

Les 8 tendances SOCIAL MEDIA

2023

L'avènement du marketing d'influence

Cette pratique (permettant d'accroître la notoriété d'une marque et **générer des ventes** via des créateurs de contenu) devient accessible pour toutes les entreprises, avec notamment **la nano et micro-influence** et la **possibilité de faire des dotations de produits**.

NANO-INFLUENCEUR
DE 1 À 10K ABONNÉS

MICRO-INFLUENCEUR
DE 10 À 100K

MACRO-INFLUENCEUR
DE 100K À 1M

MACRO-INFLUENCEUR
> 1M D'ABONNÉS

L'explosion de l'User Generated Content

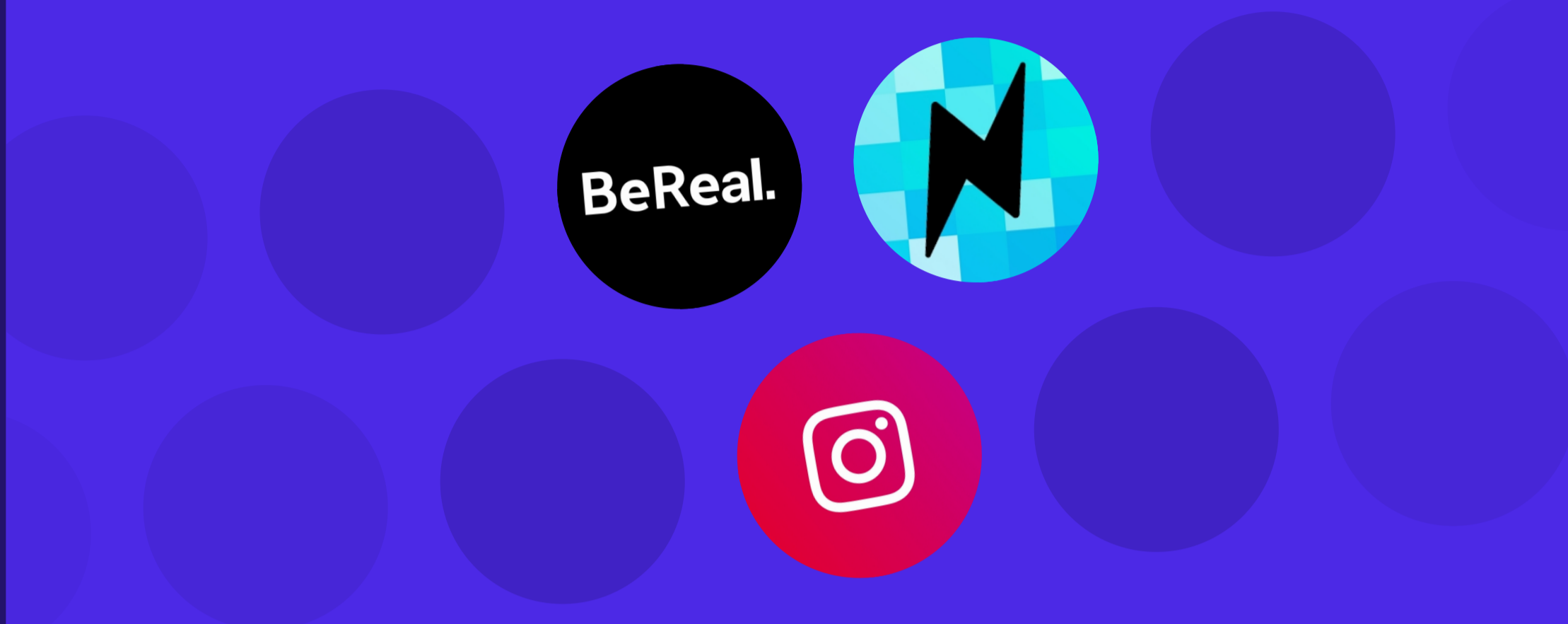
Parmi les contenus créés et diffusés par les marques, le recours à **l'UGC (User Generated Content)** prend de plus en plus d'ampleur.



Source : Marie MT et Garnier en publicité Youtube

Ce type de contenus, semble davantage **repris à travers des Posts sponsorisés** sur les réseaux sociaux, mais aussi dans des **spots publicitaires à la télévision**.

La perfection des contenus touche à sa fin



Les utilisateurs des médias sociaux recherchent avant tout de **la transparence** et de **l'authenticité**.

Plusieurs plateformes en ont fait leur ADN, à l'instar de BeReal, qui fait partie des meilleures applications iOS et Android en 2022, mais aussi de Tiktok Now, ou encore de la fonctionnalité « Glimpse » d'Instagram en développement...

L'essor du snack content

Les utilisateurs recherchent **des formats courts, incisifs et efficaces** pour s'informer et se divertir (Reels, TikTok).

L'objectif pour les marques : **réussir à capter l'attention en allant à l'essentiel et en procurant des émotions**.

