Social Média

Est-ce vraiment rentable ?
Dans quelle mesure ?
Focus sur Facebook et les blogs.

E-business | Web Marketing | Contenus Digitaux

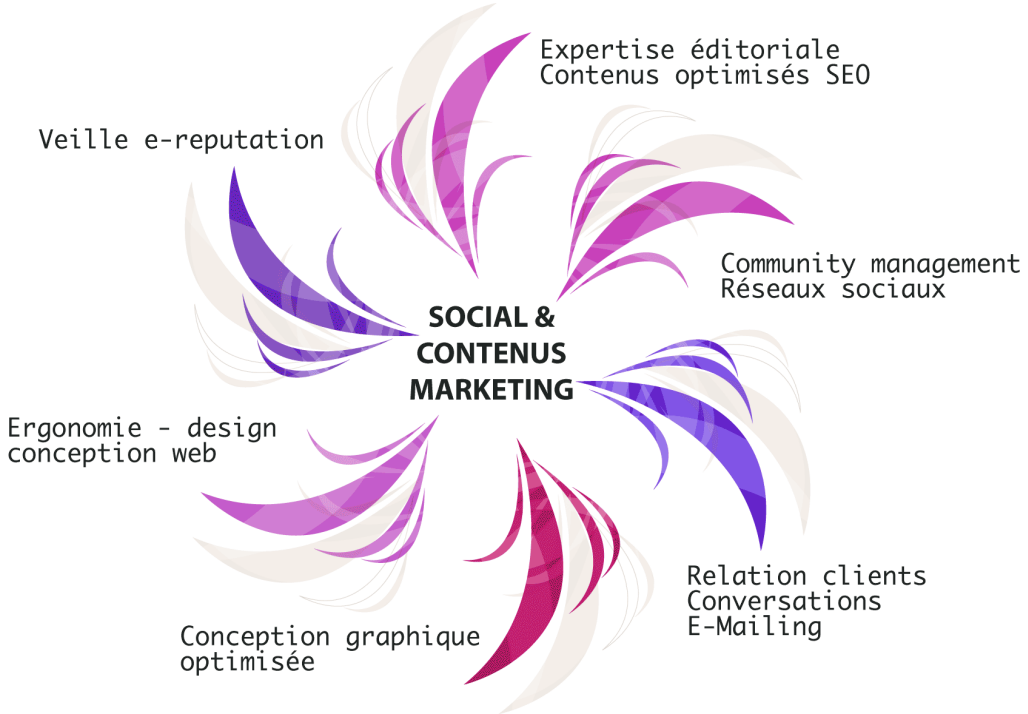
Copyright : E-Malaya

La quête de la rentabilité en Social Média

En tant que spécialiste du e-business, E-Malaya se devait d'apporter des éléments à cette question souvent sans réponse !

Nous partageons avec nos clients la volonté de mesurer les impacts et de vérifier la pertinence de chaque levier d'acquisition de business online. Pourquoi le Social ferait exception ?
→ Les résultats ne dérogent pas à notre crédo : La performance passe par les contenus et une bonne articulation entre social et search marketing.

Cette étude a été présentée lors d'un de nos ateliers e-marketing (contact@e-malaya.fr pour vous inscrire). N'hésitez pas à nous contacter pour échanger n'est-ce pas le B A BA du Social Média ?



SOMMAIRE

- **Le B.Aba et les pré-requis pour construire un Social Média rentable**
- **Positionner sa marque sur les réseaux sociaux : effets directs / indirects**
- **Comment le social media contribue au ROI ?**
- **Définition des types de gains**
  - *Gains sur la Visibilité*
    - Stratégie du « se faire voir »
    - Cercle vertueux
  - *Gains sur le Chiffre d'Affaire*
  - *Gains sur le Service client*
    - Faire mieux avec moins
  - *Gains sur la Relation client*
    - Critères de mesure de la satisfaction client
  - *Gains sur la connaissance produits / client*
    - Information ascendante
- **Astuces et optimisations**
- **Conclusion**

Pré-requis : se poser les bonnes questions

- Avez-vous une bonne offre ? En quoi est-elle différenciante ?
- Quelle stratégie ? Est-elle cohérente avec le social média ?
- Quels sont vos objectifs prioritaires, sont-ils mesurables ?

Orientations de départ

- Faire le choix de réseaux sociaux pertinents par rapport à la cible.
- Mieux vaut construire une communauté qualifiée et animée.
- Produire un contenu qui suit une ligne éditoriale est indispensable.

Copyright : E-Malaya

POSITIONNER SA MARQUE SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX : EFFETS DIRECTS / INDIRECTS

Impacts direct :

- Examiner et connaître le degré de positivité de la marque.
- Lister les prospects / acheteurs, dresser des typologies de consommateurs pour adapter le message marketing.
- Mieux maîtriser l'image de l'enseigne, canaliser.
- Mesurer le taux d'engagement, de fidélisation de la marque.
- Etablir une communication réactive et one-to-one, impliquer et fédérer sa communauté.

Impacts indirects :

Visibilité, service client, relation client, Chiffre d'Affaire

Copyright : E-Malaya

TYPES DE GAINS : LA VISIBILITÉ

Objectif : SE FAIRE VOIR en créant des contenus

Sur Facebook, 99,5% des fans intéragissent via le fil d'actualité, et non directement sur la fan page.

