

Webmarketing Conseil - Rudy Viard

Le Guide du Marketing sur les Réseaux Sociaux



Maîtriser les réseaux sociaux : le Guide
Complet. Tous les tutoriels pour attirer
votre client idéal.

made with
Beacon

Table des matières

1. La Liste des Réseaux sociaux
2. Le Top 20 des Réseaux Sociaux
3. Le Classement des Réseaux Sociaux
4. Les 9 Réseaux Sociaux à Prendre en Compte en 2016
5. Quel Réseau Social Choisir ?
6. Quel Réseau social pour Mon Entreprise ?
7. Comment Maîtriser les Réseaux Sociaux ?
8. Que Publier sur les Réseaux Sociaux ?
9. Comment Programmer vos Publications sur les Réseaux Sociaux ?
10. Comment Publier mes Vidéos sur (tous) les Réseaux Sociaux (en même temps) ?

11. Le Guide Complet des Dimensions des Images des Réseaux sociaux

12. Le Guide Complet du Marketing sur Facebook

13. Le Guide Complet du Marketing sur Twitter

14. Le Guide Complet du Marketing sur LinkedIn

15. Le Guide Complet du Marketing sur Pinterest

16. Le Guide Complet du Marketing sur Google+

17. Le Guide Complet du Marketing sur Instagram

18. Le Guide de la Publicité sur les Réseaux Sociaux

19. Vous voulez aller plus loin ?

La Liste des Réseaux sociaux



La liste des réseaux sociaux : Quel réseau social choisir ? Quel réseau social utiliser pour un usage professionnel ou personnel ? Quelle est l'offre de réseau sociaux sur ordinateur ou mobile pour me connecter avec les communautés qui m'intéressent et échanger via photo, vidéo, messages, audio... Mis à part Facebook, réseau social sur lequel ma mère est devenue experte, quels sont les réseaux sociaux émergents sur Internet ? Etant donné qu'une "couche sociale" est présente dans quasiment l'ensemble des services en ligne et applications, vous ne trouverez dans cette liste que les réseaux sociaux ayant dépassé le 1 000 000 d'utilisateurs pour une meilleure visibilité. Consultez le [classement mondial réseaux sociaux](#) pour connaître les réseaux qui dominent actuellement.

La liste des réseaux sociaux

Réseaux sociaux généralistes ou spécialisés, réseaux sociaux mobiles ou géolocalisés, réseaux sociaux professionnels ou anonymes, réseaux sociaux sur mobile uniquement, il existe forcément un réseau social adapté à vos

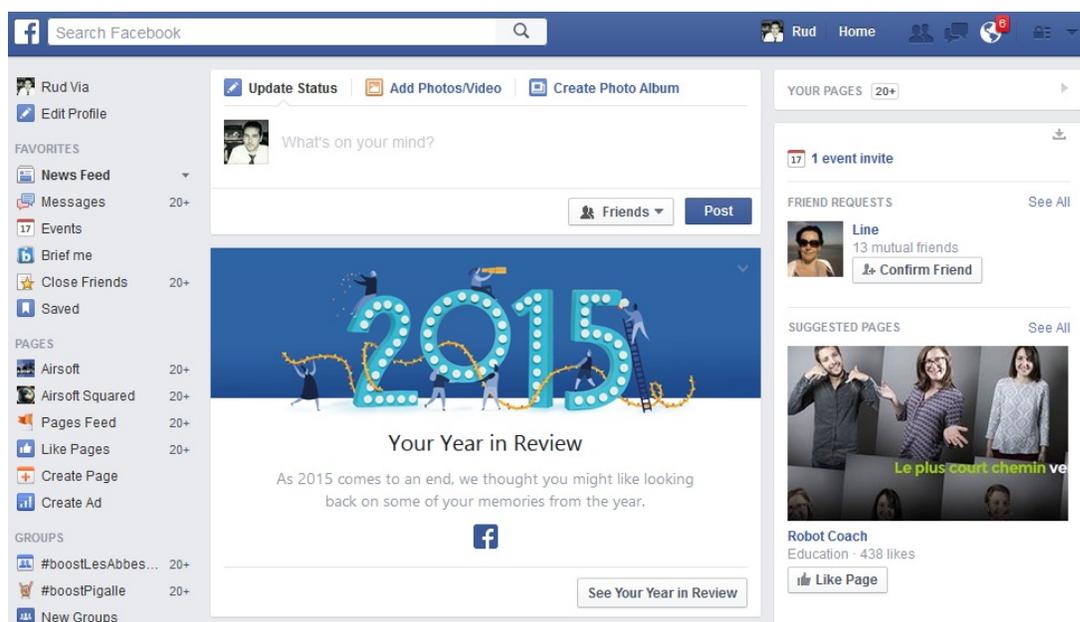
besoins : échanges avec vos proches ou avec vos collègues, promotion de votre entreprise, création, publication et partage de contenu...



Voici la liste des réseaux sociaux :

Facebook

Facebook est le plus large réseau social au monde. Devenu pour beaucoup leur porte d'entrée sur le web, Facebook permet de découvrir de nouveaux contenus, de suivre la vie de vos proches, de chatter et de partager photos et vidéos auprès de vos amis et de vos proches. Facebook propose également des solutions efficaces aider les entreprises à toucher leurs clients



Consultez le tutoriel pour vous [inscrire sur Facebook](#)

Le réseau social **Facebook**

L'application **Facebook mobile sur Android**

L'application **Facebook mobile sur iPhone / iPad**

Twitter

A la différence de Facebook, centré sur le réseau d'amis proches, **Twitter** permet de suivre librement n'importe quel utilisateur (ami, marque, personnalité) et de partager des messages courts limités à 140 caractères. Tandis que certains utilisateurs l'utilisent quasiment comme un chat public pour interagir avec un noyau dur d'amis, entreprises, marques, médias, journalistes et créateurs s'en servent également comme d'un outil de promotion efficace.



The image shows a screenshot of a Twitter profile page for Rudy Viard (@RudyViard). The profile picture is a black and white portrait of a man. The bio reads: "ex ScreenToaster & Mediabrand : eMarketing, Growth Hacking, Viralité, SMO, SEO. Fondateur du réseau social Airsoft-Squared.com". The location is Paris, and the website is webmarketing-conseil.fr. The profile was created in April 2009. The profile statistics show 6,410 tweets, 711 photos/videos, 14k subscribers, 21.8k followers, and 156 favorites. The main tweet is a pinned tweet from 3 hours ago with the text: "10 apps mobiles pour téléphoner gratuitement sur votre portable webmarketing-conseil.fr/telephone-grat...". Below it is another tweet from 31 minutes ago: "L'outil de Twitter pour planifier ses tweets : webmarketing-conseil.fr/calendrier-edi... pic.twitter.com/Psyy0O". The right sidebar shows suggestions for users to follow and trending topics like #LaParesseADuBon, Totally Spies, #1J1d, Titeuf, and Grey's Anatomy.

Consultez le tutoriel pour vous **inscrire sur Twitter**

Le réseau social **Twitter**

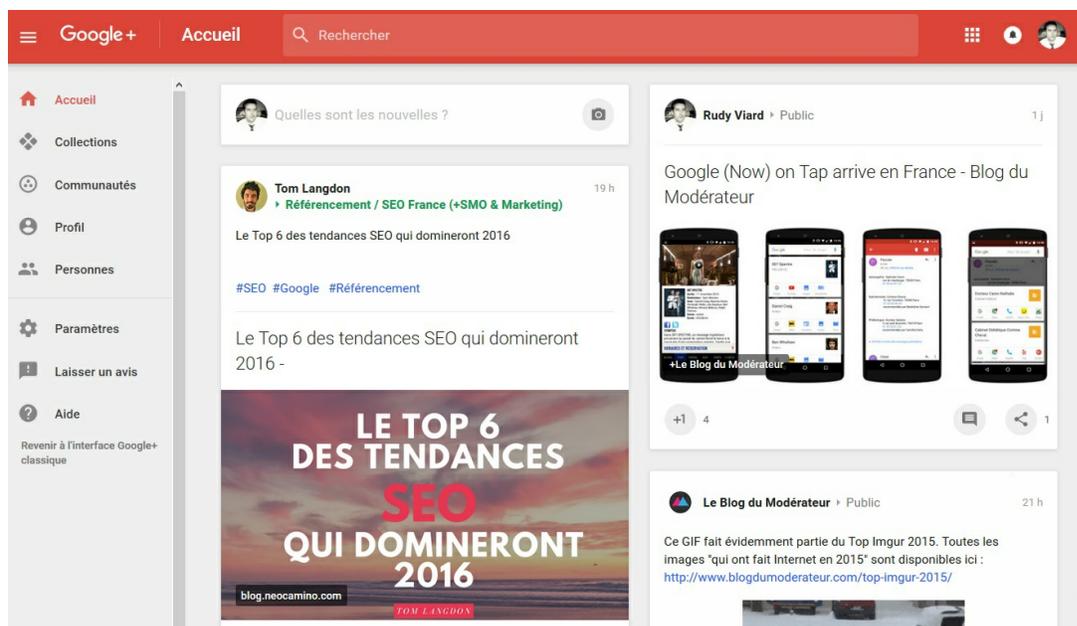
L'application **Twitter sur Android**

L'application **Twitter sur iPhone / iPad**

Google Plus

Google+ est un service à mi-chemin entre Facebook et Twitter. Il permet en

effet de communiquer avec vos amis et votre famille en limitant la visibilité de vos messages et photos à un groupe défini de personnes (grâce aux "cercles"). Pour autant, des utilisateurs pourront vous suivre sans que vous ayez besoin de les accepter en tant qu'amis au préalable. Les pages entreprise permettent aux marques de communiquer vers leurs clients.



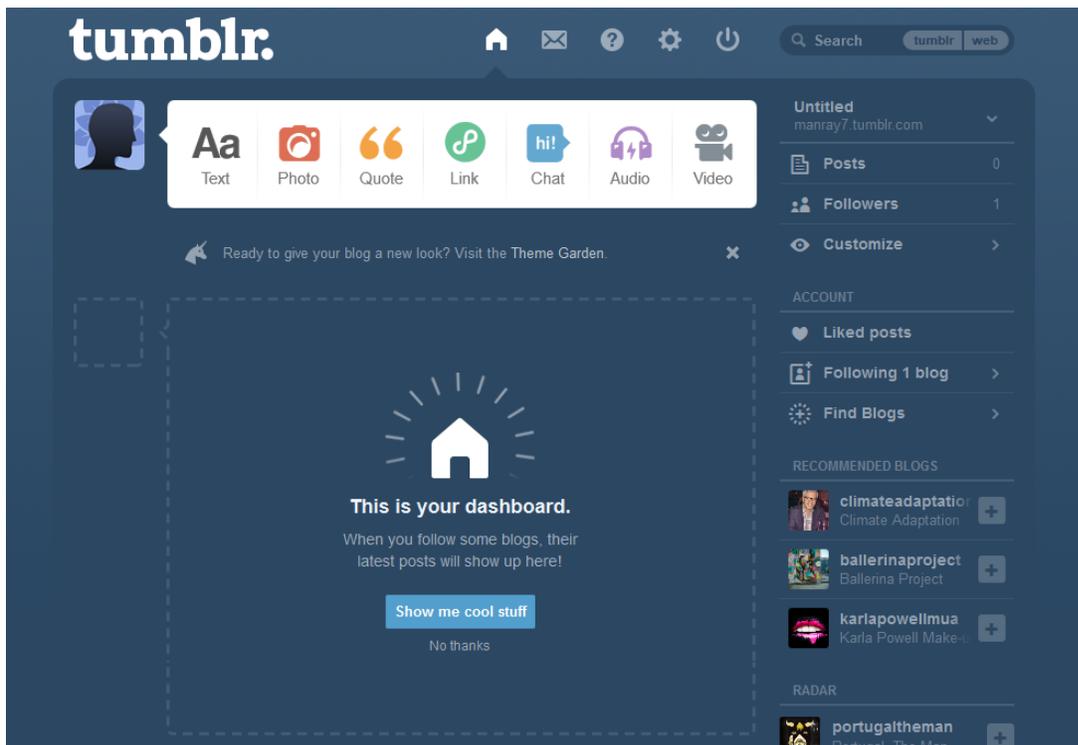
Le réseau social **Google+**

L'application **Google+** sur **Android**

L'application **Google+** sur **iPhone / iPad**

Tumblr

Sur Tumblr, le cupcake, le Gif animé, les blagues de community managers et les boobs règnent en maître. Tumblr est une plateforme permettant de publier des textes, citations, liens, photos, sons et vidéos de manière ultra-simple sans passer par la création fastidieuse d'un blog mais avec des possibilités intéressantes de customisation au niveau du design de votre page.



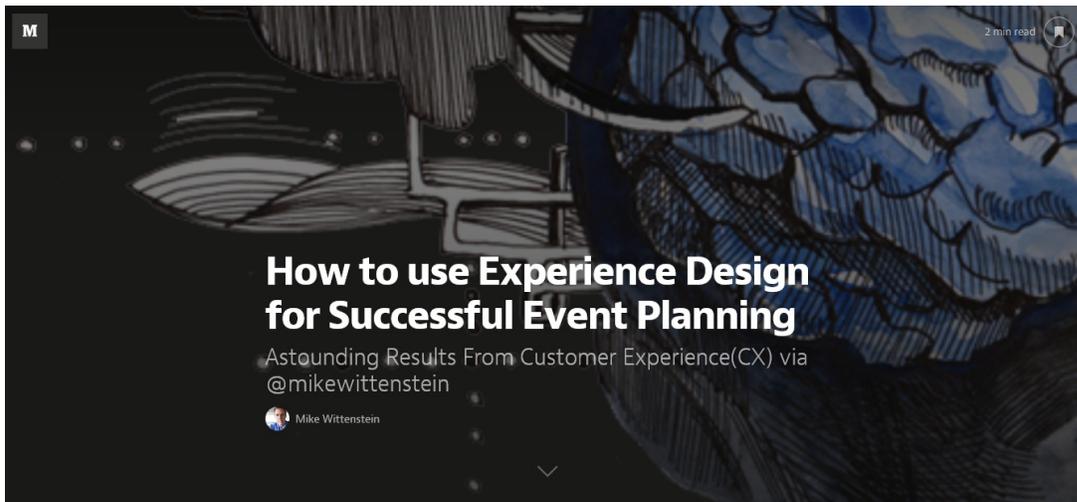
Le réseau social [Tumblr](#)

L'application [Tumblr sur Android](#)

L'application [Tumblr sur iPhone / iPad](#)

Medium

Medium est un réseau social pour les écrivains, les experts et les penseurs qui souhaiteraient laisser traîner leur plume en longueur. Medium une interface incroyablement belle et simple pour publier des articles ou des histoires sans limite de longueur puis de les publier dans des "collections" classées par thème et au sein desquels chacun peut venir collaborer et tenter d'enrichir le flux de nouvelles.



Planning a multi-speaker event has more moving parts than a clock factory. But, whether the format is a webinar, a corporate in-house event or for an association, there are things that can be done in preparation to make the event more than just an opportunity to gather knowledge and network.

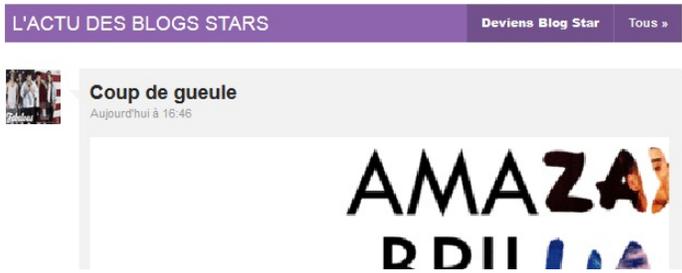
Le réseau social **Medium**

L'application **Medium** sur iPhone / iPad

Parmi les concurrents de Medium : **Ghost**, **Svbtle**, **Sett**

Skyblog

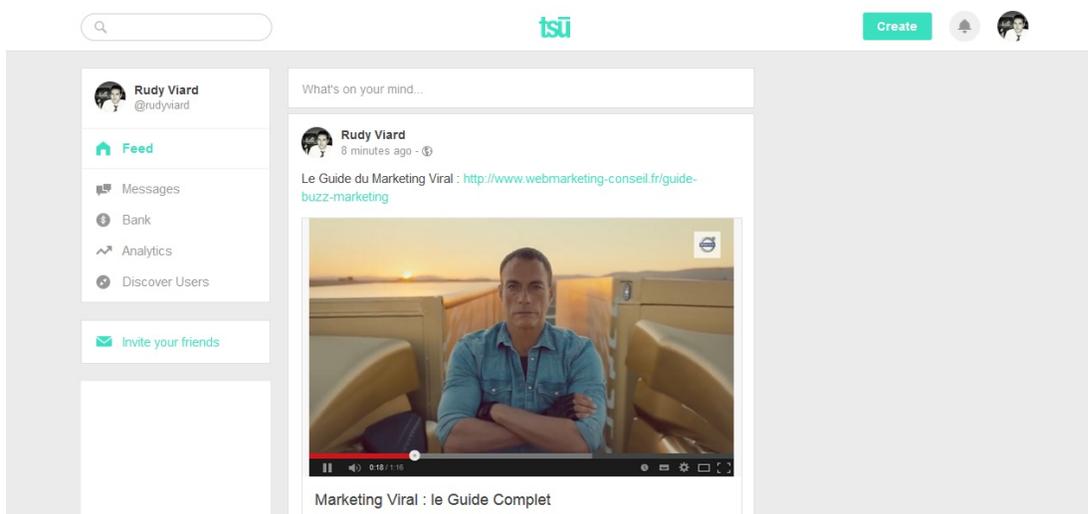
Skyblog est une plateforme de blog permettant à chaque utilisateur de créer son profil et de poster photos et vidéos.



Le réseau social **Skyblog**

Tsu

Tsu est un réseau social gratuit qui paye ses utilisateurs en redistribuant 90% des revenus générés par leurs partages et publications. Tsu ressemble à un Facebook simplifié avec des outils statistiques afin de mesurer votre audience. Ce système de monétisation a permis au site d'obtenir une grande ouverture presse en tant que "Facebook Killer".. Au final, plus de spam qu'autre chose sur ce réseau social mais qui sait ce que l'avenir peut lui réserver.

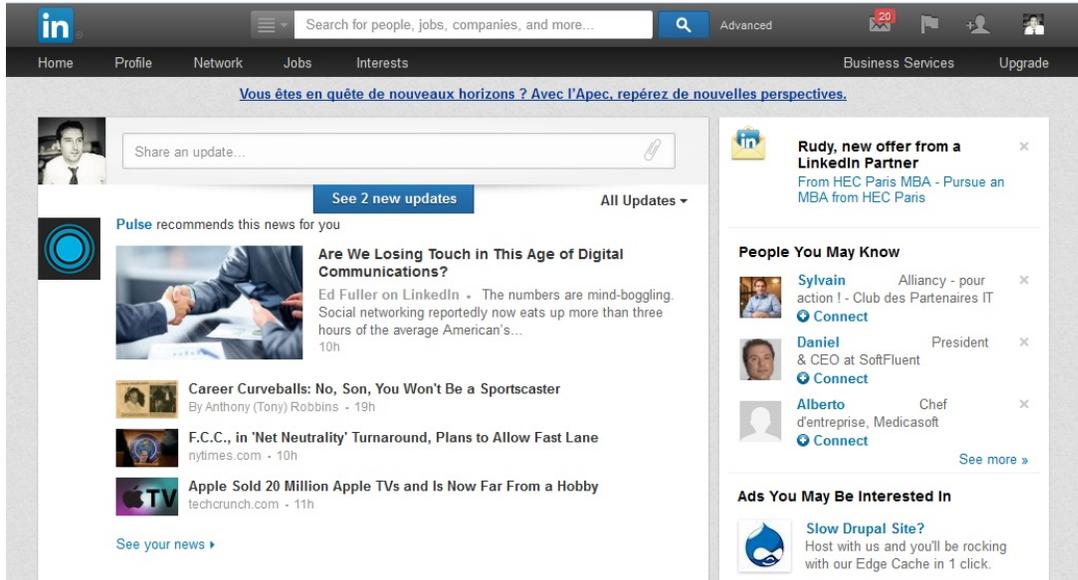


Le réseau social **Tsu**

Les réseaux sociaux professionnels

Linkedin

Linkedin est un réseau professionnel permettant de valoriser ses compétences et de se connecter avec son réseau : amis, collègues, partenaires, clients.



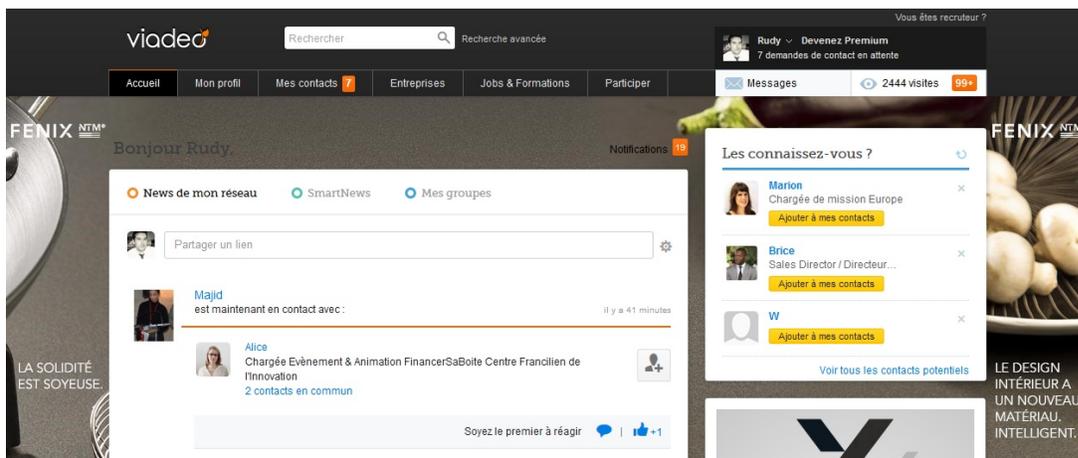
Le réseau social **Linkedin**

L'application **Linkedin sur Android**

L'application **Linkedin sur iPhone / iPad**

Viadeo

Viadeo est un réseau social professionnel permettant de réseauter, rechercher un emploi, mettre en valeur ses compétences.



Le réseau social **Viadeo**

L'application [Viadeo sur Android](#)

L'application [Viadeo sur iPhone / iPad](#)

Les réseaux d'anciens élèves

Copains d'Avant

Copain d'Avant permet de se reconnecter avec des amis d'enfance et de consulter notamment vos photos de classe. Un réseau social que personne n'utilise quotidiennement mais qui dispose de millions de profils. D'ailleurs, Copains d'Avant est encore bien

Le réseau social [Copains d'Avant](#)

Trombi

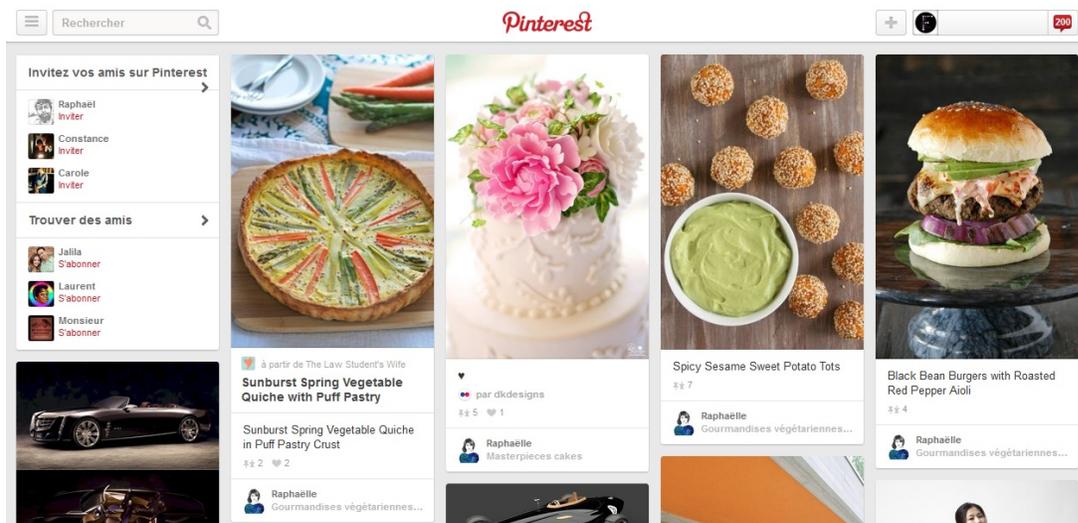
Le réseau social [Trombi](#)

Les réseaux sociaux visuels

Pinterest

Pinterest est un réseau social dédié au partage de photos et de vidéos.

Pinterest permet à chaque utilisateur d'accrocher ou plutôt d'épingler (d'où le nom "Pinterest" de "Pins" signifiant épingle en anglais) ses photos préférées sur des "tableaux thématiques" : les boards. Particulièrement addictif, Pinterest permet de visualiser un flux infini de contenus de très haute qualité autour des thématiques qui vous plaisent : la mode, la cuisine, le design ou encore les voyages...



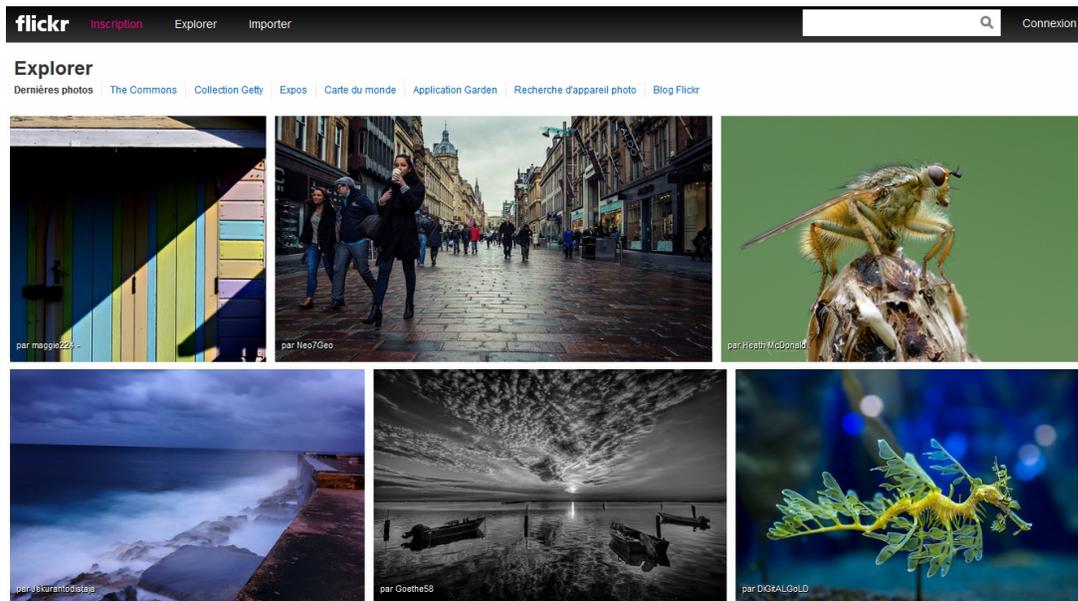
Le réseau social [Pinterest](#)

L'application [Pinterest sur Android](#)

L'application [Pinterest sur iPhone / iPad](#)

Flickr

Flickr est un réseau social permettant à la fois de stocker et partager ses photos tout en naviguant à travers le gigantesque stock d'images du site.



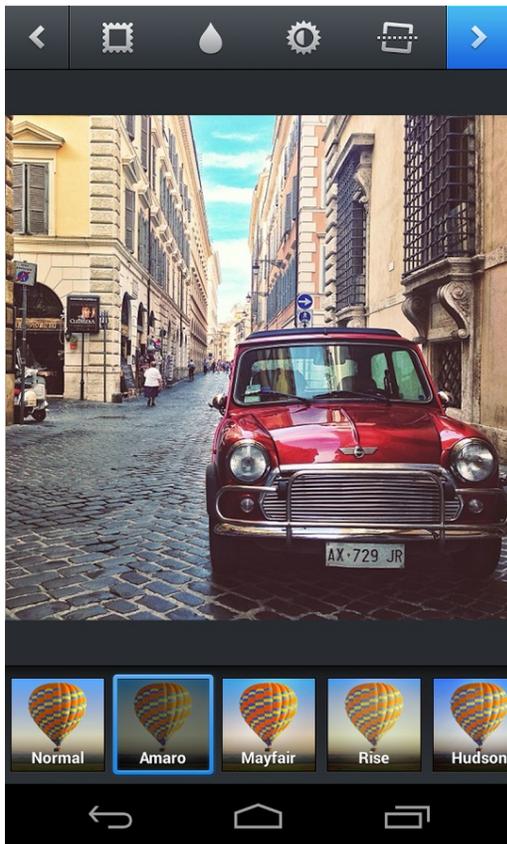
Le réseau social [Flickr](#)

L'application [Flickr sur Android](#)

L'application [Flickr sur iPhone / iPad](#)

Instagram

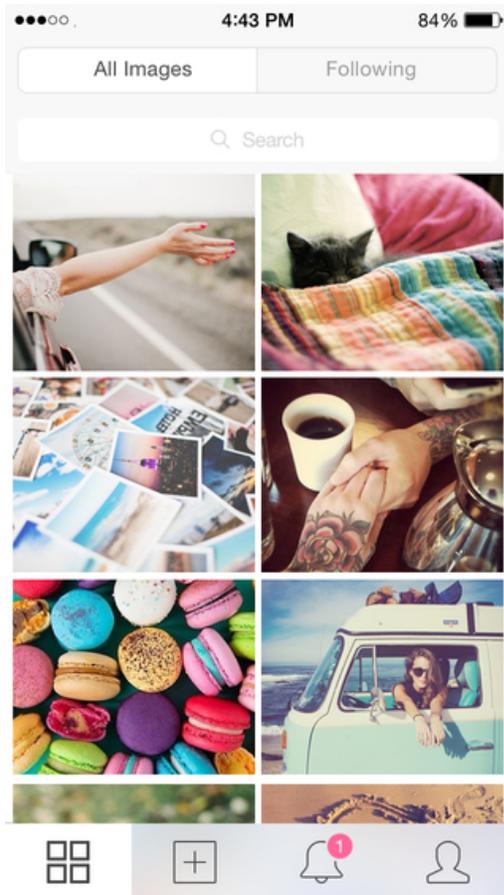
Instagram est une application mobile de photo permettant de retoucher en quelques secondes clichés et vidéos grâce à des filtres puis de les partager avec ses amis.

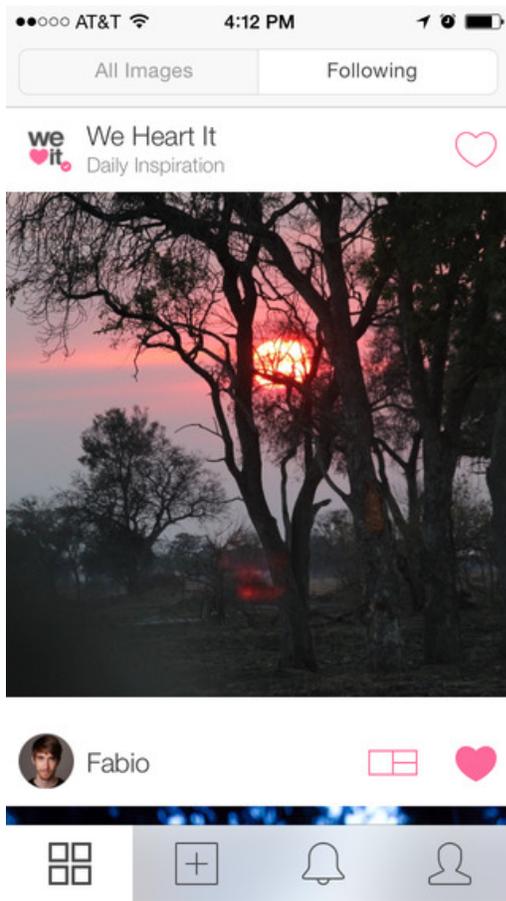


Le site web d'[Instagram](#)
L'application [Instagram sur Android](#)
L'application [Instagram sur iPhone / iPad](#)

We Heart It

We Heart It est une application mobile de contenus visuels proche de Pinterest proposant à la place des "tableaux" (boards) des "canevas" (canvas) et des "collections". Le "like" est ici symbolisé par un coeur.



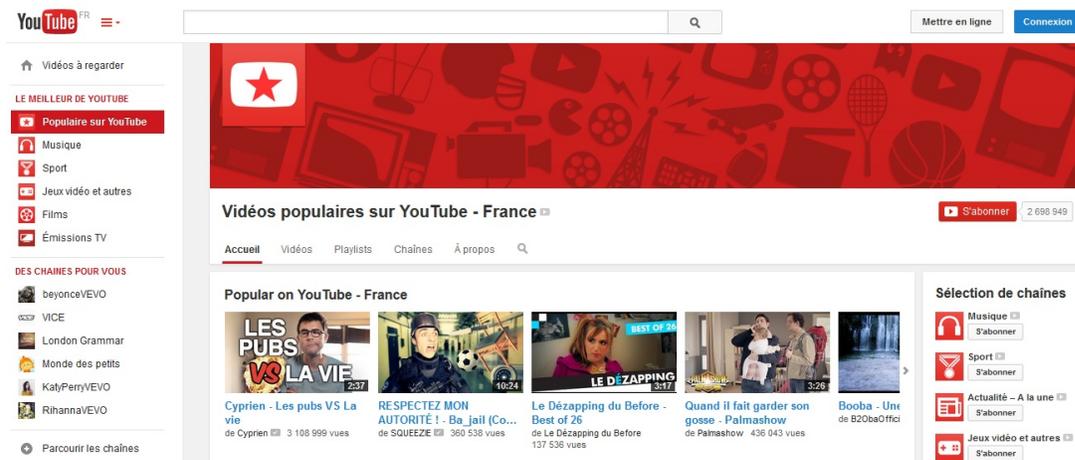


Le réseau social [We Heart It](#)
L'application [We Heart It sur Android](#)
L'application [We Heart It sur iPhone / iPad](#)

Les réseaux sociaux vidéo

Youtube

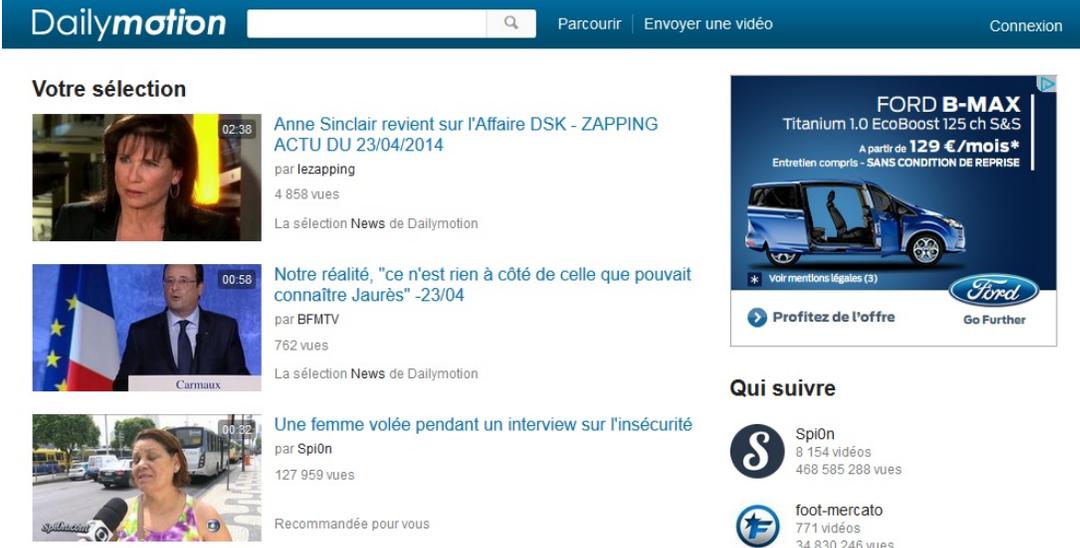
Youtube est tout simplement la plus grande plateforme pour regarder et partager vos vidéos en ligne.



La plateforme vidéo **Youtube**
L'application **Youtube sur Android**
L'application **Youtube sur iPhone / iPad**

Dailymotion

Dailymotion est un site français de vidéos concurrent de Youtube.



Dailymotion [recherche] [Parcourir] [Envoyer une vidéo] [Connexion]

Votre sélection

-  **Anne Sinclair revient sur l'Affaire DSK - ZAPPING ACTU DU 23/04/2014**
par lezapping
4 858 vues
La sélection **News** de Dailymotion
-  **Notre réalité, "ce n'est rien à côté de celle que pouvait connaître Jaurès" -23/04**
par BFMTV
762 vues
La sélection **News** de Dailymotion
-  **Une femme volée pendant un interview sur l'insécurité**
par Spi0n
127 959 vues
Recommandée pour vous

FORD B-MAX
Titanium 1.0 EcoBoost 125 ch S&S
A partir de **129 €/mois***
Entretien compris - SANS CONDITION DE REPRISE

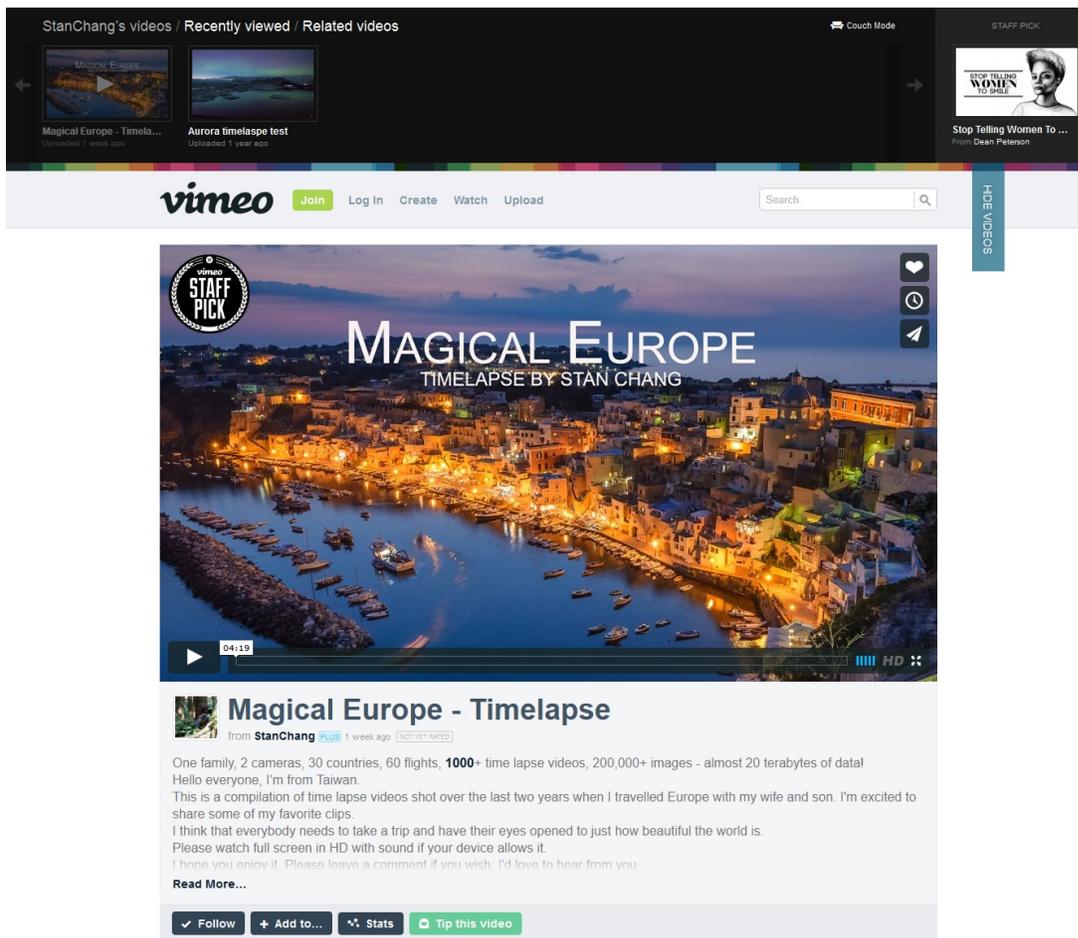
 * Voir mentions légales (3) 
Profitez de l'offre **Go Further**

Qui suivre

-  **Spi0n**
8 154 vidéos
468 585 288 vues
-  **foot-mercato**
771 vidéos
34 830 246 vues

La plateforme vidéo **Dailymotion**
L'application **Dailymotion sur Android**
L'application **Dailymotion sur iPhone / iPad**

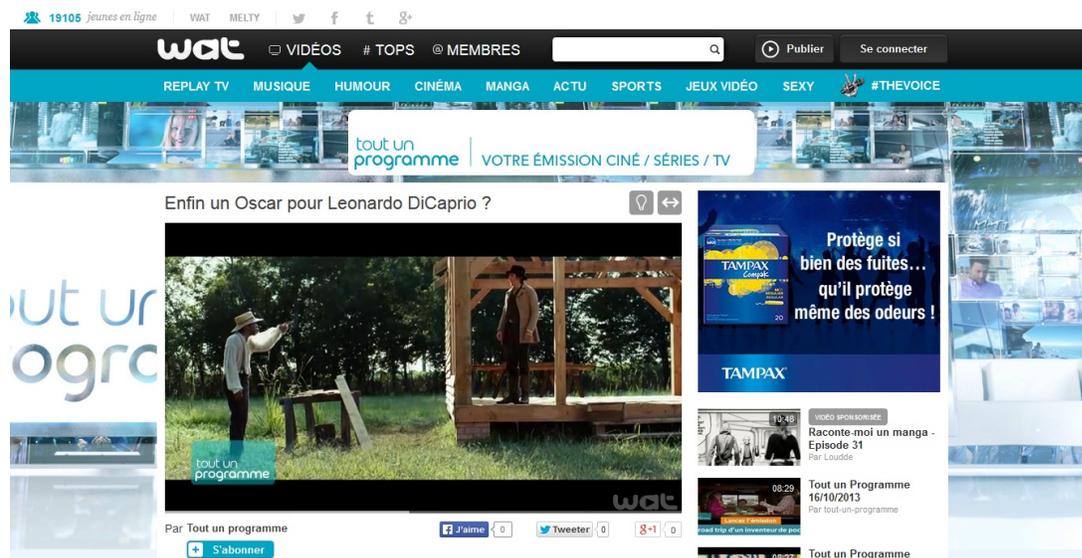
Vimeo



La plateforme vidéo **Vimeo**

Wat.tv

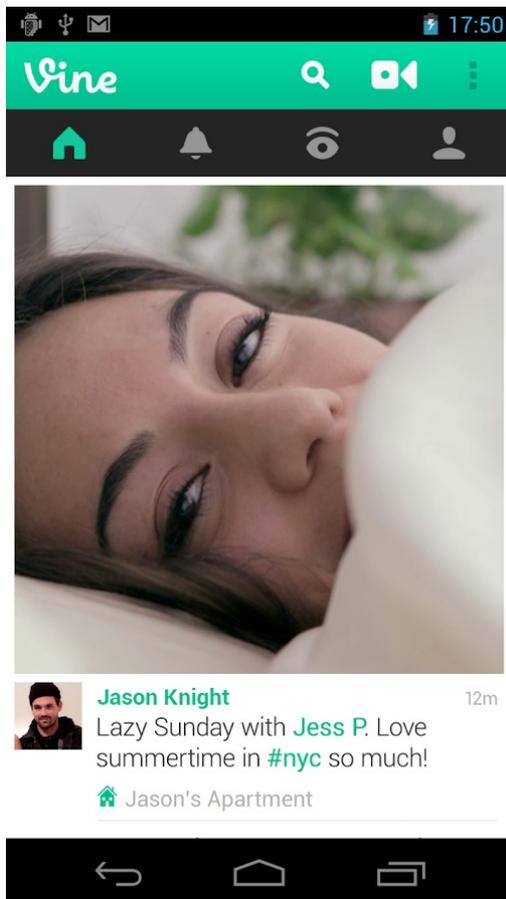
Wat.tv est une plateforme d'hébergement et de streaming vidéo.



La plateforme vidéo **Wat.tv**

Vine

Vine est une application mobile permettant de créer facilement puis de partager des vidéos courtes de moins de 6 secondes avec son téléphone ou sa tablette en laissant libre court à sa créativité. Vine permet également d'envoyer des messages vidéo et texte en mode privé.





Le réseau social [Vine](#)

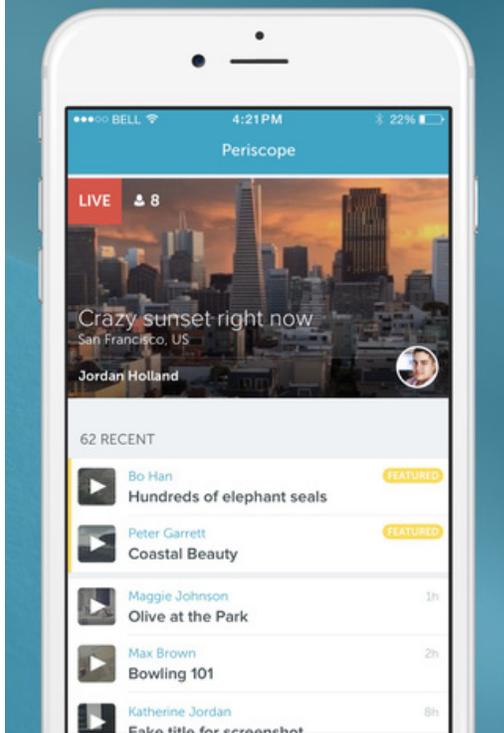
L'application [Vine sur Android](#)

L'application [Vine sur iPhone / iPad](#)

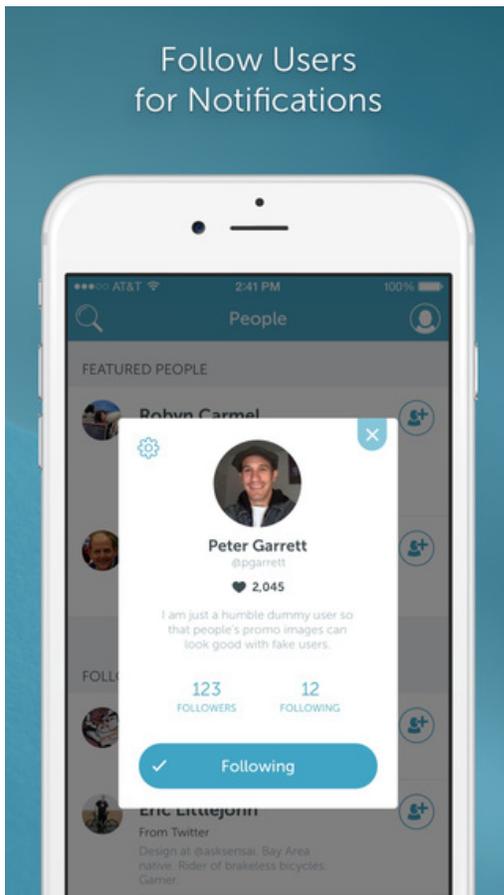
Periscope

Periscope est une application mobile de vidéo en live rachetée par Twitter et permettant de retransmettre en direct sur les réseaux sociaux à partir de votre téléphone (et de permettre à votre audience de consulter vos vidéos pendant 24 heures). Periscope fonctionne également sur un principe d'abonnements / followers comme Twitter.

Browse LIVE or Recent Broadcasts



Follow Users for Notifications



Le site de l'application **Periscope**

L'application **Periscope** sur iPhone / iPad

Meerkat

Meerka est une application mobile concurrente de Periscope permettant de diffuser des vidéos en live.



Take over your
friend's stream.



Le site de l'application [Meerkat](#)

L'application [Meerkat sur iPhone / iPad](#)

L'application [Meerkat sur Android](#)

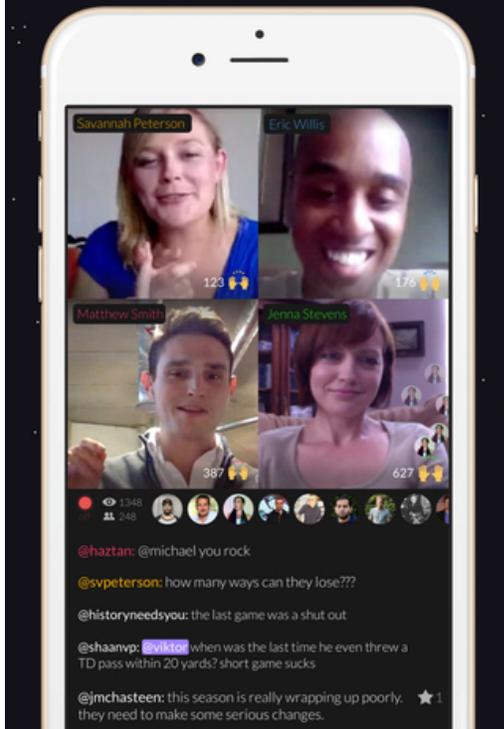
Blab

Une application permettant comme Periscope de diffuser des vidéos en direct mais pour conçue pour les chats vidéos en groupes.

