

# L'ouverture des réseaux sociaux vers les TPE-PME

Il s'agit d'un véritable outil marketing accessible à toute entreprise, quelle que soit sa taille et son secteur d'activité, à condition qu'elle sache l'appréhender avec intelligence et savoir-faire. Il existe des opportunités pour les TPE-PME en matière de communication et de positionnement.

Le « social media marketing » repose avant tout sur le développement d'une communauté d'internautes autour de l'univers professionnel de l'entreprise (marques, produits, prestation de services, etc...).

Toute la subtilité consiste donc à utiliser les réseaux sociaux comme des vecteurs d'informations autour de l'entreprise. C'est en générant du contenu autour de l'activité que l'entreprise pourra créer un lien « social » avec la clientèle en l'abordant sous un angle nouveau et original.

La mise en place de contenus est au centre de toute la stratégie du « social media ». Elle se fera au travers de la communication, l'échange et le partage de données avec la communauté d'internautes afin de mettre en avant les différentes facettes de l'entreprise pour la rendre commercialement plus attrayante.

Récapitulatif des actions pouvant être menées sur les réseaux sociaux :

- Créer, échanger, partager avec sa communauté,
- Proposez une autre image de l'entreprise,
- Être un outil de diffusion d'informations,
- Apporter des conseils à la clientèle.

Cette stratégie de communication doit être prise en compte car elle permet réellement un échange et une fidélisation de la clientèle par ce vecteur de plus en plus prisé par de nombreux internautes.

L'utilisation des réseaux sociaux demande à l'entreprise d'être active sur ce vecteur de communication car ces réseaux sont constamment demandeurs d'informations nouvelles. L'entreprise doit donc donner une image dynamique et performante d'elle-même et être toujours réactive sur son contenu et ses échanges avec les internautes.

Les réseaux sociaux les plus connus sont :

- Facebook
- Twiter
- Linked In
- Viadeo

