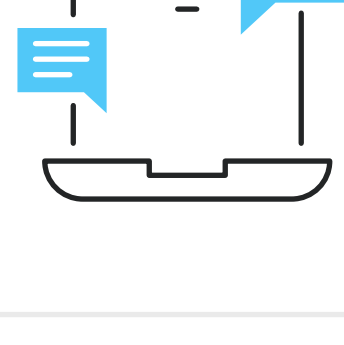


Baromètre Hootsuite 2018

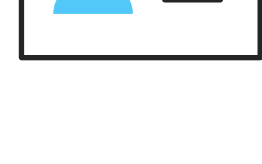
Usage des médias sociaux dans les entreprises en France

Des médias largement répandus au sein des entreprises



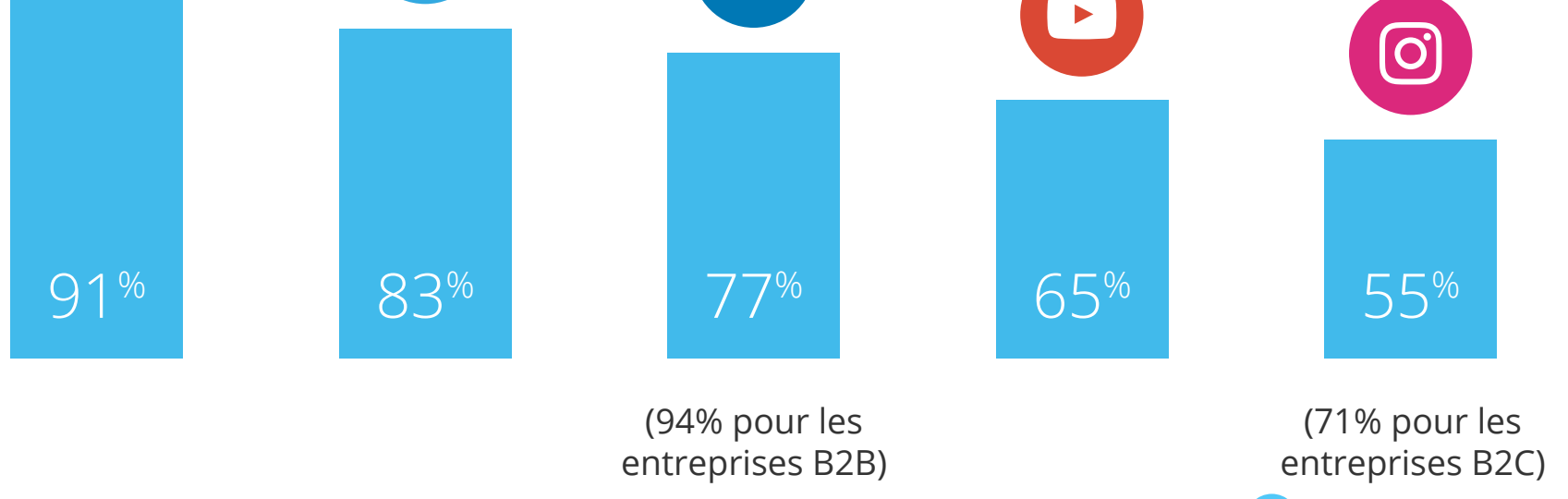
84% estiment que leur présence sur les médias sociaux est importante pour rester compétitif

Les entreprises renforcent leur présence sur les médias sociaux.



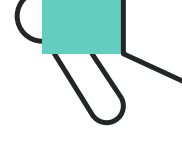
4-10 profils par entreprise en moyenne

Les réseaux les plus utilisés par les entreprises en France:



Avec 95%, Twitter est le réseau social préféré des grandes organisations.

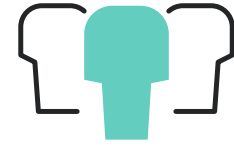
Notoriété et e-Reputation restent les principaux objectifs des entreprises sur les médias sociaux



91% Développer la notoriété de l'entreprise



74% Gérer la réputation de la marque

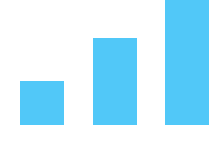


70% Bâter et gérer une communauté engagée

Les médias sociaux, bien plus qu'un canal de communication et de marketing

Des médias présents tout au long du tunnel de conversion

Les entreprises commencent à les utiliser pour générer du chiffre d'affaires mais manquent d'approche stratégique



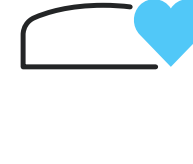
50% Augmenter les conversions / ventes



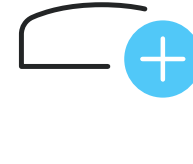
47% Identifier et développer les leads

Néanmoins peu ont implémenté des programmes de Social Selling (22%) et de Social Commerce (15%)

Au delà des services Marketing, les médias sociaux se déploient au sein d'autres départements ...



31% Service client



40% Recrutement



54% Déclarent que les médias sociaux sont utilisés par de plus en plus de départements dans leur entreprise

Des médias principalement gérés en interne, au sein des entreprises ...



