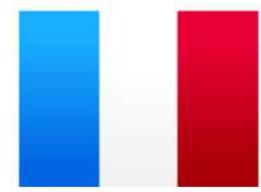




# Guide des Réseaux Sociaux 2022

Relevés Formats



VOUS AIMEZ NOS INFOGRAPHIES?

Passez à l'étape supérieure avec :  
notre nouvelle formation  
**Réseaux Sociaux !**

## FORMATION **SOCIAL BOOST PRO**

**CE QUE VOUS ALLEZ APPRENDRE  
PENDANT 4 SEMAINES :**

 **La maîtrise des plateformes**  
leurs audiences et leur fonctionnement



 **Le choix des réseaux sociaux**  
et la définition d'une stratégie de publication



 **Développer vos ventes**  
sur les réseaux sociaux



 **L'analyse des résultats**  
et le compréhension des indicateurs clé



 **Le développement d'une communauté**  
et d'une e-réputation



**DÉCOUVREZ LA FORMATION  
RÉSEAUX SOCIAUX D'E-COMMERCE NATION**



**Soyez  
opérationnel  
et autonome  
dès votre fin  
de formation !**



Cas pratiques



Rendez-vous avec  
des experts



Accompagnement  
personnalisé



**Avec notre formation  
e-learning,  
passez d'utilisateur  
à social marketer !**



**Qualiopi**  
processus certifié  
REPUBLIQUE FRANÇAISE



Reconnue, Certifiée et  
100% financable

 **Formation financable  
à 100%**



**Flexible et en ligne  
apprenez à votre  
rythme**



**Coaching individuel  
et collectif**  
vous êtes accompagné(e)  
du début à la fin de votre  
formation par des  
Experts Social Média.



**Accès au canal  
communautaire**



# Monde

Chiffres clés des réseaux sociaux

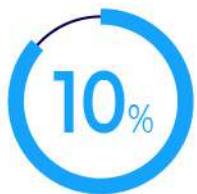
Relevés Formats

## Audience

### UTILISATEURS ACTIFS

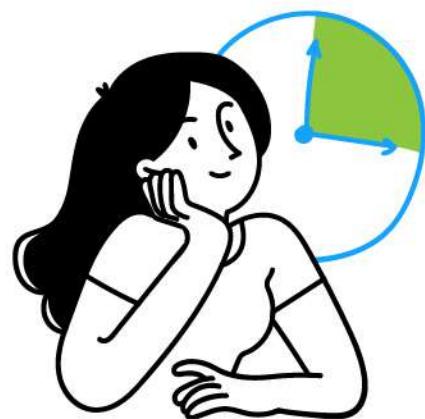
**4,62** milliards mensuels

58% de la population mondiale



### CHIFFRES CLÉS

d'augmentation d'utilisateurs des médias sociaux l'année dernière



**13,5** nouveaux utilisateurs chaque seconde

**7,5** réseaux sociaux utilisés par mois et par personne

### RÉPARTITION PAR GENRE

femmes

**46%**



**54%** hommes



### TikTok

était l'application mobile la plus téléchargée en 2021

### PLATEFORMES PRÉFÉRÉES DES INTERNAUTES

**15,7%** **WhatsApp**  
Messagerie instantanée



**14,8%** **Instagram**  
Partage de photos et de vidéos



**14,5%** **Facebook**  
Partage de photos et de vidéos



## Top 10 Réseaux sociaux ...

**1.** **Facebook**  
Américain - 2004

**2.** **YouTube**  
Américain - 2005

**3.** **WhatsApp**  
Américain - 2009

**4.** **Instagram**  
Américain - 2010

**5.** **Wechat**  
Chinois - 2011

**6.** **TikTok**  
Chinois - 2016

**7.** **Messenger**  
Américain - 2011

**8.** **Douyin**  
Chinois - 2016

**9.** **QQ**  
Chinois - 1999

**10.** **Sina Weibo**  
Chinois - 2009



# France

## Chiffres clés des réseaux sociaux

Relevés Formats

### Audience

#### UTILISATEURS ACTIFS

**52,6 millions** mensuels

80% de la population

#### CHIFFRES CLÉS

+6%

d'augmentation d'utilisateurs par rapport à l'année dernière



**1h 46**

en moyenne tous les jours

+5

minutes par rapport à l'année dernière

53%

des internautes Français de 16-64 ans utilisent les médias sociaux pour rechercher des informations concernant une marque ou un produit

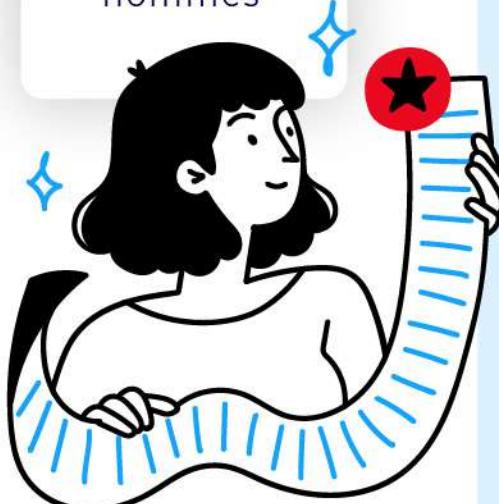
#### RÉPARTITION PAR GENRE

femmes

51%



49% hommes



#### PLATEFORMES PRÉFÉRÉES DES INTERNAUTES

25,5% Facebook

Partage de photos et de vidéos



16,8% Instagram

Partage de photos et de vidéos



11,3% WhatsApp

Messagerie instantanée



### Top 10 Réseaux sociaux ...

- 1 · YouTube Américain - 2005

- 2 · Facebook Américain - 2004

- 3 · Messenger Américain - 2011

- 4 · WhatsApp Américain - 2009

- 5 · Instagram Américain - 2010

- 6 · Snapchat Américain - 2011

- 7 · TikTok Chinois - 2016

- 8 · Twitter Américain - 2006

- 9 · Pinterest Américain - 2010

- 10 · LinkedIn Américain - 2002



# facebook

Le leader des réseaux sociaux

## Audience

### UTILISATEURS ACTIFS

**40 millions**  
mensuels



### CHIFFRES CLÉS

des top e-commerce disposent d'une page Facebook



### TRANCHE D'ÂGE

des utilisateurs quotidiens représentent la tranche 25-49 ans.

