

# LES RÉSEAUX SOCIAUX

MARKETING

AUPARAVANT UTILISÉS ESSENTIELLEMENT PAR UN JEUNE PUBLIC, LES RÉSEAUX SOCIAUX TOUCHENT AUJOURD'HUI DES PERSONNES DE TOUT ÂGE, PARTICULIERS OU PROFESSIONNELS ET FONT PARTIE INTÉGRANTE DU QUOTIDIEN. LES AGENCES IMMOBILIÈRES COMME LES AUTRES SECTEURS N'ONT PAS ÉCHAPPÉ À CET ENGOUEMENT ! PASSONS EN REVUE LES PRINCIPAUX AVANTAGES DE CES MÉDIAS SOCIAUX.

## Facebook – Une expérience variée.

Facebook a l'avantage d'être l'un des rares réseaux sociaux à offrir une expérience qui est véritablement multimédia en associant articles de blog ou journalistiques, illustrations, photos, sons ou vidéos. En Suisse, plus de 4 millions de personnes, pour la plupart âgées de plus de 35 ans (54%), utilisent Facebook au moins occasionnellement. La progression a été phénoménale depuis 2007 et Facebook est toujours devant les autres réseaux sociaux. Néanmoins, depuis 2012, l'intérêt pour Facebook baisse lentement. Les controverses sur la protection de la vie privée des utilisateurs et l'impact de la désinformation, la diminution de la visibilité des publications pour des raisons publicitaires ou la désaffection des jeunes en faveur de nouvelles plateformes comme Tik Tok, sont des facteurs qui peuvent expliquer cette érosion.

## Instagram – sublimer son image de marque.

Cette plateforme est un service communautaire spécialisé dans la photographie. Instagram propose une série de filtres prédéfinis afin d'embellir un cliché avant de le partager avec autres utilisateurs. Instagram est un excellent outil pour gagner en visibilité grâce au système des « hashtag » (#) ou des publicités sous formes de stories. En Suisse Instagram est utilisé par 2,1 millions de personnes, soit un quart (24 %) de la population. Instagram est particulièrement populaire auprès des jeunes de moins de 25 ans : 82 % des jeunes utilisent Instagram, et seulement 34 % utilisent Facebook. Plus des 2/3 des utilisateurs se connectent une fois par jour pour visualiser le contenu proposé par une marque.

## LinkedIn – La plateforme pour les professionnels.

Bien que la plupart des utilisateurs de LinkedIn utilisent probablement Facebook et Instagram, ce serait une grave erreur de s'adresser à eux comme sur les autres réseaux sociaux. Les utilisateurs fréquentent en effet les différentes plateformes avec des intentions différentes. Si Facebook et Instagram se concentrent sur les intérêts privés, le comportement des utilisateurs de LinkedIn est motivé par des raisons professionnelles. C'est la raison pour laquelle le réseau doit être utilisé pour des objectifs complètement différents, qui par ailleurs n'auraient aucun impact sur d'autres médias sociaux. Le marketing B2B et le recrutement fonctionnent beaucoup mieux sur un réseau d'affaires, car les utilisateurs ne sont pas à la recherche de divertissement, mais de valeur ajoutée professionnelle. À l'inverse de la plupart des autres réseaux sociaux, c'est par l'expertise et le contenu de l'information que l'entreprise marquera des points sur LinkedIn.

## Twitter – Un réseau élitiste en Suisse ?

L'application Twitter compte plus de 300 millions d'utilisateurs actifs dans le monde. Le chiffre le plus impressionnant est le nombre de tweets envoyés par jour : 500 millions. Le flux continu de tweets se veut le reflet de l'actualité de la planète essentiellement. En Suisse, on dénombre un peu plus de 600'000 comptes. Cet outil de communication n'est pas des plus qualitatifs, essentiellement dû à la limitation du nombre de caractères prévus par chaque publication (140 pour être précis). Contrairement aux États-Unis, où une grande partie de la population est sur Twitter, seuls 10% des Suisses l'utilisent et près de 40% ne sont pas actifs sur la plateforme. Ce réseau est utilisé de manière quasi exclusive par les journalistes et les politiciens suisses. Twitter est donc un outil intéressant pour une communication basée sur des opinions en lien avec l'actualité et la politique. Le but étant que les journalistes inscrits sur ce réseau puissent reprendre les informations afin de les relayer dans leurs médias respectifs.

## TikTok – La plateforme du moment.

TikTok a vu le jour en septembre 2016. En moins d'un an, cette application a conquis plus de 4000 000 utilisateurs de TikTok en Suisse. Aujourd'hui, elle est plus téléchargée que Facebook, Instagram et bien d'autres réseaux sociaux populaires... Le réseau social le plus en vogue du moment dispose d'une fonction dédiée aux pages professionnelles. Comme sur les autres plateformes sociales, TikTok permet aux marques de déposer leurs annonces. Elle connaît essentiellement du succès auprès des jeunes. La part la plus importante d'utilisateurs est représentée par les 13-19 ans. Mais petit à petit, d'autres tranches d'âge s'intéressent à cette application et on constate une augmentation significative d'utilisateurs « adultes ». De plus, l'intervalle 16-24 ans présente également une forte croissance. Cette plateforme est un outil incontournable pour les entreprises qui visent ce type de public.

Dans mon article L'importance de cibler le bon public ! publié en avril dernier, je décrivais les quatre cibles principales pour une agence immobilière, à savoir les personnes seules, les couples sans enfants, les petites familles ainsi que les ménages de plusieurs personnes. Si nous établissons une corrélation entre ces cibles et les attentes des utilisateurs sur les différentes plateformes sociales, il sera aisé d'utiliser ces plateformes à bon escient et de véhiculer une image de marque professionnelle et crédible auprès d'une audience intéressée à acheter, vendre ou louer un bien immobilier.



Gabriele Del Nunzio.



GDNO SÀRL – STRATÉGIE | MARKETING | COMMUNICATION  
Gabriele Del Nunzio - Spécialiste marketing et communication  
gabriele@delnunzio.ch - www.gdno.ch

BULLETIN D'ABONNEMENT

## Abonnez-vous !

Je m'abonne à l'AGEFI IMMO pour une année soit 45 francs pour 11 numéros.

Nom : \_\_\_\_\_ Prénom : \_\_\_\_\_  
Rue : \_\_\_\_\_ NPA/Localité : \_\_\_\_\_  
Tél. : \_\_\_\_\_ Date : \_\_\_\_\_  
Signature : \_\_\_\_\_

Coupon-réponse à retourner à AGEFI, Magazine AGEFI IMMO, Route de la chocolatière 21, 1026 Echandens-Denges, T +41 21 331 41 40, abo.agefi-imm@agefi.com