

GESTION DES RÉSEAUX SOCIAUX

Octobre 2021

Clara Renault - We Used To Be Friends

hello@weusedtobefriends.com / 06 16 28 50 37

WUTBF

GESTION DES RÉSEAUX SOCIAUX

Les objectifs :

- Création de stratégie
- Gestion de l'image de votre groupe
- Humaniser votre image
- Création de contenu (Wording + visuel)
- Travail de modération et de veille
- Analyse des résultats sur les réseaux



GESTION DES RÉSEAUX SOCIAUX

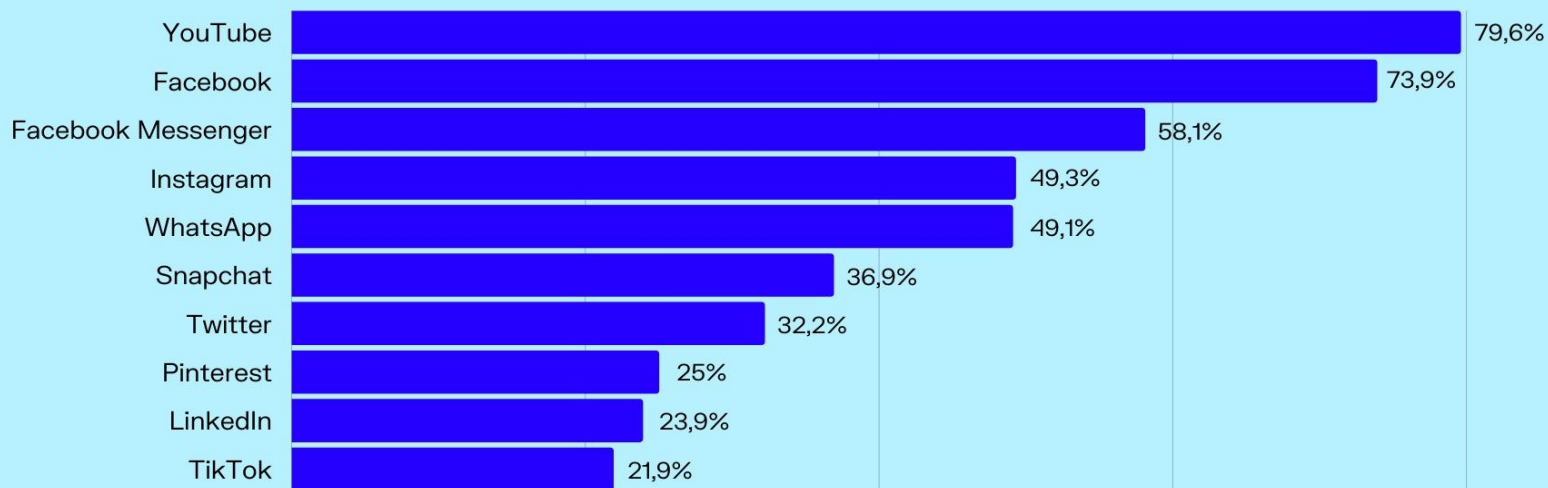
8 bonnes raisons d'utiliser les réseaux sociaux pour votre groupe :

- **Faire connaître** votre projet
- **Inciter** le public à venir à vos concerts
- **Vendre** des albums, des EPs et du merchandising
- **Augmenter le nombre de vos téléchargements** (Bandcamp)
- **Trouver de nouvelles dates** de concerts, organiser de nouvelles tournées
- **Se faire programmer** sur des festivals
- **Augmenter le nombre de vues** de vos vidéos sur YouTube
- **Développer votre base de fans** sur les réseaux sociaux (Facebook, Instagram, Twitter, etc.)



GESTION DES RÉSEAUX SOCIAUX

Les 10 médias sociaux les plus utilisés en France (en % d'utilisateurs)



Source : Digital 2021 France - We are social & Hootsuite

OBERLO

GESTION DES RÉSEAUX SOCIAUX

INSTAGRAM : 17 MILLIONS D UTILISATEURS

Instagram attire en très grand nombre **les moins de 35 ans**. Depuis plus de trois ans, cette application connaît une croissance continue. Cela confirme qu'elle doit faire partie d'une stratégie de communication pour un artiste.

Le **taux d'interactions y est 4 fois plus important** que sur Facebook.

Cela veut dire qu'Instagram est un réseau social permettant réellement de **développer sa notoriété, son image de marque et créer des liens** avec son public.

