

AVRIL 2020



Jean-Philippe FALAVEL



Xavier MASCLAUX

LE MOULIN DIGITAL

ATOOUTS NUMÉRIQUES

Les Réseaux Sociaux



Programme régional cofinancé par l'Union Européenne



L'EUROPE S'ENGAGE
en région
Auvergne-Rhône-Alpes
avec le FEDER

La Région
Auvergne-Rhône-Alpes



ENE
entreprises & numérique

LE MOULIN DIGITAL

DÉCOUVRIR

Collectifs ouverts &
gratuits

FAIRE

Atouts Numériques

INNOVER

French Tech in The Alps

TRAVAILLER

Cedille.pro

PROCHAINS WEBINAIRES

www.lemoulindigital.fr/agenda

PROJECTEUR

La diète numérique

mercredi 15 avril - 9h30 - 10h15

ATOUS NUMERIQUES

Créer et optimiser son site internet

jeudi 16 avril - 9h30 - 11h

PROJECTEUR

La distribution et la livraison de produits
alimentaires locaux

mercredi 22 avril - 9h30 - 10h15



beekast

WWW.BEEKAST.LIVE/2ANZ

NOUVEL ONGLET SUR VOTRE NAVIGATEUR

P e n s e z à r e v e n i r . . .



QUELS SONT LES MOTS QUI VOUS VIENNENT À L'ESPRIT
LORSQU'ON ÉVOQUE LES RÉSEAUX SOCIAUX DANS SON
MÉTIER?

provisoire court terme
interaction notoriété
nouveau projet fans chronophage image vidéos
viralité digital indispensable codes posts
profil digital indispensable codes fidélisation
photos communication partage
courage lien visibilité adaptabilité proximité
récurrent connexion chronophage
solidarité humour notoriété couleur
provisoire communauté prenant
promotion référencement

UN PREAMBULE

ON NE NAÎT PAS EXPERT DES RÉSEAUX SOCIAUX

Mais on le devient à force de faire des erreurs et d'apprendre de celles-ci.



POUR QUELLES RAISONS

U t i l i s e r l e s
r é s e a u x s o c i a u x
d a n s s o n m é t i e r



LE VOLUME



3/4 des personnes avec qui vous
travaillez utilisent quotidiennement

PRINCIPAUX RÉSEAUX





LES CONCURRENTS

leur démarche sociale

l'ancrage de leur fidélisation



**INTERAGIR
AVEC SA
COMMUNAUTÉ**

Objectif fidélisation



**ACCÉLÉRER SA
VISIBILITÉ**

Objectif prospection



E-RÉPUTATION

FIDELISER

Fédérer une communauté

PROSPECTER

Utiliser la viralité

FINANCER

Crowdfunding

RECRUTER

Travailler sa différence



RÉ-HUMANISER ANCRER

Créer un lien

différent

Passer de

clients à

communauté



ÉCOUTER CONNAÎTRE

S'intéresser

à

B - t o - C

B - t o - B



web 1.0

V O U S C O N N A I S S E Z ?

