

Vendre sur les Réseaux Sociaux





PERSPECTIVES
NUMERIQUES 10

Sous l'impulsion de la CCI de Troyes, les acteurs du numérique de l'Aube ont décidé de se mobiliser au sein d'une association.



LES MISSIONS

SENSIBILISER : les différents acteurs économiques de l'Aube afin de les inciter à prendre le virage digital

INFORMER : Perspectives Numériques se veut être précepteur et vulgarisateur d'une information technique et parfois complexe ; notre association souhaite rendre le digital accessible à tous

FORMER : La réussite de la mise en place de nouveaux processus de travail ne peut se faire sans des formations adaptées aux différents acteurs.

ACCOMPAGNER : L'expertise des membres de l'association doit permettre aux entreprises et collectivités locales de s'approprier la révolution digitale. Pour ce faire, Perspectives Numériques a prévu un dispositif d'accompagnement complet, allant du diagnostic jusqu'à la définition d'une stratégie digitale personnalisée

perspectives-numeriques.org

www.facebook.com/perspectivesnumeriques10/

L'Agence 10 TIC devient "Perspectives Numériques"

Avec ce nouveau nom symbolique des bénéfices attendus de la transformation numérique, Perspectives Numériques souhaite accompagner toutes les entreprises dans leurs mutations numériques et mettre en place en 2018 un programme ambitieux : ateliers, conférences, séminaires, ateliers, formations et cours d'évaluation. L'information sera diffusée principalement sur le réseau social Facebook de l'association, relayé par les réseaux sociaux.

INFORMER

Informer et sensibiliser



CONSEILLER

Conseiller et accompagner son expertise



FORMER

Apprendre aux besoins de demain



ACCOMPAGNER

Mettre à confiance les

ACTUALITÉS



Le clout robotique

By Perspectives numériques
© Avr 11, 2016



BYDD - CYDD - WYDD

By Perspectives numériques
© Mar 26, 2016



Mesurer sa transformation numérique

By Perspectives numériques
© Mar 15, 2016



Hitachi présente un support de stockage en quartz

By Perspectives numériques
© Mar 14, 2016



Perspectives Numériques 10

Publié par Burysek Gilles [7] · 28 mars, 00:13 · 🌐

Encore un joli succès pour la conférence "Newsletter" animée par Marie-Alix Domei IKADIA pour Perspectives Numériques 10 vendredi dernier à la CCI Troyes et Aube !

<https://bit.ly/2DZpHod> Compte rendu dans les pages Eco de l'est-éclair du jour.



La «newsletter» fait son retour

Chambre de commerce et d'industrie La «newsletter» fait son retour Par L'Est Eclair | Publié le 26/03/2018 à 16h09 partager twitter Le journal du jour à partir de 1€ Marie-Alix Dornel de l'association Perspectives numériques. Lecture zen Elle a eu...

LEST-ECLAIR.FR

Le Diagnostic d'Opportunité de Transformation Numérique

DIAGNOSTIC TRANSFORMATION NUMERIQUE

OBJECTIF

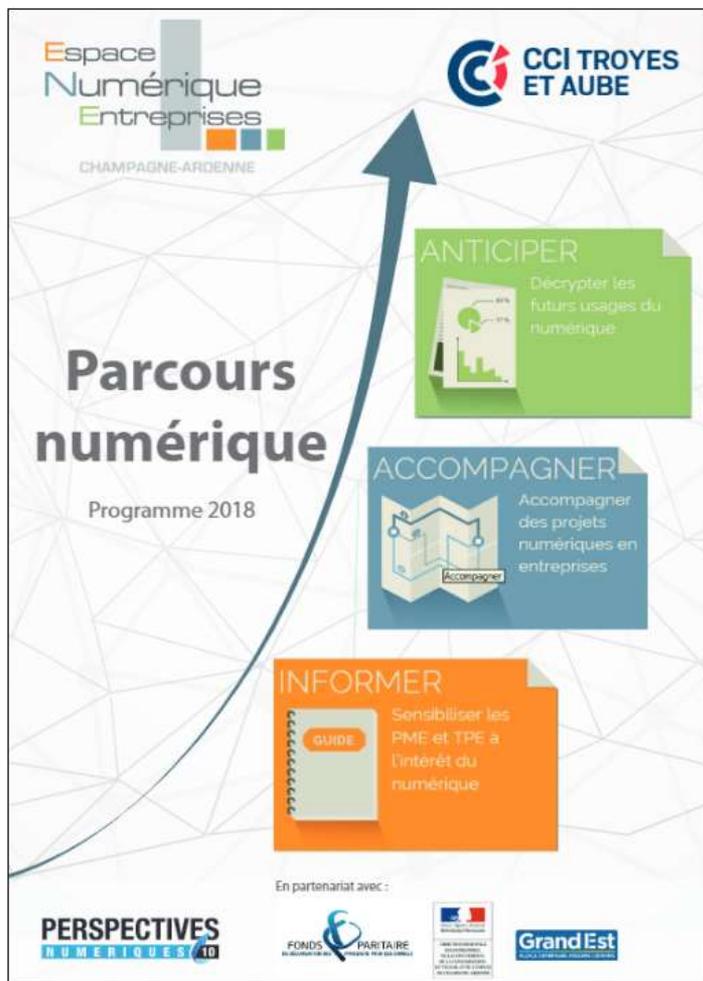
Analyse du stade de maturité numérique de votre entreprise (Communication-Marketing-Commercial, informatisation interne, digitalisation des processus, modèle économique..).
Etablissement d'un rapport diagnostic et proposition de plan d'action : priorités, objectifs, calendrier, ressources.