De plus les dernières évolutions de cette application permettent de **générer un trafic** vers un site internet afin de commercialiser des biens ou services par exemple grâce à Instagram Shopping.

Cela veut dire qu'il est simple aujourd'hui de partager avec sa communauté Insta les liens de nos derniers titres pointant directement sur des plateformes de streaming.



GESTION DES RÉSEAUX SOCIAUX

ASTUCES POUR AVOIR UN BEAU FEED :

- Définir le thème de son feed instagram → C'est votre personnalité visuelle : Grunge, minimal, blanc, coloré ?
- Choisir ce que l'on veut poster → Choisir entre 1 à 5 choses
- Utiliser UN filtre et l'utiliser (app :VSCO, Snapseed) = cohérence
- Organisez vos photos de feed instagram = équilibre
- Coordonnez les couleurs : choisir 2 à 3 couleurs
- La lumière naturelle est votre meilleure amie = Qualité
- Les photos de qualités sont toujours gagnantes



GESTION DES RÉSEAUX SOCIAUX

Référencement # : Instagram

- # : moyen efficace pour obtenir de la visibilité = moyen de se faire connaître
- Vos publications sont référencées + rattachées à un corpus
- 12.6% d'engagement pour une publication qui est référencée avec un #

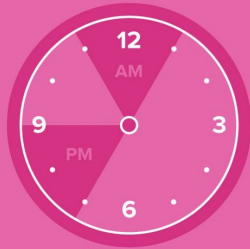
Ce qu'il faut savoir :

- Lorsque les personnes avec des profils privés tag des publications, elles n'apparaissent pas publiquement sur les pages de hashtag.
- Les nombres sont autorisés dans les hashtags. Cependant, les espaces et les caractères spéciaux, comme \$ ou %, ne fonctionnent pas.
- Vous ne pouvez ajouter des hashtags qu'à vos propres publications. Vous ne pouvez pas marquer les photos / vidéos d'autres personnes.
- Vous pouvez utiliser jusqu'à 30 hashtags sur une publication et 10 sur les stories.
- Changer vos hashtags Instagram dans chaque publication.
- Privilégiez la qualité à la quantité



Quand publier sur Instagram

Instagram



11h00 - 13h00
pendant le déjeuner

19h00 - 21h00
après le travail



Le mercredi obtient le meilleur taux d'engagement sur Instagram.



La plupart des abonnés Instagram se connectent sur un appareil mobile. Pour cette raison, ils évitent de parcourir leur compte pendant les heures de bureau.



INSTAGRAM

Instagram is one of the most popular platforms. Pew research found higher usage rates among black and Hispanic respondents.¹⁴

People who live in urban and suburban areas are more likely to use Instagram than people in rural areas.¹⁴

1 billion

MONTHLY USERS

(Users have posted 20 billion photos.)⁶

55%
18-29



28%
30-49



11%
50-64



4%
65+



31%



24%

Women are more likely to use Instagram than men.¹⁴

GESTION DES RÉSEAUX SOCIAUX

FACEBOOK :

Même s'il est clair que Facebook est en perte de vitesse d'acquisition de nouveaux adhérents, il reste toujours en **première place du podium**. Aujourd'hui Facebook compte **2,701 milliards d'abonnés**.

Selon webmarketing-com.com 1,2 milliard d'utilisateurs sont actifs chaque jour. Il reste encore essentiel de ne pas négliger la stratégie à appliquer sur ce réseau social.

C'est le réseau social **grand public** ! Il est la **continuité de votre site internet**. L'avantage avec Facebook c'est que vous pouvez **exploiter les données** de vos fans pour **créer des publicités** ou **sponsoriser vos posts**.



Quand publier sur Facebook

facebook

LU MA ME JE VE SA DI

Pire jour

Meilleurs jours



13h00 - 16h00

pendant les heures de travail



Le week-end obtient le meilleur taux d'engagement sur Facebook.



Les utilisateurs parcourent Facebook sur leur ordinateur de bureau pendant les moments de pause au travail.