WEB 1.0

ACCÉLÉRER SA VISIBILITÉ

L'information de 1 à plusieurs

Presse | Radio | TV

Site web





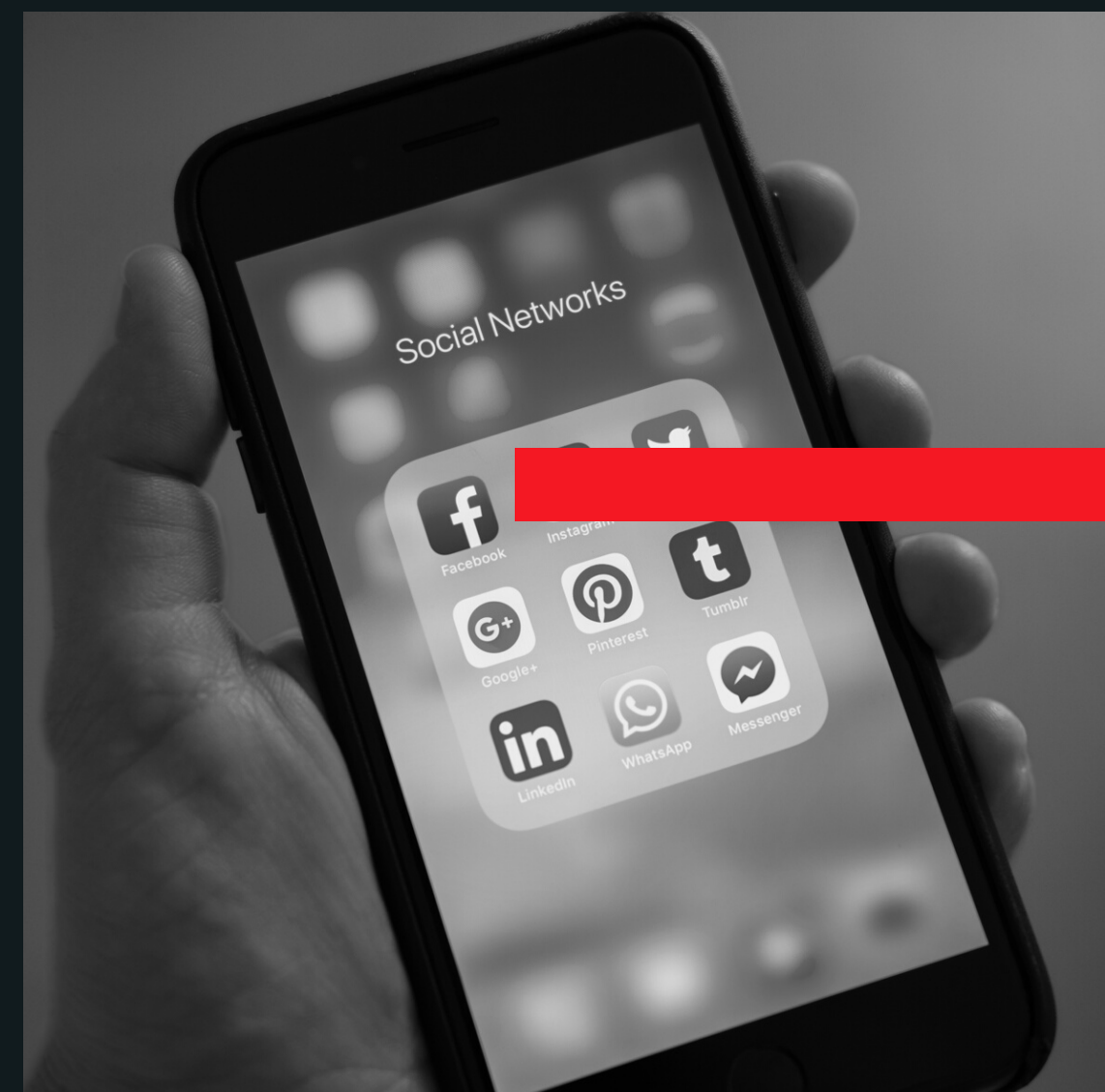
web 2.0

P A S M I E U X ?

W E B 2 . 0

INTERAGIR AVEC SA
COMMUNAUTÉ

Le contenu généré par
l'utilisateur



WEB 1.0

SE FAIRE
CONNAITRE

WEB 2.0

SE FAIRE
RECONNAÎTRE

QUELQUES MODES D'UTILISATION

FAIRE DE
LA VEILLE

Parler...
mais aussi écouter

PARTAGER

Dis moi ce que tu
aimes

PUBLIER

Des posts

CONVERSER

Messengeries

A U F I N A L



RECOMMANDATION

Le bouche à
oreille 2.0

VIRALITÉ

Augmenter son
audience

VISIBILITÉ

Référencement



CRÉER DU CONTENU ENGAGEANT

L'enjeu face aux filtres des algorithmes

LA DÉCOUVERTE DE TROIS TOUCHES DU CLAVIER

L E S Q U E L L E S ?