POUR QUI ?

Toute entreprise auboise qui envisage de mettre en place un projet de transformation numérique.

BUDGET

890€ HT financé à 70%, soit 267€ HT nets pour l'entreprise



Espace Numérique Entreprises
CHAMPAGNE-ARDENNE

CCI TROYES ET AUBE

Parcours numérique
Programme 2018

ANTICIPER
Decrypter les futurs usages du numérique

ACCOMPAGNER
Accompagner des projets numériques en entreprises

INFORMER
Sensibiliser les PME et TPE à l'intérêt du numérique

En partenariat avec :

PERSPECTIVES NUMÉRIQUES 10

FONDS PARITAIRE

Grand Est

La CCI de Troyes, en partenariat avec Perspectives Numériques 10, vous propose des formations gratuites sur le numérique.
La révolution numérique est en marche : pour s'adapter, il faut être bien informé.
Les prestataires professionnels de Perspectives Numériques 10 vous proposent de vous éclairer sur les sujets suivants, en lien direct avec la productivité de vos entreprises.

Date et heure	Thème
Vendredi 19 janvier de 8h30 à 10h00	Les réseaux sociaux
Vendredi 16 février de 8h30 à 10h00	Le webmarketing
Vendredi 16 mars de 8h30 à 10h00	Créer sa newsletter
Vendredi 13 avril de 8h30 à 10h00	La Gestion Electronique de Document (GED)
Vendredi 18 mai de 8h30 à 10h00	Règlement Général sur la Protection des Données (RGPD)
Vendredi 15 juin de 8h30 à 10h00	Les applications mobiles
Vendredi 21 septembre de 8h30 à 10h00	e-RH
Vendredi 19 octobre de 8h30 à 10h00	Vendre avec les réseaux sociaux
Vendredi 16 novembre de 8h30 à 10h00	Préparez Noël
Vendredi 14 décembre de 8h30 à 10h00	Motion Design

L'intégralité du parcours numérique se déroule dans les locaux de la Chambre de Commerce et d'Industrie Espace Régley - 1 Boulevard Charles Baltet à Troyes

Marjorie Solmon
Tél. : 03 25 43 70 35
services@troyes.cci.fr



Online stratégie

Transformateur Digital

Gilles BURYSEK

Création en 1989 d'une SSII régionale **COAXE**.
Président-Fondateur de **NETOPEN** Digital Learning.

Création en 2006 de l'agence **ONLINE STRATEGIE**.

Ancien Président du **CJD** Aube et Champagne Ardenne
Créateur des **Trophées de la PME Performante en 2002**.
Fondateur du Club Affaires **CARBAO TROYES**
Membre du Bureau de **Perspectives Numériques 10**
Administrateur et Référent Stratégie du **Labo du Web**
Cofondateur du **Rucher Créatif**
Référent **numérique et RGPD** Grand Est **CINOV-IT**
Activateur Digital France Numérique

Internet et Référencement

Cloud et collaboratif

Marketing Multicanal

Réseaux sociaux

Marketing Mobile

Sommaire

1. Réseaux sociaux vs e-commerce
2. Le marketing digital, rappels
3. Créer sa boutique sur Facebook
4. Instagram Shopping
5. Conclusion



Tas vu ! On est dans le ELLE de cette semaine !

QUAND

LES RESEAUX SOCIAUX
RENCONTRENT
LE E-COMMERCE



Définitions :

Les médias sociaux ?

 Un ensemble de **services, d'outils et de technologies**, permettant de développer des **conversations et des interactions sociales**, sur internet ou en situation de mobilité. 

La vente « sociale »

 Une démarche commerciale qui utilise les réseaux sociaux pour interagir directement avec des acheteurs potentiels dans le but d'atteindre ses objectifs commerciaux. 

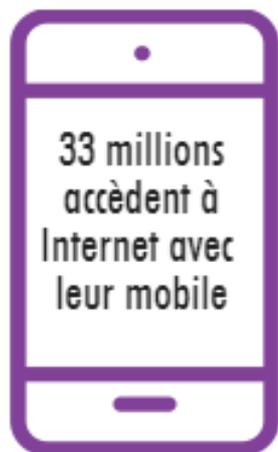
Constats : Les consommateurs ont déjà entamé leur révolution numérique !

