

GUIDE

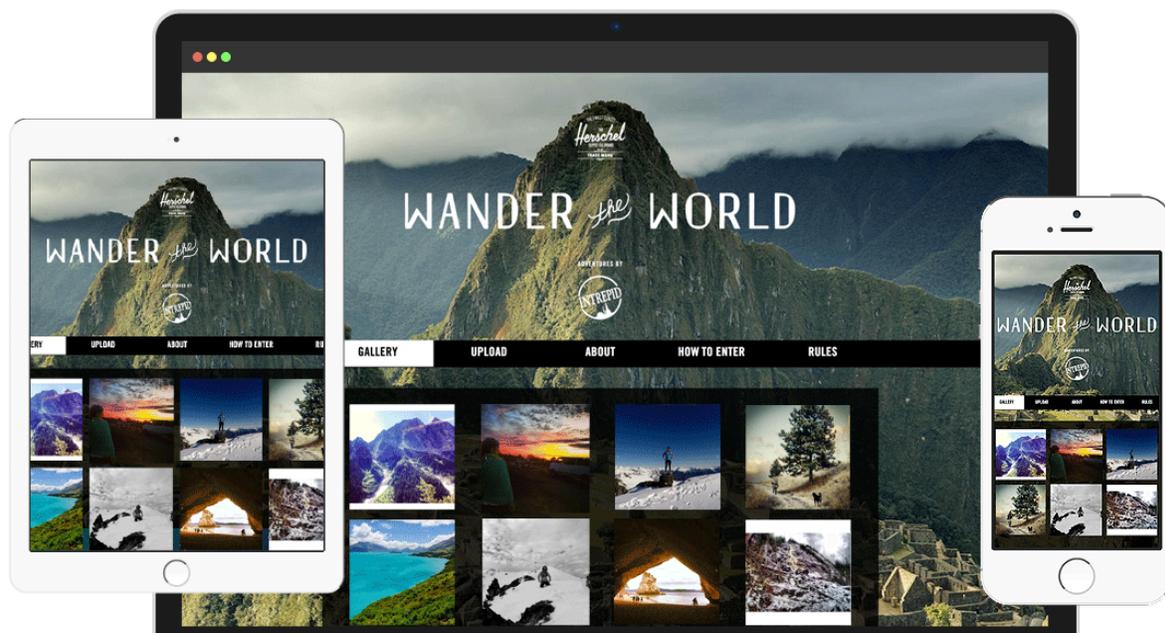
Hootsuite Campaigns

Gagnez des fans, trouvez de nouveaux prospects et fidélisez votre clientèle



Hootsuite Campaigns

Gagnez des fans, trouvez de nouveaux prospects et fidélisez votre clientèle



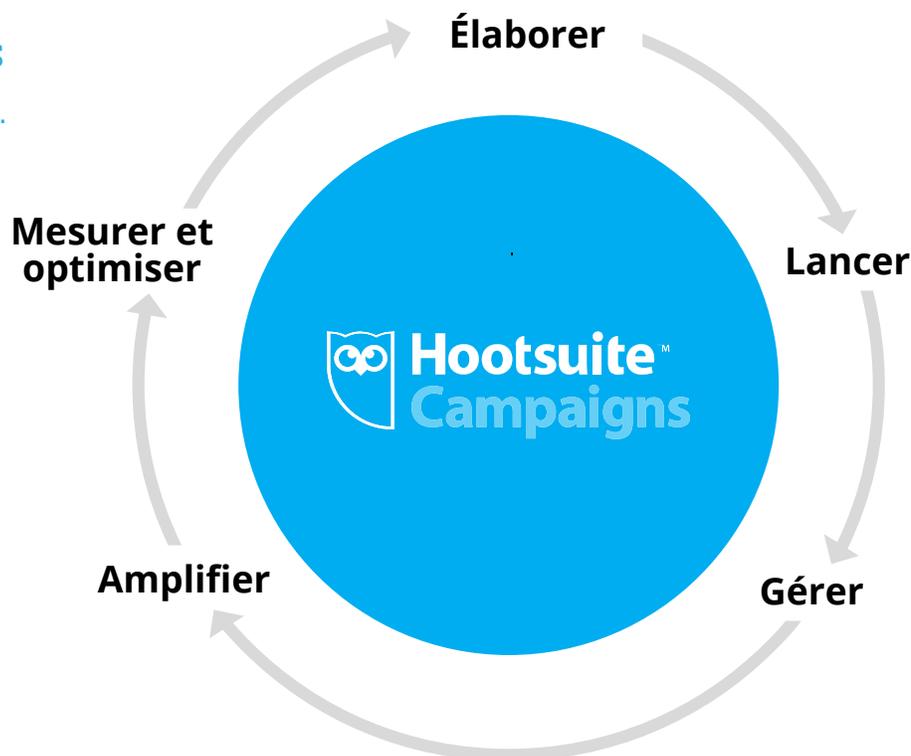
Ce guide décrit les 5 étapes clés pour lancer vos campagnes sociales à grande échelle. Au sommaire : élaborer des tactiques alignées sur vos objectifs commerciaux, réduire le nombre de tâches manuelles et suivre en continu l'impact de vos campagnes jusqu'aux recettes générées.

