

### 1- Qu'est ce qu'une communauté ? et pourquoi créer une communauté ?

**Document- Créer une communauté : plus qu'une tendance, une véritable ressource**

**Les communautés ont le vent en poupe depuis quelques mois notamment dans l'entrepreneuriat. Pourtant, si elles sont mal gérées, les communautés ont vite fait de devenir des coquilles vides**

La communauté est généralement liée à un groupe d'internautes qui se rassemblent autour d'un intérêt commun, qui peut être lié à une cause, un produit, un projet, un artiste etc...

Il peut s'agir de professionnels en quête d'entraide comme des bêtas testeurs autour d'une application mobile.

On parle dès lors d'espace conversationnel où ont lieu des échanges et des partages entre ces internautes. Pour faire évoluer une communauté et la maintenir active, la personne en charge de son animation cherchera principalement à créer de l'engagement de la part de ses membres.

On peut ainsi soulever différents leviers qui aideront à rendre active cette communauté, comme le partage de contenu principalement et sous toutes ses formes ; articles, vidéos, photos. On aura recours également aux jeux-concours, mais aussi à la création d'événements, qui permettra aux membres de se rencontrer et de créer un niveau d'engagement plus profond.

Lorsque vous décidez de créer une communauté, **posez-vous d'abord la question :**

**pourquoi ?** Pourquoi regrouper ces utilisateurs au sein d'un groupe Facebook ?

D'abord parce qu'une communauté, ça sert à fédérer autour de quelque chose. L'idée, c'est de proposer à des internautes qui ne se connaissent pas d'interagir autour d'un sujet ou d'un objet qui les passionne.

**Une communauté sert également à être sondée.** Derrière un écran, des dizaines, des centaines voire des milliers de personnes peuvent vous donner leur feedback sur un produit ou un service. Dans le cas de la création d'une communauté par une entreprise, ce retour direct vous permettra de rapidement cerner les besoins de votre marché.

**Une communauté sert également à être identifié comme acteur de référence d'un** domaine d'activité. Concernant les communautés d'entraides, les administrateurs de ces communautés deviennent des personnalités identifiables et influentes au sein d'un groupe Facebook.

Pour éviter l'effet coquille vide, vous devez absolument créer de l'engagement auprès de votre communauté, en la stimulant et en lui posant des questions ; vous devez obtenir des réactions de sa part.

**Les communautés vous permettent de développer votre réseau et de créer des synergies avec d'autres membres que vous n'auriez jamais connus autrement.**

<https://www.journalducm.com/creer-communautaire-veritable-ressource/>

### 2- En quoi consiste le Community management ?

Mon métier en vrai - Episode 7 : Community manager (2'22)

Video : [https://www.youtube.com/watch?v=ZCh3\\_Eakyos&feature=youtu.be](https://www.youtube.com/watch?v=ZCh3_Eakyos&feature=youtu.be)

### 3- Quels types de contenus publier ?



5 types de contenus à partager sur les réseaux sociaux pour les entreprises(4'01)

Video : <https://wayta.fr/2017/07/06/5-types-de-contenus-a-partager-reseaux-sociaux-entreprises/>

### 4- Comment évaluer l'engagement de sa communauté ? et pourquoi ?

Vidéo : le taux d'engagement Facebook c'est quoi ? comment le calculer ?



