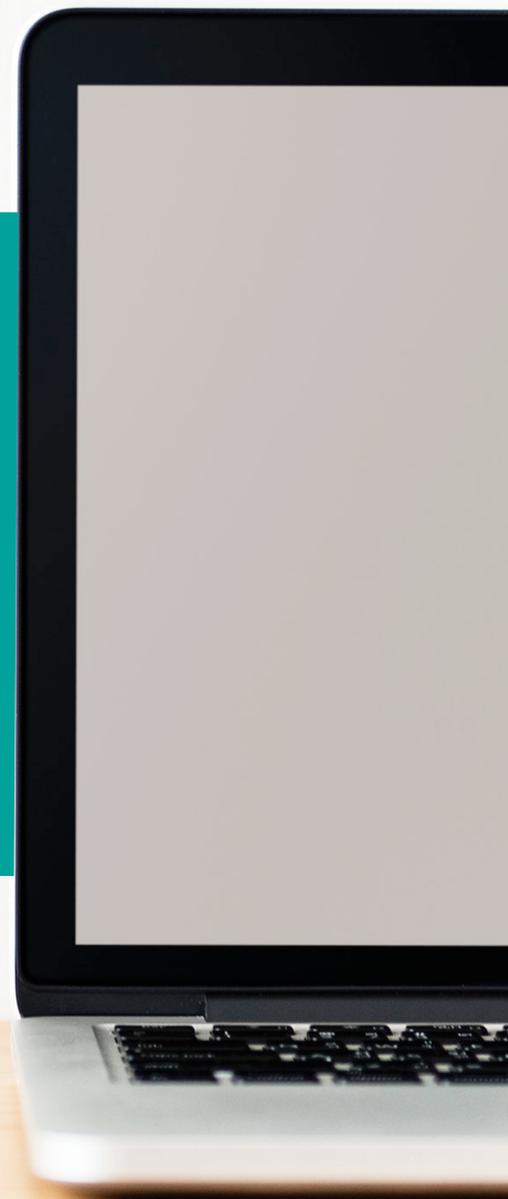




COMMENT BIEN COMMUNIQUER SUR LE WEB EN 2018 ?



L'auteur

Je suis **Isabelle COUGNAUD, consultante et formatrice en stratégie digitale** à Nantes. Après plusieurs années en entreprise (startup, TPE, PME, Grande école d'ingénieur, Journalisme TV...), j'ai fait le grand saut dans l'entrepreneuriat afin d'offrir mon expertise aux entreprises.

Beaucoup d'entreprises, entrepreneurs ou porteurs de projet décident d'aller sur les réseaux sociaux, de créer un blog ou même de lancer des campagnes d'emailing sans réelle stratégie. Ils partent d'une bonne idée : **digitaliser leur communication**. Mais celle-ci se transforme finalement en **une perte de temps et d'argent**.

En effet, **un manque de stratégie fait chuter littéralement le retour sur investissement** que vous pouvez pourtant avoir grâce aux réseaux sociaux, un blog ou une newsletter.

Mon objectif : **vous aider à créer une vraie stratégie marketing & communication**, pour que votre présence digitale vous permettent d'**atteindre vos objectifs globaux** (augmenter votre chiffre d'affaires, trouver de nouveaux clients, les fidéliser, améliorer votre image...).

Pour cela, je propose :

- Un **accompagnement personnalisé** en stratégie digitale : je vous crée une véritable stratégie, et vous accompagne sur le long terme pour la mettre en place.
- Des **formations** : en présentiel et bientôt en ligne, je vous forme pour que vous puissiez, vous même, créer votre stratégie et la mettre en place au quotidien.
- Des **conférences** : pour sensibiliser vos équipes aux réseaux sociaux

Mes points forts : je suis très à l'écoute de mes clients et il est pour moi primordiale de vous aider réellement, que mon travail soit le plus efficace possible afin que l'on en sorte, vous comme moi, gagnants. Je suis une passionnée, et lorsque l'on travaille avec passion... **Les résultats sont là.**



www.unefemmedigitale.com

 @isacougnaud

 Isabelle COUGNAUD



UNE FEMME DIGITALE

SOMMAIRE

DANS CE DOSSIER :

1. La communication digitale en quelques chiffres.
2. Grandes tendances digitales 2018 : mes conseils
3. Lignes directrices sur les réseaux sociaux



1

LA COMMUNICATION DIGITALE EN QUELQUES CHIFFRES



1

QUELQUES CHIFFRES

83%

DES FRANÇAIS UTILISENT
INTERNET **TOUS LES JOURS**

95% POUR LES 12-24 ANS

98%

DES INTERNAUTES CONSULTENT
LES RÉSEAUX SOCIAUX AU MOINS

1 FOIS PAR MOIS

66%

DES FRANÇAIS SONT
DES **CYBERACHETEURS**

Le chiffre le plus marquant est selon moi le suivant : « 98% des internautes consultent les réseaux sociaux au moins une fois par mois ». Cela signifie que l'on peut espérer **atteindre presque tous les internautes** avec les réseaux sociaux !