84%

84% des français sont internautes
6ème rang en Europe

X 15

les recherches sur mobile ont été multipliées par quinze au cours des quatre dernières années



7 millions

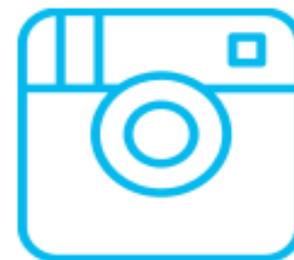
d'acheteurs sur mobile en 2016

59%

des possesseurs de smartphone se géolocalisent

31 millions
de français sur Facebook

52%
des français fréquentent les réseaux sociaux



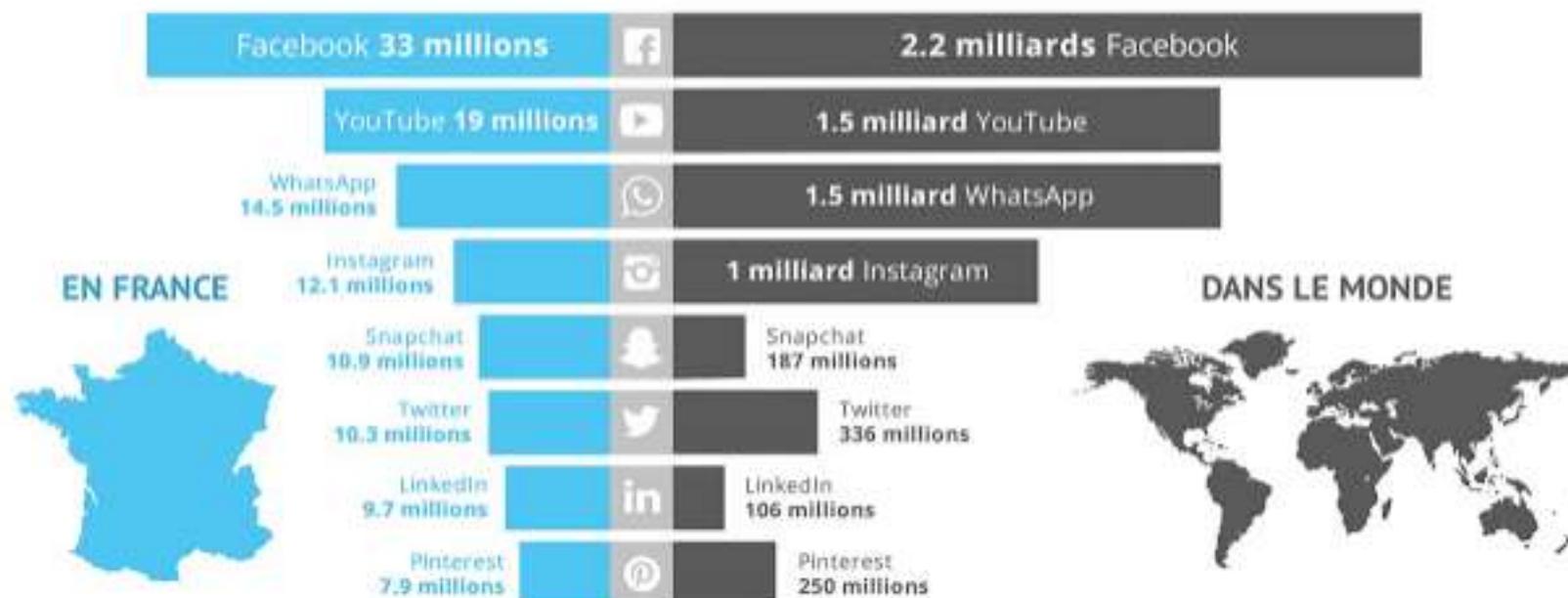
98%
des 18-24 ans utilisent les réseaux sociaux

