



Utiliser les médias sociaux pour développer votre entreprise



La technologie, telle que le téléphone portable ou l'ordinateur, permet aux propriétaires d'entreprises de rester en contact avec les clients, existants ou potentiels, à travers les médias sociaux.

© Yuri Arcurs/Shutterstock

Les médias sociaux offrent toutes sortes d'outils aux entreprises, que ce soit pour informer les clients existants ou aller à la rencontre de nouveaux clients. Les propriétaires d'entreprises peuvent utiliser les médias sociaux pour fidéliser la clientèle, faire passer des informations sur les produits et les services et approcher de nouveaux clients et marchés – assis confortablement à la maison ou au bureau.

Que sont les médias sociaux ?

Les médias sociaux – de la mise en réseau aux sites de micro-blog en passant par les plateformes de partage de photos et vidéos – sont des outils technologiques permettant aux gens de communiquer et de partager facilement des informations

avec leurs amis, familles et communautés par Internet.

Cependant, ils sont différents des formes traditionnelles de communication en ligne, telles que les courriels et les pages Web statiques. Le site Web d'une entreprise est un peu comme un livre – les textes sont protocolaires et rarement mis à jour. En revanche, les échanges sur les médias sociaux sont comme une conversation – décontractés et constamment en évolution. Les astuces suivantes vous aideront à comprendre ces différences et à accroître vos ventes comme votre clientèle.

Soyez bref

Tout d'abord, contrairement à la page Web de votre entreprise, les textes que vous publiez sur les médias sociaux

doivent être courts. Sur certains sites de micro-blog, par exemple, vous ne pouvez taper que 140 caractères par soumission, ou « message ». D'autres plateformes vous autorisent à publier des textes plus longs, mais vous devriez toujours essayer d'être concis. N'essayez pas de tout dire en une fois.

Étalez plutôt vos messages sur une journée ou une semaine, en concentrant chaque message sur un point-clé. Vos clients seront plus à même de lire et de se rappeler des messages courts et directs plutôt que des messages longs et décousus.

Renouvelez les mises à jour

Les vieux messages disparaissent rapidement des médias sociaux, tandis que le flot ininterrompu de nouveaux



Les propriétaires d'entreprises peuvent utiliser les médias sociaux pour fidéliser la clientèle et faire passer des informations de virtuellement n'importe où. © iStockphoto/Thinkstock

messages renouvelle sans cesse les écrans. Cette vague d'informations peut submerger vos lecteurs, qui voient parfois des centaines de mises à jour par jour, d'amis, de connaissances et d'autres entreprises.

Faites-vous remarquer en publiant, au bon moment, des messages accrocheurs. Utilisez des images et des clips vidéo si possible, et bien sûr, publiez fréquemment. Le fait de rester à l'esprit de vos lecteurs accroîtra vos chances qu'ils visitent votre magasin, achètent vos produits ou fassent appel à vos services.

Développez une touche personnelle

Les médias sociaux vous permettent de donner une touche personnelle à votre entreprise. Faites en sorte d'accueillir chaleureusement les nouveaux visiteurs grâce à un message décontracté et amical. Faites en sorte de traiter avec une attention particulière les clients existants – et augmentez vos ventes – en offrant des promotions exclusives en ligne.

Par exemple, essayez d'envoyer un « mot du jour » à vos lecteurs et offrez une ristourne

ou un article gratuit à ceux qui viennent vous voir et utilisent ce mot. Plus votre entreprise a l'air d'être amicale et tournée vers ses clients, plus de chances vous aurez de retenir et d'accroître votre clientèle.

Soyez interactif

Comme vous le feriez lors d'une conversation en personne, résistez à la tentation de ne parler que de vous. Pensez à l'impression que vous voulez donner. Gardez vos lecteurs engagés en affichant des articles, des liens et d'autres informations qu'ils pourraient apprécier.

Une conversation est toujours à double sens. Encouragez l'interaction en posant des questions et en organisant des compétitions. Si vous possédez un restaurant, par exemple, essayez de demander à vos lecteurs de nommer un nouveau plat au menu. Si vous vendez de l'équipement sportif, affichez les derniers résultats des équipes et invitez vos lecteurs à envoyer des photos et des commentaires d'événements sportifs locaux. Si vous vendez de l'équipement électro-ménager,

demandez à vos lecteurs de publier leurs recettes préférées.

Restez à l'écoute

Pour engager vos clients à converser à propos de votre entreprise et de vos produits, vous devez écouter ce qu'ils ont à dire. Sollicitez des commentaires. Répondez aux messages et aux commentaires. N'ayez pas peur des critiques – reconnaissez vos torts et efforcez-vous de les corriger.

Allez droit au but

Toutes les plateformes de médias sociaux sont différentes. Par exemple, certaines utilisent les « croisillons » ou mots-dièses (hashtags) – symboles qui permettent d'organiser les messages par sujet – alors que d'autres non. Faites un peu de recherche. Familiarisez-vous avec les règles de chaque plateforme avant de franchir le pas, et décidez laquelle vous correspond le mieux.

Enfin, développez une stratégie. Quels médias sociaux, vos clients-cibles préfèrent-ils? Existe-t-il un réseau qui fournit accès à une population à laquelle vous n'avez pas encore pensé? Passez un peu de temps sur ceux qui vous offrent les meilleures chances de croissance.

Les propriétaires d'entreprises peuvent garder l'attention de leurs clients en affichant des messages pertinents et intéressants. © iStockphoto/Thinkstock