QUEBLO



FACEBOOK

With 72% of adults on the internet using Facebook, it is the most popular social network and a must-have for any organization.¹⁴

1.6 BILLION

MONTHLY USERS

(1.09 Billion use Facebook every day.)¹

82%

18-29



79%

30-49



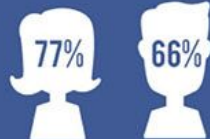
64%

50-64



48%

65+



Women are more likely to use Facebook than men.¹⁴

Ce qu'il faut savoir sur Facebook

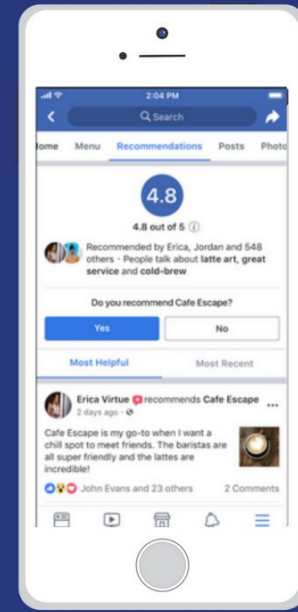
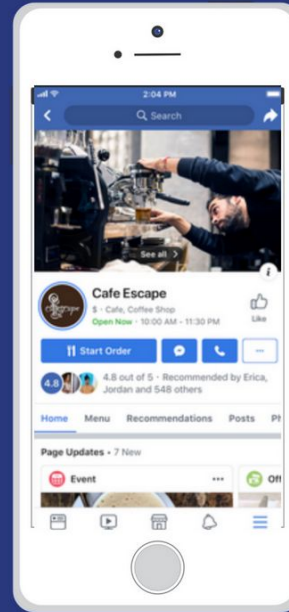
Les rôles de la page :

- **Gestionnaire** : gérer les rôles d'administration, envoyer des messages, créer des publications et des publicités, ainsi que de voir les statistiques
- **Créateur de contenu** : modifier la Page, envoyer des messages, créer des publications et des publicités, ainsi que de voir les statistiques
- **Modérateur** : répondre ou supprimer des commentaires, envoyer des messages, créer des publicités, ainsi que de voir les statistiques
- **Annonceur** : Créer des publicités et voir les statistiques
- **Analyste de statistiques** : Voir les statistiques

GESTION DES RÉSEAUX SOCIAUX

- Le **profil facebook** est limité à **5000 abonnés**
- Le **nombre de fan** sur une page est **illimité**
- Vous ne pouvez pas créer de page facebook sans avoir de profil
- Vous pouvez **modifier votre nom de page** tant que vous n'aurez pas dépassé les **200 fans**
- Format photo de couverture : **851 x 315 pixel**
- Format photo de profil : **170 x 170 pixel**

<https://www.youtube.com/watch?v=wWpI5Mg2HMM>



GESTION DES RÉSEAUX SOCIAUX

- Utiliser le **même nom** pour toutes vos pages
- Créer votre **nom d'utilisateur unique** pour qu'on puisse vous identifier
- **Renseigner correctement votre profil** (photos, bio, numéro de téléphone...)
- Saupoudrez votre page de **mots-clés** pour augmenter votre trafic
- **Relier la page et votre site internet**
- **Ajouter une publication épinglée** sur votre page



GESTION DES RÉSEAUX SOCIAUX

Événement facebook :

Créé par la salle :

- *Donner les éléments promos en amont (bio + photos)*
- *Toujours s'accorder avec la salle pour annoncer la date*
- *Demander le rôle de co organisateur de l'événement*

Créé par vous :

- *Remplir correctement le descriptif*
- *Avoir une belle photo de couverture*
- *Créer l'événement le jour de la sortie*
- *Publier sur votre page et dans l'événement régulièrement*

GESTION DES RÉSEAUX SOCIAUX

Boutique en ligne sur les réseaux sociaux

→ Permet de vendre votre merchandising ou votre CD.

Boutique sur facebook :

Rendez-vous sur votre page > paramètre > Onglet > Activé la case "Boutique"

→ Renvoie directement vers le site internet

Boutique sur Instagram :

<https://www.youtube.com/watch?v=IQnSyGrZ5Oc>

→ Renvoie directement vers le site internet



GESTION DES RÉSEAUX SOCIAUX

Twitter:

Twitter comptabilise **145 millions d'utilisateurs actifs** par jour et **500 millions de tweets** y sont envoyés tous les jours. Il va falloir faire preuve de ruse pour vous faire entendre.

Cette application est le **meilleur moyen de communiquer avec vos fans** mais aussi **d'interagir avec d'autres musiciens**.