Hop into a conversation



Watch and join live conversations



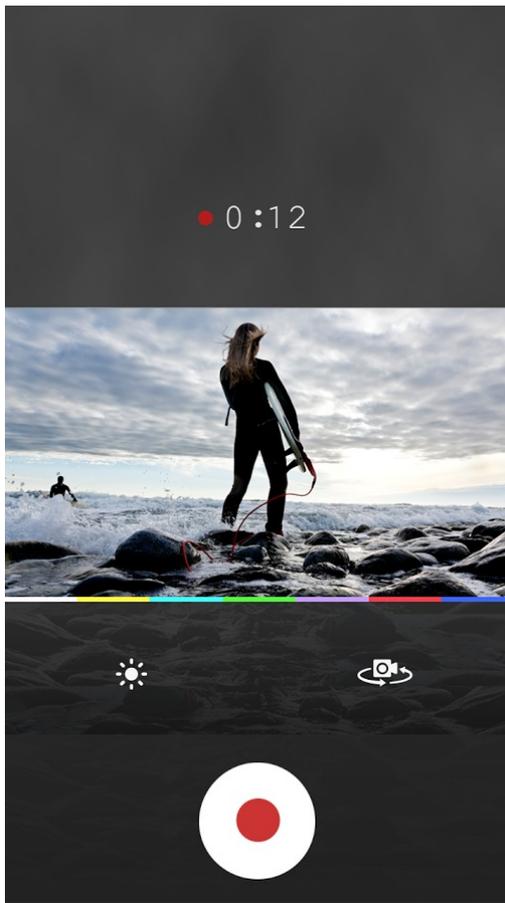
Le site de l'application **Blab**

L'application **Blab** sur iPhone / iPad

Mixbit

Créé par les fondateurs de Youtube, Mixbit permet de d'enregistrer, retoucher, monter et partager des vidéos d'une durée pouvant aller jusqu'à 1 heure à partir de votre mobile. Chaque vidéo est cependant composée de morceaux de vidéos qui peuvent ensuite être remixés et remontés par d'autres membres de la communauté donnant lieu à des parodies voire des vidéos virales.





23 views - Apr 24th 2014

Untitled

write a tag to describe this video

by Anonymous

Share

This project has not been remixed yet. Be the first person to

Create your own MixBit video



[REMIX THIS VIDEO](#)

CLIP CARD

original
Clip by Anonymous
0 Remixes | 5s Length | iPhone 5

WATCH NEXT

- MixCats #mixbit #cats #mixing #fun #cute
2:05 | 5.9K views
- Language by @clydehill #dance #music #piano
0:53 | 161 views
- Ben and Willy J's Easter Weekend 2014
1:19 | 20 views
- don't think a woman is easy because she's got no clothes on
0:28 | 124 views
- Sham-Lucy Showdown #WatchOutUsain
1:31 | 761 views
- Sexy Girl dancing
0:20 | 2.0K views

La plateforme vidéo **Mixbit**
L'application **Mixbit** sur **Android**
L'application **Mixbit** sur **iPhone / iPad**

Keek

Keek permet de partager des vidéos courtes depuis un mobile.

L'application [Keek](#)

L'application [Keek sur Android](#)

L'application [Keek sur iPhone / iPad](#)

Twitch

Twitch est une plateforme de livestream de jeux vidéos récemment racheté par Amazon (et non pas Google comme on a pu le croire pendant un temps) et permettant aux joueurs de retransmettre en direct leurs parties et de les commenter.



Le réseau social [Twitch](#)

Les réseaux sociaux de diaporamas

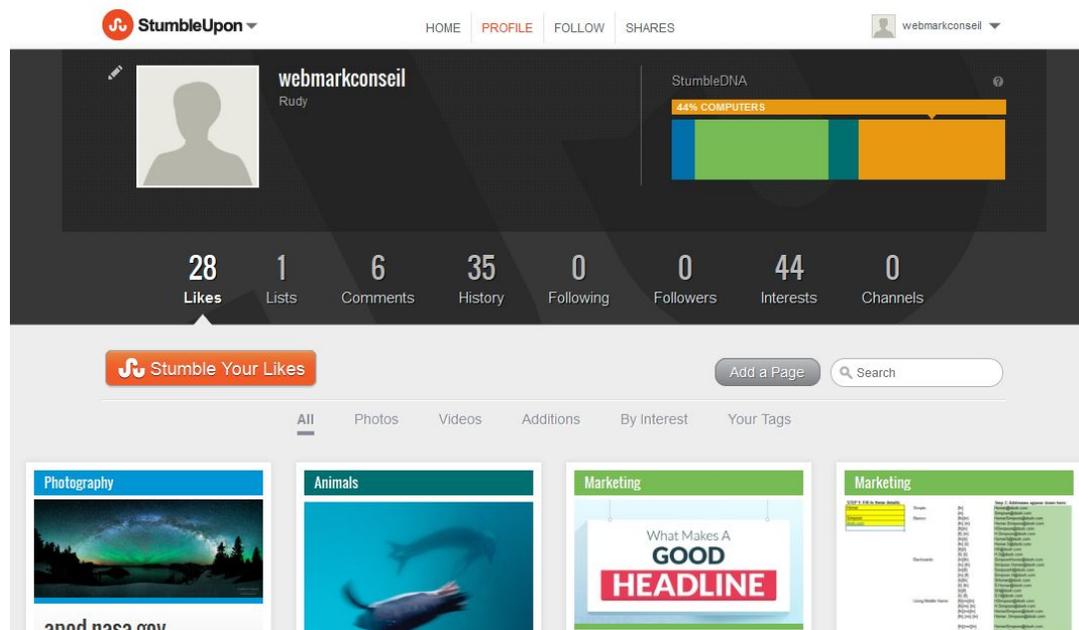
Slideshare

Slideshare est un réseau social dédié aux diaporamas. Un lieu d'échange et de formation en continu.

Le site communautaire **Reddit**

StumbleUpon

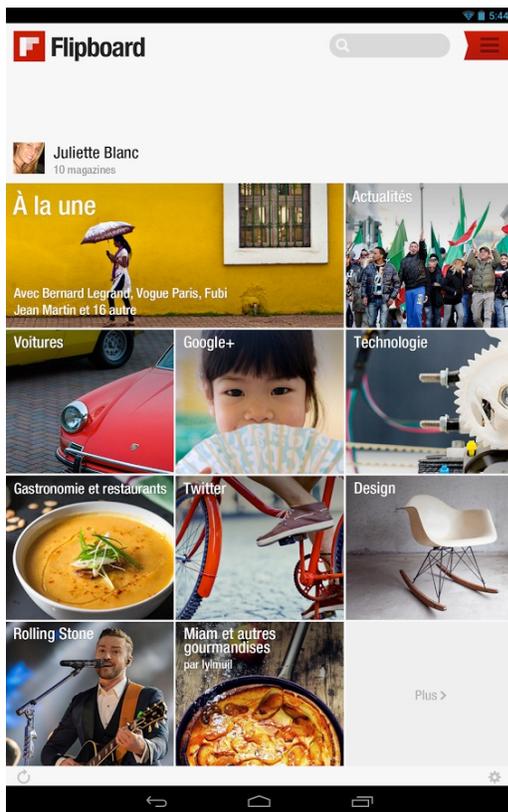
StumbleUpon est un service de découverte de contenus en fonction de vos goûts et des votes de la communauté. StumbleUpon permet de naviguer de page web en page web afin de découvrir photos, vidéos et articles exceptionnels.



Le site de découverte de contenu **StumbleUpon**

Flipboard

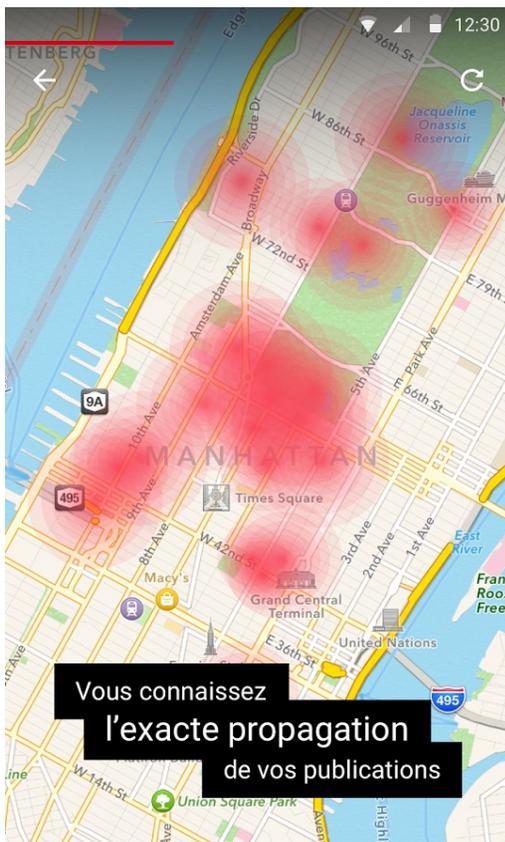
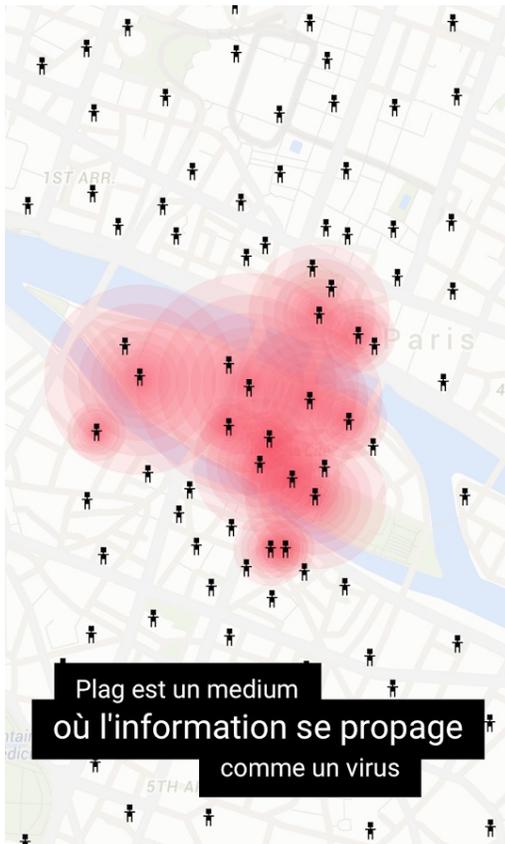
Flipboard est une application d'information disponible sur smartphone et tablette permettant aux utilisateurs de consulter de l'actualité à partir de leurs sources d'actualité favorites.



La plateforme d'actualité **Flipboard**
L'application **Flipboard** sur **Android**
L'application **Flipboard** sur **iPhone / iPad**

Plag

Plag est un réseau social permettant de diffuser des informations non pas à vos abonnés mais aux personnes les plus proches géographiquement de vous qui, elles mêmes, choisiront de diffuser le contenu tel un virus aux personnes qu'elle croise.



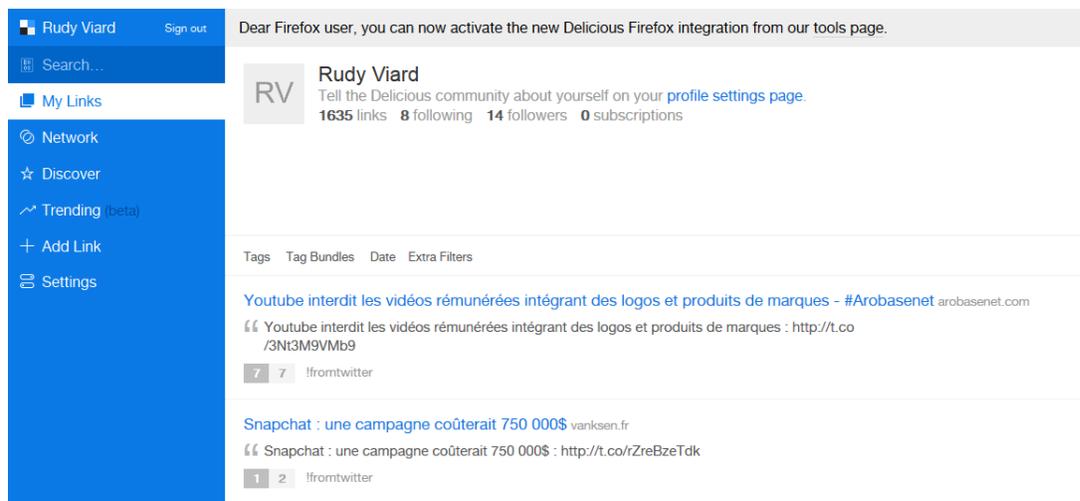
Le réseau social **Plag**

L'application **Plag sur Android**

L'application **Plag sur iPhone / iPad**

Delicious

Delicious est une ancienne gloire du Web 2.0 et permettait de "bookmarker" des pages intéressantes tout en bénéficiant des recommandations des autres utilisateurs pour trouver des contenus de qualité.



Le site de découverte de contenus **Delicious**

Les réseaux sociaux de questions réponses

Quora

Quora est un réseau social où chaque utilisateur peut poser des questions et répondre aux questions des utilisateurs.

Quora Quora is your best source for knowledge.
 Sign up in seconds.
 Remember Me [Forgot Password?](#)

Quora: [Robots](#) [Quora User FAQs](#) [Getting Started on Quora](#) [Writing](#) [Quora \(product\)](#)

★ Quora: What is Quora?
 What are the "vision" and "mission" of Quora?
 2+ Comments

21 Answers

Adam D'Angelo, Quora Founder
 95 Votes by Marc Bodnick, Shreyes Seshasai, Anonymous, Quora User, and 90 more.
 From <http://www.quora.com/about>

Quora connects you to everything you want to know about. Quora aims to be the easiest place to write new content and share content from the web. We organize people and their interests so you can find, collect and share the information most valuable to you.

Upvote · 3 Comments · Updated 9 Feb, 2012

Devinder Maheshwari, Quora is refined form of information on Web.
 31 Votes by Emily Altman, Kapil Jindal, Elizabeth L. Mead, Lisa Galarneau, and 26 more.
 This video is the best answer to the above question.

Sign in to read all of Quora.

 By continuing you indicate that you have read and agree to the [Terms of Service](#).
[Sign Up with Email](#)

Why do I need to sign in?
 Quora is a knowledge-sharing community that depends on everyone being able to pitch in when they know something.

Le réseau social **Quora**

L'application **Quora sur Android**

L'application **Quora sur iPhone / iPad**

Ask

Ask.fm permet de poser une question personnelles à des inconnus et d'obtenir des réponses (parfois pas tendres).

ask.fm [Créer un compte](#) [Connexion](#)

 C'est la somme de tout ce qui vous inspire

 **Laure-H** @LaureH
 « Vis ta vis comme si tu devais mourir demain. »
 Snap : laureh

1563 réponses | 3853 j'aime | 1 cadeaux

Alive.

réponses [Signaler un abus](#) [RSS](#)

Quelles questions poses-tu habituellement à une personne pour faire connaissance avec elle ?
 Je sais pas, surement de la mrde
 hier 4 personnes aiment

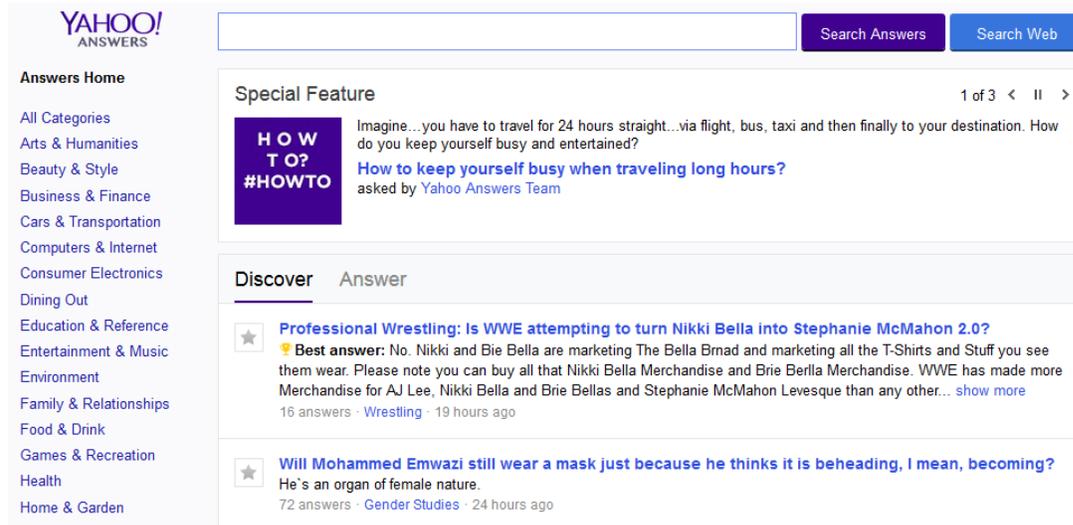
Le réseau social **Ask.fm**

L'application **Ask sur Android**

L'application **Ask sur iPhone / iPad**

Yahoo Questions / Réponses

Yahoo Answers ou Yahoo Questions / Réponses en français est un réseau social où chacun peut poser une question et obtenir des réponses de la part des membres. Un système de votes permet de mettre en lumière les meilleures réponses tandis que les contributeurs les plus prolifiques sont récompensés par des points.



The screenshot shows the Yahoo Answers homepage. On the left is a navigation menu with categories like 'All Categories', 'Arts & Humanities', 'Beauty & Style', 'Business & Finance', 'Cars & Transportation', 'Computers & Internet', 'Consumer Electronics', 'Dining Out', 'Education & Reference', 'Entertainment & Music', 'Environment', 'Family & Relationships', 'Food & Drink', 'Games & Recreation', 'Health', and 'Home & Garden'. The main content area features a search bar at the top with 'Search Answers' and 'Search Web' buttons. Below the search bar is a 'Special Feature' section with a purple box containing the text 'HOW TO? #HOWTO' and a question: 'Imagine...you have to travel for 24 hours straight...via flight, bus, taxi and then finally to your destination. How do you keep yourself busy and entertained?'. The answer is 'How to keep yourself busy when traveling long hours?' asked by 'Yahoo Answers Team'. Below this is a 'Discover Answer' section with two questions: 'Professional Wrestling: Is WWE attempting to turn Nikki Bella into Stephanie McMahon 2.0?' and 'Will Mohammed Emwazi still wear a mask just because he thinks it is beheading, I mean, becoming?'. The first question has a 'Best answer' and 16 answers, while the second has 72 answers.

Le réseau social **Yahoo Answers**

Les réseaux sociaux géolocalisés

Foursquare

Foursquare est un réseau social géolocalisé permettant aux utilisateurs de notifier leurs passages (en faisant un "check-in") dans les lieux qu'ils fréquentent ou visitent (ex : monuments, boutiques, lieu de travail...) afin de gagner des badges. Le site permet également une carte permettant d'obtenir des renseignements sur les lieux de sortie, restaurants, évènements autour de votre localisation tout en profitant des recommandations des utilisateurs.

ATTENTION : Une nouvelle app sur mobile s'apprête à sortir : Foursquare deviendra alors un service de recommandations locales et de recherche d'endroits où sortir autour de chez vous (ou du lieu où vous vous trouvez). Swarm prendra le relai concernant la fonctionnalité "check-in" qui a fait le succès de Foursquare. Dans Swarm, la simple ouverture de l'app vaudra comme un "check-in" rendant le partage de votre localisation beaucoup plus simple.

The screenshot shows the Foursquare app interface for the 'Angelina' cafe. At the top, there is a search bar with 'Je recherche...' and a location filter set to 'Paris, FR'. Below the search bar are several images of coffee and cafe interiors. The main section features the 'Angelina' logo and name, followed by the address '226 rue de Rivoli, 75001 Paris'. Contact information includes a phone number '+33 1 42 60 82 00' and the website 'angelina-paris.fr'. The hours are listed as 'Ouvert jusqu'à 19:00'. The menu includes 'Petit déjeuner, Brunch, Dessert'. Payment methods listed are 'American Express et MasterCard'. The terrace status is 'Non'. A rating of 9.4/10 is shown, along with the text 'Sur la base de 1441 votes' and 'De nombreuses personnes aiment ce lieu'. To the right, a map shows the location near the 'JARDIN DES TUILERIES'. Below the map, a section titled 'Plus comme Angelina' lists nearby cafes: 'Café Pouchkine' (8.3), 'Ladurée' (9.5), and 'Jean-Paul Hévin' (8.7).

Le réseau social **Foursquare**

L'application **Foursquare sur Android**

L'application **Foursquare sur iPhone / iPad**

Swarm

Swarm est la nouvelle application mobile de Foursquare. Swarm permet de partager sa position avec vos amis proches simplement en ouvrant l'application. Swarm permettra ainsi de repérer facilement qui de vos amis est dans les parages pour boire un dernier verre en ville. Swarm permettra de notifier votre changement de lieu (ex : "Gare" lorsque vous descendez du train) sans pour autant donner vos coordonnées précises à vos amis.



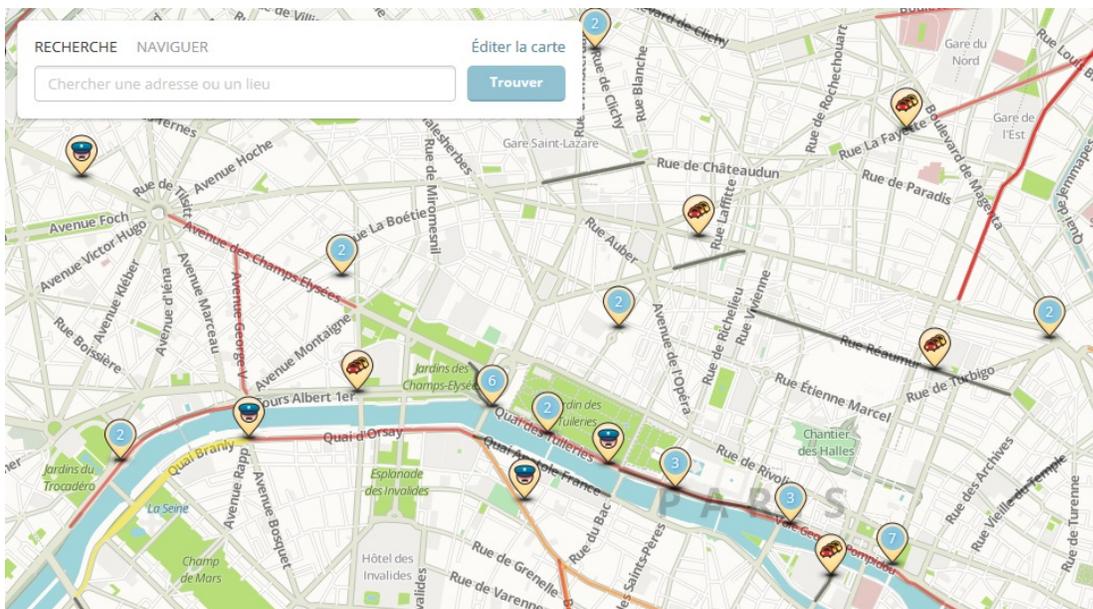
L'application **Swarm**

L'application **Swarm sur Android**

L'application **Swarm sur iPhone / iPad**

Waze

Waze est une application de GPS collaboratif qui grâce à ses millions d'utilisateurs est mise à jour en temps réel afin de définir le trajet le plus adapté pour vous éviter embouteillages, intempéries, accidents de la circulation et même radars policiers.



Le réseau social **Waze**

L'application **Waze sur Android**

L'application **Waze sur iPhone / iPad**

L'application **Waze sur Windows Phone**

Les réseaux sociaux Open Source

Diaspora

Diaspora est un réseau social open source, sans publicité et décentralisé proposant des fonctionnalités similaires à Facebook. Sur Diaspora, vous choisissez en effet sur quel serveur vos données sont stockées voire même pouvez héberger vos données sur votre propre serveur sans que vos données personnelles soient dans les mains d'une entité prête à les revendre.

Le réseau social **Diaspora**

La liste des **serveurs pour s'inscrire à Diaspora**

Ello

Ello est un réseau social indépendant et sans publicité. Une sorte d'anti-Facebook qui a bénéficié d'une hype énorme mais qui n'est plus très loin de la deadzone.



Le réseau social **Ello**

L'application **Ello sur iPhone / iPad**

Friendinga

Le réseau social **Friendinga**

Identi.ca

Le réseau social [Identi.ca](#)

Les réseaux sociaux payants

App.net

App.net ressemble à Twitter (256 caractères pour les messages au lieu de 140, @ pour les mentions et # pour les hashtags) à ceci près que la publicité y est absente et que le service est payant. App.net se veut orienté vers les utilisateurs et les développeurs. La plateforme offre un accès à une API afin d'aider les développeurs à enrichir le réseau.

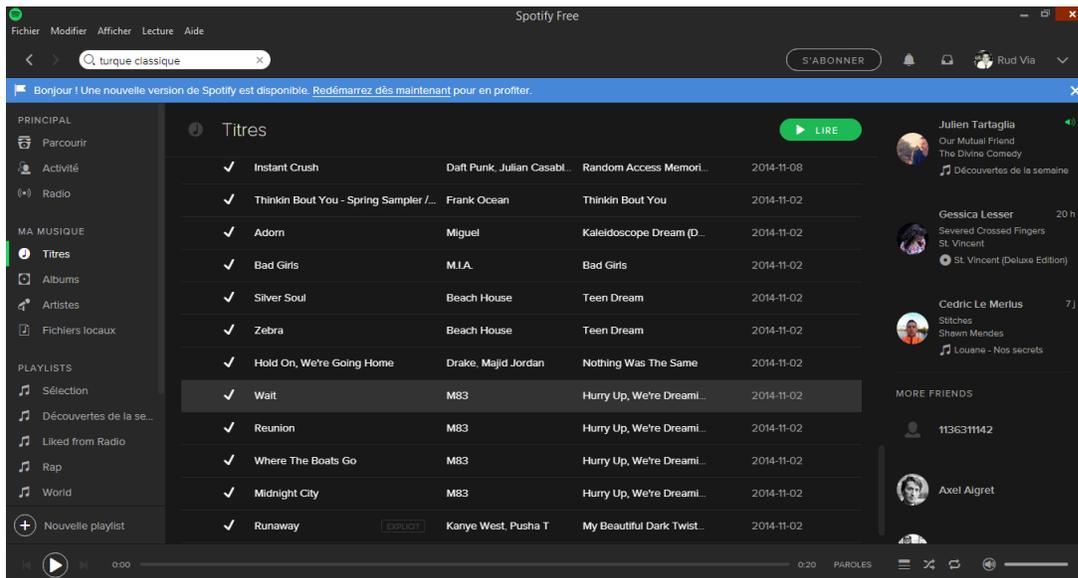
Le réseau social [App.net](#)

Le réseau social [Alpha par App.net](#)

Les réseaux sociaux musicaux

Spotify

Spotify est un service et une application mobile de musique permettant d'accéder à des millions de titres en streaming disponibles à l'écoute. Spotify permet également de se connecter à ses amis et de s'abonner à des pages d'artistes pour être notifié sur son mur des nouveautés, partager ses playlists favorites et connaître les morceaux écoutés par vos amis.



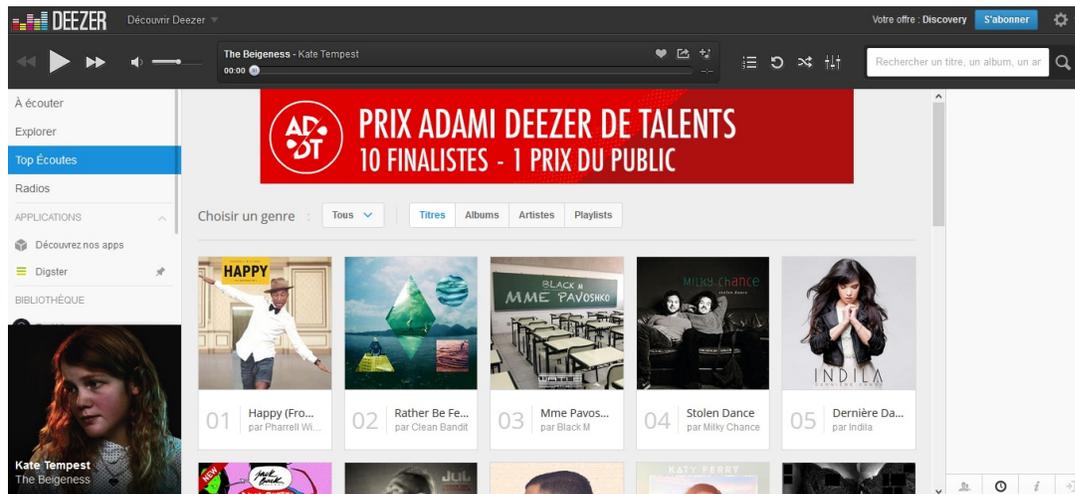
Le réseau social [Spotify](#)

L'application [Spotify sur Android](#)

L'application [Spotify sur iPhone / iPad](#)

Deezer

Deezer est un service permettant d'écouter de la musique sur Internet et mobile. Sur Deezer, vous pouvez vous connecter à vos amis et vous abonner aux pages de vos artistes préférés.



Le réseau social [Deezer](#)

L'application [Deezer sur Android](#)

L'application [Deezer sur iPhone / iPad](#)

Myspace

Myspace est un réseau social dédié à la musique et aux artistes.

Entièrement redesigné en 2013 après sa gloire passée, il s'est aujourd'hui recentré sur une cible plus restreinte.



Le réseau social **Myspace**

Soundcloud

Soundcloud est une plateforme audio permettant aux créateurs de contenus sons de télécharger, enregistrer, promouvoir et partager leurs créations.

La plateforme **Soundcloud**

L'application **Soundcloud** sur Android

L'application **Soundcloud** sur iPhone / iPad

Mixcloud

La plateforme **Mixcloud**

L'application **Mixcloud** sur Android

L'application **Mixcloud** sur iPhone / iPad

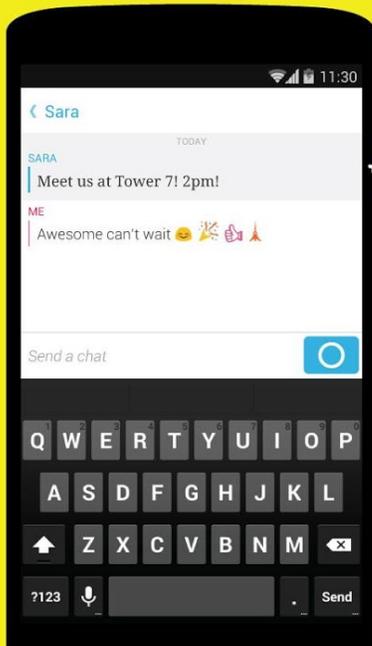
Les réseaux sociaux éphémères

Snapchat

Snapchat est une application mobile permettant d'envoyer des messages et photos éphémères ainsi que de passer des appels vidéo. Snapchat vous laisse en effet paramétrer la durée de vie de votre message garantissant que celui-ci sera détruit à la fin du temps imparti.

Delete by Default

Keep what you want;
we'll get rid of everything else.



Share a Moment

Tap to take a photo,
press and hold to record video.



L'application [Snapchat](#)

L'application [Snapchat sur Android](#)

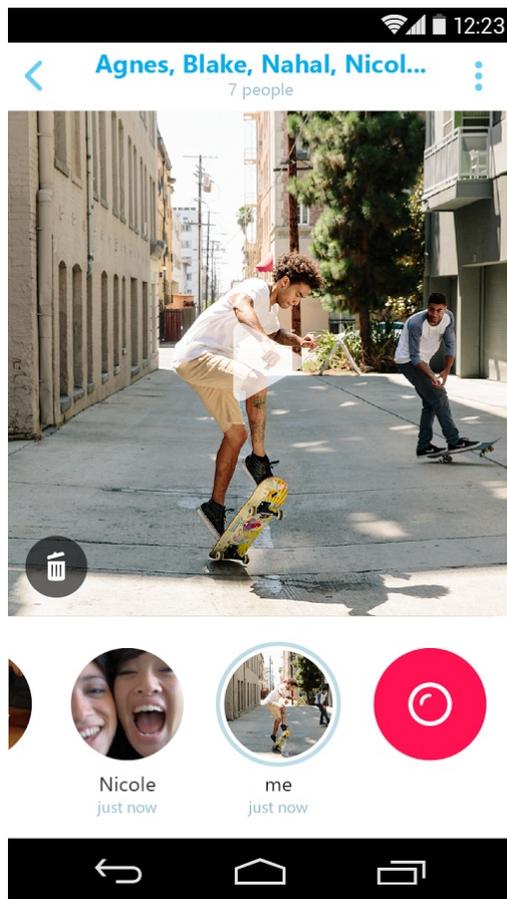
L'application [Snapchat sur iPhone / iPad](#)

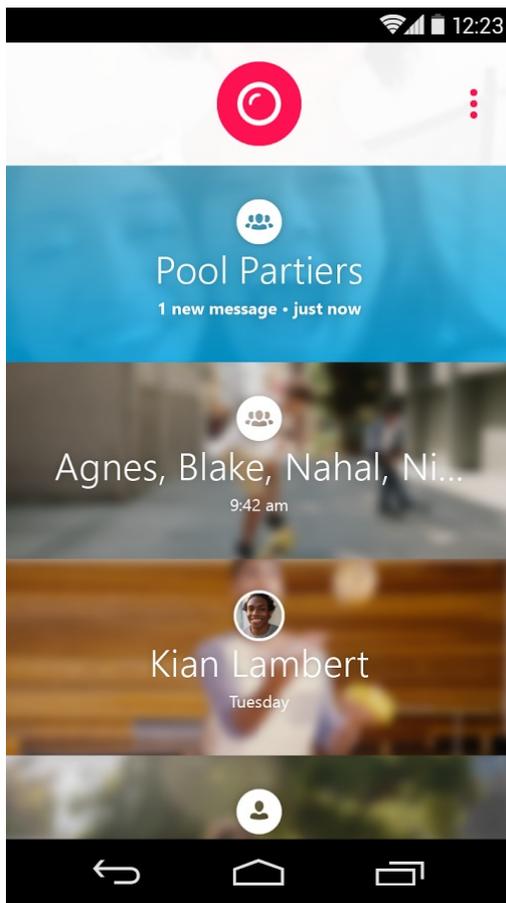
Skype Qik

Skype Qik est une application lancée par Microsoft pour concurrencer Snapchat. L'application garantit la confidentialité des messages en ne les stockant que sur votre téléphone et vos messages sont automatiquement effacés au bout de 2 semaines. Skype Qik permet également d'envoyer des messages vidéo (Qik Fliks).

L'application [Skype Qik sur Android](#)

L'application [Skype Qik sur iPhone / iPad](#)



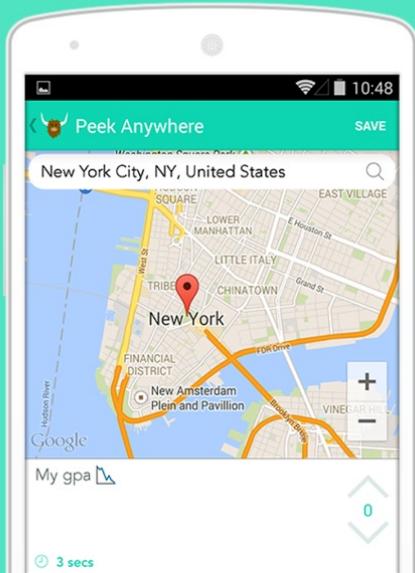


Les réseaux sociaux anonymes

Yik Yak

Yik Yak est une application permettant d'échanger avec les personnes autour de vous ou à n'importe quel endroit dans le monde. Les messages limités à 200 caractères sont publiés de manière anonyme et géolocalisée. Yik Yak se veut ainsi un concurrent de Twitter puisqu'il permet de suivre l'actualité locale.

Peek anywhere in the world to see what's going on.



Get a live feed of what's going on **around you**.



L'application **Yik Yak**

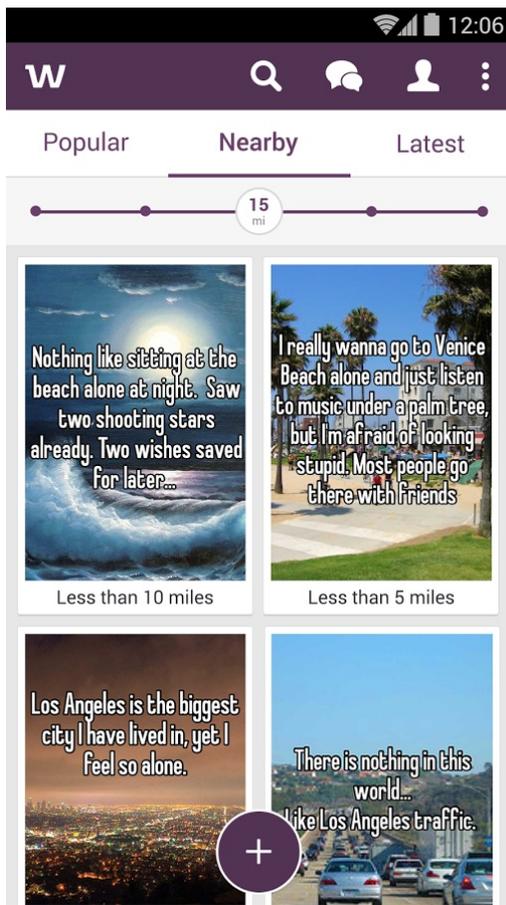
L'application [Yik Yak sur Android](#)

L'application [Yik Yak sur iPhone / iPad](#)

Whisper

Whisper permet de poster vos secrets, exprimer vos émotions, vos coups de gueule de manière totalement anonyme en publiant des photos accompagnées de texte. Vous pouvez également envoyer des messages directs anonymes ou demander conseil à la communauté. Contrairement à Secret, vous pouvez entrer en contact avec des utilisateurs partout dans le monde ou à proximité d'où vous vous trouvez.





L'application [Whisper](#)

L'application [Whisper sur Android](#)

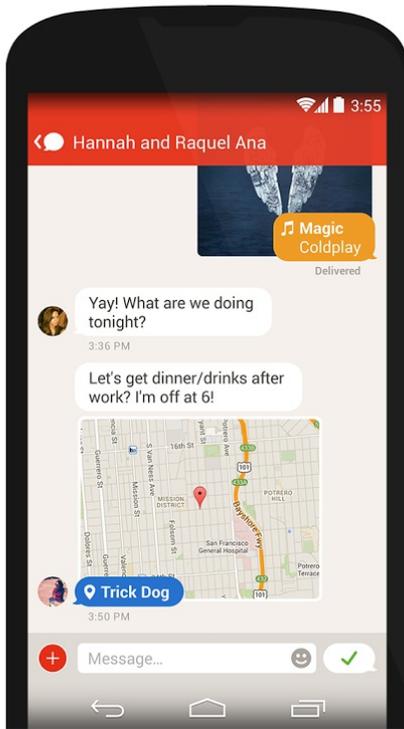
L'application [Whisper sur iPhone / iPad](#)

Les réseaux sociaux sur mobile

Path

Path est un réseau social privé sur mobile permettant de partager photos, vidéos et messages auprès d'un groupe restreint de personnes proches, amis et membres de la famille.

Talk one on one
or in groups



Message photos, music,
places and more



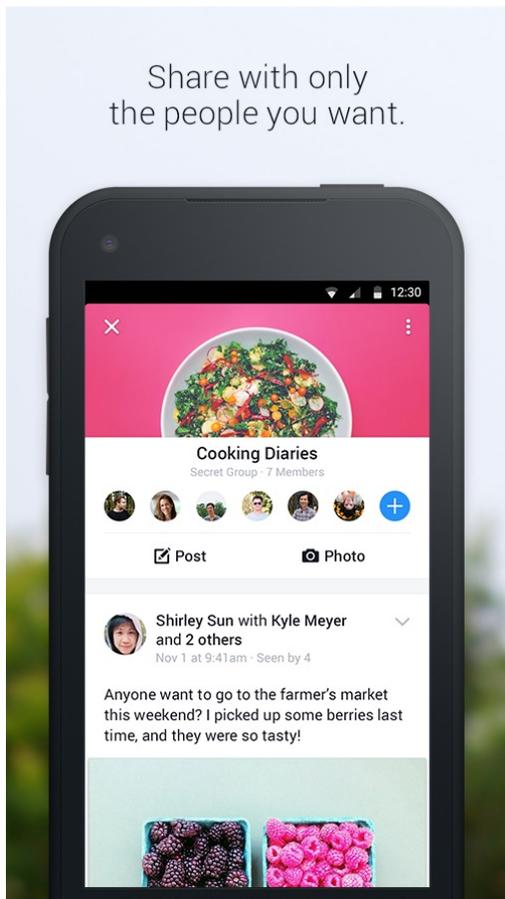
L'application Path

L'application **Path sur Android**

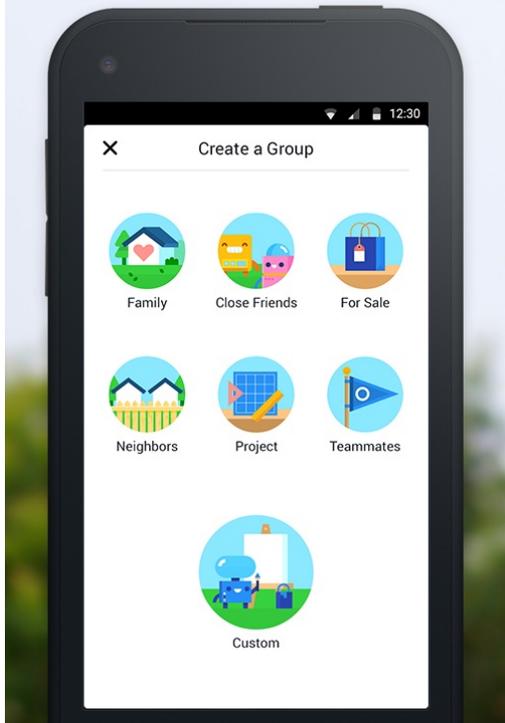
L'application **Path sur iPhone / iPad**

Facebook Groups

L'application **Facebook Groups** permet de créer des groupes pour partager des informations, photos et vidéos selon vos centres d'intérêt ou vos cercles de connaissances.



Create a Facebook Group
for just about anything.

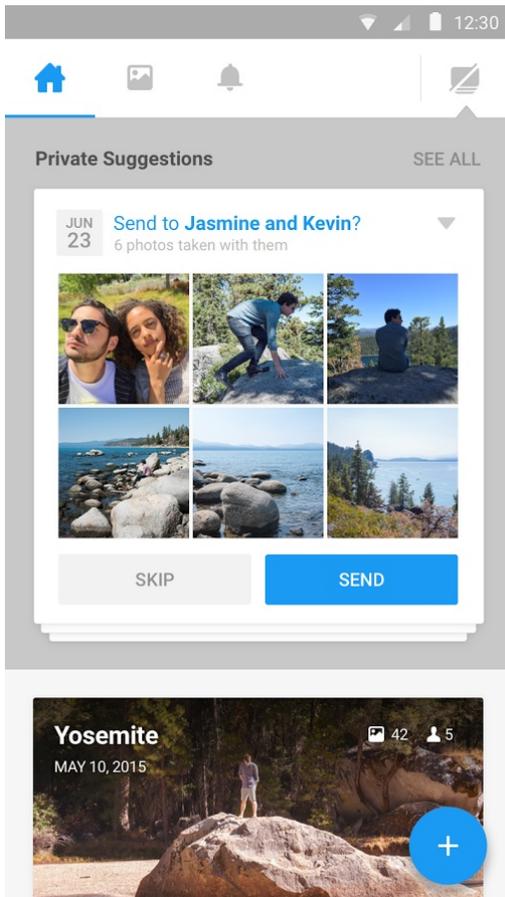
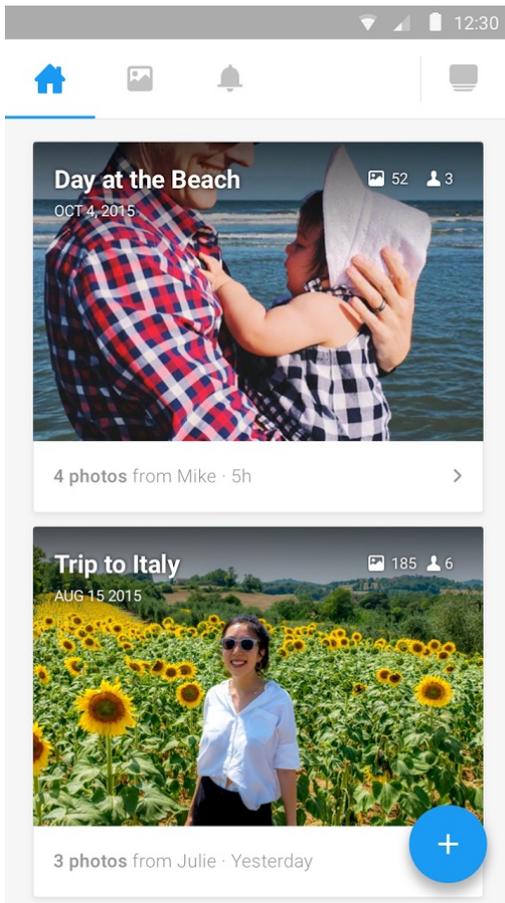


L'application [Facebook Groups sur Android](#)

L'application [Facebook Groups sur iPhone / iPad](#)

Facebook Moments

Facebook Moments est une **app mobile** permettant de partager les photos prises avec votre téléphone auprès d'un groupe restreint d'amis proches et notamment avec ceux qui sont présents sur la photo (grâce à un système de détection des visages)



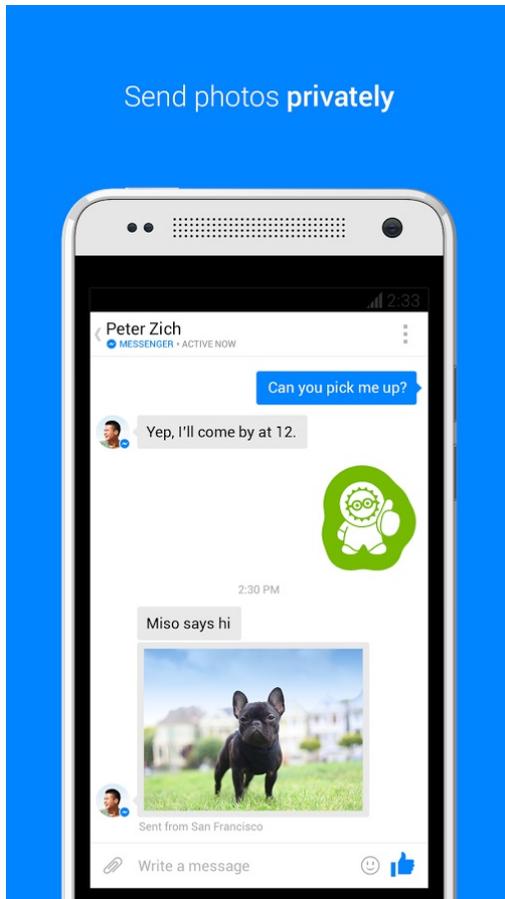
L'application Moments sur Android

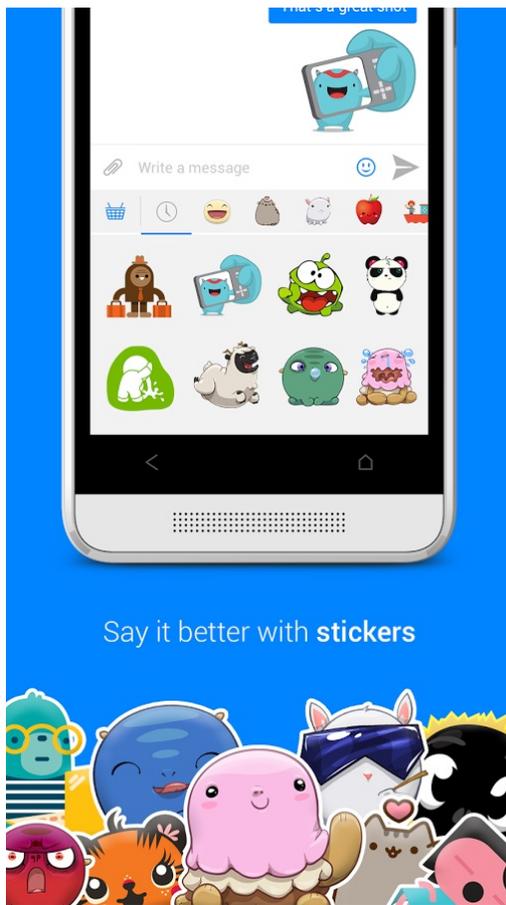
L'application Moments sur iPhone / iPad

Les applications de messagerie sur mobile

Facebook Messenger

Facebook Messenger est l'application mobile de Facebook dédiée au chat et à l'envoi de messages gratuits. Facebook Messenger permet même d'appeler gratuitement vos amis depuis votre téléphone.





Say it better with **stickers**

L'application [Facebook Messenger](#)

L'application [Facebook Messenger sur Android](#)

L'application [Facebook Messenger sur iPhone / iPad](#)

L'application [Facebook Messenger sur Windows Phone](#)

Whatsapp

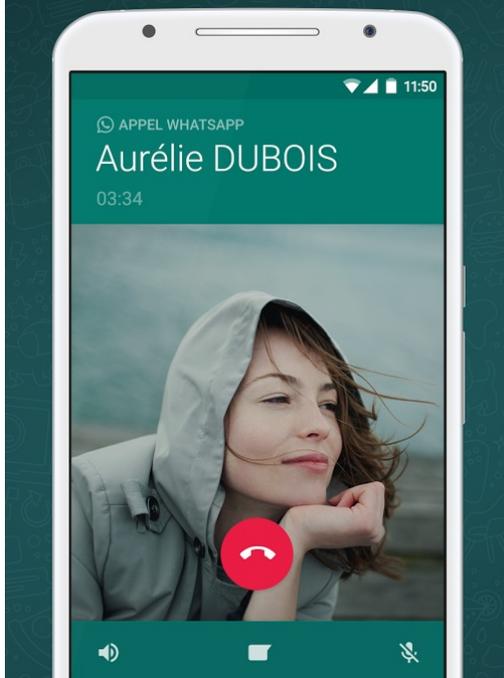
Whatsapp est une application de messagerie rachetée par Facebook permettant d'échanger gratuitement des messages SMS, photos et vidéos depuis votre smartphone et de participer à des conversations de groupes entre amis.