### RÉPARTITION PAR GENRE

femmes

**51%**



**49%**

hommes

## Objectifs

### Construire

une communauté et la fidéliser



### Déployer un canal

de vente en ligne supplémentaire<sup>1</sup>



### Mettre en avant

vos produits et développer vos ventes en ligne



### Mettre en place

des campagnes marketing ciblées et attractives avec la publicité



Relevés

Formats

## Conseils



Publiez des contenus visuels : vidéos et images<sup>2</sup>



Misez sur des publications qui incitent à la réaction des internautes<sup>3</sup>



Utilisez la publicité en ligne Facebook Ads pour être visible



Utilisez Facebook Live pour être en direct avec votre communauté

1. qui peut répondre à un usage ou des habitudes de consommation d'une partie de vos prospects

2. La vidéo : ce sont les types de contenus qui se partagent le plus

3. messages courts et de l'humour

## Outils Facebook



### Facebook Ads

Outil de promotion



### Facebook Shops

Plateforme e-commerce



### Facebook Insight

Reporting d'audience



### Facebook Pixel

Mesurer des résultats



### Facebook IQ

Analyses d'audience



### Facebook Live

données et analyses sur le comportement / conseils marketing

## Les comptes à suivre



**ManoMano**

J'aime



**Carrefour**

J'aime



**Musée du Louvre**

J'aime

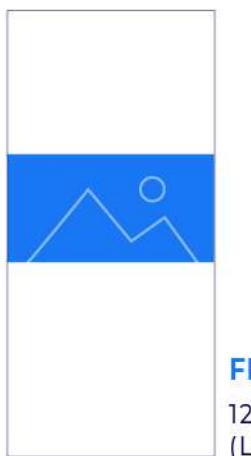


**Amazon Prime Video**

J'aime



## IMAGES



**FEED**  
1200\*630  
(Landscape)



**PANORAMA**  
30,000  
pixels min.



**FEED +  
RIGHT  
COLUMN +  
ARTICLES +  
MARKETPLACE  
ADS**  
1080\*1080



**STORIES**  
(organic & ads)  
1080\*1920

## PROFIL COVER

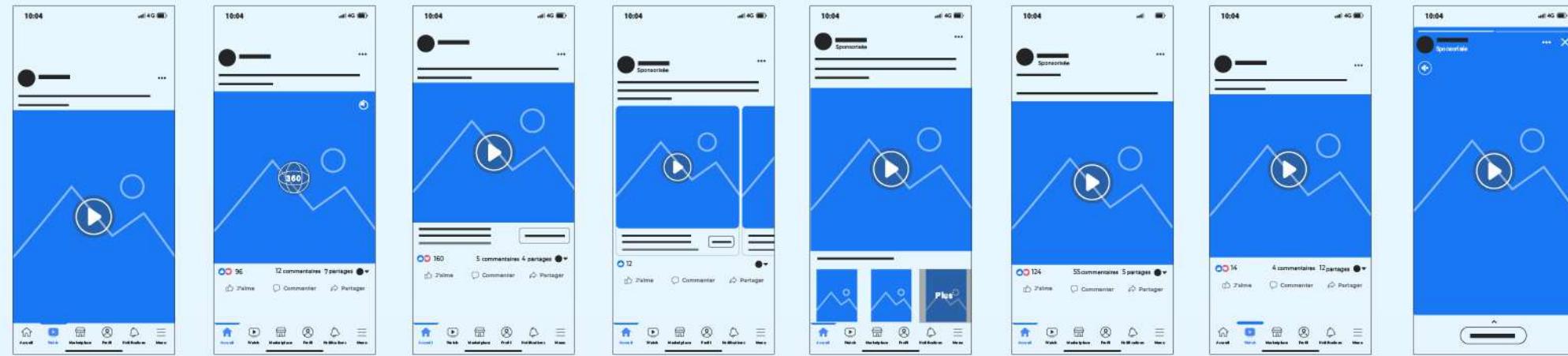
820\*312

## PROFILE PHOTOS

180\*180



## VIDÉOS



### POSTS FIL FACEBOOK

### VIDÉO 360°

### FIL FACEBOOK (ads)

### CARROUSEL (ads)

### COLLECTION (ads)

### INSTANT EXPERIENCE (ads)

### DIAPORAMA (ads)

### STORIES (organique & ads)

RATIOS	16:9 (paysage), 4:5 (verticale), 1:1 (carrée)	2:1 (monoscopique), 1:1 (stéréoscopique)	16:9 (paysage), 4:5 / 9:16 (verticale), 1:1 (carrée)	1:1 (carrée)	1:1 (carrée)	9:16 (verticale)	16:9 (paysage), 4:5 (verticale), 1:1 (carrée)	9:16 (verticale)
RÉSOLUTION PRÉCONISER	1280*720 720*1280	5120*2560 5120*5120	1920*1080 1080*1920 1080*1350 1080*1080	1080*1080	1080*1080	720*1280	1200*720 1080*1350 1080*1080	1080*1080 1080*1920
TAILLE MAX.	4GB	10GB	4GB	4GB	4GB	4GB	4GB	4GB
EXTENSION DE FICHIER	MP4 / MOV	MP4 / MOV	MP4 / MOV	MP4 / MOV	MP4 / MOV	MP4 / MOV	MP4 / MOV	MP4 / MOV
DURÉE MAX.	8 hours	30 minutes	4 hours	4 hours	2 hours	2 minutes (end-to-end)	15 seconds	2 minutes
IMAGES /SECONDE	30	30	30	30	30	30	30	30



# Instagram

La photographie sur les Réseaux sociaux

Relevés Formats

## Audience

### UTILISATEURS ACTIFS

**22**

millions  
mensuels



**81%**  
TRANCHE D'ÂGE  
des utilisateurs quotidiens représentent la tranche 16-25 ans.



**81%**  
CHIFFRES CLÉS  
utilisent Instagram pour découvrir des produits et services

### RÉPARTITION PAR GENRE

femmes

**54%**



**46%**

hommes

## Objectifs

### Mettre en valeur

votre activité et votre identité visuelle



### Toucher

un public jeune



### Faire connaître

ses produits



### Se rapprocher

de sa communauté



### Faire du marketing

d'influence



[www.ecommerce-nation.fr](http://www.ecommerce-nation.fr)

## Conseils



Mettre ses produits en situation



Avoir une identité visuelle assez forte<sup>1</sup>



Faire preuve d'authenticité et de spontanéité<sup>2</sup>



Miser sur la qualité des hashtags et pas sur la quantité<sup>3</sup>



Faire des jeux concours



Communiquer au travers d'influenceurs

1. avec des photos de qualité
2. en utilisant les stories ou les Lives Instagram
3. pour être plus facilement retrouvé

## Outils Instagram



### Instagram Shopping

Téléchargez votre catalogue



directement sur vos photos, télécharger votre catalogue sur Facebook, et Instagram l'importera



### Instagram Business

Faire de la publicité



2 types d'annonces : publication ou story. Nb : vous devez avoir 10 000 followers pour ajouter des liens dans vos publications



### Favikon

Cibler, évaluer et contacter des influenceurs



### Mojo

Créer des stories créatives



### InShot

Monter facilement vos vidéos

## Les comptes à suivre



### Respire

Soins d'hygiène solides et naturels

[S'abonner](#)



### Back Market France

Électronique

[S'abonner](#)



### Burberry

Vêtements (Marque)

[S'abonner](#)



### Michel et Augustin

Croquez la vie comme un cookie

[S'abonner](#)



# Instagram

La photographie sur les Réseaux sociaux

Relevés Formats

## IMAGES



**FEED  
(organic & ads)  
& CAROUSELS**

1080\*566  
(Landscape)  
1080\*1350  
(Portrait)  
1080\*1080  
(Square)