Et les marketeurs l'ont bien compris : il est aujourd'hui (grand) temps de créer de réelles stratégies de communication digitale sur ces réseaux. Le monde est à votre portée !



TOP 10 DES CANAUX DE RECHERCHE DE PRODUITS

% DES INTERNAUTES QUI UTILISENT LES SOURCES SUIVANTES POUR CHERCHER DES PRODUITS

52%	Moteurs de recherche
41%	Réseaux sociaux
35%	Avis de consommateurs
31%	Sites du produit ou de la marque
25%	Comparateurs de prix
25%	Applications mobiles
17%	Sites de contenu vidéo
17%	Sites de coupons et de bons réduction
17%	Forums
16%	Blogs sur des produits ou des marques

A prendre donc en compte pour votre stratégie de communication en 2018 : **41% des internautes utilisent les réseaux sociaux pour chercher des produits !**

2

GRANDES TENDANCES DIGITALES 2018 : MES CONSEILS



LA VIDÉO

LE FORMAT INCONTOURNABLE EN 2018



POURQUOI LA VIDÉO ?

- > Baisse du **niveau d'attention** des internautes.
- > Les consommateurs seraient à **85% plus susceptibles d'acheter** après avoir visionnés une vidéo sur un produit.
- > Autre chiffre marquant : **Youtube est le 2ème moteur de recherche le plus utilisé** après Google.
- > Plusieurs **réseaux sociaux**, comme Facebook par exemple, **poussent ce type de contenu via** leurs algorithmes.

MES CONSEILS

- > **Faites simple.** Quel est le message principal de votre vidéo ? A qui est-il destiné ? Pourquoi ? Gardez ces éléments en tête tout le long du tournage et montage. Soyez clair et concis.
- > Privilégiez du **son et une image de qualité.** Youtube prend désormais en compte prioritairement le temps total de visionnage d'une chaîne Youtube, et moins le nombre de vues. Si votre vidéo est de mauvaise qualité, vous risquez de perdre rapidement votre audience.
- > **Testez la vidéo en direct.** Ce type de format est poussé par Facebook et Youtube. Il crée plus d'engagement et à une portée plus importante.
- > **Soyez spontané.** Si cela sonne faux, ça ne marchera pas. Il faut toucher votre public, lui inspirer confiance avec du contenu inspirant, authentique et de qualité.
- > **Écrivez une description soignée :** les vidéos Facebook et Youtube sont indexées par Google. Utilisez des mots-clés.

LE MARKETING D'INFLUENCE

FACE À UNE CONFIANCE QUI BAISSE



POURQUOI ?

