

# Digital Day - 7 février 2020

Réseaux sociaux & Marketing digital

Comment les réseaux sociaux servent la stratégie et les actions à l'export ?

# Le marketing digital : qu'est-ce que c'est ?

## Marketing digital :

ensemble des techniques marketing utilisées sur les supports et canaux digitaux (internet, téléphones mobiles, tablettes, GPS, applications, objets connectés...)



Internet



Mobile



Applications



Objets connectés



Marketing digital



Digital Out of Home



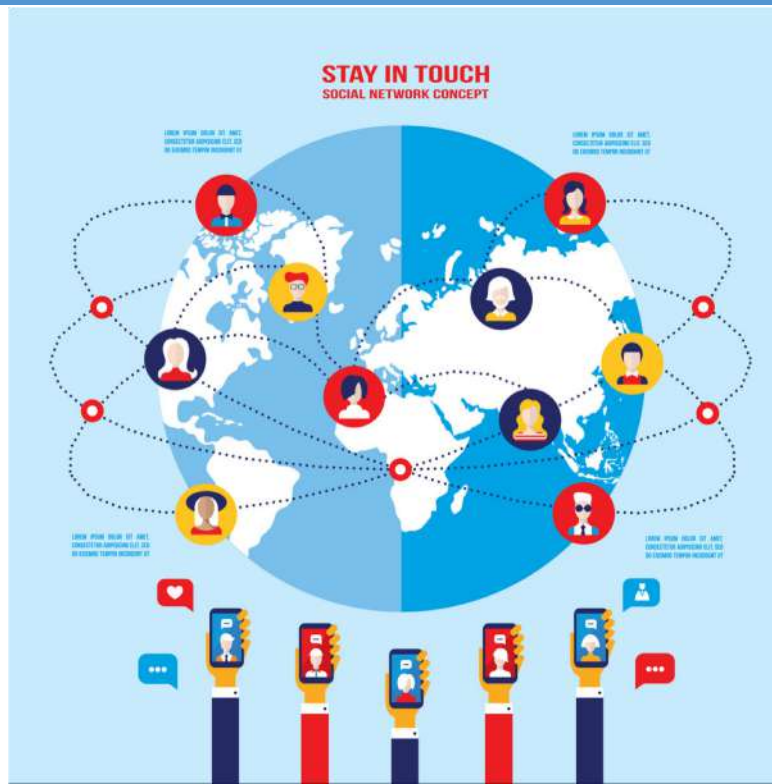
e-Mailing



Réseaux sociaux

# Les réseaux sociaux

Réseaux sociaux : ensemble des sites internet permettant de se constituer un réseau d'amis ou de connaissances professionnelles et fournissant à leurs membres des outils et interfaces d'interactions, de présentation et de communication.



- Réseau de personnes partageant des centres d'intérêt
- Réseau de connaissances professionnelles
- Fournir aux membres des outils et interfaces d'interaction, de présentation et de communication

# Etat des lieux du digital dans le monde

JAN  
2020

## DIGITAL AROUND THE WORLD IN 2020

THE ESSENTIAL HEADLINE DATA YOU NEED TO UNDERSTAND MOBILE, INTERNET, AND SOCIAL MEDIA USE

TOTAL  
POPULATION



**7.75**  
BILLION

URBANISATION:  
**55%**

UNIQUE MOBILE  
PHONE USERS



**5.19**  
BILLION

PENETRATION:  
**67%**

INTERNET  
USERS



**4.54**  
BILLION

PENETRATION:  
**59%**

ACTIVE SOCIAL  
MEDIA USERS



**3.80**  
BILLION

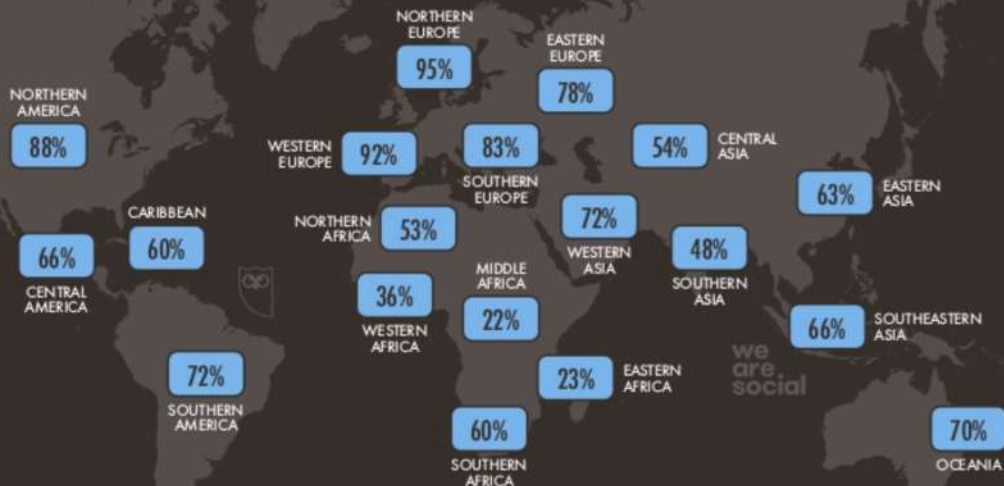
PENETRATION:  
**49%**

# Taux de pénétration d'internet dans le monde

JAN  
2020

## INTERNET PENETRATION BY REGION

NUMBER OF INTERNET USERS IN EACH REGION COMPARED TO TOTAL POPULATION \*

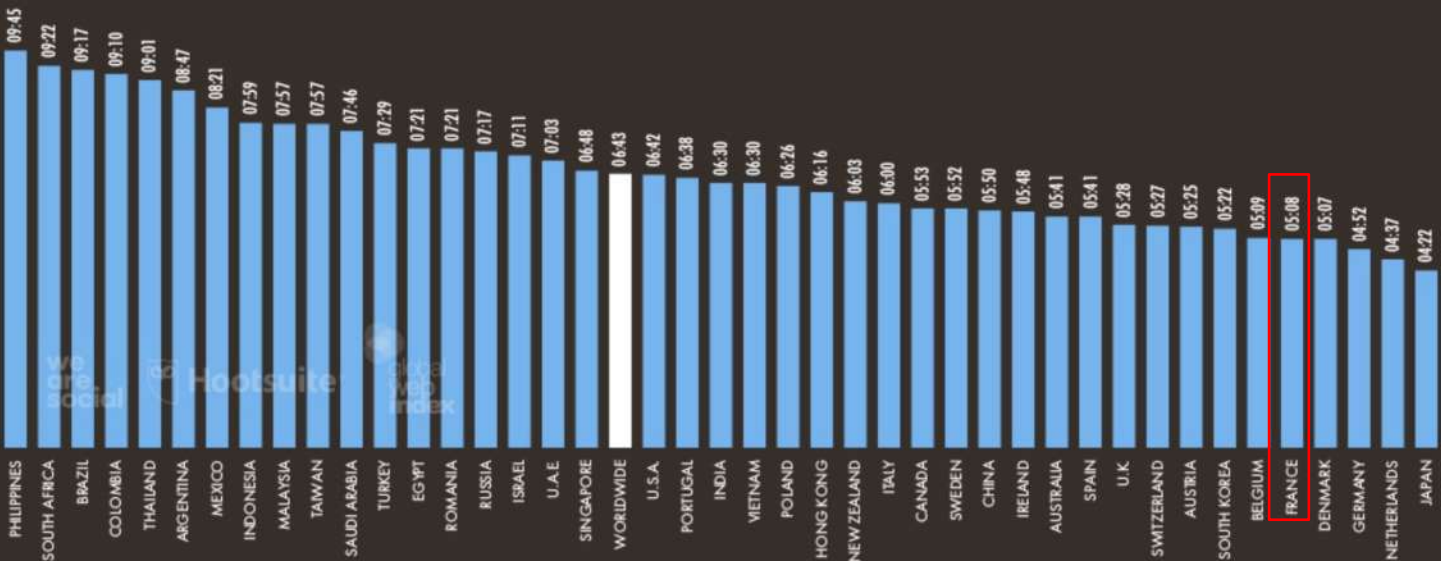


# Temps moyen passé sur internet

JAN  
2020

## TIME PER DAY SPENT USING THE INTERNET

AVERAGE AMOUNT OF TIME (IN HOURS AND MINUTES) THAT INTERNET USERS AGED 16 TO 64 SPEND USING THE INTERNET EACH DAY ON ANY DEVICE



# I - Panorama des réseaux sociaux

# Etat des lieux de l'usage des réseaux sociaux dans le monde

JAN 2020

## SOCIAL MEDIA USE AROUND THE WORLD

BASED ON THE NUMBER OF MONTHLY ACTIVE USERS OF TOP SOCIAL MEDIA PLATFORMS IN EACH COUNTRY OR TERRITORY

TOTAL NUMBER OF ACTIVE SOCIAL MEDIA USERS



we are social

3.80  
BILLION

SOCIAL MEDIA PENETRATION (USERS vs. TOTAL POPULATION \*)



