

Best practices **SOCIAL MEDIA** 2024



GENERAL

Humaniser pour convertir avec du contenu authentique

EGC (Employee-Generated Content)

Poussez vos employés à poster librement leurs apprentissages, connaissances et expertises tirés de leur expérience au sein de votre entreprise sur leur propres réseaux sociaux. Authentique, ce type de contenu est une preuve sociale à part entière

Employee Advocacy

Créez de vrais ambassadeurs de votre entreprise sur leurs réseaux personnels, via incitations ou récompenses pour motiver vos employés. Pas d'employee advocacy sans des employés engagés

UGC (User-Generated Content)

Invitez vos clients ou faites appel à des créateurs UGC à partager leurs expériences avec vos produits/services via des hashtags ou des concours.

Creator Economy

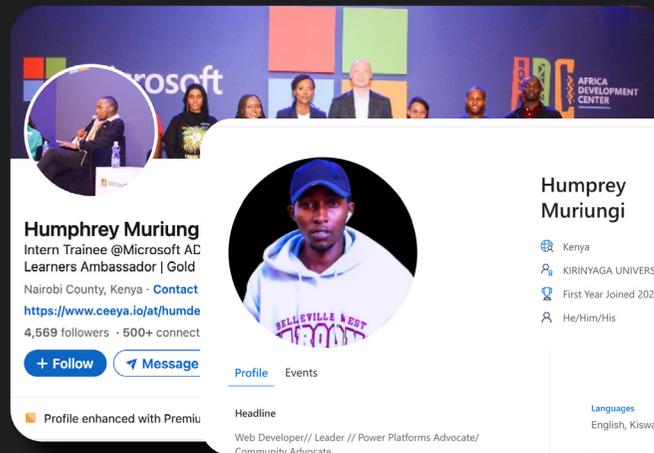
Ce n'est plus une surprise, collaborez avec des créateurs de contenu. Ils apportent crédibilité à votre marque et permettent de la faire connaître. Vous touchez leur audience et gagnez en visibilité



EGC (Employee-Generated Content)
Metricool



UGC (User-Generated Content)
Garnier



Employee Advocacy
Microsoft



Creator Economy
Moonboot

GENERAL

Black Listing VS White Listing

Whitelisting

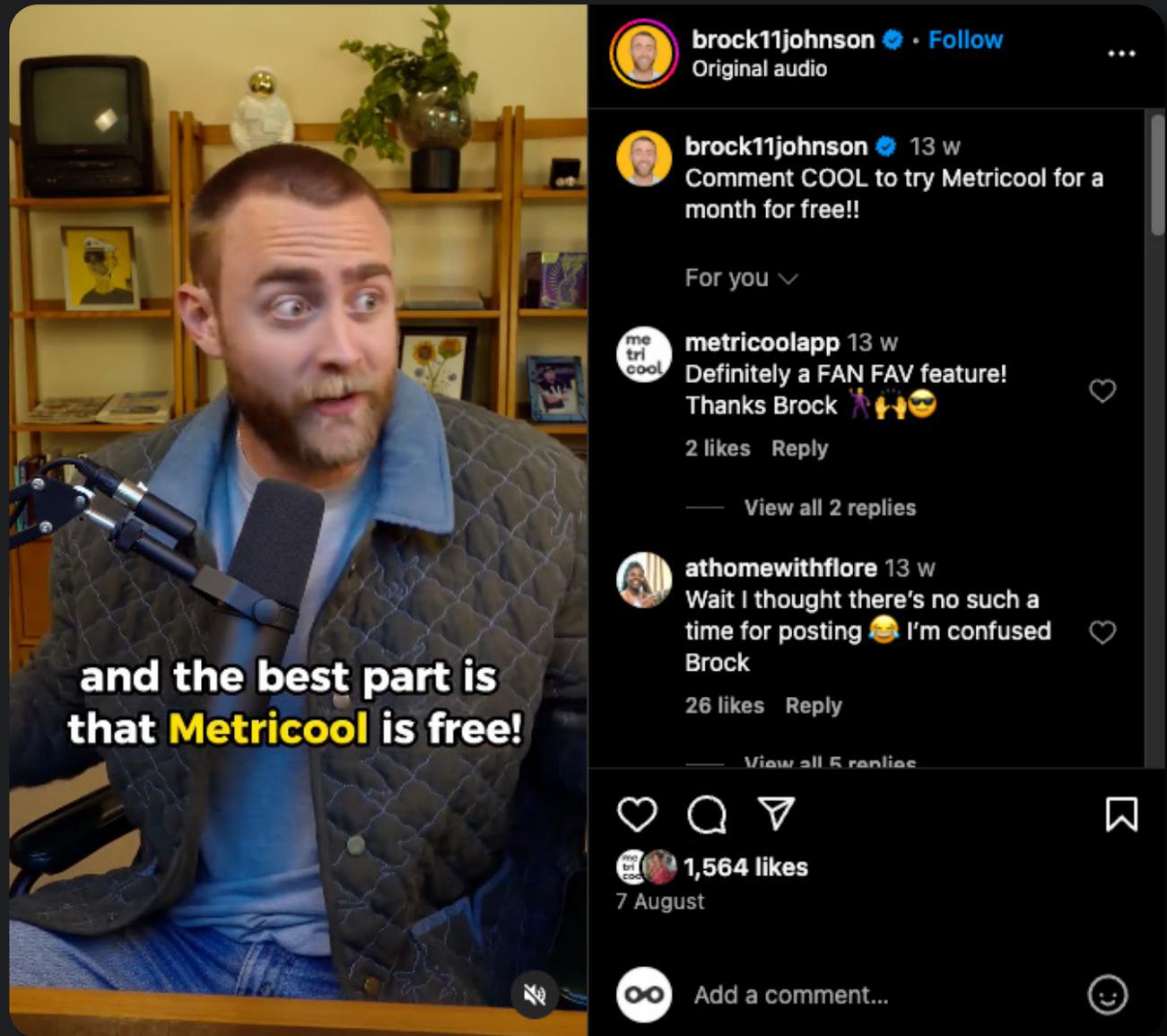
Lors de vos prochaines collaborations, demandez l'autorisation à l'influenceur d'utiliser son profil/son action marketing pour vos publicités. Si elles ont bien fonctionné, c'est une bonne option pour augmenter l'authenticité et la portée de vos campagnes.