**STORIES**

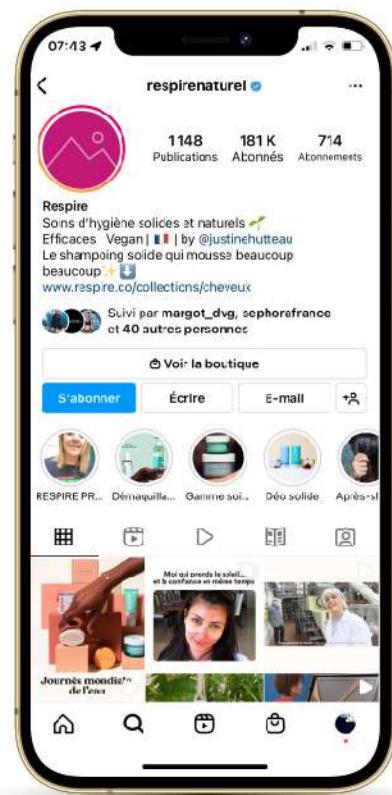


**REELS  
& IGTV**

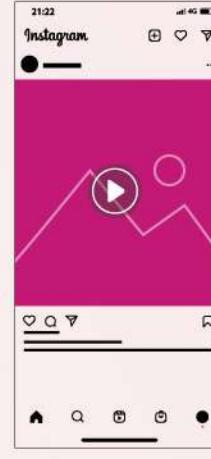
1080\*1920

## PROFILE PHOTOS

320\*320



## VIDÉOS



**IN-FEED**



**IN-FEED  
(ads)**



**CAROUSEL  
(ads)**



**STORIES**



**REELS**



**IGTV**

RATIOS	1:1 (carrée) 16:9 (paysage) 4:5 (verticale)	1:1 (carrée) 16:9 (paysage) 4:5 (verticale)	1:1 (carrée)	16:9 (paysage)	16:9 (paysage)	16:9 (paysage)
RÉSOLUTION PRÉCONISER	1080*1080 1920*1080 1080*1350	1080*1080 1920*1080 1080*1350	1080*1080	1080*1920	1080*1920	1080*1920
TAILLE MAX.	4GB	4GB	4GB	4GB	4GB	3.6GB
EXTENSION DE FICHIER	MP4 / MOV	MP4 / MOV	MP4 / MOV	MP4 / MOV	MP4 / MOV	MP4 / MOV
DURÉE MAX.	60 seconds	60 seconds	60 seconds	15 seconds (organic) 2 minutes (paid)	30 seconds	1 heures
IMAGES /SECONDE	30	30	30	30	30	30




# twitter

Le réseau de l'actualité

## Audience

### UTILISATEURS ACTIFS

**12,8** millions mensuels



TRANCHE D'ÂGE  
des utilisateurs quotidiens représentent la tranche 25-34 ans.



CHIFFRES CLÉS  
des utilisateurs de 18 à 30 ans jugent Twitter le réseau social numéro 1 sur l'information

### RÉPARTITION PAR GENRE

femmes  
**40%**



**60%** hommes

## Objectifs



### Faire sa veille

et contrôler sa e-réputation



### Partager du contenu

de l'actualité et montrer son expertise



### Se rapprocher et interagir

avec sa communauté



### Améliorer sa visibilité

et profiter de la viralité du réseau



### Améliorer son image

de marque



Relevés Formats

## Conseils



Utiliser comme un support clientèle supplémentaire



Utiliser les hashtags populaires



Aller à l'essentiel<sup>1</sup>



Utiliser les contenus visuels<sup>2</sup>



Nécessite de la fréquence de publication



Comprendre le langage Twitter et son humour



Ne pas faire de publications commerciales

1. vous disposez de seulement 280 caractères

2. (image, gif et vidéo) pour se démarquer

## Outils Twitter

...



### Twitter for business

Créer et de diffuser vos campagnes publicitaires



### Tweetdeck

Gérer et de consulter plusieurs éléments de votre compte



### Buffer

Programmer et les publier à l'heure la plus performante du jour



### Audiense Connect

Créer un chatbot personnalisé pour échanger avec vos abonnés via des messages directs



### Talkwalker

Veille et analyse contrôler votre e-reputation

## Les comptes à suivre

...



### Netflix France

@NetflixFR

Suivre



### Decathlon

@Decathlon

Suivre



### Les produits Laitiers

@LesProLaitiers

Suivre



### Burger King

@BurgerKing

Suivre



**twitter**  
Le réseau de l'actualité



## IMAGES

### PROFIL PHOTOS

400\*400

### HEADER PHOTOS

1500\*500



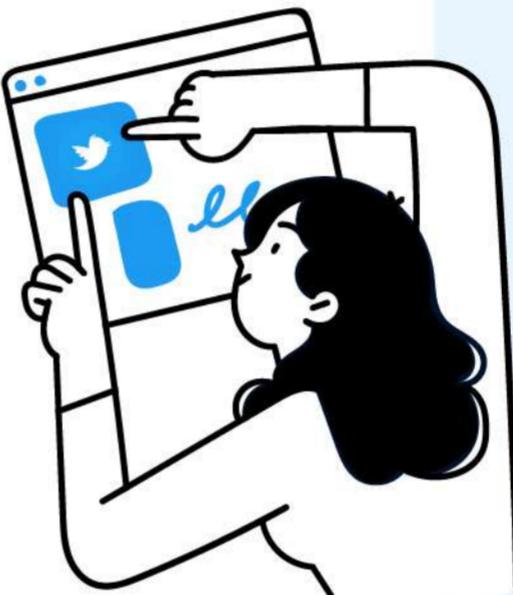
Relevés Formats

...

## VIDÉOS



...



### FEED

1600\*1900  
(Portrait)



### IN-FEED ADS

#### RATIOS

16:9 (paysage ou portrait)  
1:1 (carrée)

#### RÉSOLUTION PRÉCONISER

1280×720 (paysage)  
720×1280 (portrait)  
720×720 (carré)

#### TAILLE MAX.

512MB

#### EXTENSION DE FICHIER

MP4 / MOV

#### DURÉE MAX.

140 seconde

#### IMAGES /SECONDE

30 / 60

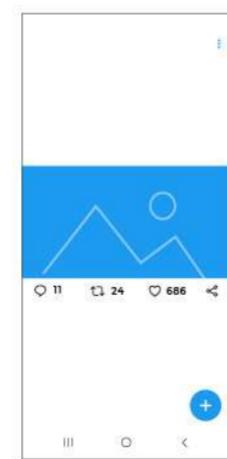
### WEBSITE APP CARD CAROUSELS

800\*418  
(Paysage)  
800\*800  
(Carré)



### MULTI-IMAGES

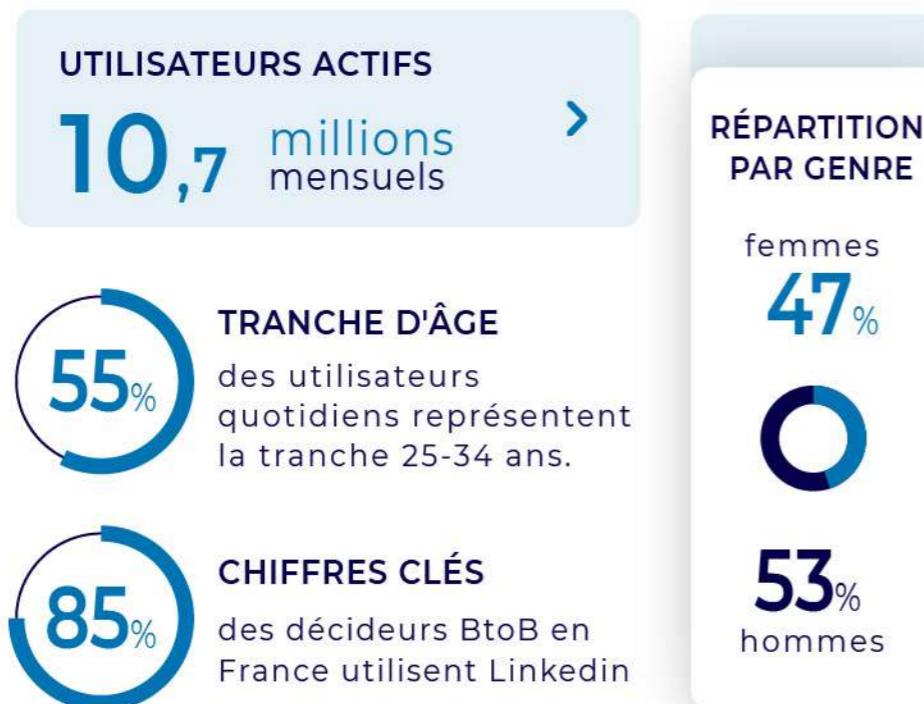
600\*335 min.  
(par image)