Elle est essentielle dans votre stratégie de communication car Twitter n'est pas un simple réseau social mais un **réseau d'opinion**. Les internautes adorent donner leurs avis sur cette application.



GESTION DES RÉSEAUX SOCIAUX

Bonnes pratiques Twitter :

- Rédiger une bonne biographie
 - a. Qui êtes-vous ?
 - b. Pourquoi êtes-vous une personne à suivre ?
 - c. Quels sont vos objectifs ?
 - Suivre les comptes qui vous intéressent
 - Poster régulièrement et répondre aux followers
 - Bien choisir ses types de Tweets
- Il est recommandé de mettre :
- A. 1/3 de tweets originaux,
 - B. 1/3 de retweets, autrement dit de tweets partagés,
 - C. 1/3 d'engagements, c'est-à-dire d'interactions avec d'autres tweets.



GESTION DES RÉSEAUX SOCIAUX

TIKTOK :

Elle fait aujourd'hui partie du classement des réseaux sociaux qui comptent. Elle possède **635 millions d'utilisateurs** dans le monde et **4 millions en France**.

Un mobinaute l'ouvre en moyenne **8 fois par jour**. Elle est énormément appréciée des plus jeunes de **moins de 25 ans**.

Sa première cible est la **jeune population qui est extrêmement active** sur les réseaux sociaux. Cette cible est plus que convoitée. Les hits du moment y sont plus que exploités. C'est le moment d'y balancer vos titres.





La force de ce réseau social est de pouvoir **mettre une musique de son choix** sur la vidéo enregistrée. Maintenant c'est à vous d'y montrer votre créativité.



GESTION DES RÉSEAUX SOCIAUX

Astuces Tiktok*

Quel est le meilleur moment pour publier sur Tiktok

- 1** 
Meilleurs engagements
Les mardis à 9h00
Les jeudis à 12h
Les vendredis à 5 h 00
- 2** 
Meilleurs moments pour publier toute la semaine
Lundi 6h00
Lundi 10:00
Lundi 22h00
Mardis 2h00
Mardis 4h00
Mardis 9h00
Mercredis 7h00
Mercredis 8h00
Mercredi 23h00
Jeudis 9h00
Jeudis 12h
Jeudis 19h00
Vendredis 05h00
Vendredis 13h00
Vendredis 15h00
- 3** 
Vendredi
Les vidéos les plus performantes ont été publiées vers 17 h 00 – 18 h 30 le vendredi.
- 4** 
- 5** 
Etudiez votre public
Où se situe votre public?
À quelle heure votre public est-il éveillé?
Suivez les performances de votre contenu
Utilisez un outil d'analyse TikTok

<https://www.icphs2015.info/>

CONSEILS TIK TOK :

- Activez un **compte pro** “créateur”
- Ajoutez un **lien** à votre bio
- Ayez une bonne **qualité d'image**
- **Publiez très régulièrement**
- **Interagissez** avec les autres
- **Inspirez-vous** des autres comptes
- Faires des contenus **drôles, instructifs et beaux**
- Faire des **lives**

GESTION DES RÉSEAUX SOCIAUX

Quelques éléments à avoir sur Youtube :

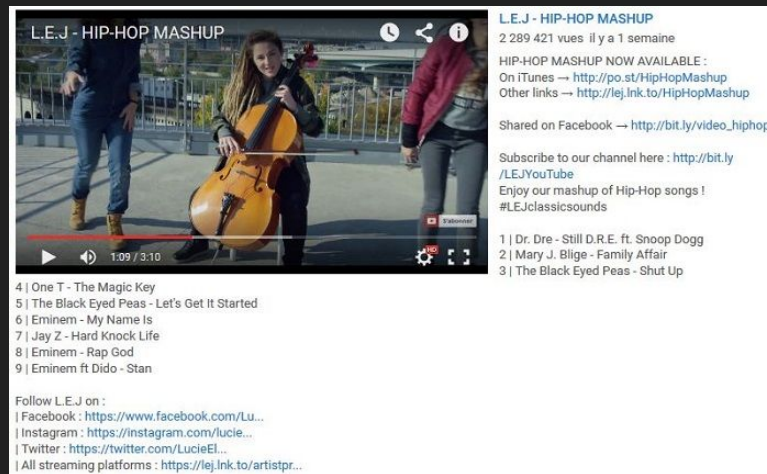
- un **nom** correspondant à votre nom de projet (pas de “OFFICIEL” ou de pseudo-“VEVO”)
- une **icône (logo)** qui permet d’identifier facilement votre projet sur Youtube
- une **illustration (bannière)** en rapport avec votre univers de marque
- une **description (courte bio)** qui résume ce que les visiteurs peuvent s’attendre à voir sur votre chaîne (type de vidéos, fréquence, histoire brève du projet, etc.)
- les **liens utiles** : site et réseaux sociaux
- des **playlists** pour organiser votre chaîne (voir #4)
- une **URL personnalisée** au nom de votre projet musical (exemple : www.Youtube.com/user/monsupergroupe)
- des **miniatures personnalisées accrocheuses** pour chacune de vos vidéos



