

COMPRENDRE LES RESEAUX SOCIAUX

Les réseaux sociaux sont devenus aujourd'hui indispensables pour les marques, les organisations, les festivals, les compagnies, les salles de spectacle, de concert ou de théâtre qui souhaitent communiquer et créer une communauté. Avec les réseaux sociaux, il est plus facile de partager du contenu, et de générer du trafic. Ils peuvent ainsi renvoyer leur communauté vers une billetterie, un programme, un évènement ...

Une présence sur les médias sociaux permet de définir l'image de la marque et de partager des contenus avec les internautes. Il est nécessaire de faire des choix stratégiques en définissant les bons réseaux en fonction du public ciblé, de l'image de la marque et du secteur d'activité. Les réseaux sociaux offrent aujourd'hui une force de frappe plus importante que certains médias.

Les communautés sur les réseaux sociaux permettent de créer des liens, de partager des centres d'intérêt, des habitudes, des opinions et des valeurs communes. Pour être définis comme communauté, les membres doivent pouvoir s'exprimer et créer du contenu, mais aussi connaître leurs points communs et leurs envies communes.



Aujourd'hui, plus de 3,8 milliards d'utilisateurs dans le monde sont actifs sur les réseaux sociaux, dont 60 millions en France. En France, on peut compter 60% d'utilisateurs actifs sur les différents médias sociaux, le tout pour une consultation moyenne de 1h40 par jour (tous réseaux confondus, certains sont utilisés plus longtemps que d'autres).

Pour s'implanter sur les réseaux sociaux, il est primordial de définir une stratégie pour toucher une communauté. L'avantage d'une communauté est de générer du soutien, fédérer autour d'une action, d'une organisation.

Fiche réalisée par Anna Jalabert et Valentin Mamichel

RÉSEAUX							
	39 M.	51 %		Moins de 25 ans	L - M - M - J V - S - D	9h - 15h 18h	Créer une communauté Relayer l'information
	21 M.	54 %		16-25 ans	L - M - M - J V - S - D	7h - 9h 17h - 18h	Mettre en avant son activité Se rapprocher de sa communauté
	13 M.		60 %	Moins de 34 ans	L - M - M - J V - S - D	7h - 9h - 12h 15h - 17h - 18h	Relayer l'information Créer et partager du contenu viral
	13 M.	70 %		Plus de 34 ans	L - M - M - J V - S - D	20h - 23h	Donner de la visibilité Amener du Trafic
	22 M.	54 %		18-34 ans	L - M - M - J V - S - D	22h - 01h	Créer et partager du contenu viral Se rapprocher de sa communauté
	11 M.	67 %		11-24 ans	L - M - M - J V - S - D	Après 17h	Créer et partager du contenu viral Se rapprocher de sa communauté
	20 M.		52 %	34-55 ans	L - M - M - J V - S - D	8h - 10h 17h - 18h	Mettre en avant son activité Relayer l'information
	17,5 M.		81 %	18-34 ans	L - M - M - J V - S - D	19h - 20h	Créer une communauté (live) Se rapprocher de sa communauté
	46,5 M.	70 %		18-34 ans	L - M - M - J V - S - D	19h - 23h	Mettre en avant son activité Amener du Trafic

Focus



FACEBOOK, LE MEDIA DE MASSE

Réseau idéal pour créer des communautés et générer des échanges même si de plus en plus de personnes s'en détachent (moins de 25 ans). Facebook possède Instagram et Whatsapp. Quand on pense à Facebook on pense aux pages, cependant les groupes privés sont très utilisés pour la notion de communauté. **C'est un outil très puissant pour toucher un public large et varié.**

1,8 millions de likes distribués chaque minute.

82% des internautes préfèrent les vidéos en live (12 fois plus d'engagement que les formats vidéo classiques).

La durée de vie d'un post sur ce réseau est de 5h.

Plus de 2,7 milliards d'utilisateurs dans le monde et 39 millions en France (58% de la population).



INSTAGRAM, LE MEDIA DE L'IMAGE

Réseau de l'esthétique et de l'influence, basé sur le visuel. Certaines thématiques sont davantage mises en avant comme : la mode, le voyage, la beauté, l'architecture ou encore la nourriture. La communication est diversifiée sur ce réseau et permet d'être créatif en ayant une communication décalée. **C'est un outil très puissant pour partager avec une communauté.**

L'engagement est 100 fois supérieur à celui de Facebook.

60% des inscrits disent y avoir découvert un produit ou un service qu'ils suivent désormais.

La durée de vie d'un post sur ce réseau est de 21h.

Plus de 1,1 milliard d'utilisateurs dans le monde et 21 millions en France (31% de la population).



TWITTER, LE MEDIA DE L'IMMEDIAT

Réseau de la spontanéité, basé sur l'affinité et les centres d'intérêts. Il est nécessaire de le privilégier pour réagir en temps réel ou pour prendre part à des débats. C'est aussi le réseau sur lequel des idées simples peuvent émerger rapidement grâce à l'outil de partage « Retweet ». **C'est un outil très puissant pour les relations publiques et spontanées.**

500 millions de tweets sont envoyés chaque jour.

Les tweets avec des photos sont 2 fois plus partagés.

La durée de vie d'un post sur ce réseau est de 18 minutes.

Plus de 326 millions d'utilisateurs dans le monde et 13 en France (19% de la population).



LINKEDIN, LE MEDIA DE L'IMAGE « PRO »

Réseau des professionnels en ligne. Il permet de faciliter la rencontre entre les demandeurs d'emploi et les recruteurs, mais aussi de développer son réseau. Il fonctionne sur le principe de connexion (système de graduation : 2ème = connexion et 3ème = connexion d'une connexion). **C'est un outil très puissant pour tout ce qui gravite autour de la vie professionnelle.**

2,8 millions de visiteurs uniques quotidiens.

0,8 million d'entreprises françaises sont présentes sur la plateforme.

La durée de vie d'un post sur ce réseau est de 24h.

Plus de 740 millions d'utilisateurs dans le monde et 20 millions en France (29% de la population).