Mots clés liés à la publication

Augmenter la visibilité par la recherche

Mention spéciale Insta (10 # max / Post)

TOUCHE

1/3



Citation d'un compte ou d'une page

Travailler sa viralité par rebonds (partenaires)

La difficulté de LinkedIn

TOUCHE

2/3



Un humain parle à des humains
Quoi de mieux qu'une question...
pour avoir une réponse 🤔
Restez authentique

TOUCHE

3 / 3



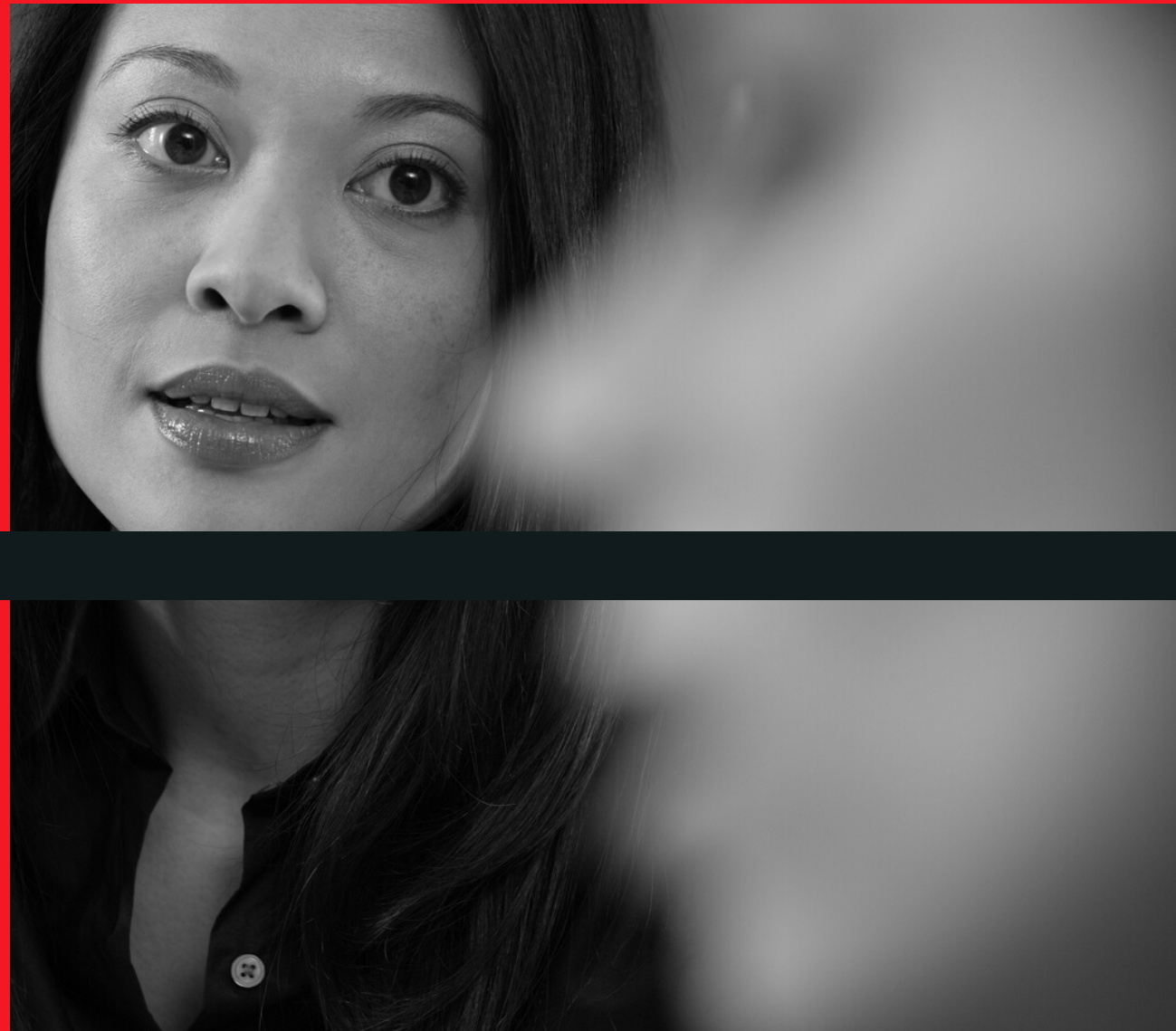
TROUVEZ VOTRE LIGNE EDITORIALE

Sur le fonds (contenus, tons, ...)
Sur la forme (emojis, crochets...)