L'accès à la page fan se fait par d'autres moyens : un album photo, la pub, une application...

⇨ Plus les fans agissent et réagissent aux publications, plus la visibilité s'élargit.

Le contenu se dissémine sur d'autres réseaux :

- les blogs et espaces de contenus : internes
- les articles sponsorisés : externe

⇨ on augmente le potentiel de visibilité, d'audience, de nouveaux clients.

TYPES DE GAINS : LA VISIBILITÉ

AGIR
Inciter au clic
Inciter à visualiser photos et videos
Inciter à la participation (sondages, votes)

REAGIR
Poser des questions
Contenus intéressants

RENFORCER
Renforcer avec de la publicité
Des jeux concours
Dissémination autres réseaux

EXTERNE
E-mailing support
Boutons partage

UTILISER LES FANS
> Retour client > créer une communication/ stratégie adaptée à chaque typologie

> Taux de résolution problèmes
> Taux de fidélisation
Aspect prédictif > ambassadeur

Qu'auriez-vous envie d'aimer à la place du lecteur ?

Copyright : E-Malaya

TYPES DE GAINS : LA VISIBILITÉ

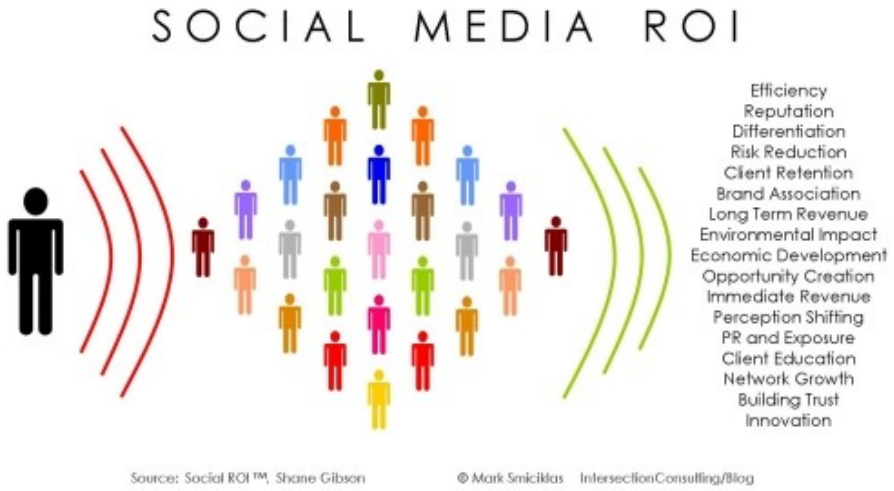
Les MEDIAS SOCIAUX créent un cercle vertueux

Contenu intéressant → **J'aime, je lis, je tweet, je commente** → **Je viens revoir, je fais découvrir** = **Visites Ventes**

SEO
fidélisation

Je relaye

J'achète, je réachète,
→ je recommande
→ Bouche à oreille, visibilité



TYPES DE GAINS : LA VISIBILITÉ

Impacts SEO

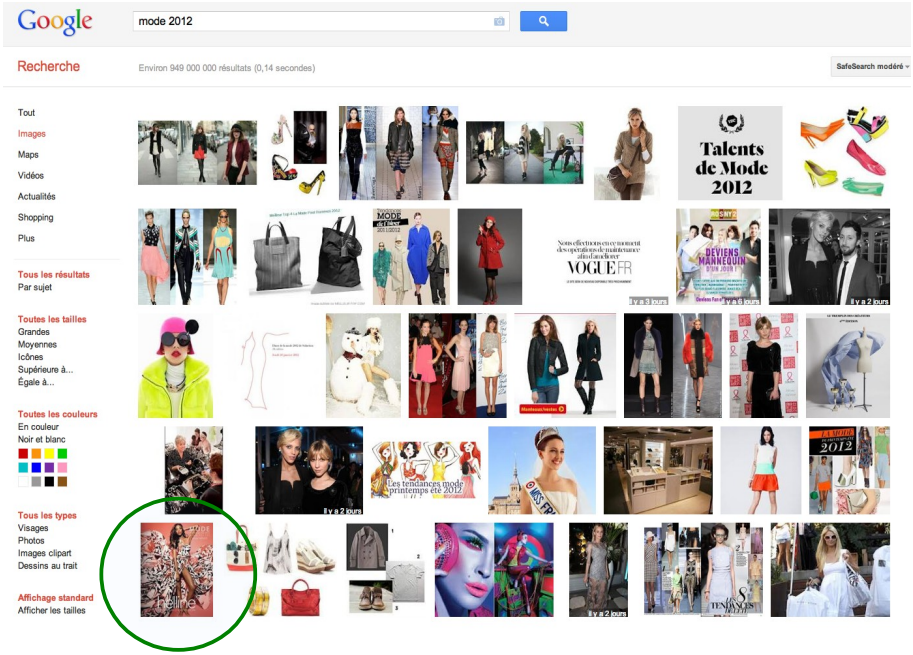
La création de contenus optimisés est bénéfique :

→ remonter sur la marque dans les positions Google

→ remonter sur des produits / catégories de produits

→ remonter sur des mots-clés génériques

→ occuper le terrain à l'instar des forum ou des points de non-contrôle



TYPES DE GAINS : SERVICE CLIENT

Faire mieux avec moins !

