

# GUIDE DE BONNES PRATIQUES



CONITY

## 1 UTILISATION DES RÉSEAUX SOCIAUX CHEZ LES CONSTRUCTEURS DE MAISONS INDIVIDUELLES



# POURQUOI UTILISER LES RÉSEAUX SOCIAUX ?

Omniprésents dans notre quotidien, les réseaux sociaux sont aujourd'hui des outils digitaux qui offrent la possibilité de **communiquer rapidement et simplement** avec des clients, des partenaires ou encore des collaborateurs.

Facebook, LinkedIn, Twitter, Youtube, Pinterest ou encore Instagram sont des plateformes qui permettent de partager des publications à un nombre conséquent d'utilisateurs (en France, 84% des moins de 40 ans utilisent les réseaux sociaux en 2018). Les objectifs peuvent être multiples : informer, recruter, vendre, divertir ou plus simplement se montrer (travailler son image).

## ATTIRER ENGAGER CONVERTIR

### ET EN TANT QUE CONSTRUCTEUR DE MAISON INDIVIDUELLE ?

Aujourd'hui, un constructeur de maisons individuelles doit utiliser les réseaux sociaux pour plusieurs raisons comme par exemple :

- **Gagner en notoriété** pour attirer de nouveaux clients,
- **Rester présent dans l'écosystème** de ses clients (même après livraison) pour favoriser leur recommandation,
- **Recruter de nouveaux collaborateurs** en travaillant son "image employeur"
- ....



Le message à transmettre via les réseaux sociaux varie en fonction de l'objectif à atteindre. Un maître mot : **la créativité !**

Un message original interpelle et suscite le partage, le commentaire ou le petit "Like" qui permettent de gagner en visibilité.

Un constructeur peut publier divers contenus comme par exemple :

- Avis clients,
- Photographies d'avancement de chantiers,
- Actualités de l'entreprise (nouveau collaborateur, organisation d'une porte ouverte...)
- ...

En revanche, **chaque plateforme possède ses codes**, son auditoire et donc sa stratégie de communication.

CONITY vous guide à travers ce manuel à utiliser **Facebook, LinkedIn, Twitter et Instagram**.



## CIBLE

Cible large, Facebook s'adresse à tous. 33 millions d'utilisateurs en France en 2018.

Ce réseau permet majoritairement de **parler à ses clients** (acquéreurs ou futurs acquéreurs)

## MESSAGE

Les publications doivent être : **colorées, émotionnelles, peu formelles.**

Le cycle de vie d'une publication sur Facebook est court.

Les **formats vidéo et photo** priment sur le format texte.

## FRÉQUENCE

Avoir une page Facebook exige une fréquence de publication de **2 à 3 publications par semaines.**



## CIBLE

Linkedin s'adresse principalement à une **cible professionnelle** (partenaires, collaborateurs...).

10 millions d'utilisateurs en France.

## MESSAGE

Linkedin est comme la vitrine de votre entreprise (à destination des professionnels).

Bien que **le ton reste formel**, il ne faut pas hésiter à partager des actualités, des chiffres clés, des projets en cours...

## FRÉQUENCE

Il faut miser sur la qualité du contenu et non sur la fréquence de publication. **1 publication par semaine peut suffire.**



## CIBLE

En tant que CMI, Twitter peut permettre de s'adresser facilement à un **réseau de professionnels du secteur** (syndicat, confrères, fournisseurs...)

## MESSAGE

Twitter est le réseau social le plus spontané. Il permet de couvrir vos événements ou annoncer des **actualités en "quasi direct"**.

Les publications ont **une durée de vie très courtes** (quelques heures au plus)

## FRÉQUENCE

Sur Twitter il faut publier au maximum.

**1 publication par jour est l'idéal.**



## CIBLE

Réseau à destination des particuliers (acquéreurs) et axé principalement sur **les jeunes** (entre 20 et 35 ans).

## MESSAGE

Instagram se base sur le visuel, les images. Photographies de projets (en cours ou terminés), vidéos, matériaux du moment...

Il faut essayer de garder un contenu cohérent et **miser davantage sur la forme** que sur le fond.

## FRÉQUENCE

Les publications ont une durée de vie longue.

Par conséquent, **1 publication par semaine** suffit.

## À QUELS MOMENTS PUBLIER ?



Toute la journée  
**12h-13h et 15h-16h**



Le matin et en fin de journée  
**7h-11h et 17h-19h**



Au cœur de la journée  
**12h-15h et 17h-18h**



Début et fin de journée  
**8h-9h et 17h-21h**



LUNDI



MARDI



MERCREDI



JEUDI



VENDREDI

# QUELQUES EXEMPLES

CONITY accompagne les CMI dans leur stratégie digitale avec pour objectif de **construire la confiance entre constructeurs et acquéreurs**.

Communiquer par le biais des réseaux sociaux est un moyen simple et accessible de communiquer.

Afin de simplifier au maximum la démarche, nous proposons ci-dessous **des exemples de scénarios** allant du plus "facile" au plus "complexe" (et donc chronophage).



## SCÉNARIO 1

### Le minimum vital !

Vous ne maîtrisez pas ou peu les réseaux sociaux mais vous souhaitez prendre le train avant qu'il ne soit trop tard.

Nous vous proposons de miser en priorité sur les réseaux Facebook et LinkedIn.



**1 post sur Facebook tous les vendredis** : avis clients, photographies de chantiers en cours, livraisons, actualités de l'entreprise...

**1 post sur LinkedIn tous les mardis** : actualités de l'entreprise ou du secteur, un avis client de temps en temps...

## SCÉNARIO 2

### La vitesse de croisière !

Vous avez de bonnes connaissances des outils digitaux et communiquez déjà sur plusieurs d'entre eux.

Nous vous proposons de poster des publications à un rythme plus soutenu.



**2 posts sur Facebook : le mercredi et le vendredi.**

**2 posts LinkedIn : le mardi et le jeudi.**

N'hésitez pas à créer des rubriques ou des visuels afin de renforcer votre identité.

## SCÉNARIO 3

### La véritable stratégie digitale !

Si la stratégie de communication sur les réseaux sociaux est votre priorité, il faut mettre les bouchées doubles.

L'embauche d'un **Community Manager** (ou une prestation externe) est envisageable.

C'est le moment d'explorer de nouveaux horizons comme les partenariats, les jeux-concours. Facebook et LinkedIn sont incontournables. Twitter et Instagram sont à envisager.



CONITY peut vous donner davantage de conseils. **On s'appelle ?**



CONITY

La confiance, ça se construit !

 59 rue de l'Abondance, 69007 LYON

 06 77 18 09 21

 [thomas.raquin@conity.fr](mailto:thomas.raquin@conity.fr)