Blabla de forêt n°1

Comment créer du contenu régulièrement sans s'épuiser et obtenir de vrais résultats ?

Hello mes Crakitas !

Ce matin, je suis dans la forêt avec Max. Je vous ai demandé sur Threads s'il y avait des sujets dont vous voudriez que je vous parle. J'ai donc décidé de profiter de l'été pour répondre à vos questions pendant mes balades matinales avec Max.

Vous allez surtout voir des arbres. J'espère que ça vous reposera, parce que je n'ai pas spécialement envie que tout le monde sache où je vais me promener.

Pour commencer, je vais reprendre la question d'Habiba :

> *« Ma problématique, c'est comment rester constante dans sa création de contenu et comment faciliter cette création sans s'épuiser, tout en obtenant de vrais résultats ? »*

Je vais commencer par le dernier point de sa question : comment obtenir de vrais résultats.

La première chose à se demander quand on publie sur les réseaux sociaux, c'est : **quels sont mes objectifs ?**

Rassurez-vous, même les grandes entreprises avec lesquelles je travaille oublient parfois de se poser cette question. On publie du contenu sur les réseaux sociaux simplement pour publier du contenu. Et ça, c'est une grosse erreur.

Bon, je m'arrête deux secondes parce qu'il y a un énorme camion qui passe.

Max, allez, go !

Voilà, je reprends maintenant que nous avons pu dépasser le camion.

La première question à se poser pour obtenir des résultats sur les réseaux sociaux est donc :

Quels sont les objectifs de votre mise en ligne de contenu ?

C'est vraiment la question primordiale.

Beaucoup trop d'entreprises, y compris de grandes entreprises avec lesquelles je travaille, sont présentes sur les réseaux sociaux uniquement parce qu'« il faut être sur les réseaux sociaux ».

C'est la première erreur.

Les trois grands objectifs de communication

Quand je donne des cours de social media, j'explique qu'il existe trois grands objectifs que l'on peut chercher à atteindre en communication.

1. La notoriété

Le premier objectif est la notoriété : faire en sorte que les gens se souviennent de nous.

Sur les réseaux sociaux, cela passe souvent par davantage de visibilité et par des contenus vus par un plus grand nombre de personnes.

2. L'image et l'engagement

Le deuxième objectif consiste à faire en sorte que les gens aiment notre marque, notre entreprise ou notre activité.

En social media, cela se traduit notamment par l'engagement : les personnes aiment, partagent ou commentent nos contenus.

De préférence sur des publications positives, évidemment, pour qu'elles nous associent à quelque chose de favorable plutôt qu'à une expérience négative.

3. La transformation

Le troisième objectif est la transformation.

Pour une entreprise commerciale, il peut s'agir de générer du chiffre d'affaires.

Pour une association, cela peut correspondre à des actions utiles à son activité : obtenir davantage de dons, recruter de nouveaux bénévoles ou mobiliser des soutiens.

Vos contenus servent-ils réellement vos objectifs ?

Quand vous souhaitez publier sur les réseaux sociaux, vous devez vous demander :

Est-ce que ce contenu peut servir l'un de ces trois objectifs ?

Et surtout :

Ai-je réellement besoin d'atteindre cet objectif ?

Comme vous vous en doutez, il existe généralement un ordre.

Il est difficile de demander directement aux gens de passer à l'action, d'acheter un produit ou même de réserver un rendez-vous s'ils ne vous connaissent pas et si vous n'avez encore aucune notoriété.

On travaille donc souvent ces objectifs les uns après les autres.

Il est possible de viser directement la transformation, mais cela nécessite généralement de passer par la publicité pour toucher des personnes qui ne vous connaissent pas encore.

Et pour faire de la publicité, il faut de l'argent.

C'est souvent le problème de certaines entreprises qui se lancent et qui disent :

> « J'ai communiqué sur les réseaux sociaux, mais personne n'achète et personne ne réserve de rendez-vous. »

Pour les freelances, c'est pareil : les gens ne vous connaissent pas encore.

Il est difficile de se marier avec quelqu'un le jour de la première rencontre. Bon, il y a bien quelques personnes qui font ça à la télévision, mais on sait généralement comment ça finit.

La première chose à faire est donc de déterminer précisément l'objectif que vous souhaitez atteindre, puis de créer des contenus en fonction de cet objectif.

Je pourrai vous reparler des différents types de contenus et des plateformes les plus adaptées à chacun de ces objectifs.

Mais commencez vraiment par vous demander :

Pourquoi êtes-vous sur les réseaux sociaux ?

Les réseaux sociaux ne sont pas toujours le meilleur canal pour vendre

Quand on parle de freelances et d'indépendants, je ne pense pas que les réseaux sociaux soient systématiquement la meilleure plateforme pour trouver des clients.

C'est particulièrement vrai pour des clients premium, voire ultra-premium, comme ceux qui m'intéressent : des clients capables de signer des contrats compris entre 20 000 et 50 000 euros.

Ce n'est généralement pas directement sur les réseaux sociaux que vous trouverez ce type de clients.

Les réseaux sociaux peuvent toutefois rester utiles, y compris pour toucher des clients premium, notamment pour développer votre visibilité et créer des interactions.

Mais pour la signature et la transformation, je ne considère pas forcément les réseaux sociaux comme le canal le plus adapté.

Un objectif clair facilite aussi la création de contenu

Une fois que vous savez pourquoi vous êtes présent sur les réseaux sociaux, il devient plus facile de créer du contenu sans vous épuiser.

Vous disposez d'un objectif précis.

Or, les objectifs de communication s'atteignent généralement à moyen ou long terme. Ce n'est pas quelque chose que vous obtiendrez en quinze jours.

Quand on poursuit un objectif à moyen ou long terme, il devient beaucoup plus simple de le découper en sous-objectifs et en tâches concrètes.

Cela évite de s'épuiser en se disant :

> « J'ai publié cinq posts, ça ne marche pas, je ne comprends pas ce qui se passe. »

Voilà pour cette première petite causette matinale en forêt.

À demain… ou un autre jour. On verra.

Bye bye !