

AVRIL 2020



Jean-Philippe FALAVEL

LE  
MOULIN  
DIGITAL

ATOUPS   
NUMÉRIQUES



Xavier MASCLAUX

# 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

## **D**ÉCOUVRIR

Collectifs ouverts &  
gratuits

## **I**NNOVER

French Tech in The Alps

## **F**AIRE

Atouts Numériques

## **T**RAVAILLER

Cedille.pro





# PROCHAINS WEBINAIRES

[\*\*www.lemoulindigital.fr/agenda\*\*](http://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 . . .







# 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

**F** I D E L I S E R

Fédérer une communauté

**P** R O S P E C T E R

Utiliser la viralité

**F** I N A N C E R

Crowdfunding

**R** E C R U T E R

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

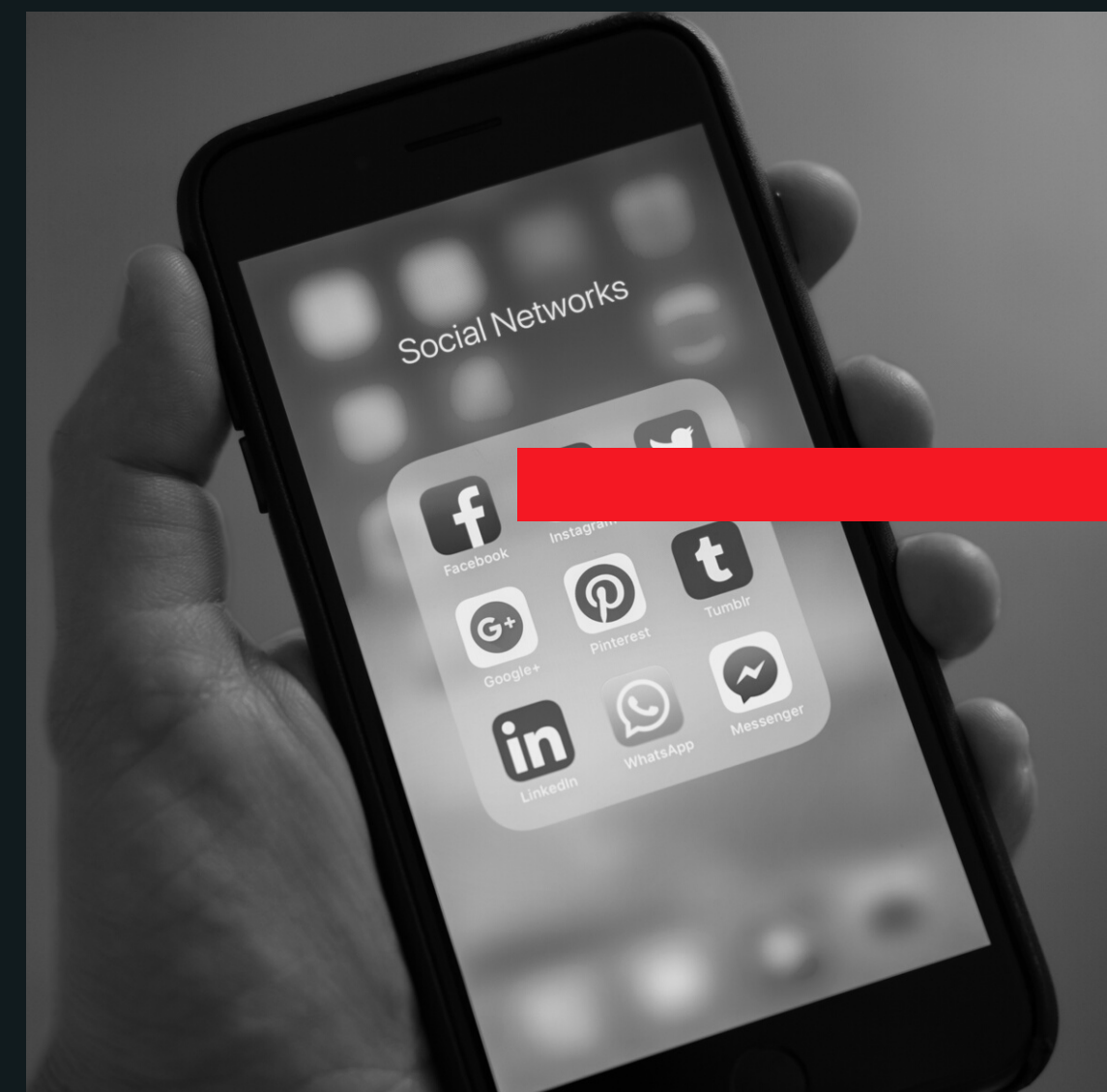
P A S M I E U X ?