Pour autant, d'autres plateformes font le pari inverse en privilégiant les formats longs (+1h), comme sur YouTube et Twitch.



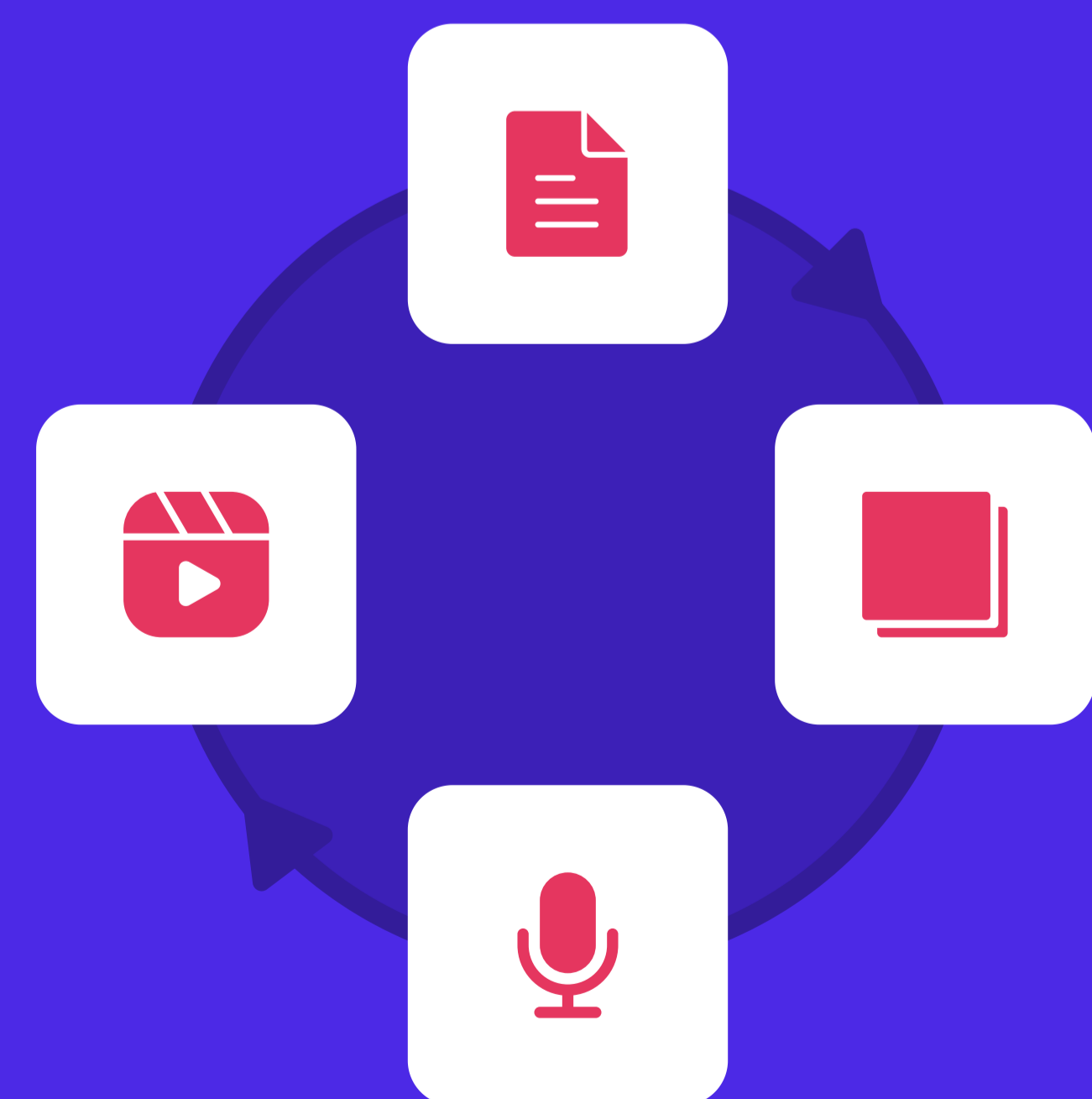
Temps d'attention moyen d'un internaute en 2022 (contre 12s en 2020)

Le recyclage et la déclinaison des contenus

Les avantages de la réutilisation de contenus sont nombreux : **économie de temps, renforcement de la présence en ligne, fidélisation de l'audience...**

Il s'agit ici de **bien adapter son contenu à chaque plateforme sociale** en gardant les mêmes idées de fond.