Simple. Personnel.
Messagerie en temps réel



* Les charges supplémentaires d'utilisation des données mobiles peuvent être appliquées

Appeler vos amis
et votre famille gratuitement



L'application **Whatsapp**

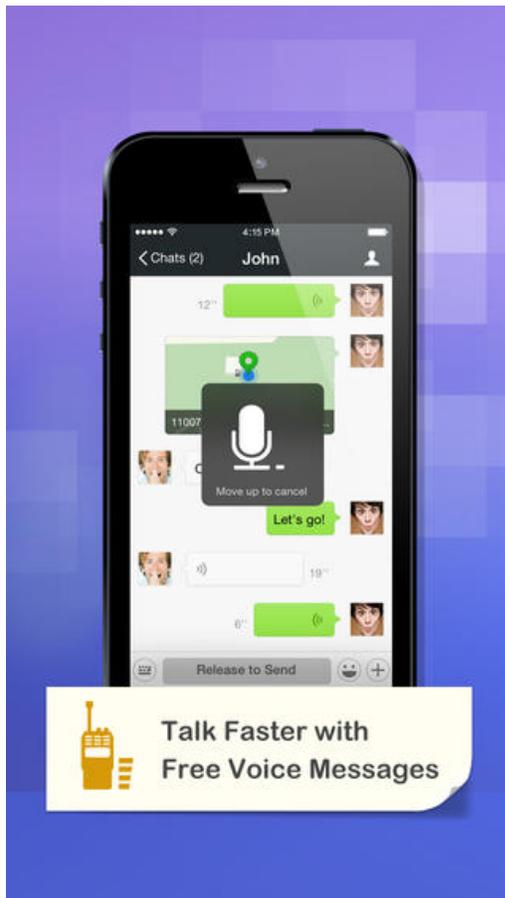
L'application [Whatsapp sur Android](#)

L'application [Whatsapp sur iPhone / iPad](#)

L'application [Whatsapp sur Windows Phone](#)

Consultez le tutoriel pour utiliser [Whatsapp sur votre PC ou Mac](#)

WeChat





L'application **WeChat**

L'application **WeChat** sur **Android**

L'application **WeChat** sur **iPhone / iPad**

Skype



-  **Aaron Buxton** Just now
Ok cool 2
-  **Danielle Booker** 11:56
I'll let u know 3
-  **Game Time** 11:07
missed call
-  **Jazmine Simmons** 11:05
😊
-  **Joshua Murphy** 9:51
😎
-  **Kadji Bell** 9:45
Yeah I'm up for that 😊 2
-  **Serena Ribeiro**
Can you send it over? Thnx +



Today

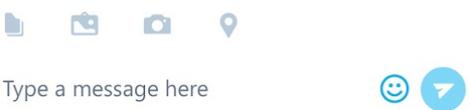
She's in a really funny mood today!

Good funny?

Yes! Chatting to the fishies and attempting roly polys!!

Ha! Awww, she's really growing up

Hang on, I managed to get a photo...

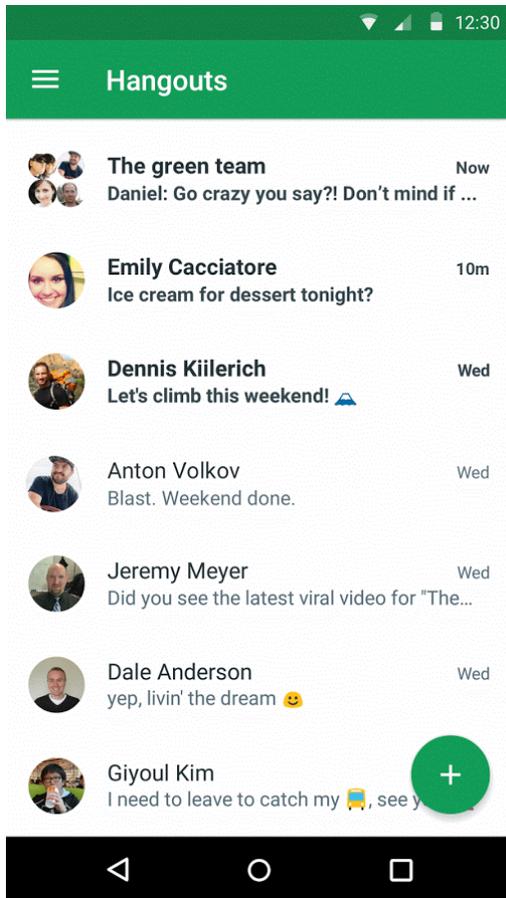


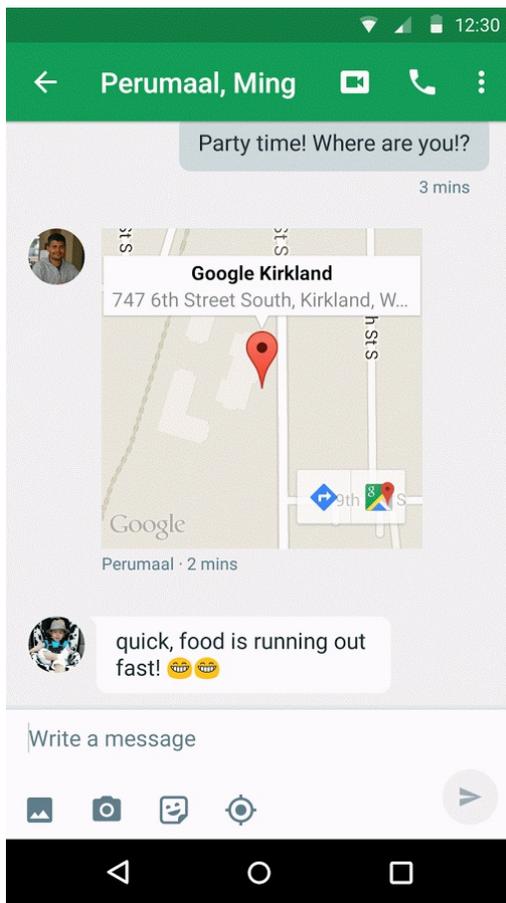
L'application **Skype sur Android**

L'application **Skype sur iPhone / iPad**

L'application **Skype sur Windows phone**

Google Hangouts





L'application [Google Hangouts sur Android](#)

L'application [Google Hangouts sur iPhone / iPad](#)

Viber

Viber est un concurrent direct de Whatsapp permettant d'écrire des textos gratuitement auprès de tous vos amis équipés de l'application.

FREE CALLS!



FREE MESSAGES



L'application **Viber**

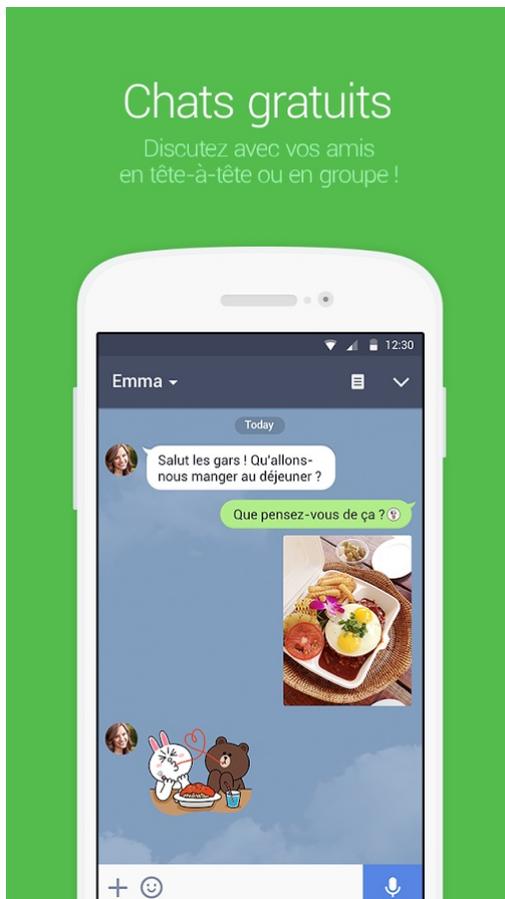
L'application [Viber sur Android](#)

L'application [Viber sur iPhone / iPad](#)

L'application [Viber sur Windows Phone](#)

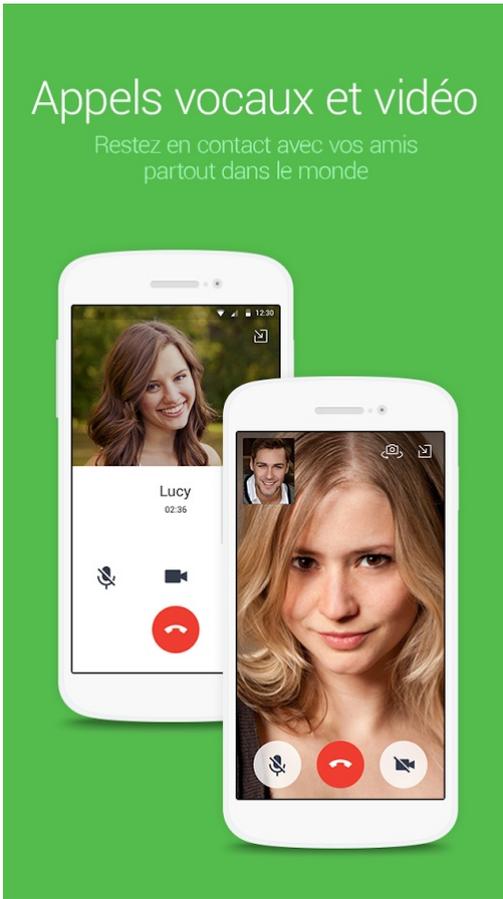
Line

Line est une application proche de Whatsapp faisant un carton en Asie et permettant de communiquer gratuitement par textos tout en mettant l'accent sur les émoticônes (emoji) sur Line.



Appels vocaux et vidéo

Restez en contact avec vos amis
partout dans le monde



L'application [Line](#)

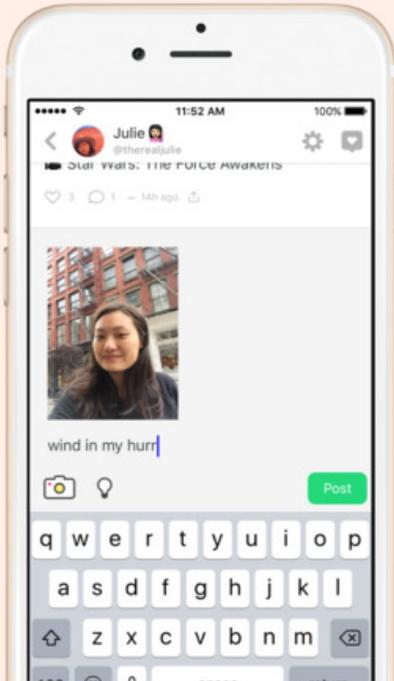
L'application [Line sur Android](#)

L'application [Line sur iPhone / iPad](#)

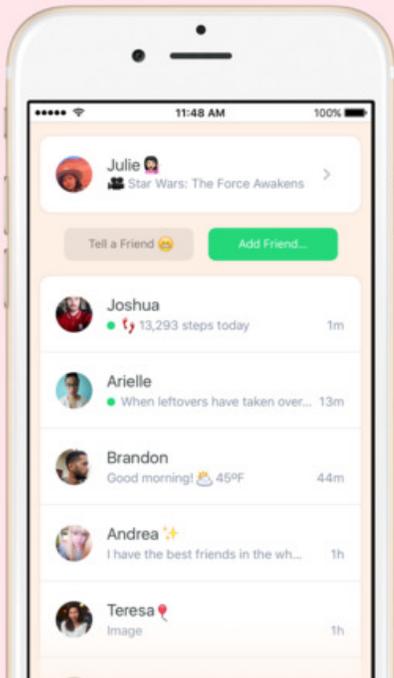
L'application [Line sur Windows Phone](#)

[Peach](#)

Posting little updates is as easy as texting.



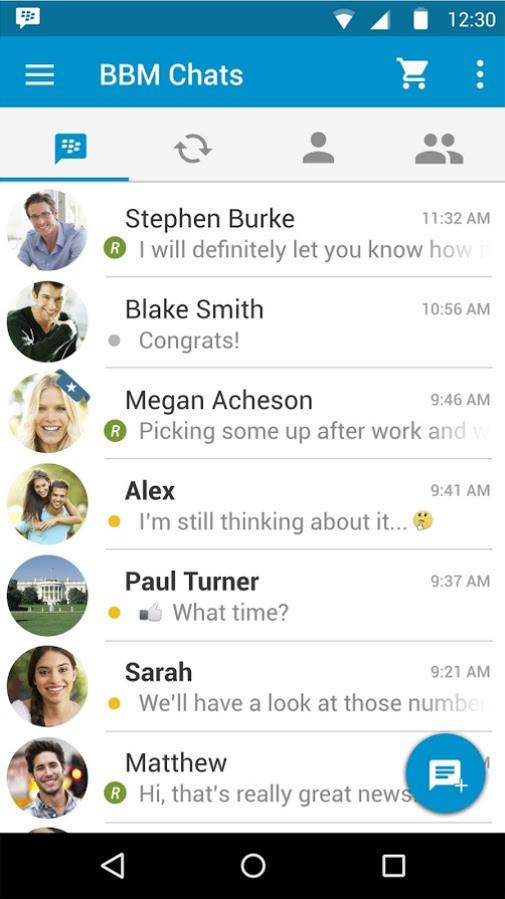
See what's new with your favorite people.

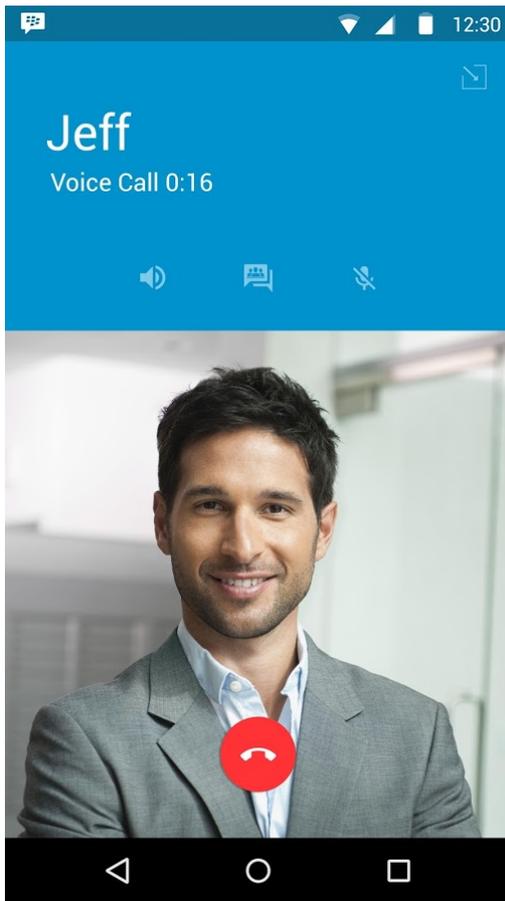


L'application Peach sur iPhone / iPad

BBM

La messagerie de Blackberry.





L'application [BBM](#)

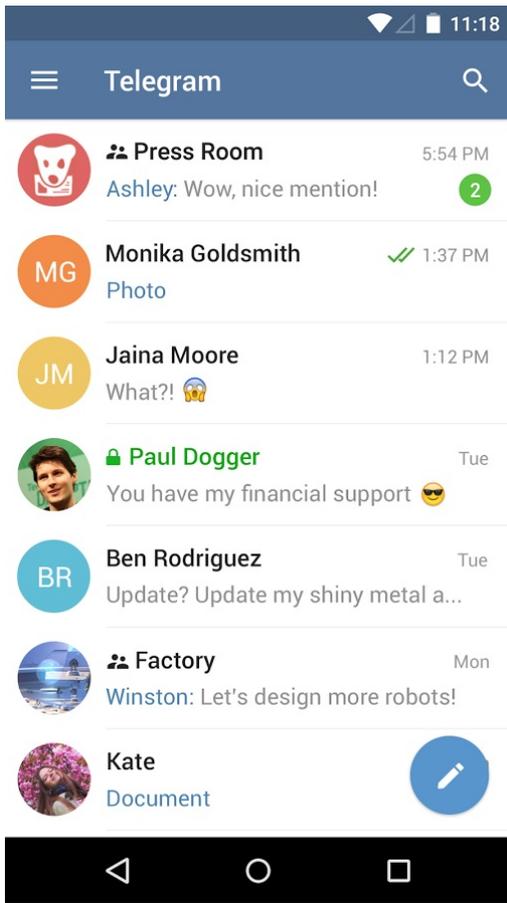
L'application [BBM sur Android](#)

L'application [BBM sur iPhone / iPad](#)

L'application [BBM sur Windows Phone](#)

Telegram

Telegram est une application mobile d'envoi de messages proche de Whatsapp mais open source, sans publicité, gratuit, sécurisée, décentralisée (leurs serveurs sont disséminés partout dans le monde et vos messages sont stockés dans le cloud garantissant que vous ne les perdrez pas) avec des fonctionnalités de chat éphémères où vos messages sont détruits (et non stockés) une fois lus par votre correspondant.



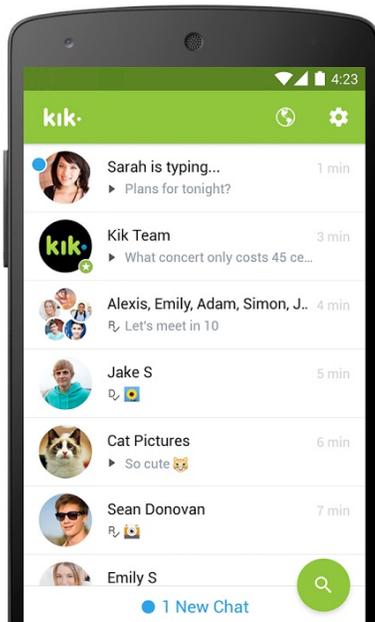
L'application **Telegram**

L'application **Telegram** sur Android

L'application **Telegram** sur iPhone / iPad

Kik Messenger

Chat on Kik



Add friends, faster

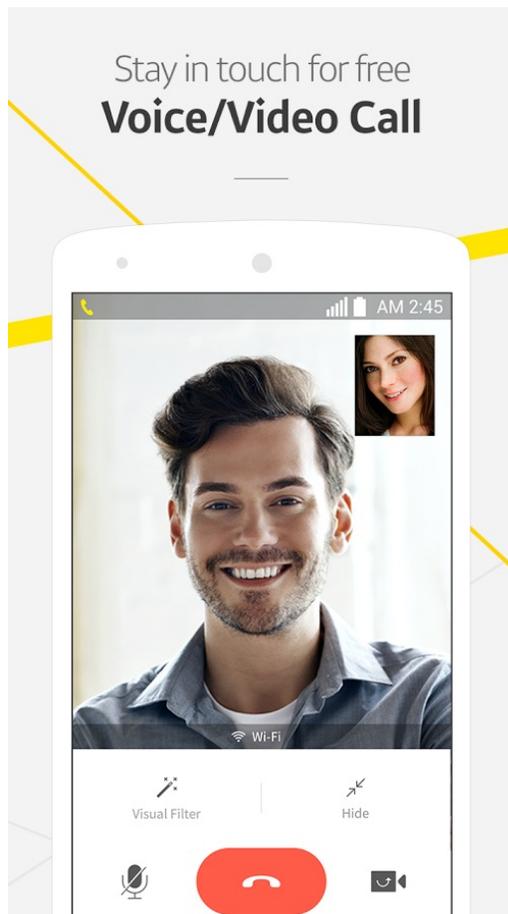


L'application **Kik Messenger**

L'application **Kik Messenger** sur Android

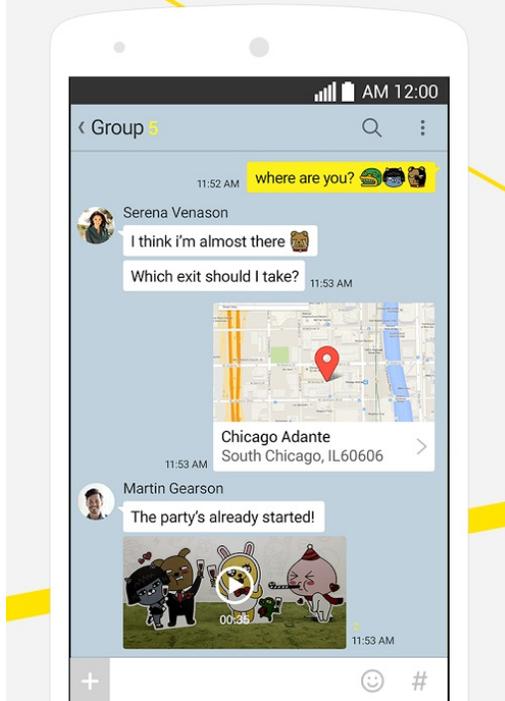
L'application **Kik Messenger** sur iPhone / iPad

Kakaotalk



Connect better every day

KakaoTalk



L'application **Kakaotalk**

L'application **Kakaotalk** sur **Android**

L'application **Kakaotalk** sur **iPhone / iPad**

L'application **Kakaotalk** sur **Windows Phone**

Tango

Le Top 20 des Réseaux Sociaux



Quels sont les principaux réseaux sociaux ? Quels sont les plus gros réseaux sociaux en terme d'utilisateurs ? Quel est le nombre d'utilisateurs de chaque réseaux social ? Une infographie pour comprendre d'un coup d'œil la hiérarchie des plus grands réseaux sociaux dans le monde.

Le Top 20 des réseaux sociaux



- Cette infographie se base sur le nombre d'utilisateurs actifs par mois (MAU) et non sur le nombre d'inscrits pour mieux refléter la réalité de l'utilisation de chaque réseau.
- Les statistiques retenues sont les plus à jour accessibles à l'heure actuelle.
- L'infographie indique donc la date à laquelle a été publiée la dernière statistique fiable.
- J'ai choisi de privilégier les chiffres les plus fiables issus des rapports annuels ou trimestriels officiels des réseaux sociaux ou de la presse spécialisée.
- Le classement n'intègre pas les réseaux sociaux asiatiques et russes Tencent QQ (843 millions d'utilisateurs actifs - 5ème du classement), Tencent QZone (668 millions - 8ème), Baidu Tieba (300 millions - 14ème), Tencent Weibo (230 millions - 16ème), Sina Weibo (176 millions - 20ème), Vkontakte (100 millions - 26ème) et iQiyi (94 millions - 28ème) pour plus de lisibilité.

Consultez le [classement des réseaux sociaux](#) pour une vision plus complète.



1,65 MILLIARD D'UTILISATEURS ACTIFS (MAU)
AVRIL 2016

 **FACEBOOK**

1 MILLIARD
MARS 2013

 **YOUTUBE**

1 MILLIARD
FÉVRIER 2016

 **WHATSAPP**

1 MILLIARD
FÉVRIER 2016

 **FACEBOOK GROUPS**

800 MILLIONS
JANVIER 2016

 **FACEBOOK MESSENGER**

700 MILLIONS
AVRIL 2016

 **WECHAT**

420M
JANV. 2015

 **TUMBLR**

400M
SEPT. 2015

 **INSTAGRAM**



INSTAGRAM

359M
MAI 2013



GOOGLE+

310M
AVR. 2016



TWITTER

300M
MAR. 2016



SKYPE

236M
FEV. 2015



VIBER

215M
JAN. 2016



LINE

200M
JANV. 2016



SNAPCHAT

200M
DEC. 2015



REDDIT

175M
JUIL. 2015



SOUNDCLOUD



137M
AVR. 2015



DAILYMOTION



125M
FEV. 2015



STEAM



100M
SEPT. 2015



PINTEREST



100M
SEPT. 2015



TWITCH



100M
MAR. 2016



SPOTIFY



97M
JUIL. 2015



LINKEDIN



90M
AVR. 2015



BBM



75M
SEPT. 2015

SEPT. 2015



FLIPBOARD

70M

OCT. 2015



SLIDESHARE



WEBMARKETING
CONSEIL

SOURCES

FACEBOOK : [HTTP://BIT.LY/1UHMMMV](http://bit.ly/1UHMMMV)
YOUTUBE : [BIT.LY/1DQA3EC](http://bit.ly/1DQA3EC)
WHATSAPP : [BIT.LY/1OV625J](http://bit.ly/1OV625J)
FACEBOOK GROUPS : [USAT.LY/1PD7G1Z](http://usat.ly/1PD7G1Z)
FACEBOOK MESSENGER : [ON.FB.ME/1UBHSGZ](https://on.fb.me/1UBHSGZ)
WECHAT : [HTTP://READ.BI/1RHQYBR](http://read.bi/1RHQYBR)
TUMBLR : [ON.MASH.TO/1TE2RDD](https://on.mash.to/1TE2RDD)
INSTAGRAM : [BIT.LY/1QXFJ7K](http://bit.ly/1QXFJ7K)
GOOGLE+ : [READ.BI/1OCPCEE](http://read.bi/1OCPCEE)
TWITTER : [HTTP://1.U.SA.GOV/1OOPERG](http://1.usa.gov/1OOPERG)
SKYPE : [ONFORB.ES/1IQY7D7](https://onforb.es/1IQY7D7)
VIBER : [BIT.LY/1OD2K6E](http://bit.ly/1OD2K6E)
LINE : [HTTP://BIT.LY/1NYJLDE](http://bit.ly/1NYJLDE)
SNAPCHAT : [HTTP://BIT.LY/21ZFW9H](http://bit.ly/21ZFW9H)
REDDIT : [YHOO.IT/1Q9TM5E](http://yhoo.it/1Q9TM5E)
SOUNDCLOUD : [BIT.LY/1A0H8QC](http://bit.ly/1A0H8QC)
DAILYMOTION : [BIT.LY/1QSJ7JJ](http://bit.ly/1QSJ7JJ)
STEAM : [BIT.LY/1AGXUVJ](http://bit.ly/1AGXUVJ)
PINTEREST : [NYTI.MS/1IKSLQR](http://nyti.ms/1IKSLQR)
TWITCH : [BIT.LY/21IK5LS](http://bit.ly/21IK5LS)
SPOTIFY : [HTTP://ONFORB.ES/1RZREUB](http://onforb.es/1RZREUB)
LINKEDIN : [BIT.LY/1YLBQRS](http://bit.ly/1YLBQRS)
BBM : [ONFORB.ES/1IWCWO4](https://onforb.es/1IWCWO4)
FLIPBOARD : [FOR.TN/1OCVXSK](https://for.tn/1OCVXSK)
SLIDESHARE : [BIT.LY/1IW8CP1](http://bit.ly/1IW8CP1)

LE CLASSEMENT PREND EN COMPTE LES CHIFFRES LES PLUS A JOUR
SUR LE NOMBRE D'UTILISATEURS ACTIFS PAR MOIS (MAU)

LE CLASSEMENT N'INTÈGRE PAS LES RÉSEAUX SOCIAUX ASIATIQUES
ET RUSSES TENCENT QQ (843M D'UTILISATEURS ACTIFS), TENCENT
QZONE (668M), BAIDU TIEBA (300M), TENCENT WEIBO (230M), SINA
WEIBO (176M), VKONTAKTE (100M) ET IQIYI (94M)

WWW.WEBMARKETING-CONSEIL.FR

Le Classement des Réseaux Sociaux



Le Classement des Réseaux sociaux dans le Monde

Quel est le classement des réseaux sociaux dans le monde ? Quels sont les principaux réseaux sociaux en France ? Quels sont les plus grands réseaux sociaux en terme de nombre d'utilisateurs ? Attention, il y a des surprises : bien que peu connus en Europe, les réseaux sociaux asiatiques font une percée majeure dans le monde et les réseaux sociaux mobiles et les applications de messagerie instantanées relèguent les réseaux traditionnels loin derrière.

Le Classement des réseaux sociaux

Voici le classement des médias sociaux les plus populaires en terme de nombre d'utilisateurs actifs. Par utilisateur actif, il faut entendre utilisateur inscrit actif au moins une fois par mois sur le site ou l'application mobile et non pas seulement "utilisateur inscrit".

Le Classement des Réseaux sociaux dans le Monde

Sont mentionnés dans le classement les applications et réseaux sociaux asiatiques inconnus en Europe et aux États-Unis qui, pourtant, rivalisent avec les réseaux sociaux d'envergure mondiale :

1. Facebook



Facebook est le premier réseau social au monde
1,65 milliards d'utilisateurs actifs par mois sur Facebook (Janvier 2016)

2. YouTube



Plateforme de vidéo, Youtube est le deuxième réseau social au monde
1 milliard d'utilisateurs actifs par mois sur Youtube (Mars 2013)

3. WhatsApp



Application de messagerie et de chat sur mobile, WhatsApp est le troisième réseau social au monde.

1 milliard d'utilisateurs actifs par mois sur Whatsapp (Février 2016)

4. Facebook Groups



Application mobile pour créer, gérer et consulter vos groupes Facebook, Groups est le quatrième réseau social du monde.

1 milliard d'utilisateurs actifs par mois sur Facebook Groups (Février 2016)

5. Google Hangouts

Application mobile et de bureau de messagerie, Google Hangouts est le cinquième réseau social du monde.

1 milliard d'utilisateurs actifs par mois sur Google Hangouts (Février 2016)

6. Facebook Messenger



Application de messagerie instantanée et de chat de Facebook, Facebook Messenger est le sixième réseau social au monde.

900 millions d'utilisateurs actifs sur Facebook Messenger (Avril 2016)

7. Tencent QQ

Service de messagerie chinois, QQ est le septième réseau social au monde

843 millions d'utilisateurs actifs par mois sur Tencent QQ (Août 2015)

8. WeChat



Application de messagerie instantanée sur téléphone, WeChat est le huitième réseau social au monde.

700 millions d'utilisateurs actifs par mois sur WeChat (Avril 2016)

9. Tencent Qzone

Similaire à Facebook, le réseau social chinois Qzone est le neuvième réseau social au monde

668 millions d'utilisateurs actifs par mois sur Qzone (Mai 2015)

10. Tumblr



Plateforme de blog, Tumblr est le dixième réseau social au monde.

420 millions d'utilisateurs actifs par mois sur Tumblr (Janvier 2015)

11. Instagram



Service de retouche et de partage de photos sur mobile, **Instagram** est le 11ème réseau social au monde.

400 millions d'utilisateurs actifs par mois sur Instagram (Septembre 2015)

12. Google+



A mi-chemin entre Facebook et Twitter, **Google+** est le 12ème réseau social mondial en terme d'utilisateurs actifs.

359 millions d'utilisateurs actifs par mois sur Google+ (Mai 2013)

13. Twitter

Plateform



e de microblogging, **Twitter** est le 13ème réseau social au monde.

310 millions d'utilisateurs actifs par mois sur Twitter (Avril 2016)

14. Skype

Service de téléphonie par VOIP et de chat, Skype est le 14ème réseau social au monde.

300 millions d'utilisateurs actifs (Mars 2016)

15. Baidu Tieba

Réseau social et communautaire, Baidu Tieba est le 15ème réseau social au monde.

300 millions d'utilisateurs actifs par mois sur Baidu (Juin 2015)

16. Viber

Viber, Application de messagerie instantanée permettant également de passer des appels gratuitement est le 16ème réseau social au monde.

236 millions d'utilisateurs actifs par mois sur Viber (Février 2015)

17. Tencent Weibo

Service de microblog à la Twitter, Tencent Weibo est le 17ème réseau social au monde.

230 millions d'utilisateurs actifs par mois sur Weibo (Juillet 2014)

18. Line

Service de messagerie instantanée sur téléphone, Line est le 18ème réseau social au monde.

215 millions d'utilisateurs actifs par mois sur Line (Janvier 2016)

19. Snapchat

Application mobile permettant d'envoyer des messages à durée de vie limitée, Snapchat est le 19ème réseau social au monde.

200 millions d'utilisateurs actifs par mois sur Snapchat (Avril 2016)

20. Reddit

Communauté de partage de contenus et de discussion, Reddit est le 20ème réseau social au monde.

200 millions d'utilisateurs actifs par mois sur Reddit (Décembre 2015)

21. Sina Weibo

Service de microblog à la Twitter, Sina Weibo est le 21ème réseau social au monde.

176 millions d'utilisateurs actifs par mois sur Sina Weibo (Mars 2015)

22. Soundcloud

Service d'hébergement et de partage de musique, Soundcloud est le 22ème réseau social au monde.

175 millions d'utilisateurs actifs par mois sur Soundcloud pour 150 millions d'utilisateurs inscrits (Juillet 2015)

23. Dailymotion

Plateforme d'hébergement et de diffusion de vidéos, Dailymotion est le 23ème réseau social au monde.

137 millions d'utilisateurs actifs par mois sur Dailymotion (Avril 2015)

24. Steam

Plateforme communautaire de gaming, Steam est le 24ème réseau social au monde.

125 millions d'utilisateurs actifs par mois sur Steam (Février 2015)

25. Pinterest

Réseau social dédié aux contenus visuels, **Pinterest** est le 25ème réseau social au monde.

100 millions d'utilisateurs actifs par mois sur Pinterest (Septembre 2015)

Les réseaux sociaux les plus populaires

Si l'on exclut les réseaux sociaux asiatiques ou russes, peu implantés en Europe, le classement des plus gros réseaux sociaux est donc :

1. Facebook
2. YouTube
3. WhatsApp
4. Facebook Groups
5. Google Hangouts
6. Facebook Messenger
7. WeChat
8. Tumblr
9. Instagram
10. Google+
11. Twitter
12. Skype
13. Viber
14. Line
15. Snapchat
16. Reddit
17. Soundcloud
18. Dailymotion
19. Steam
20. Pinterest
21. Twitch
22. Linkedin

- 23. BBM
- 24. Spotify
- 25. Flipboard

Pour bénéficier d'un **accompagnement sur les réseaux sociaux**, demandez votre entretien de découverte

Les challengers

Twitch

Twitch est un service de livestreaming de jeux vidéo.

100 millions d'utilisateurs actifs par mois sur Twitch (Septembre 2015)

Spotify

Spotify est une plateforme d'écoute de musique en streaming avec une dimension sociale

100 millions d'utilisateurs actifs par mois sur Spotify (Mars 2016)

Vkontakte

Vkontakte est un clone de Facebook leader en Russie

100 millions d'utilisateurs actifs par mois sur Vkontakte (Avril 2014)

Linkedin

Linkedin est un réseau pour les professionnels.

97 millions d'utilisateurs actifs par mois sur Linkedin (Juillet 2015)

iQiyi

iQiyi est un service de vidéo chinois similaire à Youtube.

94 millions d'utilisateurs actifs par mois sur iQiyi (Janvier 2014)

BBM

BBM, la messagerie de Blackberry

90 millions d'utilisateurs actifs par mois sur BBM (Avril 2015)

Youku

Youku est une plateforme de vidéo à la Youtube concurrente de iQiyi en

Chine.

83 millions d'utilisateurs actifs par mois sur Youku (Janvier 2014)

Flipboard

Flipboard est une application mobile d'actualité

75 millions d'utilisateurs actifs par mois sur Flipboard (Septembre 2015)

Slideshare

Slideshare est une plateforme d'hébergement et de partages de diaporamas.

70 millions d'utilisateurs actifs par mois sur Slideshare (Octobre 2015)

Playstation Network

Playstation Network est une réseau social dédié au jeux en ligne

64 millions d'utilisateurs actifs par mois sur le Playstation Network (Janvier 2015)

Telegram

Telegram est une application de messagerie sur mobile

62 millions d'utilisateurs actifs par mois sur Telegram (Août 2015)

Foursquare

Foursquare est un réseau social géolocalisé

50 millions d'utilisateurs actifs par mois sur Foursquare (Août 2015)

Tinder

Tinder est une application de rencontre géolocalisée

50 millions d'utilisateurs actifs par mois sur Tinder (Janvier 2016)

Myspace

Myspace est un réseau social dédié à la musique

50,6 millions d'utilisateurs actifs par mois sur Myspace (Janvier 2015)

Xbox Live

Xbox est un réseau social de gaming

49 millions d'utilisateurs actifs par mois sur Xbox Live (Avril 2016)

Kik Messenger

Kik est une messagerie proche de Whatsapp ou Facebook Messenger
200 millions d'inscrits (Janvier 2016)

Deezer

Deezer est un site de streaming de musique avec des fonctionnalités sociales.

16 millions d'utilisateurs actifs par mois sur Deezer (Février 2015)

Vimeo

Vimeo est une plateforme d'hébergement de vidéos

25 millions d'utilisateurs inscrits pour 170 millions de visiteurs uniques par mois (Août 2015)

Viadeo

Viadeo est un réseau social professionnel

Sans doute autour de 10 à 20 millions d'utilisateurs actifs pour 60 millions d'inscrits (Janvier 2014)

We Heart It

We Heart It est un réseau social de partage de photos essentiellement fréquenté par les adolescents

Un peu plus de 40 millions d'inscrits (Décembre 2015)

Quora

Quora est un site communautaire de questions réponses

Le nombre d'utilisateurs actifs n'est pas connu mais Quora reçoit 80 millions de visiteurs uniques par mois (Janvier 2016)

Vine

Vine est un application permettant d'enregistrer des vidéos courtes (microvidéos)

Sans doute autour de 10 à 15 millions d'utilisateurs actifs pour 40 millions d'inscrits (Août 2013)

Le chiffre de **100 millions de personnes** ayant vu une vidéo Vine par mois (Avril 2015)

Periscope

Periscope est une application permettant d'enregistrer et de retransmettre en direct des vidéos à partir de votre mobile.

2 millions d'utilisateurs actifs par jour (le nombre d'utilisateurs actifs par mois n'est pas connu) et **10 millions d'utilisateurs** ont installé l'application (Août 2015)

Meerkat

Meerkat est une application permettant de diffuser en live des vidéos enregistrées à partir de votre téléphone.

5 millions d'utilisateurs (et non d'utilisateurs actifs) ont installé l'application et 100 millions de visiteurs uniques mensuels (Juillet 2015)

Flickr

Flickr est une plateforme d'hébergement et de partage de photographies. Impossible à évaluer à ce jour

Ça permet de relativiser, non ? A noter malgré tout qu'un service comme Pinterest peut vous ramener du trafic si vous êtes une marque ou une entreprise. Le nombre d'utilisateurs n'est donc pas le seul indicateur qui doit vous permettre de faire votre choix.

Pour consulter la **liste complète des réseaux sociaux**

Consultez le tutoriel pour **choisir un réseau social pour votre entreprise**

Consultez le tutoriel pour **connaître le réseau social le plus adapté selon votre profil**



Les 9 Réseaux Sociaux à Prendre en Compte en 2016



Quel réseau social choisir en 2016 ? Quels sont les réseaux sociaux majeurs ? Quels sont les réseaux sociaux importants sur lesquels positionner votre entreprise ? Difficile aujourd'hui d'ignorer les réseaux sociaux dans sa **stratégie marketing sur Internet**. Les réseaux sociaux sont devenus en l'espace de quelques années un outil pour créer une communauté autour de votre marque, engager et trouver de nouveaux clients et compléter vos sources de trafic.

Les tendances des réseaux sociaux en 2016

Quels sont les réseaux sociaux majeurs en 2016 ? Quels réseaux sociaux choisir pour votre entreprise ?



1. Facebook : plus que jamais d'attaque

Malgré une concurrence féroce entre marques et la **baisse du reach** qui en découle, le **plus grand réseau social du monde** a en ligne de mire les 2 milliards d'utilisateurs actifs et continue d'innover pour conforter sa place d'intermédiaire entre utilisateurs et entreprises avec :

1. **La diffusion des publicités Facebook** au-delà de Facebook sur les sites et applications partenaires du Facebook Audience Network, y compris en ciblant les personnes non-inscrites au réseau social.
2. **L'intégration d'Instagram** dans le réseau publicitaire de Facebook
3. **L'accès à de nouveaux formats de publicité** (Lead Ads, Product Ads, Publicités de sensibilisation locale...)
4. **L'arrivée de nouveaux types de publication** (contenus riches avec Facebook Canvas, les diaporamas, la vidéo en live..)
5. **Le rachat d'Oculus Rift** et les progrès dans la réalité virtuelle comme futur du social
6. **Les boutons "Buy"** et les **nouvelles boutiques Facebook** du côté de l'e-commerce
7. **Le lancement de nouvelles applications Facebook** conçues pour un usage en particulier (Hello, Moments, Work Chat...)
8. **Le développement de Facebook Messenger pour les entreprises** et l'arrivée des chatbots pour automatiser la relation client
9. **Le test de Facebook at Work** la plateforme de travail collaboratif pour les entreprises
10. **Le rachat de Whatsapp** pour compléter son écosystème

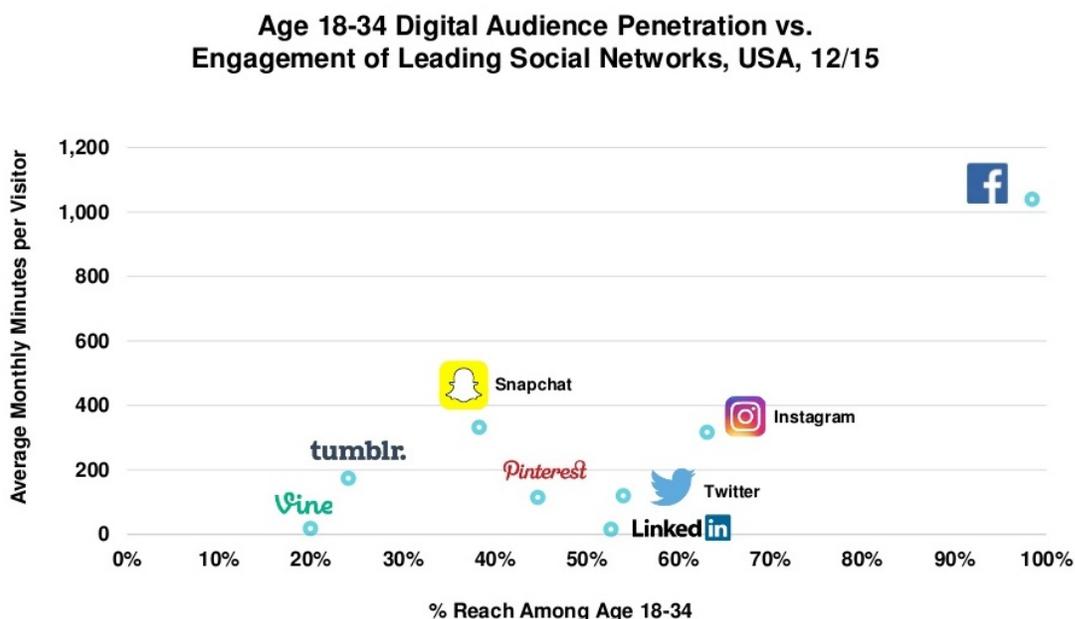
Améliorer votre stratégie Facebook en 2016 : largement mise à l'honneur

par Facebook sur le Newsfeed des utilisateurs et à travers ses vidéos recommandées, la vidéo au sens large (vidéos natives, vidéo en direct et vidéo 360) est encore sous-exploitée par les marques.

2. Instagram : l'âge de raison

Les marques connaissent sur **Instagram** une **érosion régulière de la portée de ses publications** et de la croissance des abonnés par compte depuis 2016. Instagram est arrivé à maturité et suit désormais le chemin tracé par Facebook en intégrant un algorithme pour déterminer les contenus pertinents devant apparaître dans le fil photo des utilisateurs. Pour autant, Instagram est en bonne position dans la bataille du mobile et de l'attention :

1. Instagram est - derrière Facebook - le réseau social le plus utilisé chez les 18-34 et sur lequel ces derniers passent le plus de temps à égalité avec Snapchat selon l'étude **Internet Trends 2016**.



2. **L'intégration de la publicité Instagram** dans la plateforme Facebook rend les possibilités de ciblage quasi infinies.

3. L'arrivée régulière de nouveaux formats de publication (vidéos de 60 secondes, carrousels...) et **d'applications mobiles** spécialisées (vidéos accélérées ou en slow-motion, collages...) ont permis jusqu'à maintenant de suivre les usages.

Améliorer votre stratégie Instagram en 2016 : testez la publicité sur Instagram en complément de vos campagnes classiques. Les boutons de

call-to-action dans les publications sponsorisées permettent désormais de générer du trafic hors d'Instagram.

3. Snapchat : vous n'avez encore rien vu

Malgré une interface relativement complexe, Snapchat explose de mois en mois auprès des jeunes mais pas seulement. **8 milliards de vidéos étaient vues chaque jour** sur Snapchat (chiffres février 2016) grâce vidéos produites par les utilisateurs mais également par les marques. Et le meilleur est à venir :

1. Snapchat devient une porte d'entrée pour consommer des contenus avec l'onglet "Discover" ouvert aux grands médias.
2. **Les publicités 3V** verticales, courtes, intégrées à des contenus de qualité sont taillées pour le mobile et vont faire du bruit
3. Les "lentilles" et "filtres sponsorisés" font potentiellement de chaque utilisateur le vecteur de votre marque
4. Snapchat intègre en continu de nouvelles manières de faire interagir ses utilisateurs (réalité augmentée, **stickers 3D, selfies 3D...**)

<https://www.youtube.com/watch?v=gLMOpt5invA>

Améliorer votre stratégie Snapchat en 2016 : utilisez les Stories pour communiquer auprès de vos contacts avec des messages visibles 24 heures. Partagez sur Snapchat ce qui n'a pas vocation à durer, une idée spontanée, une réflexion, un moment à partager, un évènement unique... Jouez le jeu du cross-channel en invitant à réagir sur Twitter, Facebook ou Instagram.

4. Periscope : la révolution du live à la portée de tous

Periscope ne réunit que quelques dizaines de millions d'utilisateurs actifs chaque mois mais grandit vite. Il lui aura fallu moins d'un an et un **rachat par Twitter** pour révolutionner les usages dans la vidéo en transformant n'importe quel mobile ou tablette en dispositif capable de retransmettre en direct. Periscope résistera-t-il aux assauts de Facebook dans la vidéo en livestreaming ?

Améliorer votre stratégie Periscope en 2016 : Periscope est adapté pour couvrir un évènement en direct, montrer les coulisses (de votre entreprise ou d'un event), pour des séances de questions / réponses, des tutoriels en live, un lancement de produit, une promotion spéciale, une interview,

partager une réflexion, des connaissances, interagir avec votre audience. Periscope dispose d'un système abonnements / abonnés comme sur Twitter ou Youtube, plus vous diffusez, plus vous réunirez d'audience à chaque fois.

5. Youtube : la vidéo, nouveau Graal pour les marques

Selon **une étude de Cisco**, 69% du flux d'information sur Internet sera lié à la vidéo en 2017 et 82% en 2020. Avec plus d'un **milliard d'utilisateurs actifs**, Youtube est en position favorable pour continuer à jouer un rôle mais devra faire attention à la remontée irrésistible de Facebook dans la vidéo et à un Snapchat devenu en l'espace de quelques mois un acteur incontournable. **Youtube** reste malgré tout le 2nd moteur de recherche du monde derrière Google et peut compter sur :

1. Une intégration de ses vidéos dans les résultats de recherche de Google
2. Le lancement de **nouveaux formats de publicités** (Bumper ads, Shopping ads permettant d'afficher un produit sur une vidéo...)
3. Des innovations pour rester dans la course (qualité 4K, **cartes sur les vidéos, vidéos 360 degrés et 3D**, réalité virtuelle, **livestreaming, vidéos en direct et en 360...**)

[https://youtu.be/NCtWo-yh3F4?
list=PLU8wpH_LfhmtKoe0Uv90nmscm5iezRoW](https://youtu.be/NCtWo-yh3F4?list=PLU8wpH_LfhmtKoe0Uv90nmscm5iezRoW)

Améliorer votre stratégie Youtube en 2016 : focalisez-vous sur des vidéos avec un potentiel en terme de référencement (vidéos tutoriels) ou un potentiel en terme de partages (vidéos utilisant un levier émotionnel : surprise, rire, colère, tristesse...)

6. Twitter : la Garde meurt mais ne se rend pas

Bien qu'en panne de croissance auprès du grand public, **Twitter** n'en reste pas moins la plateforme d'excellence pour prendre la parole, travailler son image et sa relation avec ses clients. De fait, journalistes, experts, politiciens, dirigeants, **influenceurs** sont sur Twitter et leurs propos sont régulièrement repris dans les médias. Twitter n'a pas dit son dernier mot avec :

1. La mise en place progressive d'algorithmes de pertinence dans le classement des tweets favorisera mécaniquement la **publicité**
2. De nouveaux formats de publicité pour les marques (**cartes Twitter**,

sondages Twitter, conversational ads, carrousels...)

3. L'arrivée régulière d'outils pour les médias (**Curator...**) ou les célébrités (**Twitter Camera, Twitter Q&A...**)

4. Le rachat d'applications pour compléter son écosystème (dernièrement Vine et Periscope)

Améliorer votre stratégie Twitter en 2016 : Utilisez des images ou de la vidéo, intégrez des statistiques à vos tweets, ajoutez des hashtags et ne mettez pas de liens quand ce n'est pas nécessaire. Ces techniques génèrent respectivement en moyenne 35%, 28%, 18%, 16% et 25% de **retweets en plus** en moyenne.

7. LinkedIn + Pulse + Slideshare + Lynda = ♥

LinkedIn a bien négocié son virage en devenant une plateforme de publication de contenus afin dépasser la simple base de données qu'il était auparavant.

1. Avec l'acquisition de Pulse (application d'actualité) Slideshare (partage de diaporamas en ligne), et Lynda (formation et tutoriels en ligne), LinkedIn s'est positionné dans le partage d'information et de connaissances pour les entreprises.

2. LinkedIn a su adresser spécifiquement les besoins de chacun de ses utilisateurs - marketeurs, commerciaux, salariés, chercheurs d'emploi, chasseurs de tête - en sortant des fonctionnalités et **applications adaptées à chaque usage** (LinkedIn Recruiter, Sales Navigator...)