we are social

49%

ANNUAL GROWTH IN THE TOTAL NUMBER OF SOCIAL MEDIA USERS



we are social

+9.2%

TOTAL NUMBER OF SOCIAL MEDIA USERS ACCESSING VIA MOBILE PHONES



we are social

3.75  
BILLION

PERCENTAGE OF TOTAL SOCIAL MEDIA USERS ACCESSING VIA MOBILE



we are social

99%



# Taux de pénétration des réseaux sociaux par région

JAN 2020

## SOCIAL MEDIA USE vs. TOTAL POPULATION BY REGION

THE NUMBER OF ACTIVE SOCIAL MEDIA USERS IN EACH REGION COMPARED TO TOTAL POPULATION, REGARDLESS OF AGE

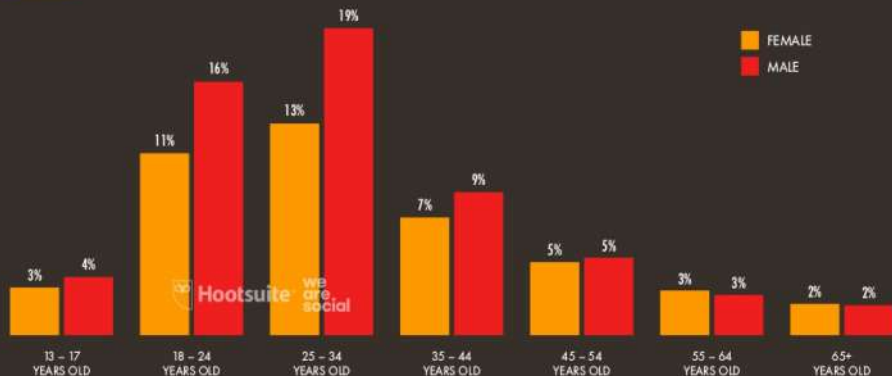


# Des médias privilégiés pour s'adresser à une audience jeune

JAN 2019

## SOCIAL MEDIA AUDIENCE PROFILE

BASED ON THE COMBINED ADVERTISING AUDIENCES OF FACEBOOK, INSTAGRAM, AND FACEBOOK MESSENGER



JAN 2020

## SHARE OF SOCIAL MEDIA USERS BY GENDER

FEMALE AND MALE SOCIAL MEDIA USERS AS A PERCENTAGE OF TOTAL FEMALE AND MALE SOCIAL MEDIA USERS\*, BY REGION



# Des cibles actives et captives

JAN 2020

## SOCIAL MEDIA BEHAVIOURS

PERSPECTIVES ON HOW INTERNET USERS AGED 16 TO 64 ENGAGE WITH SOCIAL MEDIA

VISITED OR USED A SOCIAL NETWORK OR MESSAGING SERVICE IN THE PAST MONTH



97%

ACTIVELY ENGAGED WITH OR CONTRIBUTED TO SOCIAL MEDIA IN THE PAST MONTH



87%

AVERAGE AMOUNT OF TIME PER DAY SPENT USING SOCIAL MEDIA



2H 24M

AVERAGE NUMBER OF SOCIAL MEDIA ACCOUNTS PER INTERNET USER\*



8.6

PERCENTAGE OF INTERNET USERS WHO USE SOCIAL MEDIA FOR WORK PURPOSES



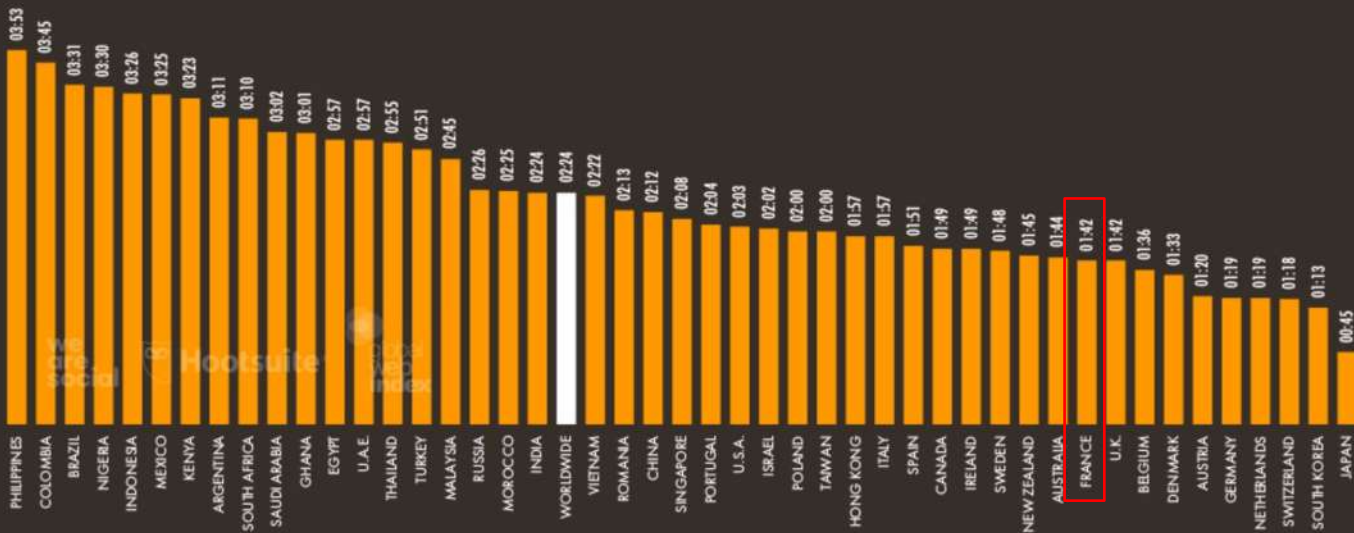
43%

# Temps quotidien passé sur les réseaux sociaux par pays

JAN 2020

## DAILY TIME SPENT USING SOCIAL MEDIA

AVERAGE DAILY TIME (IN HOURS AND MINUTES) THAT INTERNET USERS AGED 16 TO 64 SPEND USING SOCIAL MEDIA ON ANY DEVICE

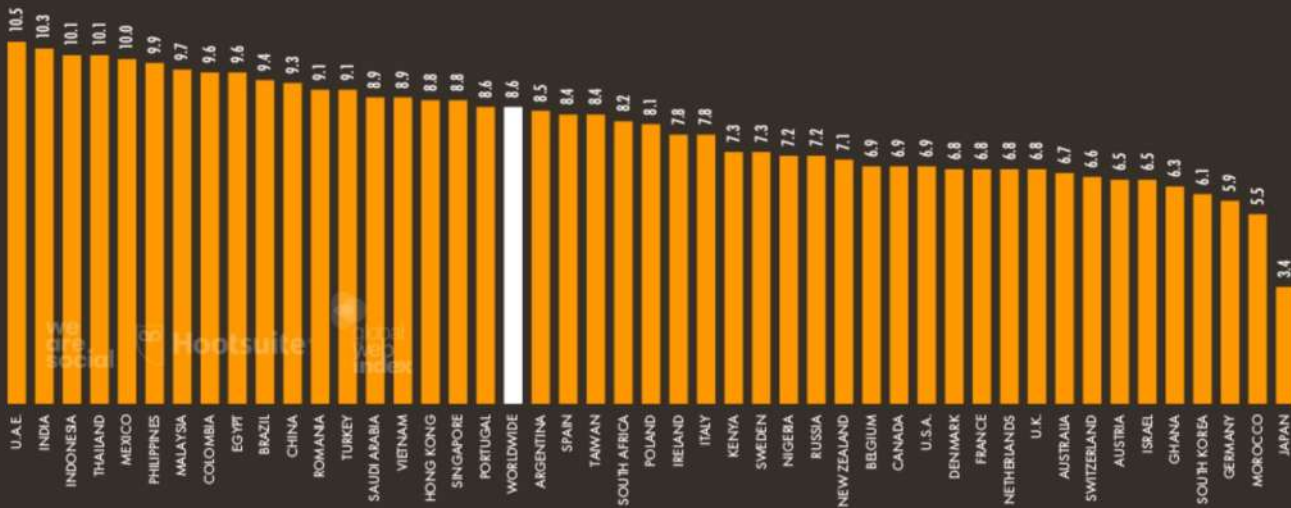


# Utilisateurs actifs par réseaux sociaux

JAN  
2020

## AVERAGE NUMBER OF SOCIAL ACCOUNTS PER PERSON

AVERAGE NUMBER OF SOCIAL MEDIA PLATFORMS ON WHICH INTERNET USERS AGED 16 TO 64 HAVE ACCOUNTS (NOT NECESSARILY ACTIVE USERS\*)



# Focus sur les usages mobiles



# Le mobile : l'autre connexion

JAN  
2020

## MOBILE CONNECTIVITY BY REGION

NUMBER OF MOBILE CONNECTIONS\* IN EACH REGION COMPARED TO TOTAL POPULATION (REGARDLESS OF AGE)

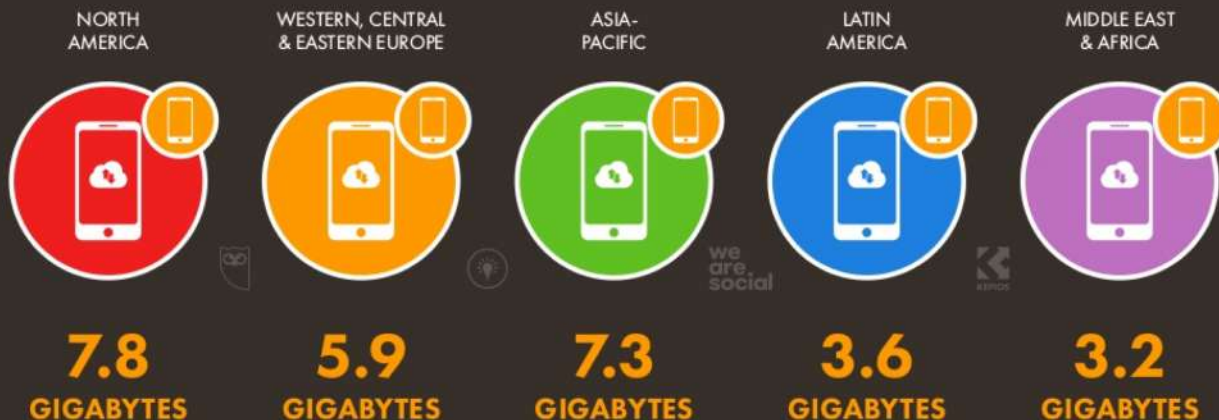


# Les usages mobile par région

JAN  
2020

## MONTHLY MOBILE DATA USE PER SMARTPHONE

AVERAGE MONTHLY MOBILE DATA TRAFFIC PER SMARTPHONE CONNECTION, BY REGION





# Applications mobiles les plus populaires

JAN  
2020

## GLOBAL MOBILE APP RANKINGS: ACTIVE USERS

GLOBAL RANKINGS OF TOP MOBILE APPS AND GAMES BY AVERAGE MONTHLY ACTIVE USERS THROUGHOUT 2019

RANKING OF MOBILE APPS BY MONTHLY ACTIVE USERS

#	APP NAME	APP DEVELOPER
01	WHATSAPP MESSENGER	FACEBOOK
02	FACEBOOK	FACEBOOK
03	FACEBOOK MESSENGER	FACEBOOK
04	WECHAT 	TENCENT
05	INSTAGRAM	FACEBOOK
06	TIKTOK	BYTEDANCE
07	ALIPAY	ANT FINANCIAL SERVICES GRP.
08	QQ	TENCENT
09	TAOBAO	ALIBABA GROUP
10	BAIDU	BAIDU

# Les réseaux sociaux classiques et émergents



# Panorama choisi des réseaux sociaux

Groupe	Réseau social	Raison d'être	Cible		Format								Fonctionnalités	
			B2B	B2C	Texte	Image	Vidéo	Catalogue musique	Story - 24h	Filtre AR	Messagerie interne	Livestream	Paiement mobile	
Facebook Inc	Facebook	plateforme sociale		x	x	x	x	Creator studio : banque de sons Deal avec Universal Music Group, Sony/ATV, Warner Music Group, Merlin	x	x + service Oculus	Messenger	x	Facebook Pay (USA)	
	Instagram	plateforme sociale		x		x	x	x Deal avec Universal Music Group, Sony/ATV, Warner Music Group, Merlin	x	x	DM	x		
	Reels (Instagram) : Amérique Latine + Instagram	partage de vidéos						x						
	Whatsapp	messagerie	x	x	x	x	x		x		x			
Twitter	Twitter	micro-blogging	x	x	x	x					DM	Periscope		
Snap Inc	Snapchat	plateforme sociale		x			x	partage via plateforme de streaming	x	x	DM	x	Snapcash (fermé)	
Microsoft	LinkedIn	plateforme sociale	x								DM	LinkedIn Live (test)		
	Skype (non pertinent)	messagerie	x	x							x			
ByteDance	Tik Tok / Douyin	partage de vidéos		x			x	x Deal avec Merlin, Universal Music Group, Sony/ATV, Warner Music Group Renouvellement des accords en question (avril 2019)			x	DM	x	
Google	Youtube	partage de vidéos		x			x	Audio Library : banque de sons					x	
Tencent	WeChat / Weixin	messagerie, plateforme sociale et paiement mobile	x	x	x	x	x	x partage via QQ Music (deal avec les 3 majors, Believe, Merlin)	x limité à 9 stories / jour	x	x	x	x	
Amazon	Twitch	partage de vidéos de gaming		x			x	x Deal avec maisons de disques en développement				x		

