

# Commerces : LE NUMÉRIQUE EN COUP DE POUCE



**Se faire connaître, séduire, attirer...** les réseaux sociaux sont devenus un support du commerce en général, et du commerce local en particulier durant cette crise sanitaire.

Pour autant, il n'est pas toujours évident de s'y retrouver, savoir comment communiquer, par quel canal...

Chaque réseau social propose des campagnes sponsorisées à destination des professionnels, pas forcément onéreuses, pour toucher plus facilement votre cible (sélection d'âge, sexe, géographique...), l'intégration d'un site pour de la vente en ligne, etc.

Quel que soit les options retenues, voici un petit topo, pour débiter simplement et sereinement, sans frais.

## Petits conseils

**Ne misez pas sur un seul cheval !** N'hésitez pas à publier sur plusieurs réseaux sociaux à la fois, chacun ayant des spécificités et/ou des publics différents. Il est primordial de diversifier votre visibilité digitale.

**Osez l'originalité.** Se démarquer est un enjeu important sur les réseaux sociaux. Essayez de vous montrer créatifs, dans la forme, le ton, l'image...

**Diversifiez les contenus :** photos, petites vidéos, animations (des applis sympas et gratuites vous y aideront), des stories (petites séquences courtes éphémères, d'une durée de vie de 24h), des lives, des quiz...

**Soyez réguliers dans vos posts et vos échanges.** Les consommateurs sur les réseaux sociaux zappent facilement, captez et maintenez l'intérêt avec des contenus fréquents. Gardez le lien.



### FACEBOOK, LE PLUS PORTEUR

Incontournable. Souvent critiqué, Facebook reste LE canal d'excellence pour toute marque qui souhaite se faire connaître et utiliser des moyens publicitaires simples et très efficaces. Un Français sur deux est présent sur Facebook, ce chiffre reste vrai à l'échelon local.

Vous pouvez y publier des photos, des vidéos, des diaporamas, des articles, réaliser des *live* avec vos abonnés, programmer vos publications, poster des *stories*...

N'hésitez pas à mentionner d'autres comptes pour induire des partages de contenus... tout est possible.



### INSTAGRAM, L'ARME DE SÉDUCTION MASSIVE

Considéré plus tendance, Instagram cible une population plus jeune que celle de Facebook mais large tout de même. Ce réseau social — à la base un partage de photographies — s'appuie historiquement sur l'esthétisme.

Aujourd'hui, l'artistique côtoie davantage le commercial dans un heureux mariage. L'utilisation est simple, le message atteint efficacement la communauté.

Le format story est particulièrement prisé des utilisateurs. La possibilité justement de partager les *stories* en direct sur Facebook est un vrai « + ».



### SNAPCHAT, LE TERRAIN DES + JEUNES

Snapchat réseau 100 % mobile. Ce réseau est surtout intéressant si vous ciblez les 14-25 ans. Il offre des fonctionnalités de commerce en ligne directe, sans sortir de l'application. Le contenu étant par définition éphémère, si vous l'utilisez, vous devrez miser essentiellement sur l'image, le visuel, afin d'accrocher l'œil de vos futurs abonnés !