Un ton professionnel.. mais humain et décontracté

SOYEZ AUTHENTIQUE

*Soyez vous même,
les autres sont déjà pris*



n a t u r e l

d i f f é r e n c e s

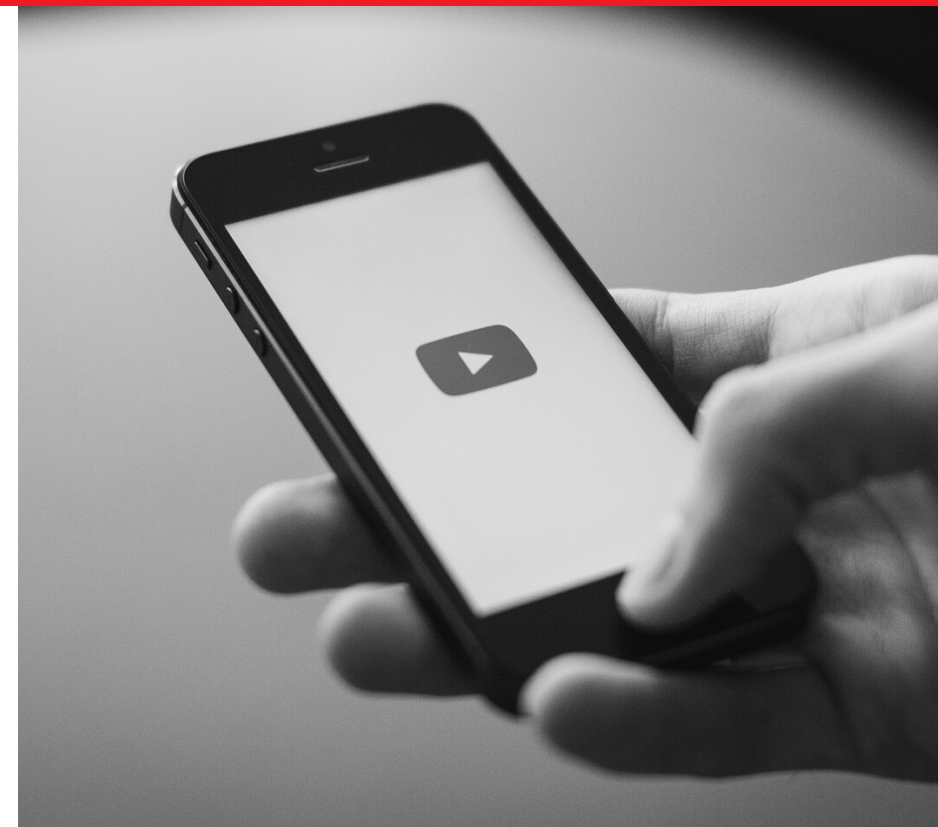
h u m o u r

p e r s o n n a l i t é

t r a n s p a r e n c e

VARIEZ LES FORMATS

Textes, images, VIDEOS,
sondages, événements,
jeux concours, posts
courts, longs...



BEHIND THE SCENES



S o r t i r d e l a
c o m m u n i c a t i o n
i n s t i t u t i o n n e l l e

DU CONTENU OFFERT

OFFREZ & AIDEZ

contenus, astuces, recettes, infos etc.

ÉVÉNEMENTS

dédiés

OPÉRATIONS

inaugurations

A 3D rendered graphic featuring the words 'SPECIAL' and 'OFFER' in large, white, blocky letters. The text is set against a dark grey background. A horizontal red bar is positioned across the middle of the letters, partially obscuring them. The letters have a slight shadow and depth, giving them a three-dimensional appearance.