les 16-30 ans consacrent 17 H par semaine aux RS

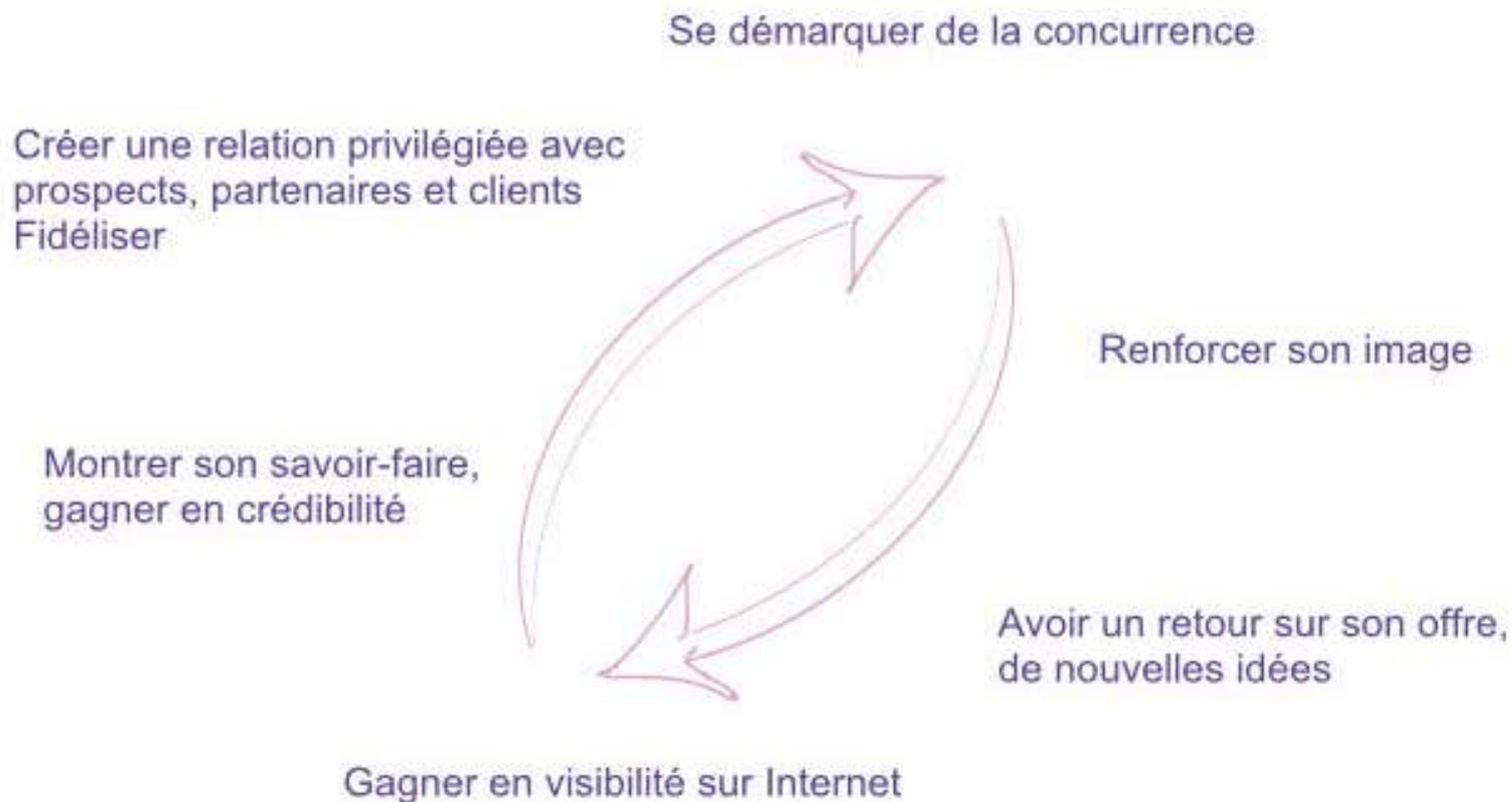
LES RÉSEAUX SOCIAUX

NOMBRE D'UTILISATEURS ACTIFS

JAN 2018
Infographie réalisée par  VIZ



Un réseau social, ça sert à quoi ?



Les réseaux sociaux pour améliorer la relation clients



60 % des utilisateurs interagissent avec les marques via les réseaux sociaux



$\frac{1}{4}$ des utilisateurs de Facebook ou Twitter estiment qu'une entreprise devrait leur répondre en moins d'une heure et **66 %** dans la journée



62 % des utilisateurs de réseaux sociaux attendent des informations et actualités sur les produits de la part d'une marque



Mais seulement **32 %** sont intéressés par la promotion de la marque

Les réseaux sociaux comme un marché !

La vente comme sur « la place de marché »

Personnelle : le client achète à un vendeur qu'il connaît, qu'il voit régulièrement.

Interactive : Il est possible de lui renvoyer un avis direct sur le produit acheté (feed back).

Instantanée : Si un client est mécontent, le marchand le sait immédiatement, car le client revient se plaindre.

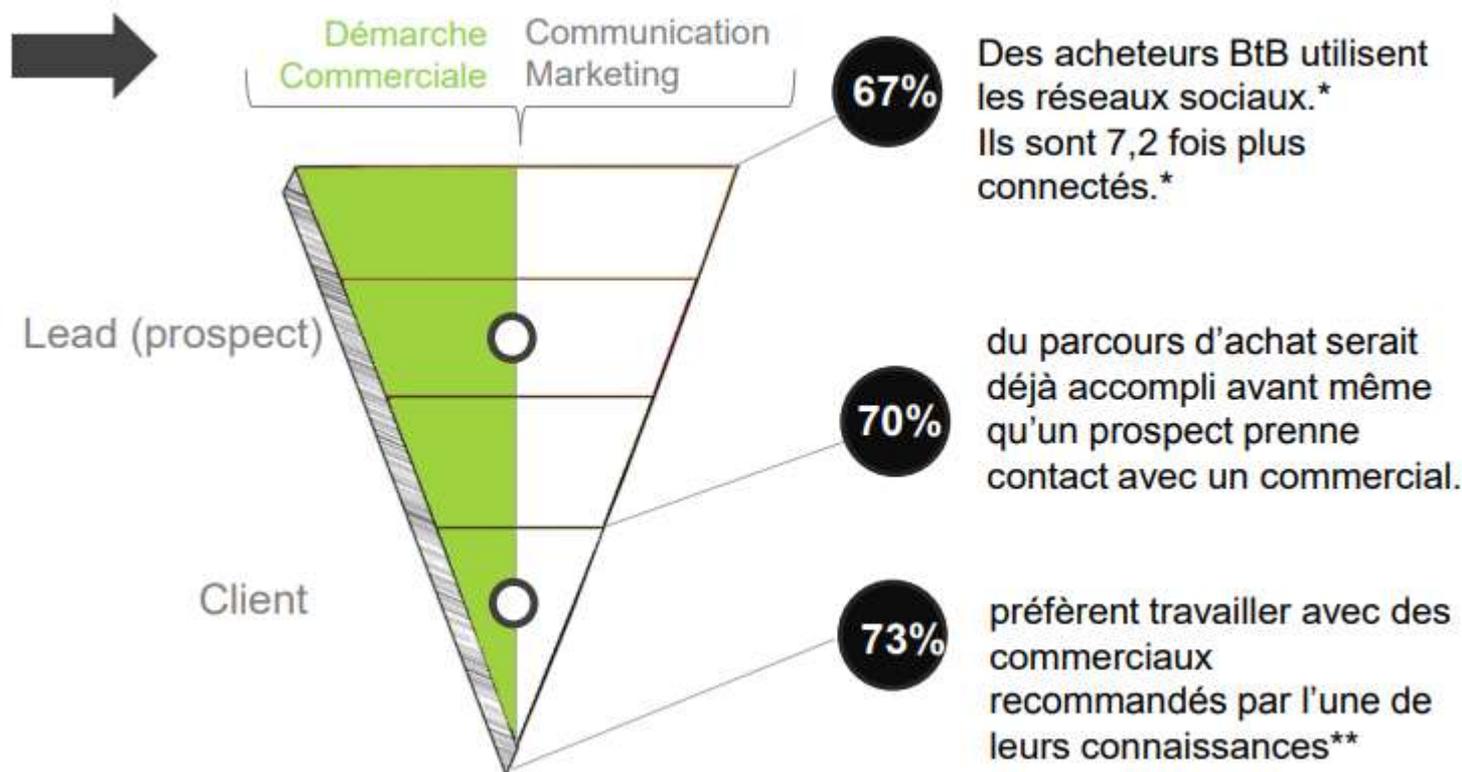
Propice au bouche-à-oreille et aux recommandations. Si le vendeur trompe le client, la rumeur circule rapidement et le vendeur perd ses clients. Et inversement.