**LinkedIn**  
La plateforme professionnelle

## Audience



## Objectifs

- Faire de la prospection**  
et développer son réseau +
- Développer son personal branding** et l'employee advocacy +
- Promouvoir son activité**  
et montrer son expertise +
- Augmenter la visibilité**  
de son entreprise +
- Partager la vie de l'entreprise**  
et mettre en avant son équipe +
- Faire de la veille**  
et échanger / Recruter +

Relevés Formats

## Conseils

- Utiliser les hashtags dans vos publications<sup>1</sup>
  - Utiliser les contenus visuels<sup>2</sup>
  - Construire les posts pour générer de l'engagement et des commentaires
  - Soigner vos accroches<sup>3</sup>
  - Identifier les personnes impliquées dans votre publication
  - Avoir une bonne fréquence<sup>4</sup>
1. (entre 3 et 5 max.) en fonction de la cible et des centres d'intérêt
2. (image, vidéo et pdf) pour vous démarquer
3. (3 premières lignes) pour attirer l'attention
4. plusieurs posts par semaine

## Outils LinkedIn

- Sales Navigator**  
Prospection en ligne
  - + trouver rapidement les prospects les plus intéressants
- Campaign Manager**
  - 5 types de publicités
  - + allant des Text Ads au contenu sponsorisé
- Waalaxy**  
Automatiser la prospection
- Shield**
  - Veille et d'analyse
  - + analytics complètes pour votre compte LinkedIn

## Les comptes à suivre

- J'ai un pote dans la com**  
Médias en ligne . Paris [Suivre](#)
- Cultura**  
Commerce de détail . Mérignac Nouvelle-Aquitaine [Suivre](#)
- Norauto France**  
Industrie automobile . SAIN-GENIN-MELANTOIS [Suivre](#)

## Sans oublier 😊

- E-Commerce Nation - Web Media & Centre de Formation**  
Internet . Caen, Calvados [Suivre](#)



Relevés Formats



## IMAGES

## PROFIL PHOTOS / COMPANY LOGO

400\*400

## PROFILE COVER PHOTOS

1584\*396



## FEED

1200\*627  
(Portrait)

## VIDÉOS



## SHARED

1:2.4  
2.4:1800\*1920  
1920\*800

5GB

9:16  
1:1 (carré)  
16:9 (paysage)1080\*1920  
1080\*1080  
1920\*1080

200MB

MP4 / MOV  
MKV

60

MP4

30

## COMPANY PAGE

1128\*191  
(couverture de la page)1128\*376  
(onglet vie principale)502\*282  
(modules personnalisés de l'onglet "vie")900\*600  
(photos d'entreprise)60\*60  
(logo carré)

## ADS

100\*100 (taille du logo de la société)  
300\*250 (image de fond)  
1200\*627 (images de contenu sponsorisé)



BLOG POST  
1200\*627



100\*100 (taille du logo de la société)  
300\*250 (image de fond)  
1200\*627 (images de contenu sponsorisé)