Crédibilité + visibilité de l'influencer = Portée

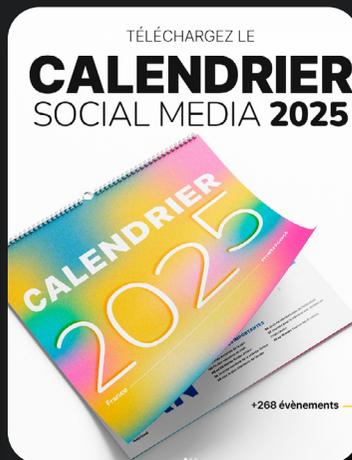
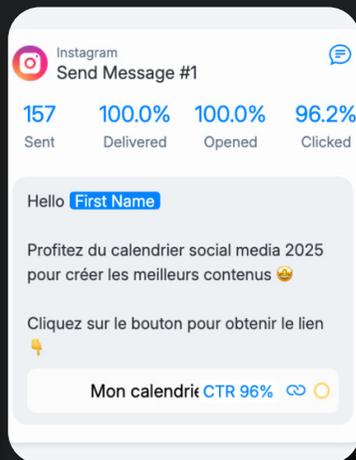
Blacklisting

Excluez certaines audiences, régions ou profils dans vos Ads afin d'optimiser votre budget tout en évitant les segments d'audiences non pertinents

Segmentation ciblée = Meilleur ROI



White listing
Brocks US



Pousser l'interaction
Metricool



TOFU - MOFU - BOFU
Sephora

INSTAGRAM

Pousser l'interaction

Si vous ne le faites pas encore, munissez-vous de ManyChat. Le meilleur moyen de booster vos interactions tout en rédigeant vos prospects potentiels vers votre site. Des automatisations simples, mais stratégiques qui vous apporteront portée et ventes. Le bon combo.

Le fond plutôt que la forme dans vos Reels

Adam Mosseri recommande de se focaliser sur l'histoire que vous souhaitez raconter et la marque que vous voulez construire, plutôt que de vous concentrer uniquement sur la production vidéo.

Suivre la stratégie de l'entonnoir organique social media

TOFU : Reels pour toucher une nouvelle audience

MOFU : Carrousels et images pour éduquer et informer cette nouvelle audience

BOFU : Stories pour convertir et pousser l'achat



Qu'est-ce qu'un tunnel de vente ? Exemple sur les réseaux sociaux

LINKEDIN

Exploiter le format vidéo

LinkedIn booste le format vidéo. Pour exploser votre portée, c'est le moment de vous lancer.