Point de vue du client :

- réactif
- gratuit
- sympathique

Point de vue marque :

- moins cher (budget modération CM)

47% utilisateurs veulent une réponse de la marque dans l'heure qui suit leur demande*

** Etude CMO Concil du 16 janvier*

TYPES DE GAINS : SERVICE CLIENT

Passer de lecteur, acheteur, à fan prédictif de la marque !

Les médias sociaux installent une relation avec la marque beaucoup plus forte, on voit leur satisfaction par :

1. Le taux de visites sur le site

2. Les demandes de conseils à l'achat – taux de retours / messages satisfaisants

3. La multiplication de l'achat, un nouvel achat malgré une première déception (guide des nouveautés qui aiguillent l'acheteur / proposition de produits alternatifs).

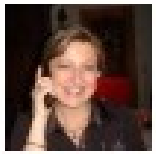
TYPES DE GAINS : SERVICE CLIENT – CAS CONCRETS

1. Résolution de problèmes → communication directe, réactive, relation one to one

2. Sélection ciblée des produits

TYPES DE GAINS : SERVICE CLIENT – CAS CONCRETS

3. Suggérer, aiguiller sur la vaste sélection du site



[redacted]

Bonjour Helline, J'adore le service en céramique Jet by ter Steege sous la référence 128079X. J'ose poser la question... est-ce que c'est définitivement épuisé, ou bien vous en aurez à nouveau ??? Merci pour votre réponse !

J'aime · Commenter · 3 janvier, 16:10

Helline Bonjour Mm[redacted]en effet, les assiettes sont épuisées, mais il nous reste les tasses, sucrier et bols de Jet by ter Steege encore disponibles. Pour remplacer les assiettes, je vous suggère PiP Studio, marque de vaisselle dans la même veine régressive. Voici les liens : http://alturl.com/p6ngd pour la collection de "La vie en couleurs" et la vaisselle de PiP Studio : http://alturl.com/z85c3

3 janvier, 16:29 · J'aime

[redacted] Merci !

3 janvier, 17:48 · J'aime

Rédiger un commentaire...

TYPES DE GAINS : CONNAISSANCE CLIENTS

Connaître ses clients = retour consommateurs
sondages marque / perception.

Utilisez vos clients pour en générer d'autres !

60% des fans souhaiteraient intéragir avec d'autres*

Exemples :

→ identifier un **groupe influenceurs clés** et **ambassadeurs** pour des essais produits, une communication de lancement.
→ Investissement durable

41% des fans souhaiteraient développer de nouvelles idées de produits sur la page Fb de la marque

→ les faire discuter entre eux, échanger pour crédibiliser la marque

→ utiliser ces fans pour colporter les infos exclusives et donner envie de faire partie de la communauté (taux d'engagement très fort) ex : bon d'achat uniquement pour les fans = potentiel de viralité.

67 % des clients s'attendent à un traitement spécial lorsqu'ils deviennent fan d'une marque sur Fb

** Etude CMO Concil du 16 janvier*

TYPES DE GAINS : RELATION CLIENTS – MESURE D'ENGAGEMENT

Examiner ce qu'il se passe

→ Feedback sur expériences positives / négatives

→ Dialogue avec les clients

→ Différenciation avec la concurrence

→ intérêt des médias pour votre marque

→ Taux d'ascension de l'information

⇨ VIRALITÉ

Copyright : E-Malaya

ASTUCES & OPTIMISATIONS : OPTIMISER SA VISIBILITÉ

Publicité Facebook > minimiser le coût d'acquisition

- Un message ciblé et affinitaire > si le message est adéquat, on génère un taux de clic important, le budget baisse.
- la page d'atterrissage sur la page fan / site qui concerne exactement le message de la publicité.

+1 fan acheté par la publicité Facebook

=

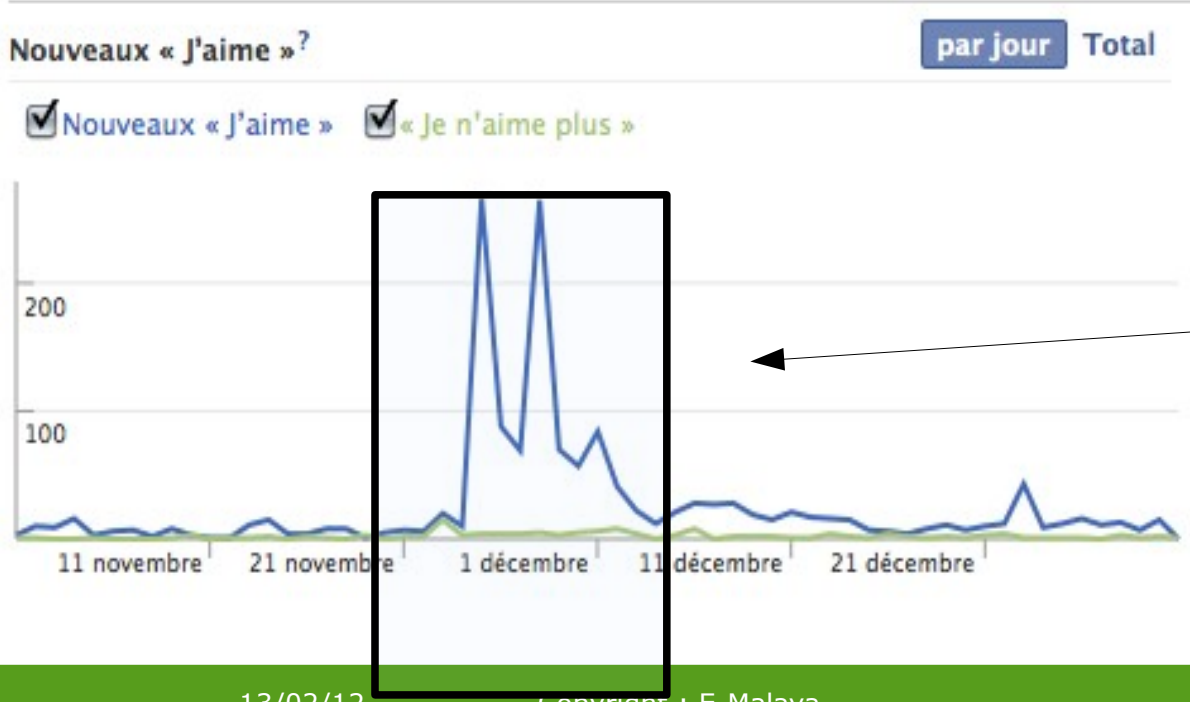
+1 fan offert par la viralité de cette publicité