# WEB 2.0

INTERAGIR AVEC SA  
COMMUNAUTÉ

Le contenu généré par  
l'utilisateur



# WEB 1.0

SE FAIRE  
CONNAÎTRE

# WEB 2.0

SE FAIRE  
RECONNAÎTRE



# QUELQUES MODES D'UTILISATION

**F**A I R E D E  
L A V E I L L E

Parler...  
mais aussi écouter

**P**U B L I E R

Des posts

**P**A R T A G E R

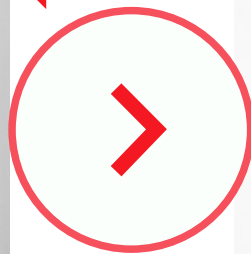
Dis moi ce que tu  
aimes

**C** O N V E R S E R

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**

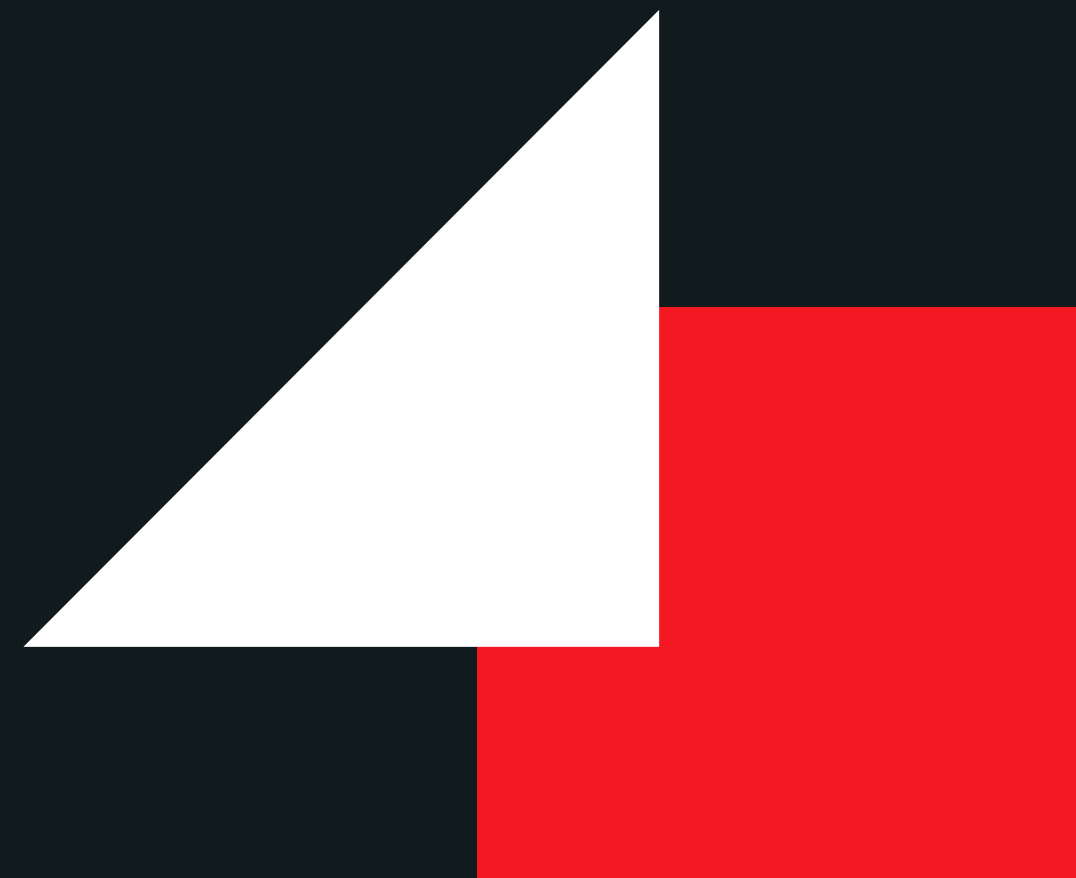




# TROUVEZ VOTRE LIGNE EDITORIALE

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

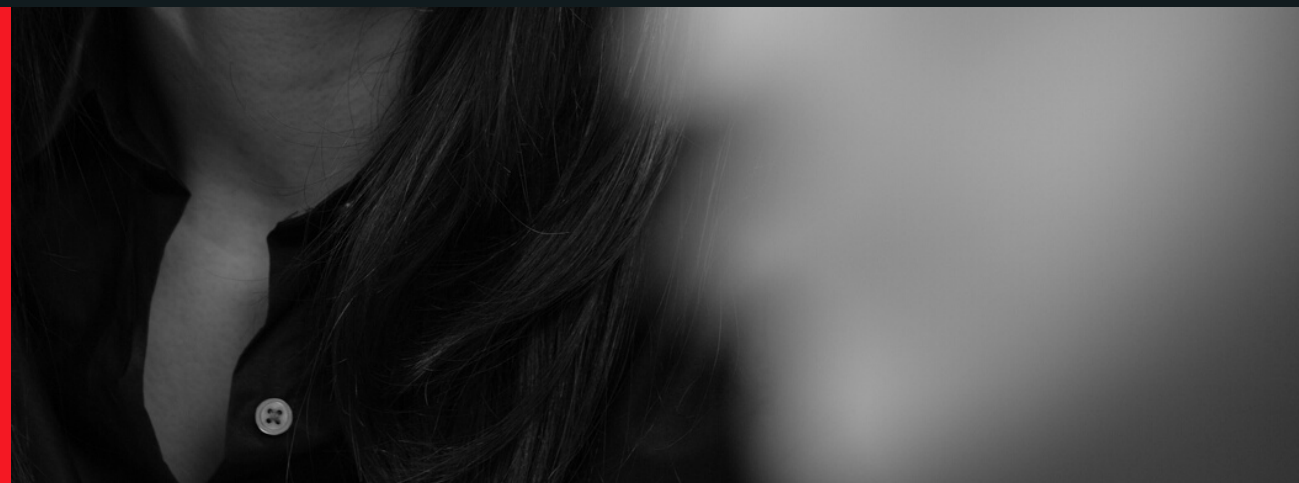
Un ton professionnel.. mais humain et décontracté