# Cartographie des réseaux sociaux les plus utilisés par région

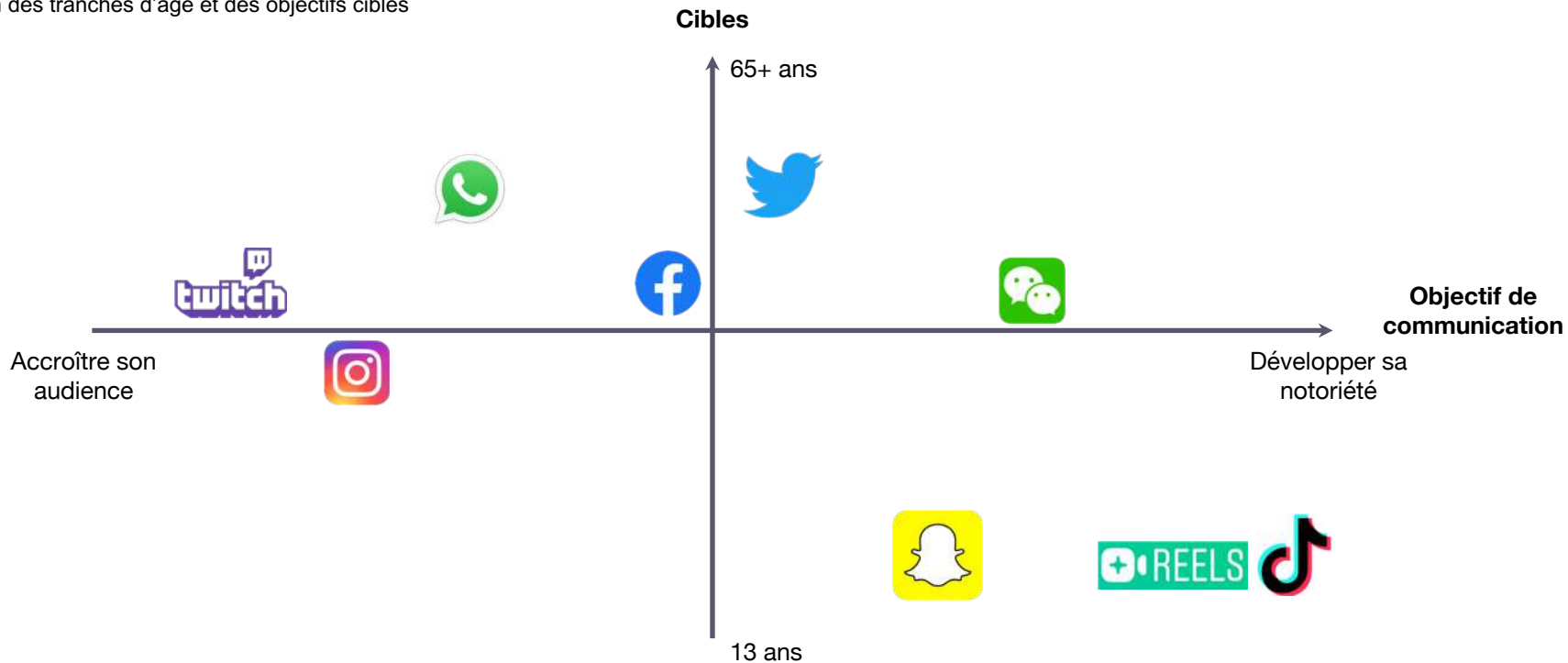
## WORLD MAP OF SOCIAL NETWORKS January 2019



Facebook QZone V Kontakte  
Odnoklassniki Instagram

# Mapping de positionnement

En fonction des tranches d'âge et des objectifs ciblés



# Quel ton pour quel réseau social ?

**FACEBOOK**

“I love eating burgers.”



BUSINESS MENTORSHIP ..... @CSAMMEL

**INSTAGRAM**

“Here’s a picture of the burger I am about to demolish #tastyburger.”



BUSINESS MENTORSHIP ..... @CSAMMEL

**TWITTER**


“I am eating a burger.”



BUSINESS MENTORSHIP ..... @CSAMMEL

**YOUTUBE**

“Watch and learn, this is how I like to eat my burger.”



BUSINESS MENTORSHIP ..... @CSAMMEL

**LINKEDIN**

“My skills include the art of eating tasty burgers.”



BUSINESS MENTORSHIP ..... @CSAMMEL

# Facebook : un réseau social à l'audience vieillissante

JAN 2020

## FACEBOOK AUDIENCE OVERVIEW

THE POTENTIAL NUMBER OF PEOPLE THAT MARKETERS CAN REACH USING ADVERTS ON FACEBOOK

NUMBER OF PEOPLE THAT FACEBOOK REPORTS CAN BE REACHED WITH ADVERTS ON FACEBOOK



1.95  
BILLION

SHARE OF POPULATION AGED 13+ THAT MARKETERS CAN REACH WITH ADVERTS ON FACEBOOK



32%

QUARTER-ON-QUARTER CHANGE IN FACEBOOK'S ADVERTISING REACH



+1.0%

PERCENTAGE OF ITS AD AUDIENCE THAT FACEBOOK REPORTS IS FEMALE\*



44%

PERCENTAGE OF ITS AD AUDIENCE THAT FACEBOOK REPORTS IS MALE\*



56%

SOURCE: FACEBOOK'S 18F SERVICE ADVERTISING TOOLS (ACCESSIBLE JANUARY 2020). **NOTE:** FACEBOOK DOES NOT PUBLISH ADVERTISING AUDIENCE DATA FOR GENDERS OTHER THAN 'MALE' AND 'FEMALE.' **ADVISORY:** FIGURES REPORTED ON THIS CHART ARE BASED ON FACEBOOK'S ADDRESSABLE ADVERTISING AUDIENCE, AND MAY NOT MATCH TOTAL MONTHLY ACTIVE USERS. **COMPARABILITY ADVISORY:** BASE CHANGES. **NOTE:** THAT DATA MAY NOT BE COMPARABLE TO FIGURES PUBLISHED IN PREVIOUS REPORTS.

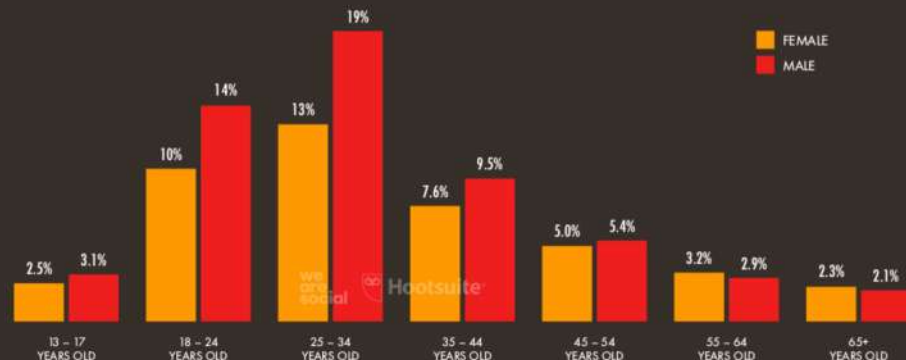
we are social

Hootsuite

JAN 2020

## PROFILE OF FACEBOOK'S ADVERTISING AUDIENCE

SHARE OF FACEBOOK'S GLOBAL ADVERTISING AUDIENCE\* BY AGE GROUP AND GENDER\*



SOURCE: DEMOGRAPHICS OF DATA FROM FACEBOOK'S 18F SERVICE ADVERTISING TOOLS (ACCESSIBLE JANUARY 2020). **NOTE:** FACEBOOK'S TOOLS DO NOT PUBLISH AUDIENCE DATA FOR GENDERS OTHER THAN 'MALE' OR 'FEMALE.' **ADVISORY:** DATA ON THIS CHART REPRESENT FACEBOOK'S ADVERTISING AUDIENCE ONLY, AND MAY NOT COMPARABLE TO RESPECTIVE SHARES OF TOTAL MONTHLY ACTIVE USERS. **COMPARABILITY ADVISORY:** BASE CHANGES.

we are social

Hootsuite

Génération Z : de - en - de temps sur des plateformes comme Facebook, mais de + en + en plus de temps en ligne, notamment sur les jeux online par exemple

# Instagram : un réseau social tourné vers l'influence

JAN 2020

## INSTAGRAM AUDIENCE OVERVIEW

THE POTENTIAL NUMBER OF PEOPLE THAT MARKETERS CAN REACH USING ADVERTS ON INSTAGRAM

NUMBER OF PEOPLE THAT INSTAGRAM REPORTS CAN BE REACHED WITH ADVERTS ON INSTAGRAM



928.5 MILLION

SHARE OF POPULATION AGED 13+ THAT MARKETERS CAN REACH WITH ADVERTS ON INSTAGRAM



15%

QUARTER-ON-QUARTER CHANGE IN INSTAGRAM'S ADVERTISING REACH



+5.7%

PERCENTAGE OF ITS AD AUDIENCE THAT INSTAGRAM REPORTS IS FEMALE\*



50.9%

PERCENTAGE OF ITS AD AUDIENCE THAT INSTAGRAM REPORTS IS MALE\*

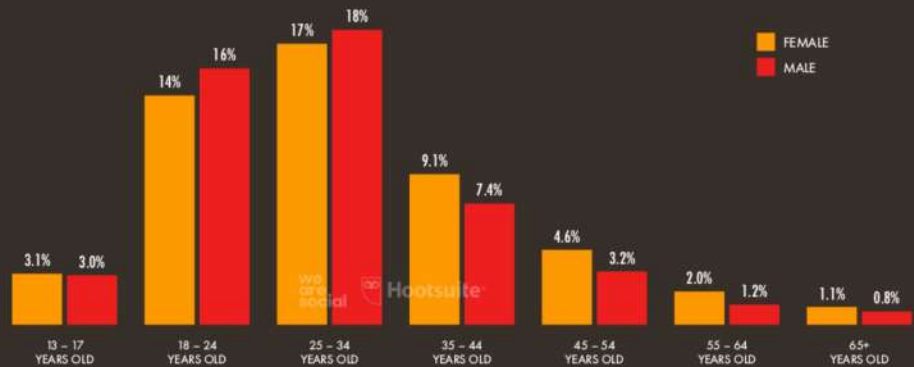


49.1%

JAN 2020

## PROFILE OF INSTAGRAM'S ADVERTISING AUDIENCE

SHARE OF INSTAGRAM'S GLOBAL ADVERTISING AUDIENCE\* BY AGE GROUP AND GENDER



124

SOURCE: FACEBOOK'S SELF-SERVICE ADVERTISING TOOLS FOR INSTAGRAM (ACCESSIBLE JANUARY 2020). NOTE: FACEBOOK'S TOOLS DO NOT PUBLISH ADVERTISING AUDIENCE DATA FOR GENDERS OTHER THAN 'MALE' AND 'FEMALE'. ADVISORY: FIGURES REPORTED ON THIS CHART ARE BASED ON INSTAGRAM'S ADDRESSABLE ADVERTISING AUDIENCE, AND MAY NOT MATCH TOTAL MONTHLY ACTIVE USERS. + COMPARABILITY ADVISORY: BASE CHANGES. NOTE THAT DATA MAY NOT BE COMPARABLE TO FIGURES PUBLISHED IN PREVIOUS REPORTS.



125

SOURCE: DETAILIFICATIONS OF INSTAGRAM DATA FROM FACEBOOK'S SELF-SERVICE ADVERTISING TOOLS (JANUARY 2020). NOTE: FACEBOOK'S TOOLS DO NOT PUBLISH AUDIENCE DATA FOR GENDERS OTHER THAN 'MALE' OR 'FEMALE'. ADVISORY: DATA ON THIS CHART REPRESENT INSTAGRAM'S ADVERTISING AUDIENCE ONLY, AND MAY NOT CORRELATE TO RESPECTIVE SHARES OF TOTAL MONTHLY ACTIVE USERS. + COMPARABILITY ADVISORY: BASE CHANGES.





# Snapchat : un réseau social pour s'adresser aux jeunes générations

JAN 2020

## SNAPCHAT AUDIENCE OVERVIEW

THE POTENTIAL NUMBER OF PEOPLE THAT MARKETERS CAN REACH USING ADVERTS ON SNAPCHAT

NUMBER OF PEOPLE THAT SNAPCHAT REPORTS CAN BE REACHED WITH ADVERTS ON SNAPCHAT



**381.5**  
MILLION

SHARE OF POPULATION AGED 13+ THAT MARKETERS CAN REACH WITH ADVERTS ON SNAPCHAT



**6.3%**

QUARTER-ON-QUARTER CHANGE IN SNAPCHAT'S ADVERTISING REACH



**+5.9%**

PERCENTAGE OF ITS AD AUDIENCE THAT SNAPCHAT REPORTS IS FEMALE\*



**61%**

PERCENTAGE OF ITS AD AUDIENCE THAT SNAPCHAT REPORTS IS MALE\*



**38%**

SOURCE: EXTRAPOLATIONS OF DATA FROM SNAPCHAT'S SELF-SERVICE ADVERTISING TOOLS (JANUARY 2020). FIGURES BASED ON MID-POINTS OF PUBLISHED BANGERS. \*NOTE: SNAPCHAT'S TOOLS DO NOT PUBLISH ADVERTISING AUDIENCE DATA FOR GENDERS OTHER THAN "MALE" AND "FEMALE," BUT THE DATA THAT THE PLATFORM REPORTS FOR MALE AND FEMALE AUDIENCES DO NOT SUM TO 100% OF THE TOTAL AUDIENCE FIGURE. GENDER SHARE FIGURES REPORTED HERE REFLECT A SHARE OF THE TOTAL AUDIENCE FIGURE, SO WILL NOT SUM TO 100%.