Sociale : La place de marché est aussi un lieu de rencontres, ce n'est pas qu'une affaire d'achat et de vente. Les gens aiment fondamentalement parler, échanger.

Vers une nouvelle démarche commerciale



Vers une nouvelle démarche commerciale



Pourquoi vendre via les réseaux sociaux est une affaire délicate ?

- Les Réseaux sociaux sont avant tout une sphère privée où l'on vient se détendre, échanger, s'informer, pas pour acheter !
- Les utilisateurs peuvent être intéressés par une entreprise ou une marque, mais surtout pour avoir des infos, mieux la connaître, pas forcément pour acheter...
- Globalement, les messages publicitaires dérangent les utilisateurs des réseaux sociaux

Vendre via le digital



Les différentes méthodes :

Le référencement naturel (SEO) :

- Nécessite un travail de réflexion important sur le choix des mots clés à référencer
- C'est un vrai travail de spécialiste, tout le monde veut sortir en première page !
- Important mais plus suffisant....



Les différentes méthodes :

L'email marketing :

- Nécessite de disposer d'une base de données d'adresses email qualifiée (opt in – attention depuis le RGPD !)
- Ou de louer une base de données à un fichieriste
- Disposer aussi d'une plateforme de routage de mails professionnelle qui respecte la loi



Les différentes méthodes :

Achat de mots clés Google :

- Identifier les mots clés pertinents
- Créer les annonces
- Disposer d'un budget significatif



Les différentes méthodes :

Et aussi :

- L'achat de bannières publicitaires
- L'affiliation
- Les marketplace



Les différentes méthodes :

Et enfin :

- Les réseaux sociaux !



Les prérequis

- Nécessite de disposer d'un site e-commerce avec paiement en ligne (les réseaux sociaux ne permettent pas le paiement à ce jour)
- Respecter le processus marketing : Faire connaître, Faire aimer et Faire acheter, rares sont les sites qui arrivent à faire acheter directement...
- Les réseaux sociaux seront plutôt des canaux préparatoires à la vente que des vecteurs d'achat en direct

Les sites de e-commerce prêts à l'emploi



Basic Shopify	Shopify	Advanced Shopify
Vendez vos produits avec une boutique en ligne.	Faites passer votre entreprise au niveau supérieur.	Shopify à son meilleur.
USD \$ 29	USD \$ 79	USD \$ 299



