Perform Media

PIERRE-ALEXANDRE TOUZÉ

SOMMAIRE

- Pourquoi et comment une entreprise doit-elle être présente sur les réseaux sociaux ?
- Quels types de publications doit faire une entreprise sur ses réseaux sociaux ?
- À quelle fréquence doit-on publier du contenu sur les réseaux sociaux ?
- Qu’est-ce qu’une campagne sponsorisée ?
- Comment gérer les commentaires et/ou les avis négatifs des clients ?
- Questions ?

Pourquoi et comment une entreprise doit-elle être présente sur les réseaux sociaux ?

Outils de communication incontournables pour les entreprises

- Accroître la visibilité
- Créer de l'engagement
- Améliorer la réputation
- Générer du trafic

Investissement à long terme, être régulier et cohérent dans ses efforts pour obtenir des résultats durables.

Quels types de publications doit faire une entreprise sur ses réseaux sociaux ?

- Annonces de nouveaux produits ou services
- Promotion de ventes et d'offres spéciales
- Publications sur les événements de l'entreprise
- Actualités de l'industrie et de l'entreprise
- Récompenses et reconnaissances obtenues par l'entreprise
- Partage de témoignages de clients satisfaits
- Publication de contenu éducatif ou informatif pour les clients ou les prospects
- Contenu divertissant et léger pour engager les abonnés
- Partage de témoignages d'employés et de la culture d'entreprise
- Publications qui reflètent les valeurs et les causes que l'entreprise soutient

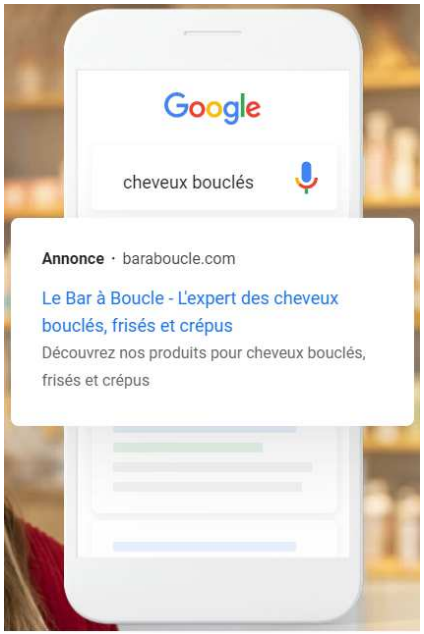
À quelle fréquence doit-on publier du contenu sur les réseaux sociaux ?

- **Facebook** : au moins une fois par jour, mais pas plus de deux ou trois fois.
- **Instagram** : au moins une fois par jour, jusqu'à trois fois par jour si le contenu est de qualité.
- **Twitter** : fréquence de publication généralement plus élevée, recommandé de publier au moins trois fois par jour et jusqu'à 10 fois par jour si le contenu est de qualité.
- **LinkedIn** : plateforme plus professionnelle, recommandé de publier au moins une fois par semaine. Si clients professionnels, il peut être bénéfique de publier jusqu'à deux fois par semaine.

La qualité du contenu est plus importante que la fréquence de publication, éviter de submerger les followers avec trop de publications.

Qu’est-ce qu’une campagne sponsorisée ?

- Publicité payante permet à une entreprise de promouvoir son contenu sur les réseaux sociaux auprès d'un public spécifique
- Publications organiques : diffusion auprès des abonnés
- Campagnes sponsorisées : diffusion auprès d’un public plus large en utilisant des options de ciblage avancées (emplacement géographique, l'âge, le sexe, les centres d'intérêt…)
- Permet la génération de leads, l'augmentation du trafic sur le site web, la notoriété de la marque, la promotion d'un produit ou service



Comment gérer les commentaires et/ou les avis négatifs des clients ?

Un véritable défi pour les entreprises.

Ne **JAMAIS** ignorer les commentaires : un impact significatif sur la réputation de l'entreprise et la perception des clients.

- Répondez rapidement
- Restez professionnel
- Écoutez et comprenez le problème
- Offrez une solution
- Suivez l'évolution de la situation

Permet d'améliorer les produits, les services et l'expérience client.

Renforcement de la confiance et de la fidélité des clients,

QUESTIONS ?

PERFORM MEDIA

Pierre-Alexandre TOUZÉ
06 24 50 45 73
contact@perform-media.com
www.perform-media.com