GESTION DES RÉSEAUX SOCIAUX

Quelques conseils Youtube :

- Vos **titres** doivent être **clairs, concis, adaptés** à la vidéo
- **Placez les liens** de vos réseaux, de votre boutique, de votre site, de vos albums dans la description
- Faire un **résumé de la vidéo** dans votre description améliore votre **SEO**
- Ne pas oublier de mettre des **#**
- N'hésitez pas à mettre des **calls to actions**
- Faire des **playlists** améliore votre SEO (clips, tournées, vlogs, albums...)
- Faire des **reprises** de chansons fait évoluer votre **fan base**
- **Publier régulièrement**
- **Analyser** les résultats



The image shows a YouTube video player interface. The video title is "L.E.J - HIP-HOP MASHUP" and it has 2,289,421 views from the past week. The video description includes information about the mashup's availability on iTunes and other links. It also mentions that the video was shared on Facebook and provides a link to subscribe to the channel. A playlist of songs is listed below the video, and social media links for Facebook, Instagram, and Twitter are provided at the bottom.

L.E.J - HIP-HOP MASHUP
2 289 421 vues il y a 1 semaine
HIP-HOP MASHUP NOW AVAILABLE :
On iTunes → <http://po.st/HipHopMashup>
Other links → <http://lej.link.to/HipHopMashup>

Shared on Facebook → http://bit.ly/video_hiphop

Subscribe to our channel here : <http://bit.ly/LEJYouTube>
Enjoy our mashup of Hip-Hop songs !
#LEJclassicsounds

- 1 | Dr. Dre - Still D.R.E. ft. Snoop Dogg
- 2 | Mary J. Blige - Family Affair
- 3 | The Black Eyed Peas - Shut Up

4 | One T - The Magic Key
5 | The Black Eyed Peas - Let's Get It Started
6 | Eminem - My Name Is
7 | Jay Z - Hard Knock Life
8 | Eminem - Rap God
9 | Eminem ft Dido - Stan

Follow L.E.J on :
Facebook : <https://www.facebook.com/Lu...>
Instagram : <https://instagram.com/lucie...>
Twitter : <https://twitter.com/LucieEl...>
All streaming platforms : <https://lej.link.to/artistpr...>

Algorithme & réseaux sociaux

“L'algorithme permet de trier les résultats de recherche naturel (SEO) et de classement des publications.”

Objectif des algorithmes : privilégier des contenus

Ce qu'il faut savoir :

- **Chaque réseau a son algorithme** de classement avec ses propres règles
- Les algorithmes sont régulièrement **mis à jour**
- L'objectif de l'algorithme est de proposer du **contenu qualifié** à sa communauté
- La **portée des publications a fortement diminué** avec l'arrivée des algorithmes



Algorithme & réseaux sociaux

Ce qu'il faut favoriser :

- **Inciter** à l'interaction
- **Susciter** les réaction plutôt que les mentions j'aimes
- **Publier** à la bonne heure
- **Publier des stories** FB
- **Etre régulier** dans ses publications
- **Oser** la diffusion **en direct** sur FB
- Être dans les **favoris** de vos fans
- **Créer des vidéos** de + d'une minute
- **Fuire les fake news** / créer du contenu pertinent
- Mettre des **#** et **identifier**



STRATÉGIE COM' NUMÉRIQUE

Process de travail :

