

Les communautés
virtuelles de marque sur
les réseaux sociaux : le cas
des entreprises sociales

Par : Julie Brahy

CONTENU

- ① Présentation de l'article
- ② Résumé
- ③ Vocabulaire spécialisé
- ④ Point de vue
- ⑤ Réflexion

Les médias sociaux

Les médias sociaux sont un ensemble de personnes qui interagissent socialement à travers des plateformes

Les blogs

Les forum de
discussion

Les wikis

Réseaux sociaux numériques

Profils

Ce sont basés sur les contacts de l'utilisateur

utilisation des R.S numériques

Le 40% des personnes dans le monde utilisaient les réseaux sociaux. (2017)

L'attractivité du R.S numériques

Ce sont gratuits et les possibilités d'expression

Les 4 plateformes plus utilisées:



Les bénéfices

Les réseaux sociaux
apportent certains
avantages tels que...

Utilité

Les conseils et
d'expériences

Qualité

L'information

Valorisation
sociale

La notoriété



Réseaux sociaux et les entreprises

Les réseaux sociaux
ont un impact sur les
entreprises

interagir

potentiel de
croissance

Community
manager



les communautés virtuelles de marque

Écouter la
communauté

offrir des « brand
content »

Faire des Jeux
concours

Accueillir les
nouveaux arrivants

Valoriser les
membres les plus
actifs

Utiliser des
blogueurs influents

Organiser des
événement



VOCABULAIRE SPÉCIALISÉ

LA WEB 2.0

LES MÉDIAS
SOCIAUX

LES
RÉSEAUX
SOCIAUX



VOCABULAIRE SPÉCIALISÉ

LA COMMUNAUTÉ
VIRTUELLE



BAD BUZZ

LE
COMMUNITY
MANAGER

L'ENGAGEMENT
AFFECTIF



Point de vue



Selon l'auteur, les réseaux sociaux ont acquis une importance tant dans les relations personnelles que dans les processus de marketing des entreprises pour augmenter leurs ventes. Il expose également les avantages et les inconvénients de cette nouvelle forme de communication, puisque le succès ou l'échec de ces entreprises peuvent dépendre de choses très communes comme les commentaires des gens, c'est-à-dire, un commentaire positif peut atteindre le succès total dans la commercialisation et la vente d'un produit, mais un commentaire négatif peut conduire à la faillite de l'entreprise.

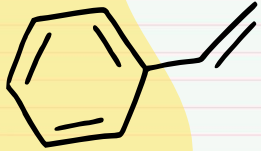
Tout cela est dû au fait que la communication est déjà globale et non locale.

Point de vue

Notre point de vue est que cet article est très complet, car il nous montre l'impact des réseaux sur le plan social et économique, et comment avec un seul commentaire nous pouvons aider une entreprise à réussir ou à la faillite. Nous considérons que c'est un article très bien expliqué, il est simple à comprendre et expose ses idées avec des exemples de la vie quotidienne. L'article fournit des statistiques et des tableaux pour améliorer la lecture, et à partir de là, il nous aide à réfléchir sur la façon dont nos actions sur les réseaux sociaux ont un impact non seulement sur nos vies, mais sur celles de beaucoup d'autres.



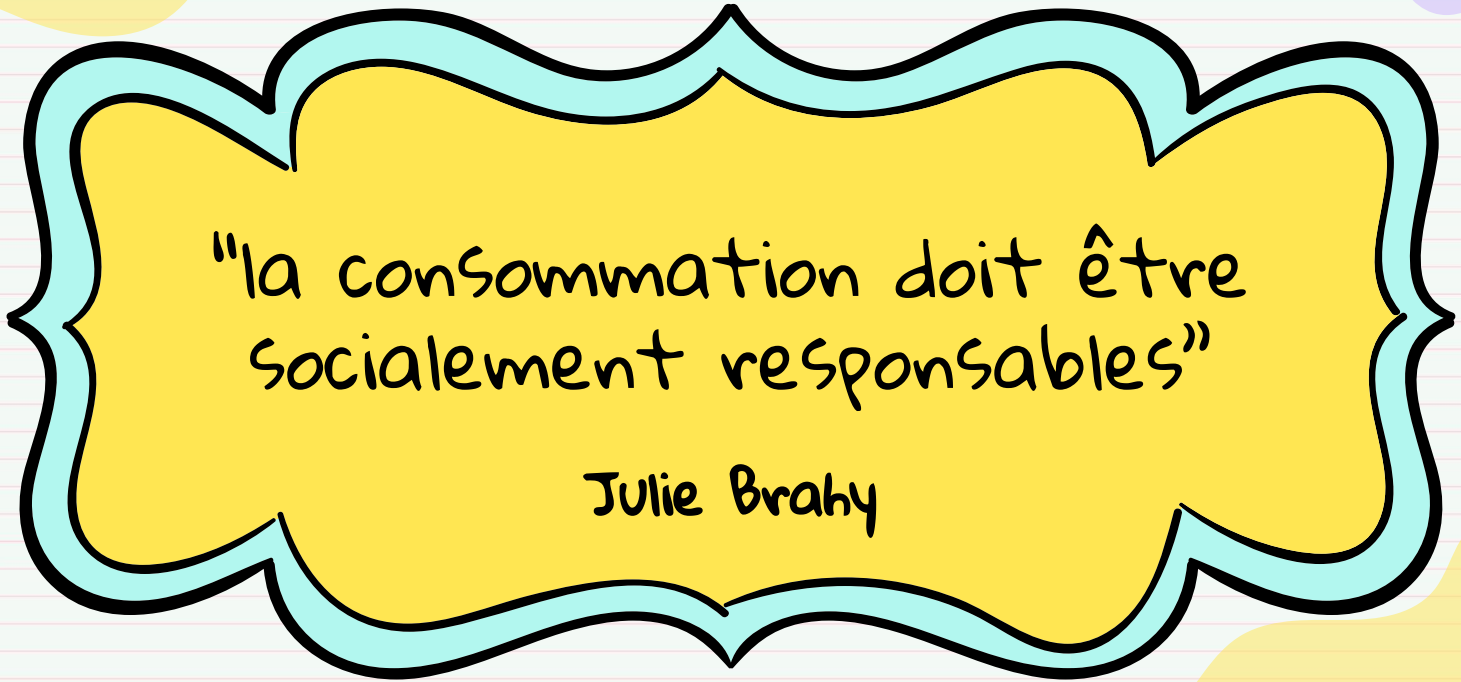
Réflexion



Les médias sociaux sont de grands espaces d'échange d'informations avec des intérêts communs qui facilitent la recherche de contenus et de produits et augmentent la socialisation. La publicité dans un réseau social permet aux organisations de faire apparaître sa publicité dans le fil d'actualité des internautes. En plus, les réseaux sociaux offrent aux entreprises la possibilité d'être visibles avec moins coûts que donc dans le cas des publicités traditionnelles

Après!





"la consommation doit être
socialement responsables"

Julie Brahy