# Pinterest

Les épingle au service des Réseau sociaux

Relevés Formats

## Audience

### UTILISATEURS ACTIFS

**10 millions**  
mensuels



**35%**  
TRANCHE D'ÂGE  
des utilisateurs  
quotidiens représentent  
la tranche 35-49 ans.



**55%**  
CHIFFRES CLÉS  
des inscrits utilisent  
Pinterest pour  
effectuer des achats

### RÉPARTITION PAR GENRE

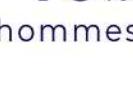
femmes

**60%**



hommes

**40%**



## Objectifs

### Amener du trafic

sur votre site web et améliorer votre SEO



### Mettre en avant

vos produits avec des visuels de qualité



### Cibler une clientèle

féminine



### Profiter de la durée

de rétention très forte



### Vendre

grâce aux nombreuses fonctionnalités



## Conseils



Insérer vos mots-clés  
dans le nom de votre  
tableau



Épingler du contenu  
régulièrement



Créer des visuels  
inspirants, de bonne  
taille et de qualité



Créer des tableaux  
collaboratifs afin  
de toucher de  
nouveaux visiteurs



Créer des épingle  
produit enrichies



Faire de la vidéo

## Outils Pinterest



### Pinterest Business

Faire de la publicité



### Tailwind

Programmation



+ gagner du temps et donne  
des informations sur  
votre audience



### Shop The Look

Cliquer / acheter



+ cliquer sur le produit et  
procéder directement à  
l'achat sur le site



### Try On

Essayage virtuel



+ la réalité augmentée  
permet aux utilisateurs  
d'essayer les produits

## Les comptes à suivre



IKEA France

ikeafrance

S'abonner



Danette France

danettefr

S'abonner



SNCF Connect

sncfconnect

S'abonner



Sézane

sezane

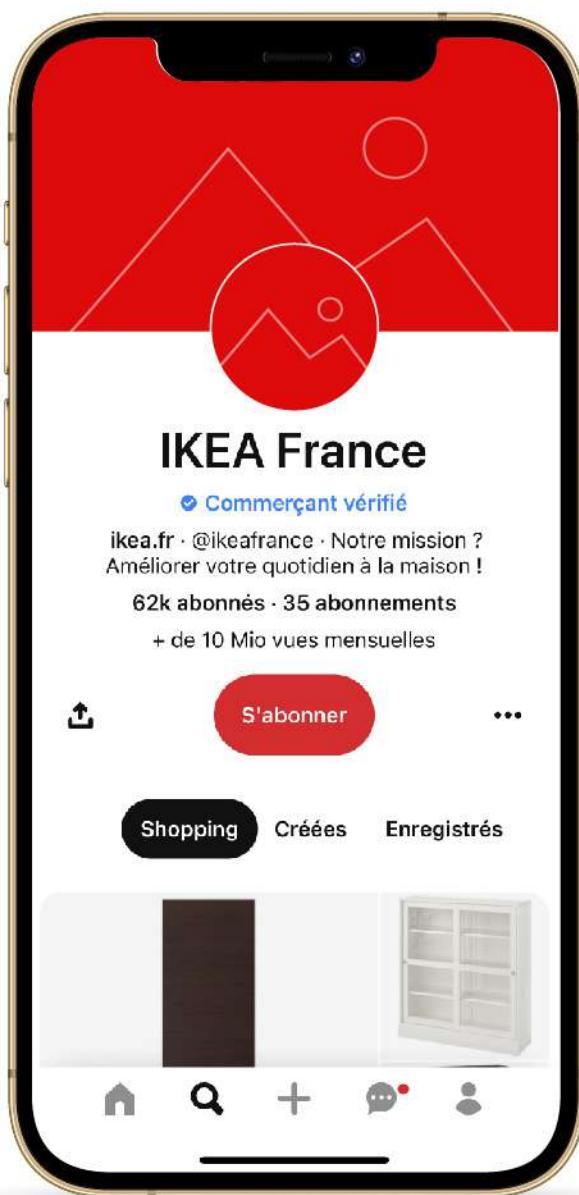
S'abonner



# Pinterest

Les épingles au service des Réseaux sociaux

Relevés Formats



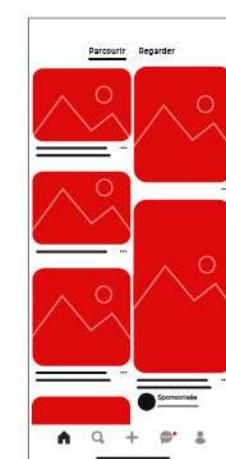
## IMAGES

### PROFIL PHOTOS

165\*165

### PROFIL COVER PHOTOS

800\*450



### FEED PINS / ADS / CAROUSELS

1000\*1500  
(Portrait)

1000\*1000  
(Square)

...



## VIDÉOS



### EPINGLES VIDÉO

#### RATIOS

1:1 (carrée) ou 2:3  
4:5 ou 9:16 (vertical)

#### RÉSOLUTION PRÉCONISER

1000\*1500  
1080\*1920

#### TAILLE MAX.

2GB

#### EXTENSION DE FICHIER

MP4 / MOV / M4V

#### DURÉE MAX.

15 minutes



**STORY PINS /  
FLEETS**  
1080\*1920



**INFOGRAPHIC  
PINS**  
1000\*3000



**COLLECTION  
PINS**  
1000\*1500  
(Portrait)  
1000\*1000  
(Square)



# YouTube

La plateforme vidéo

## Audience



## Objectifs

**Fonder et fédérer**  
une communauté

**Gagner en notoriété**  
et en viralité

**Valoriser votre référencement**  
et amener du trafic

**Montrer vos produits**  
en vidéo et en action

**Se rapprocher du consommateur**  
grâce à la vidéo

**Trouver**  
de nouveaux clients

Relevés Formats

## Conseils



Avoir une identité visuelle et être authentique



Avoir du bon matériel



Travailler bien vos mots-clés, vos titres et vos descriptions<sup>1</sup>



Attirer l'attention dès les premières secondes



Travailler ses miniatures



Structurer ses vidéos

1. pour que votre chaîne et vos vidéos soient facilement trouvables

## Outils Youtube

**YouTube Analytics**  
Statistiques détaillées

+ permet d'évaluer le succès de vos vidéos

**TubeBuddy**  
Diagnostic

+ qui examine votre vidéo pour voir si elle est bien configurée et optimisée pour générer des vues

**VidiQ**  
Gérer et optimiser

+ votre présence sur Youtube

## Les comptes à suivre



**Instant Gaming France**

283 vidéos

[S'ABONNER](#)



**Leroy Merlin**

1,1k vidéos

[S'ABONNER](#)



**Michelin**

266 vidéos

[S'ABONNER](#)



**Lidl France**

600 vidéos

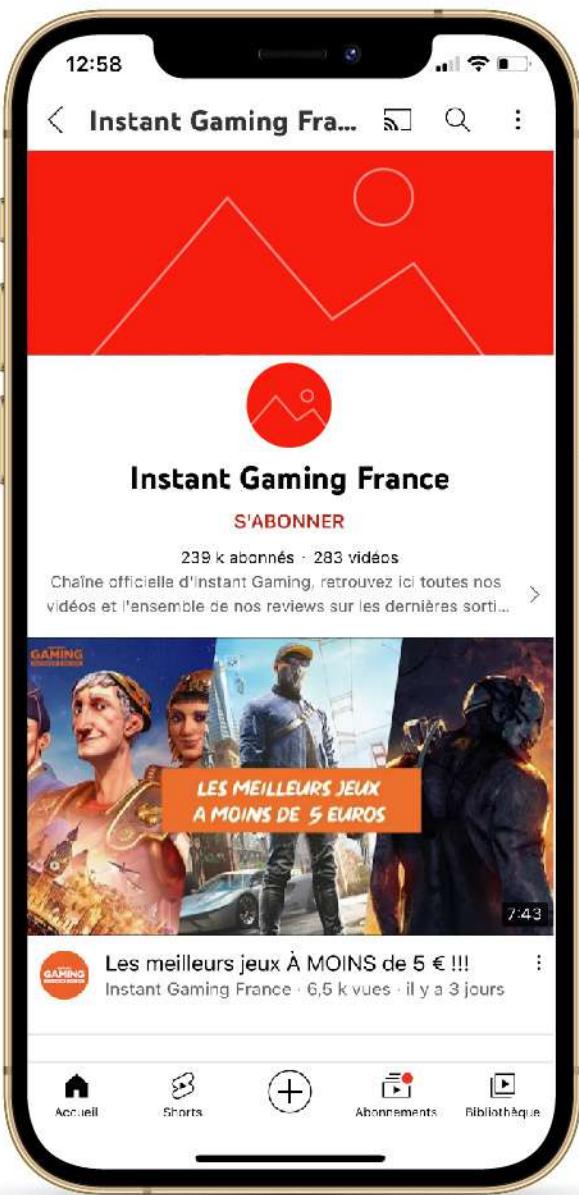
[S'ABONNER](#)





# YouTube

La plateforme vidéo



## IMAGES

### PROFIL PHOTOS

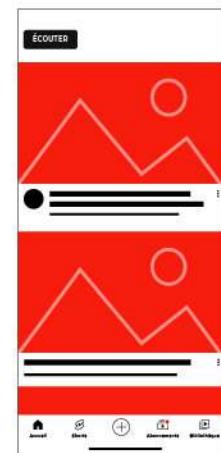
800\*800

### BANNER

2560\*1440

1235\*338

(taille du smartphone)



### MINIATURE

1280\*720



### FILIGRANE

150\*150



### ADS

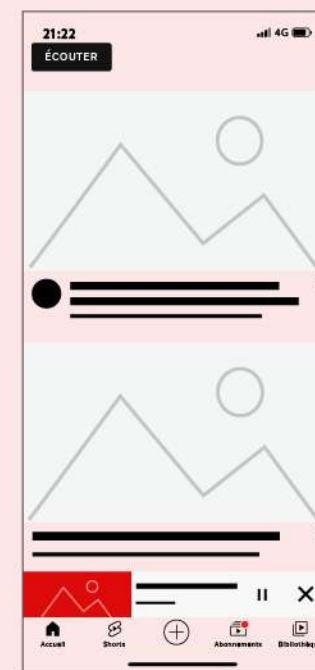
300\*250  
(display ad)

300\*60  
(display ad long)

480\*70  
(overlay ad)

Relevés Formats

## VIDÉOS



### EPINGLES VIDÉO

1:2.4  
2.4:1

800\*1920  
1920\*800

5GB

MP4 / MOV  
MKV

10 minutes

60

### EPINGLES VIDÉO

9:16  
1:1 (carré)  
16:9 (paysage)

1080\*1920  
1080\*1080  
1920\*1080

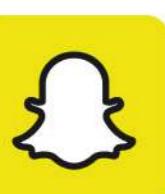
200MB

MP4

30 minutes

30





# Snapchat

Le réseau 100% mobile

Relevés Formats

## Audience

### UTILISATEURS ACTIFS

**22** millions mensuels



### TRANCHE D'ÂGE

des utilisateurs quotidiens représentent la tranche 13-24 ans.