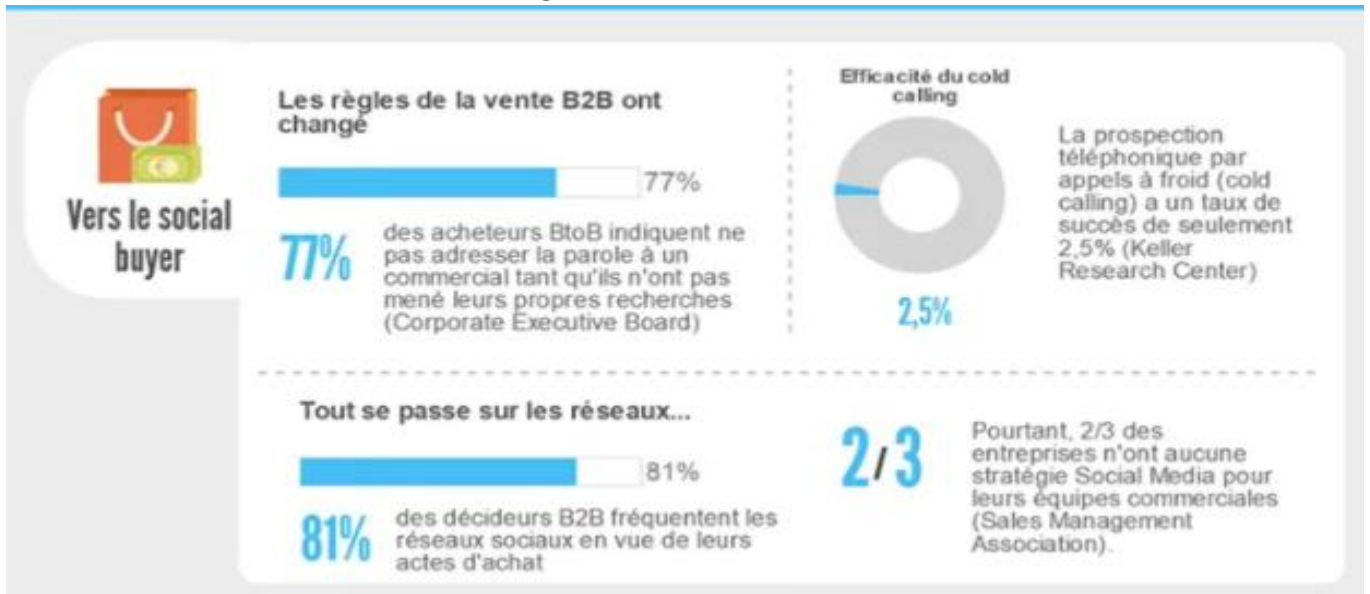
5- Qu'est-ce que le social selling ?



C'est quoi le Social Selling ? (1'29)

<https://www.youtube.com/watch?v=DJ33UxRZyAk>

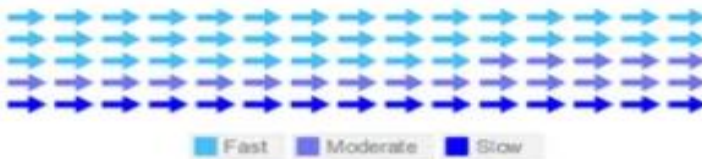
## 6- Quels sont les atouts du social selling et comment l'utiliser ?



### Une gestion plus économique de la prospection...



### pour des résultats plus rapides



40% des marketers et commerciaux qui se sont essayés au social selling jugent que le cycle de vente est plus court : les leads arrivent plus vite et la décision est plus rapide

### Des 4P aux 4C du Social Selling



Pour réussir vos campagnes de social selling, il faut vous appuyer sur 4 piliers. Chacun d'entre eux est indispensable - que l'un vienne à manquer, et c'est tout l'édifice qui est fragilisé.



### CONTACTS

98% des commerciaux qui comptent plus de 5 000 contacts dépassent leurs objectifs (Sales Benchmark Index)

Tout le monde n'a pas 5000 contacts! Pour développer son carnet d'adresses, il faut une solution qui identifie les meilleurs prospects, les interlocuteurs les plus pertinents.



### CONTEXTE

91% des clients sont prêts à recommander, mais seuls 11% des commerciaux leur demandent



Impossible d'être efficace dans une démarche sociale si vous ne vous renseignez pas préalablement sur votre cible (son profil, ses besoins, son actualité...), et si vous l'abordez sans recommandation.

### CONTENU

64% des commerciaux qui font de l'inbound atteignent leurs objectifs (Aberdeen Group).

Give to get! Pour initier la discussion avec un nouveau contact, commencez par lui apporter une information qui lui sera utile.



### CONVERSION

54% des commerciaux ont conduit des ventes directement grâce au Social Selling (McKinsey)



La conversion passe par la maîtrise du bon timing pour adresser le bon contenu au bon décideur. Autrement dit, vous avez besoin d'évaluer la maturité de votre cible