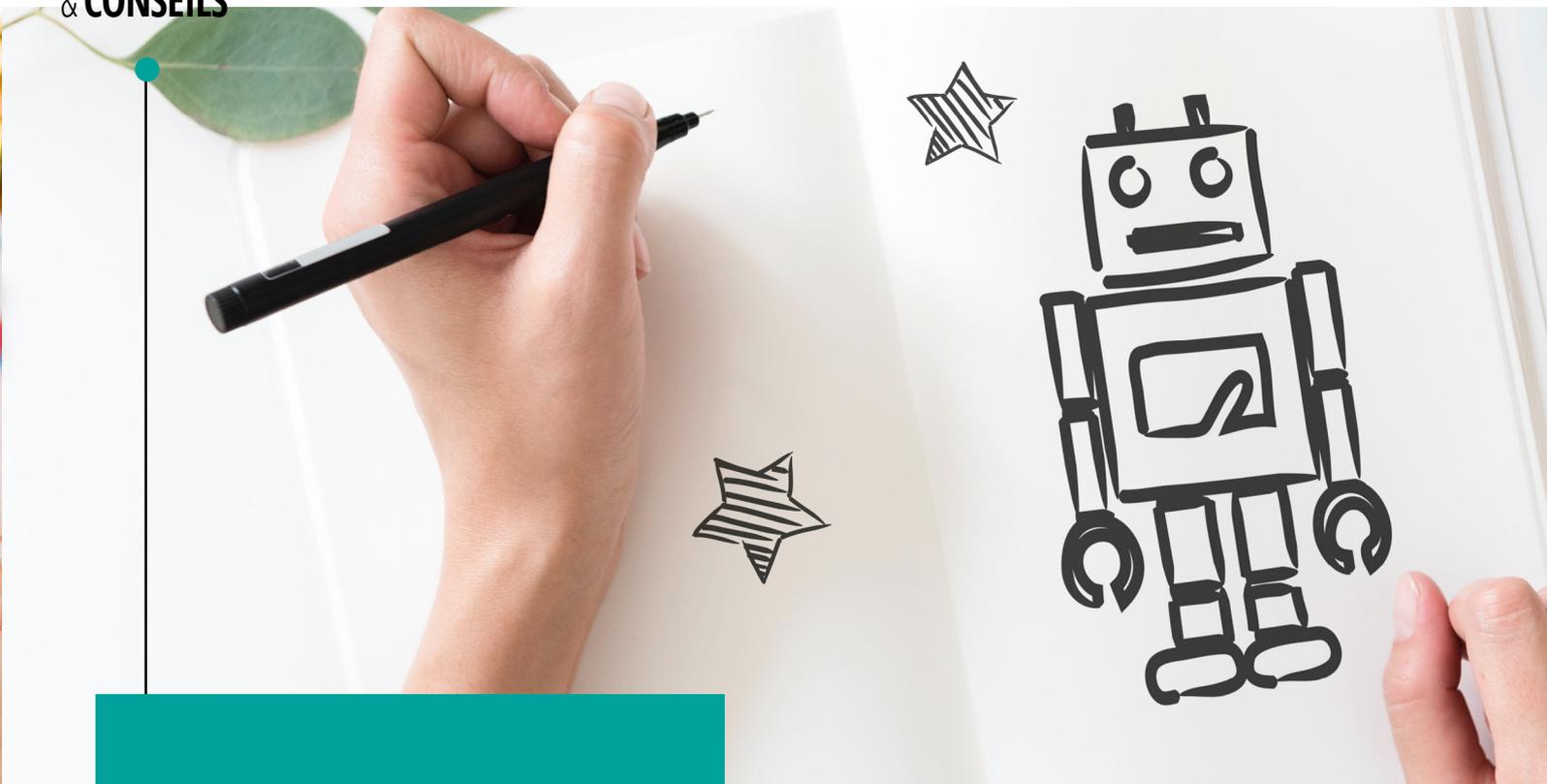
- > L'année dernière a connu une véritable **explosion du nombre de fake news** dans le discours public.
- > **Les français se détournent de plus en plus des institutions, médias, marques**, au profit de leur entourage, des experts ou influenceurs.
- > Même les marques en prennent un coup avec le **développement des bloqueurs de publicités**.
- > Ces dernières décident donc de **travailler avec les influenceurs**, qui ont créé une réelle confiance avec leur communauté.

MES CONSEILS

- > **Pensez macro et micro.** Ne vous dirigez pas seulement vers les plus gros influenceurs (les «macro-influenceurs»). C'est une bonne stratégie si vous voulez faire passer de simples messages au plus grand nombre, mais n'oubliez pas que les internautes sont de plus en plus sceptiques face aux gros influenceurs, qui sont devenus des célébrités. Ils coûtent chers, se positionnent sur une multitude de marques, ce qui engendre une perte de crédibilité auprès de leur audience. Les micro-influenceurs, avec des dizaines de milliers d'abonnés, permettent souvent d'influencer davantage les critères d'achat.
- > **Définissez une stratégie long terme :** avec des objectifs, plutôt que d'essayer de trouver des solutions rapides pour stimuler le trafic organique. N'oubliez pas le plus important : établir des relations réelles et durables.
- > **Pensez aux groupes Facebook :** Ce réseau investit massivement dans les groupes pour favoriser l'engagement.

L'INTELLIGENCE ARTIFICIELLE

LES BOTS MESSENGER



POURQUOI ?

> Un chat-bot est un **robot intelligent** qui va avoir une conversation avec vos prospects/clients directement sur la messagerie Facebook Messenger.

> Plus de **100 000 bots messengers** sont actifs sur Facebook depuis 2016.

> La problématique qui arrive donc en parallèle est la suivante : **les consommateurs apprécieront-ils ces interactions déshumanisées ?**

> **Taux d'ouverture = 80%.**
Taux de clics = 13%.

MES CONSEILS

> **Définissez une vraie stratégie.** Comme pour tout autre élément de votre stratégie marketing et de communication. Ce n'est pas parce que les bots représentent une nouvelle tendance qu'il faut la suivre à tout prix. Définissez des objectifs concrets avant de vous lancer. Pourquoi voulez-vous un chat-bot ?

