

# Une efficacité redoutable

Les grands moteurs de recherche, notamment Google et Yahoo, véritables portes d'entrée sur le monde d'Internet, continuent leurs progressions, entraînant dans leurs sillages les réseaux sociaux, tels que Facebook et Twitter.

■ Depuis un an, ces derniers ont connu une progression de fréquentation de 67 %, avec principalement Facebook qui, avec 250 millions de visiteurs par jour, devance Twitter et ses 150 millions de *twitts* envoyés quotidiennement. Quelque 500.000 nouveaux comptes sont ouverts chaque jour sur Twitter.

«Ces nouveaux réseaux de communication ne pouvaient pas être négligés par les entreprises désireuses de communiquer vers l'extérieur afin de recruter de nouveaux amis dans un

premier temps, et de nouveaux clients dès que possible», a expliqué Xavier Buck, CEO et fondateur d'EuroDNS, lors d'une conférence proposée par la Chambre de commerce. Parmi les réseaux sociaux figure également LinkedIn, spécialisé essentiellement dans le B2B, «particulièrement intéressant dans la veille informatique de la concurrence», indique malicieusement M. Buck. Afin d'être efficace et visible sur le Net, il s'agit, dans un premier temps, de choisir soigneusement le terme générique de sa page Facebook en se rapprochant le plus possible de son domaine d'activité, de façon à figurer dans les premiers liens donnés par les moteurs de recherche. «Il faut penser aux mots-clés», souligne le spécialiste des réseaux sociaux.

«Il est également indispensable d'avoir un message particulièrement clair, intéressant et attirant, afin de susciter un intérêt



Xavier Buck

(Photo: Gérard Karas)

capable d'attirer un nombre d'amis suffisant pour atteindre une taille critique susceptible de générer par elle-même un nouveau trafic», complète-t-il. Il est possible d'acheter de l'espace pu-

blicitaire sur Facebook en utilisant des critères suffisamment précis pour atteindre une cible très spécifique, pour un coût relativement modique. Il est également préférable de ne pas cacher d'éventuelles difficultés et savoir jouer de la transparence afin de rester crédible. La facilité et la souplesse d'utilisation, ainsi que le coût très faible des réseaux sociaux en font des outils marketing de premier ordre en sachant rester extrêmement proactif et capable d'apporter des réponses plausibles aux questions ou critiques émises par ses amis.

«La fabrication de petits films postés sur YouTube peut aussi faire partie d'une stratégie gagnante», ajoute-t-il. «N'utilisez pas la technologie pour faire des choses, mais changez la façon de faire ces choses, quand vous sentez ce que la technologie peut vous apporter!», a conclu Xavier Buck.

■ Gérard Karas