# SOYEZ AUTHENTIQUE

*Soyez vous même,  
les autres sont déjà pris*



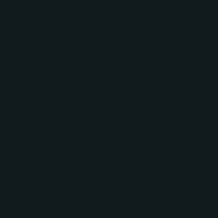
# n a t u r e l

# d i f f é r e n c e s

# h u m o u r

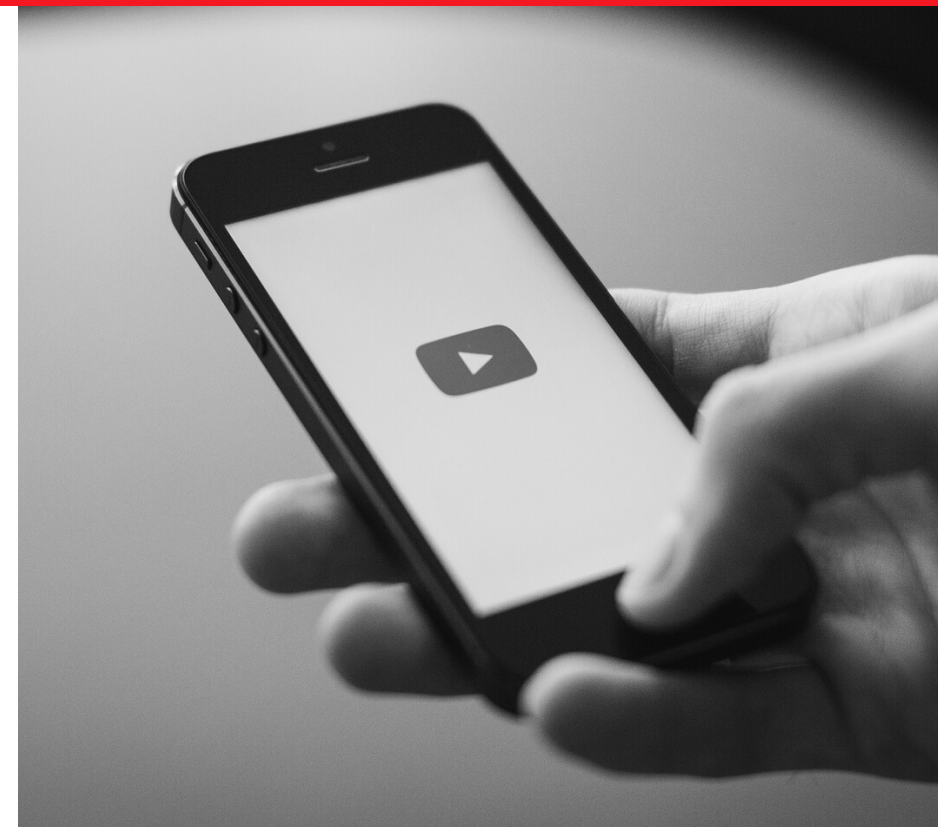
# p e r s o n n a l i t é

# 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



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



# MESURER

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

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





# beekast



## WWW.BEEKAST.LIVE/2ANZ

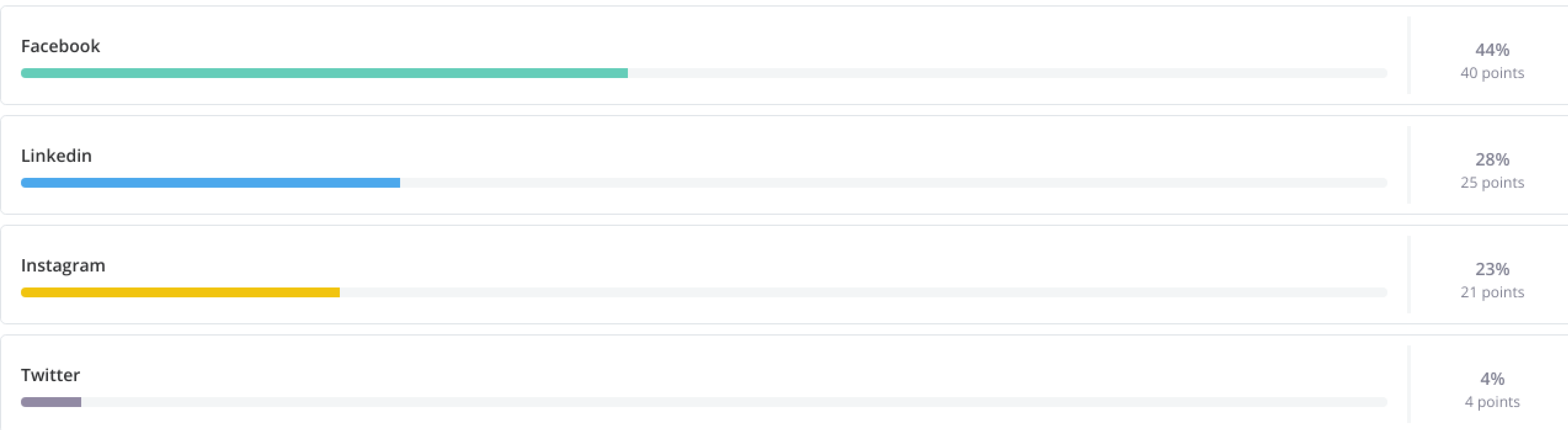
**NOUVEL ONGLET SUR VOTRE NAVIGATEUR**

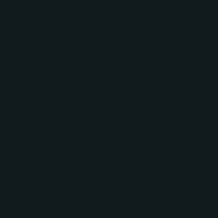
P e n s e z   à   r e v e n i r . . .