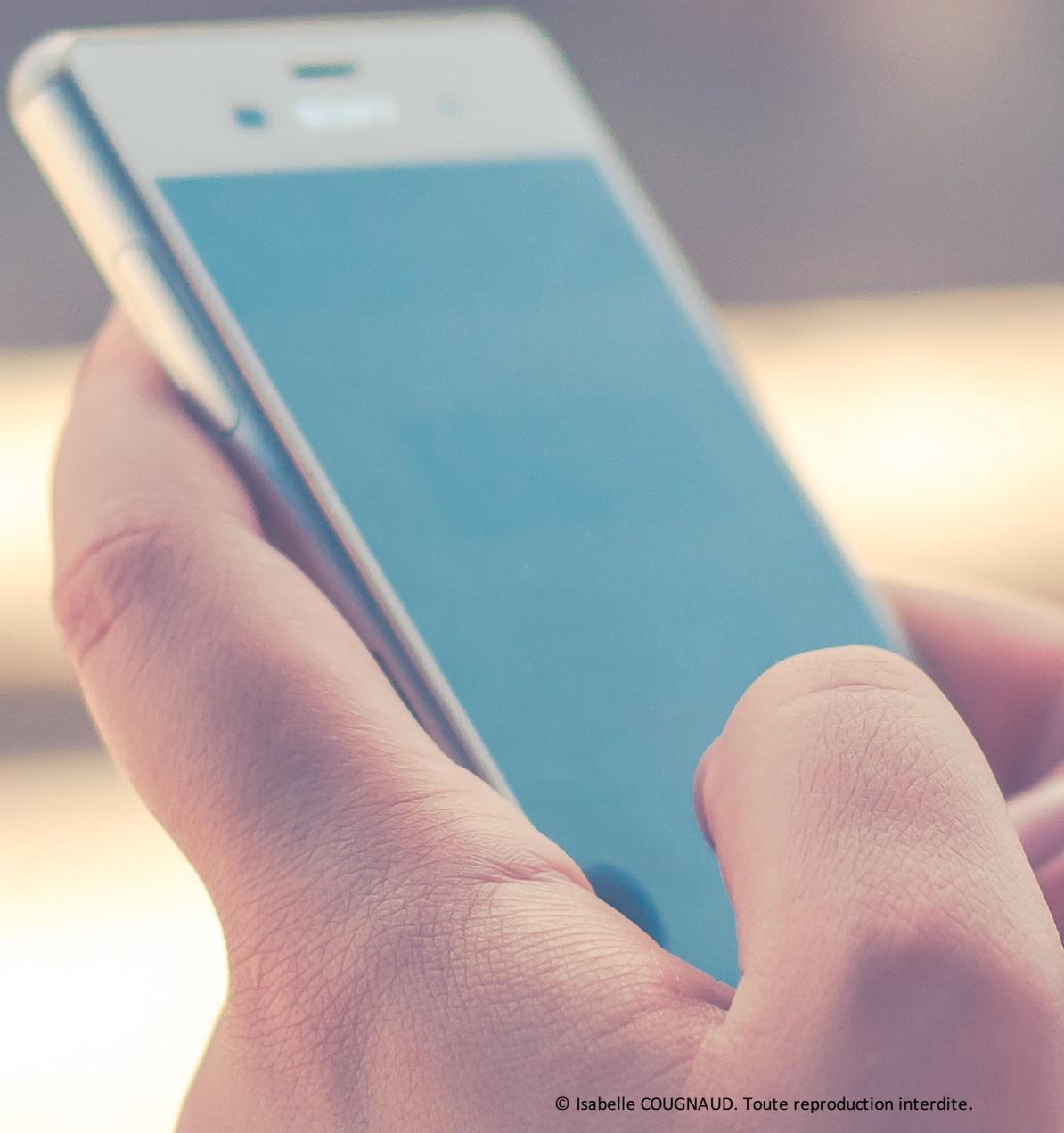
> **Observez ce qui marche :** des chatsbots tels que Jam par exemple, connaissent de grands succès.

> **Testez un chatbot gratuit :** des sites comme chatfuel.com permettent de tester gratuitement la création d'un chatbot, avec de simples questions.

> **Allouez un budget :** après avoir défini une vraie stratégie, allouez un budget si cela est nécessaire, pour un projet très précis. Le prix peut varier de 5000 à 50 000 euros selon ce que vous souhaitez mettre en place.