En cliquant sur j'aime, le fan fait savoir aux autres qu'il est fan d'une page. Ceux-ci le remarquent sur leur fil d'actualité.

Maximiser le taux de conversion

- Une page qui incite au clic. Page bienvenue par exemple, qui révèle uniquement les autres pages si vous cliquez sur « j'aime » = **+100%** de taux de conversion par rapport au mur.
- Une application qui oblige à aimer pour jouer. **+250%** de taux de conversion par rapport au mur.
- **Opérations exceptionnelles exclusives** : offrir un bon d'achat significatif sur une période d'un jour, réservée aux fans Facebook = achat d'impulsion qui fonctionne.

ASTUCES & OPTIMISATIONS : LA PREUVE PAR L'EXEMPLE



Lancement opération spéciale

Copyright : E-Malaya

TYPES DE GAINS : LA VISIBILITÉ – LE CPM FACEBOOK + BLOGS

Budget

Community Management

%

Impressions totales / 1000

=

3,49 € de CPM

+ visibilité
+ vision directe et active (≠ display)

* Échantillon pris sur nos clients avec l'animation de pages facebook et l'alimentation de blogs thématiques.

CONCLUSION

Utiliser les médias sociaux comme un élément d'une stratégie e-marketing complète =

- → Investissement durable
- → Moyen de contrôler la présence de la marque
- → Génération de trafic qualifié
- → Retour d'information rapide
- → Cercle vertueux
- → Meilleure connaissance de ses clients web

Les médias sociaux ont un impact évident sur l'e-reputation, jouent un rôle fondamental dans le marketing relationnel d'une marque, et génèrent une augmentation de trafic, des ventes et des taux de conversion.

Un Social Média bien géré, associé à des contenus optimisés et intégré à un dispositif marketing global permet d'augmenter son business par le chiffre d'affaire et la réduction des couts.

Pour contacter E-Malaya

- http://www.e-malaya.fr, contact@e-malaya.fr
- Adresse : 7 allée Mirabeau 92240 Malakoff
- Téléphone : 09 54 91 89 34 / 06 45 02 19 31

En savoir plus sur l'offre 2012

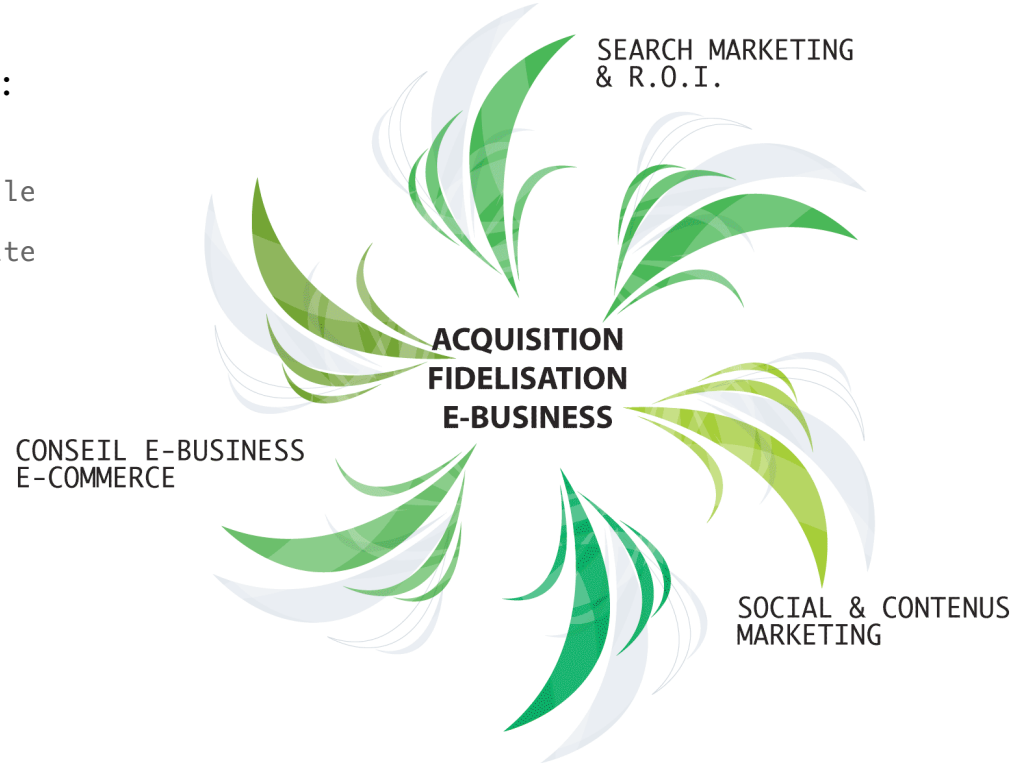
SOCIAL & CONTENUS MARKETING SEARCH MARKETING R.O.I.