- 1 - Audit et analyse de la communication existante sur vos réseaux sociaux
- 2 - Veille 'concurrentielle' : comment se comportent les autres entreprises sur les réseaux ? Quelles sont les bonnes (et mauvaises) pratiques ?
- 3 - Définition de nos cibles : Qui sont elles ? Quels sont leurs usages sur les réseaux sociaux ? Quels sont leurs freins et motivations à l'achat ? Quelles sont leurs sources d'informations sur les réseaux sociaux ?
- 4 - Quels messages (éditorial et visuel) veut-on diffuser en fonction de nos cibles et de nos réseaux ? Définitions des KPI en fonctions de nos objectifs de communication.
- 5 - Mise en place des partenariats d'influence et des échéances de leurs actions
- 6 - Définition d'un planning éditorial mensuel / réalisation des contenus

STRATÉGIE COM' NUMÉRIQUE

Les questions à se poser :

se créer une Identité :

- Quelle est l'identité de mon groupe et de ma musique ?
- Quels éléments je souhaite mettre en avant pour devenir reconnaissable ? (logo, attitude, photos, couleurs, police, message...)

!!\ VOUS DEVEZ ÊTRE AUTHENTIQUES /\!

Connaître sa cible et la comprendre :

- Qui je souhaite toucher ?
- Qui est sensible à ma musique ? (tranche d'âge, localisation, habitudes sur les resau...)

Les éléments de communication :

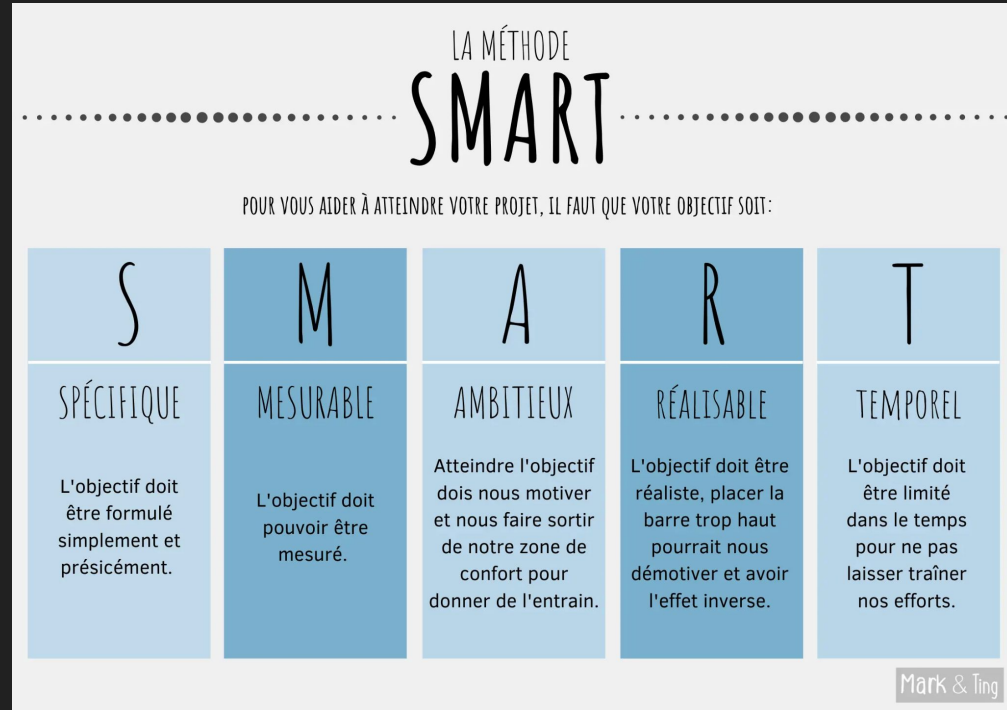
- Quels canaux je souhaite investir en fonction de ma cible et du message ?

STRATÉGIE COM' NUMÉRIQUE

- Vous devez définir vos objectifs SMART
 - Spécifiques
 - Mesurables
 - Acceptables
 - Réalistes
 - Temporellement définis

→ Notoriété, remplissage, vente de merch, visite du site...