3. Le rachat de LinkedIn par Microsoft devrait créer des synergies intéressantes pour les entreprises et voir l'émergence de nouveaux outils.

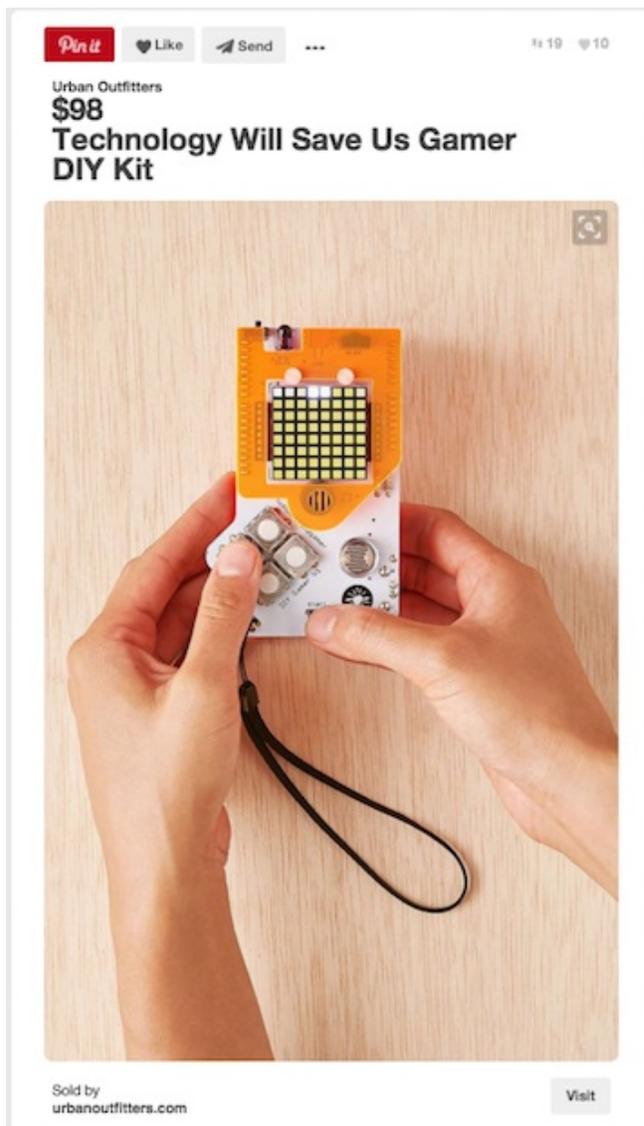
Améliorer votre stratégie LinkedIn en 2016 : Relayez vos actualités sur votre profil et votre page entreprise, sensibilisez vos employés pour relayer de manière organisée (l'application **LinkedIn Elevate** a été conçue pour vous faciliter cette tâche), utilisez la fonctionnalité "Articles" pour publier de longs articles directement sur LinkedIn. Enfin, intégrez vos équipes commerciales à la réflexion quant à la stratégie à mettre en place sur LinkedIn.

8. Pinterest : la marketplace sociale

"75% des 50 milliards d'épingles sont liées à une marque. Soit parce qu'une marque a publié un de ses produits, soit parce qu'un utilisateur a épinglé un

produit d'une marque" selon **Michael Akkerman**, directeur marketing de Pinterest. **Pinterest** reste encore relativement confidentiel (100 millions d'utilisateurs actifs) mais réserve de (bonnes) surprises :

1. Son **programme de publicité** est désormais en phase de rodage et devrait s'amplifier dans les mois qui viennent
2. Pinterest s'efforce de séduire les marques (exemple : les **Product Pins** permettent désormais de publier des photos de vos produits tout en mettant à jour automatiquement le nom du produit, son prix, sa disponibilité... selon les changements effectués sur votre ecommerce)



Améliorer votre stratégie Pinterest en 2016 : essayez les épingles sponsorisées afin de tester les performances en terme de ventes. Favorisez également les épingles "inspirationnelles" autour de thématiques qui ont déjà fait leur preuve (beauté, santé, luxe, art, nature...). En B2B, les infographies fonctionnent le mieux.

9. Google+ : It's complicated

Google+ est l'enfant mal aimé des réseaux sociaux. Pas franchement une ville fantôme comme certains aimeraient le faire croire mais trop en retard sur Facebook pour espérer jouer un rôle majeur. Pour autant, Google n'a pas lâché Google+ :

1. Google+ est désormais essentiellement scindé en 3 usages avec chacun leurs apps : Stream pour l'activité de vos amis, **Photos** pour le stockage et l'organisation de vos photos dans le cloud, **Hangouts** pour chatter, appeler, partager.
2. Google sort régulièrement de nouvelles fonctionnalités : "Collections" pour la curation de contenus, "Communautés" pour créer des groupes, **Create** pour structurer les créateurs de contenus sur le réseau social...

Améliorer votre stratégie Google+ en 2016 : Difficile aujourd'hui de baser toute sa stratégie sur Google+. Pour autant, les performances sont loin d'être mauvaises. Personnellement, je l'utilise pour construire une communauté complémentaire de Facebook et Twitter. Au cas où les règles changent encore sur ces deux réseaux sociaux. Ne jamais mettre tous ses œufs dans le même panier.

Les réseaux sociaux qui ont leur carte à jouer

Dans les réseaux sociaux qui pourraient réussir à s'imposer :

1. Tumblr : un réseau social important mais dont la **croissance ralentit**. Le succès de Tumblr dépendra de la capacité de Yahoo à réussir son passage sur mobile en poussant ses fonctionnalités de messagerie instantanée, de vidéo et les GIFs.

2. Medium : Medium s'est fait une place parmi les créateurs de contenus mais reste encore trop anglophone. Cependant, une fonctionnalité intéressante : les "Lettres" qui permettent d'envoyer un email à tous vos abonnés lorsque vous publiez une Story sur Medium.

3. Peach : Peach est une application mobile développée par le créateur de Vine et permettant de discuter avec vos amis et partager des contenus. Une fonctionnalité intéressante : des codes permettent d'activer des actions spéciales. Exemple : draw permet de dessiner, gif de trouver une animation. Si l'application continue sa croissance, on pourrait imaginer des

usages intéressants comme le fait de commander un produit avec un mot-clé..

4. Blab : Blab.im est une alternative intéressante à Periscope ou Hangouts et permet de réunir plusieurs personnes en webcam live pour une discussion, un débat, une interview. Tout en étant suivi par une audience.

Il existe bien entendu des dizaines d'autres médias sociaux. Suivre la hype des réseaux sociaux n'est pas forcément le plus judicieux : soyez là où sont vos clients. Quels réseaux sociaux utilisez-vous ? Lesquels vous tentent ? Quels réseaux sociaux vont exploser selon vous ?

A vous de jouer. Faites-moi part de vos prédictions, de vos performances et de vos retours d'expérience dans les commentaires.

Si vous souhaitez être accompagné pour **améliorer le référencement de votre site**, réservez votre entretien de découverte.

Quel Réseau Social Choisir ?



Marketing sur les réseaux sociaux : Quel réseau social choisir ? Quel est le réseau social le plus adapté pour mon entreprise et ma marque ? Mon entreprise doit-elle être sur les réseaux sociaux ? Comment utiliser les réseaux sociaux pour votre entreprise ? Quels sont les réseaux sociaux incontournables et ceux qui méritent que vous les testiez afin d'évaluer leur impact ? Quels réseaux sociaux offrent les meilleures opportunités pour communiquer auprès de vos clients et lesquels offrent des programmes de publicité suffisamment performants pour passer la seconde une fois que votre stratégie sera définie et validée par vos premiers tests ? Quelle stratégie adopter sur chaque réseau social ? Tour d'horizon des réseaux sociaux et de leurs potentiels marketing.

Choisir ses réseaux sociaux

Difficile en 2016 d'ignorer les réseaux sociaux comme composante de sa stratégie marketing. Les réseaux sociaux sont devenus en l'espace de quelques années un outil pour créer une communauté autour de votre

Quel Réseau social pour Mon Entreprise ?



Quel réseau social est le plus adapté pour votre entreprise ? Quel réseau social choisir pour votre activité si votre entreprise est B2B ou B2C, si vous êtes une PME, une marque ou un grand groupe ? Quel réseau social choisir pour votre stratégie ? J'ai décortiqué précédemment les qualités des **réseaux sociaux pertinents pour les entreprises** et également listé les **principaux réseaux sociaux**, voyons maintenant quels réseaux sociaux s'adaptent le mieux à votre entreprise et vos produits. Quel que soit le réseau social que vous choisirez, pas de présence sur ces plateformes sans une stratégie préalable.

Quel réseau social pour mon entreprise

Que votre entreprise soit traditionnelle ou entièrement en ligne, que vous vendiez vos produits auprès du grand public ou au contraire que vous soyez prestataire de services en B2B, que votre entreprise soit une marque internationale ou une start-up en création, votre **présence sur les réseaux sociaux** doit être modulée en fonction :

1. De l'audience que vous souhaitez cibler
2. Des objectifs que vous souhaitez atteindre
3. Des qualités intrinsèques de votre entreprise

Il n'y a pas que Facebook dans la vie alors quel réseau social est adapté en fonction de votre type d'entreprise ?



Facebook : pour transmettre des émotions et cibler votre audience



Facebook est adapté pour :

1. Les marques avec une capacité forte à produire de l'émotion (ex : Coca-Cola, Starbucks...)
2. Les entreprises capables de publier des contenus hautement partageables (ex : National Geographic avec ses photos exceptionnels d'animaux et de paysages, GoPro avec ses vidéos, BuzzFeed avec ses articles viraux)
3. Les entreprises avec des actifs en terme de vidéos, visuels et photos : **93% des publications les plus partagées comportent une photo**
4. Les entreprises utilisant Facebook comme canal pour diffuser des offres spéciales, coupons et concours.
5. Les entreprises B2B avec un budget pour utiliser la **plateforme de publicité de Facebook** afin de cibler leur audience et pousser leurs contenus.

Votre entreprise ne réussira pas sur Facebook si :

1. Vous ne relayez que de la communication internet ou du contenu purement promotionnel.
2. Vous n'avez pas le temps de développer une communauté, de créer et relayer quotidiennement des contenus.
3. Votre entreprise n'a pas défini d'objectif clair et/ou ne sait pas calculer de ROI.
4. Par conséquent, vous ne débloquentez pas de budget pour appuyer votre action sur Facebook.

Twitter : pour toucher les influenceurs



Twitter est adapté pour :

1. Les entreprises et médias disposant d'actifs en terme de contenus à partager.
2. Les freelances, agences et cabinets consultants souhaitant démontrer leur expertise.
3. Les entreprises B2B souhaitant se connecter avec les influenceurs dans leur domaine (journalistes, experts, blogueurs...).
4. Les start-ups souhaitant se connecter avec les influenceurs et faire connaître leurs solutions.
5. Les entreprises B2C capables de produire des émotions, de l'attente et de la viralité grâce à leurs contenus et leurs produits.
6. Les marques capables de véhiculer des émotions (ex : Oreo, Apple...).

Votre entreprise ne réussira pas sur Twitter si :

1. Votre entreprise ne se transforme pas en créateur de contenus capables d'intéresser votre cible.
2. Vous ne mettez pas les ressources nécessaires dès le départ pour émerger des 1000iers de comptes.

Youtube : pour transmettre du savoir et raconter une histoire



Youtube est adapté pour :

1. Les marques capables de se mettre en scène visuellement et de jouer la carte du storytelling.

2. Les entreprises capables de créer des vidéos créant des émotions : faire sourire, surprendre, émouvoir.
3. Les entreprises B2B capables de produire des tutoriels pour adresser les problèmes de leurs clients.
4. Les ecommerces : la vidéo (ex : un test produit) est un élément qui vient rassurer l'acheteur dans ses recherches avant achat.
5. Les médias, groupes de musique, artistes, cinéastes, naturellement adaptés pour la vidéo.

Votre entreprise ne réussira pas sur Youtube si :

1. Vous réalisez des vidéos promotionnelles : seules les vidéos créant des émotions autour de votre marque ou répondant aux questions de vos clients permettront d'atteindre vos objectifs.
2. Vous cherchez à faire des "coups" : sans abonnés, il est extrêmement difficile de créer une **vidéos virale**.
3. Vous ne tenez pas un rythme de diffusion régulier sur la longueur.

Dailymotion : pour toucher une audience en France et en Europe

Dailymotion est adapté pour :

1. Les marques, ecommerces, entreprises B2B, médias et artistes souhaitant communiquer en France et en Europe essentiellement.

Instagram : pour transmettre des émotions par l'image



Instagram est adapté pour :

1. Les marques capables de développer un storytelling et générer des émotions
2. Les entreprises B2C disposant de produits qui naturellement génèrent de l'envie : chaussures, bijoux, voyages...
3. Les entreprises taillées pour le visuel : difficile d'être sur Instagram pour un cabinet de recrutement dans la banque ou l'assurance. Une marque dans la mode, l'alimentation, l'automobile, le tourisme, aura bien évidemment plus de chances de connaître le succès sur un réseau visuel utilisant habilement la puissance émotionnelle de l'image.
4. Les entreprises B2B avec un budget pour utiliser la **plateforme de**

publicité Instagram afin de cibler leur audience et pousser leurs images.

Votre entreprise ne réussira pas sur Instagram si :

1. Vous ne développez pas une image de marque visuelle forte alliant qualité, créativité et storytelling.
2. Vous n'utilisez pas tous les leviers pour sortir de la masse : contenus, cross-promotion, collaboration avec les influenceurs, campagnes de publicité.

Google+ : pour toucher les hommes et technophiles



Google+ est adapté pour :

1. Les marques et entreprises capables de devenir des médias et créer du contenu.
2. Les marques et entreprises B2C avec des contenus photos hautement partageables.
3. Les entreprises B2B avec une dimension "techno" ou s'adressant à une population plutôt masculine.
4. Les entreprises ayant un intérêt à soigner leur référencement : Google+ est fortement intégré aux différents services Google.
5. Les start-ups souhaitant se connecter aux blogueurs, marketeurs et early adopters sur une plateforme encore ouverte aux nouveaux venus (même si émerger n'est pas simple).

Votre entreprise ne réussira pas sur Google+ si :

1. Vous n'avez pas la foi
2. Vous publiez seulement de temps en temps : certaines entreprises réussissent très bien sur Google+ et profitent du peu de concurrence.

Pinterest : pour cibler les femmes



Pinterest est adapté pour :

1. Les entreprises avec du contenu visuel de haute qualité (ex : Journal des Femmes, Cartier...)
2. Les entreprises s'adressant aux femmes et aux mamans : mode, bijouterie, artisanat, voyages, alimentation sont les sujets les plus partagés

sur Pinterest.

3. Les e-commerce avec des produits disposant de qualités visuelles intrinsèques : 70% des pins sont liés à des intentions d'achat.

4. Les entreprises B2B capables de transformer leur expertise en connaissances visuelles : infographies, schémas, graphiques...

Votre entreprise ne réussira pas sur Pinterest si :

1. Vous n'avez pas de contenus visuels et photos de qualité

Snapchat : pour communiquer en direct avec vos clients



Snapchat est adapté pour :

1. Les entreprises et marques souhaitant se connecter à une population jeune de moins de 25 ans.

2. Les entreprises capables de jouer avec la notion d'instantané et de temps réel pour diffuser leurs contenus et offres.

3. Les marques capables de jouer avec les codes de communication sur Snapchat (images avec légendes, vidéos, stories) et proposer une valeur ajoutée à travers ces contenus à durée de vie limitée : contenus lol, offres spéciales, plongées dans des événements en direct, vidéos montrant l'envers du décor (d'un tournage, d'une usine, d'un défilé...).

Votre entreprise ne réussira pas sur Snapchat si :

1. Vous n'apportez pas véritablement de la valeur à vos abonnés et ne créez pas un rendez-vous.

2. Vous ne mettez pas en place une stratégie pour rapidement augmenter le nombre de vos abonnés.

LinkedIn : pour toucher les entreprises



LinkedIn

est adapté pour :

1. Les entreprises B2B : prestataires de services, cabinets de conseil, agences de communication...

2. Les commerciaux cherchant à contacter leurs clients potentiels dans un

contexte professionnel.

3. Les cabinets de recrutement souhaitant se connecter avec des profils et compétences.

Votre entreprise ne réussira pas sur LinkedIn si :

1. Vous ne formalisez pas votre approche et votre stratégie sur LinkedIn
2. Afin que vos actions aient un impact quantifiable.

Viadeo : pour toucher les entreprises en France



Viadeo est adapté pour :

1. Les entreprises B2B : agences, consultants, freelances...
2. Les commerciaux cherchant à prospecter dans un domaine en particulier.
3. Les cabinets de recrutement et chasseurs de tête.

Tumblr : pour communiquer hors des codes habituels



Tumblr est adapté pour :

1. Les marques souhaitant communiquer de manière décalée avec un public plus jeune et trendy.
2. Les entreprises B2C voire B2B souhaitant faire des coups et jouer avec la viralité.

Votre entreprise ne réussira pas sur Tumblr si :

1. Vous ne jouez pas avec l'image de votre entreprise et restez trop lisses.

Vine : pour communiquer par la vidéo en quelques clics



Vine est adapté pour :

1. Les marques capables de véhiculer de l'émotion et du fun.
2. Les entreprises ciblant une population jeune.
3. Les entreprises en B2C souhaitant communiquer par la vidéo avec un outil ultra-simple d'utilisation et ne nécessitant pas les moyens en terme de

production nécessaires pour percer sur Youtube.

Votre entreprise ne réussira pas sur Vine si :

1. Vous restez trop sérieux et n'apprenez pas à jouer avec les codes de votre marque.
2. Vous ne publiez pas de manière régulière et sur le long terme.

Periscope : pour diffuser en direct vos vidéos



Periscope est adapté pour :

1. Les entreprises souhaitant couvrir des évènements en direct : reportages, interviews, concerts...
2. Les marques souhaitant construire un storytelling, partager l'envers du décor (montrer le savoir-faire, rendre visible les équipes), donner accès à des évènements exclusifs ou simplement entrer en contact avec leurs clients à travers des live.
3. Les entreprises B2B souhaitant partager des connaissances de manière simple (formations, tutoriels, cours...)
4. Les artistes souhaitant partager leurs talents en diffusant leurs vidéos en live.

Votre entreprise ne réussira pas sur Periscope si :

1. Vous n'avez pas d'objectif précis.
2. Vous ne savez pas donner pour recevoir.

Slideshare : pour démontrer votre expertise à travers des diaporamas

Slideshare est adapté pour :

1. Les entreprises B2B, agences et freelances souhaitant exposer leur savoir-faire en matière de marketing, business, design...
2. Les coachs, consultants et experts dans à peu près n'importe quel domaine : marketing, développement personnel, lifestyle...
3. Les marques souhaitant valoriser leurs actions avec des études, des statistiques sur leur marché, des cases studies
4. Les blogueurs souhaitant enrichir leurs articles avec des contenus complémentaires de leurs articles

Votre entreprise ne réussira pas sur Slideshare si :

1. Vos Powerpoint ne démontrent pas une expertise de pointe.
2. Vous ne publiez pas régulièrement et sur le long terme.

Si vous souhaitez **améliorer votre stratégie sur les réseaux sociaux**, réservez votre entretien de découverte.

Quelle plateforme sociale pour votre entreprise ?

Cette infographie publiée sur le blog [Quicksprout](#) résume les avantages des principaux réseaux sociaux



like online with friends,
co-workers or family
— **49%** do this at least weekly

their business

One benefit of social
media marketing

WHO SHOULD USE twitter

PUBLICATIONS



53% of businesses in the information and communication sector reported the highest rate of blogs and microblogs usage (Twitter)

B2B BUSINESSES



85% of B2B marketers use Twitter



50% of B2B marketers view Twitter as an effective social media channel

WHO SHOULD USE LinkedIn

B2B SERVICE PROVIDERS

65% B2B companies have acquired a customer through LinkedIn

40% of B2B buyers say LinkedIn



is important
when researching
technologies and
services to purchase

91% of B2B
marketers use LinkedIn



RECRUITERS

WHO SHOULD USE

facebook

COMPANIES WITH VISUALLY DRIVEN PRODUCTS

PHOTOS account for

93%

of the most engaging
posts on Facebook



B2C PRODUCTS AND SOFTWARE.



42% of Facebook fans like a page
in order to get a discount or coupon.



35% of Facebook fans liked Facebook
pages specifically to compete in contests.

B2C BRANDS



53% of active social networkers follow a brand



77% b2c marketers have acquired customers through Facebook

APPS



399 million Facebook users only use Facebook on mobile each month.

WHO SHOULD USE

Google+



B2B BRANDS

B2B Brands such as Cisco, HP, GE, Hubspot, Media Temple, Moz, VM Ware are successfully using Google+ as part of their social media campaigns.

ANY BRAND WHERE SEO IS A CRUCIAL PART OF THEIR CUSTOMER ACQUISITION STRATEGY



URL's number of Google +1s is more highly correlated with search rankings than any other factor.



The correlation of Google +1s beat out other well known metrics including linking root domains, Facebook shares,

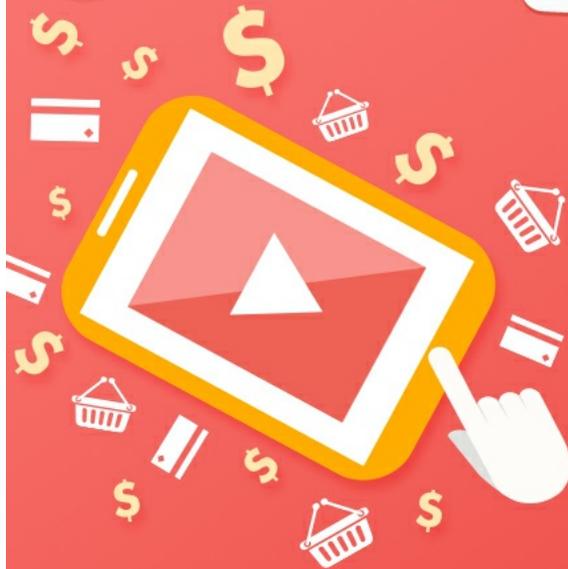
and even keyword usage

BRANDS THAT TARGETS MALE PROFESSIONALS.



68% of Google+ users are male.

WHO SHOULD USE YouTube



BRANDS THAT ARE VISUALLY DRIVEN

52% of consumers say that watching product videos makes them more confident in online purchase decisions.

ECOMMERCE

57%

57% of consumers say that product videos make them more confident in a purchase and less likely to return an item

64%

Visitors who view video stay 2 minutes longer on average and are 64% more likely to purchase than other site visitors.



MEDIA AND SHOWS

44% of businesses in the information and communication sector have highest multimedia content sharing website usage (Youtube, etc)



WHO SHOULD USE

Pinterest

FASHION

92% of Pinterest Pins are made by WOMEN

69% of Pinterest users are FEMALE.

- Images containing a face are 23% more likely to receive a repin
- Top brands in the fashion/retail space average 46 repins per pin

ECOMMERCE

70% of Pinterest users are there for SHOPPING INSPIRATION



Average social media shoppers' spending habits

 Pinterest shoppers spend on average of \$140-\$180 per order

 Facebook spends an average of \$80 per order



Twitter spends an average of \$60 per order

81% of U.S. online consumers trust information and advice from Pinterest.

RETAIL

U.S. consumers who use Pinterest follow an average of **9.3** retailers on the site.

Pinterest accounts for **25** percent of retail referral traffic.

BUSINESSES WHO'S TARGET AUDIENCE IS MOMS



Moms are 61 percent more likely to visit Pinterest than the average American.



60% of Pinterest's social traffic is from home and furnishings category

FOOD



of users discuss food-related content.

Garlic Cheesy Bread is the most repinned Pinterest Pin.

QUICKSPROUT

RESOURCES

Business2community | <http://bit.ly/1zfb00a>

Socialmediaexaminer | <http://bit.ly/1pRVAJf>

Blog.bufferapp.com | <http://bit.ly/1JSk07>

Sociallystacked.com | <http://bit.ly/1scPgKN>

Blog.bufferapp.com | <http://bit.ly/18f11g>

Digiday.com | <http://bit.ly/1biArgS>

Richrelevance.com | <http://bit.ly/1tBcThh>

Shop.org | <http://bit.ly/1ttKbx>

Imediconnection.com | <http://bit.ly/1lei2K9>

Jeffbullas.com | <http://bit.ly/1i4I4jk>

Flipcreator.net | <http://bit.ly/1p0nxQ5>

Digitalbuzzblog.com | <http://bit.ly/19lrsbg>

Shopify.com | <http://bit.ly/1ttTSOL>

Mediapost.com | <http://bit.ly/1ttTXit>



- Le temps d'utilisation de LinkedIn est moindre qu'un Facebook ou un Twitter.

Consultez le [Guide du marketing sur LinkedIn](#)

Mon entreprise doit-elle être présente sur Viadeo ?

Viadeo est un réseau social français et également le principal concurrent de LinkedIn aux fonctionnalités assez proches centrées sur : la recherche d'emploi et de compétences, le réseautage professionnel et la relation entre entreprises et salariés, fournisseurs, clients...

Comment Maîtriser les Réseaux Sociaux ?

Le Guide pour Maîtriser les Réseaux Sociaux



Guide Complet

Comment maîtriser les réseaux sociaux ? Comment être présent sur les réseaux sociaux ? Aujourd'hui, nous allons voir comment mettre en place une stratégie sur les réseaux sociaux de manière concrète afin de générer un maximum de retour sur investissement le plus rapidement possible. Au passage, j'en profiterai pour démonter quelques mythes. Alors comment se lancer sur les réseaux sociaux ?

Maîtriser les Réseaux Sociaux

Maîtriser les réseaux sociaux pour votre entreprise nécessite de bien comprendre comment et pourquoi Facebook et Twitter ont pris une telle place dans nos vies et représente désormais une part importante du temps passé par vos clients sur Internet.

1. Si Google est un **moteur de recherche** dont l'objectif est de renvoyer les informations les plus pertinentes à l'utilisateur en fonction de son "intention" (exemple : je cherche à vérifier une information sur "Charles

Bukowski" ou à acheter une "trousse pour enfant")

2. Facebook ou Twitter sont à l'opposé des **moteurs de découverte** fonctionnant sur un principe de "recommandation" des contenus au sein de votre réseau (exemple : un ami partage une vidéo d'art martial ou une page à laquelle vous êtes abonné publie un tutoriel pour gérer ses réseaux sociaux)

Conclusion : Si en tant qu'entreprise vous avez surement perçu le potentiel des réseaux sociaux en terme de visibilité et de business, prenez conscience que les utilisateurs n'ont à la base pas envie d'être "touchés" par votre marque lorsqu'ils consultent leur mur.

Avec des variations selon le réseau social, les utilisateurs sont là pour être informés, étonnés, divertis, soufflés. Ils souhaitent que vous leur soyez utile.



Les réseaux sociaux, lieu d'expression des émotions

Du soutien à Charlie Hebdo aux images du petit Aylan Kurdi, migrant syrien mort lors de la traversée de la Méditerranée, les réseaux sociaux démontrent leur spectaculaire capacité à mobiliser (pas forcément à faire bouger les gens ceci dit) et à faire circuler l'information comme une trainée de poudre.



Sur Google vous allez parfois tomber sur contenus racistes, violents ou faux, mais plus généralement **les pages qui se positionnent en premier** le sont pour des raisons rationnelles (des liens provenant de sites d'autorité pointent vers elles, leur contenu est détaillé, illustré, sourcé...)

Sur Facebook ou Twitter domine au contraire l'émotion instantanée (positive ou négative) quitte à relayer des c***** qui s'avèrent complètement fausses.

On pense aux articles de la fachosphère, aux articles de nutrition ou de bien-être, aux causes parfois (souvent ?) discutables ou futiles comme le groupe en faveur des cinq jeunes qui avaient volé un lama dans un cirque pour le faire monter dans un Tramway à Bordeaux ou encore le soutien au bijoutier de Nice qui avait abattu le braqueur de son magasin.

La signification du like (ou du retweet)

Les réseaux sociaux peuvent être une source importante de viralité lorsque vos contenus passent de mur en mur. Encore faut-il comprendre pourquoi un utilisateur partage un contenu.

Mis à part vos salariés, votre famille et vos amis, un utilisateur n'a aucune raison a priori de partager vos contenus. A moins que vos publications ne répondent à ses besoins.

Quels sont ses besoins ? Si votre contenu est intéressant, instructif, ludique, l'utilisateur consommera le contenu. Bien.

Maintenant, consulter un contenu est une chose, le fait de le partager en est une autre. Partager ou retweeter signifie en réalité que l'utilisateur a

d'une part aimé (ou détesté) ce que vous lui avez proposé mais qu'en plus, le fait de le partager sur son propre mur lui permet de renvoyer une certaine image de lui-même auprès de son réseau.

L'acte de partager est tout sauf anodin. Un utilisateur ne partagerait jamais un contenu mal fait ou qui risquerait de le faire passer pour une buse auprès de ses amis ou de son réseau. Ou pire, qui n'obtiendrait aucun like. Question d'ego.

Exemple : Si un utilisateur partage un tutoriel marketing, cela signifie "regardez c'est intéressant et je valide complètement (et je suis un expert moi aussi)". Si vous publiez une vidéo de skateboard, l'utilisateur qui partage exprime aux yeux de ses amis l'envie de revendiquer l'appartenance (au moins un peu) à cette communauté.

Une rupture des niveaux hiérarchiques

Sur **Facebook** ou **Twitter**, quand auparavant votre email avait toutes les chances de partir à la corbeille, vous pouvez désormais directement contacter un ministre, une grande marque ou une star internationale avec une bonne chance d'obtenir une réponse.

Étant donné que les échanges se font sous le regard d'un public, ces personnalités se doivent de donner des réponses pour ne pas se faire tacler et sont donc de ce fait bien plus accessibles.

Cette donnée est à prendre dans les deux sens : en tant qu'entreprise, vous êtes désormais astreint à plus de transparence et devez gérer toutes ces interpellations publiques. D'un autre côté, le potentiel de réseautage et de partenariats est démultiplié.

Quand je travaillais chez Xooloo à l'époque, Grégory Véret le dirigeant de l'entreprise m'avait demandé de solliciter Arnaud Montebourg et Fleur Pellerin, alors respectivement Ministre de l'Économie, du Redressement productif et du Numérique et Ministre déléguée aux PME, à l'Innovation et à l'Économie numérique, à l'occasion du Mobile World Congress où Xooloo était nommé.

Je lui avais répondu "impossible, on n'aura jamais de retweet". J'avais malgré tout interpellé les 2 comptes. Résultat des courses : les deux ministres en pleine promotion de la Frenchtech nous avaient retweeté. En

somme, il fallait juste oser et être pertinent. Une bonne leçon.



Fleur Pellerin @fleurpellerin · 24 févr. 2014

La #FrenchTech au #WMC14 ! Avec Grégory Veret de #Xooloo : solutions d'accès sécurisé des enfants à internet



← ↻ 21 ★ 12 ⋮

Les réseaux sociaux sont devenus des médias

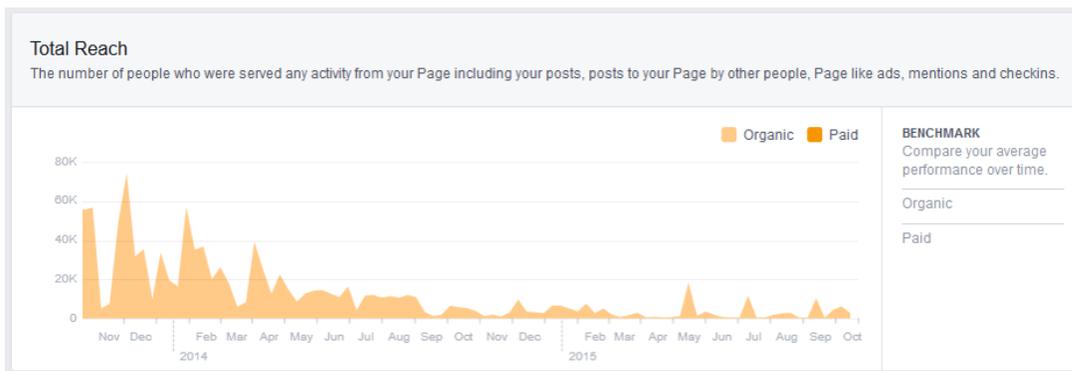
Denier constat : si en 2012, il était encore facile de réunir des 100aines de milliers de fans autour des fans de "Mojito", la démocratisation des réseaux sociaux a rendu également plus difficile le fait d'être visible face à la concurrence.

Par ailleurs, Facebook est devenu un média. Cela signifie que pour réellement être visible, vous devez désormais payer. Dès qu'un réseaux social atteint un niveau critique d'utilisateurs et devient incontournable, d'une part la concurrence est plus forte entre les marques mais le mouvement naturel est de peu à peu fermer les robinets de la visibilité gratuite pour monétiser son audience.

Attendez-vous à ce phénomène rapidement sur Twitter et Instagram.

Exemple concret : j'ai créé il y a 5 ans une page Facebook qui avec 210 000 abonnés générait entre 15 000 et 35 000 clics vers mon site chaque mois. Aujourd'hui, cette même page a 380 000 abonnés et (avec les mêmes types de posts) ne crée plus que 5000 à 10 000 visites par mois.

Voici les statistiques d'engagement :



Est-ce parce que la qualité de mes posts a baissé ? Non, simplement parce que Facebook ne diffuse vos posts qu'à une fraction de vos fans en fonction de la viralité de la publication et de la proximité entre vos fans et votre page. A la fois pour garantir des informations de qualité sur le mur des utilisateurs mais également pour pousser à passer par la publicité pour être plus visible.

Consultez le tutoriel pour [comprendre l'algorithme de Facebook](#)

Consultez le tutoriel pour [contrer la baisse du reach](#)

Consultez le tutoriel pour [publier des posts performants sur Facebook](#)

Conclusion : S'il n'est jamais bon d'être présent sur trop de réseaux sociaux à la fois, sachez quand même que lorsqu'un réseau commence à décoller, les premiers à s'y impliquer sont généralement ceux qui deviennent des monstres en terme d'abonnés par la suite. Une fois que vous êtes bien installé avec de nombreux abonnés sur une plateforme, n'hésitez pas à vous investir sur les réseaux qui montent quitte à vous planter.

En revanche, sur les réseaux sociaux déjà matures, le meilleur moyen d'obtenir des performances est d'avoir un business modèle afin d'être en capacité d'acheter de la visibilité grâce à la publicité et de rentabiliser cet investissement en dirigeant le trafic acheté vers vos pages de vente ou de téléchargement.

Consultez le guide pour [choisir votre réseau social](#)

Consultez le guide pour [choisir le réseau social le plus adapté à votre entreprise](#)

Consultez la [liste complète des réseaux sociaux](#)

Mythe #1 : Les réseaux sociaux, c'est facile

Oui, les réseaux sociaux sont faciles d'accès et c'est bien le drame car ils ne

sont pratiquement jamais intégrés dans une stratégie globale.

En réalité, pour 99% des entreprises et agences qui utilisent les réseaux sociaux, ces derniers sont une perte de temps et ne rapporteront jamais un euro. J'irais même plus loin, le temps investi sur les réseaux sociaux est un temps perdu pour aller chercher de vrais clients.

Pourquoi ? Parce qu'il y a un ordre pour activer les réseaux sociaux. Sur Webmarketing Conseil, les réseaux sociaux ont une place prépondérante mais ils ne sont que le fer de lance d'une stratégie de contenus.

Ne passez pas des années à tweeter sans raison.

Mythe #2 : Les réseaux sociaux créent du trafic et de la visibilité

C'est ce que voudraient vous faire croire (ou croient réellement) les agences qui vendent **du conseil sur les réseaux sociaux** (c'est mon cas).

Regardez leur compte Twitter, généralement, ces agences ont moins de 1000 followers (ok, les cordonniers sont souvent les plus mal chaussés et certaines agences peuvent avoir une excellente compréhension des réseaux sociaux avec des comptes laissés à l'abandon). Je peux vous garantir qu'ils font moins de 1000 visiteurs par mois grâce à Twitter.

Exemple 1 : je tweete environ 80 fois par jour (manuellement ou automatiquement) auprès des 28 000 followers de Webmarketing Conseil sur Twitter. Cela ne représente que 7000 à 10 000 clics par mois sur les 175 000 visiteurs mensuels de mon blog.



Un bon tweet (on est en B2B attention) récolte ce type d'engagement dans les bons jours :

Impressions	1 337
Engagements totaux	34
Retweets	11
Clics du lien	10
Favoris	5
Ouvertures des détails	4
Engagements avec le média	2
Clics sur le profil	2

Exemple 2 : Avec 3-4 post par semaine et 380 000 fans, la page Facebook dédiée à la communauté Airsoft que j'ai créée, génère je vous l'ai dit entre 5000 et 10 000 visiteurs par mois. Dans le meilleur des cas, un post bien calibré et liké touche entre 10 000 et 25 000 personnes (sur 380 000 fans). Il fut un temps où c'était 120 000 (sur 200 000 à 300 000 fans)

Combien de temps devrez-vous passer pour obtenir 28 000 followers et 380 000 fans Facebook ? Un long moment très certainement.

Pour quelle retombées ? Peu finalement. C'est donc que penser les réseaux sociaux de manière indépendante ne sont pas la clé pour générer des leads et des ventes. Vous n'obtiendrez pas de résultats avec une stratégie uniquement tournée vers les réseaux sociaux. Les réseaux sociaux ne sont qu'un canal d'acquisition (et pas le meilleur).

Mettre en place votre stratégie sur les réseaux sociaux

Maintenant que je vous ai bien déprimé, je vais vous rassurer : les réseaux sociaux sont un pilier dans ma stratégie.

Grâce à cette présence, je peux pousser mes contenus plus loin, générer des connexions et gagner des liens qui, eux, permettent à mes contenus d'être positionnés sur Google et de créer du trafic de manière récurrente.

Mais pour réussir sur les réseaux sociaux, il va vous falloir :

1. Définir une cible claire (pour chaque réseau)
2. Avoir un objectif quantifiable
3. Définir où vous voulez être dans 1 an
4. Quels moyens (temps / efforts / argent) pour atteindre cet objectif ?
5. Avoir une stratégie écrite pour décrire ces moyens

Pourquoi avoir une stratégie sur les réseaux sociaux ?

1. Pour disposer d'un plan d'action coordonné (l'inverse de "poster de temps en temps en espérant un retour")
2. Pour être guidé par vos objectifs pour apporter de la valeur à votre entreprise
3. Pour partir de ce que veulent vos clients pour répondre à leurs besoins

1. Définir votre client idéal

Qui est votre client idéal ? Qui voulez-vous voir acheter vos produits ou vos offres ? Qui peut se payer vos services ? A quel type de client apportez-vous le plus de valeur rapidement ? Dépassez le concept de cible.

Oui, il est toujours utile d'être partagé ou retweeté par des utilisateurs qui ne sont pas vos clients mais qui vont vous permettre de diffuser vos messages sur les réseaux sociaux mais si votre cible est trop large, vous n'intéressez personne.

Avoir comme objectif d'attirer votre client idéal vous permet de ne pas être uniquement guidé par la dictature du "taux d'engagement" et de créer des posts complètement pertinents par rapport à cette cible (au niveau du ton, des codes couleurs, des problèmes que vous adressez...)

On s'en fiche du taux d'engagement du moment que votre message résonne auprès de votre client idéal et génère des clients.

2. Définir vos objectifs

1. **Être visible sur les réseaux sociaux** n'est pas un objectif suffisant. Prenez le temps de définir l'objectif général de votre présence sur les réseaux sociaux :

- Collecter des emails
- Obtenir des inscrits à une formation
- **Générer des ventes**
- **Générer des devis**
- **Obtenir des téléchargements pour votre application**
- **Obtenir des vues sur votre vidéo...**

C'est autour de cet objectif que vous allez créer votre stratégie. Vous devez servir votre stratégie et pas être pris dans l'engrenage de publications inutiles sur vos comptes sociaux et vous enfermer dans une course aux "j'aime".

Exemple : mon objectif sur Webmarketing Conseil est de vous amener à télécharger mes guides pour obtenir votre email en vous apportant le maximum de valeur. Vous recevrez ensuite des tutoriels que j'espère les plus riches possibles. En bout de chaîne, un certain nombre d'entre vous me demanderont du **coaching** pour apprendre à répliquer mes stratégies.

Je mets donc en place des 10aines de tactiques comme ce tweet qui revient de manière récurrente pour parvenir à mes objectifs.

Tweet épinglé



Rudy Viard @RudyViard · 4 sept.

Accédez à vos Guides 12 Guides Gratuits
pour plus de trafic et de clients :
webmarketing-conseil.fr/guides/

Accédez à vos **12 Guides**
"Plus de trafic et de clients"

Accédez à mes 12 Guides Gratuits + 15 Fiches
sur les Réseaux Sociaux

webmarketing-conseil.fr

En savoir plus

16:21 - 4 sept. 2015 - Détails



2. Fixez ensuite un objectif quantifiable :

300 téléchargements par mois grâce à Facebook

100 leads générés grâce à Twitter

Vous pourrez ainsi évaluer la charge de travail nécessaire pour atteindre ces objectifs et mettre des personnes en face également.

3. Donnez une valeur à cet objectif quantifiable

1 client me rapporte 5000 euros par exemple

Il me faut 10 leads pour transformer 1 client

Donc chaque lead vaut 500 euros

En fixant une valeur, vous allez pouvoir mettre en place des moyens. En effet, une erreur des entreprises qui débutent sur les réseaux sociaux est de commencer de 0 en ne sortant aucun budget. Vous avez sans doute plus à perdre à ne pas grandir.

En connaissant la valeur de vos objectifs, vous pourrez investir tout ou partie de ce montant en publicité et en création de contenus (d'abord des

petites sommes pour tester en augmentant peu à peu) pour grossir plus vite tout en étant rentable.

4. Mesurez vos performances

- Faites en sorte de rediriger vos publications sur les réseaux sociaux vers des pages conçues pour remplir vos objectifs
- Paramétrez le suivi des conversions dans Google Analytics afin de comprendre quelle posts vous amènent des clients
- Installez les pixels de conversions si vous utilisez la **publicité sur les réseaux sociaux** afin de savoir quelles publicités génèrent des ventes

5. Optimisez vos actions sur les réseaux sociaux pour atteindre vos objectifs

En mesurant, vous n'aurez pas forcément de résultats mais au moins vous saurez ce que vous pouvez améliorer :

- Essayez d'améliorer les posts que vous publiez
- Testez de nouveaux formats de posts (images, vidéos, gifs animés, albums...)
- Testez un nouveau ton, de nouveaux codes couleurs, de nouveaux combos texte + visuel pour générer plus d'engagement
- Essayez de **poster à des jours et des heures différents...**

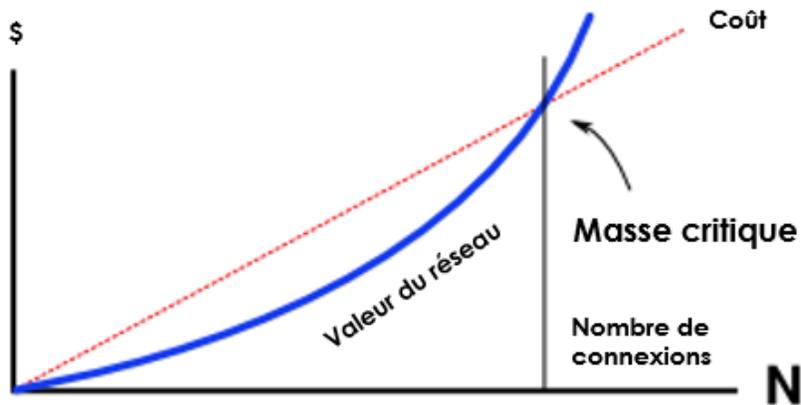
6. Amplifiez ce qui fonctionne

Une fois que vos efforts commenceront à porter leurs fruit et auront validé vos hypothèses, passez à la publicité pour accélérer votre croissance

Consultez le tutoriel sur le **passage du trafic gratuit au trafic payant**

3. Atteignez rapidement la taille critique

La valeur de votre communauté sur les réseaux sociaux est exponentielle à mesure que les connexions augmentent.



Dans un premier temps, votre communauté vous prendra beaucoup de temps pour un ROI quasi nul. Lorsque vous atteignez le point d'équilibre, votre investissement (en ressources humaines, en temps, en création de contenus, en gestion de vos réseaux sociaux) devient marginal par rapport aux retombées.

Sans taille critique, le coût et le temps d'être sur les réseaux est trop élevé par rapport aux gains. En revanche, quand vous atteignez ce « momentum », c'est un pur gain. Chaque contenu publié est poussé beaucoup plus loin. Donc allez le plus vite possible vers cet objectif.

Faites donc croître vos communautés le plus rapidement possible, y compris en utilisant la publicité sur les réseaux sociaux pour accélérer votre croissance.

Je ne parle pas de "course aux fans" mais bien d'un processus où vous :

1. Créez de plus en plus de contenus à valeur ajoutée
2. Restez focalisés sur vos objectifs
3. Soutenez vos efforts grâce à la publicité
4. En remboursant le coût de votre budget publicité par vos ventes
5. Afin d'obtenir un impact plus important à chaque campagne (grâce à vos abonnés qui augmentent)

a. Optimisez vos réseaux sociaux avec un design professionnel

Ce n'est pas le design qui fait tout mais lorsqu'un utilisateur se demande s'il va s'abonner à une page, un look non professionnel fait chuter vos taux de conversion



Sur chaque réseau social, une jolie photo de couverture et une photo de profil bien reconnaissable même en petit format lorsqu'elle s'affichera dans le fil d'actualité Facebook ou Twitter, sont la base.

b. Remplissez au maximum les informations de profil

Remplissez au maximum les champs libres dans chacun de vos profils afin d'être trouvé dans les moteurs de recherche. C'est vrai sur Twitter, Facebook, LinkedIn, Pinterest...

Ne laissez pas passer l'occasion d'être découvert.



c. Faites grandir votre communauté

Il faut bien commencer par quelque chose :

1. Invitez vos clients, salariés, associés, collègues à rejoindre vos présences sociales
2. Faites des partenariats avec des pages et des influenceurs de votre

niveau pour grandir ensemble

3. En utilisant le trafic de votre site pour susciter de la viralité grâce à des boutons de partage.



Stephanie McNeal
BuzzFeed News Reporter



C'est ce que fait un site comme BuzzFeed avec des boutons bien proéminents positionnés sur leurs articles taillés pour générer des émotions donner envie de partager.

4. Utilisez au maximum la cross-promotion : mettez l'adresse de vos pages dans vos plaquettes, affiches, cartes de visite, papier à en-tête, signatures d'emails (3000 emails/an/personne pour rappel)...

5. Accompagnez votre croissance grâce à la publicité

Consultez le tutoriel pour [obtenir vos 1000 premiers fans sur Facebook](#)
Consultez le tutoriel pour [augmenter le nombre de vos fans sur Facebook](#)
Consultez le tutoriel pour [obtenir vos 1000 premiers followers sur Twitter](#)
Consultez le tutoriel pour [augmenter le nombre de vos followers sur Twitter](#)
Consultez le tutoriel pour [obtenir vos 1000 premiers followers sur Pinterest](#)
Consultez le tutoriel pour [augmenter le nombre de vos followers sur Instagram](#)

6. Quand c'est possible, utilisez la possibilités virales intrinsèques de chaque réseau : par exemple, l'application Runstatic utilise l'[Open Graph](#) pour permettre aux utilisateurs de l'app de partager leurs parcours directement sur Facebook.

 **Stéphane** ran 20.58 kilometers with Runtastic.com — 😊
feeling awesome.
October 11 at 1:33pm · Runtastic.com · 🧑

Et ouais !



kilometers	hours	mins/km	calories
20.58	2:10:10	6:19	1,191

Like Comment Share

Consultez le tutoriel pour [faire le buzz sur Facebook](#)

d. Industrialisez votre approche

Testez un maximum de tactiques pendant un temps suffisamment long pour en mesurer l'impact. Si vous vous lancez dans des partenariats avec des pages de votre niveau par exemple, ce n'est pas en 2 ou 3 partenariats que vous verrez une augmentation. Laissez-vous le temps et faites-le à fond.

Quand vous tenez une série de tactiques qui fonctionnent, amplifiez et automatisez un maximum. Exemple : pourquoi ne pas créer un document avec tous les partenaires potentiels à prospecter ? Pourquoi ne pas vous donner des objectifs (5 partenariats par semaine) ?

4. Comprendre ce que veut votre cible

Si des profils au design professionnel améliorent vos taux d'abonnement, si des tactiques permettent de faire grossir votre communauté, si tôt ou tard, vous devrez passer à la publicité, ce qui vraiment fait qu'on vous suit : ce sont vos contenus

a. Plongez dans l'esprit de votre « client idéal »

Pour être suivi, vous devez proposer du contenu qui les intéresse. Parler de soi ne fonctionne pas

Vos abonnés ne recherchent que 3 choses :

1. Des réponses à leurs préoccupations
2. De l'émotion et des contenus qui les font réagir, les choquent, les émeuvent...
3. Des informations qui les concernent / sur leur secteur

1. Pour comprendre leurs préoccupations : Il vous suffit d'aller sur les blogs et les forums qu'ils fréquentent, vous comprendrez leurs problèmes qui nécessitent des réponses.



The screenshot shows a vertical list of six blog posts. Each post is preceded by a blue square icon containing the word 'OLD' in white. The posts are separated by thin horizontal lines. The text for each post includes a title in bold blue font and the author and date in a smaller grey font.

