

Véritable vitrine virtuelle, les réseaux sociaux sont aujourd'hui un canal de communication inévitable pour toutes les entreprises. En effet, d'un point de vue marketing, les opportunités offertes par ces plateformes ne cessent de se multiplier et les avantages proposés sont de plus en plus nombreux.

Depuis 2012, publicité et réseaux sociaux se conjuguent à la perfection. Les revenus engendrés par ces toutes nouvelles régies publicitaires n'ont pas fini d'augmenter : on observe une croissance annuelle de 18,6% sur ce marché avec 8,4 milliards de revenus prévus en 2017 (étude INfluencia)

Pourquoi choisir de promouvoir ses services/produits via les réseaux sociaux ?

Tout d'abord, il est très facile d'optimiser sa campagne en ciblant un public précis, potentiellement plus intéressé, grâce à la quantité d'informations de qualité collectées par les réseaux sociaux : origine, sexe, tranches d'âge, habitudes de consommation, goûts, intérêts, ...

De plus, ce public est aujourd'hui de plus en plus connecté et passe maintenant plus de 30% de son utilisation smartphone à naviguer sur les réseaux sociaux, ce qui équivaut à plus de 121 milliards de minutes par mois (étude Nielsen).

Enfin, le coût d'une telle campagne est largement inférieur aux médias classiques. Le budget peut être facilement adapté à vos besoins et selon vos ressources.

Faire de la publicité sur les réseaux sociaux est donc devenu incontournable. Ainsi, 64% des annonceurs, qui utilisent déjà ces plateformes pour promouvoir leur marque, ont pour objectif d'y investir d'avantage (étude Nielsen).

Comment choisir sa plateforme ?



Facebook

Selon nous, la **régie publicitaire Facebook** est de loin la plus complète. Elle propose une offre très diversifiée qui s'adapte à tous les objectifs. Les options sont nombreuses. D'ailleurs, il est désormais possible d'ajouter un bouton call-to-action ou de créer sa publicité sur Facebook Mobile.

Twitter

Twitter, quant à lui, s'inscrit dans le Real-Time marketing et permet aux entreprises de créer une interaction en temps réel avec ses clients. Le point positif est que, depuis peu, **Twitter Ads** est disponible en France en libre service et il est donc possible de sponsoriser un tweet, un compte ou même une tendance. Pour plus d'informations, vous pouvez vous diriger vers notre article dédié à ce sujet. De plus, le « TV conversion targeting » a été récemment développé et permet aux marques de profiter de l'audience des programmes TV populaires via l'avis des téléspectateurs relayés en temps réel.

Enfin, **LinkedIn Ads** reste le plus professionnel.

Son petit plus : il permet une segmentation selon le secteur d'activité, la fonction occupée ou la taille de l'entreprise et vient en renfort des stratégies de conquête, de fidélisation et de promotions commerciales.

Pour plus d'informations sur nos diverses prestations ou formations à ce sujet, vous pouvez nous contacter au 01 42 66 36 42