Continuer à faire des carrousels

C'est le format N°1 utilisé par les marques en 2024. Interactions, partages et engagement, il a le combo gagnant



Exploiter le format vidéo



Continuez à faire des carrousels
Metricool

Tibo InShape •
 @TiboInShape · 24,8 M d'abonnés · 4,1 k vidéos
 Subscribe For New Videos Every Day! ...plus
 tiboishape.com/shop et 5 autres liens

S'abonner View channel stats

Course d'obstacle à l'armée de terre !! 16:01
 247 k vues · il y a 1 mois
 35 VPH 0.5x

Tous mes repas de la journée pour avoir des abdos !! (en sèche) 21:54
 507 k vues · il y a 1 mois
 114 VPH 0.9x

une simple séance de muscu à l'ancienne 1:26:29
 100 k vues · il y a 1 mois
 8 VPH 0.2x

LA PIRE SECTE DE FRANCE !! 52:20
 580 k vues · il y a 1 mois
 45 VPH 1.1x

Fitness motivation !! 🙌 2024
 29 k vues

Wedding 🥰 2005
 32 k vues

Never skip bra... :7
 35 k vues



YOUTUBE

Shorts + vidéo = la recette du succès

Pour être découvert : utilisez les Shorts

Pour éduquer : utilisez le format long

Pour consolider : partagez dans "community"

Short vidéo = la recette du succès
 TiboInshape

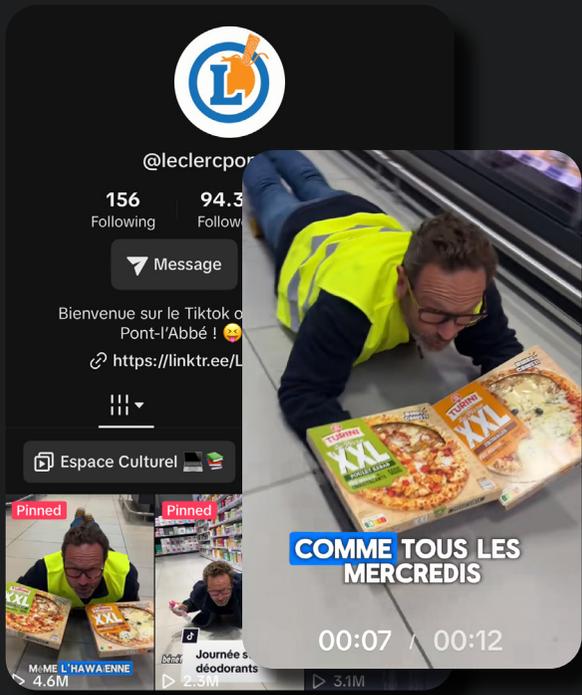
PINTEREST

Rediriger votre trafic

Pour optimiser vos épingles et rediriger votre trafic au mieux, adoptez cette formule :

Visuel + Keyword + LIEN avec UTM = clics sortants

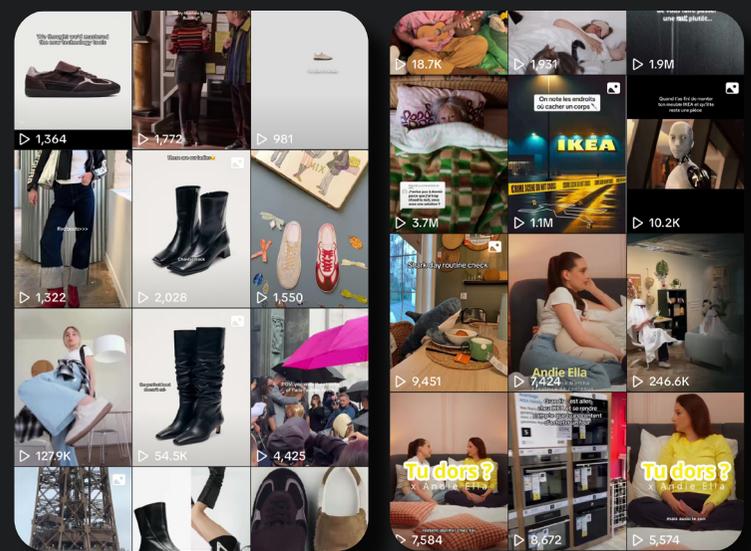
	Date	Impressions ↓	Enregistrements	Clics sur les épingles	Clics sortants
 Comment élaborer une stratégie de réseaux sociaux... Plus Réutiliser le contenu Vue	29 août 2024 19:01	7.8k	120	438	30



Petit compte = croissance assurée
Leclerc Pont Labbé



Plus de temps et moins de snack content
 Zalando



Tous les formats comptent
 Alohas / IKEA

TIKTOK

Petit compte = croissance assurée

La portée est au beau fixe pour les comptes de petite taille (>200 followers). TikTok est une bonne opportunité pour vous faire découvrir.