- Démarrer un blog**
par BreeHelene » 15 Aoû 2015, 12:00
- Facebook vs Google +**
par Meowna » 26 Nov 2014, 15:25
- Le Contenu des Blogs d'entreprise**
par Meowna » 26 Nov 2014, 15:21
- publicité au clic de Facebook**
par willyleyzour » 26 Nov 2013, 14:49
- Clickbaits : qu'est-ce que vous en pensez?**
par SouCHe99 » 25 Mar 2015, 21:17
- Combien de fans avez vous ?**
par vieactu » 21 Déc 2011, 09:29

2. Pour comprendre les émotions qui les font réagir : rendez-vous sur un site comme **Buzzsumo** afin de comprendre quels sont les contenus qui génèrent le plus de partages sur chaque réseau social dans votre thématique.

Filter by Date:

- 24 Hours
- Past Week
- Past Month
- Past 6 Months
- Past Year

Show Specific Range

Language: E.g. French, Español

Country (TLD): E.g. Germany, .de

Filter domains: show

Content Type:

- Article
- Infographics
- Guest Posts
- Giveaways
- Interviews
- Videos

Uncheck All

syndicat

Search! Export Create Alert

Enter a topic or domain: big data, cnn.com. Advanced Search Options Save Search

Sort by: Total Shares Page 1 of 607

FACEBOOK SHARES	LINKEDIN SHARES	TWITTER SHARES	PINTEREST SHARES	GOOGLE+ SHARES	TOTAL SHARES
27.4k	3	114	0	164	27.7k
0	0	30	0	11.5k	11.5k
10.6k	0	37	0	0	10.6k

Un syndicat de 30 000 médecins en Amérique Latine veut bannir Monsanto
 espritsciencemetaphysiques.com - More from this domain
 By Esprit Science Méta - May 14, 2015

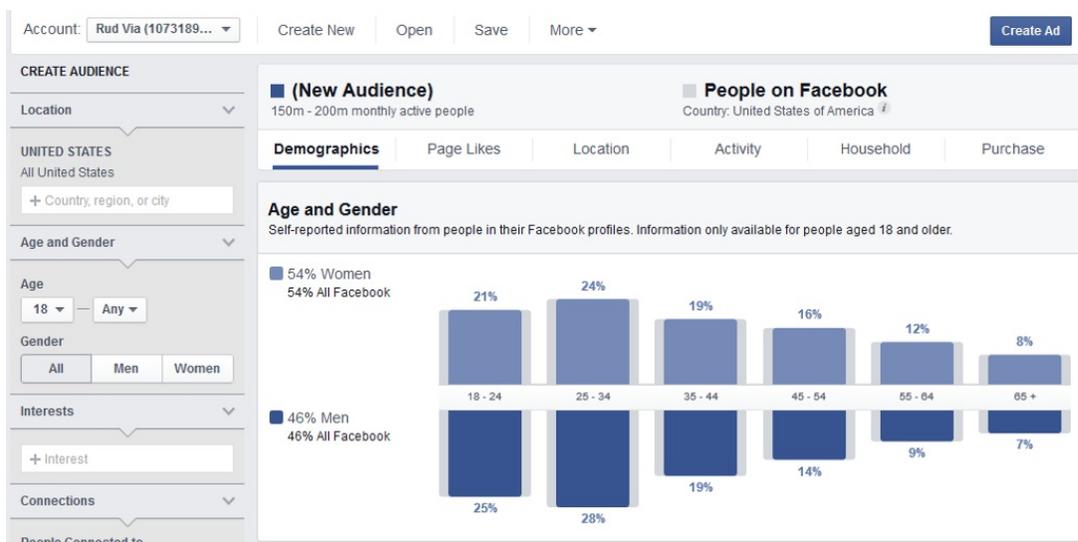
Education International - France: une enquête menée par un syndicat lève le voile sur la condition de la profession enseignante
 el-ie.org - More from this domain
 Aug 21, 2015

Crise des éleveurs: Le premier syndicat agricole promet «1.000 tracteurs» à Paris le 3 septembre
 20minutes.fr - More from this domain
 Aug 24, 2015

Consultez le tutoriel pour **des post qui génèrent plus de trafic grâce à Facebook**

Consultez le tutoriel pour **connaître les 10 émotions qui rendent un contenu viral**

3. Pour comprendre ce qui plaît votre cible : un outil comme **Facebook Audience Insights** vous permet de connaître exactement les goûts de votre client idéal pour coller à ses codes.



Exemple : si vous vendez des pistolets à billes et que vous vous rendez compte que vos fans aiment le jeu de guerre Call of Duty, pourquoi ne pas faire une réplique des armes du jeu en édition limitée ? Ou un post à l'occasion du lancement de la nouvelle version du jeu ?

4. Pour leur diffuser de l'information qui les intéresse : mettez en place une veille d'actualité avec **Feedly** par exemple et partagez des actualités ou des tutoriels en lien avec les problèmes qu'ils rencontrent au quotidien.

Exemple : sur Webmarketing Conseil, les visiteurs demandent souvent des informations sur "comment trouver des clients" "augmenter le trafic" "améliorer les réseaux sociaux"...

Lorsque je croise une actualité qui pourrait les intéresser, je la partage afin de ne pas diffuser uniquement les contenus issus de mon blog.

5. Quels contenus publier sur les réseaux sociaux

Chaque réseau social à ses codes, ses typologies d'utilisateurs et des manières bien à eux de diffuser le contenu dans le flux d'actualité mais d'une manière générale :

1. **Décentrez-vous** : arrêtez de parler de vous
2. **Apportez une valeur à vos abonnés** : vidéos, infographies, tutoriels, concours...
3. **Utilisez le langage de votre cible**
4. **Répondez à leurs problèmes (ou besoins ou désirs)**
5. **Utilisez le levier des contenus visuels** : vidéo, photo, infographies, collages, citation en images
6. **Testez les statut (les posts uniquement texte)** : lorsque le statut n'est pas un simple message promotionnel, pose une question ou exprime une véritable prise de position, ce dernier génère généralement de nombreux commentaires et donc beaucoup d'engagement.
7. **Favorisez les posts très courts (ou très longs)**
8. **Pensez toujours à l'engagement (des j'aime, des retweets, des partages) que votre post va créer** : dans le sujet choisi pour son potentiel de réactions mais aussi dans la manière dont vous le publiez. Maniez l'humour ou la provocation, suscitez l'empathie, l'émotion, la stupeur. Mettez ces émotions en scène.

Exemple : un de mes clients a complètement changé sa stratégie suite à ma formation. Et il a tout compris :



Ce type de post a généré 333 partages et 250 likes en 24 heures pour 9000 fans alors qu'il ne s'agit que d'une remise en forme du discours que ce client tient depuis des années. En utilisant un visuel et une statistique forte + le texte "Pas de pays sans paysans #terresagricoles" qui vient en contrepoint, ils créent de l'adhésion sur leur message et une réaction. L'engagement permet à votre post de passer de mur en mur. Sur Facebook, un post sans engagement ne sera même pas diffusé à vos fans.

9. Utilisez les techniques de clickbait quand c'est pertinent : le clickbait est une tactique permettant d'amener l'internaute à cliquer en suscitant sa curiosité.

Exemple : dans ce post, on ne sait pas ce que le frère va offrir à cette mariée mais ça l'air énorme, vue la photo d'une femme apparemment en pleurs, donc vous cliquez. Au final, il s'agit d'une vidéo émouvante (mais pas transcendante) du frère arrivant en uniforme militaire en ayant pu se libérer à la dernière minute.

 **BuzzFil**
19 hrs · 🌐

Le meilleur cadeau pour son anniversaire...



Son frère lui offre ce cadeau inespéré pour son mariage
Quand son frère, qui en passant est son meilleur ami lui a dit qu'il ne pourrait pas assister à son mariage, Sarah était dévastée, elle ne cessait de pleurer. Le frère de Sarah est un militaire, et la mission dans laquelle ne lui permettait pas de...

B021115.L2BZ.COM | BY BUZZFIL - ACTUALITE ET NEWS QUI BUZZ



Imaginez que la page ait publié "Vidéo du frère de la mariée en costume militaire", vous n'auriez jamais cliqué.

Je ne vous dis absolument pas d'abuser de cette technique pour ne pas vous décrédibiliser, d'autant que Facebook repère et sanctionne ces pratiques quand elles sont trop évidentes, mais n'hésitez pas à utiliser la curiosité pour amener à cliquer et liker.

Consultez le guide du [marketing sur les réseaux sociaux](#)
Consultez le tutoriel pour [savoir que publier sur Facebook](#)
Consultez le tutoriel pour [savoir que publier sur Twitter](#)
Consultez le tutoriel pour [savoir que publier sur Instagram](#)
Consultez le tutoriel pour [savoir que publier sur LinkedIn](#)
Consultez le tutoriel pour [savoir que publier sur Pinterest](#)
Consultez le tutoriel pour [savoir que publier sur Google+](#)

Consultez le tutoriel pour [savoir quand publier sur les réseaux sociaux](#)

6. Créer des contenus pour les réseaux sociaux

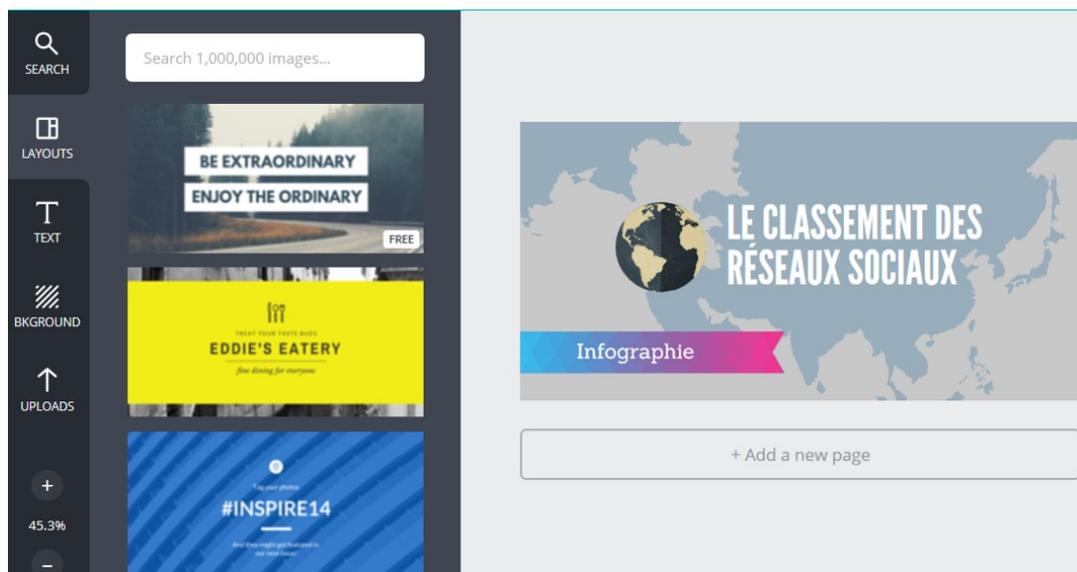
Aujourd'hui, il n'y a rien de plus facile que de créer vos propres contenus vous-mêmes grâce à tous les outils accessibles en ligne :

1. **Wordpress est un outil de gestion de contenu.** C'est grâce à cet outil que vous pouvez lire ce post.

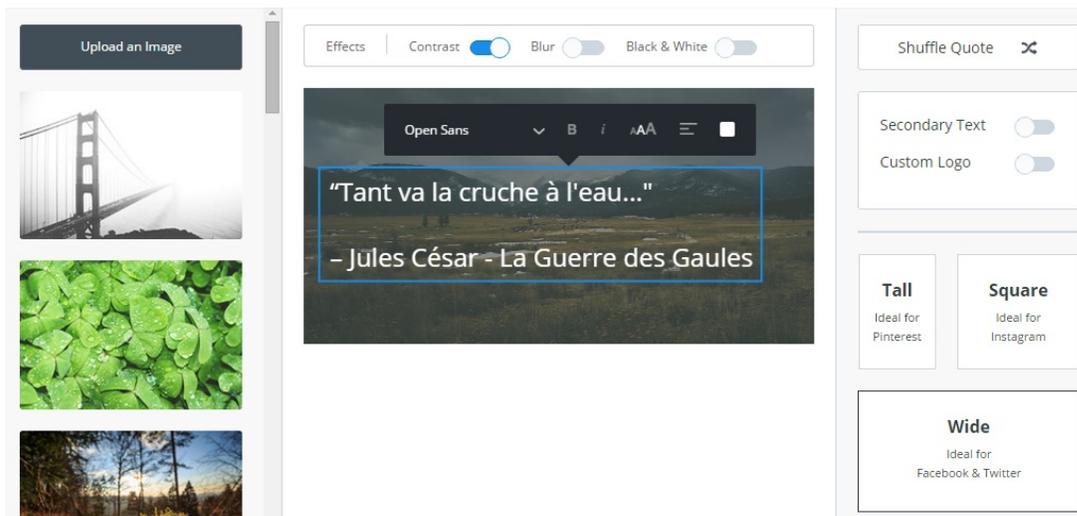
Avoir un endroit où renvoyer vos utilisateurs (plutôt que d'utiliser Facebook ou Twitter comme blog) permet de créer du trafic qui vous appartient. Vous serez ainsi bien moins fragilisé si Facebook change ses règles par exemple. Par ailleurs, un blog est un excellent moyen de bénéficier de trafic lié au référencement.

En optant pour un outil de création de contenu comme Wordpress, vos réseaux sociaux deviendront non plus l'alpha et l'omega de votre stratégie mais un canal d'acquisition parmi d'autres pour générer du trafic vers votre site. Et vous bénéficierez du référencement dans les moteurs de recherche.

2. **Canva est un outil gratuit permettant de créer vous-même vos visuels et montages photos** pour les réseaux sociaux. Grâce à **Canva**, je n'ai pas besoin de designer pour réaliser en quelques minutes des designs tout à fait convaincants et aux **bonnes dimensions pour être postés sur les réseaux sociaux**.

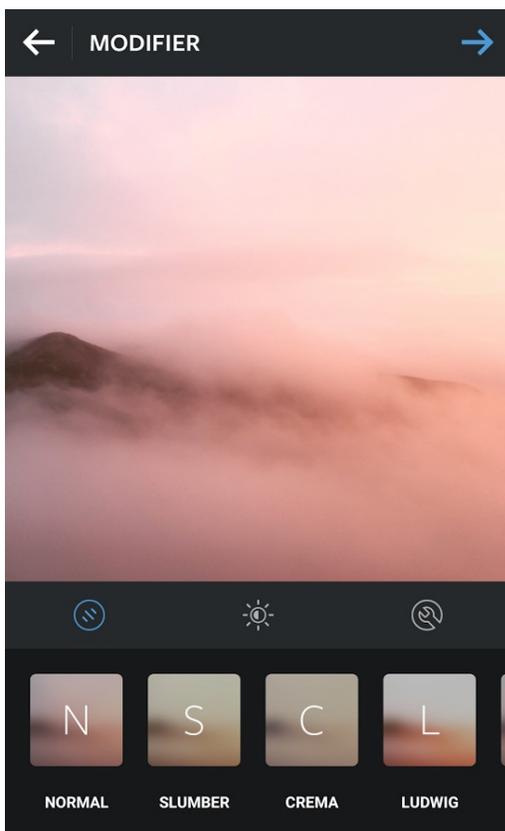


3. **Pablo permet de rapidement créer des images engageantes** pour vos réseaux sociaux aux bonnes dimensions et en quelques minutes. **Pablo by Buffer** est moins complet que Canva mais est idéal pour les messages posés sur une image qui on le sait génèrent souvent beaucoup d'engagement.

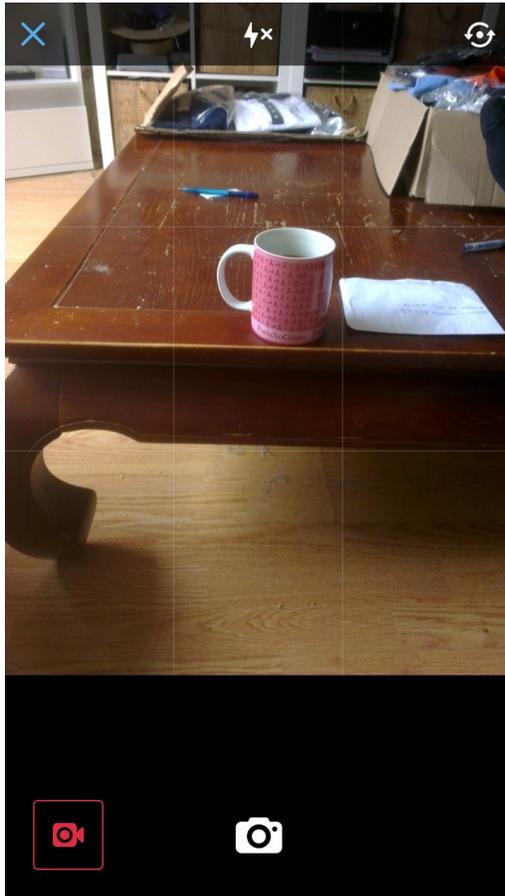


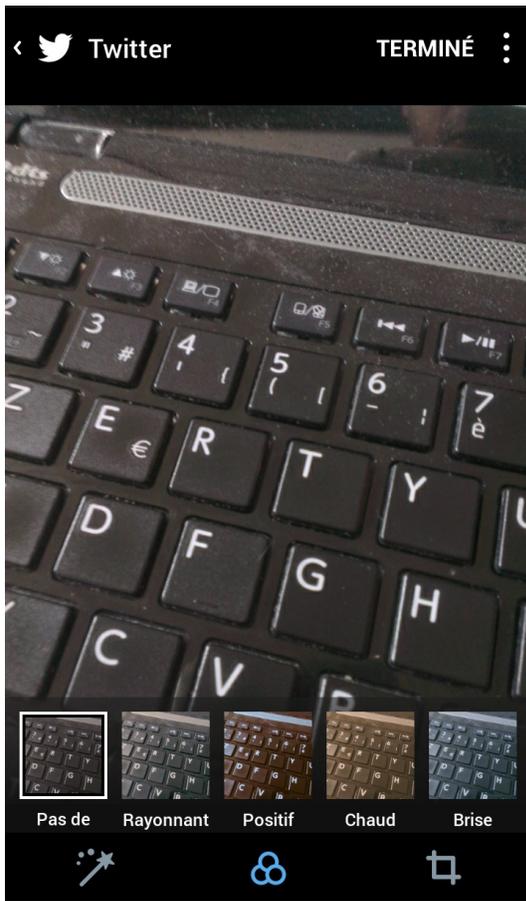
4. Créez des infographies grâce à [Infogram](#), [Piktochart](#) ou [Easilly](#). Pour ma part, j'ai utilisé Canva pour cette [infographie sur les réseaux sociaux](#). Je ne suis pas designer et il m'a fallu 1/2 journée. Si vous avez des données vraiment intéressantes à partager, créer une infographie est maintenant à la portée de tous.

5. Votre mobile contient déjà toute une panoplie pour créer des contenus de qualité : [Instagram](#) permet d'ajouter des filtres à vos photos et vidéos. Vous pouvez ensuite récupérer vos photos sur [instagram.com](#) pour en faire ce que vous voulez (le republier sur Facebook, Twitter ou les poster sur votre blog)



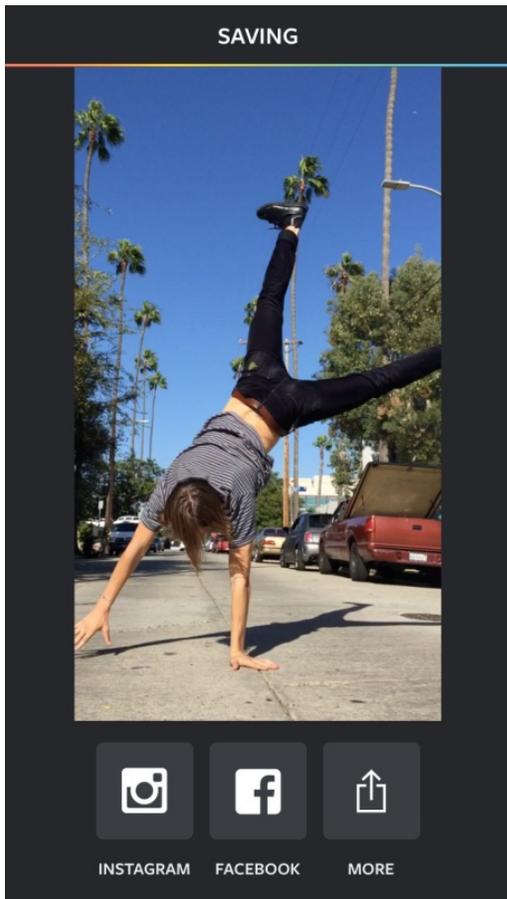
6. On l'oublie souvent mais les applications mobiles de **Facebook** et **Twitter** ont exactement les mêmes fonctionnalités et permettent de capturer de la vidéo et de prendre des photos en ajoutant des filtres.





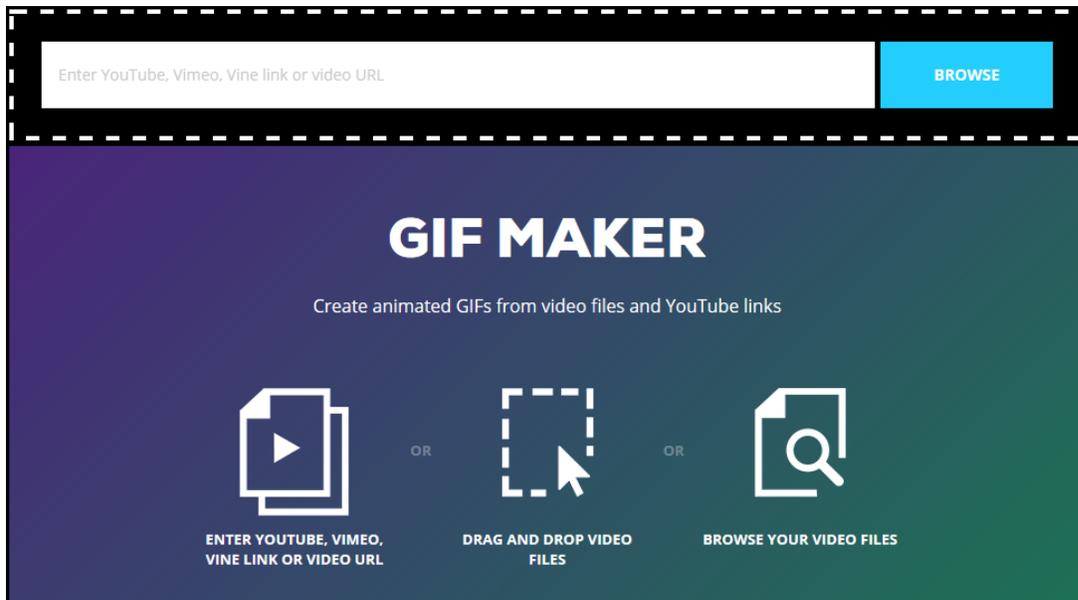
7. Vine permet de créer des mini-vidéos de 6 secondes tournant en boucle à partir de votre mobile et que vous pouvez ensuite embarquer sur votre site ou votre blog. Un exemple de vidéo réalisé avec [Vine](#) :

8. L'application Hyperlapse d'Instagram permet de créer des vidéos en **slow motion** ou en **accéléré** tandis que Boomerang, également développé par Instagram, permet de prendre en photo une scène pour la transformer en mini-vidéo d'1 seconde (quasiment des Gifs animés). Pour voir de plus près ces [applications Instagram](#).



8. Créez vos propres Gifs animés grâce à [Imgur Video to Gif](#) ou [Giphy](#)

Maker à partir de vos vidéos.



7. Optimiser vos posts sur les réseaux sociaux

Il faut arrêter avec l'idée qu'il faut sans cesse "optimiser" vos posts. Si vous n'avez pas de stratégie, pas de cible précise, pas d'objectifs, vous pouvez "optimiser" autant que vous voulez en ajoutant plus de visuels ou en testant différents types de posts, vous n'obtiendrez pas de résultats. Car vous n'avez pas répondu aux questions essentielles de base.

Maintenant, si votre stratégie commence à porter ses fruits, voici quelques astuces pour rendre vos posts plus performants :

1. Prenez soin du rendu visuel de votre post : utilisez des photos aux bonnes dimensions, avec un titre optimisé accompagné d'un commentaire en miroir avec le post.

Pas bien :

 Status  Photo / Video  Offer, Event + 

 <http://www.airsoft-squared.com/fr/post/10165/crowdfunfing-aa-12-gbb-airsoft-absolution>

Crowdfunfing AA-12 GBB Airsoft Absolution

Airsoft Crowdfunfing AA-12 GBB Airsoft Absolution news Airsoft Absolution lance ça campagne de financement participatif pour pouvoir continuer et concevoir le AA12 en GBB Co² et le présenté a la vente. Nous

AIRSOFT-SQUARED.COM

Available images [Hide](#)

Mieux :

Que Publier sur les Réseaux Sociaux ?

Que Publier sur les Réseaux Sociaux pour plus de partages?



Guide Complet

Que publier sur les réseaux sociaux ? Que publier pour obtenir plus d'engagement et plus de partages sur les réseaux sociaux ? **Buzzsumo** vient de sortir une étude sur les contenus les plus partagés sur les réseaux sociaux en 2015. De quoi identifier les bonnes pratiques afin d'optimiser votre propre stratégie sur le réseaux sociaux.

Les éléments à prendre en compte pour plus de partages

L'étude de **Buzzsmo** se base sur l'analyse de plus d'un milliard de posts publiés sur les réseaux sociaux. L'étude met en lumière 4 composantes qui impactent la viralité d'un post.

1. La composante émotionnelle
2. Le type de contenu partagé
3. Le thème du post
4. Le formatage du post

Que Publier sur les Réseaux Sociaux pour plus de partages?

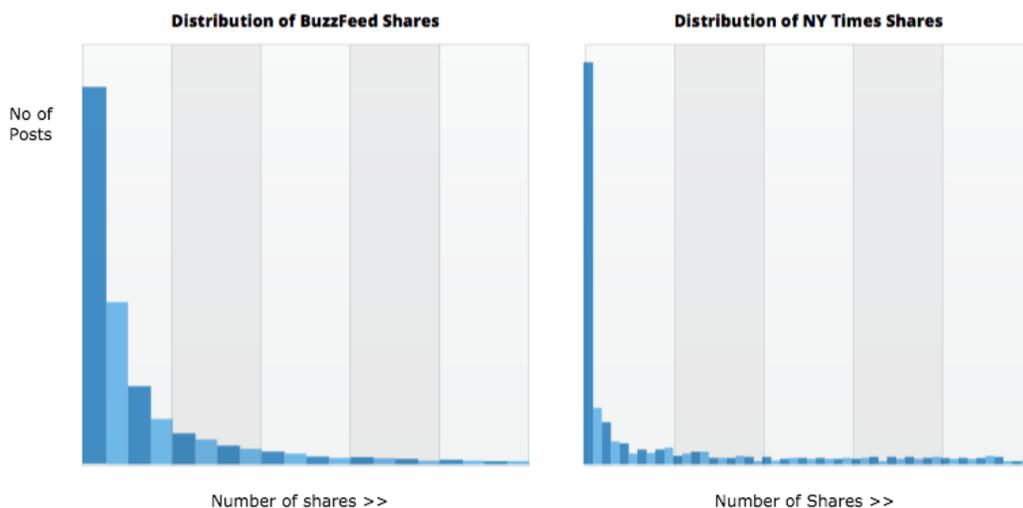


Guide Complet

Les contenus les plus partagés sur les réseaux sociaux

Buzzsumo insiste sur le fait que les contenus partagés partagent des points communs mais qu'il n'existe pas de recette pour un post viral. J'ai souvent des clients qui me demandent de "rendre leur vidéo virale". On ne peut simplement pas prédire qu'un post sera partagé ou non, bien qu'on puisse prédire ceux qui n'ont aucune chance.

Baser sa stratégie de contenus sur la viralité n'a pas de sens. Lorsqu'un post devient viral, il s'agit de la cerise sur le gâteau. Sur le nombre d'articles publiés par BuzzFeed et le New York Times, une infime partie devient hors de contrôle.



Cependant, il est possible d'identifier des traits communs aux posts les plus

partagés sur les réseaux sociaux.

Emotional element	Content Element	Topic Element	Format Element
Amusing Surprising Heart Warming Beautiful Inspiring Warning Shocking	Images Facts Charts Quotes Video Interaction	Trending topic (e.g. Zombies) Health & fitness Cats & Dogs Babies Long Life Love	List Post Quiz Story Curation Research Insights Practical Tips

1. Au niveau émotionnel, les posts les plus partagés utilisent au moins un levier de viralité à savoir le rire, la surprise, l'humanisme et les émotions humaine, la beauté, l'inspiration, la peur ou l'urgence, le choc. Je ne vous conseille absolument pas d'utiliser chacun de ces leviers, nous avons déjà assez de trolls, de propos outrageants, violents, alarmistes ou exagérés mais ce sont effectivement des carburants pour créer de la conversation et des réactions.

2. Au niveau des types de contenus, les posts les plus viraux sont des images, les données factuelles, les graphiques, les citations, les vidéos, le contenu qui crée de l'engagement et des réactions (notamment par la controverse, en démontant des mythes ou en prenant des positions fortes)

3. Au niveau du thème des posts, ont les faveurs du public tous les sujets d'actualité ou tendances du moment (ex : les zombies mais on pourrait parler également d'un évènement public, bref tous les trending topics sur Twitter), la santé, les régimes et le fitness, les chats et les chiens, les bébés, les secrets pour vivre mieux et plus longtemps, l'amour, les histoires de succès. En somme, nos besoins les plus basiques et les sujets les moins intellectuels.

Rappelez-vous qu'autant Google est un outil de recherche de "connaissances" supposant une intention de s'informer tandis que les réseaux sociaux sont un outil de "découverte" où les émotions ont la part belle (malheureusement).

Consultez le guide pour [les mécaniques de viralité](#)
Consultez le guide pour [comprendre pourquoi nous partageons sur les réseaux sociaux](#)

4. Au niveau du format du contenu, les posts de listes, les quizz, les

histoires, la curation de contenus, les études s'appuyant sur des données mais également les astuces pratiques reçoivent globalement plus de partages.

Buzzsumo rappelle qu'un post viral combine souvent plusieurs éléments hautement partageables :

- Un quizz peut s'appuyer sur un sujet d'actualité ou un trending topic
- Un post de liste (la "liste des 20 choses à faire avant de mourir") peut contenir des images virales et est une curation de contenus en soi.

Consultez le tutoriel pour [plus de partages sur vos contenus](#)

Attention cependant : la limite de ces études est que les contenus les plus partagés représentent également les posts que "tout le monde" partage notamment les personnalités et marques disposant de millions de fans et de followers et - comme le note Buzzsumo - sponsorisent souvent leurs publications

Tenez compte des bonnes pratiques mais regardez surtout vos statistiques.

Innovator permet de trouver de nouveaux types de posts qui réagissent bien plutôt que de suivre ce qui semble fonctionner pour les autres.

Consultez le tutoriel sur [que publier sur Facebook](#)

Consultez le tutoriel sur [les posts les plus partagés sur Facebook](#)

Consultez le tutoriel sur [les posts les plus partagés sur Google+](#)

Consultez le tutoriel sur [les posts les plus partagés sur LinkedIn](#)

Créer des posts adaptés pour les réseaux sociaux

Buzzsumo donne en effet l'exemple de BuzzFeed connu pour AB tester ses titres sur un même article jusqu'à trouver celui qui génère le plus de partage et de buzz et termine par un conseil intéressant pour créer des publications avec un potentiel plus important

Combinez les 4 composantes du partage :

1. La composante émotionnelle : exemple "la surprise"
2. Le type de contenu partagé : exemple "des faits"
3. Le thème du post : exemple "les zombies" ou le thème le plus viral dans votre secteur d'activité...

4. Le formatage du post : exemple "un post de liste"

Pour ainsi créer un contenu du type "10 Faits Surprenants sur les Zombies"

Consultez le tutoriel pour [plus de trafic grâce aux réseaux sociaux](#)

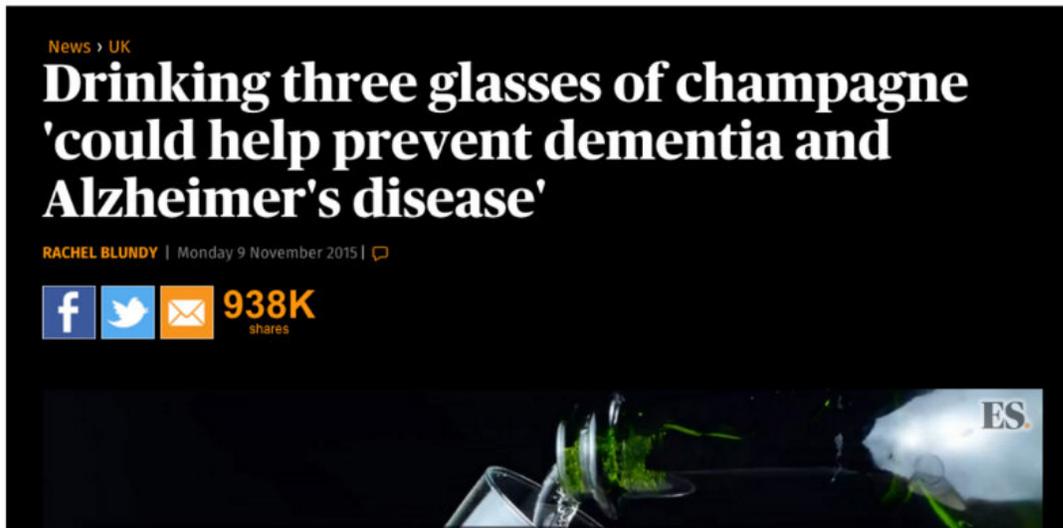
Adapter sa stratégie sur les réseaux sociaux

S'il est relativement facile d'utiliser ces leviers pour adapter votre stratégie sur les réseaux sociaux si vous cherchez simplement à faire de l'audience, il est plus difficile pour une marque ou une entreprise de mettre en jeu son image en jouant sur des photos de chatons ou en utilisant la tendance des zombies (quoique).

Cependant, comprendre les mécanismes qui génèrent de la viralité permet de réfléchir à votre communication sur les réseaux sociaux non pas sous l'angle du "comment faire connaître mon entreprise" mais plutôt d'imaginer comment intégrer ces codes pour intégrer votre entreprise dans une histoire qui va résonner sur les réseaux sociaux.

Exemple : les gens aiment les articles reprenant des "faits" accompagnés d'images surprenantes. Ils aiment partager des études et des tendances surtout si elles mettent en cause des idées bien établies (ce qui permet à celui qui partage de se sentir plus malin que tout le monde).

Buzzsumo donne ainsi l'exemple d'une étude partagée 938 000 fois affirmant que le "Champagne Peut Prévenir Alzheimer". Si vous étiez une marque de Champagne, ce genre d'article est exactement à la croisée des chemins entre contenu viral et marketing.



Consultez la [définition du marketing viral selon Seth Godin](#)

2ème exemple : en B2B, les article sur les tendances à venir ou les prédictions font un carton lorsqu'ils sont visionnaires ou lorsqu'ils vont complètement à contre-courant des idées reçues provoquant ainsi des partages et de la conversation.

Consultez le tutoriel pour [connaître les contenus à partager en B2B](#)

Si vous souhaitez être accompagné dans [votre stratégie sur les réseaux sociaux](#), réservez votre entretien de découverte.

Comment Programmer vos Publications sur les Réseaux Sociaux ?

Programmer vos Posts sur (tous) les Réseaux Sociaux



Guide Complet

Comment programmer vos publications sur les réseaux sociaux ? Comment programmer vos posts sur les réseaux sociaux ? Comment automatiser vos posts sur les réseaux sociaux ? Comment automatiser vos publications sur les réseaux sociaux ? Comment planifier vos publications sur les réseaux sociaux ? Comment planifier vos posts sur les réseaux sociaux ?

Programmer vos posts à l'avance sur les **réseaux sociaux** permet de libérer du temps pour vous concentrer sur l'essentiel : la création des contenus et la relation avec votre communauté. En utilisant de manière intelligente ces outils d'automatisation, vous serez capables d'être présent tout au long de la semaine et de l'année de manière uniforme tout en optimisant vos posts pour qu'ils soient publiés aux heures où ils rencontreront le plus de succès.

Programmer vos posts sur les réseaux sociaux

Programmer ses publications sur les réseaux sociaux est un levier simple pour **améliorer son marketing** pour peu que vous sélectionniez un outil adapté à vos besoins réels.

Le **choix est large** entre les outils minimalistes permettant de publier à l'avance et les solutions complètes de gestion multiplateformes pour gérer l'ensemble de vos réseaux sociaux au même endroit.



Programmer vos publications sur Facebook

Comment programmer vos posts sur Facebook ? Comment programmer à l'avance vos publications Facebook ?

Consultez le tutoriel pour **programmer vos publications sur Facebook**



Programmer vos publications sur Twitter

Comment programmer vos posts sur Twitter ? Comment programmer à l'avance vos tweets ?

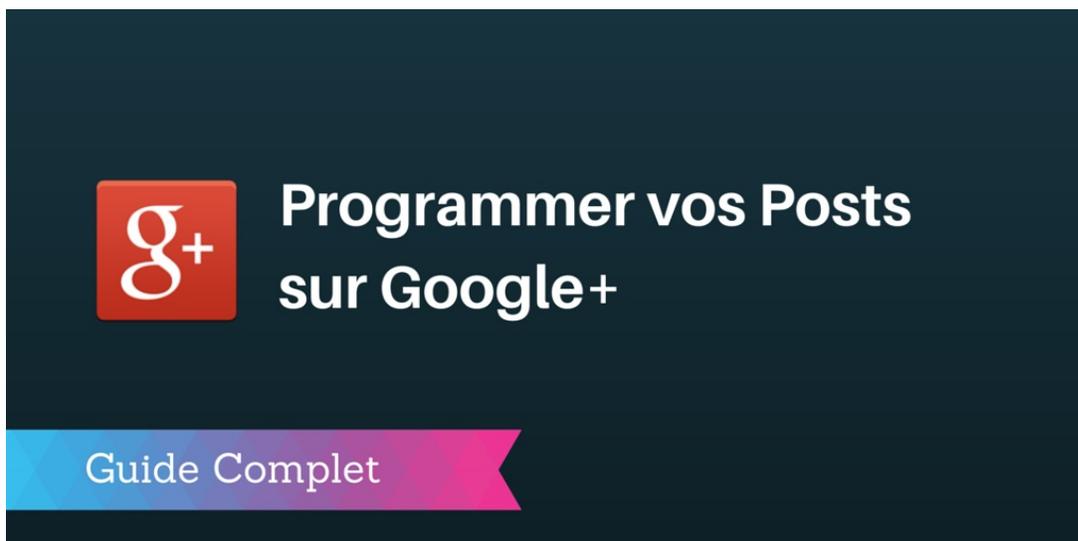
Consultez le tutoriel pour [programmer vos publications sur Twitter](#)



Programmer vos publications sur Google+

Comment programmer vos posts sur Google+ ? Comment programmer à l'avance vos publications Google+ ?

Consultez le tutoriel pour [programmer vos publications sur Google+](#)



Programmer vos publications sur LinkedIn

Comment programmer vos posts sur LinkedIn ? Comment programmer à l'avance vos publications LinkedIn ?

Consultez le tutoriel pour [programmer vos publications sur LinkedIn](#)



Programmer vos publications sur Pinterest

Comment programmer vos posts sur Pinterest ? Comment programmer à l'avance vos photos Pinterest ?

Consultez le tutoriel pour [programmer vos publications sur Pinterest](#)



Programmer vos publications sur Instagram

Comment programmer vos posts sur Instagram ? Comment programmer à l'avance vos photos Instagram ?

Consultez le tutoriel pour [programmer vos publications sur Instagram](#)



Programmer vos Photos sur Instagram

Guide Complet

Si vous souhaitez être accompagné pour **améliorer votre visibilité sur les réseaux sociaux**, réservez votre entretien de découverte.

Comment Publier mes Vidéos sur (tous) les Réseaux Sociaux (en même temps) ?

Publier vos Vidéos sur (tous) les Réseaux sociaux



Guide Complet

Comment publier vos vidéos sur tous les réseaux sociaux en une seule fois ? Comment diffuser vos vidéos sur [Facebook](#), [Twitter](#), [Google+](#), [LinkedIn](#) et [Pinterest](#) sans avoir à télécharger plusieurs fois votre vidéo tout en étant sûr qu'elle sera vue par un maximum de personnes ? Buffer for Video vous permet désormais de télécharger vos vidéos puis de les planifier et publier sur les [principaux réseaux sociaux](#).

Publier mes vidéos sur tous les réseaux sociaux

La vidéo est de plus en plus utilisée par les marques pour promouvoir leurs produits ou travailler leur image de marque que ce soit à travers des spots traditionnels, des [vidéos virales](#) ou des mini-contenus comme sur Vine.

Le Guide Complet des Dimensions des Images des Réseaux sociaux

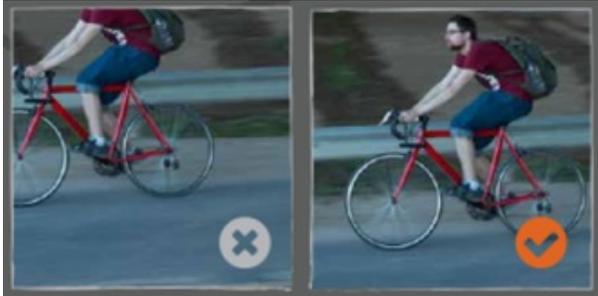


Guide 2016 des dimensions des images des réseaux sociaux : Quelle est la taille des images sur les réseaux sociaux ? Quelle sont les dimensions des photos sur les réseaux sociaux ? Quelle est la dimension d'une photo de profil sur [Facebook](#), [Twitter](#), [Pinterest](#), [Youtube](#), [Google+](#), [Linkedin](#), [Instagram](#), Tumblr, Snapchat et Vine ? Quelle est la taille d'une image de couverture sur les [réseaux sociaux](#) ? Comment apparaissent les images postées sur Facebook ou Twitter ? Comment s'adapter au nouveau design de Twitter et Facebook ? Ces infographies produites par [Falconsocial](#), [Geekorice](#), [Insight180](#), [Makeawebsitehub](#) [Dustin.tv](#) et [Nukesuite](#) vous seront bien utiles pour rapidement trouver les dimensions idéales de vos photos et optimiser la taille de vos images pour les réseaux sociaux.

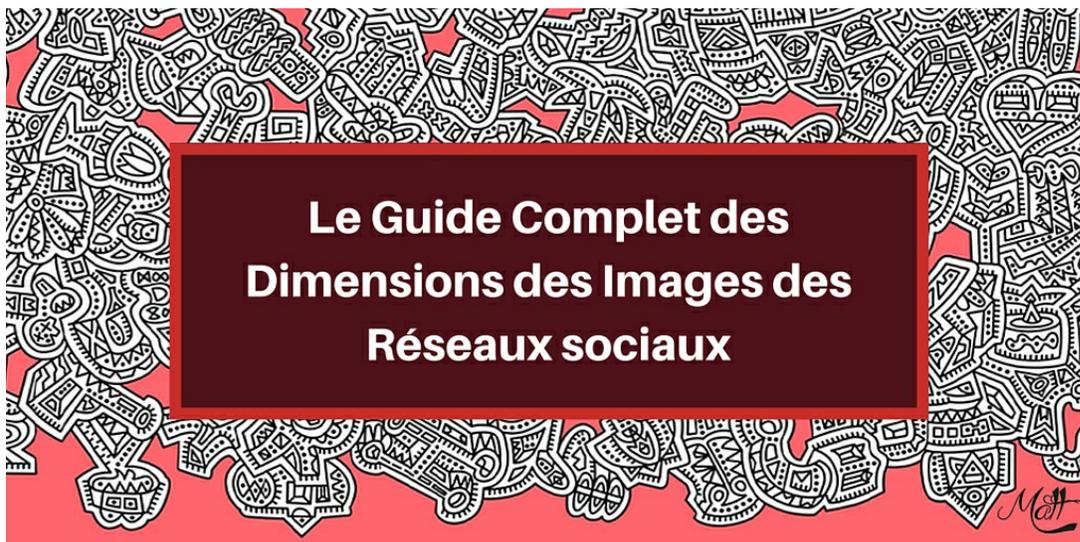
Pourquoi optimiser vos images sur les réseaux sociaux ?

Connaître les dimensions optimales des images sur les réseaux sociaux sur lesquels vous publiez vous permettra d'obtenir un impact supérieur et donc plus d'engagement, d'audience, de trafic vers votre site.

Pour la simple raison que les images que vous téléchargez n'apparaissent pas forcément comme vous le souhaiteriez.



Dimensions des images sur Facebook



- Dimensions de la photo de couverture d'une **page Facebook** : 851 x 315 pixels pour éviter toute déformation (jpg ou png)
- Dimensions de la photo de couverture d'un événement Facebook : 784 x 295 pixels
- Dimensions d'une photo de profil Facebook : au moins 180 x 180 pixels (la photo sera affichée en 160 x 160 pixels)
- Dimension de la photo de profil miniature dans le News Feed : 32 x 32 pixels
- Dimension de photo de profil de page miniature dans le News Feed : 32 x 32 pixels
- Dimension des icônes des onglets dédiés aux applications dans les pages Facebook : 111 x 74 pixels

- Dimension idéale d'une photo téléchargée en tant que post photo : 1200 x 630 pixels
- Dimensions des photos dans une publication lorsqu'elle affichée dans le News Feed : 470 pixels de large maximum
- Dimensions des photos dans une publication lorsqu'elle affichée sur une page : 504 pixels de large maximum

- Dimension idéale d'une "image de lien" partagée en tant que lien d'article dans le News Feed : 1200 x 627 pixels pour un affichage optimal
- Dimensions des photos rectangulaires d'une "image de lien" lorsqu'elle affichée dans le News Feed : 470 x 246 pixels
- Dimensions des photos rectangulaires d'une "image de lien" lorsqu'elle affichée sur une page : 484 x 252 pixels
- Dimensions des photos carrées d'une "image de lien" lorsqu'elle affichée dans le News Feed : minimum 154 x 154 pixels
- Dimensions des photos carrées d'une "image de lien" lorsqu'elle affichée sur une page : minimum 154 x 154 pixels

- Dimension idéale d'une photo téléchargée en vue d'être "mise en avant" sur votre page Facebook : 1200 x 630 pixels
- Dimensions d'une photo "Mise en avant" sur votre page entreprise lorsqu'elle affichée sur la page : 843 x 504 pixels
- Dimensions d'une vidéo native Facebook dans le News Feed : 1280 x 720 pixels
- Dimensions de la vignette de la vidéo Youtube dans le News Feed : 157 x 157 pixels



Profile Image: 180 x 180 px

Image Guidelines

- Must be at least 180 x 180 pixels.
- Photo will appear on page as 160 x 160 pixels.
- Photo thumbnail will appear throughout Facebook at 32 x 32 pixels.

This will be the photo representing you or your brand on Facebook. This square photo will appear on your timeline layered over your cover photo.

It will also appear when you post to other walls, comment on posts or when you're searched with Facebook's Open Graph.

**Highlighted Image:
1200 x 717 px**

Image Guidelines

- Will appear on your page at 843 x 504 pixels.
- Choose a higher resolution at that scale for better quality.

Cover Photo: 851 x 315 px

Image Guidelines

- Appear on page at 851 x 315 pixels
- Anything less will be stretched.
- Minimum size of 399 x 150 pixels.
- For best results, upload an RGB JPG file less than 100 KB.
- Images with a logo or text may be best as a PNG file.

Shared Images: 1200 x 630

Image Guidelines

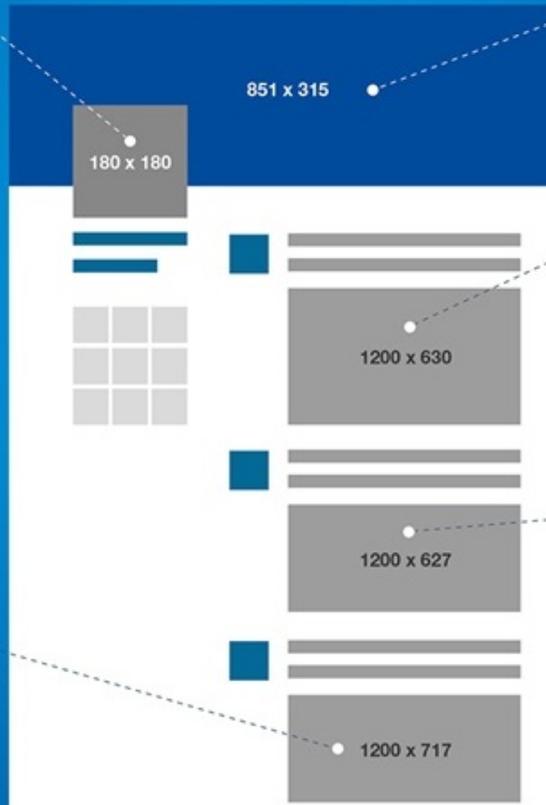
- Recommended upload size of 1,200 x 630 pixels.
- Will appear in feed at a max width of 470 pixels (will scale to a max of 1:1).
- Will appear on page at a max width of 504 pixels (will scale to a max of 1:1).

Shared Link: 1200 x 627

Image Guidelines

- Recommended upload size of 1200 x 627
- Square Photo: Min 154 x 154 in feed
- Square Photo: Min 116 x 116 on page
- Rectangular Photo: Min 470 x 246 in feed
- Rectangular Photo: Min 484 x 252 on page

Facebook will scale photos under the minimum dimensions. For better results, increase image resolution at the same scale as the minimum size.



