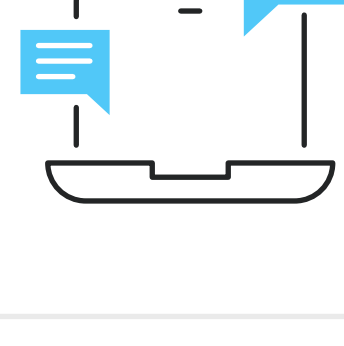


# Baromètre Hootsuite 2018

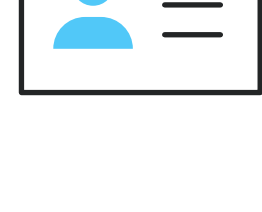
## Usage des médias sociaux dans les entreprises en France

### Des médias largement répandus au sein des entreprises



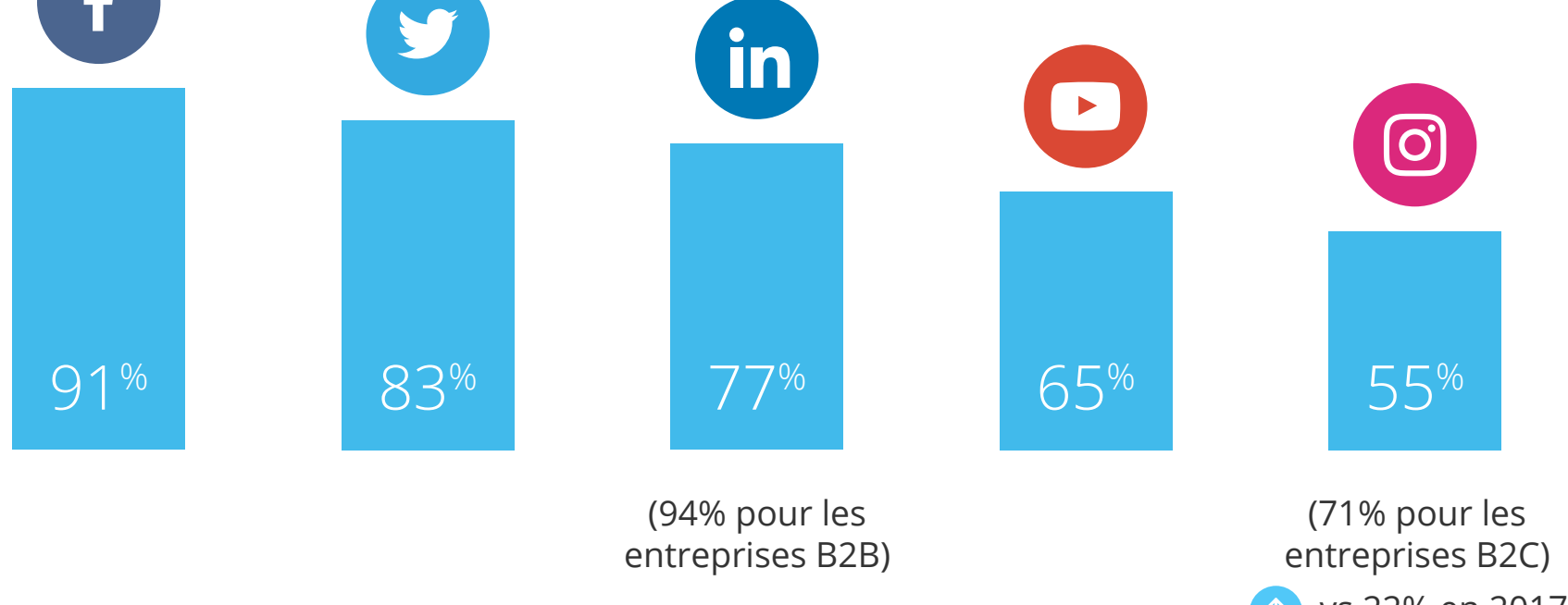
84% estiment que leur présence sur les médias sociaux est importante pour rester compétitif

Les entreprises renforcent leur présence sociale sur les médias sociaux.