E-Malaya est spécialisé en stratégie d'acquisition web

Notre offre est structurée autour de 2 métiers :

1- SEARCH MARKETING & R.O.I. :
- techniques d'acquisition web avec un focus sur le référencement naturel (SEO) et payant (SEM).
- Mesure et optimisation de la conversion d'un site web.
- Webanalyse et tableaux de bord de suivi de la performance.

2- SOCIAL & CONTENUS MARKETING :
- Social média
- Veille, e-reputation
- Éditorial optimisé SEO
- Conception et graphisme
- Optimisation de contenus



Notre prestations s'adaptent aux besoins :

CONSEIL, ACCOMPAGNEMENT & DÉLÉGATION
- Global sur l'activité e-business ou spécialisé sur 1 de nos métiers.
- Mission de conseil, pilotage de campagne, animation de communauté ou production de contenus.

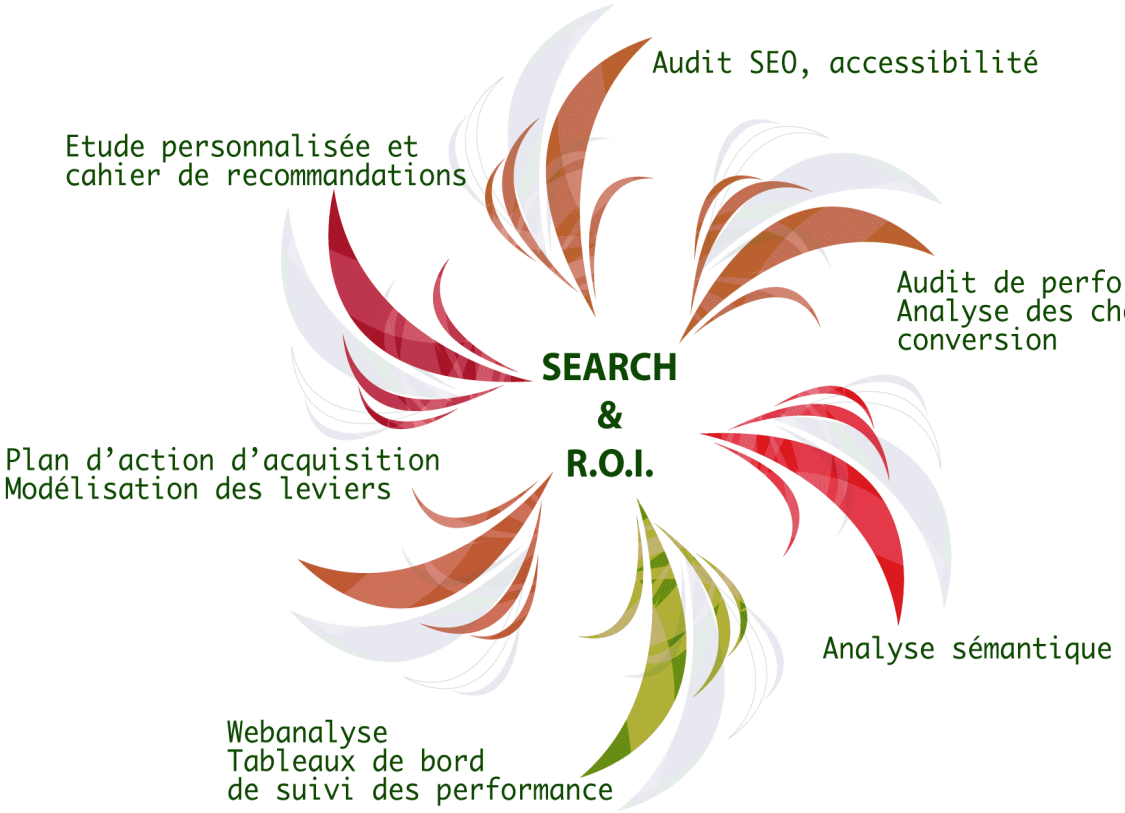
Quelques références

CHRONOPOST INTERNATIONAL, helline CRÉATEUR D'EXCEPTION, Quelle MA VIE, MA MODE, afnor GROUPE, Bordas Soutien Scolaire, DIGITAS, RENAULT, CrossLog, GeoPost, Agence d'Évasion et de Loisirs Happytime, La Boutique web du Timbre

SEARCH MARKETING & R.O.I.

Objectifs :

1. Créer / asseoir la visibilité de la marque par l'association de leviers payants et gratuits,
2. Générer un trafic qualifié vers le site de la marque,
3. Augmenter les ventes par l'optimisation des leviers de conversions,
4. Fidéliser par le merchandising et l'expérience client,
5. Mesurer les performances et analyser les pistes d'amélioration.