### CHIFFRES CLÉS

des 15-24 ans visitent quotidiennement le réseau social

### RÉPARTITION PAR GENRE

femmes

**53%**



hommes

**47%**

hommes

## Objectifs

**Vous rapprocher**  
de votre communauté



**Toucher une cible**  
jeune



**Créer et partager**  
du contenu viral



**Proposer**  
des contenus créatifs



**Mettre en avant**  
vos produits



## Conseils



Snapchat met beaucoup de filtres à disposition de ses utilisateurs, profitez-en !



Le contenu de Snapchat est temporel, publier plusieurs fois par semaine



Les vidéos génèrent plus d'engagement que les autres formats



Faire de la publicité pour promouvoir son activité



Faire appel à des influenceurs

## Outils Snapchat



**Story Studio**  
Éditer ses vidéos



**Snapchat Trends**  
Trouver les thématiques



+ les plus populaires du moment sur l'application

## Les comptes à suivre



**NBA** \*  
nba . Ligue sportive



**Toyota France** ✓  
Économie



**Ben & Jerry's** ✓  
Marque



**L'Oréal Paris** ✓  
Société / Entreprise



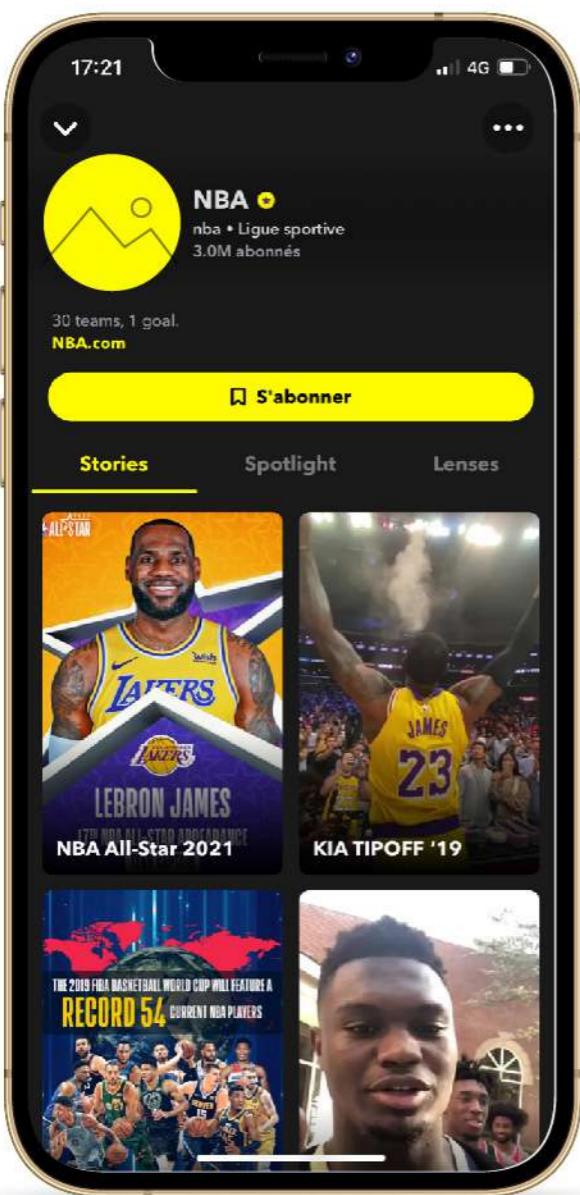


# Snapchat

Le réseau 100% mobile

Relevés

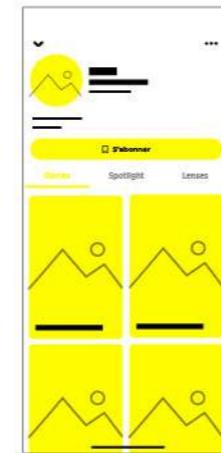
Formats



## IMAGES

### LOGO POUR VIGNETTE DE MARQUE

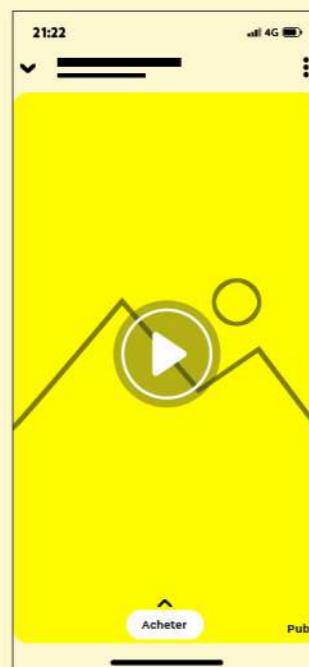
993\*284



### POSTS / ADS

1080\*1920

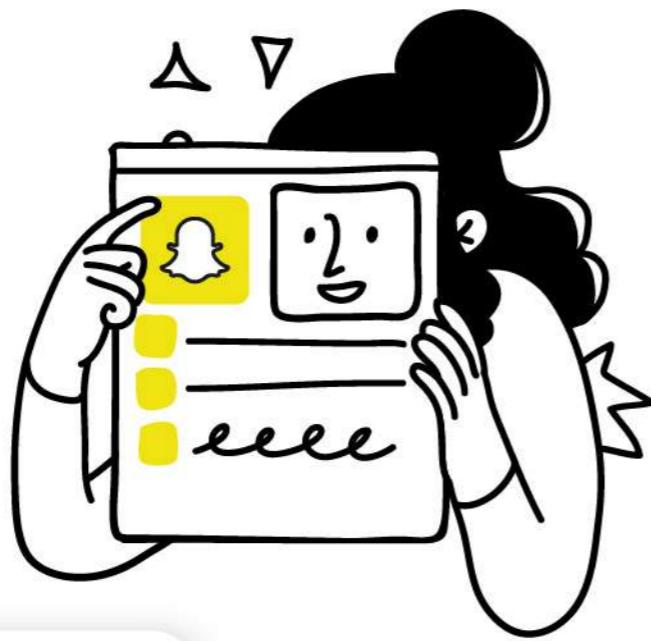
## VIDÉOS



### PUBLICITÉ VIDÉO UNIQUE

RÉSOLUTION PRÉCONISER	RATIOS
1080*1920	9:16
1080*1920	16:9
32MB	1GB
MP4 / MOV	MP4 / MOV
10 seconds	180 seconds

### PUBLICITÉ FORMULE LONGUE





# TikTok

Le réseau social qui monte

## Audience

### UTILISATEURS ACTIFS

**14,9 millions** mensuels



### TRANCHE D'ÂGE

des utilisateurs quotidiens représentent la tranche 16-25 ans.



