

**GAME
CREATOR
CONTEST**

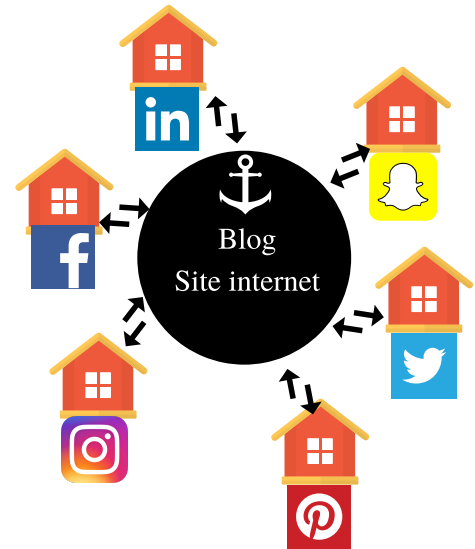
UTILISER LES RÉSEAUX SOCIAUX

Etablir une Stratégie professionnelle


Définir un point d'ancrage (site, blog...)

- Regrouper tous les éléments caractérisant votre domaine d'activité
- Décrire, de manière détaillée, vos produits, services, références, témoignages, articles ...

Développer des ambassades (points de relais pour une présence diffuse) : Facebook, twitter, snapchat, instagram, linkedin, pinterest...



Choisir un réseau social

 Il ne faut **pas en choisir de trop** sinon il y a un **risque d'épuisement** chez le client et chez le professionnel. Car les réseaux sociaux **requièrent beaucoup de temps**.

?

La question importante lors du choix des réseaux : **Sur quel(s) réseau(x) sont vos futurs clients ?**

 Comme précédemment il faut un minimum :

- un réseau clé (**réseau professionnel**)
- Un réseau social plus perso (réseau où on se sent plus **libre de publier ce que l'on souhaite**)

Il faut être prudent sur ce que l'on écrit, sans être trop timide. **A VOULOIR PLAIRE A TOUT LE MONDE, ON NE PLAIT A PERSONNE.** Il faut juste être en accord avec soi-même.



TWITTER

Professionnel principalement
(petite touche personnelle)

Contenus courts avec visuels et
hashtags



LINKEDIN

Professionnel uniquement

Contenus centrés sur votre domaine
d'activité, droits et informations.



FACEBOOK

Cadre convivial et léger

Contenus plus chaleureux

UTILISER LES RÉSEAUX SOCIAUX

Quand et quoi publier



Il est primordial de **créer un rythme dans les différentes publications** (il est préférable de poster 2 à 3 fois par semaine que 10 fois en 3 jours puis plus rien pendant 1 mois).
Le **rythme doit être tenu**. Dans ce sens vous pouvez aussi préparer des posts en avance.

La question importante : "**Qu'est-ce qui peut intéresser mes cibles ?**"

UN ARTICLE

Sur un blog ou un site

UN INTERVIEW

Par exemple avec les 10 personnes clés de son secteur (questions sur les tendances à venir...). Cela permet de se faire connaître auprès des acteurs clés du secteur

UN EBOOK

C'est à document à télécharger avec un titre vendeur.
Pour le télécharger prévoir de laisser un contact via email.

UN WEBINAR

C'est une conférence en ligne. Il faut déjà avoir une notoriété pour le faire.

UN CONCOURS

Tout simplement pour se faire connaître et présenter ces produits sur les réseaux sociaux de manière plus "virale"

UN QUOTIDIEN

Pour partager son actualité (inspiration, lecture, réflexion, conférence où l'on va...). Cela permet de montrer son dynamisme

Automatiser une veille

La veille est une collecte d'information pour appréhender le mieux possible un marché, et donc, de pouvoir réagir en cas d'évolution.

Dans notre cas elle va nous permettre de :

- Etre au courant de l'ouverture d'une offre** pour la préparer et personnaliser sa proposition.
- Identifier de nouveaux acteurs** qui pourront devenir de nouveaux clients.



Pour cela on peut utiliser des applications comme Tweetdeck qui permet de planifier ses tweets et veiller par mots clés.

La **veille prend beaucoup de temps**, car on préconise souvent d'y aller 2 à 4 fois par jour.