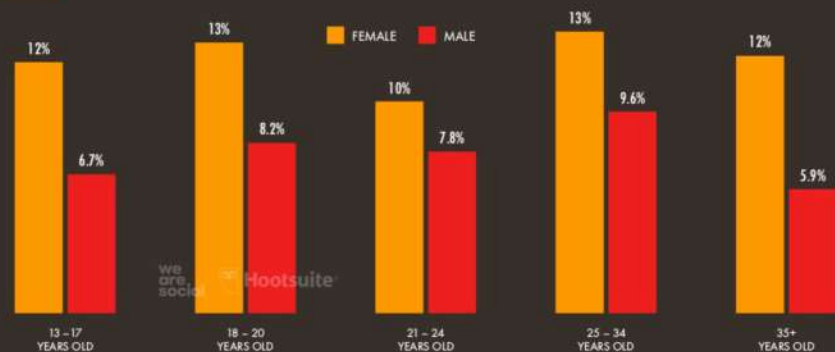
we are social

Hootsuite

JAN 2020

## PROFILE OF SNAPCHAT'S ADVERTISING AUDIENCE

SHARE OF SNAPCHAT'S GLOBAL ADVERTISING AUDIENCE\* BY AGE GROUP AND GENDER\*



144

SOURCE: EXTRAPOLATIONS OF DATA FROM SNAPCHAT'S SELF-SERVICE ADVERTISING TOOLS (JANUARY 2020). \*NOTE: SNAPCHAT'S TOOLS DO NOT PUBLISH DATA FOR GENDERS OTHER THAN "MALE" OR "FEMALE," BUT FIGURES PUBLISHED BY THESE TOOLS FOR TOTAL AUDIENCE ARE HIGHER THAN THE SUM OF MALE AND FEMALE AUDIENCES, SO SHARE FIGURES MAY NOT SUM TO 100%. \*ADVISORY: DATA ON THIS CHART REPRESENTS SNAPCHAT'S ADVERTISING AUDIENCE ONLY, AND MAY NOT CORRELATE TO RESPECTIVE SHARES OF TOTAL ACTIVE USERS.

we are social

Hootsuite

# Twitter : réseau social ou outil d'information ?

JAN 2020

## TWITTER AUDIENCE OVERVIEW

THE POTENTIAL NUMBER OF PEOPLE THAT MARKETERS CAN REACH USING ADVERTS ON TWITTER

NUMBER OF PEOPLE THAT TWITTER REPORTS CAN BE REACHED WITH ADVERTS ON TWITTER



339.6 MILLION

SHARE OF POPULATION AGED 13+ THAT MARKETERS CAN REACH WITH ADVERTS ON TWITTER



5.6%

QUARTER-ON-QUARTER CHANGE IN TWITTER'S ADVERTISING REACH



-3.1%

PERCENTAGE OF ITS AD AUDIENCE THAT TWITTER REPORTS IS FEMALE\*



38%

PERCENTAGE OF ITS AD AUDIENCE THAT TWITTER REPORTS IS MALE\*



62%

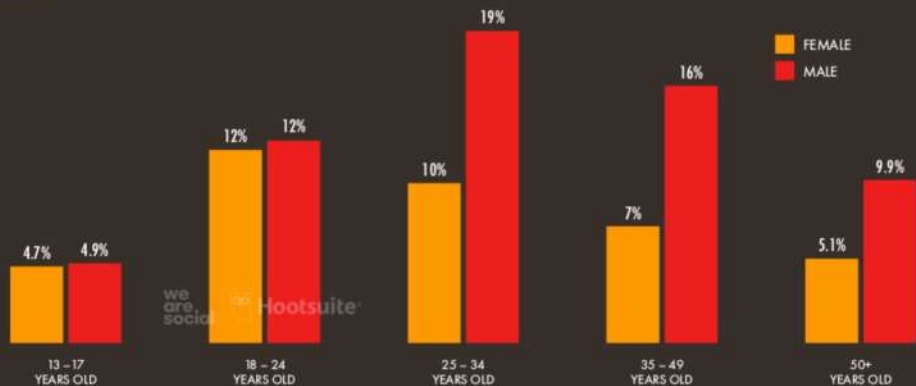
SOURCE: DERIVATIONS OF DATA FROM TWITTER'S SELF-SERVICE ADVERTISING TOOLS (JANUARY 2020). FIGURES BASED ON MID-POINTS OF PUBLISHED RANGES. \*NOTE: TWITTER DOES NOT PUBLISH ADVERTISING AUDIENCE DATA FOR GENDERS OTHER THAN "MALE" AND "FEMALE". GENDER SHARE FIGURES BASED ON AVAILABLE DATA. ADVISORY: DATA REPORTED BY TWITTER'S SELF-SERVICE ADVERTISING TOOLS ARE SUBJECT TO SIGNIFICANT FLUCTUATION, EVEN WITHIN SHORT TIMEFRAMES. © COMMUNITY ADVISORS' SIGNIFICANT BASE CHANGE.

we are social | Hootsuite

JAN 2020

## PROFILE OF TWITTER'S ADVERTISING AUDIENCE

SHARE OF TWITTER'S GLOBAL ADVERTISING AUDIENCE\* BY AGE GROUP AND GENDER\*



154

SOURCE: DERIVATIONS OF DATA FROM TWITTER'S SELF-SERVICE ADVERTISING TOOLS (JANUARY 2020). BASED ON MID-POINTS OF PUBLISHED RANGES FOR GENDER AND AGE GROUP. \*NOTE: TWITTER'S TOOLS DO NOT PUBLISH AUDIENCE DATA FOR GENDERS OTHER THAN "MALE" OR "FEMALE". \*ADVISORY: DATA REPRESENT TWITTER'S ADVERTISING AUDIENCE ONLY AND MAY NOT CORRELATE TO ACTIVE USERS. DATA REPORTED BY TWITTER'S SELF-SERVICE ADVERTISING TOOLS ARE SUBJECT TO SIGNIFICANT FLUCTUATION, EVEN WITHIN SHORT TIMEFRAMES.

we are social | Hootsuite

# Youtube : plateforme de streaming vidéo ou réseau social ?

JAN  
2020

## TOP YOUTUBE SEARCH QUERIES

USERS' TOP SEARCH QUERIES ON YOUTUBE THROUGHOUT 2019

#	SEARCH QUERY	INDEX
01	SONG	100
02	LA LA LA	65
03	SONGS	49
04	VIDEO	38
05	DJ	21
06	BABY	19
07	MUSIC	18
08	KARAOKE	15
09	MUSICA	13
10	NEW SONG	12

#	SEARCH QUERY	INDEX
11	FORTNITE	11
12	MINECRAFT	11
13	TIK TOK	9
14	STORY	9
15	BTS	8
16	ASMR	8
17	CARTOON	8
18	CARTOON CARTOON	8
19	PUBG	8
20	เพลง	8

# Youtube : le 2e réseau social le plus populaire



YouTube has  
**2 billion**  
users worldwide.  
(Statista, 2019)

**79%**  
of Internet users say they  
have a YouTube account.  
(Datareportal, 2019)



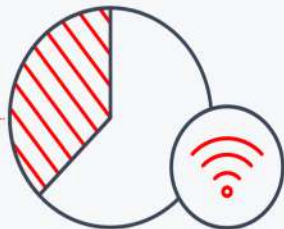
At least  
**90%**  
of U.S. internet  
users aged 18 to  
44 years accessed  
YouTube.  
(Mozambini, 2018)



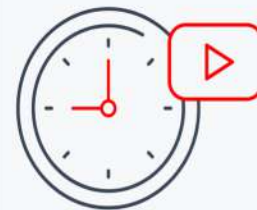
Users can navigate YouTube  
in a total of **80 different**  
languages. This covers  
**95%**  
of the Internet population.  
(YouTube, 2019)

YouTube is  
Responsible for

**37%**  
of All Mobile  
Internet Traffic.  
(Statista, 2019)



More than  
**70%**  
of YouTube watch  
time comes from  
mobile devices.  
(YouTube, 2019)



Everyday people watch  
**1 billion**  
hours of videos  
on YouTube and  
generate billions  
of views.  
(YouTube, 2019)

# Tik Tok / Douyin : le lipsync au coeur des pratiques

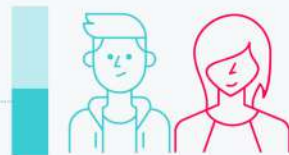


TikTok is available in  
**155**  
countries.  
(Apptrace, 2019)



TikTok has  
**500 million**  
active users  
worldwide.  
(Datareportal, 2019)

**41%**  
of Tik Tok  
users are aged  
between **16**  
and **24**.  
(Globalwebindex, 2019)



**26.5**  
out of the 500  
million monthly  
active users are  
from the **USA**.  
(Mediakix, 2019)

TikTok users spend  
an average

**52**  
minutes  
per day on the app.

(BusinessofApps, 2019)



**68%**

of TikTok users  
watched someone  
else's video and **55**  
percent uploaded  
their own video.

(Globalwebindex, 2019)



India **466.8 million**

China **173.2 million**

USA **123.8 million**

TikTok has been  
downloaded

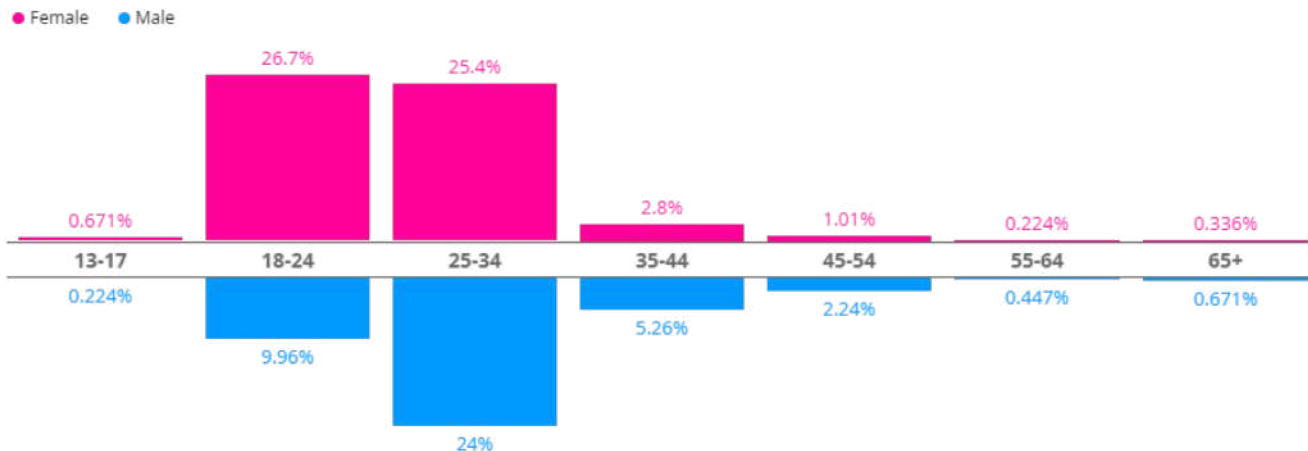
**467**  
million

times in India – nearly  
**one-third of its total**  
downloads.  
(SensorTower, 2019)

TikTok : nom de la plateforme hors Chine continentale / Douyin : nom de la plateforme en Chine continentale