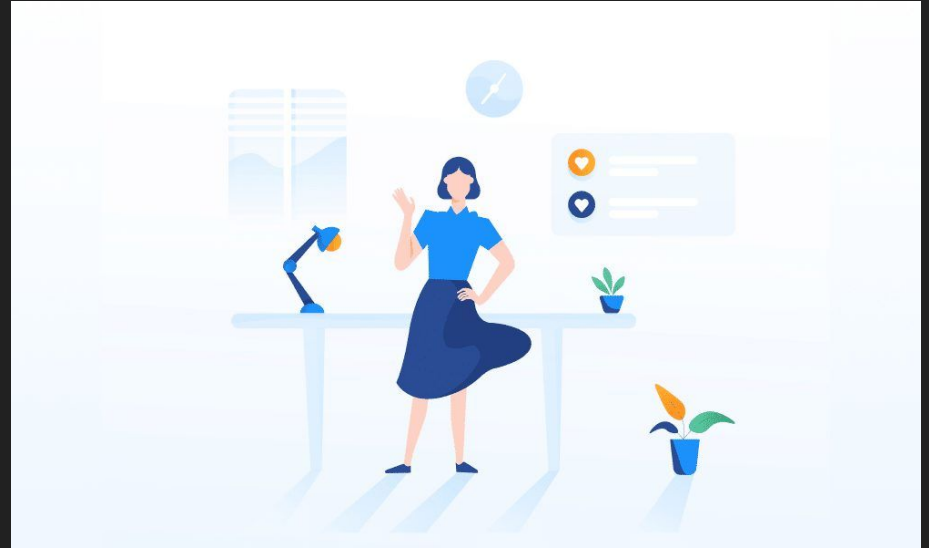
- Essayez de respecter la règle de trois :
 - $\frac{1}{3}$ des posts doivent vous promouvoir
 - $\frac{1}{3}$ des posts doivent partager des stories personnelles
 - $\frac{1}{3}$ des posts doivent donner des infos sur les artistes, les sportifs, les événements culturels ... qui vous passionnent .



GESTION DES RÉSEAUX SOCIAUX

Les 8 erreurs à ne pas faire :

- Spammer
- Ne parler que de vous
- Perdre votre temps sur les réseaux
- Ne pas adapter le contenu à la plateforme
- Constamment chercher à vendre
- Ne jamais interagir
- Acheter de faux fans
- Être trop monotone



GESTION DES RÉSEAUX SOCIAUX

Les bonnes pratiques :

- Garder un oeil sur ses concurrents
- Tenir un calendrier pour ses publications
- Favoriser la qualité à la quantité
- Adapté son discours en fonction des réseaux
- Répondre de manière intelligente aux commentaires
- Créer des messages automatiques pour messenger
- Vérifier plusieurs fois par jour votre page
- Créer du lien avec ses fans
- Créditer les photos ou vidéo dans les posts
- Référencer vos publications avec des #
- Identifier au maximum dans vos publications
- Privilégier les contenus courts et percutants
- Utiliser les fonctionnalités des réseaux sociaux



GESTION DES RÉSEAUX SOCIAUX

Ce qu'il faut retenir :

- Créer votre fan base et développer la !
- Les photos & les vidéos sont très importantes = Qualité
- Youtube est indispensable pour vous
- Créer des publications de qualité professionnelle permet de justifier votre crédibilité artistique.
- Créer de l'interaction avec vos fans
- Analyser vos résultats est indispensable !

→ Logiciel gratuit pour montage vidéo :

- iMovie (mac)
- Shotcut ou VSDC Video Editor (windows)

Les outils du Community Manager

- Canva
- Storrito
- Hootsuite
- Creator Studio
- Mojo
- Première Pro
- Dropbox
- Slack
- Business Manager
- Pinterest
- Mailchimp
- Linktree



ZOOM CANVA - Les astuces

- <https://www.youtube.com/watch?v=eanrlsQ8DAQ>
- <https://www.youtube.com/watch?v=CiEgjuxi3ic>

CAMPAGNE PUB

Pour quelles raisons faut-il faire une campagne publicitaire sur les réseaux ?

- Valorise votre groupe
- Permet de casser les algorithmes sur les réseaux sociaux
- Augmenter la visibilité de votre groupe et sa notoriété
- Obtenir des nouveaux fans
- Avoir un bon retour sur investissement



CAMPAGNE PUB

- *Call to action*
- *Campagne*
- *Ensemble de campagne*
- *Coût par clique*
- *conversion*
- *Publicité*
- *Pixel*
- *interactions*
- *couvertures*
- *impressions*
- *Audience personnalisée*
- *Audience similaire*
- *Audience sauvegardée*
- *Dark post*

CAMPAGNE PUB

Les différentes audiences :

- Pixel
- Audience sauvegardée
- Audience personnalisée
- Audience similaire

Les objectifs possibles d'une campagne :

- Augmenter sa visibilité
- Augmenter le trafic vers son site web
- Augmenter sa communauté
- Augmenter ses ventes
- Augmenter ses interactions