+

Google™ ADWORDS SPÉCIALISTE AGRÉÉ

0% de commission sur les achats

SEARCH MARKETING & R.O.I.

Offre / expertise / marque

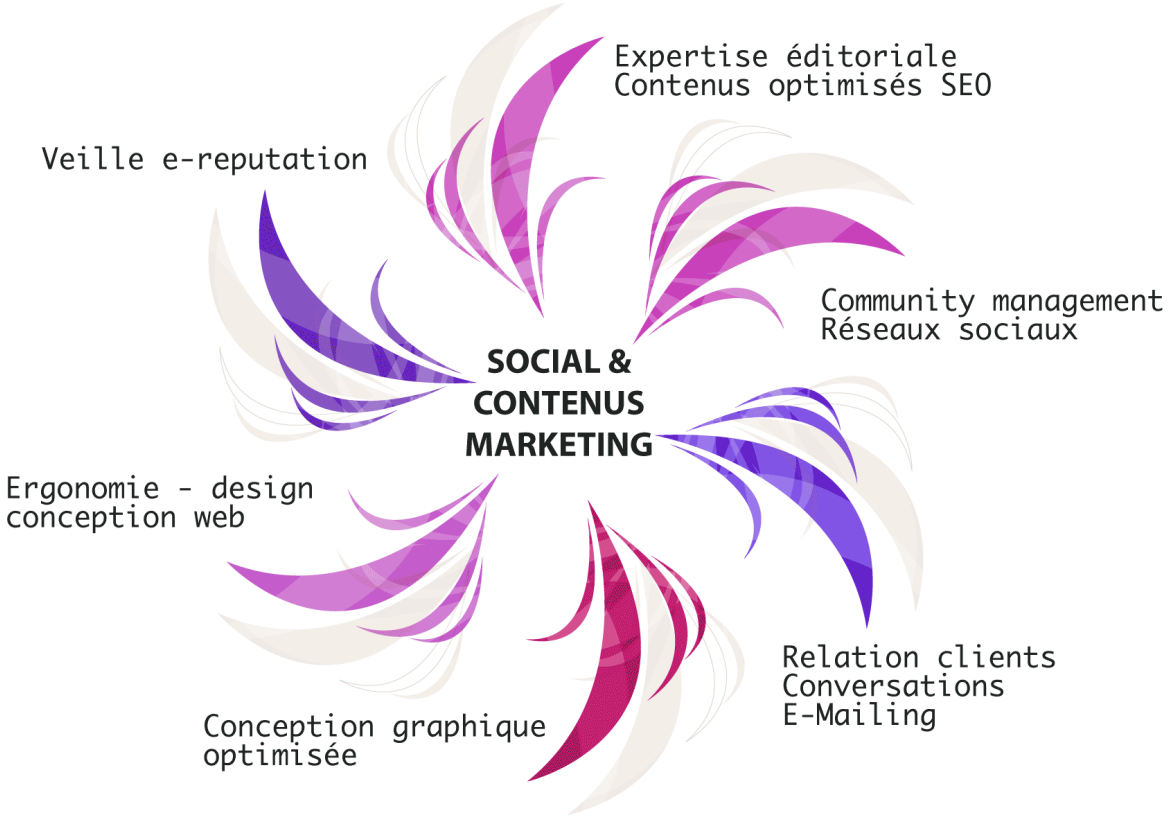
Business, CA généré

Exemples de prestations	Tarifs HT à partir de
Audit SEO, analyse sémantique	1 600 €
Optimisation de campagnes SEM / gestion de budgets	400 € / mois
Webanalyse, suivi, tableaux de bord, reportings	400 € / mois
Ecriture, réécriture de contenus web optimisés	800 € / jour
Conseil et optimisations SEO sur site (pages atterissage, navigation, ergonomie, merchandising)	400 € / mois
Délégation e-marketing (SEO/SEM : conseil, pilotage, contenus)	1 200 € / mois
Gestion d'autres leviers (retargeting, affiliation, liens sponso, display)	400 € / mois

SOCIAL MÉDIA & CONTENUS OPTIMISÉS

Objectifs :

1. Exposer et valoriser la marque sur l'internet communautaire,
2. Valoriser l'expertise, l'offre et la marque par la diffusion ciblée de contenus optimisés,
3. Enrichir l'expérience client par une communication interactive,
4. Acquérir de la connaissance client et veiller à l'e-reputation.

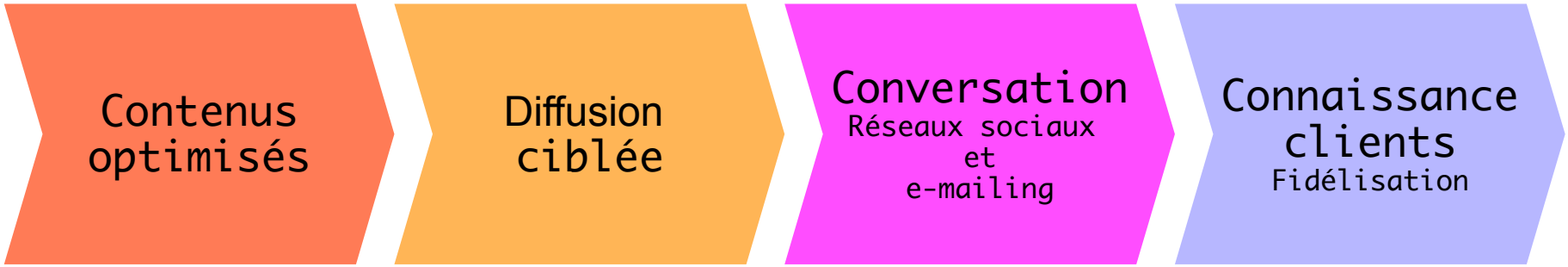


+

- Vision business & ROI
- Qualité des Contenus
- Approche globale marque
- Suivi des performances