67% Gestion interne centralisée



9% Externalisation partielle

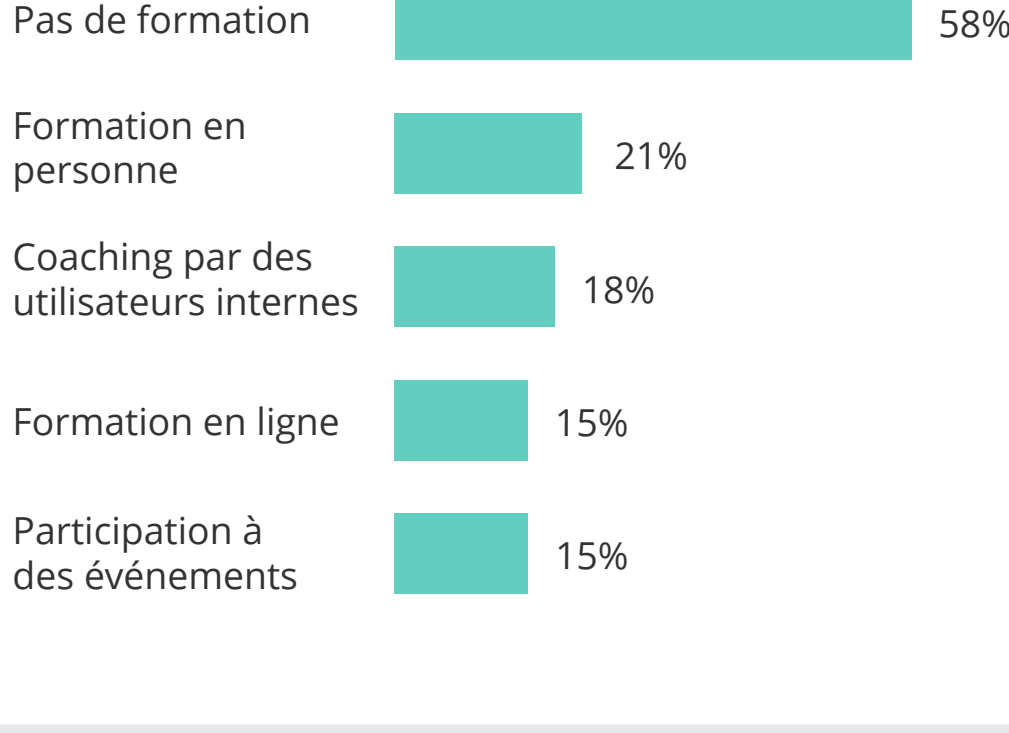


21% Gestion interne décentralisée

1% Externalisation complète

2% NSP

... avec encore peu de support pour les équipes



... et très peu de gouvernance



72% Ne dispose pas de charte d'utilisation des médias sociaux pour leurs employés

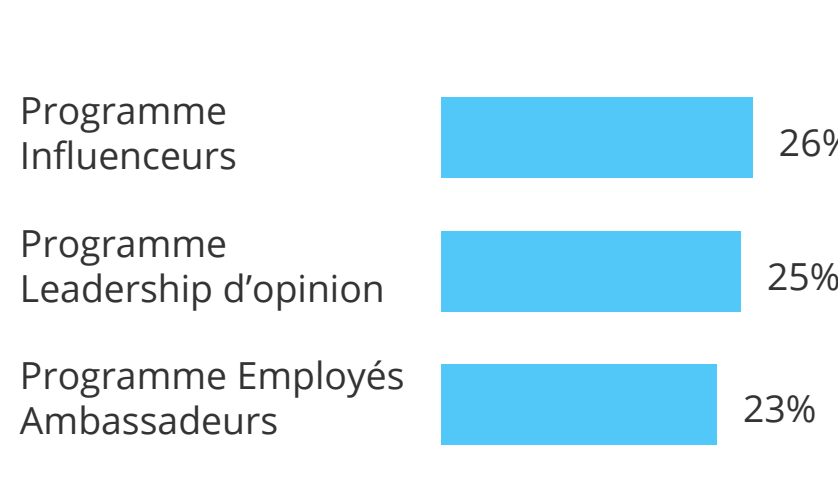
Les entreprises reconnaissent leurs difficultés pour gagner en visibilité sur les médias sociaux

Elles dépendent principalement de la publicité ...



46% Social Ads

... et font encore peu appel au marketing du bouche à oreille



Les trois principaux défis pour les entreprises

1 Le retour sur investissement



63% Évaluer l'efficacité des actions menées sur les médias sociaux



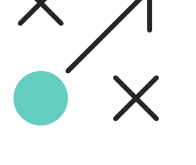
39% Comprendre et exploiter les données en provenance des médias sociaux



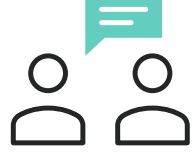
47% Aligner médias sociaux et objectifs commerciaux

Seulement 31% des entreprises mesurent leur ROI sur les médias sociaux

2 La stratégie

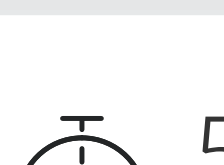


62% Élaborer une stratégie globale d'utilisation des médias sociaux (vs 46% en 2017)



41% Coordonner la stratégie des médias sociaux entre tous les services (vs 20% en 2017)

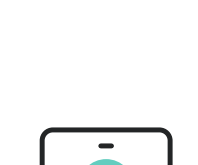
3 Les ressources



54% Manque de temps (vs 25% en 2017)

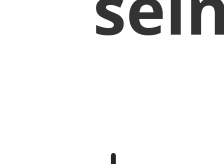


40% Manque de budget



28% Manque de compétences

Malgré ces défis, l'usage des médias sociaux au sein des entreprises continue à se développer



77% estiment que l'importance des médias sociaux au sein de leur entreprise a augmenté cette année



73% estiment que leur utilisation va continuer à augmenter