# Douyin (Tik Tok Chine) : quelle démographie ?

## DEMOGRAPHICS ON DOUYIN

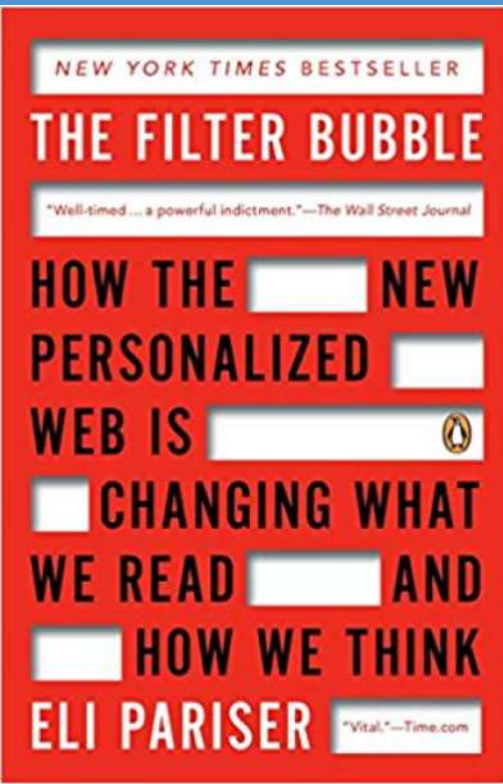


### [DEMO]China Marketing / Douyin Overview

Based on 42.9k posts | 3.02bn impressions, 185m reach  
Range: Apr 1, 2018 - Apr 21, 2018  
Filters: Queries : Douyin

Powered by  
Linkfluence

# Bulles de filtre & influence



- **Bulles de filtre** : concept développé par Eli Pariser  
→ Filtrage de l'information  
→ État d'isolement intellectuel et culturel
- **Influence** : Utiliser le potentiel de recommandation de leaders d'opinion
- **Marketing d'influence** : techniques qui s'appuient sur un ou plusieurs leaders pour réaliser la promotion d'un site, d'un produit ou d'un service. Ces leaders peuvent être une personnalité ou un site de référence sur une thématique donnée. L'influenceur devient alors un réel ambassadeur dans son univers.

# Les tendances





Chinese Social Media



# Focus sur WeChat :

penser un écosystème fermé pour favoriser le commerce social

# WeChat/Weixin s'installe hors du pays du milieu

JAN 2020

## WECHAT OVERVIEW

ESSENTIAL HEADLINES FOR WECHAT USE AROUND THE WORLD

NUMBER OF WORLDWIDE MONTHLY ACTIVE USERS OF WECHAT AND WEIXIN\*



**1.15**  
BILLION

we are social

SHARE OF POPULATION AGED 13+ THAT USES WECHAT OR WEIXIN EACH MONTH



**19%**

we are social

QUARTER-ON-QUARTER INCREASE IN MONTHLY ACTIVE USERS OF WECHAT AND WEIXIN



**+1.6%**

we are social

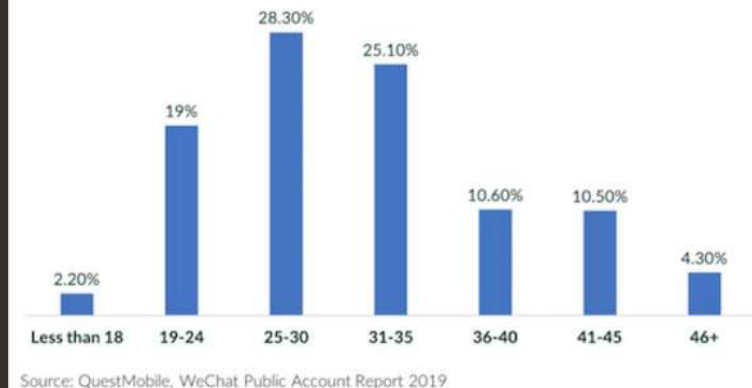
YEAR-ON-YEAR INCREASE IN MONTHLY ACTIVE USERS OF WECHAT AND WEIXIN



**+6.3%**

we are social

Age distribution of users of WeChat Official Accounts (February 2019)



Source: QuestMobile, WeChat Public Account Report 2019

# WeChat / Weixin : exemple d'un écosystème fermé

2 écosystèmes séparés : un compte officiel enregistré sur WeChat ne sera pas visible sur Weixin

→ **Weixin** : version Chine continentale

→ **WeChat** : version hors Chine continentale



**Messengerie**



**Moments** (péngyǒu quān):  
campagne marketing possible



**Mini-programs**  
(Xiǎo chéngxù)



**Enterprise** (Qǐyè Wēixìn)



**Paiement**  
*uniquement accessible sur Weixin*



**Comptes officiels\***  
(Gōngzhòng hào)  
*Un compte créé sur WeChat n'est pas accessible sur Weixin*

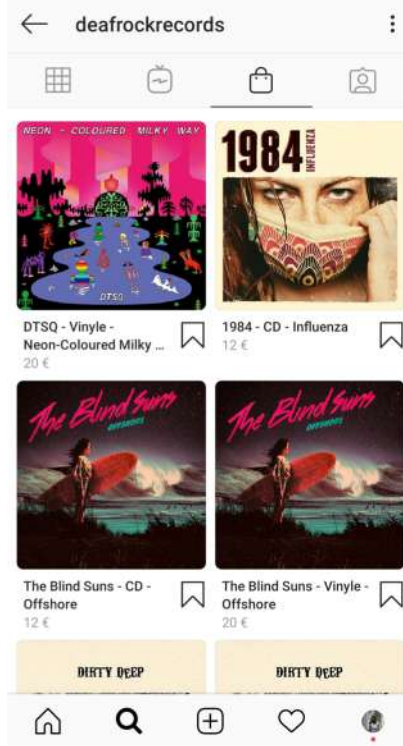
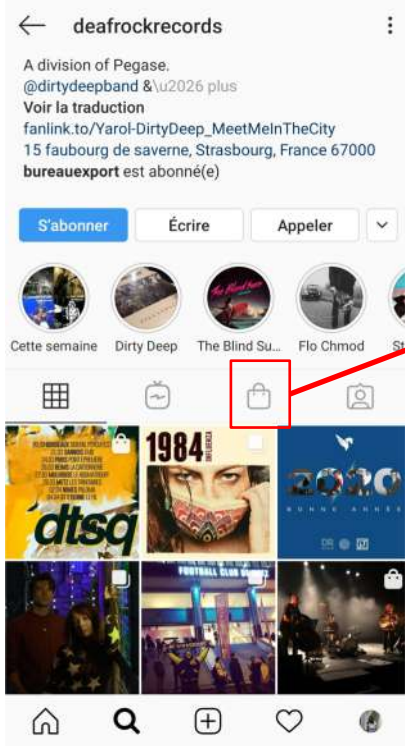
# Le commerce social : l'économie de la confiance

## Les 6C du commerce social

- **Contenu** : échanger avec ses cibles à travers un contenu de qualité
- **Communauté** : construire des relations durables et apporter de la valeur à son audience  
→ chats, groupes, thread
- **Commerce** : répondre aux besoins des clients via une présence transactionnelle
- **Contexte** : suivre à la trace des événements en temps réels  
→ paiement en ligne via Google checkout
- **Connexion** : redéfinir et archiver les relations entre individus avec les réseaux sociaux
- **Conversation** : considérer que toutes les conversations sont des marchés potentiels



# A l'ouest, rien de nouveau ? Instagram Check-out

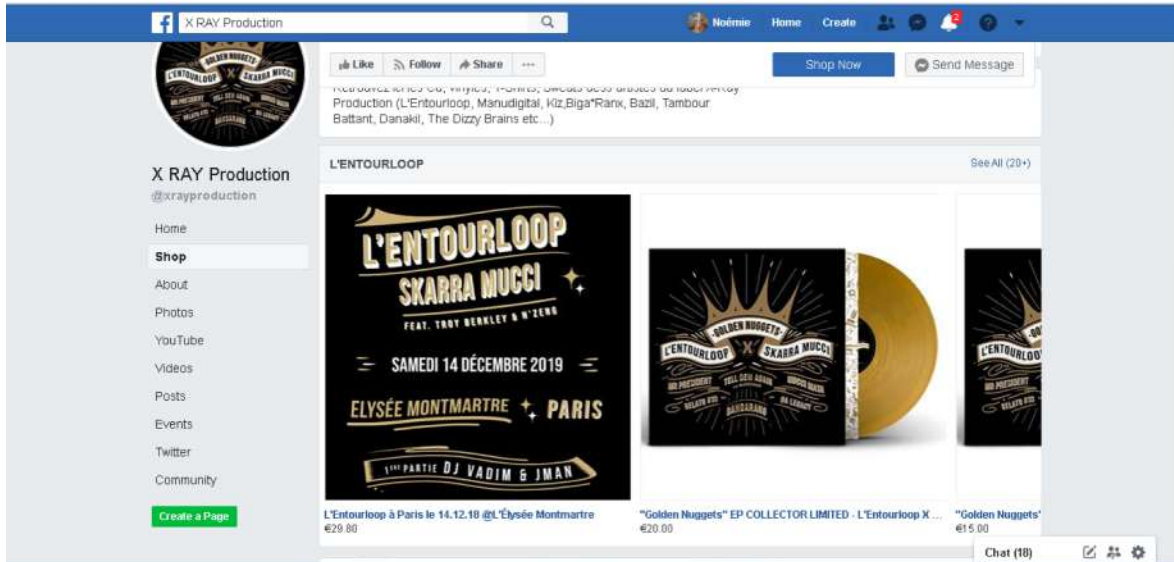


Sur Instagram, possibilité d'amener le fan vers l'acte d'achat, mais il doit sortir de la plateforme pour finaliser son achat (≠ WeChat)

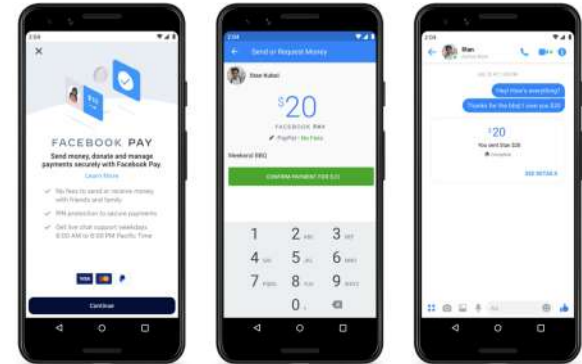
# A l'ouest, rien de nouveau ?

## Facebook Shop & Facebook Pay

### Facebook shop

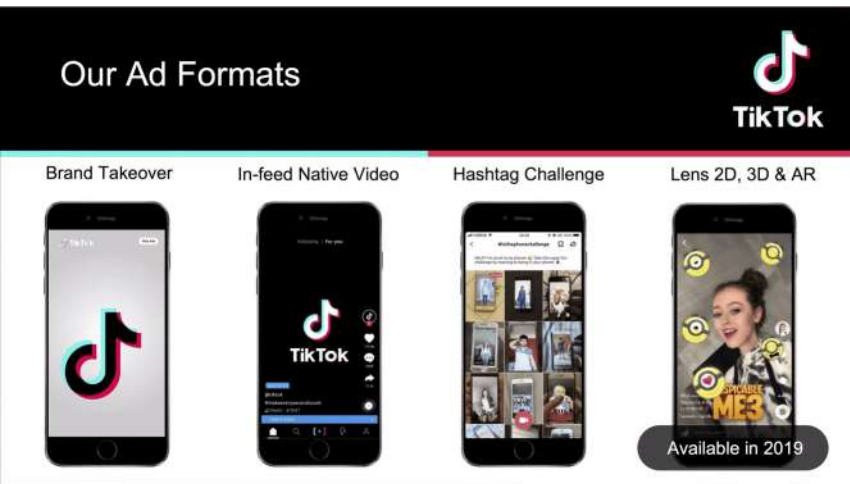


### Facebook Pay : en déploiement aux USA



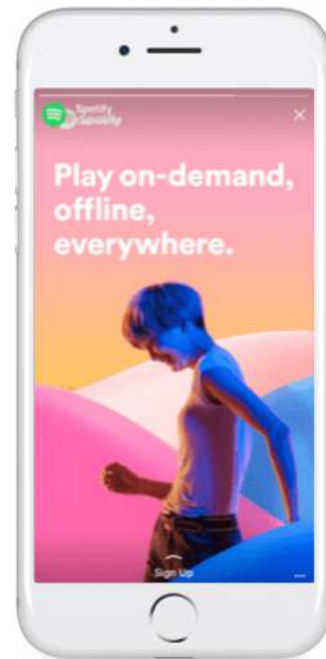
Transactions financières entre « amis »

# Swipe up ads : transformer l'inspiration en acte d'achat



Les *swipe up ads* sont une réponse aux 6C du commerce social : **adapter la publicité aux nouveaux usages**

- Etre à l'écoute des conversations
- Proposer du contenu de qualité
- Fidéliser d'une communauté
- Tracker des actions
- Favoriser l'acte d'achat





## Focus sur la vidéo :

toujours au centre de la stratégie des contenus ?