SPECIAL
OFFER



LA MESSAGERIE PRIVÉE

Sortir de la
communication
impersonnelle

Les messages
voix (Linkedin &
Insta)



P A S S I S I M P L E

N e p a s p a r l e r
q u e d e s o i

o u q u e d e
s o n o f f r e

A yellow measuring tape is coiled vertically on the left side of the slide, showing measurements from 45 to 96. A solid red horizontal bar is positioned above the top of the tape.

MESURER

Pour adapter
(contenus, formats, attentes...)

Suivre vos conversions (trafic
site web, clics...)

A large red circle is partially visible in the top right corner, with a black triangle overlapping its bottom-left edge. In the bottom right corner, there is a red square with a black horizontal bar overlapping its top edge.



beekast

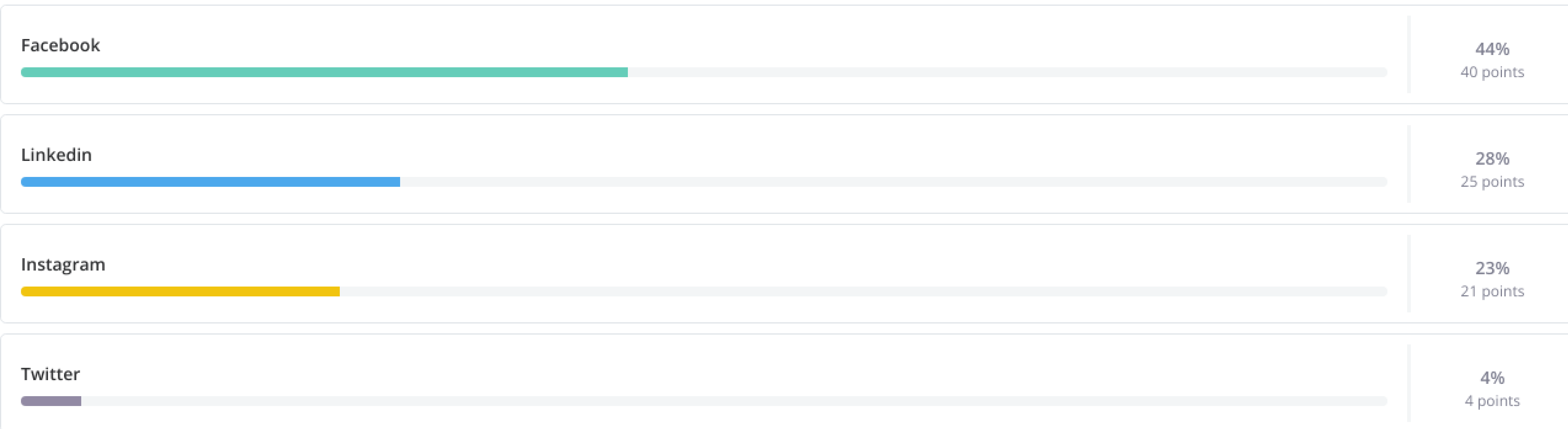
WWW.BEEKAST.LIVE/2ANZ

NOUVEL ONGLET SUR VOTRE NAVIGATEUR

P e n s e z à r e v e n i r . . .



RÉPARTISSEZ VOTRE INTÉRÊT SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX SUIVANTS (5 POINTS)