Facebook



Cover Photo
851x315



Profile Photo
≥180x180

Profile Photo
Overlap
176x139

For best quality,
use PNGs,
especially when
images include text



Text & Button
Overlap
64 High



Shared Image
Timeline
1200x900



Plan to
promote?
images must
contain
<20% text



Shared Image
News Feed
1200x1200



Native Video
1280x720



Native video
autoplay in
News Feed.
use the first few
seconds to capture
attention



Shared Link
1200x627



YouTube Video
157x157



PROFILE PICTURE.

180 x 180



COVER IMAGE.

851 x 315

Timeline

About

Photos

Videos

More ▾

PEOPLE

17,650 likes

Jeppe Fihl Toustrup, Ashley Monet Stamps-Lafont and 43 others like this.



Invite your friends to like this Page

ABOUT

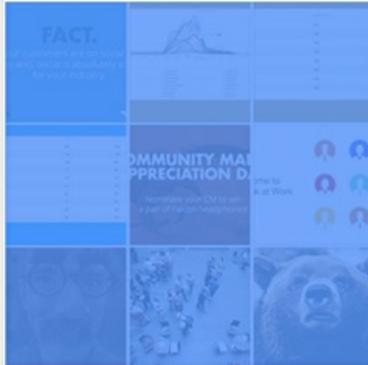
• We help employees become active digital thinkers. Try us at www.falconsocial.com/.

• <http://www.falconsocial.com/>

• Impressum

• Suggest Edits

PHOTOS



POSTS TO PAGE



Falcon Social

January 1 · 🌐

Thanks to all our amazing friends and followers for a fantastic 2014. Here's to reaching new great heights together in 2015.

Happy New Year!



Like · Comment · Share · 🍷 19 🔄 1



Falcon Social

2 hrs · 🌐

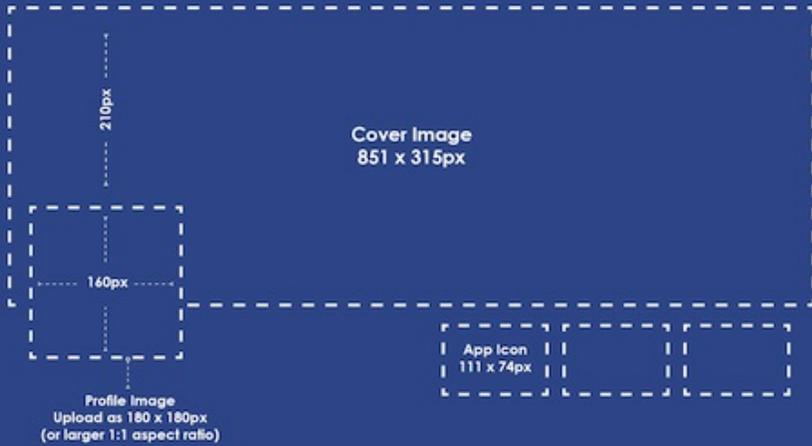
There has been a lot of buzz at Social Media Week about Social TV. Here are some shows doing it well, and our thoughts on where it's going in 2015. <http://fal.cn/fB4>



2015: The Year Social TV Gets Serious | Falcon Social

How the media can tap into cross-channel, cross-device social strategies in real-time.

FALCN



Cover Image
851 x 315px

Profile Image
Upload as 180 x 180px
(or larger 1:1 aspect ratio)

App Icon
111 x 74px



Timeline Image Preview
403px x Proportional Height



Link Image

Shows at 377 x 197px on timeline
Shows at 470 x 246px in newsfeed
If under 470px wide, will show as
90 x 90px thumbnail

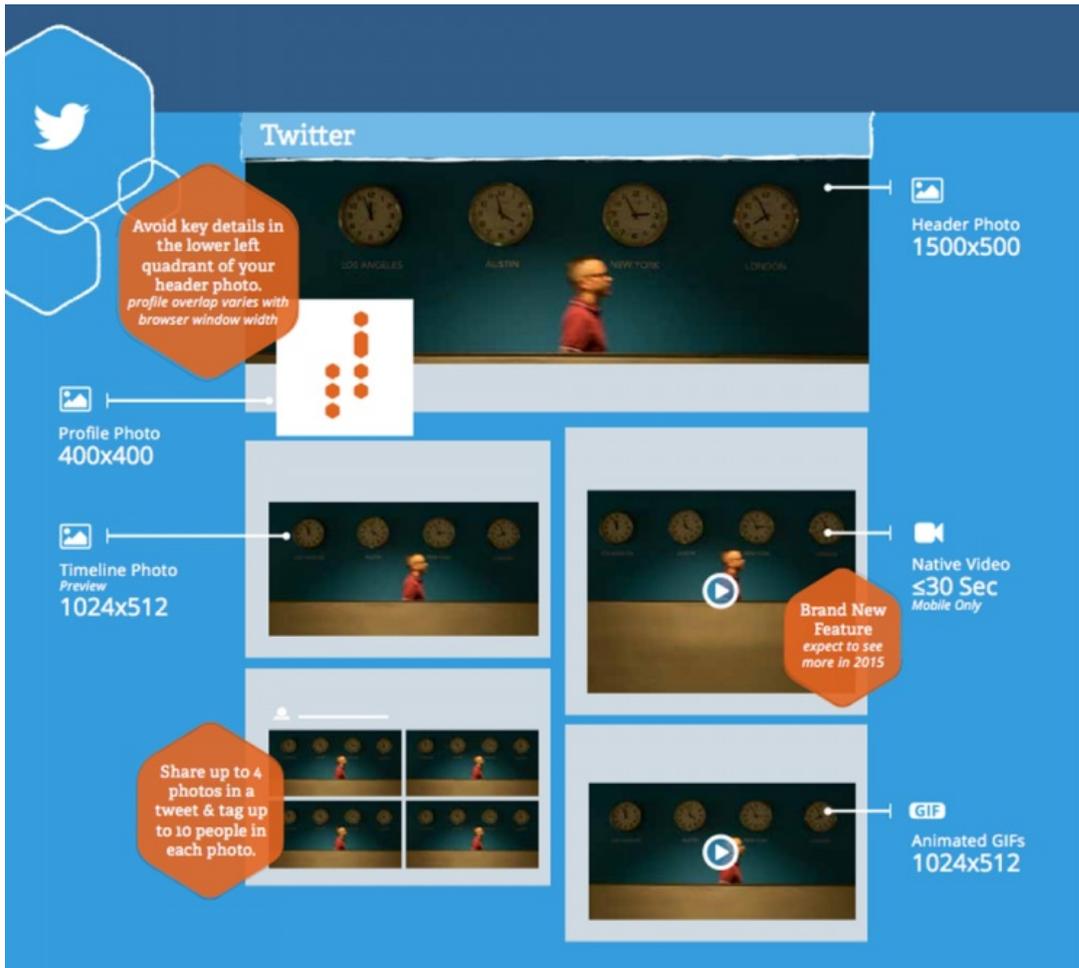
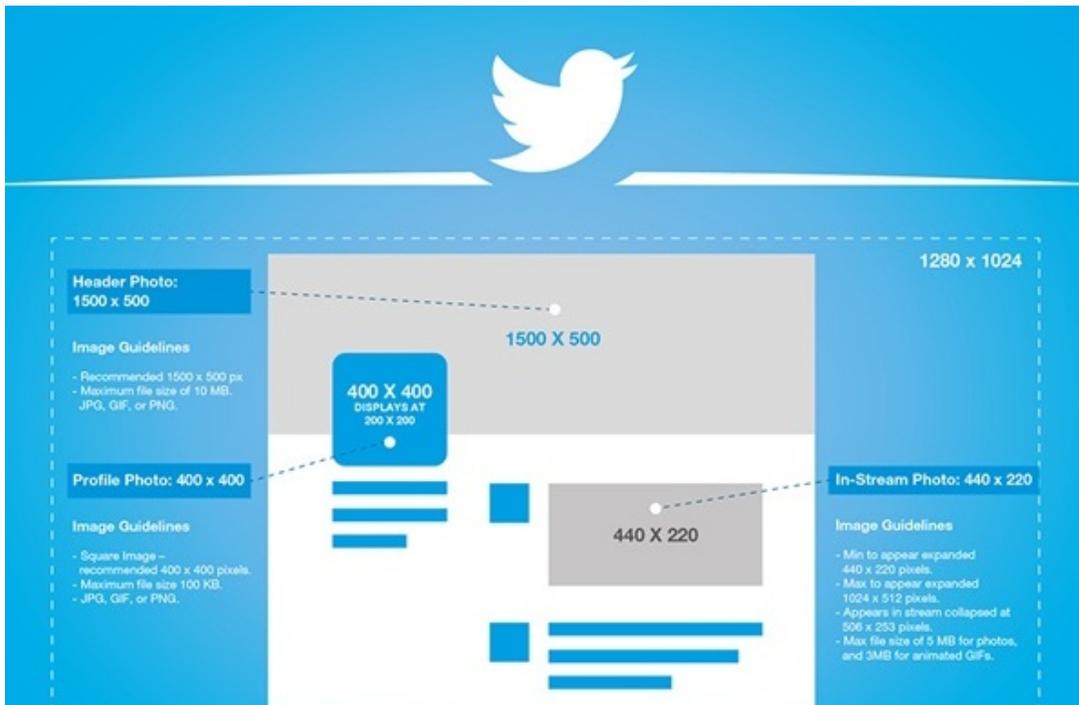


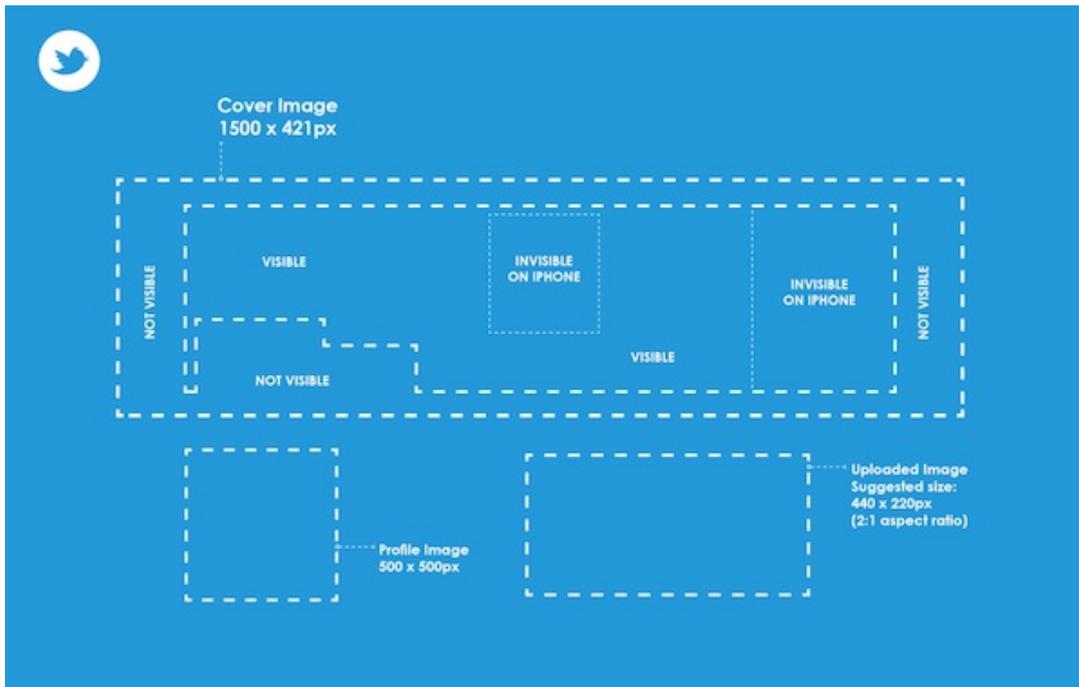
Consultez le tutoriel sur les [dimensions des images Facebook](#)

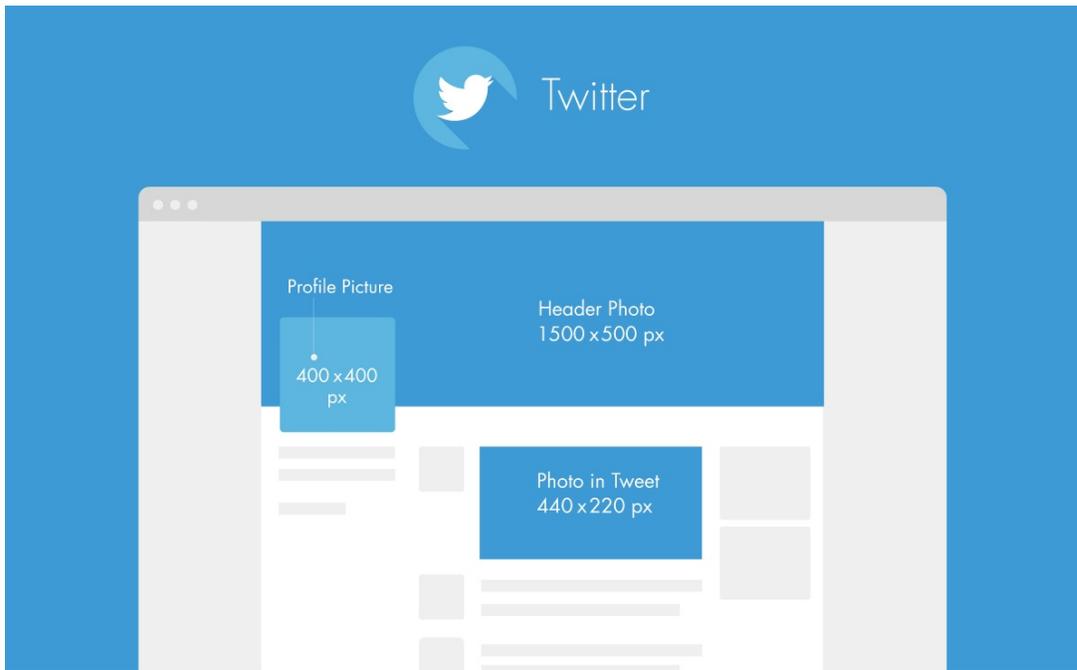
Consultez le tutoriel sur les [dimensions des publicités Facebook](#)

Dimensions des images sur Twitter

- Dimension de la photo de couverture du **nouveau design de Twitter** : 1500 x 421 pixels (Twitter suggère 1500 x 500 px, fichier JPG, GIF ou PNG d'une taille maximale de 10 Mo)
- Dimensions de la photo de profil Twitter : 500 x 500 pixels (Twitter suggère 400 x 400 px, image carrée, fichier JPG, GIF ou PNG d'une taille maximale de 100 Ko) sachant que la photo est affichée à la taille 200 x 200 pixels.
- Dimension de l'image de background (fond de votre profil Twitter) : 1280 x 1024 pixels
- Dimensions des images telles qu'affichées dans la Timeline : 506 x 253 pixels
- Dimension maximale d'une photo sur la Timeline : 1024 x 512 pixels
- Dimension minimale d'une image affichée dans un tweet : 440 x 220 pixels (ratio de 2 pour 1, taille maximale de fichier 5 Mo pour les photos et 3 Mo pour les Gifs animés)







Consultez le tutoriel sur les [dimensions des images Twitter](#)

Consultez le tutoriel sur les [dimensions des publicités Twitter](#)

Dimensions des images sur Google+

- Dimension de la photo de couverture d'une page Google+ : taille recommandée 1080 x 608 pixels (minimum 480 x 270 pixels, maximum 2120 x 1192 pixels)
- Dimension de la photo de profil Google+ : 125 x 125 pixels (Google recommande 250 x 250 pixels, fichiers GIF, PNG, JPG, il est possible de télécharger une photo de 20 Mo à 5300 x 5200 pixels)
- Dimensions des images telles qu'affichées dans la Timeline Google+ : 426 pixels de largeur, la hauteur étant mise à l'échelle (taille recommandée lors du téléchargement 497 x 373 pixels pour un affichage optimal de vos publications, taille maximale de la photo 2048 x 2048 pixels)
- Miniature d'une image partagée : 150 x 150 pixels



Profile Image: 250 x 250

Image Guidelines

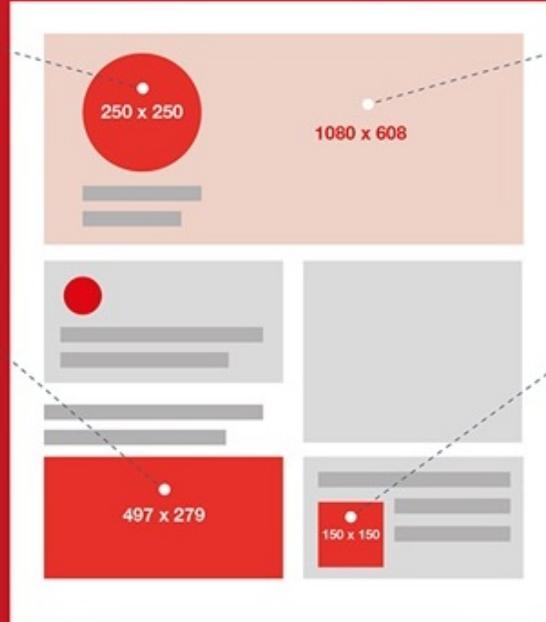
- Minimum 120 x 120 pixels.
- Recommended 250 x 250 pixels.
- Maximum not listed – I was able to upload a 20 MB photo at 5200 x 5300 pixels.
- JPG, GIF or PNG.

You upload your image in a square format and then going render it into your page as a circle, so make sure you choose a photo doesn't cut out your best side!

Shared Image: 497 x 373

Image Guidelines

- Appears in home stream and on page at a width of 426 pixels (height is scaled).
- Minimum width of 497 pixels (will scale the height for you).
- Maximum upload 2048 x 2048 px
- Shared Link – 150 x 150 (thumbnail)



Cover Image: 1080 x 608

Image Guidelines

- Recommended 1080 x 608 pixels
- Minimum 480 x 270 pixels
- Maximum 2120 x 1192 pixels

The Google+ cover image is the biggest photo on your page, so choose your photo wisely! It's a great opportunity for you to showcase a product or service your brand offers, or maybe choose an image that reflects the beliefs of your company.

Shared Image: 150 x 150

Image Guidelines

Shows in the feed and on page as 150 x 150 pixels (pulls in photo from linked site).

Google+

Profile Photo
250x250

Share large media for best display. with responsive design, sometimes bigger is better

Cover Image
1080x608

Shared Image
≥506 Width

Animated GIFs
Autoplays

Shared Video
≥506x284
Max Length: 15 min.

Connect your YouTube account to share longer videos.

Shared Link
Large
≥506x284

Links that include larger photos will display as full-width previews.

Shared Link
Small
150x150

PROFILE PICTURE.
250 x 250

COVER IMAGE.
1080 x 608

About Posts Photos Videos

Falcon Social
Shared publicly · Jan 27, 2015 #Facebook

Facebook videos receive 1 billion views a day. Here are 7 tips to get a powerful Facebook video campaign rolling (with a look at MasterChef Jr's page). <http://fal.cn/dQy>

IMAGE POST.
497 x 297

+1 4 Add a comment...

Falcon Social
Shared publicly · Jan 22, 2015 #SuperBowl

It's the Seahawks vs the Patriots in the Super Bowl. Which team is winning on social? We listened and benchmarked the football world. <http://fal.cn/PNH>

LINK POST.
150 x 150

The Race to Super Bowl XLIX - Falcon Social fal.cn

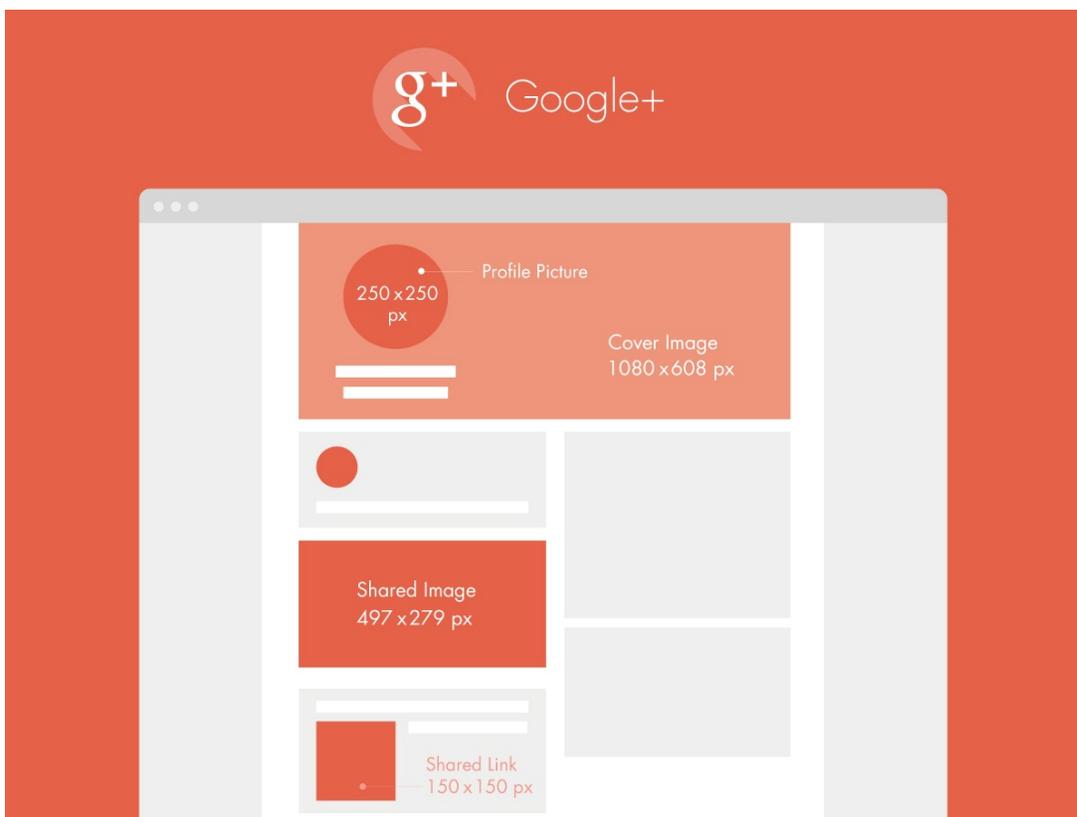
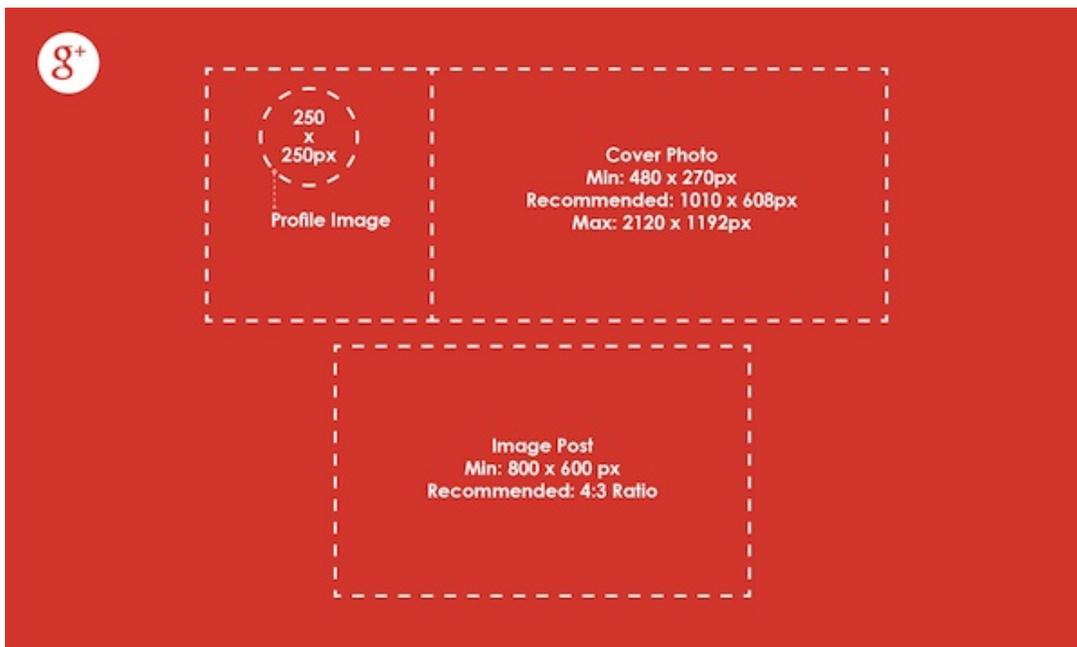
Can social media listening and benchmarking tools predict...

Build your following on Google+

Create new page

Falcon Social
Shared publicly · Jan 5, 2015 #CustomerService

Dedicate resources to social customer service, and more customer care best practices: <http://fal.cn/sYr>



Consultez le tutoriel sur les [dimensions des images sur Google+](#)

Dimensions des images sur LinkedIn

- Dimensions de la photo de couverture / image de couverture de votre profil : 1000 x 425 pixels (taille recommandée lors du téléchargement d'une photo entre 1000 x 425 pixels et 4000 x 4000 pixels, fichiers JPG, GIF et PNG, taille maximale 4 Mo)

- Dimensions de la photo de profil de votre compte personnel : 400 x 400 pixels (jusqu'à 20 000 x 20 000 pixels, fichiers JPG, GIF et PNG, taille maximale 10 Mo)

- Dimension des photos dans le fil d'actualité LinkedIn : 165 x 101 pixels
- Dimension des photos dans le fil d'actualité lorsque téléchargées dans votre publication : largeur maximale 531 pixels
- Dimension de la photo de profil de page (logo) : 100 x 60 pixels (fichiers JPG, GIF et PNG, taille maximale 6 Mo)

- Dimension de la photo de couverture d'une page LinkedIn : 974 x 300 pixels (fichiers JPG, GIF et PNG, taille maximale 2 Mo)
- Dimension des photos de bannières sur les pages LinkedIn : 645 x 220 pixels (fichiers JPG, GIF et PNG, taille maximale 2 Mo)
- Dimensions de la miniature de votre photo de profil de votre page entreprise dans le flux de publication : 50 x 50 pixels fichiers JPG, GIF et PNG, taille maximale 2 Mo)



BG image: 1000 x 425

Image Guidelines

- 1000 x 425 and 4,000 x 4,000 px
- Maximum size 4MB
- JPG, PNG or GIF files only

A new feature for your personal profile. It's a little bit trickier to find something that really fits that space well, but if you get it right, your profile will look great.

Background image:
Between 1000 x 425 and 4,000 x 4,000

400 x 400

Profile image: 400 x 400

Image Guidelines

- Recommended between 400 x 400 & 20,000 x 20,000 pixels
- Minimum 200 x 200 pixels
- 10mb maximum file size
- JPG, GIF or PNG files only

Standard Logo: 100 x 60

Image Guidelines

- 100 x 60 pixels (resized to fit)
- Maximum 2 MB
- PNG, JPG or GIF

One of the two brand logos that you should be uploading to LinkedIn is the business logo. This is the bigger of the two and is going to show up right next to your brand name on your LinkedIn homepage. This image also appears in the "Companies you may want to follow" section, so the more enticing the photo the more likely the followers!

100 x 60

Career Cover Photo:
974 x 300

Image Guidelines

- Minimum 974 x 300 pixels.
- Maximum 2 MB.
- Landscape Layout.
- PNG, JPG or GIF.

At the top of this page sits a banner that is bigger than any of the other images on LinkedIn. You can use this space to choose a picture that speaks to your company in order to attract some great potential employees.

974 x 300

Banner Image: 646 x 220
(Minimum)

Image Guidelines

- Minimum 646 x 220 pixels.
- Maximum 2 MB.
- Landscape Layout.
- PNG, JPG or GIF.

Banner images is one of the newest and most prominent of the images that you can use on LinkedIn. This image appears when a user visits your brand's homepage. Since this image is located on your homepage it's likely the visitor is actively searching for your brand, so use this opportunity to reel them in with a great image.

646 x 220

Square Logo: 50 x 50

Image Guidelines

- 50 x 50 pixels (resized to fit).
- Maximum 2 MB.
- PNG, JPG or GIF.

This is the brand image that shows up when your company is searched.

Make sure you use something recognizable to your brand to make sure customers know which company they want to click on.

LinkedIn

Spredfast

Standard Logo
100x600

Square Logo
50x50

Banner Image
646x220

Shared Image
360x≤265

Shared Link
180x110

YouTube, Vimeo, and SlideShare will play in expanded view.



STANDARD LOGO.

100 x 60

Home Careers

3,525 followers

Follow



BANNER IMAGE.

646 x 220

At Falcon Social, we help employees become active digital thinkers. By using our platform to listen, engage, publish, measure and manage, companies can explore the benefits of social media marketing and instill a digital-first thought process in their employees. We have been recognized for our efforts across Europe, and we continue to provide stellar support for our clients: Carlsberg, Jaguar, Mentos, Redken, Coca-Cola, Nintendo, Deutsche Telekom, Greenpeace, the World Wildlife Fund, and many more.

Specialties

social media management, social analytics, customer engagement, data aggregation

Website

http://www.falconsocial.com

Industry

Information Technology and Services

Type

Privately Held

Headquarters

Kobmagergade 45 Copenhagen K, Denmark 1150 Denmark

Company Size

51-200 employees

Founded

2010

Falcon Social employees



Per Lind
Partner ASEAN at EyeClick

194 Employees on LinkedIn

See how you're connected

Careers



Interested in Falcon Social?

Learn about our company and culture.
12 jobs posted

Learn more

Ads By LinkedIn Members



BA in Criminal Justice

Keep Your Schedule While Advancing Your Career with a CU Denver



Falcon Social Careers

3,525 followers

Follow



Home Careers



COVER PHOTO.

970 x 240

Fancy becoming a Falconeer?
We're in hyper-growth mode and looking for talent!

"A great place to work," says everyone, always.

With over 30 nationalities on staff, we make every effort to recruit the best employees from all over the world. It's how we learn and grow. Our openness towards diversity is what makes working at Falcon Social so special; that, and our love of clutter-free UI. We count on each other, we work across teams, and we throw an impressive Friday bar—it's what being a Falconeer is all about.

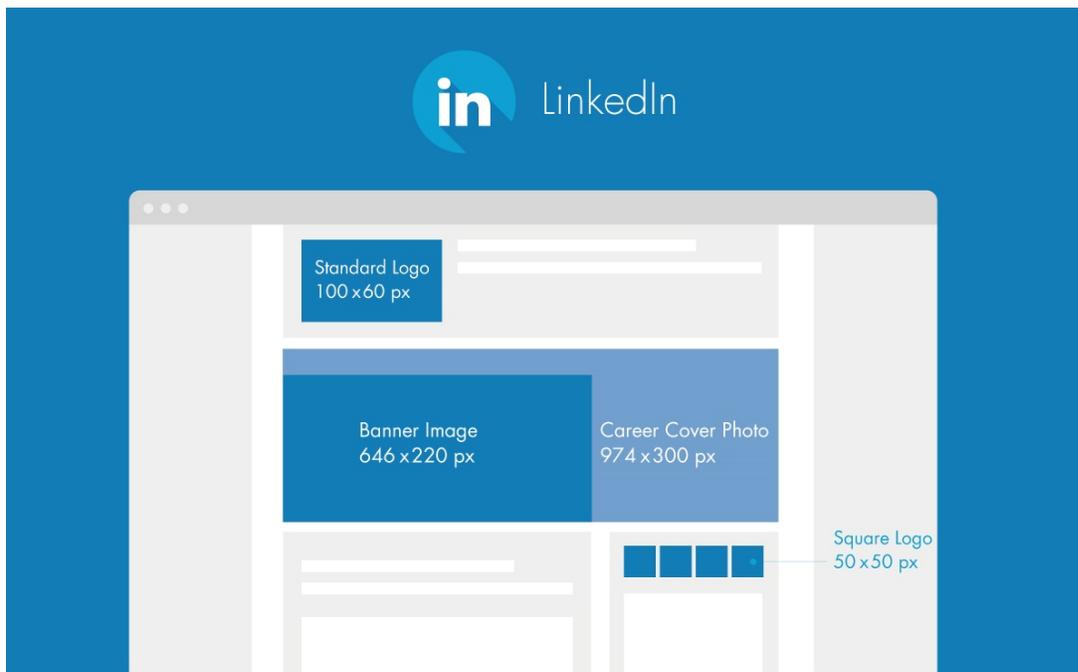
Jobs at Falcon Social

UI Designer

Copenhagen Area, Capital Region, Denmark

Digital Producer

Copenhagen Area, Capital Region, Denmark



Consultez le tutoriel sur les [dimensions des images sur LinkedIn](#)

Consultez le tutoriel sur les [dimensions des publicités LinkedIn](#)

Dimensions des images sur Pinterest

- Dimensions de la photo de profil sur Pinterest : 165 x 165 pixels sur la homepage (s'affiche en 32 x 32 pixels sur le reste du site, taille maximale du fichier 10 Mo)
- Dimension de la photo de couverture d'un Board Pinterest : 222 x 150 pixels
- Dimensions des photos miniatures sous l'image de couverture d'un Board Pinterest : 50 x 50 pixels
- Dimension d'une photo Pinterest dans le flux d'images : 236 de largeur x longueur dépendant de l'image
- Dimensions d'une photo Pinterest une fois cliquée et agrandie : 600 pixels maximum x longueur mise à l'échelle



Profile Image: 165 x 165

Image Guidelines

- Appears at 165 x 165 pixels on home page.
- Appears at 32 x 32 pixels on the rest of Pinterest.
- Maximum 10 MB (wouldn't allow me to upload anything larger).

165 x 165

222 x 150

50 x 50

Board Display: 222 x 150

Image Guidelines

- 222 x 150 pixels (large thumbnail)
- 55 x 55 (smaller thumbnail)

Creating boards is one of the most important things that you can do on Pinterest. It's important to make sure you're using an image that fits the size criteria perfectly. Choose a photo that is enticing to your audience. Choose one that's relevant to that particular board.

Pin Sizes: 236 width in pixels

Image Guidelines

- Pins on main page appear as 236 pixels (height is scaled).
- Pins on a board appear as 236 pixels (height is scaled).
- Expanded pins have a minimum width 600 pixels (height is scaled).

236 w

Pinterest

Profile Picture
≥165x165

Pin Preview
235x≤800

Expanded Pin
≤735x^{Infinite Height}

Multimedia like YouTube, Vimeo, and GIFs will play in expanded view.

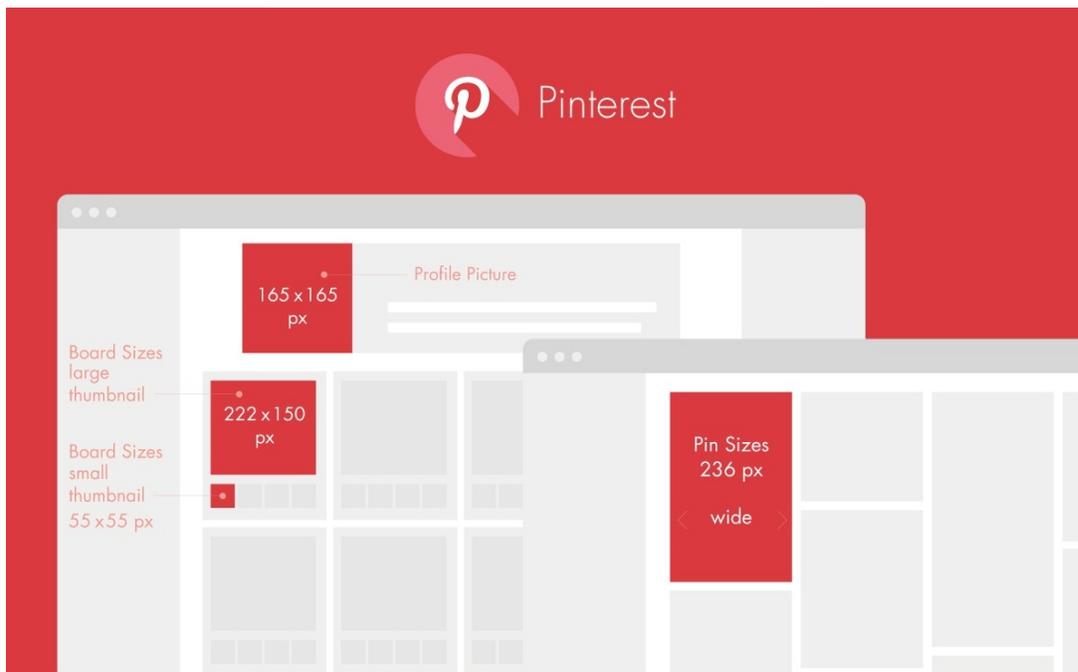
Board Cover Image
215x145

Board Thumbnail
68x68

Pin
735px x Infinite

Board Cover
217 x 147px

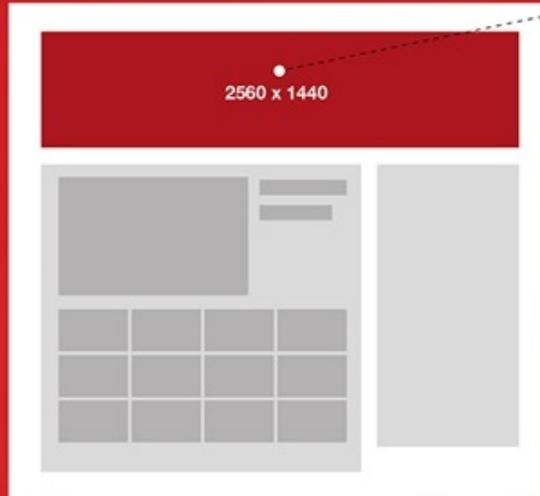
50 x 50px



Consultez le tutoriel sur les [dimensions des images sur Pinterest](#)

Dimensions des images sur Youtube

- Dimension de la photo de couverture d'une chaîne Youtube sur version bureau : 2560 x 1140 pixels
- Dimension de la photo de couverture d'une chaîne Youtube sur tablette : 1855 x 423 pixels
- Dimension de la photo de couverture d'une chaîne Youtube sur téléphone mobile : 1546 x 423 pixels
- Dimension de la photo de couverture d'une chaîne Youtube sur télévision : 2560 x 1140 pixels
- Dimensions des vidéos Youtube : 1280 x 760 pixels (la vidéo doit respecter un ratio 16:9 et être minimum d'une taille 1280 x 720 pixels pour la HD)



Channel Cover Photo:
2560 x 1440

Image Guidelines

There are a lot of different platforms and devices that users can stream YouTube on so it's important that your brand has a photo optimized for each one.

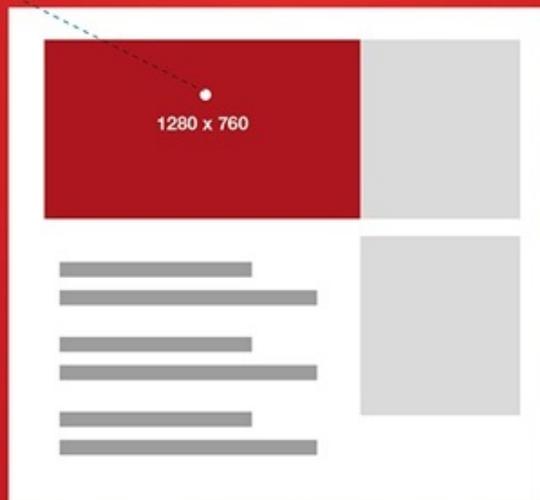
Display Sizes:

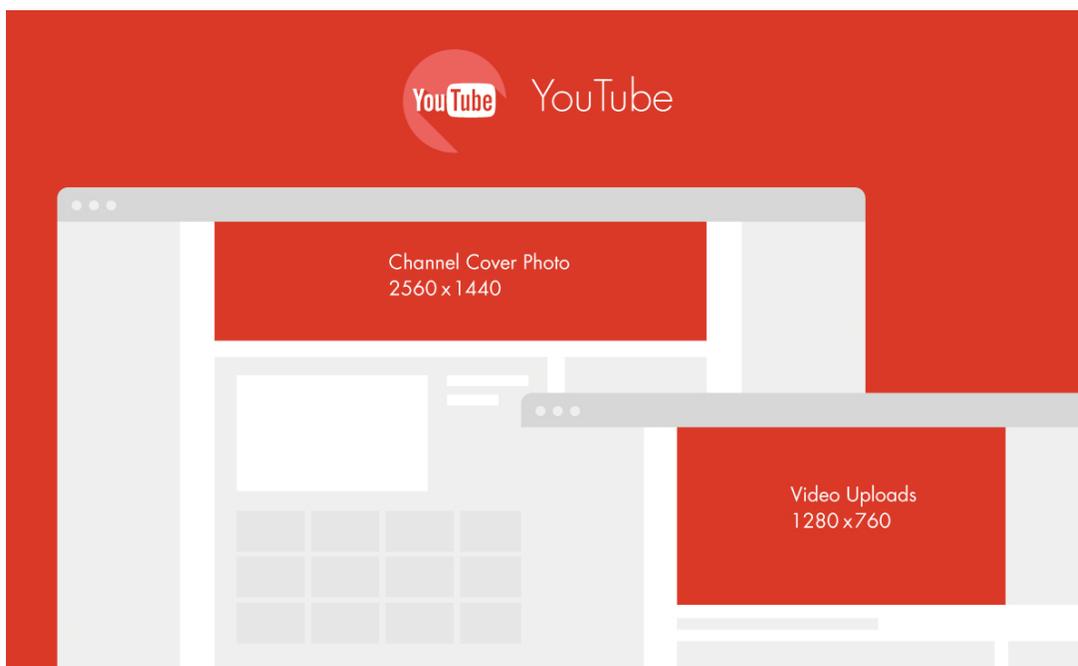
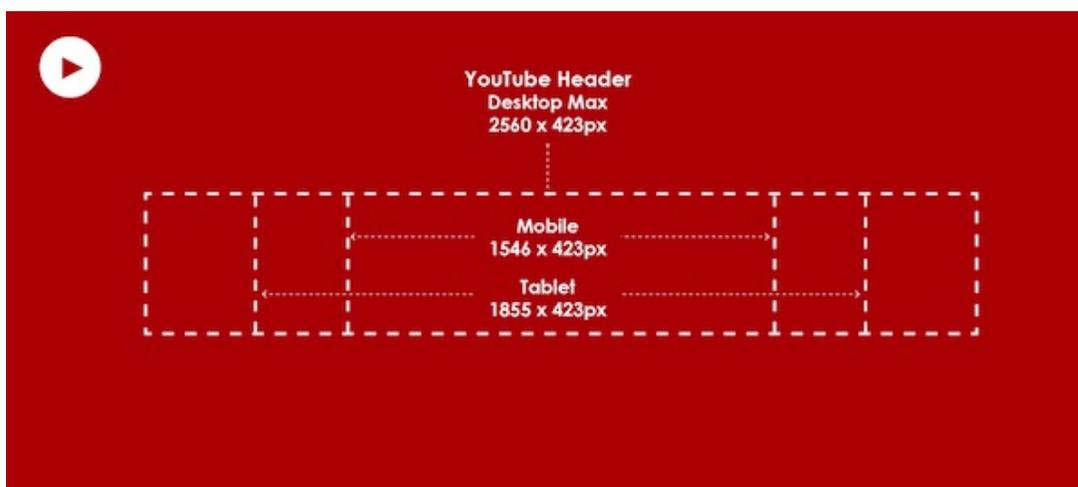
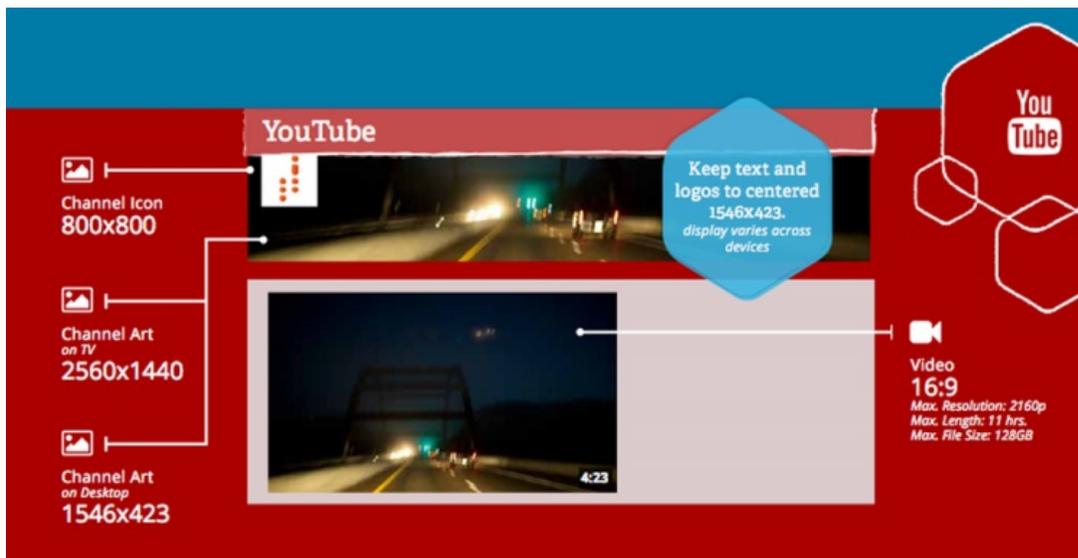
- Tablet display: 1855 x 423
- Mobile display: 1546 x 423
- TV display: 2560 x 1440
- Desktop: 2560 x 423
(1546 x 423 - pixels are always visible).

Video Uploads: 1280 x 760

Video Guidelines

- Videos must maintain a 16:9 aspect ratio.
- In order to qualify as full HD, your dimensions must be at least 1280 x 720 pixels.





Consultez le tutoriel sur les [dimensions des images sur Youtube](#)
 Consultez le tutoriel sur les [dimensions des publicités Youtube](#)

Dimensions des images sur Instagram

Instagram n'offre plus une seule taille pour vos images. En plus des photos carrées, vous pouvez désormais publier des photos verticales (portraits) et horizontales (paysages ou landscapes).

Dimensions des images sur Instagram pour la version bureau d'Instagram sont désormais :

- Dimensions des photos carrées sur Instagram : 640 x 640 pixels (image carrée, ratio 1 pour 1)
- Dimensions des photos portraits sur Instagram : 480 x 600 pixels maximum (ratio 4:5) (920 × 1200 sur écrans retina)
- Dimensions des photos paysage sur Instagram : 600 x 450 pixels maximum (ratio 4:3)

- Dimensions des photos de profil Instagram : 110 x 110 pixels (image carrée, ratio 1 pour 1)
- Dimensions des photos miniatures sur le profil Instagram : 161 x 161 pixels

Dimensions des vidéos sur Instagram :

- Dimension maximale d'affichage des vidéos paysage sur Instagram : 600 x 336,5 pixels (ratio 16:9) (1200 × 673 en grand ou écrans retina)
- Dimension maximale d'affichage des vidéos portraits sur Instagram : 481×599.484 pixels
- Dimension des vidéos Instagram : 3 à 15 secondes



Profile Image: 110 x 110

Image Guidelines

- Appear on your home page at 110 x 110 pixels.
- Square photo – make sure to maintain an aspect ratio of 1:1.

110 x 110

**Photo Thumbnails:
161 x 161**

Image Guidelines

- The thumbnails will appear on the page at 161 x 161 pixels.
- Square photo – Make sure to maintain an aspect ratio of 1:1 ratio.