Développez la portée de vos campagnes en toute simplicité, grâce à un workflow intégré

Avec Hootsuite Campaigns, votre organisation peut rapidement créer des campagnes sociales optimisées pour les terminaux mobiles, sous forme d'applications dédiées, de concours, de quiz ou encore de galeries d'images.

Des tâches manuelles quotidiennes (comme gérer les inscriptions aux concours) aux tâches plus complexes (comme coordonner une stratégie de promotion nationale), Hootsuite Campaigns vous permet de rationaliser vos workflows et de consolider/analyser les données issues des médias sociaux – ceci en toute simplicité.

Voici les 5 étapes clés pour réussir vos campagnes sociales.



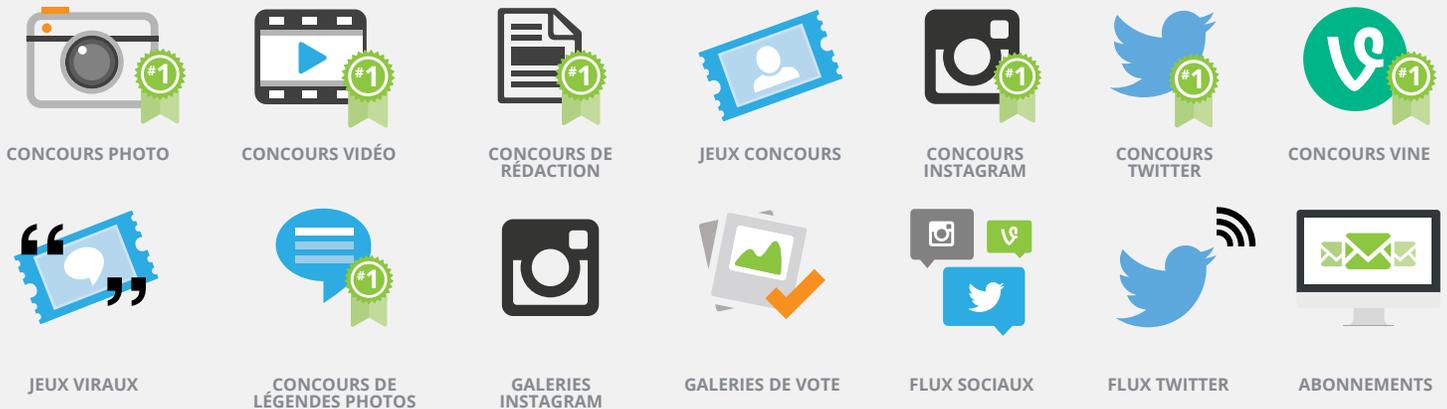
1. Élaborer votre campagne : concentrez-vous sur un objectif commercial

Chaque concours ou campagne doit répondre à un objectif commercial clair et précis pour avoir toutes les chances de révéler son impact commercial aux yeux des dirigeants de l'entreprise.

Identifier votre objectif commercial :

Hootsuite Campaigns vous permet de créer différentes campagnes selon vos objectifs commerciaux.

