



# Pinterest : pour cibler les femmes

## Présentation

Pinterest est un réseau social fonctionnant sur le même principe d'abonnés et d'abonnements que Twitter mais entièrement tourné vers les contenus visuels : photos et vidéos. Pinterest permet à chaque utilisateur d'accrocher des images (les « Pins ») sur des murs thématiques (les « Boards ») et de naviguer à travers un flux de contenu regroupant l'ensemble des photos épinglées par les comptes auxquels l'utilisateur est abonné.

## Points forts

1. Pinterest est un réseau comptant déjà 100 millions d'utilisateurs actifs (Septembre 2015) et bénéficiant d'une croissance exceptionnelle.
2. Il est encore possible d'augmenter le nombre de vos followers sur Pinterest sans passer par la publicité sur cette plateforme.
3. Les contenus visuels, de par l'instantanéité des émotions qu'ils génèrent et l'attention des Internauts de plus en plus limitée face au flux d'information auquel ils sont exposés, tendent à s'imposer sur les réseaux sociaux (voir le succès de Vine ou d'Instagram).
4. Pinterest est l'un des réseaux sociaux générant le plus de trafic vers les sites externes ainsi que le plus de ventes. Chaque photo est cliquable et redirige vers le site d'origine.
5. Pinterest est adapté à la présentation de « produits » donc pertinent pour un e-commerce et cette consommation sociale est d'ailleurs l'une des clés de son succès. Sur Pinterest, les utilisateurs sont réglés sur le mode « plaisir » et « lèche-vitrine ».

6. Il est possible de connecter les produits de votre ecommerce à vos épingles grâce aux Product Pins afin que les prix et caractéristiques produits soient toujours à jour
7. Pinterest dispose de son propre programme publicitaire.
8. L'audience de Pinterest est plutôt féminine.

## Pinterest est adapté pour

1. Les entreprises avec du contenu visuel de haute qualité (ex : Journal des Femmes, Cartier...)
2. Les entreprises s'adressant aux femmes et aux mamans : mode, bijouterie, artisanat, voyages, alimentation sont les sujets les plus partagés sur Pinterest.
3. Les ecommerce avec des produits disposant de qualités visuelles intrinsèques : 70% des pins sont liés à des intentions d'achat.
4. Les entreprises B2B capables de transformer leur expertise en connaissances visuelles : infographies, schémas, graphiques...

## Attention cependant

- Toutes les marques n'ont pas la même aisance pour proposer du contenu de qualité sur Pinterest
- Certaines thématiques sont plus porteuses : luxe, mode, design, art, cuisine, lifestyle, paysages...