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

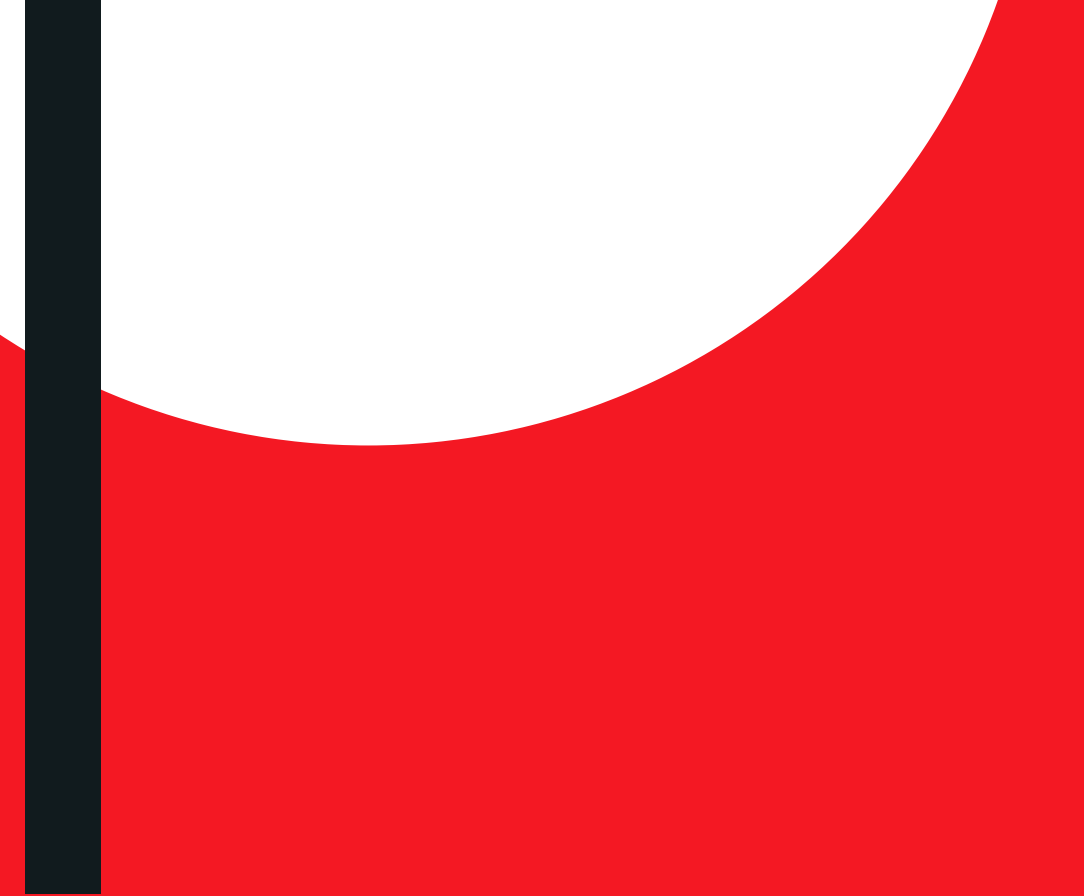




# PRINCIPAUX RÉSEAUX



dans les pratiques des entreprises  
du territoire



**FACEBOOK**

**Page pro**  
**Algorithme**

SONDAGES

S'intéresser à

JEUX

Tirage au sort

EVENEMENTS

Engagement

LIVE

Matériel | Son



Q U A L I T É

M a t é r i e l

C O H É R E N C E

L e s f i l t r e s

V I D É O S

S t o r y t e l l i n g

