

Médias Sociaux:

Quelle stratégie pour émerger?

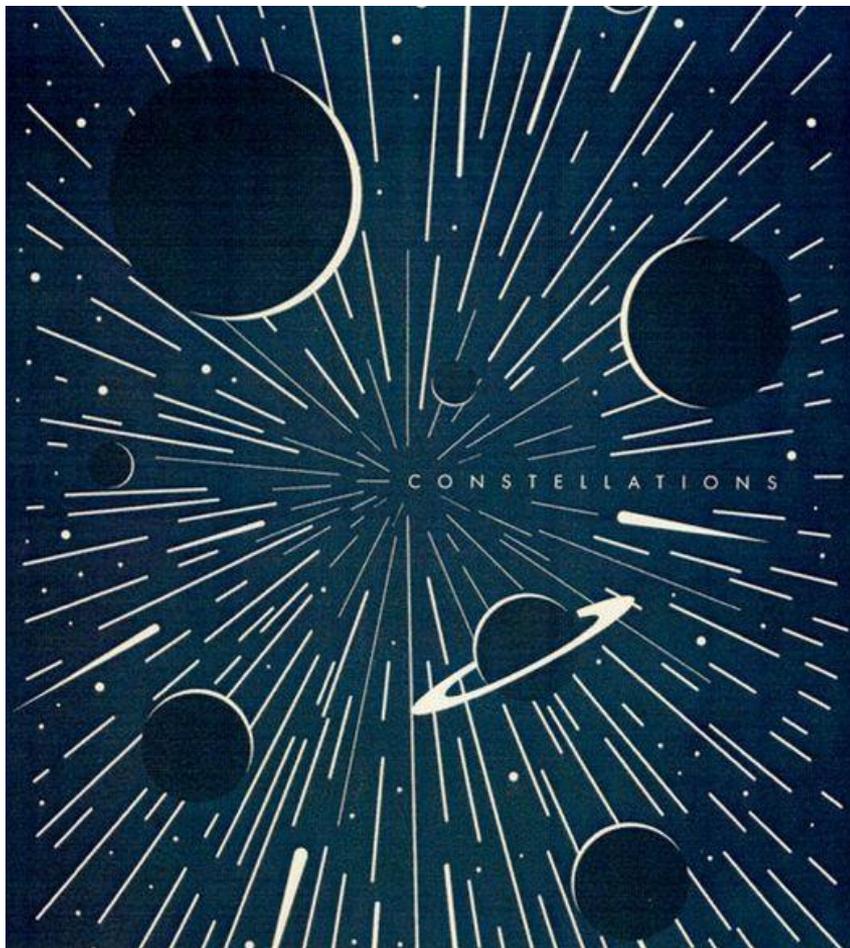
ORÈS
奥仁斯

WWW.ORES-GROUP.COM



Les médias sociaux en 2019

Où en est-on?



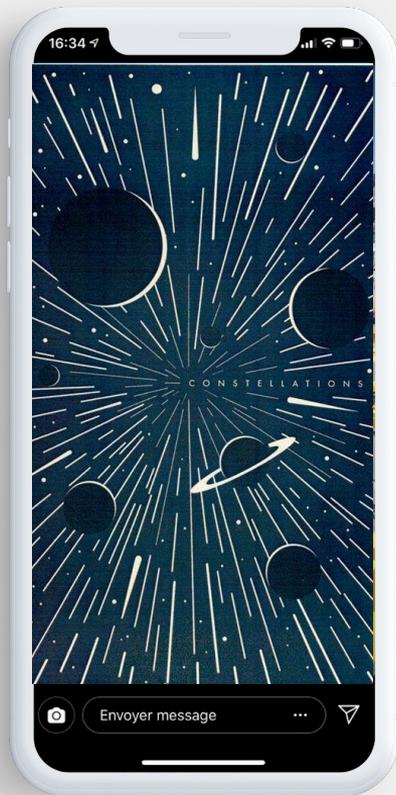
un usage **OMNIPRÉSENT**



presque 1 personne sur 2
est présente
sur les médias sociaux
3,4 milliards d'utilisateurs