SOCIAL MÉDIA & CONTENUS OPTIMISÉS

Offre / expertise / marque



Business, CA généré

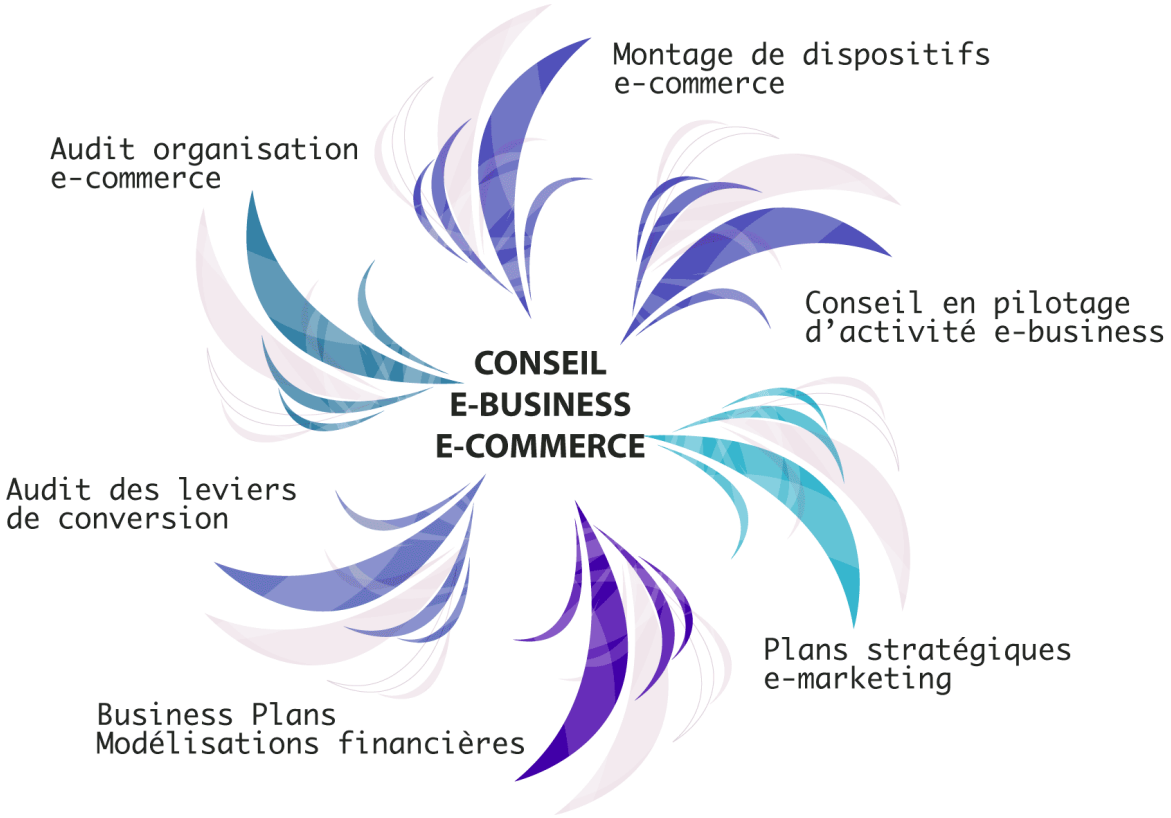
Gestion de communautés de clients potentiels ou acquis
Webmastering

Exemples de prestations	Tarifs HT à partir de
Audit, Recommandation	Gratuit !
Blog optimisé SEO	2 000 €
Création de comptes Facebook, Twitter ; Viadéo, Linkedin	Gratuit !
Animation de communauté, pub facebook	1 000 € / mois
Veille, e-reputation	800 € / mois
Pack E-Mailing	900 € / email
Support et accompagnement au social média	800 € / jour
Contenu éditorial optimisé SEO	300 € / page
Ré écriture de contenus, fiches produit, pages de catégorie	800 € / jour

CONSEIL STRATÉGIQUE E-BUSINESS & E-COMMERCE

Objectifs :