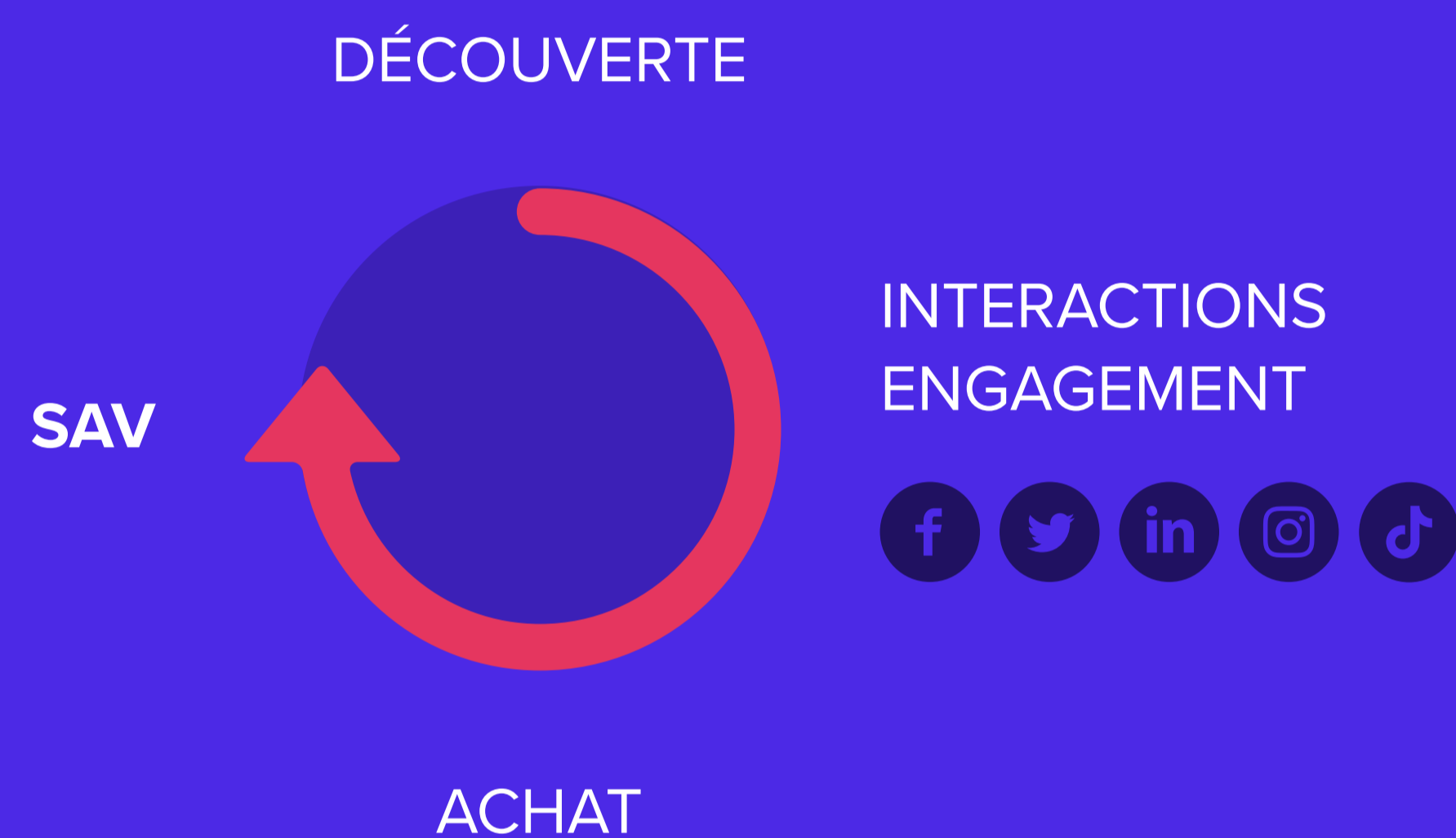
Le but : que vos prospects vous voient au moins une fois par jour, qu'importe le canal.



L'importance du **service client**

L'assistance apportée aux clients via les **canaux sociaux** ou encore **les messageries instantanées**, comme WhatsApp ou Instagram **est de plus en plus importante.**

La vitrine de la marque est ainsi **nettement renforcée** et permet d'être un **véritable relai** du support client déjà en place par chat, e-mail ou téléphone.



La **santé mentale** au cœur des préoccupations

Nous nous dirigeons vers une utilisation **plus raisonnée des médias sociaux.** Et c'est notamment ce qu'on essaie de prôner chez Swello : **utiliser moins les réseaux sociaux, mais mieux.**

- ✈ Mode avion
- ✕ Droit à la déconnexion
- 🕒 Surveillance du **temps d'écran**
- ✕ Limite d'applications

L'optimisation du **référencement**

Pour effectuer une recherche, plus besoin d'aller sur Google. TikTok, par exemple, a bien compris le pouvoir de sa plateforme en associant des mots clés cliquables dans les commentaires. **Les vidéos traitant de sujets liés sont ainsi facilement retrouvées.** Le taux de rétention est donc en augmentation sur les réseaux sociaux.

#socialmedia #outil

#com

Rechercher : **swello**^Q

#réseaux sociaux

#plateforme #trend

swello

Une solution simple & efficace pour gérer vos réseaux sociaux