68 % des canadiens
sont présents sur les
médias sociaux
25 millions d'utilisateurs





un usage **MOBILE**



9 utilisateurs sur 10

y accèdent depuis un mobile
3,2 milliards d'utilisateurs

plus d'1 canadien sur 2
y accède depuis un mobile
21 millions d'utilisateurs





74%
d'utilisateurs



72%
d'utilisateurs



50%
d'utilisateurs



37%
d'utilisateurs





la guerre de **LA VISIBILITÉ**

-
-
-
-

Audience immense mais forte concurrence

2 enjeux pour les marques:

**Une nouvelle vision de l'engagement
avec la consommation active de contenus**

Une forte compétition sur le Paid

l'ère du storytelling **VERTICAL**

Le format story, nouveau standard

2 enjeux pour les marques:

Un format engageant

Une nouvelle forme de narration





de l'interaction à **LA DISCUSSION**

-
-
- *Les messageries, le nouveau fil d'actualité*
-

2 enjeux pour les marques:

Humaniser sa marque

De la conversation à la conversion

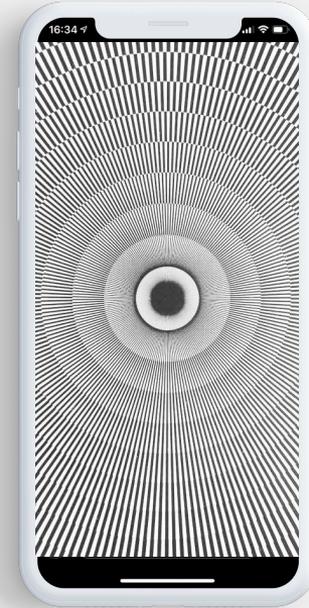
la quête de l'expérience IN-APP

*La quête de la rétention maximale
des utilisateurs sur le réseau social*

2 enjeux pour les marques:

L'intégration d'une stratégie Social commerce

L'essor des expériences natives





Enjeu 2019

**RÉTABLIR LA CONFIANCE
SUR LES MÉDIAS SOCIAUX**

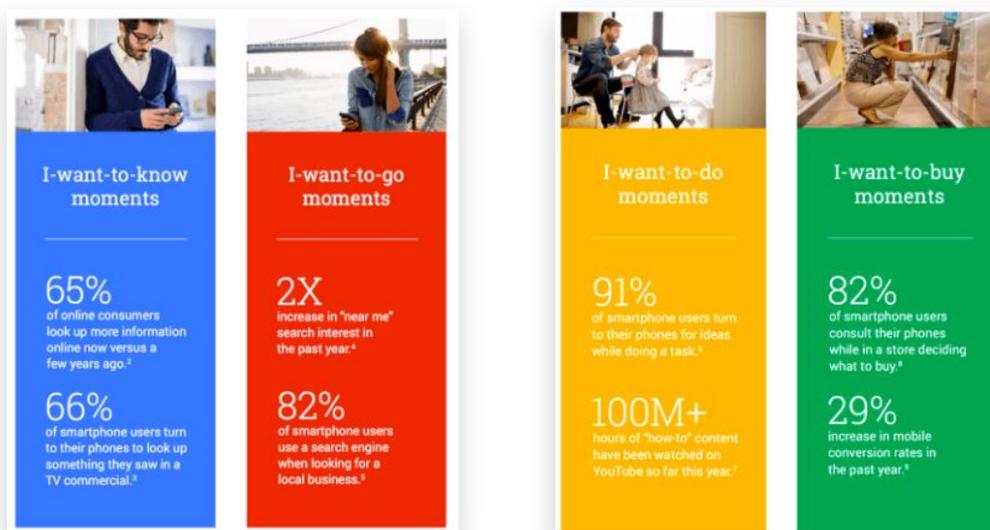
Alors...

Comment s'adapter à ces nouveaux enjeux?

