produits visuels.
- **LinkedIn** : parfait pour le B2B, le réseautage et le leadership.
- **Facebook** : idéal pour la création de communautés et les publicités.
- **YouTube** : pour un contenu vidéo approfondi.
- **Concentrez-vous sur la qualité et non sur la quantité** : il vaut mieux exceller sur moins de plateformes que d'être médiocre sur plusieurs.

Stratégie et planification de contenu



Comment commencer à planifier ?

- **Piliers de contenu** : choisissez 3 à 5 thèmes principaux (ou « piliers ») qui correspondent à vos objectifs et constitueront la base de votre contenu.
- **Formats de contenu** : décidez des types de contenu qui conviennent le mieux à votre marque et à vos objectifs (par exemple, publications éducatives, contenu généré par les utilisateurs, vidéo, histoires ou sondages).
- **Éléments de narration** : définissez le ton, le style et la voix qui façonneront votre contenu.
- **Calendrier de contenu** : planifiez quand et où vous publierez chaque élément de contenu et assurez-vous qu'il correspond aux tendances ou aux campagnes saisonnières. Utilisez un outil de calendrier comme Trello, Airtable ou une simple feuille de calcul.

**Engagez et construisez une
communauté**



Comment pouvez-vous impliquer votre communauté ?

- **Communication bidirectionnelle** : les médias sociaux ne se limitent pas à la diffusion. Encouragez et répondez aux commentaires, aux messages et au contenu généré par les utilisateurs.
- **Connecter avec influenceurs** : collaborez avec des influenceurs qui correspondent à votre marque et qui ont un public engagé.
- **Encouragez le contenu généré par les utilisateurs** : organisez des concours, des défis ou demandez simplement à votre public de vous identifier dans ses publications.
- **Stratégie d'engagement** : développer un protocole pour répondre aux commentaires et aux messages directs dans un délai défini.

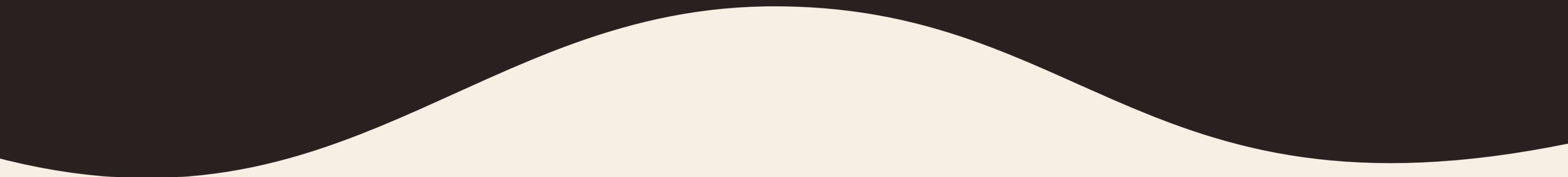
Configurer le suivi et les métriques



Quelles métriques devriez-vous examiner ?

- **Identifiez les KPI** : choisissez des indicateurs de performance clés en fonction de vos objectifs, comme la portée, le taux d'engagement, le taux de clics et le taux de conversion.
- **Utilisez des outils d'analyse** : des plates-formes telles que Facebook Insights, Instagram Analytics, LinkedIn Analytics et Google Analytics fournissent des données utiles.
- **Créez un modèle de rapport** : configurez un modèle de rapport mensuel pour suivre les progrès au fil du temps, identifier les tendances et ajuster si nécessaire.

Optimiser et s'adapter



Que puis-je faire pour optimiser mes efforts ?

- **Examinez régulièrement les performances** : vérifiez les KPI et ajustez votre stratégie pour vous concentrer sur les formats, les plates-formes et les types de contenu les plus performants.
- **Contenu de test A/B** : expérimentez différentes légendes, visuels, hashtags et heures de publication pour optimiser l'engagement.
- **Restez à jour avec les mises à jour de la plate-forme** : les plates-formes déploient fréquemment de nouvelles fonctionnalités et des modifications d'algorithmes : continuez à apprendre et à vous ajuster.
- **Évoluez avec votre public** : à mesure que les préférences de votre public évoluent, adaptez votre stratégie pour rester pertinente et engageante.

Il est
temps
d'agir !



Exercice: Profil du client



Exercice 1:

Informations de Base

- **Nom du Persona** : Donnez un nom à votre persona pour le rendre plus humain et relatable.
- **Âge** : Définissez une tranche d'âge approximative (ex. : 25-34 ans).
- **Genre** : Spécifiez le genre si pertinent ou indiquez si le produit/service s'adresse à tous.
- **Lieu** : Localisation générale, comme la ville, la région ou le pays.
- **Profession / Poste** : Quelle est la profession ou le rôle typique de cette personne ? Inclure l'industrie si nécessaire.

Exercice 2:

Démographie et Contexte

- **Niveau d'Études** : Niveau scolaire, universitaire, formation professionnelle, etc.
- **Revenu** : Estimez une fourchette de revenu (ex. : 50 000-75 000) en fonction des clients typiques.
- **Statut Marital et Vie de Famille** : Sont-ils célibataires, mariés, parents, etc. ?
- **Loisirs et Centres d'Intérêt** : Quels sont leurs intérêts, activités et préférences de style de vie ?

Exercice 3:

Objectifs et Aspirations

- **Objectifs Professionnels** : Quels sont les objectifs de carrière ou professionnels de ce persona ?
- **Objectifs Personnels** : Considérez leurs aspirations personnelles (ex. : “voyager davantage,” “construire une vie de famille stable”).
- **Valeurs et Croyances** : Décrivez les valeurs ou croyances qui influencent leurs décisions (ex. : respect de l'environnement, sécurité financière).