### CHIFFRES CLÉS

1 milliard d'utilisateurs dans le monde

### RÉPARTITION PAR GENRE

femmes **56%**



hommes **44%**

## Objectifs



### Proposer des challenges

pertinents pour votre entreprise



### Se rapprocher

de votre clientèle jeune



### Créer et partager

du contenu viral



### Profiter du fort taux

d'engagement



### Proposer des contenus

créatifs et humoristiques



### Humaniser

votre entreprise



Relevés

Formats

## Conseils



TikTok propose beaucoup d'effets, profitez-en donc pour créer des vidéos de qualité



Faites des concours : il est possible d'offrir des cadeaux sur le réseau<sup>1</sup>



Ne soyez pas trop sérieux, TikTok est fait pour être divertissant



Suivre les tendances<sup>2</sup>



Interagir avec les influenceurs

1. Attirez donc de nouveaux membres à votre base de followers par ce moyen.

2. notamment les musiques et hashtags populaires, pour gagner en viralité

## Outils TikTok



### TikTok Analytics

Suivre les performances



de votre compte et mieux connaître vos abonnés



### TikTok Shopping

Fonctionnalité e-commerce



en partenariat avec Shopify qui permet d'acheter des produits directement depuis la plateforme



### TikTok Live

Interagir en temps réel

## Les comptes à suivre



### @privatesportshop

The best deals (ever) in sports !

S'abonner



### @laredoute

Vos inspirations mode & déco

S'abonner



### @merci handy

On rend des produits ordinaires extraordinaires

S'abonner

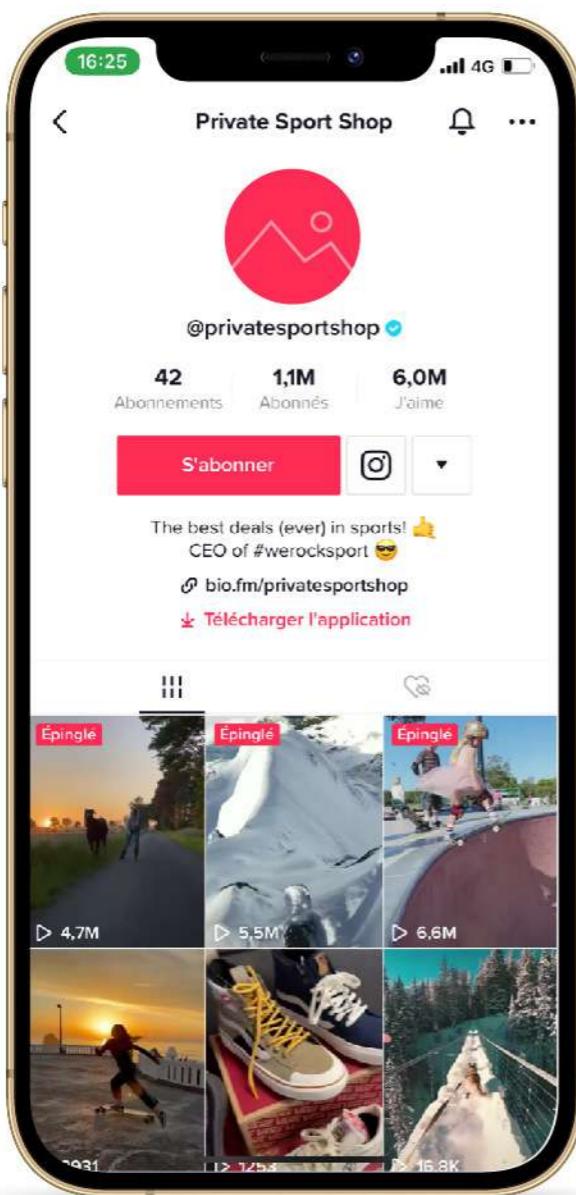


### @crocs

If you ain't you ain't

S'abonner

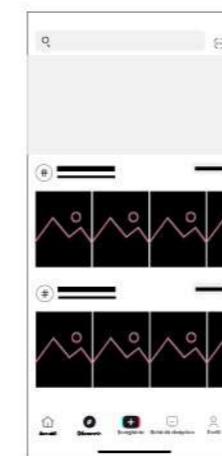




## IMAGES

### PHOTOS DE PROFIL

100\*100



### PHOTO DE STORIES

1080\*1920



## VIDÉOS



### IN-FEED

### IN-FEED (Ads)

RÉSOLUTION PRÉCONISER	RATIOS		
1080*1920	9:16		
1080*1920	1:1		
1080*1920	16:9		
1080*1920		1080*1920	
1080*1920		1080*1080	
1080*1920		1920*1080	
TAILE MAX.		287.6MB	500MB
EXTENSION DE FICHIER		MP4 / MOV	MP4 / MOV / AVI
DURÉE MAX.		60 seconds	60 seconds
IMAGES /SECONDE		40	40



# WhatsApp

La 1<sup>er</sup> messagerie instantanée

## Audience

### UTILISATEURS ACTIFS

**24** millions  
mensuels



### TRANCHE D'ÂGE

des utilisateurs quotidiens représentent la tranche 15-24 ans.



### CHIFFRES CLÉS

app. la plus téléchargée en France en 2021, derrière TousAntiCovid et devant TikTok

### RÉPARTITION PAR GENRE

femmes

**48%**



**52%**

hommes

## Objectifs



### Se rapprocher

de votre clientèle



### Utiliser l'application

comme service client



### Répondre plus rapidement

et personnaliser la conversation



### Relayer

vos informations



### Mettre en avant

vos services et vos produits



Relevés

Formats

## Conseils



Partager toutes les informations pertinentes de votre entreprise<sup>1</sup>



Créer un site vitrine e-commerce avec Catalogue<sup>2</sup>



Privilégier vos clients fidèles en leur envoyant des offres personnalisées et des conseils



Partager vos nouveautés avec "Statuts"<sup>3</sup>



Segmenter votre répertoire<sup>4</sup>

1. (nom, logo, coordonnées, actualités...) sur WhatsApp business

2. via l'application WhatsApp Business pour mettre en avant vos produits

3. Une sorte de story qui apparaît dans un onglet à côté des conversations et qui durent 24 heures

4. afin d'envoyer des messages et des offres personnalisés

## Outils WhatsApp



### WhatsApp business

Interagir en toute simplicité

+ avec vos clients. Présenter vos produits et services pour les besoins des propriétaires de petites entreprises



### Landbot

Créer un chatbot



### Polls for WhatsApp

Créer des sondages

## Les comptes à suivre



### BackMarket

Service client



### Nespresso

Service client



### Fnac-Darty

Service client



### BMW

Service client





# twitch

La plateforme de streaming n°1

## Audience

### UTILISATEURS ACTIFS

**7,5** millions  
mensuels



**70%**  
des utilisateurs  
quotidiens représentent  
la tranche 16-34 ans



**6,5h**  
en moyenne par mois  
sur Twitch, pour les  
utilisateurs français

### RÉPARTITION PAR GENRE

femmes

**33%**



**67%**  
hommes

...