#1 approche stratégique

**PASSER D'UNE STRATÉGIE DE CANAUX
À UNE STRATÉGIE DE MOMENTS**

Adapter votre stratégie de contenu en fonction des moments d'usages de sa communauté



S'adapter aux moments **en variant les expériences de contenus**

du *Fast Content*



ou *Slow Content*

— Bizzbee

Case study



#2 approche créative

**RAMENER DE LA VERTICALITÉ
DANS VOS CONTENUS**

Le bon contenu de marque, c'est du contenu qui a quelque chose à raconter

VOTRE
MARQUE



VOS
COMMUNAUTÉS

perte de repères
saturation des messages
crise de confiance

VOTRE
MARQUE



ramener de l'authenticité
apporter du sens
rétablir la confiance

VOS
COMMUNAUTÉS

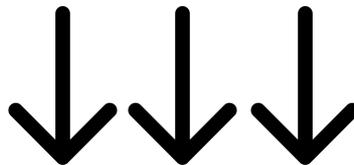
— Tape à l'oeil

Case study



Développer des contenus de niche pour fédérer des micro-communautés

VOTRE
MARQUE



VOS
COMMUNAUTÉS

— OUI.Surf x BNC

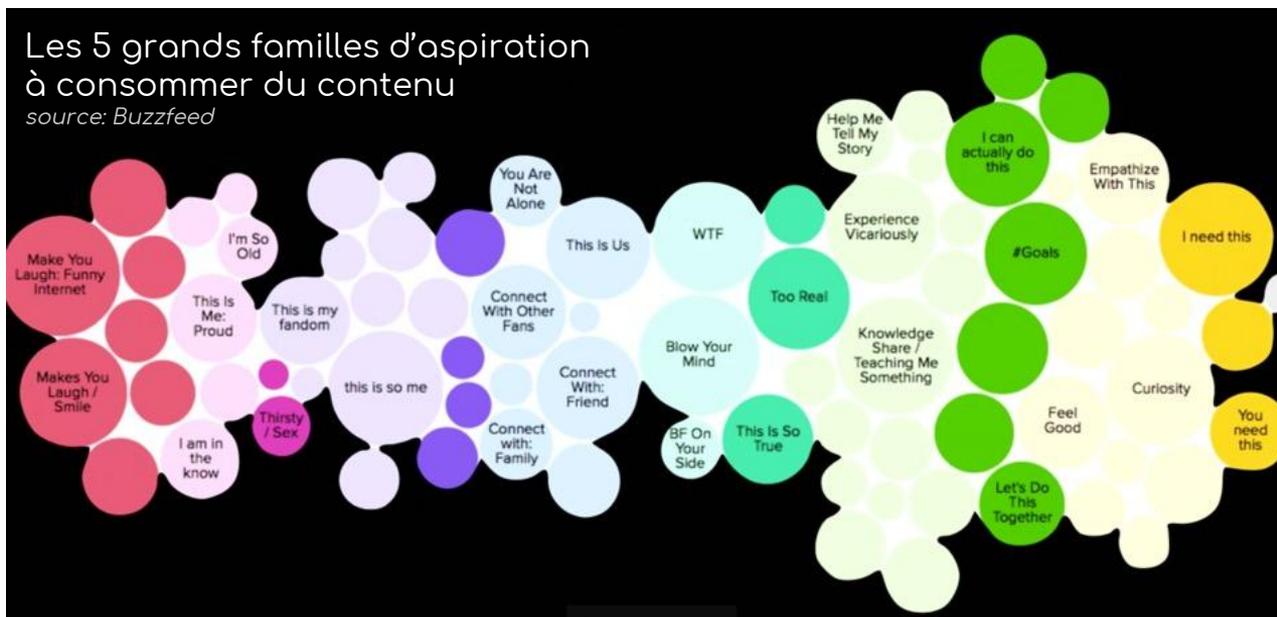
Case study



#3 approche évaluative

**ADAPTER VOTRE
MESURE DE L'EFFICACITÉ**

Définir et identifier l'effet souhaité par notre contenu



Un contenu n'est pas un vendeur, **un contenu est un ami**

HOMMES FEMMES RECHERCHER

SSENSE

FRANÇAIS OUVRIR UNE SESSION MES FAVORIS PANIER (0)



L'IRRUPTION DES BASKETS MUTANTES

Cinq variantes par Nike, Prada et Margiela



Mode LE ROYAUME BURBERRY

Le photographe Suffio Moncloa immortalise pour SSENSE la collection inaugurale printemps-été 2019 de Riccardo Tisci pour Burberry

ORÈS

奧仁斯

—
Merci!

MARC MINART

DIRECTEUR PAYS / COUNTRY MANAGER ORES CANADA

+1 (514) 623 9400 | marcminart@ores-group.com

—
POUR EN SAVOIR PLUS :

[ORES-GROUP.COM](https://www.ores-group.com)