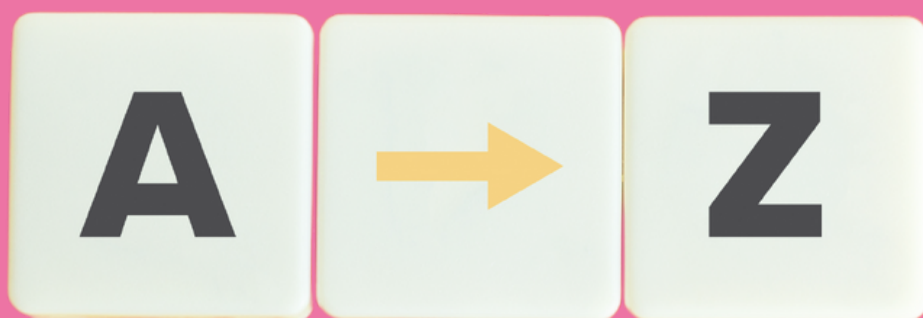


Glossaire

Réseaux sociaux





B

Boomerang

C' est une fonctionnalité d'Instagram pour **enregistrer une rapide vidéo en boucle, à l'image d'un GIF.**

Biographie

Votre bio ou biographie sert à véhiculer **l'identité de votre marque ou entreprise** pour vous faire comprendre rapidement de votre audience (150 caractères maximum pour votre bio Instagram).

C

Communauté locale

Une communauté locale sur les réseaux sociaux est un **ensemble de personnes qui ont des interactions sociales, des échanges et des discussions** autour d'un même centre d'intérêt ou d'une marque, dans une **zone de chalandise précise.**

Cross-posting

Le cross-posting permet de **diffuser le même contenu sur tous vos réseaux sociaux, en même temps.** Il s'agit d'une technique idéale pour **communiquer sur des thématiques généralistes** qui concernent **plusieurs audiences.**

CTR

Click Through Rate
=Taux de clic

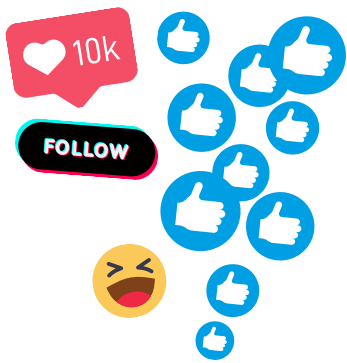
Le click-through rate (CTR) se traduit en français par **taux de clic.** Il s'agit d'un **indicateur de performance** à suivre sur les publications de vos réseaux sociaux.

$$\frac{\text{Nombre de clics}}{\text{Nombre d'impressions du contenu}} \times 100$$

D

Direct Message

Un *direct message* ou encore nommé DM est un **message privé (MP).** Il s'agit d'un message qui n'est **visible que par la personne qui l'a envoyé et par la personne qui le reçoit,** il apparaît donc dans votre boîte de réception sur les différents réseaux sociaux où vous êtes présent.



F

Feed

Le feed correspond au **fil d'actualité sur les réseaux sociaux**, il s'agit des **publications partagées** par les utilisateurs que vous suivez.

Followers

Le follower est propre aux réseaux sociaux, c'est un terme pour nommer **les abonnés de votre compte** sur Twitter, Instagram, Facebook, Tik Tok et LinkedIn.

H

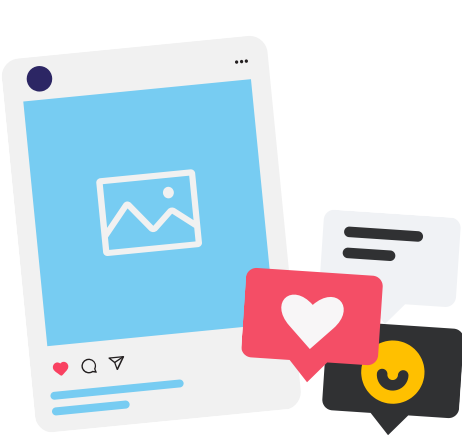
Hashtags

Le hashtag correspond au caractère spécial dièse (#). Sur les réseaux sociaux, le hashtag est suivi d'un **mot-clé**, sans espace, généralement associé à votre secteur d'activité. Il permet à votre page de se **référencer sur des requêtes** afin d'apparaître dans les recherches des internautes, selon les mots-clés qu'ils tapent sur les réseaux sociaux. Les hashtags sont **positionnés dans vos publications ou dans la bio de votre page**.

I

Influenceurs locaux

Les influenceurs locaux sont des **personnalités publiques sur les réseaux sociaux**, dans une zone de chalandise précise. Ce sont des utilisateurs, qui possèdent une **forte communauté locale** et sur lequel ils ont une **forte influence**, notamment sur leur décision d'achat. Se rapprocher d'influenceurs locaux peut vous permettre de **mettre en avant vos produits et services différemment sur les réseaux sociaux**.



M

Modération

La modération sur les réseaux sociaux correspond à **gérer les interactions avec une communauté**, il s'agit de **répondre aux messages privés et aux commentaires** déposés sous les publications de votre marque.

O

Owned media

L'owned media désigne une **stratégie marketing qui vise à convertir des prospects** grâce à la communication issue des canaux et des contenus (gratuits) que possède et a créé une entreprise. Par exemple, les réseaux sociaux d'une marque, sa newsletter, son site web, etc.

