

On vous explique

DÉFINIR DES OBJECTIFS CLAIRS

1

Identifiez vos objectifs spécifiques tels que l'augmentation des ventes, la notoriété de la marque ou l'engagement client.

Concentrez-vous sur les plateformes où se trouvent votre public cible.

2

CHOISIR LES BONNES PLATEFORMES

COLLECTER DES DONNÉES PERTINENTES

3

Suivez les métriques pertinentes telles que les mentions, les likes, les partages, les commentaires et les taux d'engagement.

Utilisez des outils comme Google Analytics, les outils natifs des réseaux sociaux ou des logiciels tiers pour suivre les données.

4

UTILISER DES OUTILS D'ANALYSE

ANALYSER LA CONCURRENCE

5

Examinez la stratégie de vos concurrents sur les réseaux sociaux pour obtenir des idées et des insights.

Gardez un œil sur les commentaires, les avis et les mentions de votre entreprise pour gérer votre réputation en ligne.

6

SURVEILLER L'E-RÉPUTATION

ÉVALUER LA PERFORMANCE DES CAMPAGNES

7

Mesurez l'efficacité de vos campagnes publicitaires et marketing sur les réseaux sociaux.

Divisez votre public en segments pour personnaliser votre contenu et augmenter l'engagement.

8

SEGMENTER VOTRE AUDIENCE

SUIVRE LES TENDANCES

9

Restez au courant des nouvelles fonctionnalités et des tendances sur les réseaux sociaux.

Générez des rapports réguliers pour évaluer les progrès par rapport à vos objectifs.

10

RAPPORTS RÉGULIERS