- Accroître votre audience**
Suscitez des échanges et augmentez l'engagement de votre communauté, ceci en rendant vos concours attractifs et en récompensant les partages. Ce faisant multipliez le nombre de fans et de followers sur vos réseaux sociaux.
- Générer des prospects**
Organisez des jeux concours pour collecter, auprès de vos prospects, de nouvelles adresses e-mail ou d'autres données à forte valeur.
- Stimuler les ventes**
Élaborez des campagnes promotionnelles ayant des effets directs sur les nombres d'achat (en ligne ou en boutique) de vos fans.
- Fidéliser la clientèle et promouvoir la marque**
Récompensez vos clients fidèles par le biais de promotions et invitez vos followers à promouvoir votre marque via des contributions personnelles.
- Collecter les données des consommateurs**
Recoupez les données collectées à travers les concours avec les données issues des médias sociaux. Les bénéfices sont triples : mieux identifier les moteurs d'achat des consommateurs, établir vos stratégies de développement produits et comprendre l'influence des médias sociaux sur les comportements d'achat.



2. Lancer la campagne : identifiez le bon format

Choisir le modèle de campagne

Avec Hootsuite Campaigns, vous pouvez aisément élaborer des campagnes optimisées pour les terminaux mobiles sans l'aide d'une équipe de designers ou d'informaticiens. Comment ? Grâce à 13 modèles personnalisables dont dispose votre équipe en charge des médias sociaux pour créer par exemple des concours de légendes, des galeries vidéos ou photos, ou encore des jeux concours à l'échelle nationale.

Personnaliser le modèle pour le mettre à votre charte graphique

Une fois le modèle de campagne sélectionné, vous pouvez facilement modifier les couleurs, les images, la police et la mise en page. Nos modèles prennent également en charge les feuilles de style CSS et les scripts Javascript, pour vous permettre d'aller encore plus loin dans la personnalisation de vos campagnes.

Sélectionner les données à collecter

Créez des champs de saisie - adresse e-mail, nom, code postal, etc. - et sélectionnez les données qui vous seront utiles. Hootsuite Campaigns vous permet de comparer les nouvelles données ainsi collectées avec les données issues des médias sociaux déjà en place. Autre possibilité offerte : leur export vers des plateformes analytiques tierces, comme Google Analytics ou Omniture.

Avec Hootsuite Campaigns, vous disposez d'un large choix d'options pour le lancement de vos campagnes. Celles-ci répondent à vos objectifs spécifiques. Elles sont également optimisées pour les terminaux mobiles et peuvent être exécutées directement depuis votre tableau de bord Hootsuite.