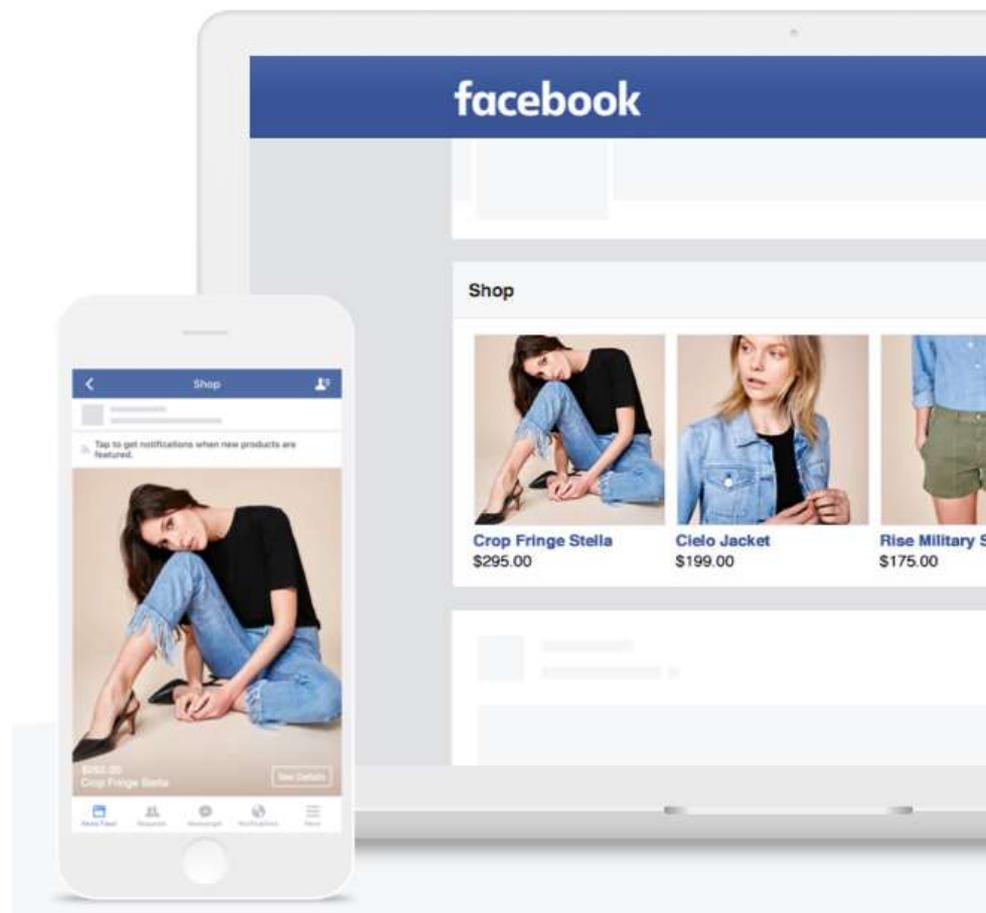
Les sites de e-commerce prêts à l'emploi



Standard
\$29.95/mo

MOST POPULAR
Plus
\$79.95/mo

Pro
\$249.95/mo



Les sites de e-commerce prêts à l'emploi

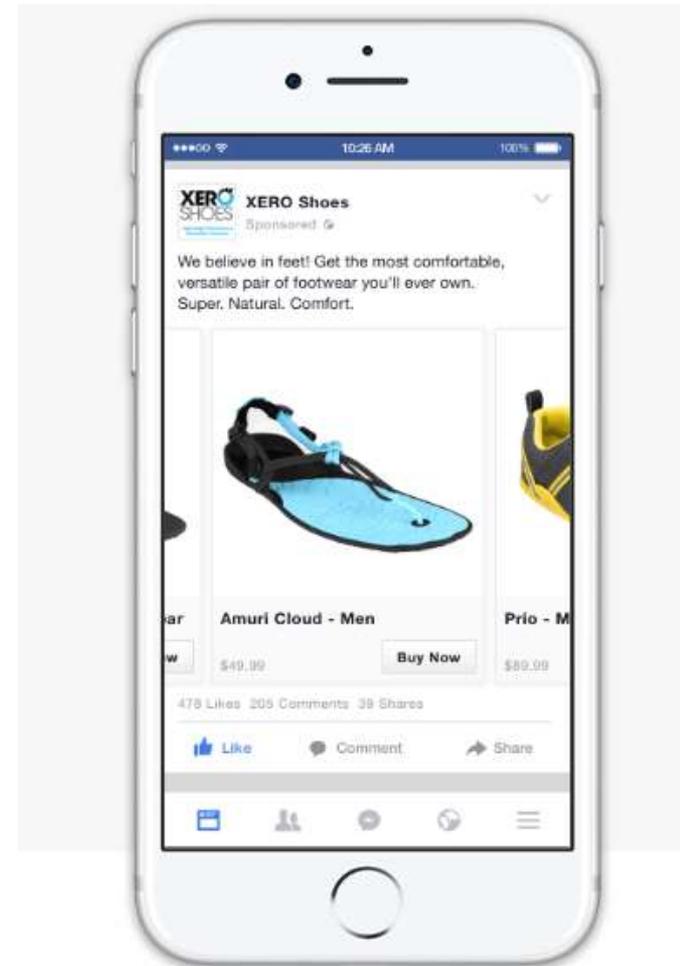
WOO **COMMERCE**



Connect with the right people and drive sales with Facebook.

WooCommerce Instagram

amazon
fulfillment



Créer une boutique avec votre page Facebook



Créer une boutique avec votre page Facebook

Pour créer une boutique Facebook, ajoutez un onglet boutique via les paramètres de votre Page Facebook: Paramètres > Modifier la Page > Ajouter un onglet.

Ajouter un onglet ×

Les onglets vous permettent de mettre à l'honneur vos produits, vos services et d'autres éléments de votre Page. Sélectionnez un onglet dans la liste ci-dessous.

Groupes

Répertorie les groupes que vous avez associés à cette Page.

Ajouter un onglet

Vidéos en direct

Affiche des vidéos en direct relatives à votre Page.

Ajouter un onglet

Articles

Vous attribue un espace pour mettre en avant les Articles sur votre Page.