P

Page Lieux Facebook

Les pages Lieux sont **dispensées** par Facebook. Elles permettent aux marques de **créer une page Facebook pour chacun de leurs établissements locaux et de les associer à une page mère**, dite page principale, qui est souvent la page institutionnelle de la marque. L'affichage reste le même qu'une page classique, mais dans son paramétrage elle est associée à une page mère étant souvent la page institutionnelle de la marque, ce qui permet à Facebook d'identifier que **la page Lieu et la page Principale font partie de la même organisation**.



P

Page Locale Facebook

Une page locale correspond à une **page qui représente un établissement local au sein d'une enseigne ou d'un réseau**. Ces pages peuvent être des pages entreprises classiques ou bien des pages Lieux. Dans le cas de pages Lieux, l'affichage reste le même, mais dans son paramétrage elle est associée à une page mère étant souvent la page institutionnelle de la marque, ce qui permet à Facebook d'identifier que la page Lieu et la page Principale font partie de la même organisation.

Page Marque Facebook

Contrairement aux pages Lieux, elle permet de **créer une page Facebook pour le siège d'une marque**. Il s'agit de la **page officielle**, sur laquelle les communications nationales et générales seront communiquées.

R

Reach

Reach est un **indicateur de performance**. Il correspond, sur les réseaux sociaux, à la portée que va atteindre une publication ou une campagne sponsorisée, concrètement **il s'agit du nombre d'utilisateurs touchés**.

Réels

Le Réel est une **fonctionnalité propre à Instagram**. Il correspond à une **courte vidéo de 90 secondes**, dans un format vertical, qui s'affiche en plein écran sur un mobile. Le Réel s'affiche sur le profil d'une marque et est **visible en permanence**.



S

Social Media Optimization

Le Social Media Optimization (SMO) se traduit en français par **référencement social**. Il désigne **l'ensemble des techniques utilisées pour développer la visibilité, la notoriété et l'image de marque** d'une entreprise **sur les réseaux sociaux** (campagnes sponsorisées et publications organiques).

Social Media

Cela désigne les réseaux sociaux ou encore les médias sociaux. Le social media est une **application qui permet à ses utilisateurs de partager du contenu vidéo, photo et texte aux autres internautes de la plateforme**. Il permet également d'interagir en message privé ou public avec les utilisateurs de la plateforme. Facebook, Instagram, TikTok, Snapchat sont des exemples de social media.

Social selling

Le social selling est une **méthode de vente**, qui consiste à **toucher ses prospects et/ou ses clients au travers des réseaux sociaux**, soit via des pages entreprises ou des pages de collaborateurs ambassadeurs de la marque. C'est un terme qui est souvent associé à **LinkedIn**.

Social to Store

Le social to store est une **stratégie marketing** qui consiste à **utiliser les réseaux sociaux pour générer plus de trafic en point de vente**.

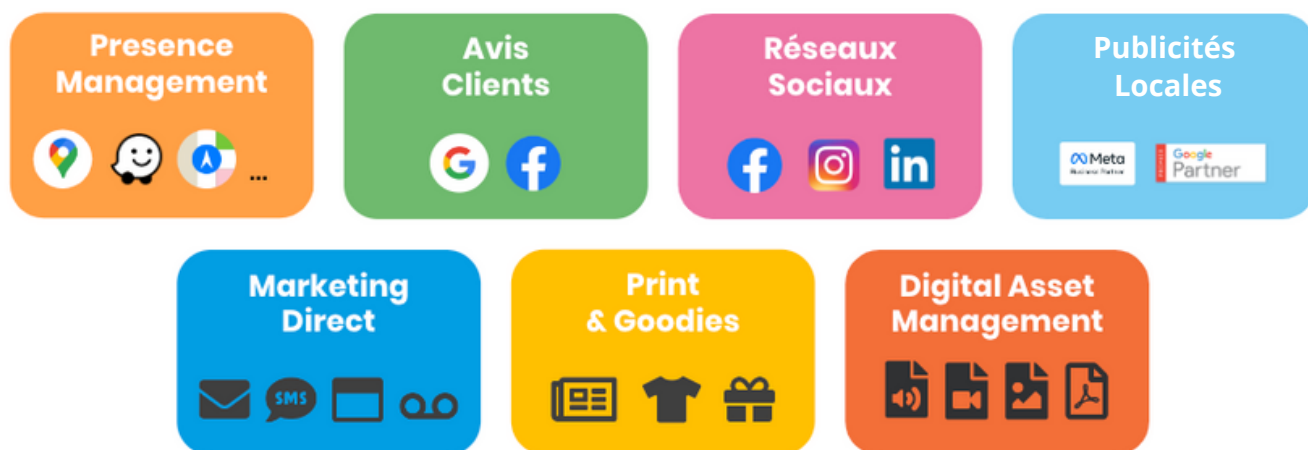
T

Taux d'engagement

Le taux d'engagement est un **indicateur de performance**. Il permet de mesurer **le niveau d'engagement des internautes sur une publication**. Ils se basent sur les interactions des utilisateurs avec votre publication : j'aime, partage et commentaire. La formule du taux d'engagement est la suivante :

$$\frac{\text{Nb total d'interactions sur 1 publication}}{\text{Nb d'individus exposés à une publication}} \times 100$$

Digitaleo, une seule plateforme pour gérer tout votre marketing local



+ une  gence marketing interne

Digitaleo

www.digitaleo.fr