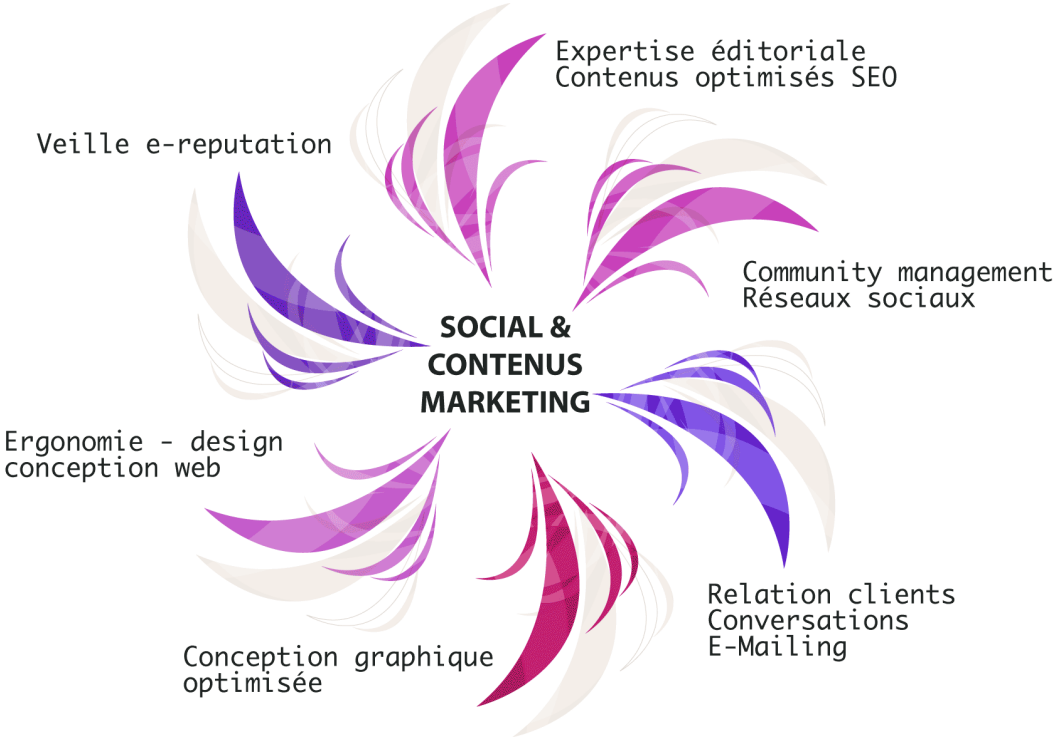
1. Proposer un accompagnement, un regard expert et extérieur,
2. Orienter la stratégie digitale, les choix marketing, technologiques, relation clients,
3. Recommander des optimisations en vue de booster le business, la rentabilité,
4. Vous faire gagner du temps, réduire les coûts.



+

- Vision globale
- Orientation R.O.I.
- Forte expertise
- Références

Offre Social Média



Facebook / Twitter

FACEBOOK

Création/animation du profil, modération :

- Identification des types de fans : prédictifs, trolls, CRM, mécontents, inactifs, joueurs, simples...,
- mise en place d'une communication spécialisée pour chaque types.

Création d'applications, modules de CRM.

Création graphique chartée, conseil sur la page d'accueil de la fan page.

Achat de liens sponsorisés Facebook, jeux concours, animation quotidienne.

Reporting et tableau de bord de suivi des performances et des impacts business.

TWITTER

Création et animation du profil, modération.

Curation, veille, mise en perspective de l'univers de la marque marquée « nouvelles technologies » et communication décalée qui répond à la cible twitter.

Création profil charté.

Animation : gestion des followers, publication des infos en exclusivité...

- Individualiser la marque, personnaliser.
- Tweets sur les avant, pendant, après une opération commerciale, style « coulisses »...
- RT (retweets) des infos partenaires.

Google +, Youtube

GOOGLE+

Stratégie spécifique Google +.

Identifier des **types de cibles.**

Créer pour chaque cercle une c**ommunication appropriée**.

Création du profil de marque, **animation**, **optimisation**.

Reporting et tableau de bord de suivi des performances, du R.O.I. et des impacts.

YOUTUBE

Création de **profils** complets, chaines consacrés à la marque.

Diffusion des contenus video produits par la marque en veillant à leur **référencement** et visibilité.

Modération, animation.

Dissémination.

Réseaux externes

Forums

Mise en place d'un système de **veille**,

Etude de la perception de la marque dans la sphère externe (client mais non-présent dans la communauté).

Reporting et tableau de bord de l'activité.

Blogs et réseaux de blogs

Audit & conseil en création, optimisation, rubricage.

Céation de contenus profonds et spécialisés, qui légitiment une présence sur les réseaux sociaux, en cohérence avec la stratégie globale d'acquisition / fidélisation de la marque.

Orientation journalistique possible : articles divers, curation, interviews, étude, dossier, rétrospective, micro-trottoir...

Contenus optimisés SEO – référencement.

Modération et veille.

Mise à jour graphique.

Externe : **Articles sponsorisés** sur blogs influents.

Reporting et tableau de bord complets.

Intégration dans un dispositif global et Contenus optimisés

Vision globale

- **La multiplication des leviers** de visibilité est gage de réussite.
- Il convient d'assurer une **cohérence** sur les différents leviers et d'orchestrer la **répétitivité** des messages.

Pilotage, stratégie SEO / Webanalyse

- Spécialistes Google et Omniture, E-Malaya assure un suivi en temps réel des performances.
- Cette expertise permet de mesurer le Retour sur Investissement des campagnes Social Média.

La Stratégie orientée Contenus

- Inutile de s'exposer dans les médias sociaux sans des contenus percutants, vendeurs, riches, intéressants, séduisants.
- E-Malaya fait la différence sur la génération de contenus optimisés, en accord avec l'image de marque et performants en terme de business.

Contactez-nous

E-Malaya est présent à Paris et Grenoble

Nous pouvons intervenir partout en Europe !

- http://www.e-malaya.fr, contact@e-malaya.fr
- Adresse : 7 allée Mirabeau 92240 Malakoff
- Téléphone : 09 54 91 89 34 / 06 45 02 19 31

À bientôt !