

## Développer son CA grâce aux Réseaux Sociaux : les bonnes pratiques



Les réseaux sociaux sont loin d'être des outils hors-de-portée. Au contraire, il ne suffit que de quelques clics pour donner de la visibilité à votre entreprise grâce à Facebook, Instagram, ou encore LinkedIn. Toutefois, agir sur les réseaux sociaux nécessite d'avoir défini au préalable une ligne directrice claire et précise.

Pour optimiser votre présence sur les réseaux sociaux et ainsi garantir une visibilité suffisante à votre entreprise, posez vous trois questions essentielles.

Dans quel but souhaitez-vous faire usage des réseaux sociaux ?  
Quels sont les réseaux sociaux idéaux pour capter votre cible ?  
Quelles actions mettre en place pour une efficacité maximale ?

### **Pourquoi utilisez-vous les réseaux sociaux ?**

Que cherchez-vous à faire ou obtenir par ce biais ? Déterminez d'abord quelle sera la ligne directrice de vos réseaux sociaux ainsi que leur utilité pour développer le CA de votre entreprise. A quoi vont-ils servir ?

- Attirer de nouveaux clients au sein de votre établissement ?
- Augmenter le trafic sur votre site internet ?
- Obtenir de nouvelles recommandations ?
- Optimiser votre visibilité et votre popularité ?
- Informer vos clients et vos prospects des événements à venir vous concernant ?

### **Quels réseaux sociaux choisir pour capter votre cible ?**

Qui cherchez-vous à attirer par le biais des réseaux sociaux ? Il s'agit en premier lieu de bien définir quelle est votre cible et où la trouver. En effet, vous rencontrerez une cible plus jeune sur Instagram (15 - 25 ans)

alors que vous pourrez attirer l'attention d'une cible plus âgée sur Facebook (20 -70 ans).

Choisissez deux réseaux sociaux sur lesquels vous serez les plus pertinents et les plus efficaces au vu de votre cible.

Identifiez ensuite une ligne éditoriale claire : cherchez-vous à attirer des internautes qui vous connaissent déjà ou qui n'ont jamais entendu parler de vous ? Pour ce faire, quelles actions allez-vous mettre en place ? Comment créer une communauté et l'entretenir ?  
Quelle stratégie adopter ?

Pour définir votre stratégie et votre plateforme de marque, inspirez vous de Gary Vaynerchuk, un entrepreneur américain que l'on considère aujourd'hui comme l'un des pionniers des réseaux sociaux.

Gary V préconise d'agir comme le ferait un boxeur ("Jab, Jab, Jab, Right Hook"), c'est à dire petits coups par petits coups, en feignant et en esquivant, avant de passer à un crochet du droit bien réfléchi. Si on rapporte l'analogie aux réseaux sociaux :

- Le Jab doit être une action engageante destinée à déclencher une émotion, une interaction avec vos fans ou followers (réactions, commentaires, partages)
- Le Right Hook quant à lui, consiste en un contenu promotionnel cherchant à vendre, inviter les internautes à participer à un concours ou à prendre part à une action très engageante comme l'abonnement à votre newsletter, par exemple. Il s'agit d'une demande explicite faite à vos fans ou followers.



Gardez à l'esprit que vous devez **toujours être en interaction avec votre communauté**, une fois celle-ci constituée. Proposez des contenus pertinents, engageants, et donnant envie à **votre cible de vous soutenir**, de vous encourager, ou bien de se rendre dans votre établissement ou sur votre site internet. Ainsi, vous pourrez maximiser vos chances de développer votre CA et de donner encore plus de visibilité à votre entreprise.