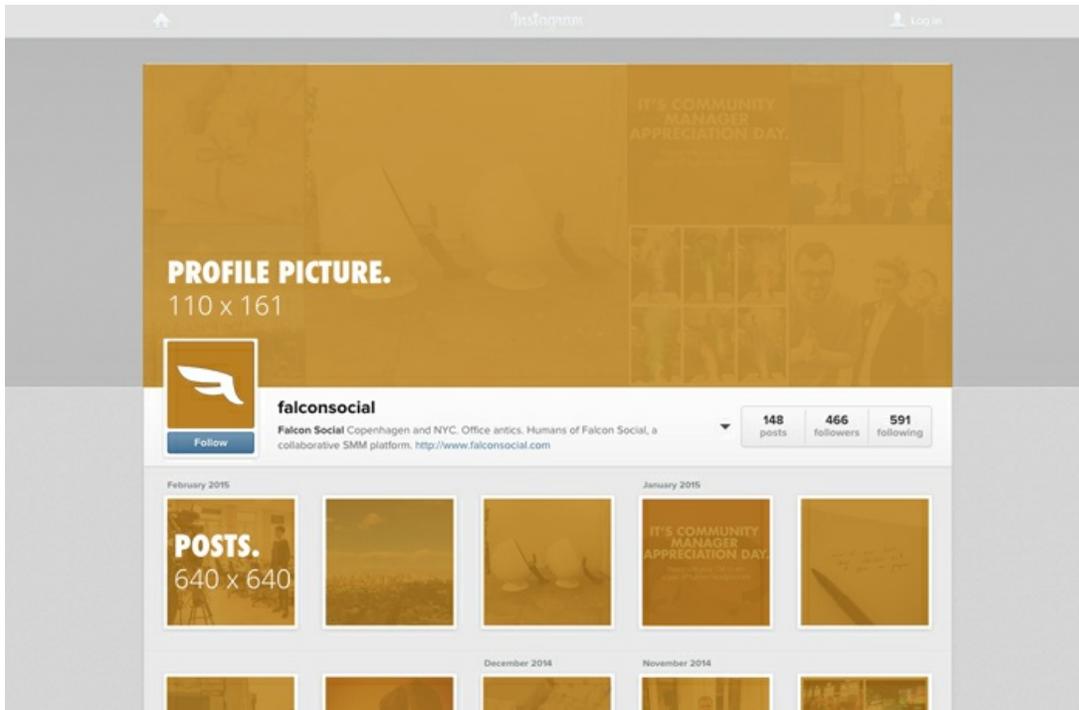
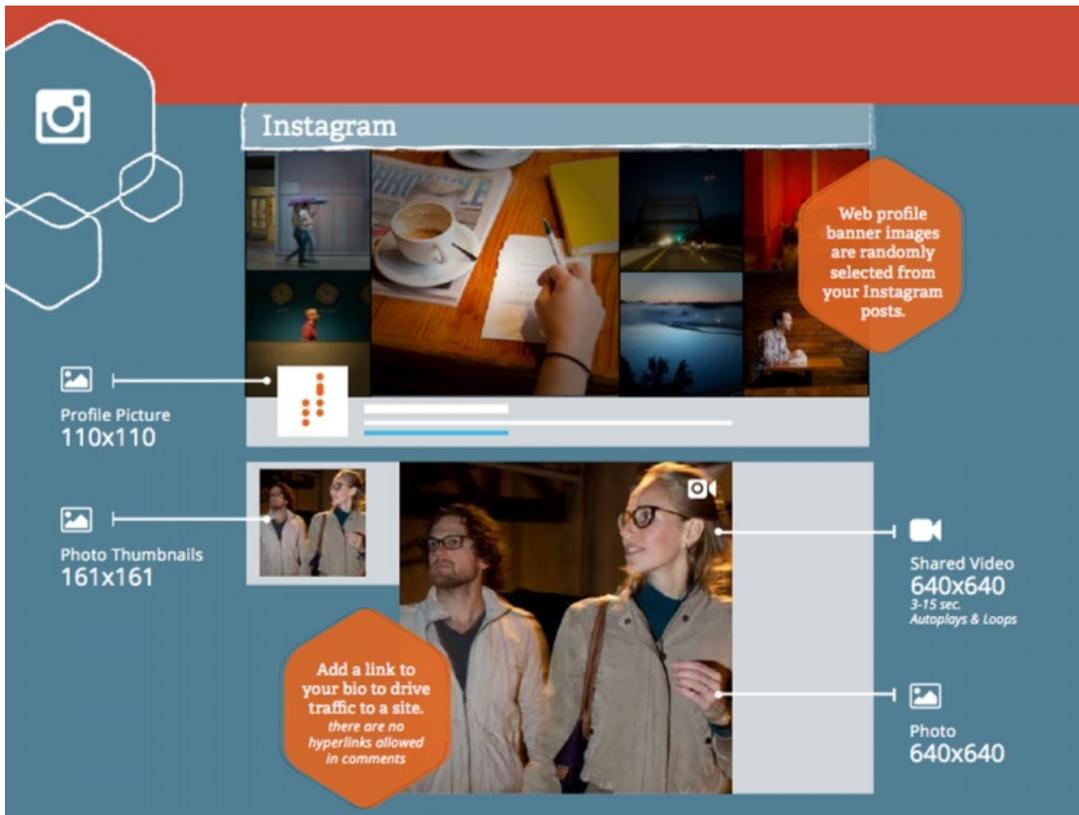
161 x 161

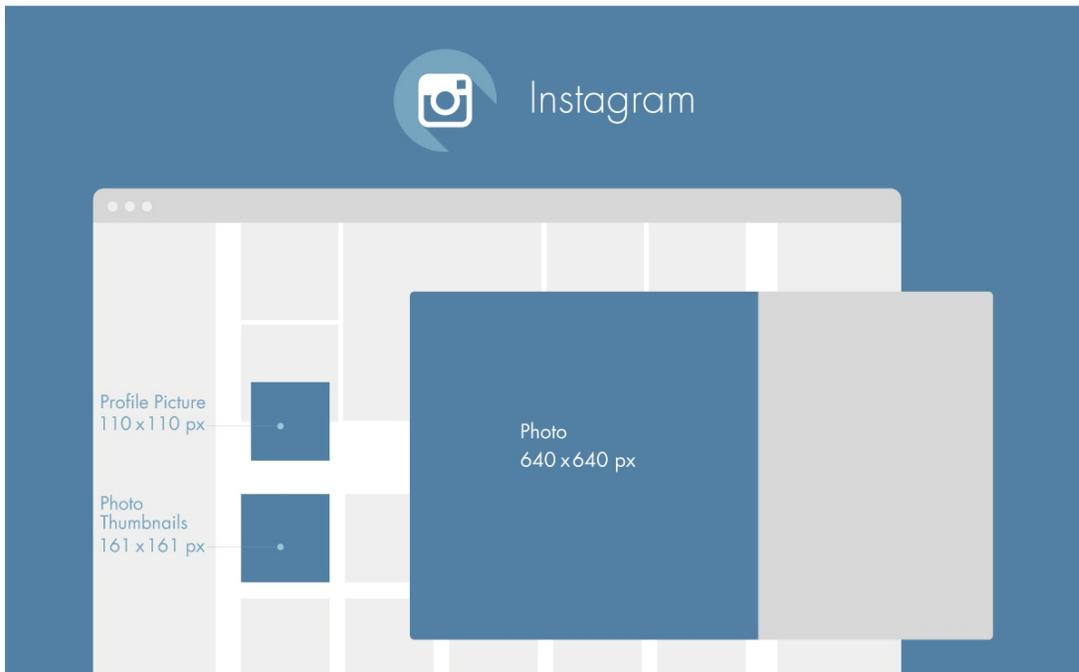
Photo Size: 640 x 640

Image Guidelines

- The size of Instagram images has been increased to 640 x 640 pixels.
- Instagram still scales these photos down to 612 x 612 pixels.
- Appear in feed at 510 x 510 pixels.

640 x 640





Instagram Image Guide
The 3 Sizes You Should Know
since you're no longer limited to just squares.

Square

The traditional Instagram size has not changed. A perfect square or 1:1 aspect ratio.

600x600

Portrait

If you want to post a photo that is tall then the maximum display size is 480x600 or an aspect ratio of 4:5

480x600



Landscape

You can post horizontal images to be displayed in a 4:3 aspect ratio.

600x450



Recommendation

Stick to either the portrait or square orientations. They cover the most amount of screen real estate giving you maximum exposure.



Read the full post at:

dustn.tv/instagram-sizes

Consultez le tutoriel sur les [dimensions des images sur Instagram](#)

Dimensions des images sur Tumblr

- Dimension de la photo de profil Tumblr : 128 x 128 pixels
- Dimension des photos sur le Dashboard : 500 x 750 pixels (dimensions maximales de téléchargement 1280 x 1920 pixels fichiers de 10 Mo maximum)
- Dimensions des Gifs animés : maximum 500 pixels de large (fichiers de 1 Mo maximum)



Profile Image: 128 x 128 px

Image Guidelines

- Minimum 128 x 128 pixels.
- JPG, GIF, PNG or BMP.

Your profile image will appear as a thumbnail adjacent to your posts within a follower's feed. It also appears next to the buttons to follow you on Tumblr when someone visits your page.

Your profile photo will also appear somewhere on your Tumblr profile page. Whichever theme you choose is going to play a part in where the photo appears and how large it is.

Some brands choose a large image while others keep them subtle. Just make sure to mind the minimum and pick an image that fits not only your brand, but that also fits your page's layout.

128 x 128

500 x 750

Image posts: 500 x 750

Image Guidelines

- Dash image sizes max at 1280 x 1920, and show in feeds at 500 x 750.
- Images can't exceed 10 MB.
- Animated GIFs must be under 1 MB and max at 500 pixels.



Tumblr



Profile Picture
128x128



Dashboard View
540 Wide

Upload up to 10 photos or GIFs in a single photset.



Image Post
≤10MB
View up to 1280x1920



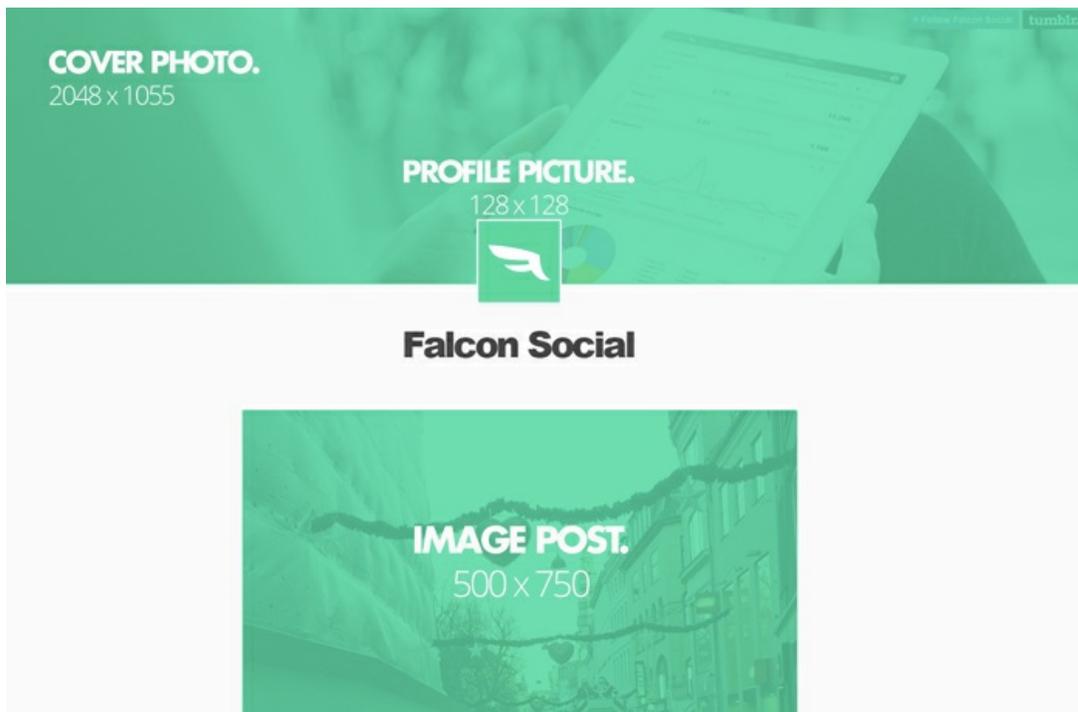
Native Video
≤100MB/day
Autoplay & Loops



Shared Video
YouTube, Vine,
Instagram + more

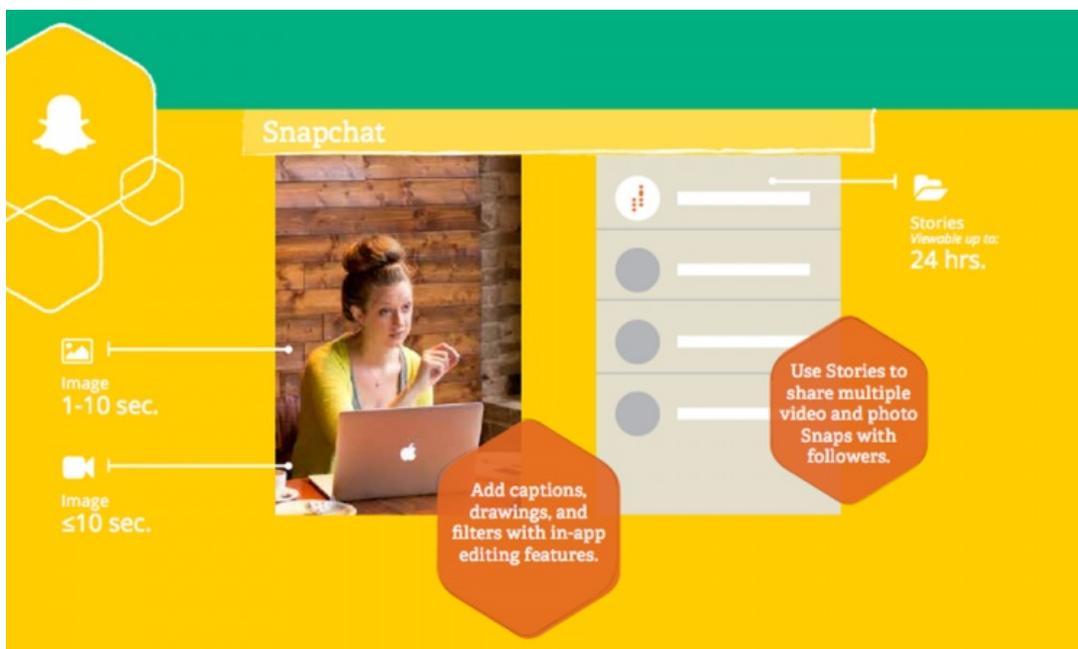


Animated GIFs
≤10MB
Max. Width 540



Dimensions des images sur Snapchat

- Durée des photos Snapchat : 1 à 10 secondes
- Durée maximale des vidéos Snapchat : 10 secondes
- Durée des Stories Snapchat : 24 heures



Dimensions des images sur Vine

- Dimension de la photo de profil Vine : téléchargée depuis Twitter
- Dimension des vidéos Vine dans le flux : 540 x 540 pixels

- Durée maximale des vidéos Vine : 6 secondes



Comment trouver des photos pour votre profil sur les réseaux sociaux ?

Comment trouver de bonnes photos pour votre profil Facebook, Twitter, Google+, LinkedIn, Pinterest, Instagram. Quatre solutions :

1. Les stocks photos payants qui ont souvent une section dédiée aux photos libres de droits et proposent des images de grande qualité (attention quand même à ne pas repomper les photos "corporate" habituelles sur les médias sociaux)

- Fotolia
- Getty Images
- Shutterstock

2. Les stocks d'images gratuites proposant des images sous licence Creative Commons et libres de droit :

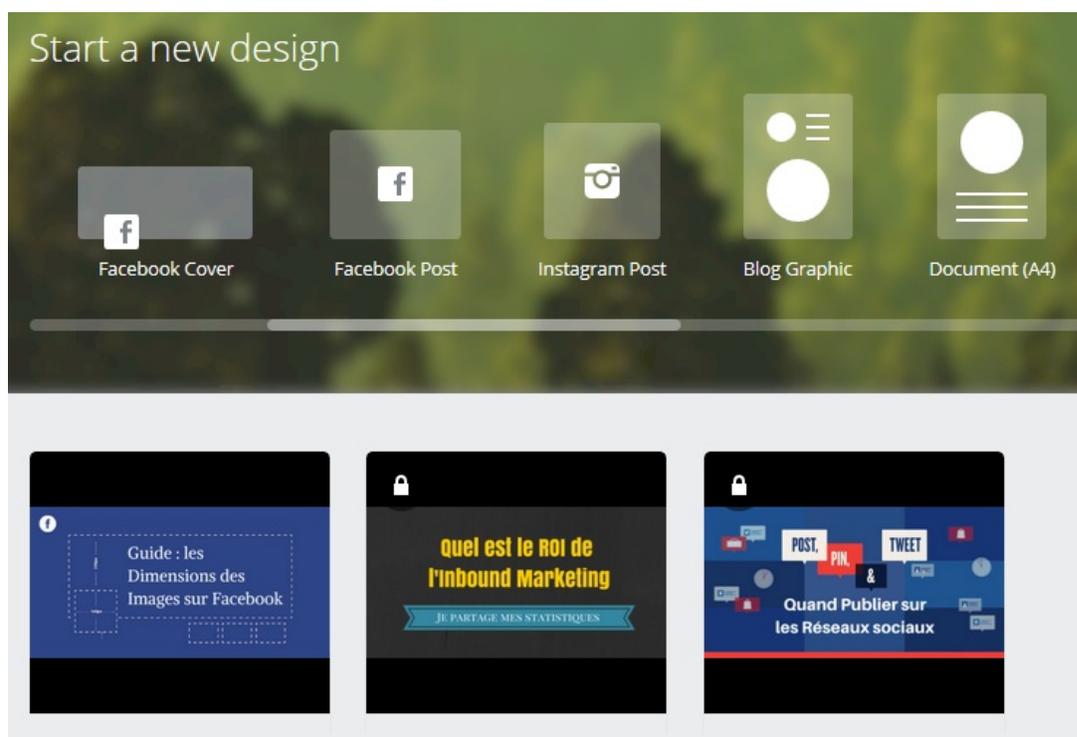
- Flickr
- Wikimedia Commons
- Europeana
- Pixabay
- Pexels

3. L'idéal reste malgré tout la production de contenus cousus main pour vos

profils sociaux :

- Un montage Photoshop professionnel aura plus d'impact qu'une mauvaise photo issue d'un stock.
- Pas besoin toujours d'en mettre plein la vue : des photos bien réalisées de vos équipes, des locaux, de vos produits, peuvent véhiculer des valeurs de proximité et d'humanité.
- Regardez **comment les grandes marques utilisent l'image dans leurs profils sur les réseaux sociaux et notamment Facebook.**

4. **Facilitez-vous la vie avec Canva** pour réaliser facilement des images de qualité optimisées pour les réseaux sociaux :



Exemple :



Le Guide des Dimensions des Photos sur Facebook

Guide Complet

Vous pourrez ainsi créer :

- Des header d'emails
- Des images optimisées pour les réseaux sociaux
- Des photos de couverture optimisées pour Facebook
- Des images optimisées pour vos posts Facebook
- Des images optimisées pour vos publicités et annonces Facebook
- Des photos de couverture optimisées pour Twitter
- Des images optimisées pour vos tweets sur Twitter
- Des photos de couverture optimisées pour Pinterest
- Des images optimisées pour Instagram
- Des illustrations pour votre blog

Si vous souhaitez être accompagné dans votre [stratégie sur les réseaux sociaux](#), réservez votre entretien de découverte.

Infographie : Le Guide des dimensions des images sur les réseaux sociaux





Profile Image: 180 x 180 px

Image Guidelines

- Must be at least 180 x 180 pixels.
- Photo will appear on page as 160 x 160 pixels.
- Photo thumbnail will appear throughout Facebook at 32 x 32 pixels.

This will be the photo representing you or your brand on Facebook. This square photo will appear on your timeline layered over your cover photo.

It will also appear when you post to other walls, comment on posts or when you're searched with Facebook's Open Graph.

180 x 180

851 x 315

Cover Photo: 851 x 315 px

Image Guidelines

- Appear on page at 851 x 315 pixels
- Anything less will be stretched.
- Minimum size of 399 x 150 pixels.
- For best results, upload an RGB JPG file less than 100 KB.
- Images with a logo or text may be best as a PNG file.

Shared Images: 1200 x 630

Image Guidelines

- Recommended upload size of 1,200 x 630 pixels.
- Will appear in feed at a max width of 470 pixels (will scale to a max of 1:1).
- Will appear on page at a max width of 504 pixels (will scale to a max of 1:1).

1200 x 630

Shared Link: 1200 x 627

Image Guidelines

- Recommended upload size of 1200 x 627
- Square Photo: Min 154 x 154 in feed
- Square Photo: Min 116 x 116 on page
- Rectangular Photo: Min 470 x 246 in feed
- Rectangular Photo: Min 484 x 252 on page

1200 x 627

Facebook will scale photos under the minimum dimensions. For better results, increase image resolution at the same scale as the minimum size.

Highlighted Image: 1200 x 717 px

Image Guidelines

- Will appear on your page at 843 x 504 pixels.
- Choose a higher resolution at that scale for better quality.

1200 x 717



BG image: 1000 x 425

Image Guidelines

- 1000 x 425 and 4,000 x 4,000 px
- Maximum size 4MB
- JPG, PNG or GIF files only

A new feature for your personal profile. It's a little bit trickier to find something that really fits that space well, but if you get it right, your profile will look great.

Background image:
Between 1000 x 425 and 4,000 x 4,000

400 x 400

Profile image: 400 x 400

Image Guidelines

- Recommended between 400 x 400 & 20,000 x 20,000 pixels
- Minimum 200 x 200 pixels
- 10mb maximum file size
- JPG, GIF or PNG files only

Standard Logo: 100 x 60

Image Guidelines

- 100 x 60 pixels (resized to fit)

100 x 60

Career Cover Photo: 974 x 300

Image Guidelines

- Maximum 2 MB.
- PNG, JPG or GIF.

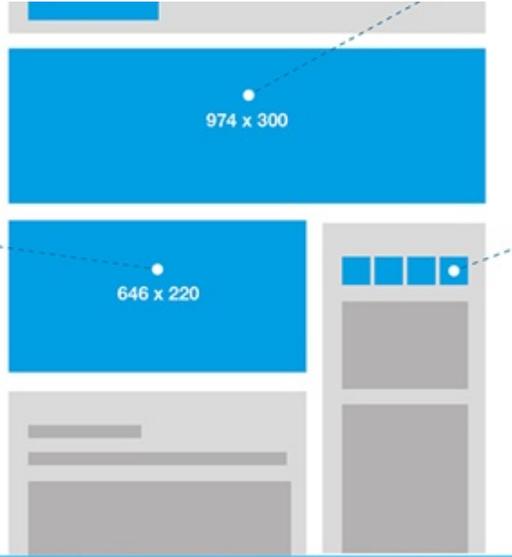
One of the two brand logos that you should be uploading to LinkedIn is the business logo. This is the bigger of the two and is going to show up right next to your brand name on your LinkedIn homepage. This image also appears in the "Companies you may want to follow" section, so the more enticing the photo the more likely the followers!

Banner Image: 646 x 220 (Minimum)

Image Guidelines

- Minimum 646 x 220 pixels.
- Maximum 2 MB.
- Landscape Layout.
- PNG, JPG or GIF.

Banner images is one of the newest and most prominent of the images that you can use on LinkedIn. This image appears when a user visits your brand's homepage. Since this image is located on your homepage it's likely the visitor is actively searching for your brand, so use this opportunity to reel them in with a great image.



- Minimum 974 x 300 pixels.
- Maximum 2 MB.
- Landscape Layout.
- PNG, JPG or GIF.

At the top of this page sits a banner that is bigger than any of the other images on LinkedIn. You can use this space to choose a picture that speaks to your company in order to attract some great potential employees.

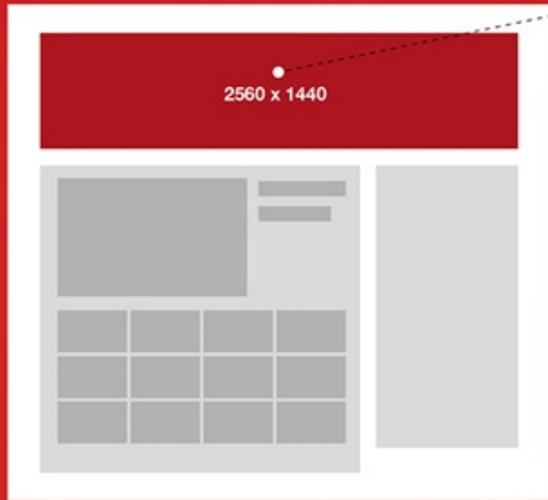
Square Logo: 50 x 50

Image Guidelines

- 50 x 50 pixels (resized to fit).
- Maximum 2 MB.
- PNG, JPG or GIF.

This is the brand image that shows up when your company is searched.

Make sure you use something recognizable to your brand to make sure customers know which company they want to click on.



Channel Cover Photo: 2560 x 1440

Image Guidelines

There are a lot of different platforms and devices that users can stream YouTube on so it's important that your brand has a photo optimized for each one.

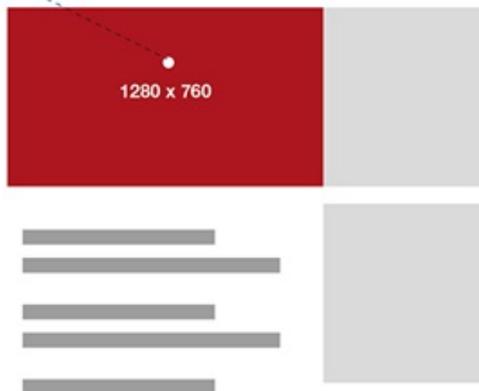
Display Sizes:

- Tablet display: 1855 x 423
- Mobile display: 1546 x 423
- TV display: 2560 x 1440
- Desktop: 2560 x 423
- (1546 x 423 - pixels are always visible).

Video Uploads: 1280 x 760

Video Guidelines

- Videos must maintain a 16:9 aspect ratio.
- In order to qualify as full HD, your dimensions must be at least 1280 x 720 pixels.





Profile Image: 110 x 110

Image Guidelines

- Appear on your home page at 110 x 110 pixels.
- Square photo - make sure to maintain an aspect ratio of 1:1.



Photo Thumbnails: 161 x 161

Image Guidelines

- The thumbnails will appear on the page at 161 x 161 pixels.
- Square photo - Make sure to maintain an aspect ratio of 1:1 ratio.



Photo Size: 640 x 640

Image Guidelines

- The size of Instagram images has been increased to 640 x 640 pixels.
- Instagram still scales these photos down to 612 x 612 pixels.
- Appear in feed at 510 x 510 pixels.



Header Photo: 1500 x 500

Image Guidelines

- Recommended 1500 x 500 px
- Maximum file size of 10 MB.
- (PNG, GIF, or JPG)



1280 x 1024

Profile Photo: 400 x 400

Image Guidelines

- Square Image - recommended 400 x 400 pixels.
- Maximum file size 100 KB.
- JPG, GIF, or PNG.

Display: 200 x 200

In-Stream Photo: 440 x 220

Image Guidelines

- Min to appear expanded 440 x 220 pixels.
- Max to appear expanded 1024 x 512 pixels.
- Appears in stream collapsed at 506 x 253 pixels.
- Max file size of 5 MB for photos, and 3MB for animated GIFs.



Profile Image: 165 x 165

Image Guidelines

- Appears at 165 x 165 pixels on home page.
- Appears at 32 x 32 pixels on the rest of Pinterest.
- Maximum 10 MB (wouldn't allow me to upload anything larger).

Board Display: 222 x 150

Image Guidelines

- 222 x 150 pixels (large thumbnail)
- 55 x 55 (smaller thumbnail)

Creating boards is one of the most important things that you can do on Pinterest. It's important to make sure you're using an image that fits the size criteria perfectly. Choose a photo that is enticing to your audience. Choose one that's relevant to that particular board.

50 x 50

Pin Sizes: 236 width in pixels

Image Guidelines

- Pins on main page appear as 236 pixels (height is scaled).
- Pins on a board appear as 236 pixels (height is scaled).
- Expanded pins have a minimum width 600 pixels (height is scaled).



Profile Image: 128 x 128 px

Image Guidelines

- Minimum 128 x 128 pixels.
- JPG, GIF, PNG or BMP.

Your profile image will appear as a thumbnail adjacent to your posts within a follower's feed. It also appears next to the buttons to follow you on Tumblr when someone visits your page.

Your profile photo will also appear somewhere on your Tumblr profile page. Whichever theme you choose is going to play a part in where the photo appears and how large it is.

Some brands choose a large image while others keep them subtle. Just make sure to mind the minimum and pick an image that fits not only your brand, but that also fits your page's layout.

128 x 128

500 x 750

Image posts: 500 x 750

Image Guidelines

- Dash image sizes max at 1280 x 1920, and show in feeds at 500 x 750.
- Images can't exceed 10 MB.
- Animated GIFs must be under 1 MB and max at 500 pixels.



Profile Image: 250 x 250

Image Guidelines

- Minimum 120 x 120 pixels.
- Recommended 250 x 250 pixels.
- Maximum not listed - I was able to upload a 20 MB photo at 5200 x 5300 pixels.
- JPG, GIF or PNG.

You upload your image in a square format and then Google+ renders it into your page as a circle, so make sure you choose a photo doesn't cut out your best side!

250 x 250

1080 x 608

Cover Image: 1080 x 608

Image Guidelines

- Recommended 1080 x 608 pixels
- Minimum 480 x 270 pixels
- Maximum 2120 x 1192 pixels

The Google+ cover image is the biggest photo on your page, so choose your photo wisely! It's a great opportunity for you to showcase a product or service your brand offers, or maybe choose an image that reflects the beliefs of your company.

Shared Image: 497 x 373

Image Guidelines

- Appears in home stream and on page at a width of 426 pixels (height is scaled).
- Minimum width of 497 pixels (will scale the height for you).
- Maximum upload 2048 x 2048 px
- Shared Link - 150 x 150 (thumbnail)

497 x 279

150 x 150

Shared Image: 150 x 150

Image Guidelines

Shows in the feed and on page as 150 x 150 pixels (pulls in photo from linked site).

INFOGRAPHIC BY

make a  **websitehub.com**

Spredfast

Smart Social Content

The 2015 Social Network Image & Video Size Guide



Too much text.
An awkward crop.
The wrong file size.

All kinds of minor mishaps can make your great content appear less than great on social channels. Keep this reference guide on hand to create smart social content for any channel.

Facebook

For best quality,



Cover Photo
851x315

Profile Photo
≥180x180

Profile Photo Overlap
176x139

Shared Image Timeline
1200x900

Native Video
1280x720

YouTube Video
157x157

Text & Button Overlap
64 High

Shared Image News Feed
1200x1200

Shared Link
1200x627

use PNGs, especially when images include text

Plan to promote? images must contain <20% text

Native video autoplays in News Feed. use the first few seconds to capture attention

Twitter

Header Photo
1500x500

Profile Photo
400x400

Timeline Photo Preview
1024x512

Native Video
≤30 Sec
Mobile Only

Animated GIFs
1024x512

Avoid key details in the lower left quadrant of your header photo. profile overlap varies with browser window width

Brand New Feature expect to see more in 2015

Share up to 4 photos in a tweet & tag up to 10 people in each photo.

Google+



Profile Photo
250x250

Share large media for best display. with responsive design, sometimes bigger is better



Cover Image
1080x608



Shared Image
≥506 Width



Animated GIFs
Autoplays



Connect your YouTube account to share longer videos.



Shared Video
≥506x284
Max Length: 15 min.



Shared Link
Large
≥506x284



Links that include larger photos will display as full-width previews.



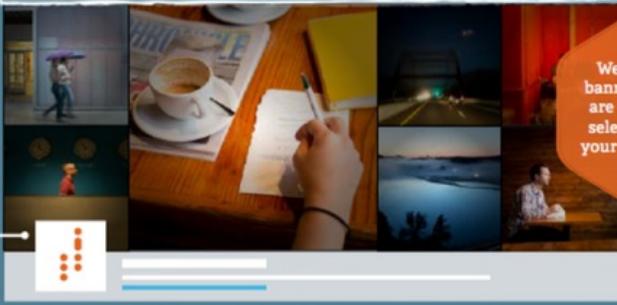
Shared Link
Small
150x150



Instagram



Profile Picture
110x110



Web profile banner images are randomly selected from your Instagram posts.



Photo Thumbnails
161x161



Add a link to your bio to drive traffic to a site. there are no hyperlinks allowed in comments



Shared Video
640x640
3-15 sec
Autoplays & Loops



Photo
640x640

Pinterest



Profile Picture
≥165x165

Pin Preview
235x≤800

Expanded Pin
≤735xInfinite Height

Multimedia like
YouTube, Vimeo,
and GIFs will play
in expanded view.

Board Cover Image
215x145

Board Thumbnail
68x68



LinkedIn

Spredfast

Banner Image
646x220

Shared Image
360x≤265

Shared Link
180x110

YouTube, Vimeo,
and SlideShare
will play in
expanded view.

Standard Logo
100x600

Square Logo
50x50

YouTube

Channel Icon
800x800

Channel Art
on TV
2560x1440

Channel Art
on Desktop
1546x423

Keep text and
logos to centered
1546x423.
display varies across
devices

Video
16:9
Max. Resolution: 2160p
Max. Length: 11 hrs.
Max. File Size: 128GB



Tumblr

Profile Picture
128x128

Dashboard View
540 Wide

Image Post
≤10MB
View up to 1280x1920

Native Video
≤100MB/day
Autoplay & Loops

Shared Video
YouTube, Vine, Instagram + more

Animated GIFs
≤10MB
Max. Width 540

Upload up to 10 photos or GIFs in a single photset.

Vine

Profile Picture
Defaults to Twitter Profile

Video
540x540
Max Length: 6 sec. Autoplay & Loops

Import video from your Android or iOS library.

Snapchat

Image
1-10 sec.

Image
≤10 sec.

Stories
Viewable up to: 24 hrs.

Add captions, drawings, and filters with in-app editing features.

Use Stories to share multiple video and photo Snaps with followers.

Le Guide Complet du Marketing sur Facebook



Le Guide du Marketing sur Facebook

Guide Complet

Marketing Facebook : le Guide Complet. Tous les tutoriels pour utiliser Facebook pour les entreprises et les professionnels. Initiez votre présence sur Facebook, créez votre page entreprise, optimisez votre page, gagnez vos premiers fans, augmentez la visibilité de vos messages, réalisez vos études de marchés, augmentez votre trafic et générez des ventes grâce à Facebook.

Le Marketing sur Facebook

Le marketing sur Facebook est un levier désormais incontournable pour communiquer sur Internet et vendre vos produits. Pour autant, si il y a encore quelques années, un bon community management suffisait à acquérir des milliers de fans et à générer beaucoup de trafic vers votre site, sachez que Facebook se positionne de plus en plus comme un média payant et le passage à la publicité sur Facebook devient globalement la norme.



Le Guide du Marketing sur Facebook

Guide Complet

1. Débuter sur Facebook

Quelles sont les fonctionnalités de Facebook ? Quels outils pour les marques et les entreprises sur Facebook ? Comment utiliser tout le potentiel de ce réseau social ?

Consultez le tutoriel pour [utiliser Facebook](#)

1. Les Chiffres sur Facebook
2. Comment fonctionne Facebook ?
3. Tutoriels marketing Facebook

2. Créer une page sur Facebook

Comment débiter sur Facebook quand on est une entreprise ? Comment créer une page entreprise sur Facebook ? Comment créer une page de marque sur Facebook ? Les pages sont, malgré la chute de la portée des publications sur Facebook, toujours l'outil privilégié de la relation entre marques et utilisateurs.

Consultez le tutoriel pour [créer une page Facebook](#)

1. Comment créer une page Facebook ?
2. Choisir la catégorie de sa page
3. Choisir le nom de sa page Facebook
4. Comment paramétrer votre page Facebook
5. Choisir une photo pour votre page Facebook
6. Choisir la photo de couverture de votre page Facebook
7. Remplir les informations de votre page Facebook

8. Comment travailler à plusieurs sur votre page Facebook ?
9. Comment lancer votre page Facebook ?

Créer une page Facebook performante pour son entreprise

Comment créer une page Facebook de qualité ? Comment optimiser votre page Facebook ? Comment améliorer votre page Facebook ? Les nouvelles pages Facebook apportent leur lot d'innovation. Visitez ce tutoriel pour tirer parti des nouvelles pages.

Consultez le tutoriel pour [utiliser les pages Facebook](#)

Consultez le tutoriel pour [ajouter un bouton de call-to-action sur votre page](#)

1. Les nouvelles pages Facebook
2. Amélioration de la gestion des pages fan
3. De nouvelles statistiques sur les publications Facebook

Créer une page Facebook avec un design professionnel

Comment optimiser votre page Facebook ? Comment rendre visuellement attractive votre page Facebook ? Photos de profil, photos de couverture, taille des images dans les publications et les publicités. Quelles sont les tailles optimales pour plus d'impact.

Consultez le tutoriel pour connaître les [dimensions des images sur Facebook](#)



1. Optimiser vos images sur Facebook

2. Les dimensions des photos sur Facebook
3. Les tailles d'images sur Facebook

Proposer une page au look professionnel augmente sensiblement le taux de conversion en fans. Vous trouverez dans ce tutoriel des exemples créatifs de photos de profil Facebook ainsi que des exemples de pages de grandes marques.

Consultez le tutoriel sur les [photos de couverture utiliser pour sa page Facebook](#)



1. 24 profils Facebook drôles et inventifs
2. Comment récupérer des Facebook covers toutes faites ?
3. Comment créer votre profil de couverture Facebook ?
4. 50 photos de couverture de pages Facebook de marque

3. Comprendre son marché grâce à Facebook

Les Facebook Audience Insights permettent d'étudier finement votre audience et votre clientèle au niveau local en obtenant des informations sur leur niveau de vie, leur statut social, leurs passions et comportements sur Internet.

Consultez le tutoriel pour [réaliser une étude de marché avec Facebook](#)

1. Comment faire une étude de marché avec Facebook ?
2. Comment mieux connaître vos clients grâce à Facebook ?
3. Comment utiliser votre étude de marché ?

Faire votre veille sur Facebook

Comment réaliser une veille sur Facebook ? Comment suivre les actualités et les tendances ? Signal est un outil créé par Facebook pour réaliser votre curation, de la mettre en forme puis de la publier.

Consultez le tutoriel pour [réaliser une veille sur Facebook](#)



1. Faire une veille sur Facebook avec Signal
2. Faire votre veille sur Instagram
3. Faire de la curation sur Facebook
4. Faire de la curation sur Instagram

4. Créer sa communauté sur Facebook

Comment obtenir vos 1000 premiers fans sur Facebook ? Un guide pour débiter à développer votre page Facebook.

Consultez le tutoriel pour [obtenir vos premiers fans sur Facebook](#)



Obtenir vos 1000 premiers Fans sur Facebook

Guide Complet

1. Avoir vos premiers fans sur Facebook
2. Optimisez votre page Facebook
3. Invitez vos amis à rejoindre votre page Facebook
4. Faites de la cross-promotion
5. Publiez du contenu de qualité
6. Utilisez le trafic de votre site
7. Utilisez la publicité sur Facebook

Augmenter le nombre de vos fans Facebook

Comment avoir plus de fans sur Facebook ? Comment augmenter le nombre de vos abonnés Facebook ? Un guide complet pour augmenter votre communauté sur Facebook et passer de 1000 à 100 000 fans.

Consultez le tutoriel pour [augmenter vos fans sur Facebook](#)

1. Comment bien débiter avec votre page Facebook
2. Comment paramétrer votre page Facebook
3. Comment publier sur votre page Facebook
4. Que publier sur les pages Facebook ?
5. Comment développer votre page Facebook ?
6. Comment améliorer votre page Facebook ?
7. Gagner des fans sur Facebook

Obtenir plus de fans sur Facebook

Comment augmenter le nombre de vos fans sur Facebook ? Comment augmenter vos abonnés sur Facebook ? Comment développer votre page Facebook et dépasser vos concurrents ? Comment mettre en place une

stratégie d'acquisition de fans ? L'acquisition de fans a certes moins d'impact par rapport à il y a quelques années mais une communauté importante et qualifiée (donc générant de l'engagement) permet de pousser plus loin vos contenus et de tirer parti des partages de mur en mur.

Consultez le tutoriel pour [gagner des fans](#)

1. Comment gagner des fans sur Facebook ?
2. 13 conseils pour obtenir plus de fans sur votre page
3. Doubler vos likes sur Facebook

5. Améliorer vos publications sur Facebook

Maîtriser l'algorithme de Facebook

Le "News Feed ranking algorithm" est le nom donné à l'algorithme contrôlant la visibilité des publications sur le fil d'actualité des utilisateurs. Comprendre l'algorithme de Facebook est essentielle pour publier des contenus en adéquation avec ce que vos fans attendent et ainsi de augmenter la portée de publications.

Consultez le tutoriel sur [l'algorithme de Facebook](#)



1. De l'EdgeRank au News Feed Algorithm
2. Les dernières évolutions du News Feed Ranking Algorithm

Les publications à tester sur Facebook

Que publier sur Facebook ? Voici 15 types de posts Facebook à tester pour votre page.

Consultez le tutoriel pour [trouver des idées de publications Facebook](#)



15 Publications Facebook à Tester dès Aujourd'hui

Guide Complet

1. Les meilleures publications Facebook
2. Les vidéos 360 Facebook
2. Les photos 360 Facebook
3. Les Carrousels Facebook
4. Les Canevas Facebook
5. Les GIFs animés sur Facebook
6. Les cinémagrapes
7. Les diaporamas Facebook
8. Les contenus photo + texte
9. Les Lead Ads
10. Les call-to-action Facebook
11. Les offres coupons
12. Les vidéos natives Facebook
13. Les vidéos Live Facebook
14. Les Facebook Notes
15. Les Instant Articles

Ajouter des call-to-actions sur vos posts

Comment inciter vos fans à cliquer vos publications ? Comment améliorer la performance de vos posts ? Ajoutez des boutons "Télécharger" "Inscrivez-vous" "Acheter" et ainsi augmenter vos taux de conversion et votre taux d'engagement sur vos publications.

Consultez le tutoriel pour [activer les call-to-actions sur vos publications](#)



Ajouter un Call-to-Action sur vos Posts Facebook

Guide Complet

1. Les boutons call-to-action Facebook
2. Créer des call-to-action sur vos publications Facebook

Augmenter le reach de vos posts

Comment augmenter la portée de vos posts ? Comment obtenir plus de reach en utilisant à votre profit l'algorithme de Facebook ? De la même manière qu'il y existe des astuces pour mieux se positionner sur les moteurs de recherche, il existe des techniques pour contourner ou du moins tirer au maximum profit de Facebook malgré la baisse du reach (la portée des publications) constatée depuis des mois.

Consultez le tutoriel pour [contourner l'edgerank](#)



Comment Contourner l'edgerank de Facebook

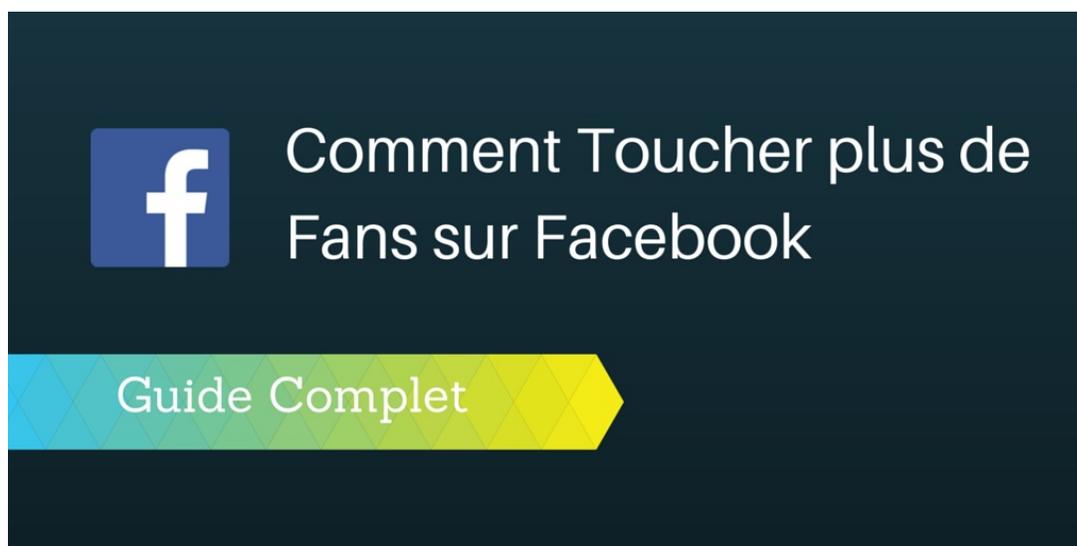
Guide Complet

1. La baisse du reach sur Facebook
2. Comment Augmenter la Portée sur Facebook ?

Obtenir plus de visibilité sur Facebook

Comment gagner en visibilité sur Facebook ? Comment augmenter la portée de vos publications ? Comment faire pour que vos fans voient vos messages ? Vous avez désormais une page Facebook prête à l'utilisation. Vous avez testé des publications et constatez que vous ne touchez quasiment aucun de vos fans. Alors que poster pour être vu, aimé, commenté, partagé ?

Consultez le tutoriel pour [toucher plus de fans sur Facebook](#)



1. Comment toucher plus de fans sur Facebook
2. Pourquoi mes posts Facebook ne fonctionnent pas ?
3. Comment augmenter l'edgerank de votre page ?
4. Comment augmenter la portée des mes posts sur Facebook ?

Améliorer vos posts sur Facebook

Que publier sur Facebook ? Quels posts obtiennent les meilleures performances ? Quels posts génèrent le plus d'engagement ? Un guide pour améliorer votre stratégie de contenus sur Facebook et augmenter le nombre de j'aime, de commentaires et de partages que reçoivent vos publications.

Consultez le tutoriel pour [améliorer vos posts sur Facebook](#)



Quels Posts Facebook pour Plus d'Engagement ?

Guide Complet

1. Quels posts publier sur Facebook
2. Le meilleur moment pour poster sur Facebook
3. Le meilleur jour pour poster sur Facebook

Faire le buzz sur Facebook

Comment devenir viral sur Facebook ? Comment faire le buzz sur Facebook ? On en rêv(ait) tous : faire le buzz sur Facebook et récolter des milliers de j'aime en quelques jours. Bien qu'il soit bien beaucoup plus difficile aujourd'hui de réaliser des coups sans passer par la publicité Facebook, il n'en reste pas que les bases de la viralité sur Facebook n'ont pas changé. Ces bonnes pratiques vous aideront à profiter au maximum du bouche-à-oreille sur Facebook.

Consultez le tutoriel pour [faire le buzz sur Facebook](#)

1. Faire le buzz sur Facebook
2. Lancer une page Facebook de Buzz
3. Les contenus qui buzzent sur Facebook
4. Accompagner le lancement de votre buzz sur Facebook
5. Les meilleures campagnes de Buzz sur Facebook

Cibler vos publications sur Facebook

Consultez le tutoriel pour [cibler vos publications Facebook](#)

1. Comment cibler vos publications sur Facebook ?
2. Les nouveaux outils de ciblage Facebook
3. Créer une publication limitée dans le temps

Identifier le meilleur moment pour publier sur Facebook

Quel est le meilleur moment de la journée pour poster ? Optimiser l'heure et les jours de publication peut permettre d'augmenter les partages de vos posts

Consultez le tutoriel pour [savoir quand publier sur Facebook](#)



1. Quand publier sur Facebook ?
2. A quelle heure publier sur Facebook ?
3. Quel est le meilleur moment pour publier sur Facebook ?
4. L'infographie des meilleurs moments pour publier sur Facebook

Programmer vos posts sur Facebook

Comment programmer vos publications sur Facebook ? Comment planifier vos publications ? Comment programmer vos posts à l'avance ?

Automatiser vos publications permet de gagner du temps dans la gestion de Facebook, de publier aux meilleures heures et de répartir vos posts tout au long de la journée et de la semaine.

Consultez le tutoriel pour [programmer vos posts Facebook](#)



Programmer vos Posts sur Facebook

Guide Complet

1. Programmer vos publications sur Facebook
2. Programmer vos publications Facebook : les outils gratuits
3. Programmer vos posts Facebook : les outils payants

6. Augmenter votre trafic grâce à Facebook

Comment créer plus de trafic grâce à Facebook ? Comment rediriger plus de visiteurs vers votre site ? Un guide complet pour augmenter drastiquement vos performances pour faire de Facebook une véritable source de trafic.

Consultez le tutoriel pour [augmenter votre trafic sur Facebook](#)



1500% de Trafic en Plus Grâce à Facebook

Guide Complet

1. Le principal problème pour augmenter votre trafic
2. Atteindre rapidement une communauté respectable
3. Augmenter la visibilité de vos publications sur Facebook
4. 1900% de portée en plus sur Facebook

5. 1500% de trafic en plus sur Facebook
6. Bonus : le timing est important

7. Créer des leads grâce à Facebook

Comment générer des leads avec Facebook ? Comment générer des prospects avec Facebook ?

Consultez le tutoriel pour [créer des leads avec Facebook](#)



1. Avant de vous lancer
2. Intéresser avant de vendre
3. Tester votre processus de collecte de leads
4. Générer des leads avec la publicité Facebook

8. Vendre grâce à Facebook

Comment faire des ventes grâce à Facebook ? Comment augmenter vos ventes grâce à Facebook ?

Consultez le tutoriel pour [vendre sur Facebook](#)



9 Moyens de (réellement) Vendre sur Facebook

Guide Complet

1. Les publicités Facebook
2. Le bouton « Acheter » Facebook
3. Le bouton call-to-action « Acheter »
4. Les Product Ads
5. Les Dynamic Product Ads
6. Les boutiques Facebook
7. Les Offres Facebook
8. Les annonces Drive-to-Store
9. Les Lead Ads

9. Le référencement sur Facebook

Comment être trouvé sur Facebook ? Comment référencer sa page sur Facebook ? Comment référencer ses contenus, vidéos et photos afin de diffuser au maximum la présence de votre marque et de votre entreprise ? Facebook est désormais également un moteur de recherche à travers son "Graph Search". Suivez tous les conseils pour que vos fans et clients trouvent facilement votre page et vos contenus lors de leurs recherches et découvertes sur Facebook.

Consultez le tutoriel pour [être référencé sur Facebook](#)



Comment être Référencé sur Facebook

Guide Complet

1. Comment être référencé sur Facebook
2. Référencer sa page Facebook
3. Référencer ses contenus sur Facebook
4. Améliorer sa visibilité sur Facebook
5. Comment être trouvé dans le moteur de recherche Facebook
6. Le référencement payant sur Facebook

10. Utiliser la publicité sur Facebook

Comment créer une campagne Facebook ? Comment tirer parti des publicités Facebook pour générer plus de ventes sur les réseaux sociaux ?

Consultez le guide de la [publicité sur Facebook](#)



Le Guide de la Publicité sur Facebook

Guide Complet

1. Créer une publicité sur Facebook
2. Bien gérer vos campagnes Facebook
3. Créer une campagne remarketing Facebook

4. Les performances moyennes d'une campagne Facebook

11. Mesurer les performances de votre page Facebook

Comment comparer vos performances à celles de vos concurrents ?

Comment réaliser un audit de votre page Facebook ? Comment évaluer si vous faites mieux que les entreprises de votre secteur.

Consultez le tutoriel pour [mesurer les performances de votre page Facebook](#)

1. Situer votre page Facebook par rapport à la concurrence
2. Comparer les indicateurs clés de votre page
3. Quelles sont les statistiques moyennes d'une page Facebook ?

Êtes-vous performants sur Facebook ? Pouvez-vous faire mieux ? Voici les statistiques moyennes d'une page Facebook.