Exercice 4:

Défis et Points de Douleur

- **Principaux Défis** : Quelles sont les principales frustrations ou problèmes qu'ils rencontrent dans leur vie ? (ex. : "difficulté à équilibrer vie pro et perso," "peine à rester organisé")
- **Points de Douleur Liés à Votre Produit/Service** : Quels problèmes spécifiques rencontre cette personne, et que votre produit/service peut résoudre ? (ex. : "a besoin d'outils pour gérer efficacement les projets d'équipe")

Exercice 5:

Comportement en Ligne et Préférences sur les Médias Sociaux

- **Plateformes de Médias Sociaux Prévérées** : Sur quelles plateformes passent-ils le plus de temps ? (ex. : Instagram, LinkedIn, TikTok)
- **Habitudes de Consommation de Contenu** : Quels types de contenus les intéressent (ex. : vidéos, articles de blog, podcasts) ?
- **Influenceurs ou Marques Prévérées** : Listez les influenceurs, marques ou leaders d'opinion qu'ils suivent.

Exercice 6:

Comportement d'Achat

- **Préférences d'Achat** : Où effectuent-ils généralement leurs achats (ex. : en ligne, en magasin, ou les deux) ?
- **Processus de Prise de Décision** : Sont-ils impulsifs ou effectuent-ils des recherches approfondies avant d'acheter ?
- **Motivations d'Achat** : Facteurs déterminants pour leur prise de décision (ex. : prix, qualité, réputation de la marque).
- **Inquiétudes ou Objections** : Objections potentielles qu'ils pourraient avoir envers votre produit (ex. : prix, préoccupations environnementales).

Exercice 7:

Insights sur le Message

- **Ton et Style** : Quel ton de communication résonne avec eux ? (ex. : professionnel, amical, humoristique)
- **Thèmes de Message Efficaces** : Sujets ou thèmes qui attirent leur intérêt (ex. : astuces de productivité, conseils de santé, finance personnelle).
- **Mots-clés ou Expressions** : Mots ou expressions qu'ils pourraient utiliser pour parler de leurs besoins ou défis.

Exercice 8:

Journée Type de [Nom du Persona]

- **Routine Quotidienne** : Décrivez leur journée type du matin au soir. Cela aide à visualiser où votre produit/service s'intègre dans leur vie.
- **Moments Clés** : Identifiez les moments où ils pourraient rechercher une solution ou ressentir un besoin lié à votre produit/service.

Planifiez Votre Contenu de Médias Sociaux



Étape 1

Section Aperçu

- **Mois/Trimestre** : Définissez la période couverte (ex. : “Septembre 2024” ou “T4 2024”).
- **Objectifs Principaux pour la Période** : Énumérez 2 à 3 objectifs clés pour garder le contenu ciblé (ex. : “augmenter l’engagement de 15 %,” “promouvoir le lancement d'un nouveau produit”).
- **Thèmes de Contenu** : Listez les thèmes ou sujets centraux pour la période (ex. : “Conseils de Rentrée,” “Préparation pour les Fêtes,” “Sensibilisation à la Santé Mentale”).

Étape 2

Choisissez vos thèmes de contenu

- Choisissez 1 à 2 thèmes qui correspondent à votre objectif hebdomadaire. Les thèmes contribuent à créer de la cohérence et facilitent la planification du contenu. Voici quelques exemples :
- « Dans les coulisses », « Conseils pédagogiques », « Pleins feux sur les clients », « Avantages du produit »

Étape 3

Identifiez vos plateformes

- Décidez quelles plateformes de médias sociaux vous utiliserez cette semaine (par exemple, Instagram, Facebook, LinkedIn, TikTok).

Étape 4

Cartographiez vos types de contenu

- Sélectionnez les types de contenu adaptés au thème de chaque jour, en fonction de ce qui convient à chaque plateforme et au style de votre marque :
- Types de publication : choisissez parmi des options telles que des photos, des vidéos, des carrousels, des histoires, des citations ou des questions-réponses.

Étape 5

Planifiez le contenu de chaque journée

Utilisez le modèle de la diapositive suivante pour décrire rapidement votre contenu pour chaque jour de la semaine. Remplissez brièvement chaque section.

Journée	Platform(s)	Thème	Type de Contenu	Message Clé	Appel à l'action
Lundi					
Mardi					
Mercredi					
Jeudi					
Vendredi					
Samedi					
Dimanche					

Étape 6

Créez un message clé

Pour chaque jour, écrivez une phrase qui résume votre message pour la publication de ce jour. Soyez clair et direct. Cela vous aidera à rédiger des légendes et à garantir que chaque publication soit liée à votre objectif hebdomadaire.

Étape 7

Ajouter un appel à l'action

Décidez de ce que vous voulez que le public fasse pour chaque publication. Voici des exemples de CTA :

« Donnez votre avis ci-dessous », « Visitez notre site Web », « Partagez ce message avec un ami » ou « Identifiez quelqu'un qui adorerait ça ! »

Étape 8

Réviser et réfléchir

Après avoir rempli le tableau, passez en revue votre semaine de contenu prévu :

Contrôle de cohérence : chaque publication correspond-elle à votre objectif et à vos thèmes hebdomadaires ?

Platform Fit : les types de contenu sont-ils adaptés à chaque plateforme que vous avez choisie ?

Potentiel d'engagement : les CTA encouragent-ils l'engagement ou l'interaction ?

À retenir : Ajustez en fonction de toutes les informations et continuez à affiner la planification du contenu futur.

Merci!

MellowBrew

M A R K E T I N G

mellowbrewmarketing.com