Brand-content :  
produire du contenu  
animé de qualité

# Youtube : raconter son histoire

- *Storytelling* : raconter une histoire à des fins de communication
  - capter l'attention
  - susciter des émotions
- L'exemple de **EYM Trio** et ses Nomad' Session

Vidéos en ligne ▶ TOUT REGARDER

 <p>7:56</p>	 <p>7:22</p>	 <p>3:35</p>
<p>EYM Trio [Nomad' Sessions #3] - I'm travelling alone</p> <p>6 k vues • il y a 1 mois</p>	<p>EYM Trio [Nomad' Sessions #2] - Ginkgo Biloba</p> <p>7 k vues • il y a 2 mois</p>	<p>EYM Trio [Nomad' Sessions #1] - Wall of Sant'Andrea</p> <p>2,9 k vues • il y a 4 mois</p>

# Youtube : valoriser l'onglet "Communauté"

- Annoncer la sortie d'un nouveau contenu
- Engager son audience
- Fidéliser ses fans

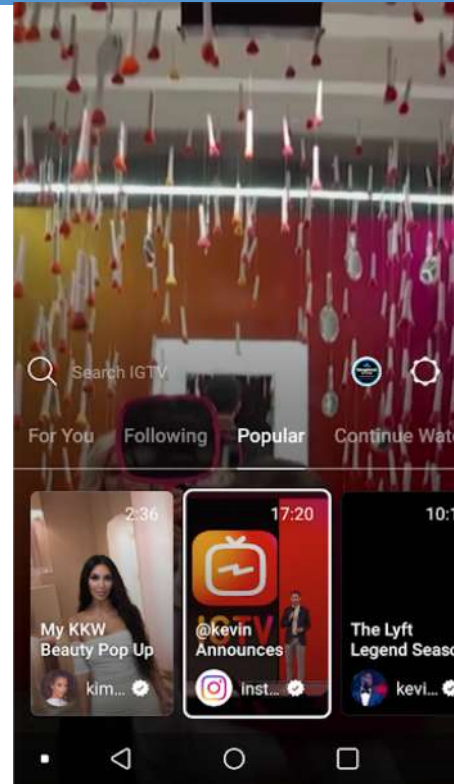
**Améliorer son référencement**

The screenshot shows the YouTube interface for the channel 'EYM Trio'. The search bar at the top contains 'eym trio'. The left sidebar shows navigation options: Accueil, Tendances, Abonnements, and Bibliothèque. The main content area is the 'Communauté' tab, which features a video titled 'EYM Trio [Nomad' Sessions #1] - Wall of Sant'Andrea'. The video has 2.9k views and a duration of 3:35. Below the video, there is a button to 'AJOUTER UN COMMENTAIRE'. The channel's profile picture is a blue circle with a white 'M' logo, and the channel name 'EYM Trio' is displayed with 431 subscribers. A red 'S'ABONNER' button is visible in the top right corner of the channel header.

# Instagram TV :

## la tentative de définir un nouveau standard

- Un volonté affichée de concurrencer YouTube
- Définir un nouveau standard :
  - Format vertical 9:16 imposé
  - Durée max 15 min (upload mobile)
  - Durée max 60 min (upload desktop)
- Un usage non transformé : IGTV accepte le format paysage 1 an après son lancement





**Livestream :**  
placer l'interaction au  
coeur du contenu  
événementiel

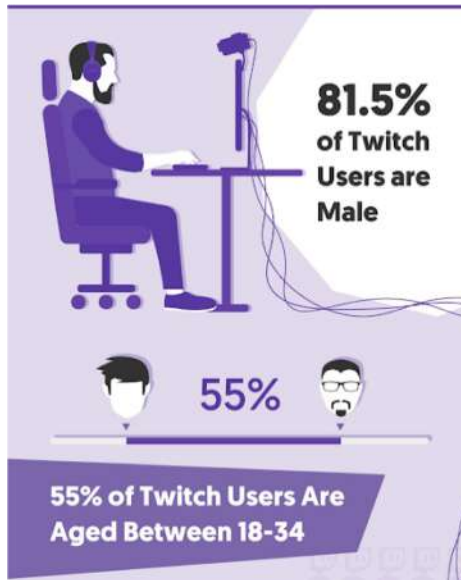
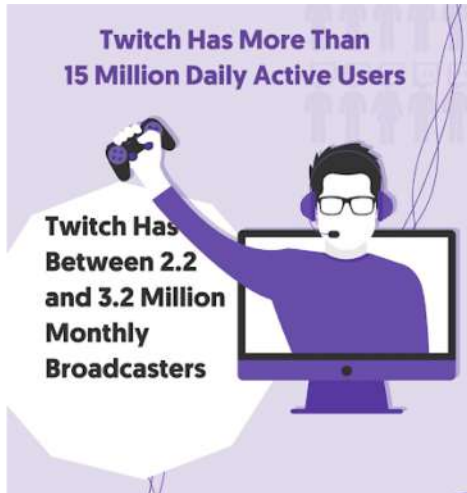
# Développement des liens entre musique & e-sports



## Développer de nouvelles audiences en s'appuyant sur une communauté très connectée

- L'**e-sport**, une industrie “tout digital” en croissance : \$1,1 billion en 2019 (+27% en un an)
- Des débouchés pour :
  - **l'édition et la production phonographique** : Carpenter Brut sollicité par League of Legend pour réaliser un remix de “Phoenix”, musique officielle des tournois
  - **la production de spectacles** : concerts organisés lors de tournois

# Twitch : un développement tourné vers l'industrie musicale

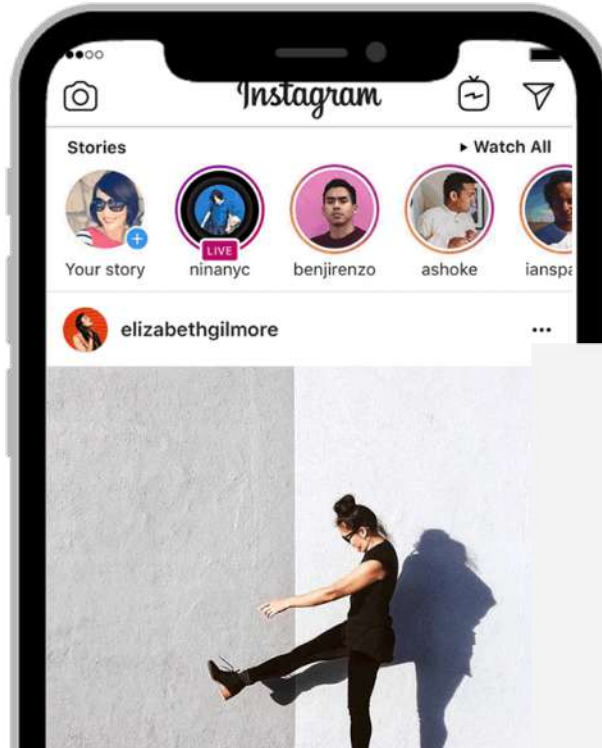




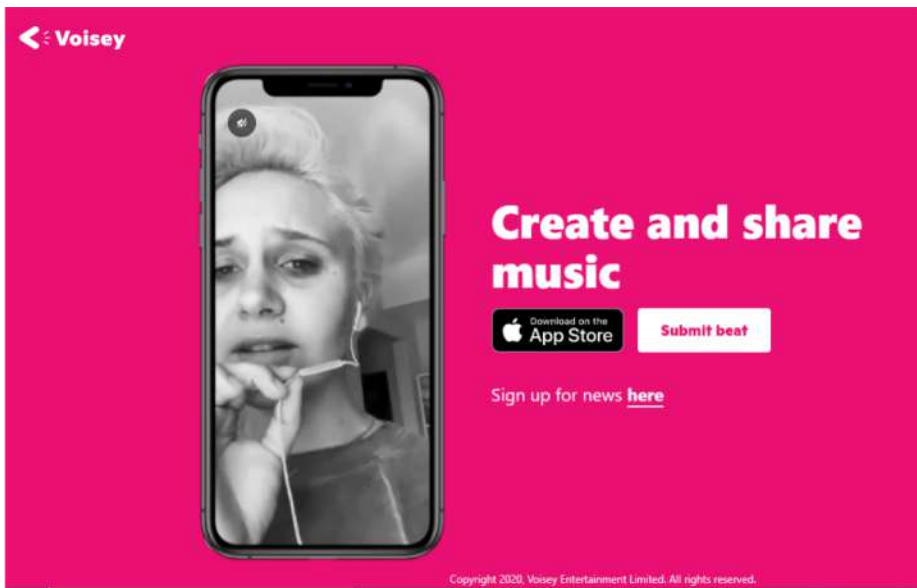
Story :  
partager l'éphémère  
pour plus d'authenticité ?



# De Snapchat à Facebook Inc. : la story, un nouveau standard du storytelling



# La créativité : la revanche des outsiders ?



Voisey

Create and share  
music

Download on the  
App Store

Submit beat

Sign up for news [here](#)

Copyright 2020, Voisey Entertainment Limited. All rights reserved.

The advertisement features a vibrant pink background. On the left, a smartphone displays a black and white video of a young woman with her hand to her chin, looking thoughtful. To the right of the phone, the text 'Create and share music' is prominently displayed. Below this, there are two buttons: one for downloading the app from the App Store and another labeled 'Submit beat'. At the bottom, a link is provided to sign up for news. The overall aesthetic is modern and creative.



byte

creativity first

ios

Android

The advertisement for the 'byte' app features a dark background with a variety of colorful, glowing, rounded square icons scattered across the top. Each icon contains a different, vibrant image or graphic. In the center, the word 'byte' is written in a clean, white, sans-serif font, with a small red and green square above the 'y'. Below the name, the tagline 'creativity first' is written in a smaller, light green font. At the bottom, there are two large, rounded rectangular buttons, one for 'ios' and one for 'Android', both in a bright purple color.

# Réseaux sociaux : perspectives 2020

## HOOTSUITE'S PERSPECTIVE: SOCIAL MEDIA TRENDS



### BRANDS BALANCE PUBLIC AND PRIVATE ENGAGEMENT

Though the rise of private messaging is important, public social media feeds remain a critical space for brand discovery and customer acquisition. The key is creating a seamless experience across both worlds while balancing automation and human connection.



### EMPLOYERS TAKE CENTER STAGE IN A DIVIDED WORLD

Employees expect their organizations to lead the way in making the world a better place. Progressive organizations are amplifying their company purpose with employee advocacy on social media, putting to work the inextricable link between employee and customer experience.



### TIKTOK SHAKES UP THE STATUS QUO

Only time will tell if the TikTok hype will last, but its popularity tells us a lot about the future of social content. Marketers should use these insights to adapt their strategies on established networks for the next generation on social.



### SOCIAL MARKETING AND PERFORMANCE MARKETING COLLIDE

Social marketers are facing increasing pressure to expand the scope of their work. Leading teams are building out holistic skill sets that can drive both short-term conversions and long-term strategies to build brand equity and differentiation.



