

**Le Cabinet ACDL Expertise vous informe :**

## **Réseaux sociaux : 6 conseils pour se lancer**

**Les réseaux sociaux se sont imposés dans la vie des entreprises mais toutes n’y sont pas pleinement actives. Pourtant ils peuvent offrir des avantages non négligeables. Voici six conseils pour se lancer.**

70% des PME et ETI possèdent un compte sur l’un des grands cinq réseaux sociaux (Facebook, Twitter, Youtube, Instagram, LinkedIn) selon l’étude de Bpifrance « [PME-ETI et réseaux sociaux : des espaces virtuels aux opportunités réelles](#) » publiée en décembre. Mais seulement un tiers sont réellement actives. Un paradoxe qui tient à un frein principal : le manque de temps évoqué par 84% des dirigeants de PME et ETI, qui n’ont pas forcément de services marketing ou communication dédiés. Etre prêt à s’investir sur la durée reste ainsi la condition première pour tirer au mieux bénéfice des réseaux sociaux.

### **Conseil n°1: définir une stratégie claire sur les réseaux sociaux**

Définir une stratégie claire est une étape préliminaire essentielle. Pourtant elle est négligée par plus de deux tiers des PME et ETI interrogées. Prospection, recherche de visibilité, recrutement, relation client, veille concurrentielle... ciblez des objectifs et priorisez les actions à mener pour atteindre des résultats définis à l’avance (nombre de publications par semaine et d’abonnés à atteindre...).

C’est aussi le moment de se poser les bonnes questions : quelle ma cible ? Quel ton adopter dans les publications ? À quelle fréquence publier ? Adopter une ligne éditoriale cohérente et uniformisée, que vous pouvez formaliser dans une charte, facilitera la reconnaissance de votre entreprise sur les réseaux.

### **Conseil n°2 : choisir le bon réseau**

Optez pour une ou deux plateformes maximum, les plus adaptées à votre secteur d’activité et aux objectifs fixés. Demandez-vous sur quel réseau se trouve votre cible : Facebook sera recommandé pour le grand public et entretenir une relation client quand LinkedIn est plus adapté pour s’adresser à une communauté de professionnels et dénicher de futurs talents.

Au moment de vous lancer, n’oubliez pas : le réseau social est votre vitrine. Votre profil doit être complet avec une présentation détaillée de votre activité et une bonne mise en valeur de vos savoir-faire.

### **Conseil n°3 : cibler de potentiels clients**

Grâce aux outils de recherche, vous pouvez identifier vos abonnées qui se rapprochent le plus du prospect idéal. Ciblez par exemple ceux qui « like » vos publications Facebook ou partagent des intérêts et des contacts communs sur LinkedIn. Si des clients peuvent venir à vous, n’hésitez pas à engager le

dialogue en utilisant les messages privés. En Intégrer également les groupes de discussion qui concernent votre secteur d'activité vous permettra d'élargir votre réseau et d'asseoir votre notoriété.

## À LIRE AUSSI

### Organiser un événement pour communiquer davantage

#### **Conseil n°4 : Rester à l'écoute de votre communauté**

Plus votre communauté sera grande, plus votre crédibilité le sera également. Il faut susciter de l'attente et varier les contenus (photos, vidéos, articles) pour fidéliser une communauté et lui donner l'envie de partager vos contenus. Cette proximité vous permettra d'être au plus près des attentes. Vous pouvez solliciter votre communauté pour avoir des retours et avis sur vos derniers produits et services. Sortez des publications purement promotionnelles et aborder l'environnement de votre marque plutôt que la marque elle-même. Cela créera un climat de confiance en dehors d'un cadre strictement publicitaire. Et n'oubliez pas de répondre à toutes les réclamations dans un délai rapide.

#### **Conseil n°5 : développer votre visibilité**

Etre plus visible et développer sa e-réputation ne se limite pas qu'au partage de contenus pertinents. C'est aussi sponsoriser des posts. Investir dans du contenu payant peut également servir votre [marque employeur](#) et attirer de futurs collaborateurs. Selon l'étude Bpifrance, 80 % des PME et ETI investissent moins de 10 000 euros par an pour les réseaux sociaux et 40% n'y consacrent aucun budget. Pour quelques centaines d'euros, vous pouvez augmenter la visibilité de vos publications en apparaissant dans les fils d'actualité de votre audience.

#### **Conseil n°6 : faire de la veille**

Réaliser une veille sur les réseaux sociaux est un bon moyen pour anticiper l'évolution du secteur, surveiller la concurrence ou connaître les dernières innovations technologiques. Il est conseillé de faire au moins une veille par semaine. Pour vous retrouver dans la multitude d'informations disponibles, organisez et classez votre veille en fonction des thématiques qui vous intéressent. Des outils de veille spécialisés permettent d'automatiser vos recherches. Parmi les principaux, on retrouve Hootsuite, Mention, Talkwalker, ou encore Google Alerts.

**Les collaborateurs du cabinet se tiennent à votre disposition pour tout renseignement complémentaire.**

Votre expert-comptable : Guillaume GAHIDE 03.27.62.18.11 / ggahide@acdl.fr