Plus de temps et moins de snack content

Racontez votre histoire de manière concise : un message clair et percutant capte mieux l'attention. Zalando ajuste la durée de ses vidéos (environ 65 secondes) pour un impact optimal, mais rappelez-vous, parfois, moins c'est plus !

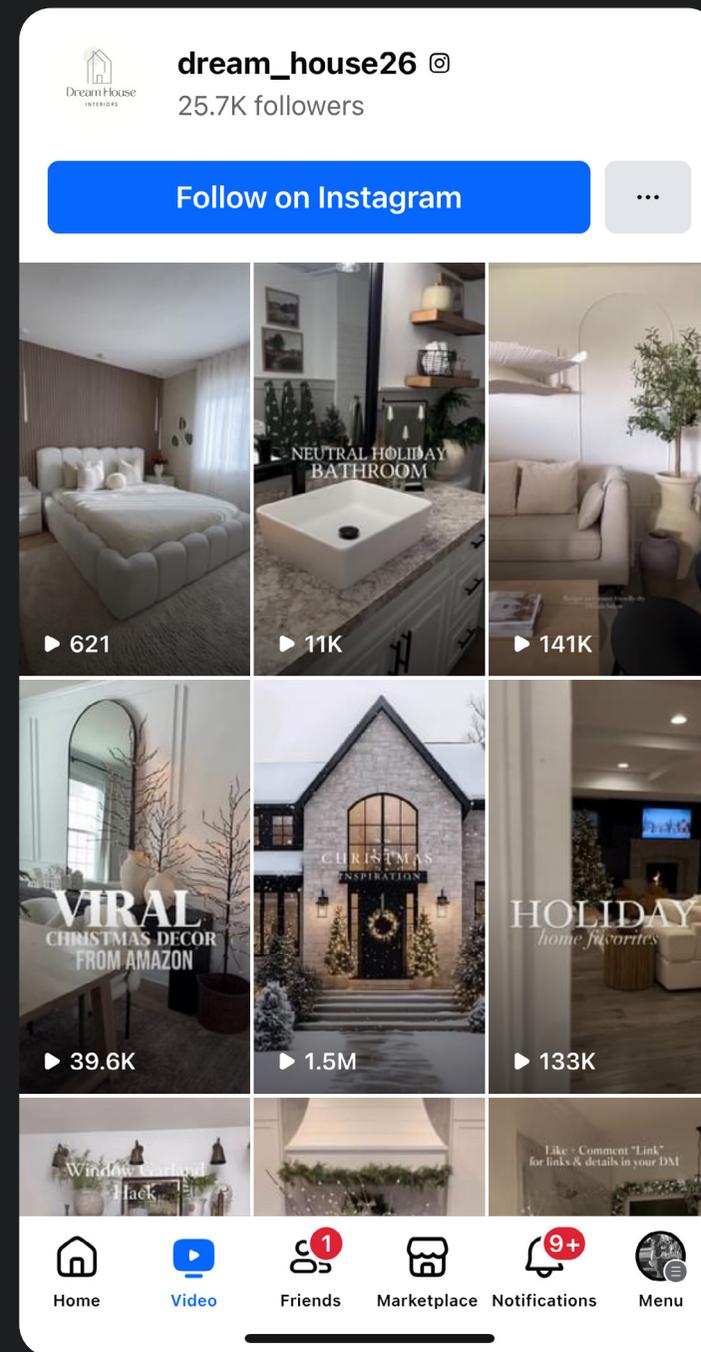
Tous les formats comptent

Les vidéos sont le format préféré des marques et créateurs pour leur large portée et leurs nombreuses interactions. Cependant, les images et carrousels, bien que moins vus, offrent un engagement plus élevé auprès d'une audience ciblée.

FACEBOOK

Les marques augmentent la fréquence des Reels sur Facebook

Les Reels sont le format privilégié des marques en 2024, montrant leur durabilité tant que Meta les met en avant et facilite le cross-posting sur Instagram et Facebook.



Dream House

Maintenant c'est à vous d'analyser vos performances social média avec Metricool et passer à l'action

Inscrivez-vous gratuitement ici

metricool