

LA LETTRE DES RESEAUX SOCIAUX

DE LA FONDATION MMA DES ENTREPRENEURS DU FUTUR

SEPTEMBRE 2019

sous la direction de Louis-Serge Real del Sartre

Y.I.F.I.Y



SUIVRE ET S'INFORMER

fondation-mma-des-entrepreneurs-du-futur.mma

@MMA_initiatives

MMAinitiatives



- **TWITTER** rachète la start-up Lightwell pour faciliter les conversations et améliorer les engagements sur sa plateforme. L'équipe sera intégrée au staff Twitter à l'image de Suzanne Xie, fondatrice de Lightwell qui devient Directrice en charge des Conversations du Groupe. Les outils innovants et auparavant payants de Lightwell seront désormais disponibles gratuitement. Le réseau social redouble d'effort pour rendre les conversations plus fluides et moins toxiques.
- **LINKEDIN** lance « Audience engagement Insights » avec cinq nouveaux partenaires qui auront accès à son API : Amobee, Annalect, Hootsuite, Ogilvy et Sprinklr. Une nouvelle offre payante sera proposée permettant à ses utilisateurs de découvrir de nouveaux publics, de mieux comprendre les catégories de contenus susceptibles de générer de l'engagement et de les analyser.
- **FACEBOOK** communique pour faire savoir qu'il est propriétaire de WhatsApp et Instagram dont les noms devraient bientôt changer en « WhatsApp de Facebook » et « Instagram de Facebook ». Le 'By Facebook' indique clairement que Facebook ne les a pas créés.
- **TWITTER** présente des options d'enchères flexibles pour les annonces vidéo en donnant aux annonceurs la possibilité d'enchérir sur les six premières secondes d'une annonce publiée en vidéo. Précision: vous ne serez bien facturés qu'après confirmation de l'atteinte de ces six premières secondes de visionnage par l'utilisateur ciblé.
- **INSTAGRAM** Pour faire suite aux multiples violations des politiques du site, Instagram a lancé une opération de grande envergure pour supprimer des profils, même très populaires, ayant fait l'acquisition de millions d'abonnés. Ces comptes, détenant parfois des dizaines de millions d'abonnés, ont été définitivement supprimés sans avertissement préalable.
- **FACEBOOK, TWITTER et YOUTUBE** tentent d'endiguer la désinformation autour des manifestants à Hong-Kong en désactivant des contenus qu'ils jugent comme faisant partie d'une propagande contre les manifestations s'y déroulant.

- **FACEBOOK** : le réseaux social admet à son tour avoir écouté les conversations de ses utilisateurs. Un aveu consécutif aux révélations de Bloomberg, selon lesquelles la firme a payé des centaines de contractuels pour retranscrire des enregistrements audio envoyés sur son application Messenger. Alors que Mark Zuckerberg affirmait en 2018 devant le congrès américain : « Vous parlez d'une théorie du complot qui circule affirmant que nous écoutons ce qui se passe dans votre micro... ». Même Apple, qui se veut le bon élève, a reconnu conduire un programme similaire. C'est une autorisation fournie par un tour de passe-passe grâce à la révision des conditions d'utilisation en 2018 qui indique que Facebook collectera « les contenus, les communications et les informations que vous produisez ».
- **PUBLICATION VIDÉO SUR LINKEDIN** : Selon le « Sales and Marketing Solutions EMEA blog », les trois facteurs de réussite lors de la publication d'une vidéo sur LinkedIn seraient liés à sa pertinence, la personnalisation du contenu et le Test & Learn. La vidéo permet de mieux appréhender le storytelling sur LinkedIn. Les formats majoritairement courts, comme les vidéos de 30 secondes, sont ceux qui performant le mieux. Les trois premières secondes seraient clés pour retenir l'internaute et, faut-il le rappeler, comme une large public regarde les vidéos sans le son, une vidéo avec des sous-titres intégrés et des surimpressions aura plus tendance à être visionnée.
- **FACEBOOK** : Son bouton Like serait en partie responsable du partage de données privées. La plus haute juridiction européenne a rendu une décision qui pourrait affecter tous les sites Web ayant intégré le bouton « J'aime » en les rendant responsables de la transmission de leurs données à Facebook. La cour de justice précise qu'un site avec le bouton Like autorise le partage d'informations sur le visiteur du site même sans son utilisation et placerait de facto le site web en infraction (*presque par inadvertance*) avec les règles de confidentialité du RGPD.
- **TMBLR** quitte le giron de Verizon pour une bouchée de pain.

