

GUIDE POUR LES RÉSEAUX SOCIAUX

par Katherine George

Oh So Social WWW.OHSOSOCIALMARKETING.CO.UK

Oh So Savvy WWW.OHSOSAVVY.COM



Quels sont vos objectifs métier en 2023 ?



Objectif métier



Objectif métier SMART



Objectif métier



Objectif métier SMART

Quels sont vos objectifs sur les réseaux sociaux en 2023 ?



Objectif sur les réseaux sociaux



Objectif SMART sur les réseaux sociaux



Objectif sur les réseaux sociaux



Objectif SMART sur les réseaux sociaux

Qui sont vos clients ?



Questions



Âge et sexe



Revenus et revenus disponibles



Passe-temps et mode de vie



Emploi et niveau d'études



Unité décisionnelle (DMU)



Statut social



Motivation d'achat (nécessité, plaisir, soutien)



Quels besoins comblez-vous ?

Questions complexes

Que vendez-vous réellement ?

Votre produit ou service peut-il être offert ?

Quelles sont les motivations d'achat de vos clients ?

Autres considérations

Vos clients sont-ils des résidents ou des touristes ?

Vos clients achètent-ils par nécessité ou par plaisir ?

Quelles sont les informations les plus importantes que vous détenez au sujet de vos clients ?

Quels canaux de réseaux sociaux vos clients utilisent-ils ?

Analyse concurrentielle

Quelles plateformes vos concurrents utilisent-ils ?

Quels hashtags (#) utilisent-ils ?

Quels types de contenus partagent-ils ?

Analyse concurrentielle

Pouvez-vous identifier des tendances particulières ?

Quels messages cherchent-ils à faire passer ?

Leur stratégie est-elle meilleure que la vôtre ?

Veille concurrentielle sur les réseaux sociaux

Recherchez vos concurrents sur Google et les canaux de réseaux sociaux.

Quels résultats obtenez-vous ?



Résultats positifs



Résultats négatifs

Audit sur les réseaux sociaux

Quelles plateformes utilisez-vous ?

Quels hashtags (#) utilisez-vous ? Vous permettent-ils d'élargir votre portée ?

Quels types de contenus partagez-vous ?

Audit sur les réseaux sociaux

Is your audience engaging with you?

Vos réseaux sociaux génèrent-ils du trafic vers votre site Web ?

À quelle fréquence publiez-vous du contenu ?

Indicateurs de réseaux sociaux actuels



Nom de la plateforme



Portée



Engagement



Nombre de publications par semaine



Abonnés



Autre

Idées de bon contenu

Quel est votre argument clé de vente ?

Comment racontez-vous votre histoire ? Quels sont les principaux éléments que vous souhaitez partager ?

Quels sont les avantages de vos produits/services ?

Idées de bon contenu

Quelle valeur ajoutée apportez-vous à vos clients ?

Que souhaitez-vous mettre en avant ?

Avez-vous une boutique physique ?

Idées de bon contenu

Quels produits/services souhaitez-vous promouvoir ?

Que vendez-vous réellement ?

Y a-t-il d'autres aspects sur lesquels vous souhaitez garder un œil ?

Content plan

	Lundi	Mardi	Mercredi	Jeudi	Vendredi	Samedi	Dimanche
Facebook							
Instagram							
TikTok							

Analyse

	Lundi	Mardi	Mercredi	Jeudi	Vendredi	Samedi	Dimanche
Facebook	Abonnés Portée Engagement						
Instagram	Abonnés Portée Engagement						
TikTok	Abonnés Portée Engagement						

Planification et analyse du contenu

Il n'y a pas de bonne ou de mauvaise manière de planifier votre contenu.
Utilisez les outils qui vous conviennent le mieux. Voici quelques exemples :



Planification par écrit



Trello



Monday.com



Excel/Google Docs



Logiciel de planification sur les réseaux sociaux

Des questions ?

Suivez-moi : @OhSoKatherine

Suivez Oh So Social at
Twitter - @OhSoMarketing
Instagram -
@OhSoSocialMarketing
Facebook - Oh So Social

www.ohsosocialmarketing.co.uk
www.ohsosavvy.com



Oh So Social WWW.OHSOSOCIALMARKETING.CO.UK

Oh So Savvy WWW.OHSOSAVVY.COM

Interreg 
France (Channel
Manche) England
EXPERIENCE
European Regional Development Fund


EUROPEAN UNION
European Regional
Development Fund

 **CORNWALL
COUNCIL**
one and all • onen hag oll