

Les internautes ont de plus en plus d'attentes concernant les marques. Pourtant ces dernières ignorent encore près de 50 % des posts de leurs clients sur Facebook et certaines les sous estiment, mais cela risque de changer. Les réseaux sociaux occupent une place de plus en plus importante dans la société et il est aujourd'hui jugé essentiel d'investir dans ce domaine. Les marketeurs de luxe s'y intéressent donc très sérieusement.

Un Marché en Mouvement

Plus de 60% des marketeurs interrogés jugent que d'ici 2015, les **réseaux sociaux** seront la « forme marketing » la plus utilisée et dépassera de loin toutes les autres formes de publicité. On a pu constater pendant la période de Noël 2012 l'importance des plateformes sociales. 93% des internautes ont partagé, ou reçu, une recommandation sur **Facebook**; (22% via **Twitter**). Autre statistique : 65% des recommandations d'utilisateurs ont conduit à un achat.

De Nouvelles Stratégies sur les Réseaux Sociaux

Selon une étude interrogeant les marketeurs de luxe et réalisée par l'institut de recherche *Worldwide Business Research*, la grande majorité de la clientèle des marques de luxe n'ont pas de fiche client. Pour pallier à ce manque, les **réseaux sociaux** peuvent fidéliser tout en amenant de nouveaux consommateurs. Par conséquent, 85% des marketeurs de luxe envisagent donc d'investir dans ce domaine de manière conséquente ; 83,7% souhaitent optimiser leurs sites et 72% souhaitent augmenter leur budget consacré au marketing via les **réseaux sociaux**.

La communication de photos des nouveaux produits via les sites internet semblent être la stratégie marketing la plus utilisée. Comme à son habitude, **Facebook** est la plateforme la plus utilisée, puisque 95% des marketeurs estiment y être très actif. **Twitter** arrive en seconde position avec 10 points en moins et **pinterest** arrive juste derrière avec 60% d'utilisateurs.

Un Début Encourageant

Les clients réagissent positivement à cette nouvelle **prospection**, jugée moins intrusive. Les retours commerciaux des campagnes publicitaires développés grâce aux **réseaux sociaux** sont très positifs. Selon l'étude, 63% des marketeurs se réjouissent des résultats. Le marché du mobile devient le nouveau marché à pourvoir et sera la prochaine étape d'un développement sur la toile.

Expertisme, agence en Marketing et Communication digitale spécialisée dans les **Réseaux Sociaux**, accompagne des marques de luxe dans leurs stratégies marketing et de communication digitale. Elle a notamment conseillé stratégiquement et mise en œuvre opérationnellement les présences digitales des marques telles que **Evidens de beauté**, **Lambert & Associates**, et **Yves Rocher**.