



Réseaux Sociaux Le(s) quels choisir ?

Facebook



- Les différents réseaux
- Le Fonctionnement
- Historique
- Particularités
- Intérêts
- Inconvénient
- Cible

Différents réseaux Sociaux

 **Linked in**

 **Pinterest**

 **facebook**

 **twitter**

 **Instagram**

 **YouTube**

Fonctionnement

Définition

Un réseau social est un regroupement de personnes ou d'organisations qui échangent, communiquent et partagent leurs idées autour d'un sujet commun. Les réseaux sociaux existaient bien avant l'arrivée d'Internet, par exemple, les clubs d'équitation, de tennis, de belote... sont par définition des réseaux sociaux

Facebook

Réseau social qui permet à ses utilisateurs de publier des visuels, des documents, des textes et d'échanger des messages, rejoindre et créer des groupes et des événements

- Collaborer
- Publier
- Partager
- Communiquer
- Développer son réseau
- Fédérer une communauté

Historique

Facebook est fondé en 2004 par Mark Zuckerberg et ses camarades de l'université Harvard.

D'abord réservé aux étudiants de cette université, il s'est ensuite ouvert à d'autres universités américaines avant de devenir accessible à tous en septembre 2006. Le nom du site provient des albums photo (« trombinoscopes » ou « facebook » en anglais) regroupant les photos des visages de tous les élèves prises en début d'année universitaire.

facebook

PRESENCE

46M utilisateurs

75% des internautes français

64% ont 25-34 ans

70M pages d'entreprise

Intérêts

- Un compte personnel – une page - un groupe
- Construire et fidéliser une communauté de fans et augmenter sa notoriété
- Connaître ses clients et en générer de nouveaux
- Communiquer à moindre coût
- Vendre des produits en ligne
- Multiplateforme



Inconvénients

- Avoir du temps pour gérer et des ressources
- Dégradation du lien social
 - Gérer les commentaires négatifs
 - Harcèlement, atteinte à la vie privée, dénigrement de personne

Public cible

une opportunité de toucher un public large, facilement, rapidement, et gratuitement

L'utilisateur typique de **Facebook** a entre 20 et 50 ans, 79% d'entre eux ont plus de 37 ans, a plus de chance d'être une femme, consultera l'application sur son téléphone et passe en général au moins 20 minutes par jour sur **Facebook**.

La **cible est** donc relativement âgée pour une plateforme digitale

D'un ciblage **professionnel** à un ciblage **personnel**.

Choisir les **intérêts** et les **comportements** à cibler.

Affinez le **profil** de vos prospects sur Facebook.



Merci de votre attention