### THE SOCIAL PROOF GAP CLOSES

ROI and measurement continue to be a challenge, but our analysis found that high-performing organizations follow three key best practices: unifying social data with other data for a holistic view, omnichannel integration, and using established attribution models from other channels.

[Click here](#) to read our full Social Media Trends 2020 report.

## II - Bonnes pratiques et partages d'expérience

# Comprendre les indicateurs-clés de performance



## Facebook

- **Nombre de fans**
- **Croissance** : L'augmentation du nombre de fans dans une période donnée
- **Interactions** : Clics, commentaires, partages
- **Impressions** : Nombre de visualisations d'une publication sur Facebook
- **Portée organique** : Nombre total de personnes qui ont vu une publication non sponsorisée
- **Taux d'engagement** : Propension des fans à réagir aux publications (Personnes engagées sur un post/Portée du post x100)
- **Taux de réponse**
- **Sentiment** : Analyse de l'humeur des fans à travers leurs commentaires et posts (positif, neutre, négatif)



## Instagram

- **Nombre d'abonnés**
- **Croissance** : L'augmentation du nombre de fans dans une période donnée
- **Taux d'engagement** : Nombre d'interactions pour un post divisé par le nombre d'abonnés sur cette publication x 100
- **Hashtags / Mentions**
- **Regram** : Partage d'une photo via un autre compte



## Twitter

- **Nombre d'abonnés**
- **Croissance** : L'augmentation du nombre de fans dans une période donnée
- **Retweet** : Chaque tweet que vous avez posté et qui est republié par un autre utilisateur
- **Mention** : Insertion du pseudo d'un utilisateur dans un tweet commençant par @ pour l'interpeller
- **Favoris** : Stockage d'un tweet pour indiquer son intérêt ou le remercier d'un retweet ou d'un partage d'une bonne information ou encore d'une mention
- **Impressions** : Nombre de personnes qui ont vu votre tweet sur Twitter
- **Taux d'engagement** : Nombre d'interactions pour un tweet divisé par le nombre d'impressions pour le même post x 100



## YouTube

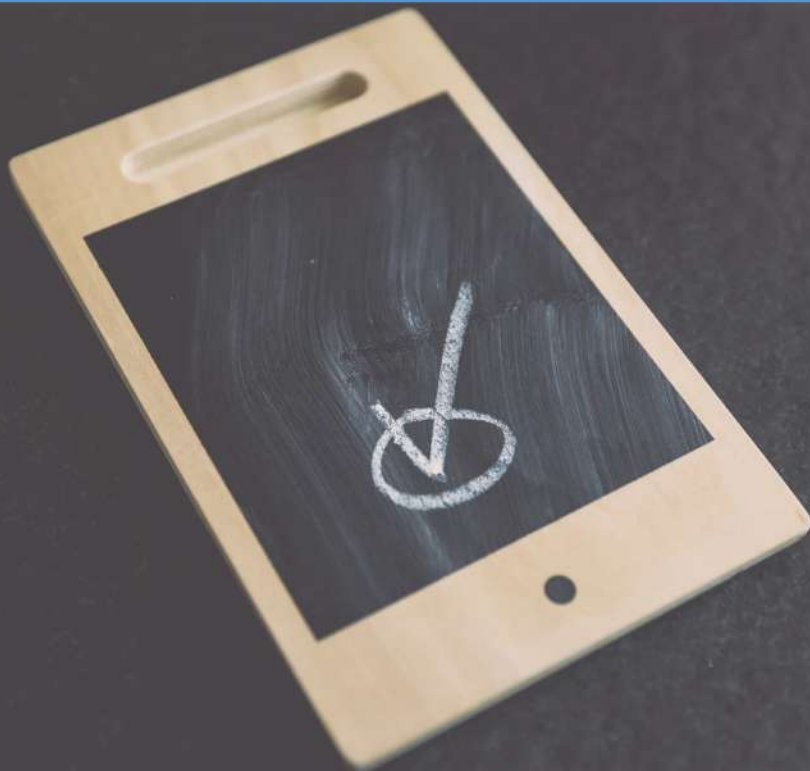
- **Nombre d'abonnés à la chaîne**
- **Croissance** : L'augmentation du nombre de fans dans une période donnée
- **Nombre de vues** sur la vidéo
- **Nombre de partages**
- **Nombre de J'aime/J'aime pas**
- **Commentaires**

# La visibilité : qu'est-ce que c'est ?

Réaliser une  
campagne de  
marketing digital



# Définir des objectifs SMART



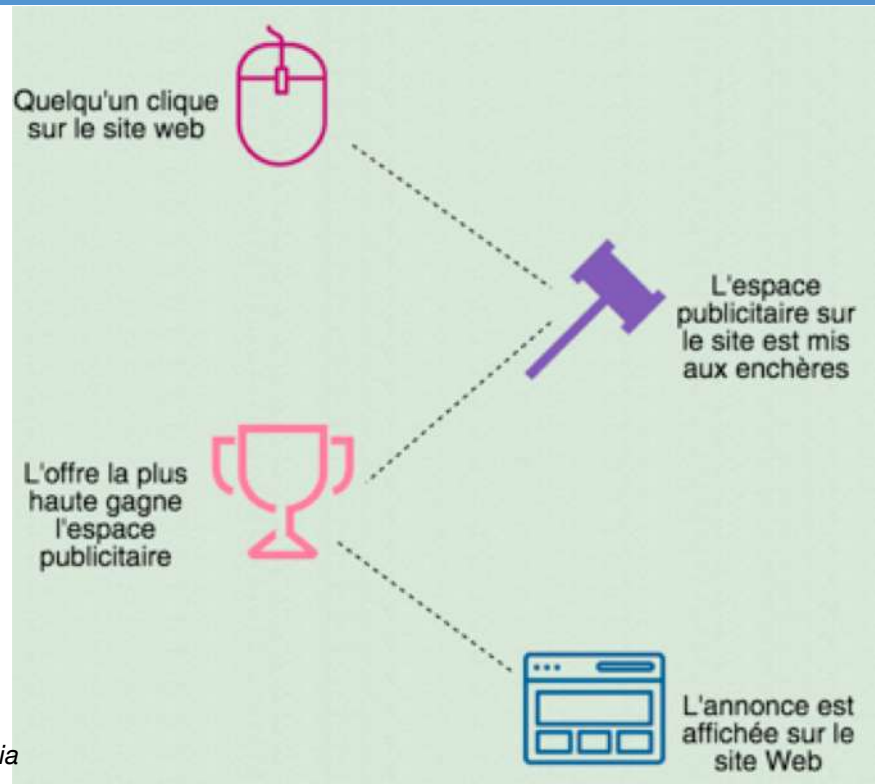
- ❑ **S**pécifique
- ❑ **M**esurable
- ❑ **A**tteignable
- ❑ **R**éaliste
- ❑ **T**emporalité définie



# Adapter ses objectifs à son stade de développement et à son identité



# Le marketing programmatique



# Comparaison des audiences publicitaires par réseau social

JAN 2019

## SOCIAL MEDIA ADVERTISING AUDIENCES

A COMPARISON OF THE TOTAL ADDRESSABLE ADVERTISING AUDIENCE\* OF SELECTED SOCIAL MEDIA PLATFORMS

TOTAL ADVERTISING AUDIENCE ON FACEBOOK (MONTHLY ACTIVE USERS)



2,121  
MILLION

FEMALE: 43%  
MALE: 57%

TOTAL ADVERTISING AUDIENCE ON INSTAGRAM (MONTHLY ACTIVE USERS)



895  
MILLION

FEMALE: 50%  
MALE: 50%

TOTAL ADVERTISING AUDIENCE ON TWITTER (MONTHLY ACTIVE USERS)



251  
MILLION

FEMALE: 34%  
MALE: 66%

TOTAL ADVERTISING AUDIENCE ON SNAPCHAT (MONTHLY ACTIVE USERS)



307  
MILLION

FEMALE: 60%  
MALE: 38%

TOTAL ADVERTISING AUDIENCE ON LINKEDIN (REGISTERED MEMBERS)



604  
MILLION

FEMALE: 44%  
MALE: 56%

Une expérience à  
partager ?



# Tez Cadey : un succès export qui s'appuie sur la viralité



# La viralité : un mythe à déconstruire

# Antiquarks: BOLIVIA TOUR #AQBT



Antiquarks

· 30 mars 2018 ·

Sur le profil de Antiquarks · Supprimer

## ► SITE INTERNET

[FR] Découvrez le projet "Vibraciones Mestizas", la tournée/résidence nomade d'Antiquarks en Bolivie qui se déroulera d'avril à mai 2018 ! → <http://bit.ly/AntiquarksBT>

Vous pouvez également suivre cette aventure sur Twitter et Instagram avec #AQBT.

[ES] ¡Descubra el proyecto « Vibraciones Mestizas », una gira/residencia nomada de la banda Antiquarks que tiene lugar en Bolivia de abril hasta mayo 2018! → <http://bit.ly/AntiquarksBT>

Sigue esa aventura también en Twitter y Instagram con #AQBT

Sacem Ville de Lyon Métropole de Lyon INSTITUT FRANÇAIS SPEDIDAM l'alliée d'une vie d'artiste COIN COIN Productions Casa Creat Casa de la Cultura - Tarija ACLO - Regional Tarija Comunidad Conservatorio Bolivia Casa De La Cultura La Paz



Commenter en tant que A...



# Antiquarks: BOLIVIA TOUR #AQBT

## Photos de la publication de Antiquarks

dans Photos du journal



Antiquarks

Publié par Emily Richard De Latour [?]  
· 15 avril 2018 ·

Sur le profil de Antiquarks · Supprimer

✦ CONCIERTO ✦

Os damos cita en 4 días : hasta pronto !

--  
RV dans 4 jours : à très vite !

#AQBT – avec Sarah Battegay, Richard Monségu, Sébastien Tron, Léa Eulalia et COIN COIN Productions, à Bolivie.

👤 Identifier

✎ Modifier

649

Personnes  
touchées

51

Interactions

Boostez la publication

👍 Vous et 13 autres personnes

1 partage



Commenter en tant que A...



J'aime



Commenter



Partager

Identifier

Options

Envoyer dans Messenger



# Antiquarks: BOLIVIA TOUR #AQBT

Photos de la publication de Antiquarks

dans Photos du journal



Antiquarks

· 20 avril 2018 ·

👏 PRENSA 👏

¡Gracias a Diario El País Tarija por este artículo y estas dos páginas! → <http://bit.ly/2JcwXo7>

Merci à Diario El País Tarija pour ce bel article et ces deux pleines pages ! → <http://bit.ly/2JcwXo7>

Richard Monségu Sébastien Tron Léa Eulalia Sarah Battegay  
Voir la traduction

🔍 Identifier

📍 Ajouter un lieu

✎ Modifier

597

Personnes  
touchées

35

Interactions

Boostez la publication

👍❤️ 13

1 partage



J'aime



Commenter



Partager

Identifier

Options

Envoyer dans Messenger



Commenter en tant que A...



# Antiquarks: BOLIVIA TOUR #AQBT



# The Blaze



# Jakub Józef Orliński

f Jakub Józef Orliński - Countertenor

Emily Accueil Créer

Jakub Józef Orliński  
- Countertenor ✓  
@jjorlinski

Accueil

À propos  
YouTube  
Instagram  
Photos  
Vidéos  
Évènements  
Publications

FACCE D'AMORE  
JAKUB JÓZEF ORLIŃSKI  
IL POMO D'ORO  
MAXIM EMELYANYCHEV

Tournée à venir · Facce d'amore 2020 Tour  
avril - mai

J'aime S'abonner Partager ...

