



François Scheid

Enora Castagné

Mathieu Daix

Romain Saillet

# LES FICHES OUTILS DES RÉSEAUX SOCIAUX

---

**91** fiches opérationnelles

---

**80** conseils personnalisés

---

**43** cas pratiques

---

**100** illustrations

---



**Pour aller plus loin**  
des ressources en ligne  
immédiatement accessibles

**EYROLLES**

© Groupe Eyrolles, 2015  
ISBN : 978-2-212-56018-3

# Sommaire

---

Introduction	13
--------------	----

Module 1	Panorama des réseaux sociaux	17
----------	------------------------------	----

Fiche 1	Les réseaux sociaux en chiffres	19
---------	---------------------------------	----

Fiche 2	Choisir un réseau social	22
---------	--------------------------	----

Fiche 3	Adapter sa stratégie au profil de l'entreprise	25
---------	------------------------------------------------	----

Fiche 4	Mesurer le retour sur investissement	28
---------	--------------------------------------	----

Module 2	Facebook	31
----------	----------	----

Fiche 5	Définir ses objectifs et ses moyens	33
---------	-------------------------------------	----

Fiche 6	Promouvoir sa fanpage	36
---------	-----------------------	----

Fiche 7	Utiliser les statistiques	40
---------	---------------------------	----

Fiche 8	Nuancer les statistiques	46
---------	--------------------------	----

Fiche 9	Augmenter l'engagement de ses fans	50
---------	------------------------------------	----

Fiche 10	Répondre aux critiques	55
----------	------------------------	----

Fiche 11	Faire de la publicité	58
----------	-----------------------	----

Fiche 12	Réaliser une campagne publicitaire	61
----------	------------------------------------	----

Fiche 13	Lancer un concours	65
----------	--------------------	----

Fiche 14	Choisir un type de concours	67
----------	-----------------------------	----

Module 3	Twitter	71
Fiche 15	À quoi sert une présence sur Twitter ?	73
Fiche 16	Comprendre le fonctionnement	76
Fiche 17	Créer son profil	79
Fiche 18	Faire de la veille concurrentielle	83
Fiche 19	Débuter une conversation	85
Fiche 20	Animer une communauté	87
Fiche 21	Répondre à ses clients	89
Fiche 22	Gérer une crise	92
Fiche 23	Promouvoir un événement	95
Fiche 24	Générer du trafic	98
Fiche 25	La course aux <i>followers</i>	100
Module 4	Google+	103
Fiche 26	À quoi sert une présence sur Google+ ?	105
Fiche 27	Créer sa page entreprise	107
Fiche 28	Augmenter ses fans et promouvoir sa page	110
Fiche 29	Créer de l'engagement	113
Fiche 30	Attirer de nouveaux clients	116
Fiche 31	Les communautés Google+	119
Fiche 32	Utiliser Google Hangouts	122
Module 5	La vidéo : focus sur YouTube	125
Fiche 33	YouTube, Dailymotion ou Vimeo ?	127
Fiche 34	Les bonnes raisons d'être sur YouTube	131
Fiche 35	Les différentes façons d'exister sur YouTube	134
Fiche 36	Administrer sa chaîne	138
Fiche 37	Lancer sa chaîne YouTube	142

Fiche 38	Mettre en ligne ses vidéos et les référencer	145
Fiche 39	Réaliser des vidéos professionnelles et efficaces	149
Fiche 40	Favoriser le partage de ses vidéos	152
Fiche 41	Utiliser YouTube Analytics	156
Fiche 42	Devenir annonceur	161
Fiche 43	Devenir partenaire	166
Fiche 44	Les droits à respecter	170
Fiche 45	Utiliser l'application Vine	175
Module 6	Le marketing par l'image	179
Fiche 46	Qu'est-ce que le marketing par l'image ?	181
Fiche 47	Pinterest : la curation des images	187
Fiche 48	Pinterest : idées de campagnes	190
Fiche 49	Instagram : l'instantané au service de l'image	193
Fiche 50	Instagram : idées de campagnes	196
Fiche 51	Tumblr : le blog dédié aux images	200
Fiche 52	Flickr : l'outil des pros	205
Fiche 53	Snapchat : pour toucher les plus jeunes	209
Module 7	La géolocalisation	213
Fiche 54	Site mobile ou application mobile ?	215
Fiche 55	Facebook Localisation	218
Fiche 56	Google Local	221
Fiche 57	Foursquare	224
Fiche 58	Foursquare : idées de campagnes	227
Module 8	Les blogs	231
Fiche 59	Blog ou site web ?	233
Fiche 60	Pourquoi ouvrir un blog ?	236

Fiche 61	Choisir une plateforme pour son blog	239
Fiche 62	Créer son blog	244
Fiche 63	Lancer son blog	247
Fiche 64	À quelle fréquence faut-il publier ?	249
Module 9	Bâtir une stratégie sur les réseaux sociaux	251
Fiche 65	Définir une stratégie sur les réseaux sociaux	253
Fiche 66	Utiliser les réseaux sociaux avec peu de moyens	256
Fiche 67	Le rôle du <i>community manager</i>	260
Fiche 68	Les outils du <i>community manager</i>	263
Fiche 69	Les raccourcisseurs d'URL	267
Fiche 70	Les outils de publication : Buffer	270
Fiche 71	Les outils de publication : HootSuite	275
Fiche 72	Les outils de publication : TweetDeck	279
Fiche 73	Faire de la veille conversationnelle	282
Fiche 74	Trouver ses influenceurs	285
Fiche 75	Dix astuces pour une veille efficace	287
Fiche 76	La curation de contenu : Scoop.it	293
Module 10	Les réseaux sociaux professionnels : focus sur LinkedIn	297
Fiche 77	LinkedIn ou Viadeo ?	299
Fiche 78	Créer sa page entreprise sur LinkedIn	303
Fiche 79	Promouvoir et faire recommander ses services	307
Fiche 80	Créer des groupes de discussion	310
Fiche 81	Recruter les bons profils	313
Fiche 82	Faire de la publicité	316

Module 11	Lancer un nouveau produit ou projet	319
Fiche 83	Travailler ses relations influenceurs	321
Fiche 84	Obtenir des retombées presse gratuites	324
Fiche 85	Le b.a.-ba du <i>crowdfunding</i>	327
Fiche 86	Réussir sa campagne de <i>crowdfunding</i>	330
Fiche 87	<i>Crowdsourcing</i> et innovation collaborative	333
Module 12	Comportements et bonnes pratiques	337
Fiche 88	La charte de bonne conduite des collaborateurs	339
Fiche 89	La charte de modération pour les internautes	341
Fiche 90	Les pratiques à éviter	343
Fiche 91	Du profil pro au profil perso	346
	Glossaire	351
	Index	355