Consultez le tutoriel pour [connaître les statistiques moyennes d'une page Facebook](#)

12. Surveiller la concurrence sur Facebook

Comment surveiller vos concurrents ? Facebook offre des fonctionnalités permettant de surveiller les performances de vos concurrents.

Consultez le tutoriel pour [surveiller vos concurrents sur Facebook](#)



**Surveiller vos Concurrents
sur Facebook**

Guide Complet

1. Surveiller ses concurrents sur Facebook
2. Connaître les meilleurs posts Facebook de vos concurrents

13. Les applications mobiles de Facebook

Comment utiliser Facebook depuis un mobile ? Comment gérer votre marque et votre entreprise sur mobile ? Facebook a sorti une palette d'applications mobiles indépendantes pour gérer vos pages, vos communautés, vos statistiques et pour créer du contenu.

La liste des applications Facebook

Consultez la [liste des applications Facebook](#)



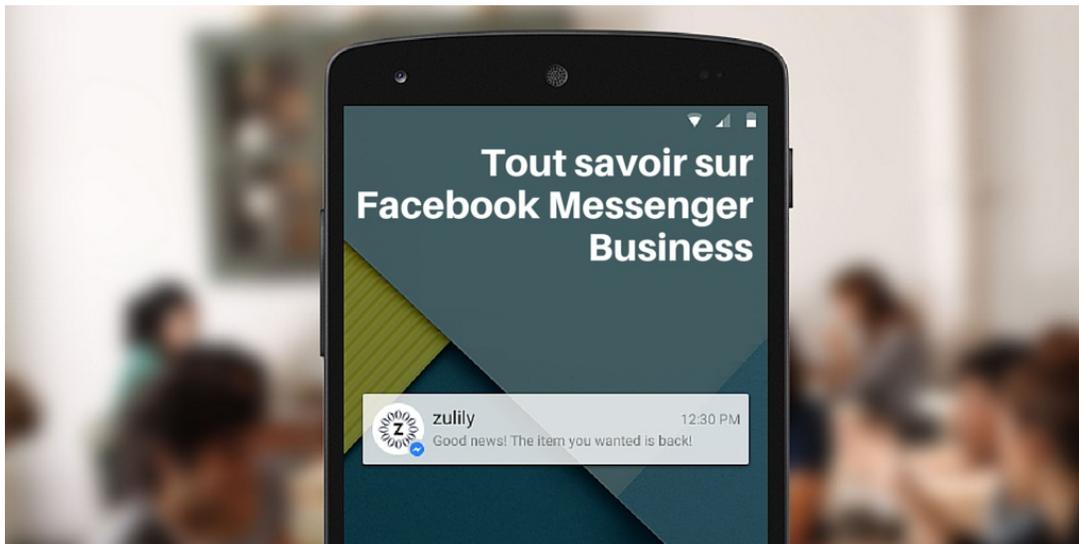
1. L'application mobile Facebook
2. L'application Facebook Lite
3. L'application Facebook at Work
4. L'application Facebook Phone
5. L'application Facebook Messenger
6. Les applications tierces pour Facebook Messenger
7. L'application Facebook Messenger for Business
8. L'application Slingshot by Facebook
9. L'application Facebook Home
10. L'application Facebook Paper
11. L'application Facebook Moments
12. L'application Riff
13. L'application Facebook Rooms
14. L'application Facebook Groups
15. L'application Facebook Mentions
16. L'application Gestionnaire de pages Facebook

17. L'application Gestionnaire de publicités Facebook
18. L'application Internet.org
19. L'application Whatsapp
20. Les applications Instagram

Utiliser l'application Facebook Messenger dans votre marketing

Facebook Messenger for Business est la nouvelle application pour les professionnels pour connecter en temps réel marques et clients.

Consultez le tutoriel pour [utiliser Facebook Messenger for Business](#)



1. Messenger for Business
2. Les nouvelles fonctionnalités pour les services client

Utiliser Facebook at Work

Facebook at Work est la version de Facebook permettant de communiquer et collaborer dans un contexte professionnel.

Consultez le tutoriel pour [utiliser Facebook at Work](#)

Le Guide Complet du Marketing sur Twitter

Le Guide du Marketing



Guide Complet

Marketing Twitter : le Guide Complet. Tous les tutoriels pour **utiliser Twitter** pour les entreprises et les professionnels. Initiez votre présence sur Twitter, créez votre compte, optimisez votre profil, gagnez vos premiers followers, faites la promotion de votre entreprise ou de votre blog, augmentez la visibilité de vos tweets, augmentez votre trafic et générez des ventes grâce à Twitter.

Le Marketing sur Twitter

Le **marketing sur Twitter** est un levier extrêmement efficace tant pour communiquer en B2B et vous positionner comme un expert que pour toucher une audience de fans en B2C.

Le Guide du Marketing



Guide Complet

1. Débuter sur Twitter

Quelles sont les fonctionnalités de Twitter ? Quels outils pour les marques et les entreprises sur Twitter ? Comment utiliser tout le potentiel de ce réseau social ?

Consultez le tutoriel pour [utiliser Twitter](#)

1. Twitter : le réseau social en temps réel
2. Comment fonctionne Twitter ?
3. Les entreprises rachetées par Twitter
4. Le cimetière des applications Twitter
5. Tutoriels marketing Twitter

2. Créer un profil sur Twitter

Comment débiter sur Twitter ? Comment créer un compte pour une entreprise, une marque, une association, un site Internet, un blog ? Comment configurer son compte, paramétrer son profil et se connecter avec ses premiers followers sur le réseau ?

Consultez le tutoriel pour [s'inscrire sur Twitter](#)

1. Comment fonctionne Twitter ?
2. Créer un compte Twitter
3. Comment trouver de actualités qui m'intéressent sur Twitter ?
4. Comment suivre des comptes Twitter ?
5. Comment retrouver mes amis sur Twitter ?
6. Comment paramétrer un compte Twitter ?

7. Comment trouver des comptes à suivre sur Twitter ?
8. Poster une publication sur Twitter
9. Comment Tweeter une photo ?
10. Comment Tweeter une vidéo ?
11. Comment ajouter une localisation à un Tweet ?

3. Optimiser votre profil Twitter

Comment optimiser votre profil sur Twitter ? Comment donner un look professionnel à votre compte Twitter ? Photo de profil, photo de couverture, taille des images dans les publications et les publicités, quelles sont les dimensions idéales sur Twitter pour plus d'impact.

Consultez le tutoriel pour [connaître les dimensions des images sur Twitter](#)



1. Optimiser vos images sur Twitter
2. Les dimensions des photos sur Twitter
3. Les tailles d'images sur Twitter

4. Avoir plus de followers sur Twitter

Comment faire croître votre compte Twitter ? Comment maîtriser les techniques pour gagner plus de followers, diffuser vos tweets plus loin et gagner en influence ? De l'habillage professionnel de votre profil aux stratégies à adopter pour gagner vos premiers followers et être retweeté, suivez les guides pour accélérer votre croissance sur Twitter.

[Gagner des followers sur Twitter](#)

Comment avoir plus de followers ? Comment augmenter le nombre de mes abonnés ? Comment créer une communauté sur Twitter ? Comment créer un compte performant ? Sans base de followers suffisante, tous les conseils que je pourrai vous donner pour optimiser votre compte et vos tweets n'auront pas d'effet de levier suffisant pour observer des effets. Réunir une masse critique d'abonnés est donc critique dans les premiers mois de votre présence.

Consultez le tutoriel pour [gagner des followers sur Twitter](#)



1. Créer un compte Twitter efficace
2. Définir une stratégie efficace Twitter
3. Publier sur Twitter pour plus de partages
4. Augmenter le nombre de vos followers

Obtenir une masse critique de followers

Comment obtenir rapidement des followers ? Comment faire grossir votre communauté jusqu'à la masse critique nécessaire pour rendre vos actions rentables sur Twitter ? En effet, il ne suffit pas de tweeter et de regrouper 300 followers pour que le ratio temps passé / retombées soit positif. Le chiffre est bien plus important en réalité. Mettez en place un plan pour atteindre rapidement cette masse critique où soudainement tout devient plus facile.

Consultez le tutoriel pour [avoir plus de followers sur Twitter](#)



Avoir vos 1000 premiers Followers sur Twitter

Guide Complet

1. Les erreurs les plus courantes sur Twitter
2. Avoir plus de followers sur Twitter
3. Inviter votre réseau
4. Ajouter des followers à la main
5. Obtenir des followers avec RankyBird
5. Les alternatives à Tweet Adder
6. Recruter des followers grâce à la publicité sur Twitter

6. Créer de l'engagement sur Twitter

Comment obtenir plus de retweets ? Comment obtenir plus de portée pour vos tweets ? Créer de l'engagement sur vos tweets plutôt que simplement relayer de l'information de manière brute permet de profiter de retweets supplémentaires et de se connecter avec votre communauté.

Que publier sur Twitter

Que tweeter pour plus d'engagement sur Twitter ? Quelles publications choisir sur Twitter ? Un guide pour connaître les meilleures pratiques pour plus d'efficacité.

Consultez le tutoriel pour [savoir quoi publier pour plus de retweets](#)



Que Publier sur Twitter pour plus de Retweets

Guide Complet

1. Que publier sur Twitter
2. Générer plus d'engagement sur Twitter
3. Plus de retweets sur Twitter
4. La longueur optimale d'un tweet sur Twitter
5. Savoir quoi publier sur Twitter
6. Trouver du contenus pour Twitter

Publier un GIF sur Twitter

Comment publier un GIF animé sur Twitter ? Le GIF présente des avantages par son format court.

Consultez le tutoriel pour [poster un GIF sur Twitter](#)

Publier un Gif sur



Guide Complet

1. Comment publier un Gif sur Twitter ?
2. Pourquoi utiliser des Gif sur Twitter ?
3. Comment trouver des Gifs pour Twitter ?

4. Comment créer un Gif pour Twitter ?

Utiliser les cartes Twitter

Comment augmenter le nombre de retweets sur vos tweets ? Comment augmenter le taux d'engagement et le taux de conversion de vos tweets ? Les cartes Twitter vous serviront tout autant à booster la portée de vos tweets qu'à améliorer les taux de clic sur vos annonces payantes Twitter.

Consultez le tutoriel pour [utiliser les cartes Twitter](#)

1. Quels sont les types de cartes Twitter ?
2. Comment intégrer les Twitter Cards à votre site Internet ?
3. Comment intégrer les Twitter Cards dans Wordpress ?
4. Comment intégrer les Twitter Cards dans Tumblr ?
5. Comment intégrer les Twitter Cards dans Blogger ?
6. Comment vérifier que vos Twitter Cards sont bien intégrées dans votre site ?
7. Suivre les performances de vos cartes twitter
8. Les avantages des cartes Twitter ?
9. Comment créer du trafic avec les cartes Twitter ?

Identifier le meilleur moment pour publier sur Twitter

Quel est le meilleur moment de la journée pour poster ? Optimiser l'heure et les jours de publication peut permettre d'augmenter vos retweets.

Consultez le tutoriel pour [savoir quand publier sur Twitter](#)



1. Quand publier sur Twitter ?

2. A quelle heure publier sur Twitter ?
3. Quel est le meilleur moment pour publier sur Twitter ?
4. L'infographie des meilleurs moments pour publier sur Twitter

Programmer vos tweets sur Twitter

Comment programmer vos tweets sur Twitter ? Comment planifier vos tweets ? Comment programmer vos tweets à l'avance ? Automatiser vos publications permet de gagner du temps dans la gestion de Twitter, de publier aux meilleures heures et de répartir vos tweets tout au long de la journée et de la semaine. Bien entendu, ne restez jamais trop loin de votre Timeline mais profitez des outils qui existent pour automatiser ce qui peut l'être.

Consulter le tutoriel pour [planifier vos tweets sur Twitter](#)



1. Programmer vos tweets avec Twitter
2. Programmer vos publications sur Twitter
3. Les alternatives gratuites pour programmer vos tweets
4. Les outils payants pour planifier vos posts sur Twitter

7. Créer plus de trafic avec Twitter

Comment générer plus de trafic sur Twitter ? Comment obtenir plus de trafic grâce à Twitter ? Twitter n'est pas forcément un outil pour générer un trafic monstre. En revanche, ce trafic est qualifié et permet de communiquer auprès de votre cœur de cible.

Consultez le tutoriel pour [créer du trafic avec Twitter](#)

Plus de Trafic avec



Guide Complet

1. Comment avoir du trafic avec Twitter ?
2. La raison est beaucoup, beaucoup plus simple
3. Arrêtez de faire le concours de la plus grosse... liste
4. Point 1 : Arrêtez de faire votre promo non-stop
5. Point 2 : Si vous allez sur Twitter, faites le bien et soyez poli
6. Point 3 : faites attention aux chiffres
7. Point 4 : restez calme, restez courtois
8. Point 5 : discutez avec votre audience

8. Utiliser la publicité sur Twitter

Comment faire de la publicité sur Twitter ? Comment créer une campagne sur Twitter ? Comment promouvoir votre entreprise sur Twitter ? Le guide complet pour des campagnes performantes sur Twitter.

Consultez le tutoriel pour [gérer vos campagnes de publicité sur Twitter](#)



Faire de la Publicité sur Twitter

Guide Complet



1. Comment fonctionnent les publicités sur Twitter ?
2. Quel est le coût d'une campagne sur Twitter ?
3. Définir vos objectifs sur Twitter
4. Comment créer une campagne de publicité sur Twitter ?
5. Comment créer votre publicité sur Twitter
6. Le Twitter Publisher Network
7. Programmer vos publicités sur Twitter
8. Créer votre tweet sponsorisé
9. Définir le ciblage des publicités sur Twitter
10. Configurer le tracking des conversions sur Twitter
11. Sélectionner manuellement ou sponsoriser automatiquement vos tweets
12. Gérer l'outil d'enchère des publicités sur Twitter
13. Utiliser l'outil de statistique de Twitter
14. Bonus : Comment créer un tweet sponsorisé en 2 clics ?

Les formats de publicité Twitter

Un guide complet des différents formats de publicité disponibles sur Twitter.

Consultez le tutoriel sur les [formats de publicité de Twitter](#)



The graphic consists of a light blue background. On the left, there is a white Twitter bird logo inside a blue square. To its right, the text 'Les Formats de Publicité sur Twitter' is written in a bold, blue, sans-serif font. Below this, a horizontal banner with a blue-to-pink gradient contains the text 'Guide Complet' in white. On the right side, there is a screenshot of a sponsored tweet from 'RelayRides @RelayRides'. The tweet text reads: 'Cruise like a local. Rent your dream car from trusted local owners, 30% cheaper than traditional agencies.' Below the text is a photo of a blue off-road vehicle. At the bottom of the tweet screenshot, it says 'RelayRides - Car Rental', '3.5/5.0 stars - 12 ratings', and 'Promoted by RelayRides'. An 'Install' button is visible in the bottom right corner of the tweet screenshot.

1. Les formats de publicités sur Twitter
2. L'objectif "Abonnés"
3. L'objectif "Clics sur le site Web ou conversions"
4. L'objectif "Engagements avec le Tweet"
5. L'objectif "Installations de l'application ou engagements"
6. L'objectif "Leads sur Twitter"
7. Les nouveaux formats de publicité sur Twitter

9. Analyser les statistiques de votre compte Twitter

Comment analyser son compte Twitter ? Comment analyser ses followers ? Utilisez les outils statistiques de Twitter pour faire le suivi de votre compte et analyser vos performances.

Consultez le tutoriel pour [utiliser les statistiques Twitter ?](#)

1. Comment utiliser les statistiques Twitter ?
2. Les statistiques de campagnes Twitter
3. Les statistiques de tweets
4. Les statistiques de comptes Twitter
5. Les statistiques de cartes Twitter
6. Les statistiques de sites sur Twitter

10. Utiliser Twitter pour votre service client

Comment utiliser Twitter dans votre SAV ? Comment mettre en place un support client sur Twitter ? Télécharger le PDF avec toutes les recommandations de Twitter.

Consultez le tutoriel pour [mettre en place un SAV sur Twitter](#)



1. Mettre en Place un Service Client sur Twitter
2. Les étapes de la mise en place d'un SAV sur Twitter

11. Surveiller la réputation de votre

entreprise sur Twitter

Comment surveiller votre marque sur Twitter ? Comment surveiller vos concurrents ? Comment se servir de toutes les fonctionnalités de recherche du moteur de Twitter pour surveiller ce que les utilisateurs disent sur votre entreprise, votre marque, vos concurrents ou tout simplement pour être à l'écoute des tendances, des buzz sur lesquels surfer, des conversations dans lesquelles plonger.

Consultez le tutoriel pour [faire une recherche avancée sur Twitter](#)



EDIT : [Twitter a sorti Curator](#) pour faire votre veille sur Twitter, filtrer les tweets et les publier sur votre site

1. Le moteur de recherche Twitter
2. Une nouvelle interface de recherche sur Twitter
3. Les opérateurs de recherche sur Twitter
4. La recherche avancée sur Twitter
5. Rechercher sur Twitter avec Topsy
6. Faire une recherche Twitter avec Twtrland
7. Créer une alerte email sur Twitter

Si vous souhaitez être accompagné pour [maîtriser Twitter et les réseaux sociaux](#), réservez votre entretien de découverte.

Le Guide Complet du Marketing sur LinkedIn

Le Guide du Marketing LinkedIn®

Guide Complet

Marketing LinkedIn : le Guide Complet. Tous les tutoriels pour utiliser LinkedIn, optimiser votre profil, créer une page entreprise, gagner des abonnés, obtenir plus de likes, de partages et de commentaires sur vos publications afin de générer des leads et trouver des clients sur LinkedIn.

Le Marketing sur LinkedIn

Le marketing sur LinkedIn est un must pour trouver des clients en B2B, communiquer de manière ciblée auprès des professionnels et construire une image d'expert dans un domaine en poussant vos contenus.

Le Guide du Marketing



Guide Complet

1. Débuter sur LinkedIn

Quelles sont les fonctionnalités de LinkedIn ? Quels outils sont mis à la disposition des entreprises sur LinkedIn ? Comment utiliser tout le potentiel de ce réseau social ?

Consultez le tutoriel pour [utiliser LinkedIn](#)

1. Les Chiffres sur LinkedIn
2. Comment fonctionne LinkedIn ?
3. Tutoriels marketing LinkedIn

2. Augmenter l'engagement de vos publications sur LinkedIn

Comment obtenir plus de j'aime sur LinkedIn ? Comment obtenir plus de partages sur LinkedIn ? Générer de l'engagement sur vos posts est un des leviers pour vous faire connaître et travailler votre notoriété au-delà de votre cercles de contacts ou des abonnés de votre page.

Consultez le tutoriel pour [augmenter l'engagement de vos posts sur LinkedIn](#)



Augmenter votre Engagement sur **LinkedIn**

Guide Complet

1. Comment publier des posts efficaces sur LinkedIn ?
2. Générez de l'engagement avec vos publications
3. Publiez des contenus de qualité pour plus de partages
4. Engagez votre communauté sur LinkedIn
5. Industrialisez votre stratégie sur LinkedIn
6. Testez pour optimiser votre approche
7. Analysez vos statistiques sur LinkedIn
8. Poussez vos posts avec de la publicité sur LinkedIn

3. Optimiser votre profil LinkedIn

Comment optimiser son profil sur LinkedIn ? Comment optimiser sa page LinkedIn ? Quelles sont les dimensions idéales des photos sur LinkedIn ? Un profil ou une page optimisée permet d'asseoir sa crédibilité en tant qu'expert ou tant qu'entreprise avec pour conséquence des connections plus nombreuses avec d'autres utilisateurs et plus d'abonnés pour vos pages.

Consultez le tutoriel pour connaître les [dimensions des photos sur LinkedIn](#)



Le Guide des Dimensions des Photos sur LinkedIn

Guide Complet

1. Optimiser vos images sur LinkedIn
2. Les dimensions des photos sur LinkedIn

4. Identifier le meilleur moment pour poster sur LinkedIn

Quel est le meilleur moment de la journée pour poster ? Optimiser l'heure et les jours de publication peut permettre d'augmenter notablement l'engagement sur vos posts.

Consultez le tutoriel pour connaître [quand publier sur LinkedIn](#)



Quand Publier sur

LinkedIn

1. Quand publier sur LinkedIn ?
2. A quelle heure publier sur LinkedIn ?
3. Quel est le meilleur moment pour publier sur LinkedIn ?
4. L'infographie des meilleurs moments pour publier sur LinkedIn

5. Programmer vos posts sur LinkedIn

Comment programmer vos publications sur LinkedIn ? Comment planifier vos publications ? Comment programmer vos posts à l'avance ?

Automatiser vos publications permet de gagner du temps dans la gestion de LinkedIn, de publier aux meilleures heures et de répartir vos posts tout au long de la journée et de la semaine.

Consultez le tutoriel pour [programmer vos posts LinkedIn](#)



1. Programmer vos publications sur LinkedIn
2. Programmer vos publications LinkedIn : les outils gratuits
2. Programmer vos posts LinkedIn : les outils payants

6. Les applications mobiles de LinkedIn

La liste des applications mobiles LinkedIn. LinkedIn dispose d'un portefeuille d'applications conséquent couvrant chacun des usages de ses utilisateurs : réseautage, prospection de clients, gestion de pages, recrutement...

Consultez la [liste des applications LinkedIn](#)

La Liste des Applications Mobiles

LinkedIn®

Guide Complet

1. L'application Mobile LinkedIn
2. L'application LinkedIn Groupes
3. L'application LinkedIn Lookup
4. L'application LinkedIn Elevate
5. L'application LinkedIn Connected
6. L'application LinkedIn Pulse
7. L'application LinkedIn Sales Navigator
8. L'application LinkedIn Job Search
9. L'application LinkedIn Recruiter
10. L'application SlideShare Presentations
11. L'application Lynda

Si vous souhaitez bénéficier d'un accompagnement sur [LinkedIn et les réseaux sociaux](#), réservez votre entretien de découverte.

Le Guide Complet du Marketing sur Pinterest



Marketing Pinterest : le Guide Complet. Tous les tutoriels pour utiliser Pinterest, créer une page entreprise, optimiser votre profil, gagner des abonnés et obtenir plus de partages et j'aime sur vos photos.

Le Marketing sur Pinterest

Le marketing sur Pinterest est un moyen efficace de communiquer sur vos produits grâce aux contenus visuels et de créer du trafic en retour vers votre boutique en ligne.



1. Débuter sur Pinterest

Quelles sont les fonctionnalités de Pinterest ? Quels outils sont mis à la disposition des marques et des entreprises sur Pinterest ? Comment utiliser tout le potentiel de ce réseau social ?

Consultez le tutoriel pour [utiliser Pinterest](#)

1. Les Chiffres sur Pinterest
2. Comment fonctionne Pinterest ?
3. Tutoriels marketing Pinterest

2. Optimiser votre profil Pinterest

Comment optimiser son profil sur Pinterest ? Quelles sont les dimensions idéales des photos sur Pinterest ? Des photos optimisées obtiennent plus de repins, plus de j'aime et par conséquent vous permettent de faire l'acquisition de nouveaux followers plus rapidement.

Consultez le tutoriel pour [connaître les dimensions des photos sur Pinterest](#)



Le Guide des Dimensions des Photos sur Pinterest

Guide Complet

1. Optimiser vos images sur Pinterest
2. Dimensions des photos sur Pinterest

3. Augmenter le nombre de vos followers sur Pinterest

Comment augmenter le nombre de vos abonnés sur Pinterest ? Une erreur classique sur Pinterest (et sur les réseaux sociaux en général) est de ne pas atteindre rapidement la masse critique de followers qui permet ensuite de pousser vos photos vers une base d'abonnés suffisante pour que vos efforts de création de contenus soient minimes au regard des retombées et partages. Suivez les bonnes pratiques pour accélérer votre croissance.

Consultez le tutoriel pour [utiliser Pinterest pour votre entreprise](#)



Pinterest pour votre Entreprise

Guide Complet

1. Choisir Pinterest pour votre entreprise

2. Pinterest = Trafic + Ventés
3. Les 4 comportements sur Pinterest
4. Comment obtenir de l'engagement sur Pinterest ?
5. Quelle est la taille parfaite d'une photo sur Pinterest ?
6. Le meilleur moment pour poster sur Pinterest
7. Comment avoir plus de followers sur Pinterest ?
8. Comment créer du trafic sur Pinterest ?
9. L'infographie de Quicksprout pour générer des ventes avec Pinterest

4. Obtenir plus de partages sur Pinterest

Comment obtenir des repins sur vos photos ? Travailler vos photos en vous inspirant des bonnes pratiques vous permettra d'obtenir plus de partage donc plus de visibilité pour chacune de vos publications.

Consultez le tutoriel pour [connaître les photos à publier sur Pinterest pour plus de repins](#)



1. Avant de débiter sur Pinterest
2. Quelles photos publier sur Pinterest ?
3. Créer des photos utiles sur Pinterest
4. Créer de belles photos pour Pinterest
5. Créer des photos qui incitent à passer à l'action

5. Identifier le meilleur moment pour publier sur Pinterest

Quel est le meilleur moment de la journée pour poster ? Optimiser l'heure

et les jours de publication peut permettre d'augmenter les partages de vos photos.

Consultez le tutoriel pour [savoir quand publier sur Pinterest](#)



1. Quand Publier sur Pinterest ?
2. A quelle heure publier sur Pinterest ?
3. Quel est le meilleur moment pour publier sur Pinterest ?
4. L'infographie des meilleurs moments pour publier sur Pinterest

6. Programmer vos posts sur Pinterest

Comment programmer vos publications sur Pinterest ? Comment planifier vos publications ? Comment programmer vos posts à l'avance ?

Automatiser vos publications permet de gagner du temps dans la gestion de Pinterest, de publier aux meilleures heures et de répartir vos posts tout au long de la journée et de la semaine.

Consultez le tutoriel pour [programmer vos posts Pinterest](#)



Programmer vos Posts sur Pinterest

Guide Complet

1. Programmer vos posts sur Pinterest avec Buffer
2. Programmer vos photos sur Pinterest avec Tailwind
3. Programmer vos épingles avec Postso

7. Faire de la publicité sur Pinterest

Comment faire de la publicité sur Pinterest ? La publicité sur Pinterest peut vous permettre de créer plus rapidement votre communauté puis une fois que votre stratégie est rodée d'amplifier votre action pour toucher plus d'utilisateurs. Pinterest offre des formats intéressants pour créer du trafic vers votre site et augmenter vos ventes.

Consultez le tutoriel pour [faire de la publicité sur Pinterest](#)



Les Campagnes de Publicité *Pinterest*

Guide Complet

1. Utiliser la publicité sur Pinterest
2. Les Promoted Pins
3. Les formats de publicité sur Pinterest

Le Guide Complet du Marketing sur Google+

Le Guide du Marketing Google+

Guide Complet

Marketing Google+ : le Guide Complet. Tous les tutoriels pour utiliser Google+, créer une page entreprise, optimiser votre profil, gagner des abonnés et augmenter l'engagement de vos publications sur le réseau social de Google.

Le Marketing sur Google+

Le marketing sur Google+ n'est pas simple mais contrairement aux réseaux sociaux majeurs, la place est encore ouverte pour créer une communauté autour de votre marque et pousser vos contenus.

Le Guide du Marketing Google+

Guide Complet

1. Débuter sur Google+

Quelles sont les fonctionnalités de Google+ ? Quels outils sont mis à la disposition des marques et des entreprises sur Google+ ? Comment utiliser tout le potentiel de ce réseau social ?

Consultez le tutoriel pour [utiliser Google+](#)



Toutes les Fonctionnalités de Google+

1. Les Chiffres sur Google+
2. Comment fonctionne Google+ ?
3. Tutoriels marketing Google+

2. Google+ dans votre stratégie marketing

Google+ pâtit d'une mauvaise image : bien que Google+ soit un échec pour Google face à Facebook, en terme de marketing, le réseau social possède

malgré tout des vertus que vous devriez étudier avant de décréter qu'il n'a pas sa place dans votre stratégie.

Consultez le tutoriel sur les [raisons d'utiliser Google+](#)



1. A quoi sert Google+ ?
2. Pourquoi utiliser Google+ ?
3. Pourquoi être présent sur Google+ ?

3. Optimiser votre profil Google+

Comment optimiser son profil sur Google+ ? Comment optimiser la taille de vos photos sur Google+ ? Quelles sont les dimensions idéales des photos sur Google+ ? Une page optimisée visuellement fait partie de ces marques de crédibilité qui augmentent sensiblement les taux de conversion des simples visiteurs de votre page en abonnés faisant le choix de recevoir vos actualités.

Consultez le guide des [dimensions des photos sur Google+](#)



Le Guide des Dimensions des Photos sur Google+

Guide Complet

1. Optimiser vos images sur Google+
2. Les dimensions des photos sur Google+

4. Augmenter votre engagement sur Google+

Comment publier des posts efficaces sur Google+ ? Comment augmenter l'engagement sur vos publications Google+ ? Comment obtenir des partages, des +1 et des commentaires sur vos posts ? L'engagement est un indicateur de la qualité de vos publications et permet de profiter des effets de réseaux pour faire connaître votre entreprise

Consultez le tutoriel pour savoir [que publier sur Google+](#)

A graphic featuring a network of white dots connected by thin white lines, set against a red background. The dots and lines are scattered across the top and right sides of the graphic, creating a web-like structure.

**Que publier sur
Google+ pour plus
de Visibilité ?**

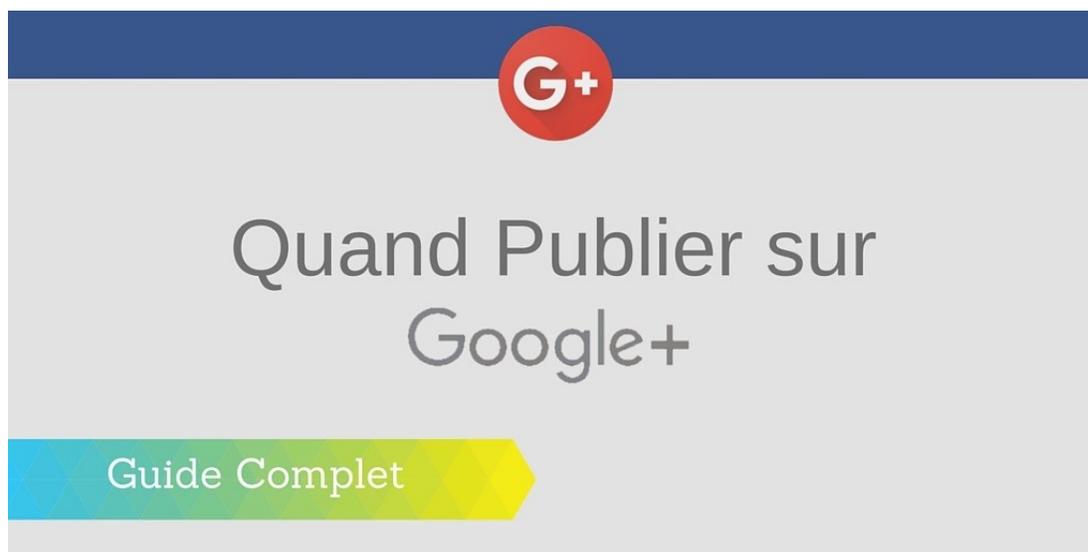
1. Augmenter votre visibilité sur Google+
2. Les posts qui fonctionnent le mieux sur Google+
3. Comment obtenir des +1 sur Google+

4. Comment obtenir des commentaires sur Google+
5. Comment obtenir des partages sur Google+
6. Les posts les plus performants sur Google+
7. Quel est l'impact de la longueur de vos posts sur Google+ ?
8. Augmenter le nombre de vos partages sur Google+

5. Publier au meilleur moment sur Google+

Comment identifier le meilleur moment pour publier ? Quel est le meilleur moment de la journée pour poster ? Optimiser l'heure et les jours de publication peut permettre d'augmenter notablement l'engagement sur vos posts.

Consultez le tutoriel pour savoir [quand publier sur Google+](#)



1. Quand publier sur Google+ ?
2. A quelle heure publier sur Google+ ?
3. Quel est le meilleur moment pour publier sur Google+ ?
4. L'infographie des meilleurs moments pour publier sur Google+

6. Programmer vos posts sur Google+

Comment programmer vos publications sur Google+ ? Comment planifier vos publications ? Comment programmer vos posts à l'avance ?

Automatiser vos publications permet de gagner du temps dans la gestion de Google+, de publier aux meilleures heures et de répartir vos posts tout au long de la journée et de la semaine.

Consultez le tutoriel pour [programmer vos posts sur Google](#)



Programmer vos Posts sur Google+

Guide Complet

1. Les outils gratuits pour programmer vos publications
2. Les outils payants pour planifier vos posts sur Google+

7. Faire de la publicité sur Google+

Comment faire de la publicité pour promouvoir votre page Google+ ?

Google ne permet pas encore de diffuser de la publicité sur Google+. Cependant, sa plateforme de publicité Google Adwords permet déjà de diffuser des annonces sur le réseau de Google afin de promouvoir des publications et des pages Google+. Un moyen pour des marques disposant de moyens conséquents de recruter des abonnés et de booster leur page afin d'atteindre la taille critique de followers qui manque à 95% des entreprises qui essaient d'émerger sur Google+.

Consultez le tutoriel pour [créer une publicité sur Google+](#)



Créer une Publicité sur Google+

Guide Complet

Le Guide Complet du Marketing sur Instagram



Marketing Instagram : le Guide Complet. Tous les tutoriels pour **utiliser Instagram** pour les entreprises, les professionnels et les marques. Initiez votre présence sur Instagram, gagnez vos premiers followers et augmentez votre engagement grâce aux meilleures pratiques marketing sur Instagram.

Le Marketing sur Instagram

Le **marketing sur Instagram** est un levier intéressant à explorer pour développer la notoriété d'une marque auprès de ce réseau social en très forte croissance et dont la communauté est littéralement scotché à son fil de photo. Pour réussir sur Instagram, il vous faudra soit une marque forte (ou une personnalité forte) et une vraie stratégie pour proposer les contenus visuels que vos abonnés attendent.



Le Guide du Marketing sur Instagram

Guide Complet

1. Augmenter le nombre de vos followers sur Instagram

Comment avoir plus de followers ? Comment augmenter le nombre de mes abonnés ? Comment créer une communauté sur Instagram ? Comment créer un compte performant ?

Consultez le tutoriel pour [avoir plus de followers sur Instagram](#)

*Plus d'abonnés sur
Instagram*



Le Guide Complet



1. Comment avoir plus d'abonnés sur Instagram ?
2. Quelle stratégie sur Instagram ?
3. Quelles photos sont les plus likées sur Instagram ?
4. Quelle stratégie sur Instagram pour une entreprise ?
5. Créer un compte Instagram performant
6. Gagner vos 100 premiers abonnés sur Instagram
7. Publier des photos virales sur Instagram

8. Utiliser les vidéos sur Instagram
9. Utiliser Hyperlapse pour réaliser des timelapse
10. Planifier vos publications sur Instagram
11. Utiliser les statistiques Instagram
12. Comment avoir plus de followers sur Instagram ?
13. Développer votre réseau sur Instagram
14. Promouvoir votre compte Instagram
15. Gagner des followers de manière automatique
16. Acheter des followers sur Instagram
17. La publicité sur Instagram

Gagner des followers sur Instagram

Consultez le tutoriel pour [gagner des abonnés sur Instagram](#)



1. Gagner des followers sur Instagram
2. Followadder : augmentez le nombre de vos followers sur Instagram

2. Augmenter le nombre de likes sur Instagram

Comment avoir plus de likes sur photos ? Comment obtenir plus de j'aime ?
Comment améliorer l'engagement sur vos photos instagram ?

Consultez le tutoriel pour [avoir plus de likes sur vos photos Instagram](#)

Plus de J'aime sur Instagram

≡ Le Guide Complet ≡

1. Quelle est votre stratégie sur Instagram ?
2. Quelles photos obtiennent le plus de likes sur Instagram ?
3. Comment obtenir plus de J'aime sur Instagram ?
4. Interagir avec votre communauté
5. Être constant dans vos publications
6. Identifier le meilleur moment publier sur Instagram
7. Utiliser les statistiques Instagram
8. Acheter des likes
9. Utiliser la publicité sur Instagram pour générer plus de likes
10. Le Guide Instagram officiel

Les dimensions des photos sur Instagram

Quelles sont les dimensions des images sur Instagram ? Comment optimiser les images de votre compte ?

Consultez le guide des [dimensions des photos sur Instagram](#)



Le Guide des Dimensions des Photos sur Instagram

Guide Complet

Augmenter votre engagement sur Instagram

Consultez le tutoriel pour [plus d'engagement sur Instagram](#)

1. Instagram est un réseau en explosion
2. Comment augmenter votre engagement sur Instagram ?
3. Comment accélérer la croissance de votre compte Instagram ?
4. Comment mesurer l'engagement sur votre compte Instagram ?

Reposter une photo d'un compte Instagram

Comment republier la photo d'un compte Instagram sur votre propre compte ? Comment reposter des photos populaires afin de profiter de la viralité de ces contenus pour promouvoir votre propre compte ? La fonction "retweet" n'existe pas sur Instagram mais des outils tiers permettent de palier à ce manque.

Consultez le tutoriel pour [republier une photo sur Instagram](#)

Publier vos photos sur Twitter

Comment publier vos photos Instagram sur Twitter ? Comment profiter de l'incroyable outil de création de photos qu'est Instagram pour alimenter votre compte Twitter en contenus de qualité et renvoyer du trafic vers votre compte Instagram.

Consultez le tutoriel pour [publier vos photos Instagram sur Twitter](#)

3. Programmer vos photos sur Instagram

Comment programmer la publication de vos photos ? Comment planifier vos publications afin d'alimenter votre en continu et publier au meilleur moment pour toucher plus de followers ?

Consultez le tutoriel pour [planifier vos publications sur Instagram](#)



1. Programmer vos photos sur Instagram avec Autogrammer
2. Programmer vos posts sur Instagram avec Takeoff
3. Programmer vos publications sur Instagram avec Latergram
4. Planifier vos posts sur Instagram avec Schedugram
5. Planifier vos photos sur Instagram avec Onlypult
6. Automatiser vos publications sur Instagram avec Followadder

4. Quand publier sur Instagram

Quel est le meilleur moment pour publier vos photos ? A quelle heure de la journée et de la semaine publier pour obtenir le plus de likes et de commentaires ?

Consultez le tutoriel pour [publier au bon moment sur Instagram](#)



Quand Publier sur Instagram

1. Quand Publier sur Instagram ?
2. A quelle heure publier sur Instagram ?
3. Quel est le meilleur moment pour publier sur Facebook ?
4. L'infographie des meilleurs moments pour publier sur Instagram

5. La publicité sur Instagram

Comment réaliser des campagnes sur Instagram ? Comment développer votre compte Instagram plus rapidement grâce à la publicité ? Comment augmenter votre visibilité et générer du trafic vers votre site grâce au programme de publicité d'Instagram ?

Consultez le tutoriel sur [les campagnes de publicité sur Instagram](#)

La Publicité sur Instagram

≡ Le Guide Complet ≡

1. La publicité sur Instagram
2. Les publicités vidéo sur Instagram
3. Les sondages Instagram

4. Les carousel Ads
5. Les boutons Instagram
6. Le ciblage des publicités sur Instagram
7. Les statistiques de campagnes de publicité sur Instagram

6. Les statistiques Instagram

Pas de marketing sans suivi statistique. Comment évaluer l'impact de vos actions sur Instagram ? Comment évaluer votre ROI sur Instagram ? Comment optimiser votre compte en analysant vos statistiques ?

Consultez le tutoriel pour [utiliser les statistiques sur Instagram](#)

1. Les statistiques sur Instagram
2. Les statistiques de campagnes Instagram
3. Iconosquare : analyser les statistiques de votre compte Instagram

7. Les applications Instagram

Consultez les [applications mobiles Instagram](#)



1. L'application Hyperlapse
 2. L'application Boomerang
 3. L'application Layout
 4. L'application Afterlight
 5. Followadder
 6. L'application Repost for Instagram
- Bonus : l'application Bolt

Le Guide de la Publicité sur les Réseaux Sociaux

Le Guide de la Publicité sur les Réseaux Sociaux



Guide Complet

Publicité sur les réseaux sociaux : le Guide Complet. Tous les tutoriels pour mettre en place des campagnes de publicité sur les réseaux sociaux et promouvoir votre entreprise et votre marque sur Facebook, Twitter, Youtube, Google+, Pinterest, Instagram, Tumblr, Flipboard et Foursquare.

La Publicité sur les réseaux sociaux

La **publicité sur les réseaux sociaux** permet de cibler très finement vos clients sur les plateformes qu'ils aiment consulter grâce à des ciblage comportementaux mais aussi du retargeting.

Le Guide de la Publicité sur les Réseaux Sociaux



Guide Complet

1. La Publicité sur Facebook

Comment faire de la publicité sur Facebook ? Comment réaliser des campagnes de publicité sur Facebook ? Les Facebook Ads sont désormais une alternative puissante à Google Adwords grâce à la qualité de son ciblage et ses outils de retargeting. D'autant que Facebook prépare son réseau d'applications et sites partenaires pour diffuser vos publicités hors de Facebook.

Consultez le guide de la [publicité sur Facebook](#)



Le Guide de la Publicité sur Facebook

Guide Complet

1. Créer une publicité sur Facebook
2. Bien gérer vos campagnes Facebook
3. Créer une campagne remarketing Facebook
4. Les performances moyennes d'une campagne Facebook

2. La Publicité sur Twitter

Comment faire de la publicité sur Twitter ? Comment réaliser des campagnes de publicité sur Twitter ? Twitter offre des ciblage intéressants à la fois comportementaux et par mot-clés et ne va pas tarder à s'ouvrir au-delà de Twitter en commençant par des applications partenaires grâce au Twitter Publisher Network.

Consultez le tutoriel pour [faire de la publicité sur Twitter](#)



The graphic consists of a light blue background. On the left, there is a white Twitter bird logo inside a blue square. To its right, the text 'Faire de la Publicité sur Twitter' is written in a bold, blue, sans-serif font. Below this, a horizontal banner with a blue-to-pink gradient contains the text 'Guide Complet' in white. On the right side, there is a screenshot of a tweet from 'RelayRides @RelayRides'. The tweet text reads: 'Cruise like a local. Rent your dream car from trusted local owners, 30% cheaper than traditional agencies.' Below the text is a photo of a blue Jeep. Underneath the photo, it says 'RelayRides - Car Rental', '3.5/5.0 stars - 12 ratings', and 'Promoted by RelayRides'. An 'Install' button is visible in the bottom right corner of the tweet screenshot.

1. Comment fonctionnent les publicités sur Twitter ?
2. Quel est le coût d'une publicité sur Twitter ?
3. Définir vos objectifs sur Twitter
4. Comment créer une campagne de publicité sur Twitter ?
5. Comment créer votre publicité sur Twitter
6. Programmer vos publicités sur Twitter ?
7. Créer votre tweet sponsorisé
8. Définir le ciblage des publicités sur Twitter
9. Configurer le tracking des conversions sur Twitter
10. Sélectionner manuellement ou sponsoriser automatiquement vos tweets
11. Gérer l'outil d'enchère des publicités sur Twitter
12. Utiliser l'outil de statistique de Twitter
13. Bonus : Comment créer un tweet sponsorisé en 2 clics ?

3. La Publicité sur Youtube

Consultez le tutoriel pour [faire de la publicité sur Youtube](#)

1. La promotion de vidéos sur Youtube
2. Les campagnes Vidéo Adwords
3. Les campagnes de remarketing Youtube
4. La publicité Youtube dans les campagnes Réseau de Recherche
5. La publicité Youtube dans les campagnes Réseau Display

4. La Publicité sur Instagram

Consultez le tutoriel pour [faire de la publicité sur Instagram](#)



1. La publicité sur Instagram
2. Les publicités vidéo sur Instagram
3. Les sondages Instagram
4. Les carousel Ads
5. Les statistiques de campagnes de publicité sur Instagram

5. La Publicité sur Google+

Comment faire de la publicité sur Google+ ? Comment réaliser des campagnes de publicité sur Google+ ? Google+ ne dispose pas encore de formats directement diffusés auprès de l'audience du réseau social de Google. Pour autant, Google propose des campagnes permettant de toucher vos clients hors de Google+ en sponsorisant des posts publiés sur Google+ afin de les amener à interagir avec vos contenus et à les inciter à s'abonner à votre page.

Consultez le tutoriel pour [créer une publicité sur Google+](#)

Créer une Publicité sur Google+

Guide Complet

1. Créer une publicité sur Google Plus
2. Les formats de publicité Google Plus
3. Le fonctionnement des publicités Google+
4. Comment créer une publicité Google Plus ?
5. Utiliser les posts interactifs Google Plus pour vos publicités
6. Les +Post Ads

6. La Publicité sur Pinterest

Comment faire de la publicité sur Pinterest ? Comment créer une campagne Pinterest ? Tous les formats de publicité.

Consultez le tutoriel pour [faire de la publicité sur Pinterest](#)



Les Campagnes de Publicité *Pinterest*

Guide Complet

1. Utiliser la publicité sur Pinterest
2. Les Promoted Pins
3. Les formats de publicité sur Pinterest

4. Les campagnes de publicité sur Pinterest
5. Où sont diffusées les publicités Pinterest
6. Créer une publicité sur Pinterest
7. Le Bulk Editor de campagnes
8. Le prix de la publicité sur Pinterest
9. Les performances des publicités Pinterest
10. Les statistiques de campagnes de publicité sur Pinterest
11. Le suivi des conversions sur Pinterest

7. La Publicité sur Snapchat

Comment faire de la publicité sur Snapchat ? Comment créer une campagne Snapchat ? Snapchat est encore une plateforme de publicité premium réservée aux grandes marques.

Consultez le tutoriel pour [faire de la publicité sur Snapchat](#)



1. Utiliser la publicité sur Snapchat
2. La publicité sur Snapchat
3. Où sont diffusées les publicités Snapchat
4. Les publicités vidéos sur Snapchat
5. Les publicités Discover
6. Les publicités « App Installs »
7. Les publicités "Shopping"
8. Le ciblage des publicités Snapchat
9. Le prix de la publicité sur Snapchat
10. Quatre outils publicitaires complémentaires pour les marques
11. Les chaînes Discover brandées

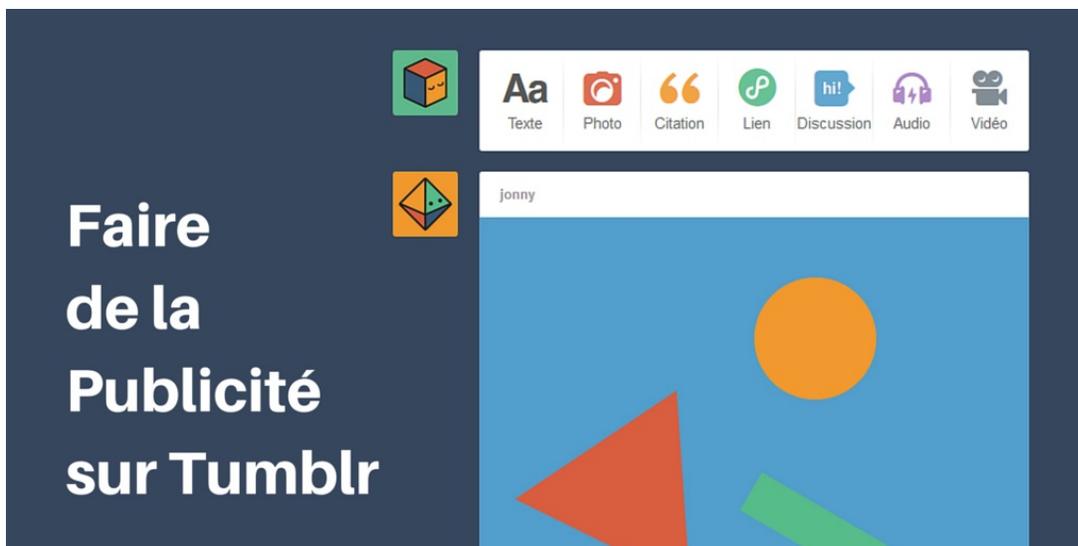
12. Les Live Stories sponsorisées
13. Les sponsored lenses
14. Les filtres sponsorisés
15. Créer une campagne de publicité sur Snapchat
16. Les statistiques de campagnes de publicité sur Snapchat

8. La Publicité sur LinkedIn

Consultez le tutoriel pour faire de la publicité sur LinkedIn

9. La Publicité sur Tumblr

Consultez le tutoriel pour [faire de la publicité sur Tumblr](#)



1. La publicité sur Tumblr
2. Les billets sponsorisés sur Tumblr
3. Les Tumblr Sponsored Apps
4. Promouvoir votre Tumblr
5. Promouvoir vos posts Tumblr sur Yahoo
6. Les « Sponsored Day » Ads
7. Les statistiques sur Tumblr
8. Comment faire de la publicité sur Tumblr ?

10. La Publicité sur Flipboard

Consultez le tutoriel pour [faire de la publicité sur Flipboard](#)

1. La publicité sur Flipboard
2. La publicité vidéo sur Flipboard

3. Comment faire de la publicité sur Flipboard ?

11. La Publicité sur Foursquare

Consultez le tutoriel pour [faire de la publicité sur Foursquare](#)



1. Foursquare et Swarm
2. Revendiquez votre page Foursquare
3. La publicité sur Foursquare
4. Un ciblage amélioré pour Foursquare
5. Une solution qui monte en puissance pour le Drive-to-Store

Si vous souhaitez [améliorer votre stratégie sur les réseaux sociaux](#), réservez votre entretien de découverte.

Vous voulez aller plus loin ?

Accédez à ma vidéo pour comprendre le système marketing qui me permet de générer 215 000 visiteurs et 2500 leads chaque mois.

Cliquez
ici

made with
Beacon