Ajouter un onglet

Boutique

Affiche les produits que vous souhaitez mettre en avant

Ajouter un onglet

Créer une boutique avec votre page Facebook



Configurez votre Boutique

Pour ajouter une Boutique à votre Page, vous devez accepter nos [Conditions et règles du commerçant](#). Ces règles importantes couvrent des sujets incluant :

- Liste des produits à vendre
- Livraisons, retours et litiges
- Traitement des données utilisateur

J'accepte les conditions générales et les politiques du commerçant.

Annuler

Continuer

Créer une boutique avec votre page Facebook

Sélectionner un moyen de paiement

Choisissez comment les visiteurs de votre boutique achètent vos produits.

-  **Message pour acheter**
Autorisez les messages pour vous poser des questions et négocier les achats.
-  **Payer sur un autre site web**
Envoyez les gens vers un autre site web pour finaliser leurs achats.

Annuler

Continuer

Paiements au sein de votre boutique



Cette fonction est disponible uniquement aux États-Unis.

Lorsque vous autorisez les paiements sur Boutiques, les clients peuvent acheter vos produits directement sur Facebook. Cet article fournit des informations concernant les entreprises autorisées à accepter des paiements sur Boutiques, la configuration des paiements, le délai de réception des paiements, les frais de traitement des paiements et les données relatives au vendeur officiel.

Créer une boutique avec votre page Facebook

Ajouter des produits



Consultez nos recommandations pour les photos pour savoir comment créer de belles images de produit sur Facebook.

Nom du produit

Prix

Ce produit est en vente

Description

URL de paiement

Partager ce produit sur votre Page



Votre Boutique Facebook sera visible quand vous aurez au moins un produit référencé ET validé par Facebook, ce qui peut prendre entre 24 et 48H.

Créer une boutique avec votre page Facebook

 **NAF NAF Paris**
18 mai, 17:15 · 🌐

Pink ladies
Du fuchsia au pêche en passant le poudré, cet été, on porte du rose de la tête aux pieds! A découvrir sur nafnaf.com



Produits affichés :

	Robe fluide avec nœuds sur les épaules... NAF NAF Paris 54,99 €
	Robe fluide avec volants NAF NAF Paris 49,99 €

J'aime Commenter Partager Schedule

👍👎👤 1,3 K Meilleurs commentaires

62 partages

Vous allez pouvoir créer une publication en identifiant les articles à promouvoir qui apparaîtront sous forme de miniature sous votre post.

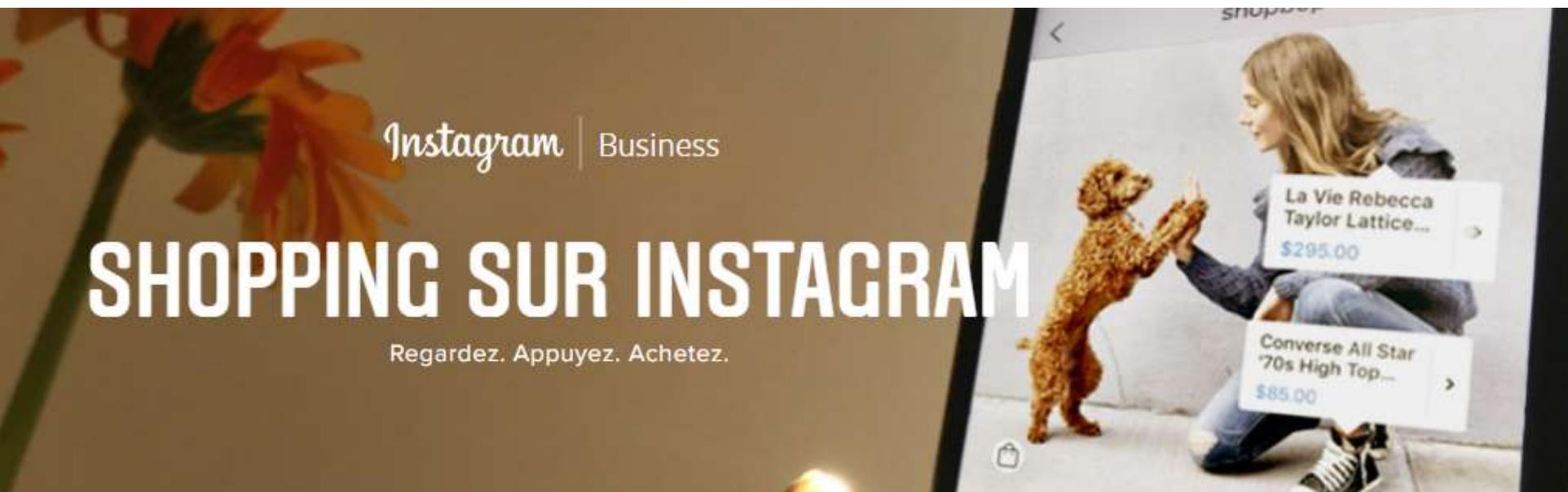
Créer une boutique avec votre page Facebook



Bots
for Messenger

N'oubliez pas le service client, vous avez désormais la possibilité d'installer un robot de réponse sur votre page Facebook (ChatBot)