Photos

warner\_classics ERATO

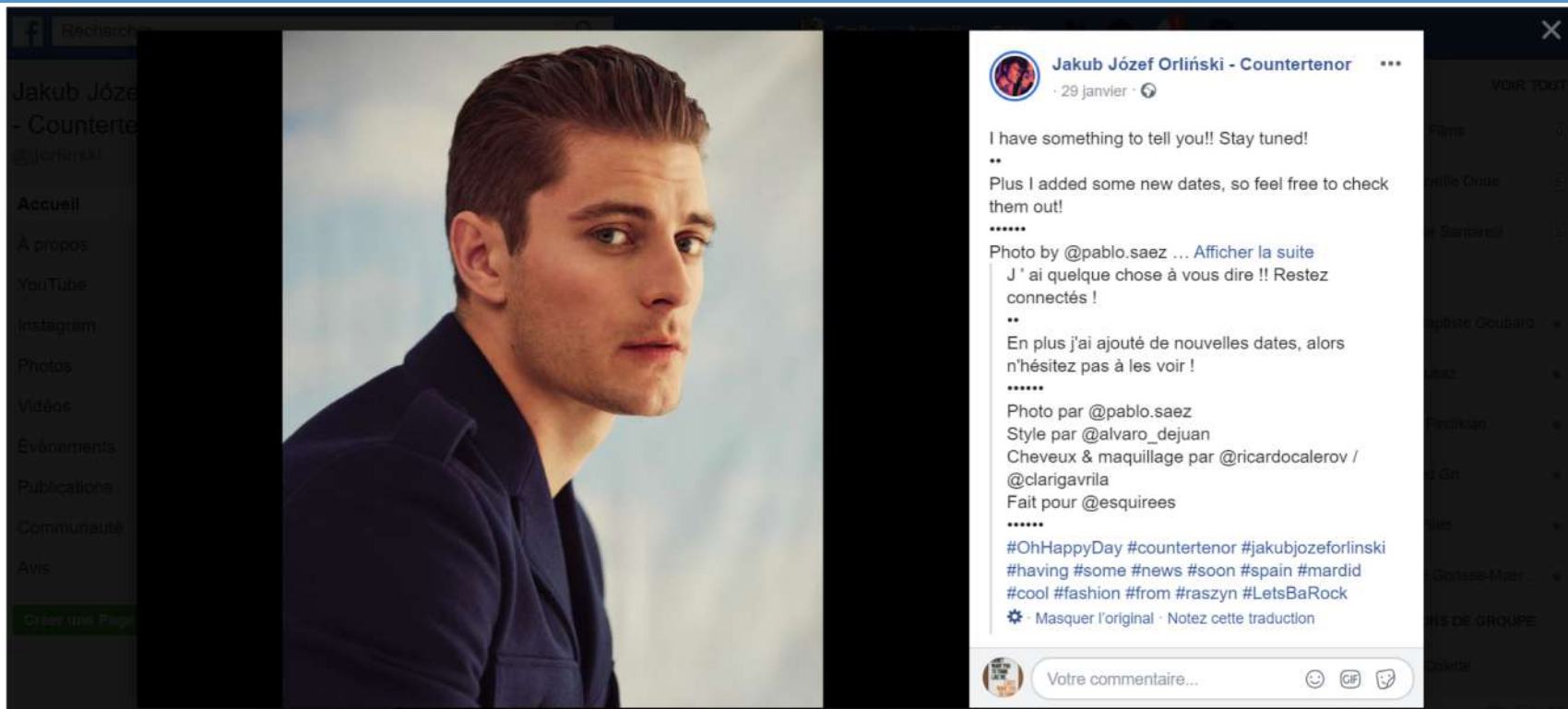
5,0 5 sur 5 · Selon l'avis de 191 personnes

Communauté Voir tout

Invitez vos amis à aimer cette Page

31 820 personnes aiment ça

# Jakub Józef Orliński



Recherche

Jakub Józef Orliński - Countertenor

Accueil

À propos

YouTube

Instagram

Photos

Vidéos

Événements

Publications

Communauté

Avis

Créer une page

VOIR TOUT

Filtrer

Marie Oude

Le Baroque

Agathe Goubard

seaz

Prokkan

U On

Sue

Contese-Mari

INS DE GROUPE

solette

**Jakub Józef Orliński - Countertenor** · 29 janvier · 🌐

I have something to tell you!! Stay tuned!

..

Plus I added some new dates, so feel free to check them out!

\*\*\*\*\*

Photo by @pablo.saez ... [Afficher la suite](#)

J' ai quelque chose à vous dire !! Restez connectés !

..

En plus j'ai ajouté de nouvelles dates, alors n'hésitez pas à les voir !





\*\*\*\*\*

Photo par @pablo.saez  
Style par @alvaro\_dejuan  
Cheveux & maquillage par @ricardocalerov / @clarigavril  
Fait pour @esquirees

\*\*\*\*\*

#OhHappyDay #countertenor #jakubjozeforlinski #having #some #news #soon #spain #mardid #cool #fashion #from #raszyn #LetsBaRock

⚙ Masquer l'original · Notez cette traduction

 Votre commentaire...   

# Jakub Józef Orliński



Q jakub josef orlinski



Top

Latest

People

Photos

Videos

**No results**

Nobody came up for that search.



# Jakub Józef Orliński



Jakub Józef Orliński - Countertenor 🎵

37,5 k abonnés

S'ABONNER

ACCUEIL

VIDÉOS

PLAYLISTS

COMMUNAUTÉ

CHAÎNES

À PROPOS



Jakub Józef Orliński – Händel: "Pena tiranna" (Amadigi di Gau...

520441 vues • il y a 2 mois

Facce d'amore by Jakub Józef Orliński, with Il Pomo d'Oro and Maxim Emelyanychev, explores the many faces of love of the Baroque era. Discover the album:

<https://w.lnk.to/faccedamoreLY>

The album, which spans some 85 years of the baroque period, includes arias by major figures like Handel, Cavalli and

FEATURED CHANNELS

Warner Classics

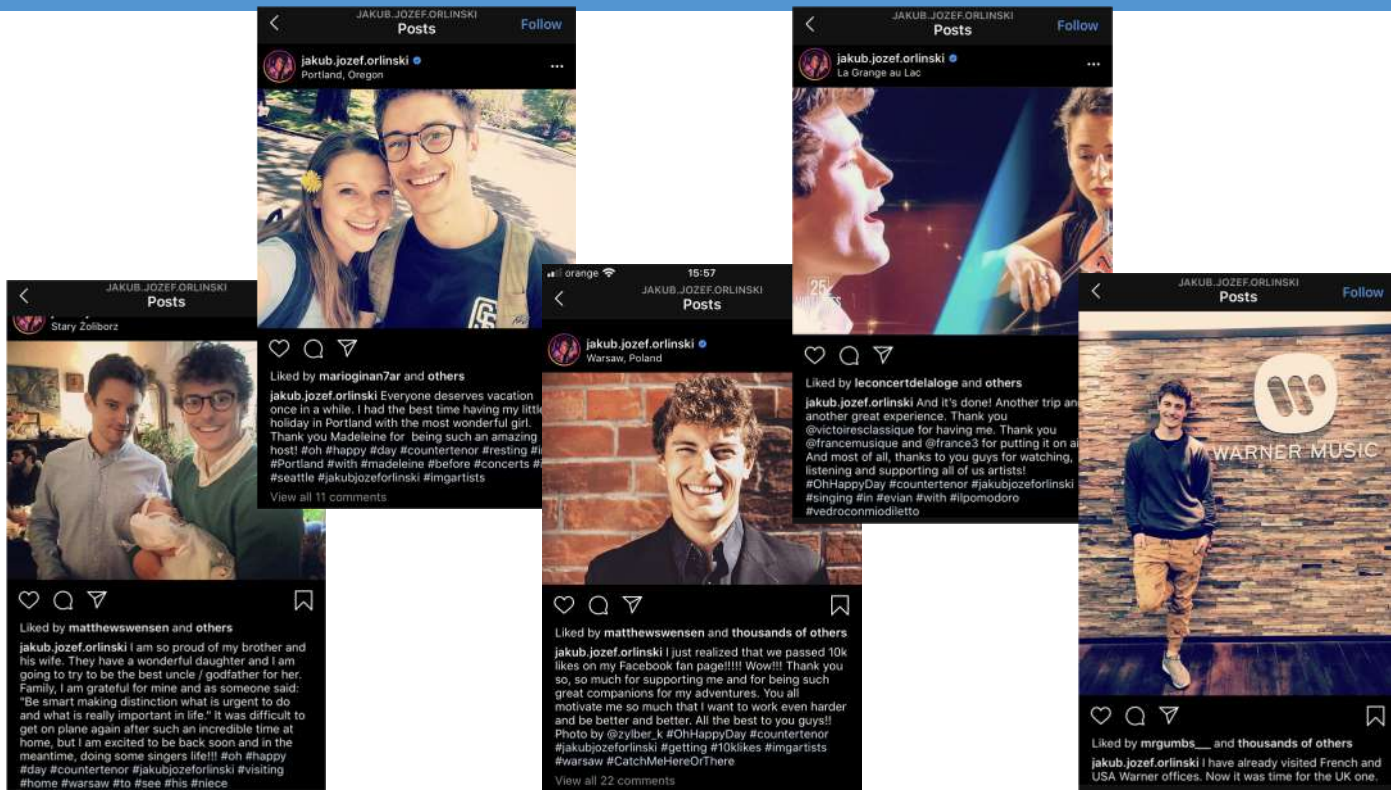
S'ABONNER

Culturebox

S'ABONNER

France Musique

# Jakub Józef Orliński





# ARB MUSIC / COMPTINES D'AFRIQUE



Comptines d'Afrique ✓

472 k abonnés

S'ABONNER

ACCUEIL

VIDÉOS

PLAYLISTS

CHAÎNES

À PROPOS



Lève-toi et chante - 30 mn - Chansons d'Afrique pour les petits...

605 560 vues • il y a 2 mois

30 mn de chansons et de jeux pour les crèches et les maternelles. Plus de danses africaines 🙌

<https://youtu.be/vh8-tfLQ1sc> - Playlist Comptines Africaines 🙌

SPOTIFY → <https://spoti.fi/38eHiw7> - DEEZER →

<http://bit.ly/30ul8U1> - Album 🙌 APPLE MUSIC →

<http://apple.co/1eRYpIF> - AMZN → <http://amzn.to/1T2f1fZ> - Site officiel → <https://www.arbmusic.com/>

VOUS AIMEREZ AUSSI



UNESCO

S'ABONNER



TV5MONDE

S'ABONNER



Gulli

# ARB MUSIC / COMPTINES D'AFRIQUE

J'aime déjà ▼ Déjà abonné(e) ▼ Partager ...

Commenter en tant que ARB Music

**ARB Music**  
Publié par Emily Richard De Latour [?] · 29 janvier, 15:48 · 🌐

N'hésitez pas à vous inscrire à notre newsletter avant son prochain envoi le 10 février 📧 <http://bit.ly/ARBnewsletter>

**ARB MUSIC**  
Comptines du monde

MAILCHI.MP  
**ARB Music - Newsletter**

# ARB MUSIC / COMPTINES D'AFRIQUE



Attention aux  
mauvaises  
pratiques !



**NIVEA**

Keep it clean, keep bright. Don't let anything  
ruin it, #Invisible

# Éviter le bad buzz : comprendre les différences culturelles



像小刀一样切一块披萨饼呢？



dolcegabbana • Follow  
Shanghai, China

dolcegabbana 欢迎收看Dolce & Gabbana “起筷吃饭”第1弹。  
今天我们将率先向大家展示，  
如何用这种小棍子形状的餐具，  
来吃意大利伟大的传统玛格丽特披萨。

Welcome to Episode 1 with  
Dolce&Gabbana's "Eating with Chopsticks".  
First up today is how to use this  
stick shaped cutlery to eat your GREAT  
traditional Pizza Margherita.  
#DGLovesChina  
#DGTheGreatShow

Load more comments

you.disgusting 傻■玩意我■你血妈的伟大  
pancake

littlecuteduck All Asian culture are included  
syrenaagnes 你们的披萨可真难吃，活了这  
么久只会做个披萨和意大利面不觉得耻辱



266,920 views

4 DAYS AGO

Log in to like or comment.