Susciter l'interaction par le biais d'un microsite

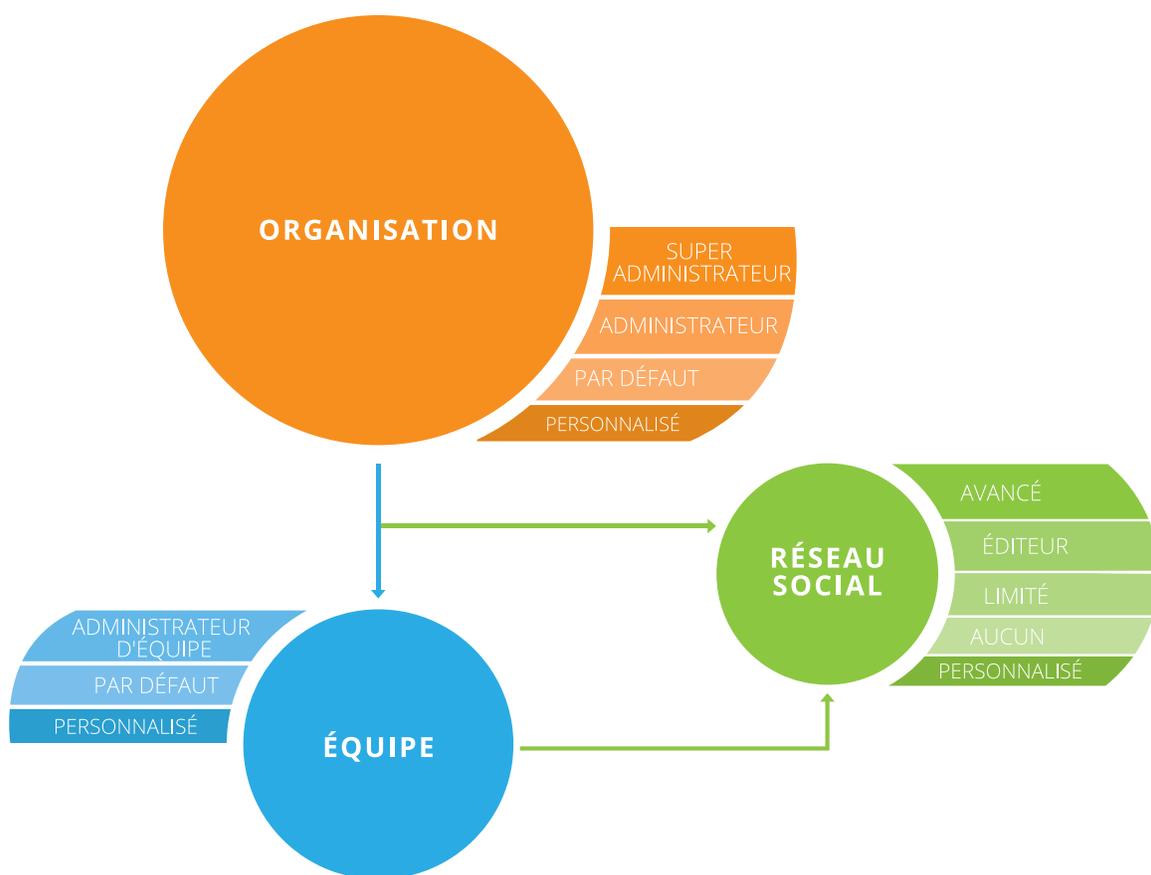
Si votre campagne vise d'avantage à déclencher une action spécifique — comme l'inscription à un concours pour remporter un voyage, la réservation d'une journée d'essai d'un nouveau véhicule auprès d'un concessionnaire, etc. — plutôt qu'à générer de l'engagement, privilégiez alors le microsite, plus adapté aux terminaux mobiles.

Étendre la portée de la campagne via une application Facebook

Vous pouvez lancer l'ensemble des campagnes Hootsuite sous forme d'application Facebook personnalisée, y compris celles basées sur d'autres réseaux sociaux. Cette approche vous permet d'améliorer l'engagement de votre audience Facebook et d'acquérir de nouveaux fans.

Augmenter le trafic à l'aide d'une iFrame intégrée

Les iFrame (inline frame) permettent d'intégrer du contenu HTML dans une page web distincte. Grâce à ces balises, vous pouvez facilement concevoir, modifier et publier vos campagnes via Hootsuite Campaign Builder.