3

TENDANCES DES RÉSEAUX SOCIAUX





FACEBOOK

- > **Le fil d'actualité est redéfini**, avec un gros changement d'algorithme. Nécessité pour les entreprises de revoir leur stratégie, et de pousser leurs publications en réalisant des publicités ciblées.
- > **La vidéo en direct** est mise en avant.
- > Les **bots messengers** arrivent en puissance sur Facebook Messenger.



INSTAGRAM

- > Le réseau social devient **la plateforme reine de l'engagement** : celle où les internautes interagissent le plus (commentent et aiment).
- > **La popularité des stories explose.**
- > Arrivée de la **vidéo en direct**, et de la possibilité de partager des posts via les stories.



LINKEDIN

- > Apparition de la **vidéo** : possibilité de les insérer en native sur le réseau.
- > Le réseau est privilégiée par les stratégies **en B2B, ou pour les ressources humaines.**
- > Popularité explosive **du story-telling.**



SNAPCHAT

- > Cibles : **jeunes moins de 20 ans.**
- > Développement de son **outil publicitaire.**
- > **Changement de l'interface.**



YOUTUBE

- > La plateforme connaît un **succès de plus en plus important**.
- > **Contenu expert, de haute qualité privilégié** : Youtube privilégie désormais le temps de visionnage total au nombre de vues d'une chaîne Youtube.
- > **La diffusion en direct est** valorisée par la plateforme.
- > **Arrivée de «Youtube TV»** prochainement, qui proposera des productions Youtube et des programmes TV.

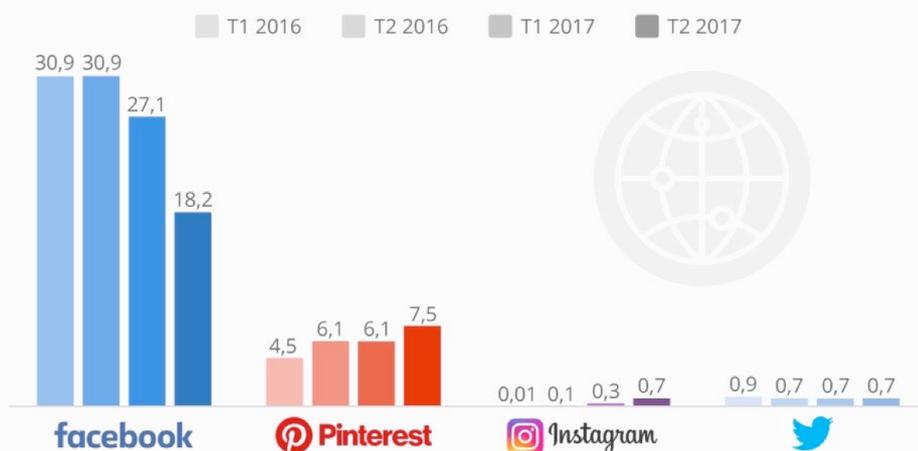


PINTEREST

- > Hausse du trafic généré par Pinterest vers les sites internet.
- > Un réseau intéressant donc, pour **améliorer le référencement du site web**.

Moins de trafic en provenance de Facebook

% du trafic généré par les réseaux sociaux suivants pour un échantillon de sites *



Étude menée sur un échantillon de 250 000 sites web atteignant 400 millions de visiteurs uniques par mois.

* Le trafic total comprend le trafic direct, le référencement naturel, le référencement payant, le trafic généré par les réseaux sociaux etc.

CC BY ND
@Statista_FR

Source : Shareaholic

statista



CONCLUSION

- > **Commencez simplement.** Pour créer votre stratégie digitale, partez toujours de vos objectifs business : de la mission de l'entreprise, des objectifs globaux... Faites-vous accompagner si besoin.
- > **Investissez dans ce que vous pouvez mesurer.** Appuyez-vous sur les statistiques, et gardez toujours en tête vos objectifs fixés en amont. N'oubliez pas qu'une présence en ligne doit engendrer un réel retour sur investissement.
- > **Formez-vous ou formez vos équipes.** Retrouvez mes formations en ligne ou en présentiel sur le thème de la communication en ligne (webmarketing, réseaux sociaux, blogs, sites internet...)
- > **Le nombre de fans/abonnés et l'engagement n'est plus important.** Ce qui compte vraiment : le retour sur investissement.
- > **Faites-vous accompagner, conseiller.** La communication est un métier. Selon votre budget, je peux, en tant que consultante et formatrice en stratégie digitale, vous accompagner (formation ou coaching). Je suis là pour vous aider et vous accompagner sur le long terme.



Des questions ? N'hésitez pas à me contacter !

Isabelle COUGNAUD
Consultante et formatrice en stratégie digitale à Nantes
www.unefemmedigitale.com

