

## **TD n°6 : Réseaux sociaux**

1. Définissez votre public cible. Qui sont-ils ? Quels sont leurs objectifs ? Quels sont leurs intérêts ?

- Jeunes femmes de 16 à 28 ans car les femmes sont les plus grandes consommatrices de parfums, elles en achètent généralement pour toutes occasions.
- Leur principal objectif est de trouver et d'acheter un parfum de qualité, écoresponsable, correspondant à leur budget (moyen), cela souvent dans le but de plaire, de s'auto-identifier à travers le parfum et également pour des occasions spéciales (ex : St-Valentin).
- Intérêts : féminité, séduction, intensité, nouveautés, tendances, etc.

2. Identifiez les moyens les plus appropriés pour atteindre votre public cible. Quels sont les réseaux sociaux que vous utiliserez ? Quel type de contenu serait le plus efficace ?

- RS : Instagram, Pinterest, Snapchat et YouTube
- Contenus : vidéos, photos, blog, webinar, infographies

3. Établissez un calendrier et une fréquence de publication. Quand publier et à quelle fréquence ?

- Instagram : publication le mercredi, le vendredi et le dimanche, en matinée entre 7h – 8h et en soirée à partir de 18h
- YouTube : jeudi et vendredi entre 12h – 16h
- Pinterest : vendredi et samedi entre 20h – 23h (heure de pic 21h), 3 publications/jour
- Snapchat : vendredi et samedi entre 22h – 1h du mat, mais possibilité de publier n'importe quel jour

4. Créez le contenu qui sera publié. Quel type de contenu sera le plus approprié ? Quels outils et technologies seront nécessaires pour créer le contenu ?

- Instagram : photos, webinar
- YouTube : vidéos, webinar
- Pinterest : infographies et photos, voire vidéos
- Snapchat : vidéos (stories), webinar

🛠️ Outils technologiques nécessaires pour la création des différents contenus :

- Vidéos : Capcut, Shotcut, iMovie, Canva
- Photos : Luminar AI, Photoshop Express, Fotoramio, Canva, Pixlr, Magic Eraser, Darktable, etc.
- Infographies : Canva, Visme, Infogram, Piktochart, etc.
- Webinars : Zoom, Cisco Webex Webinar, Livestorm, Webikeo, etc.



5. Développez une campagne promotionnelle pour vos publications sur les réseaux sociaux. Quels seront les canaux publicitaires que vous utiliserez ? Comment allez-vous cibler votre public ?

- Canaux : Instagram for Business, le site web (internet), les newsletters, l'application mobile et l'e-mailing

- Ciblage du public :

- ❖ besoins identiques ou similaires (principalement se parfumer) ;
- ❖ le sexe, âge ;
- ❖ comportement d'achat, freins – motivations, fréquence d'achat, panier moyen, lieu(x) d'achat ;
- ❖ analyse du produit et des acheteurs, sondage - questionnaire, données de l'entreprise sur les clients actuels ;

6. Analysez et mesurez les résultats de votre campagne. Quels sont les indicateurs clés de performance (KPI) que vous utiliserez pour mesurer la notoriété, l'engagement et l'image de votre marque ? Quels outils et technologies utiliserez-vous pour mesurer et analyser les résultats ?

**Indicateurs de performance pour le e-commerce :**

- Trafic du site Web ;
- Temps passé sur le site de e-commerce ;
- Pages consultées par visite individuelle ;
- Volume de trafic au coût par clic ;
- Taux d'abandon du panier d'achat ;
- Taux de clics

**Indicateurs de performance pour la gestion de projet :**

- Tâches créées vs Tâches résolues ;
- Respect des délais ;
- Taux d'accomplissement ;
- Pourcentage de réalisation des objectifs

**Indicateurs de performance de qualité :**

- Contenus les plus consommés ;
- NPS