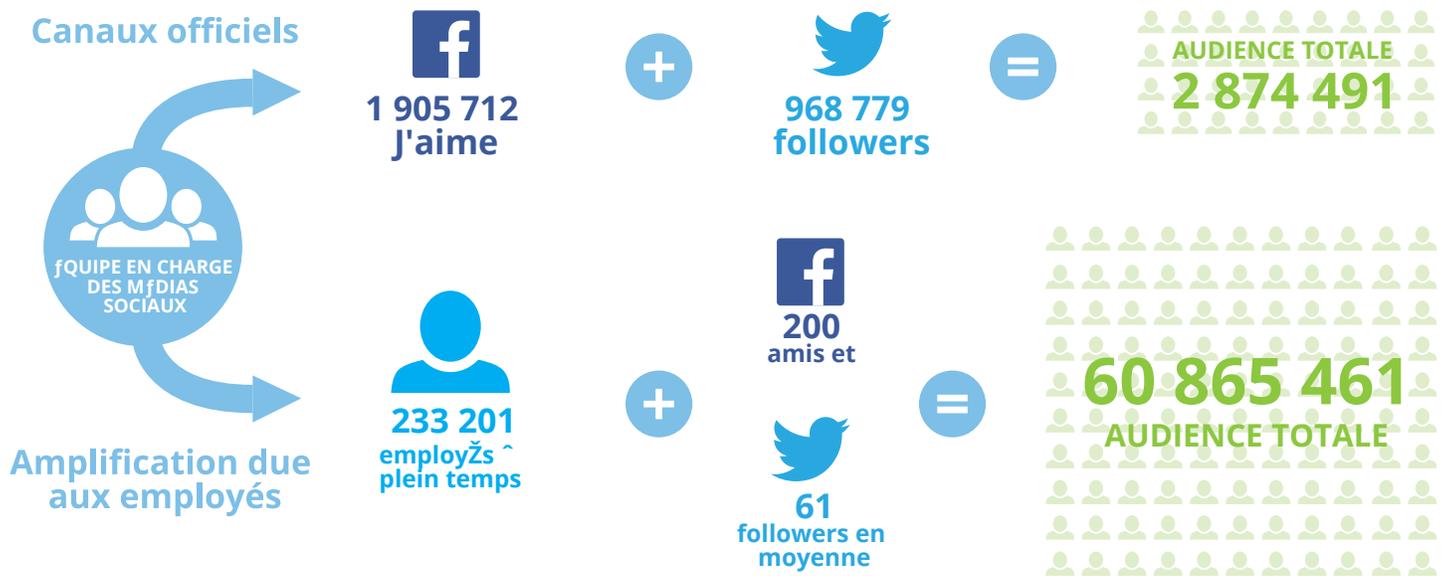
3. Gérer la campagne : coordonnez facilement vos différentes équipes

La campagne lancée, vos équipes seront en mesure de gérer l'ensemble des activités entrantes et sortantes de la campagne, et ce depuis le tableau de bord Hootsuite de l'organisation. Résultat : une coordination plus efficace des tâches et la rationalisation des approbations.

Par exemple : si vous organisez un concours vidéo, l'équipe en charge de la communauté peut utiliser les flux de recherche de Hootsuite pour identifier les commentaires d'utilisateurs intéressants et bloquer les contenus douteux. Autre fonctionnalité : elle peut ensuite tagger les meilleurs commentaires pour faciliter leur examen par le directeur de la création et sélectionner le commentaire du jour.

Vos équipes ont également l'opportunité de coordonner une campagne multicanale avec des collaborateurs d'autres régions ou indépendants. À la clé : programmer des messages sur différents fuseaux horaires, établir des plannings avec votre agence de relations publiques ou préparer des messages que votre agence digitale pourra publier sur Facebook et Twitter.

Hootsuite facilite aussi la consolidation des sources de données sociales. Vous pouvez suivre l'intégralité du parcours client en recoupant les données collectées par le biais de concours avec celles des médias sociaux déjà stockées dans votre tableau de bord Hootsuite. Puis, vous pouvez les exporter vers des plateformes analytiques tierces, comme Google Analytics ou Omniture. À la clé : une connaissance avisée de l'impact de chaque publication et campagne sur votre chiffre d'affaires.



4. Amplifiez l'impact – augmentez la portée (Organic Reach)

Avec Hootsuite, vous pouvez diffuser votre campagne sur plusieurs canaux et suivre de près les réactions de votre audience afin de renforcer votre impact.

Utilisez les fonctionnalités suivantes de Hootsuite Campaign pour améliorer votre portée organique et gagner du temps.

- Programmer des messages pour plusieurs canaux
- Renforcer l'efficacité de la mise en ligne en programmant à l'avance les messages de vos campagnes promotionnelles à venir
- Ajouter des codes de suivi de campagne dans les paramètres URL pour suivre le trafic référent des différents réseaux et des messages individuels
- Adresser des messages ciblés géographiquement et adapter les pour les marchés régionaux
- Augmenter le trafic inter-réseaux par curation des contenus issus d'Instagram, de Twitter et de Vine sous forme de flux



5. Mesurer et optimiser la campagne

Avec Hootsuite Campaigns, inutile d'attendre l'avis de vos analystes pour savoir ce qui fonctionne. Vous visualisez en direct les données sur vos campagnes et pouvez les affiner en temps réel. La campagne achevée, vous pouvez exporter toutes les données issues des médias sociaux pour les analyser en détail.

