



# Facebook : pour transmettre des émotions et cibler votre audience

## Présentation

Facebook, premier réseau social dans le monde en terme de nombre d'utilisateurs et de temps passé sur son site et ses applications mobile, consolide sa place de leader incontesté des médias sociaux.

## Points forts

1. Facebook est à ce jour le premier réseau social au monde avec 1,59 milliards d'utilisateurs actifs (Janvier 2016) et le prochain milliard en ligne de mire.
2. Facebook réunit toutes les classes d'âge et catégories de population, ce qui en fait une base de données marketing extraordinaire.
3. Avec les Pages, Facebook dispose d'outils permettant aux entreprises et aux marques de diffuser des contenus et d'interagir avec leurs clients.
4. Avec les Groupes, Facebook permet également de fédérer votre communauté en leur permettant de partager leurs idées et de s'exprimer sur un pied d'égalité.
5. Avec Facebook Messenger, Facebook est en passe de proposer un outil intégré de relation client en temps réel pour les entreprises.
6. Avec son programme de publicité capable de cibler les utilisateurs selon des critères socio-démographiques et géographiques, en fonction de leurs centres d'intérêts et de leurs comportements, Facebook dispose d'un outil puissant pour promouvoir votre entreprise, votre marque, vos produits, vos applications et vos contenus. A terme, ces publicités seront diffusées hors de Facebook sur un réseau de sites et applications partenaires pour concurrencer directement Google.

7. Adossés aux pages et aux publicités Facebook, des outils statistiques permettent de suivre vos publications gratuites et payantes.
8. Facebook est désormais un écosystème : Whatsapp et Instagram ont été rachetés par Facebook et Facebook propose désormais une 23 applications mobiles

## Facebook est adapté pour

1. Les marques avec une capacité forte à produire de l'émotion (ex : Coca-Cola, Starbucks...)
2. Les entreprises capables de publier des contenus hautement partageables (ex : National Geographic avec ses photos exceptionnels d'animaux et de paysages, GoPro avec ses vidéos, BuzzFeed avec ses articles viraux)
3. Les entreprises avec des actifs en terme de vidéos, visuels et photos : 93% des publications les plus partagées comportent une photo
4. Les entreprises utilisant Facebook comme canal pour diffuser des offres spéciales, coupons et concours.
5. Les entreprises B2B avec un budget pour utiliser la plateforme de publicité de Facebook afin de cibler leur audience et pousser leurs contenus.

## Attention cependant

- Facebook est devenu un média : il est difficile aujourd'hui de démarrer une page de zéro sans passer par la publicité.
- Facebook n'est plus le réseau social le plus rentable en terme d'efforts / retombées avec la chute de la visibilité des publications de pages et la mise en place d'un algorithme visant à favoriser les contenus générant le plus d'interactions.
- Facebook est délaissé peu à peu par les jeunes qui, sans se désinscrire, lui préfèrent Twitter, Tumblr ou des applications mobiles comme Instagram, Snapchat, Vine ou Whatsapp.