**PRINCIPAUX
RÉSEAUX**



dans les pratiques des entreprises
du territoire



FACEBOOK

Page pro
Algorithme



SONDAGES

S'intéresser à

EVENEMENTS

Engagement

JEUX

Tirage au sort

LIVE

Matériel | Son



INSTAGRAM

#

Stories

QUALITÉ

Matériel

COHÉRENCE

Les filtres

VIDÉOS

Storytelling

VISUELS

Compétences

Coûts



LINKEDIN

CONNEXION

motivée par
message privé

PHOTO

Profil et
couverture

CITER

Votre
écosystème

MESSAGERIE

IRL

**Professionnel
Facebook pro**





beekast

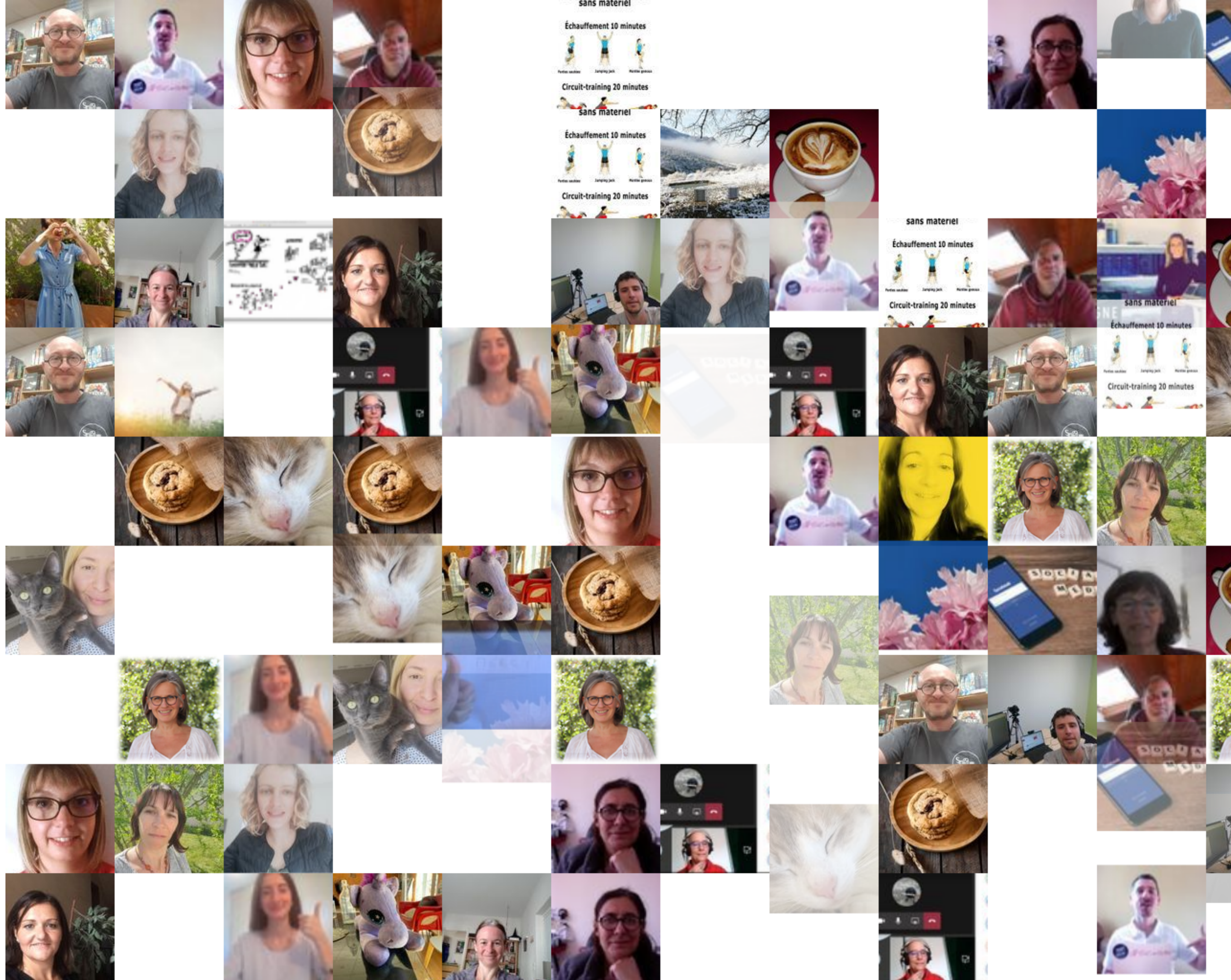
WWW.BEEKAST.LIVE/2ANZ

NOUVEL ONGLET SUR VOTRE NAVIGATEUR

P e n s e z à r e v e n i r . . .



#MERCI



CONTACTS



Jean-Philippe FALAVEL
jpfalavel@lemoulindigital.fr



Xavier MASCLAUX
xmasclaux@lemoulindigital.fr