Effectuer des ajustements en temps réel

- Analyser les tendances démographiques**
Certaines catégories socio-démographiques réagissent mieux que d'autres? Ajustez vos investissements ou votre tactique en conséquence.
- Affiner selon les tendances géographiques**
La campagne génère-t-elle un meilleur taux de conversion en province plutôt qu'en région parisienne? Améliorez le targeting (segments et régions) de vos communications sur les réseaux sociaux en affinant le ciblage géographique.
- Effectuer une enquête rapide auprès de vos visiteurs**
À la clé : vous aider à mieux comprendre pourquoi certains ne consultent plus votre page d'accueil. Modifiez alors légèrement vos messages ou leur apparence en fonction des retours obtenus. Vous pouvez, par exemple, simplifier vos instructions ou réduire le nombre de champs de saisie.

Suivre le parcours client de A à Z

Hootsuite Campaigns est connecté à Google Analytics et à d'autres outils d'analyse de données web, comme Omniture. Conséquence : vous permettez de retracer le parcours de vos clients dans son intégralité.

- Calculer la rentabilité réelle de vos concours sur les réseaux sociaux
- Mener une étude de cohorte sur les nouveaux followers acquis grâce aux campagnes sociales et évaluer le temps qu'ils mettent à effectuer leur premier achat
- Comprendre l'impact de vos activités sociales sur les achats en ligne et en boutique
- Analyser les réseaux sociaux qui génèrent le meilleur retour sur investissement (ROI)
- Rassembler vos connaissances clients pour favoriser un nouveau positionnement, intégrer de nouveaux marchés et développer de nouveaux produits

Étapes suivantes

La fin d'une campagne représente une belle occasion pour analyser ce qui a bien et moins bien marché. Quelle communication s'est avérée la plus efficace sur les réseaux sociaux? Quelles catégories démographiques et quelles zones géographiques ont le mieux réagi? Les objectifs étaient-ils suffisamment clairs?

Une fois les bonnes pratiques identifiées, utilisez ces informations pour élaborer des tactiques plus efficaces et mieux cibler vos prochaines campagnes.

Nous vous encourageons également à partager les données issues des médias sociaux avec les autres services de votre entreprise. Depuis la connaissance de vos consommateurs, utiles aux concepteurs de produits, jusqu'aux taux de conversion qui permettent de diminuer les coûts de prospection en search marketing, les campagnes sociales regorgent d'informations précieuses pour l'ensemble de l'entreprise. Objectif : optimiser ses stratégies commerciales et mieux comprendre ses clients.

À propos de Hootsuite Enterprise

Accélérez votre transformation sociale avec Hootsuite

Marketing Digital



Social Selling



Service Client



Employés Ambassadeurs



Social HR



Sécurisée et évolutive, la solution Hootsuite Enterprise permet aux organisations, privées ou publiques :

- de mettre en œuvre et piloter efficacement leur stratégie sur les médias sociaux
- de la déployer à tous les niveaux de l'organisation (équipes, marques, régions ou pays)
- tout en contrôlant la sécurité des comptes, la cohérence des messages et les retours générés.

Indépendante, Hootsuite Enterprise s'intègre avec un écosystème ouvert de réseaux et de technologies tierces — compatibles avec vos outils métiers et vos processus existants.

Développer les relations clients et influenceurs, générer des opportunités commerciales, renforcer votre Marque Employeur, recueillir et analyser les données en temps réel... Hootsuite Enterprise vous permet de tirer pleinement parti des médias sociaux.

Depuis sa création, Hootsuite n'a eu de cesse d'innover pour aider les entreprises à accélérer leur transformation digitale. Elle est aujourd'hui la plateforme de Social Media la plus utilisée dans le monde.

Demandez une démo personnalisée:
enterprise.hootsuite.com

Plus de 800 entreprises du Fortune 1000 et la majorité des sociétés du CAC 40 font aujourd'hui confiance à Hootsuite