Relevés Formats

## Conseils



Avoir le matériel  
nécessaire<sup>1</sup>



Avoir de la régularité  
et connaître le  
langage utilisé



Faire des  
événements online<sup>2</sup>



Avoir un réel projet et  
faire preuve de créativité



Faire de la publicité au  
travers d'un influenceur



Tester vos  
nouveaux produits



Créer un contenu  
divertissant

## Objectifs

**Toucher une cible**  
jeune et connectée

+

**Se démarquer**  
de la concurrence

+

**Faire preuve d'inventivité**  
et d'innovation

+

**Renforcer la relation clients**  
et interagir directement avec eux

+

**Rendre plus humain**  
et authentique votre entreprise

+

**Mettre en avant**  
votre expertise

+

## Outils Twitch

Ads

**Twitch Advertising** >  
Diffuser vos publicités

OBS

**Open Broadcast Software** ▾  
+ capturer votre écran

StreamLabs

**Gestion des discussions** ▾  
+ diffusion en direct qui permet de gérer avec les interactions des téléspectateurs et les dons

NightBot

**Faire de la modération** >

## Les comptes à suivre



**burberry** ✅

Introducing Sharky B - limited...

Suivre



**XiaomiFrance** ✅

La chaîne Twitch officielle de ...

Suivre



**Porsche** ✅

This is the official Porsche...

Suivre



**Gymshark** ✅

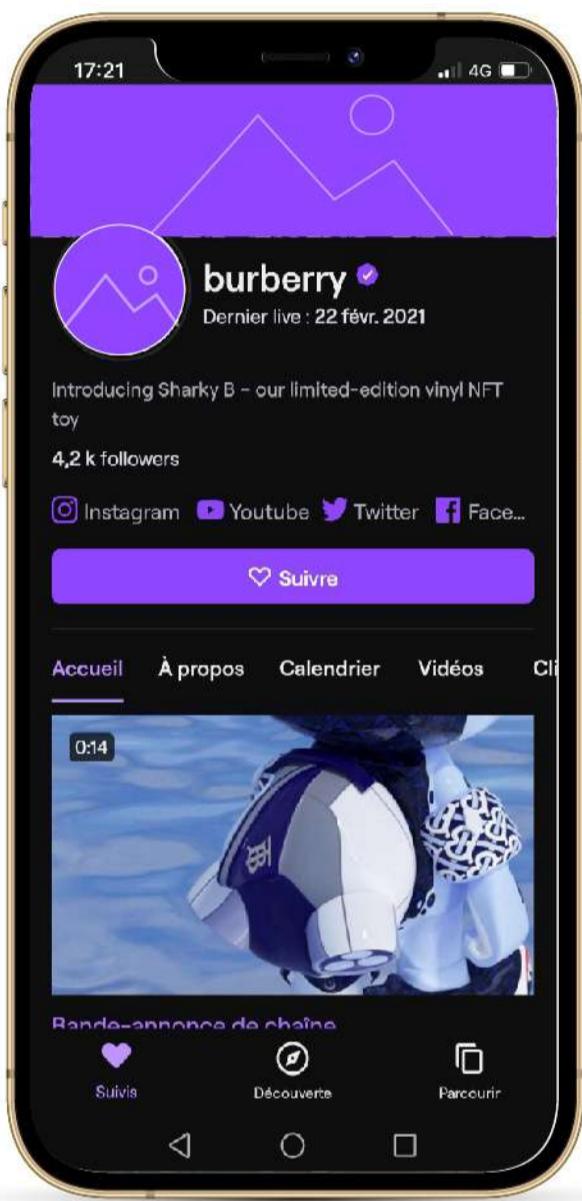
Nothing to do with shark ...

Suivre





Relevés Formats

**IMAGES****PHOTOS DE PROFIL**

256\*256

**BANNIÈRE**

1200\*480

...

**VIDÉOS**

...

**EPINGLES VIDÉO**

RATIOS 16:9

RÉSOLUTION PRÉCONISER 1280\*1080

DURÉE MAX. 48 heures

IMAGES /SECONDE 60






# Discord

La plateforme communautaire

## Audience

### UTILISATEURS ACTIFS

**7,9** millions  
mensuels



### CHIFFRES CLÉS

des utilisateurs sont  
des joueurs de jeux  
vidéo



l'utilisent pour  
des films/sports/mèmes  
/rencontres

### TRANCHE D'ÂGE

**15%**

des 15-24  
ans utilisent  
Discord  
quotidien-  
nement.

## Objectifs

**Se rapprocher de ses clients**  
et interagir directement avec eux

**Renforcer le sentiment**  
d'appartenance à l'entreprise grâce aux  
serveurs privés

**Serveurs regroupant les clients**  
et leur permettant de communiquer entre eux

**Recueillir les retours d'expérience**  
de vos clients

**Promotion régulière d'images**  
et de produits (ventes privées etc)

Relevés Formats

## Conseils



Créer un serveur pour  
un club et une  
communauté



- Mettre en place différents canaux :
  - “boîte à idées” dédiée aux retours clients et à leurs suggestions
  - promotions de bons plans
  - conseil client



Créer des rôles pour  
les modérateurs du  
serveurs : ils auront  
le pouvoir de gérer  
la communauté



Promouvoir des  
valeurs fortes et un  
contenu exclusif



Faire connaître  
votre serveur en  
faisant de la pub sur  
d'autres serveurs

## Outils Discord

...



### Discord Nitro

Service d'abonnement

+ payant comportant plus  
d'1 million d'utilisateurs



### Bubble plan

Gestion de tâches

+ à utiliser en parallèle de  
Discord en tant que logiciel  
freemium, dans le pilotage  
de projets



### Patreon

Financement participatif

## Les comptes à suivre

...



### GucciVault

Official SuperGucci Vault

Accepter l'invitation



### LDLC.COM

Serveur communautaire...

Accepter l'invitation



### Fulllife

Gameswear Company

Accepter l'invitation



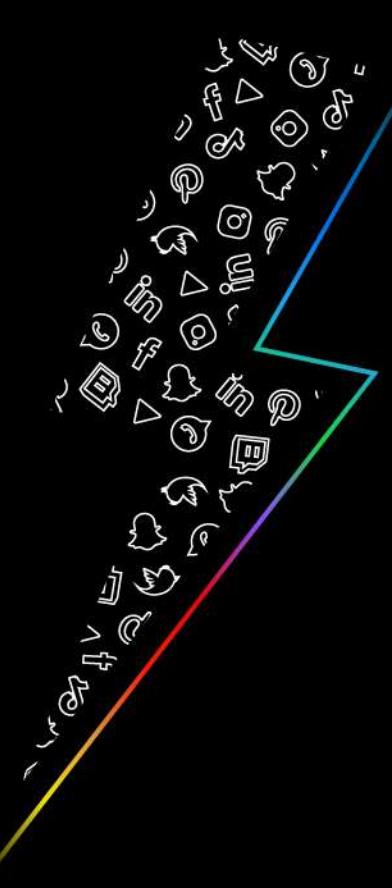
### Just Lego Things

Lego

Accepter l'invitation



Vous aimez nos infographies? Passez à l'étape supérieure avec notre nouvelle formation Réseaux Sociaux



# SOCIAL BOOST PRO

by **ECNFormation**

## WEBINAR DE LANCEMENT

### FORMATION SOCIAL BOOST PRO

PARTICIPEZ AU  
WEBINAR DE LANCEMENT

MERCREDI  
27 AVRIL 2022

13h30  
14h00

CE QUE VOUS ALLEZ DÉCOUVRIR  
EN AVANT PREMIÈRE :

 **Le programme détaillé**  
de la formation 

 **Les modalités**  
de candidature 

 **Le dispositif complet**  
de la formation 

JE M'INSCRIS  
AU WEBINAR



Une formation destinée aux professionnels du e-commerce,  
webmarketing et réseaux sociaux