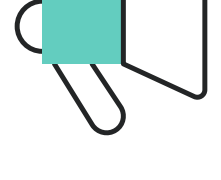
4-10 profils par entreprise en moyenne

Les Médias Sociaux les plus utilisés par les entreprises en France:



Avec 95%, Twitter est le réseau social préféré des grandes organisations.

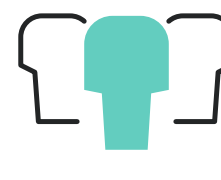
### Notoriété et e-Reputation restent les principaux objectifs des entreprises sur les médias sociaux



91% Développer la notoriété de l'entreprise



74% Gérer la réputation de la marque

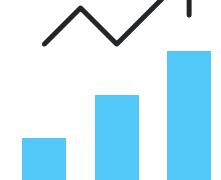


70% Bâtit et gère une communauté engagée

### Les médias sociaux, bien plus qu'un canal de communication et de marketing

Des médias présents tout au long du tunnel de conversion

Les entreprises commencent à les utiliser pour générer du chiffre d'affaires mais manquent d'approche stratégique



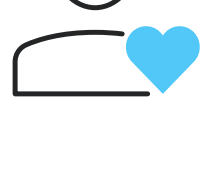
50% Augmenter les conversions / ventes



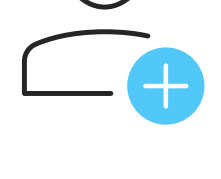
47% Identifier et développer les leads

Néanmoins peu ont implémenté des programmes Social Selling (22%) et Social Commerce (15%)

Au delà des services Marketing, les médias sociaux se déploient au sein d'autres départements ...



31% Service client



40% Recrutement



54% Déclarent que les médias sociaux sont utilisés par de plus en plus de départements dans leur entreprise

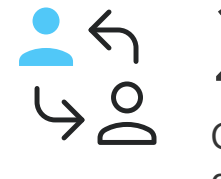
### Des médias principalement gérés en interne, au sein des entreprises ...