- **TWITTER** : Marc Benioff, patron de Salesforce, a financé à coup de millions de dollars une campagne en faveur d'un fond d'aide aux sans-abri, humiliant au passage sur Twitter son patron, Jack Dorsey, qui y était opposé.
- **FACEBOOK** : le recul du réseau social s'accélère en Belgique. Toutes les tranches d'âges sont touchées. La tranche d'âge des 13-17 ans a régressé de 5% en 6 mois, même constat pour les 18-24 ans pour -7%. Le plus grosse chute provient des 25-25 ans à -13%. Plusieurs facteurs expliquent cette baisse. La sensibilité aux données personnelles, mais surtout, d'autres plateformes ont pris le relais comme WhatsApp, Messenger et Instagram, tous les trois appartenant à... Facebook.
- **RÉSEAUX SOCIAUX**. Lorsque l'on observe le temps moyen de connexion quotidienne, voici les scores des pays où l'on passe le plus de temps : Philippines 4h, Nigeria 3,36H, Mexique 3,10H, Turquie 3,05H, Russie 2,28H, Inde 2,25H, Chine 2,19H, Etats-Unis 1,57H, Royaume-Uni 1,49H, Espagne 1,43H, France 1,28H et l'Allemagne 1,15H.
- **FACEBOOK** est à la recherche de journalistes pour son futur onglet dédié à l'actualité. Les journalistes ne représenteront qu'une petite partie de la curation réalisée pour le nouvel onglet dédié à l'actualité. La majorité de la curation des sections se fera de manière algorithmique.
- **SELFIES : PRUDENCE!** 90 millions de selfies sont publiés chaque jour sur internet avec une répartition de 59% pour les femmes et 41% pour les hommes. New-York et Londres sont les villes les plus populaires pour les réaliser. Triste record: 259 est le nombre estimé de personnes mortes lors de la réalisation d'un selfie. Avec un âge moyen de 23 ans, dont 70% étaient des jeunes hommes, les deux causes principales ont été la noyade et l'accident de moto. Pour endiguer ce fléau, l'Inde a mis en place des restrictions et interdictions de selfie sur 6 zones géographiques de son territoire.
- **TWITTER** : Le Président Emmanuel Macron traité de 'crétin opportuniste' sur Twitter par le Ministre de l'éducation brésilien Bolsonaro dans le cadre de la lutte contre les incendies en Amazonie.

Réseaux Sociaux des commerçants

Réponses des 1 000 commerçants interviewés sur leurs utilisations par l'echommerces.fr. Les réseaux sociaux sont indispensables pour rendre crédible l'activité de la boutique et de leur site e-commerce. Résultats : 93% sont présents sur Facebook, 57% sur Instagram, 11% sur Twitter, 2% sur Snapchat contre 5% qui ne sont pas présents du tout sur les réseaux sociaux. Pas encore aussi accros que la population française, ils passent en moyenne moins de 30 minutes par jour pour 61% d'entre eux et jusqu'à 1h pour 30%.



Parmi eux, 13% publient tous les jours et 33% entre 2 à 3 fois par semaine. Cependant, 62% utilisent le biais de la publicité payante sur les réseaux sociaux, mais 44% estiment que le trafic en magasin et/ou le CA n'a pas augmenté. Parmi les secteurs qui en profitent le plus : 81% des commerces de la restauration déclarent une hausse de chiffre d'affaires grâce aux réseaux sociaux, 61% pour la boulangerie et la pâtisserie, 60% pour la coiffure, 55% pour le bijouterie, 54% pour la boucherie et 43% pour l'optique. En résumé, les métiers de bouche puis la mode obtiennent les meilleurs résultats en termes d'impacts.