Configurer la fonction Shopping dans Instagram



Configurer la fonction Shopping dans Instagram

Étape 1. Vérifiez que votre entreprise et votre compte remplissent bien les conditions suivantes

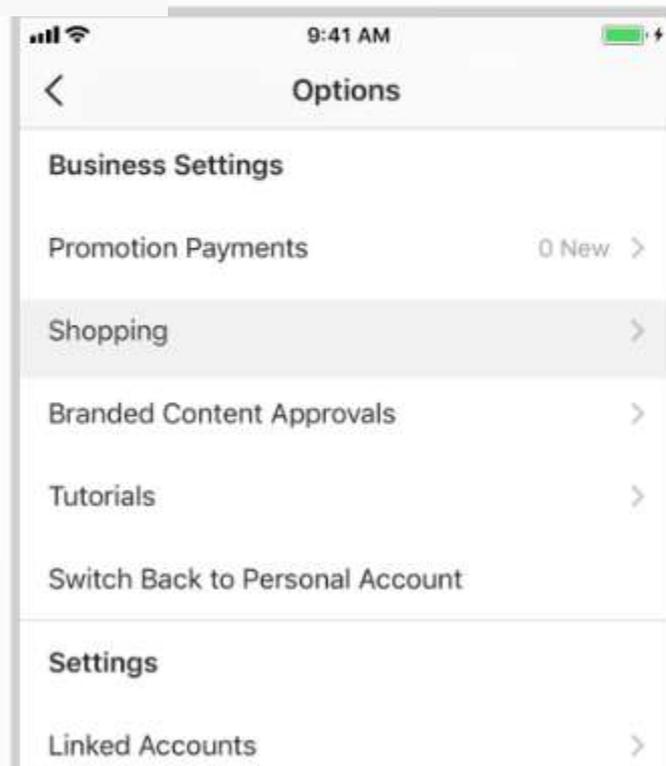
- Votre compte Instagram doit être associé à une entreprise qui vend principalement des biens physiques. Ce compte doit être **converti en profil professionnel** et votre entreprise doit respecter les **Règles commerciales** d'Instagram.

Étape 2. Connectez votre profil professionnel Instagram à un catalogue Facebook

Étape 3. Votre compte va être examiné

Configurer la fonction Shopping dans Instagram

Étape 4. Ajoutez des étiquettes ou stickers de produits sur Instagram



Configurer la fonction Shopping dans Instagram

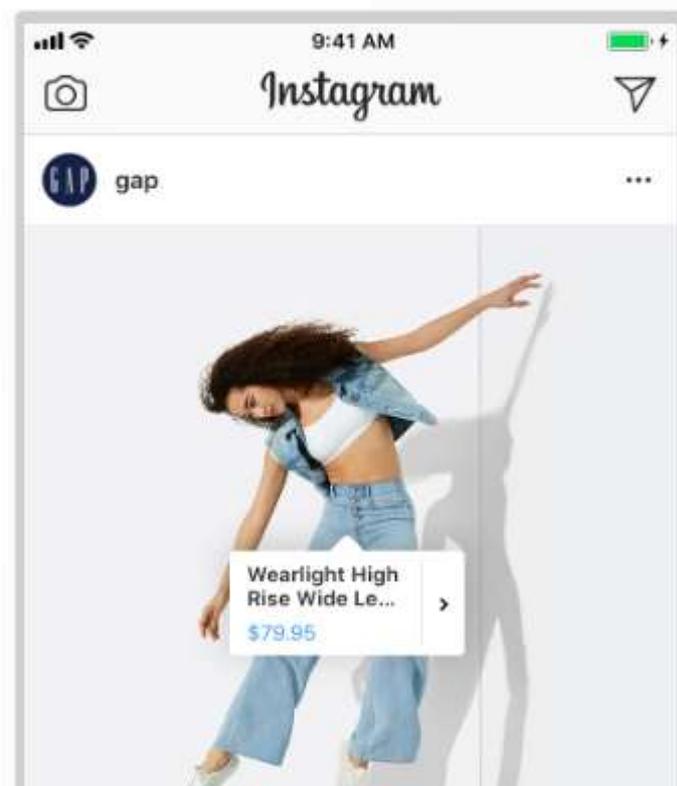
Étape 5. Créez une publication ou story avec des produits

Q : Qu'est-ce que le bouton « Acheter » sur mon profil professionnel ?

R : Le bouton Acheter est affiché sur votre profil suite à la création d'une publication avec produits dans le fil.

Q : La fonctionnalité Shopping sur Instagram existe-t-elle pour les publicités payantes ?

R : Non, la possibilité d'identifier des produits dans des publications du fil et d'ajouter des stickers de produit aux stories n'est pour l'instant proposée que pour les publications organiques. Les entreprises n'auront pas la possibilité de promouvoir de publications ou stories avec produits.



Conclusion

- La vente sur les réseaux sociaux n'est pas encore un phénomène avéré, à suivre...
-
- Mais c'est un excellent moyen de faire connaître son entreprise, sa marque, ses produits, son service
- Et de cibler les profils qui nous intéressent pour les amener sur notre site de e-commerce
- C'est une composante importante de votre stratégie de marketing digital !



Merci de votre attention !