67% Gestion interne centralisée



9% Externalisation partielle

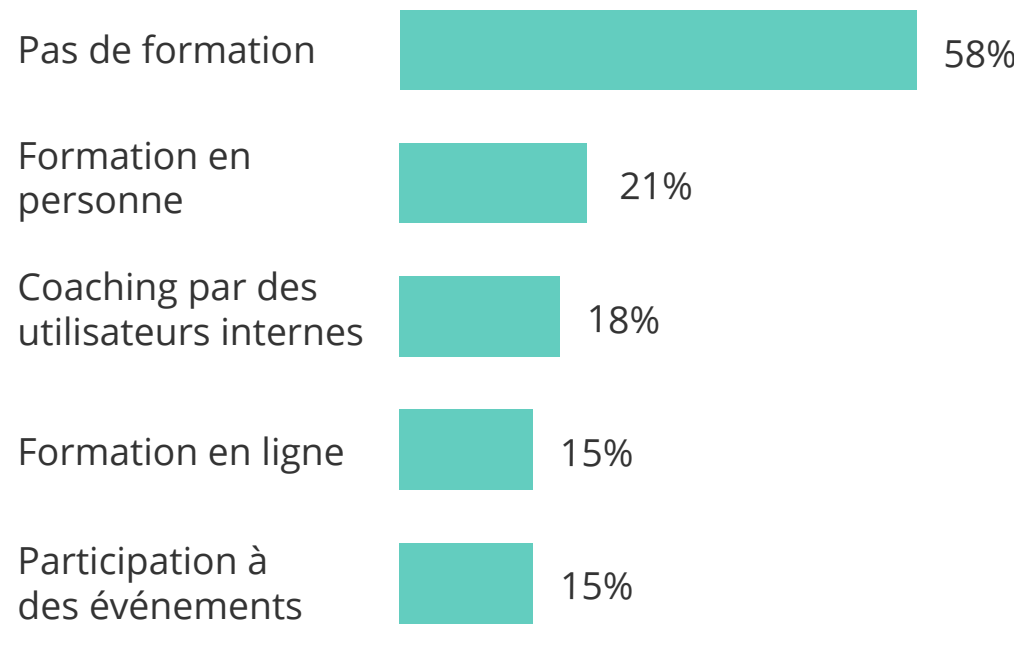


21% Gestion interne décentralisée

1% Externalisation complète

2% NSP

... avec encore peu de support pour les équipes



... et très peu de gouvernance



72% Ne disposent pas de charte d'utilisation des médias sociaux pour leurs employés

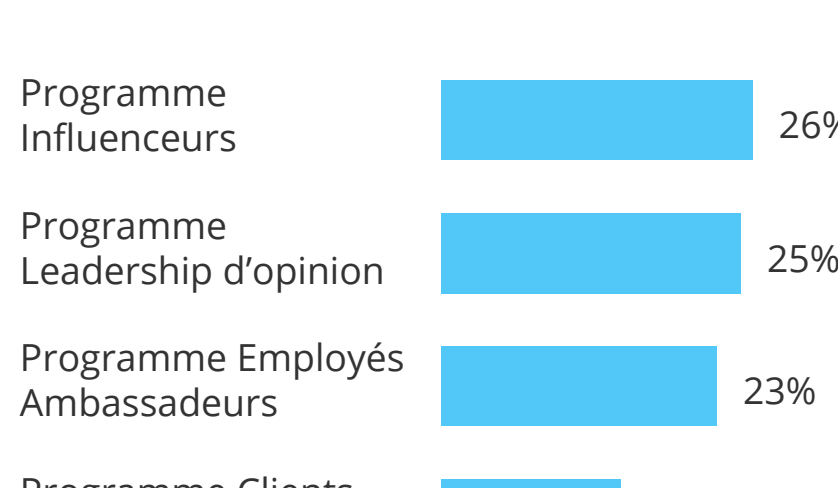
### Les entreprises reconnaissent leurs difficultés pour gagner en visibilité sur les médias sociaux

Elles dépendent principalement de la publicité ...



46% Social Ads

... et font encore peu appel au marketing du bouche à oreille



### Les trois principaux défis pour les entreprises

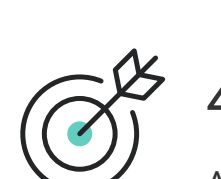
#### 1 Le retour sur investissement



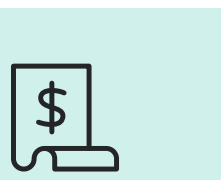
63% Évaluer l'efficacité des actions menées sur les médias sociaux



39% Comprendre et exploiter les données en provenance des médias sociaux



47% Aligner médias sociaux et objectifs commerciaux



Seulement 31% des entreprises mesurent leur ROI sur les médias sociaux

#### 2 La stratégie

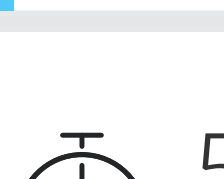


62% Élaborer une stratégie globale d'utilisation des médias sociaux (vs 46% en 2017)



41% Coordonner la stratégie des Médias Sociaux entre tous les services (vs 20% en 2017)

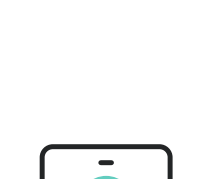
#### 3 Les ressources



54% Manque de temps (vs 25% en 2017)

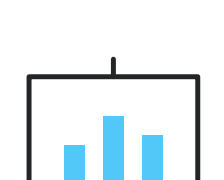


40% Manque de budget



28% Manque de compétences

### Malgré ces défis, l'usage des médias sociaux au sein des entreprises continue à se développer



77% estiment que l'importance des médias sociaux au sein de leur entreprise a augmenté cette année



73% estiment que leur utilisation va continuer à augmenter