V I S U E L S

C o m p é t e n c e s

C o û t s

**INSTAGRAM**

**#**

**Stories**



**LINKEDIN**

CONNEXION

motivée par  
message privé

PHOTO

Profil et  
couverture

CITER

Votre  
écosystème

MESSAGERIE

IRL

**Professionnel**  
**Facebook pro**







# beekast



## WWW.BEEKAST.LIVE/2ANZ

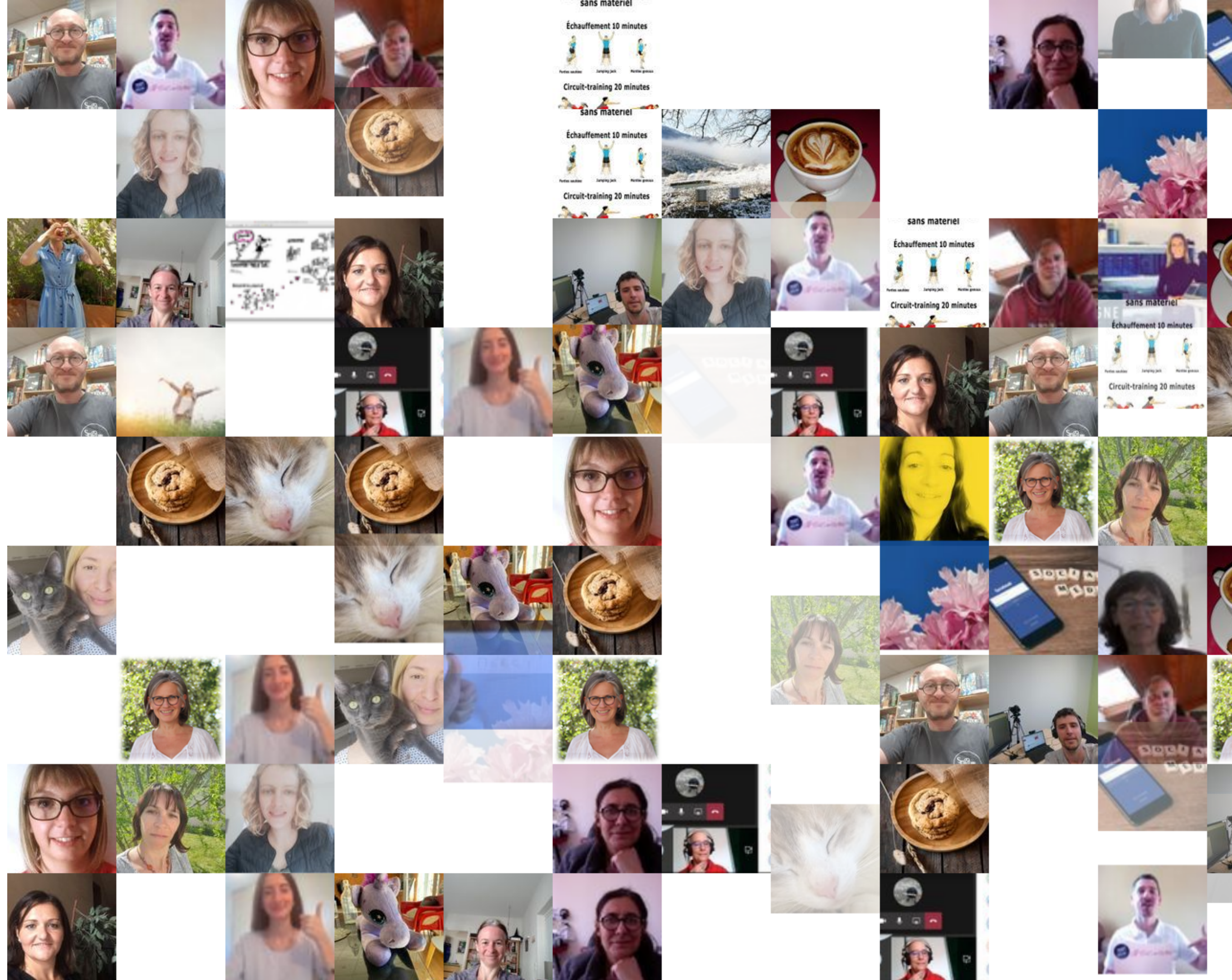
**NOUVEL ONGLET SUR VOTRE NAVIGATEUR**

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