

Résultats de l'étude :

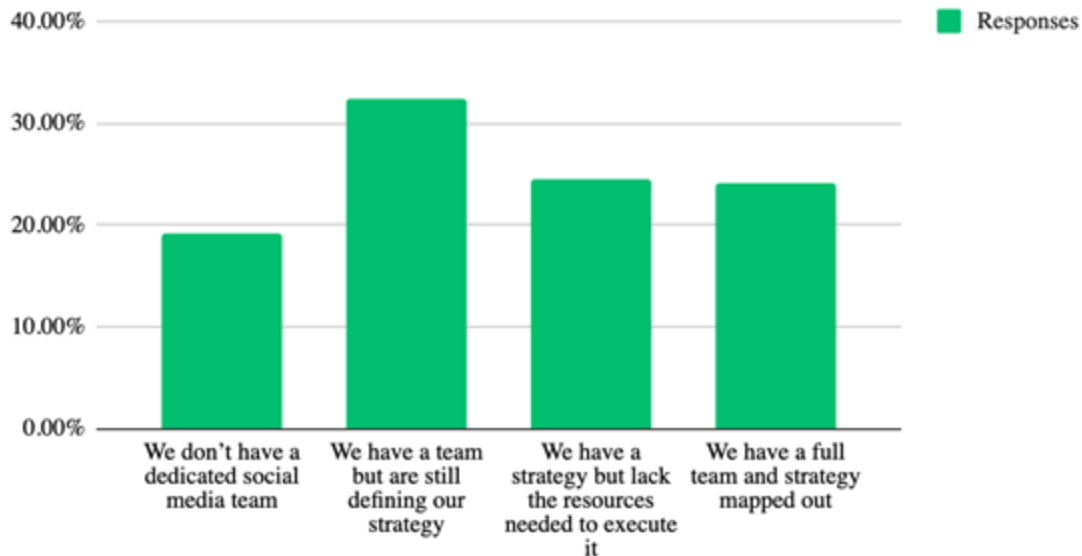
Réseaux sociaux

Statut du programme social

S'il est facile de comprendre l'importance de l'utilisation des réseaux sociaux pour la gestion d'une entreprise d'un point de vue théorique, l'aspect pratique de l'exécution d'une stratégie gagnante est souvent là où les entreprises échouent.

32 % des personnes interrogées déclarent que, bien qu'elles disposent d'une équipe dédiée aux réseaux sociaux, elles travaillent encore à la définition d'une stratégie, tandis que 24 % se trouvent dans une situation plus difficile : elles disposent d'une stratégie mais manquent de ressources pour la mettre en œuvre.

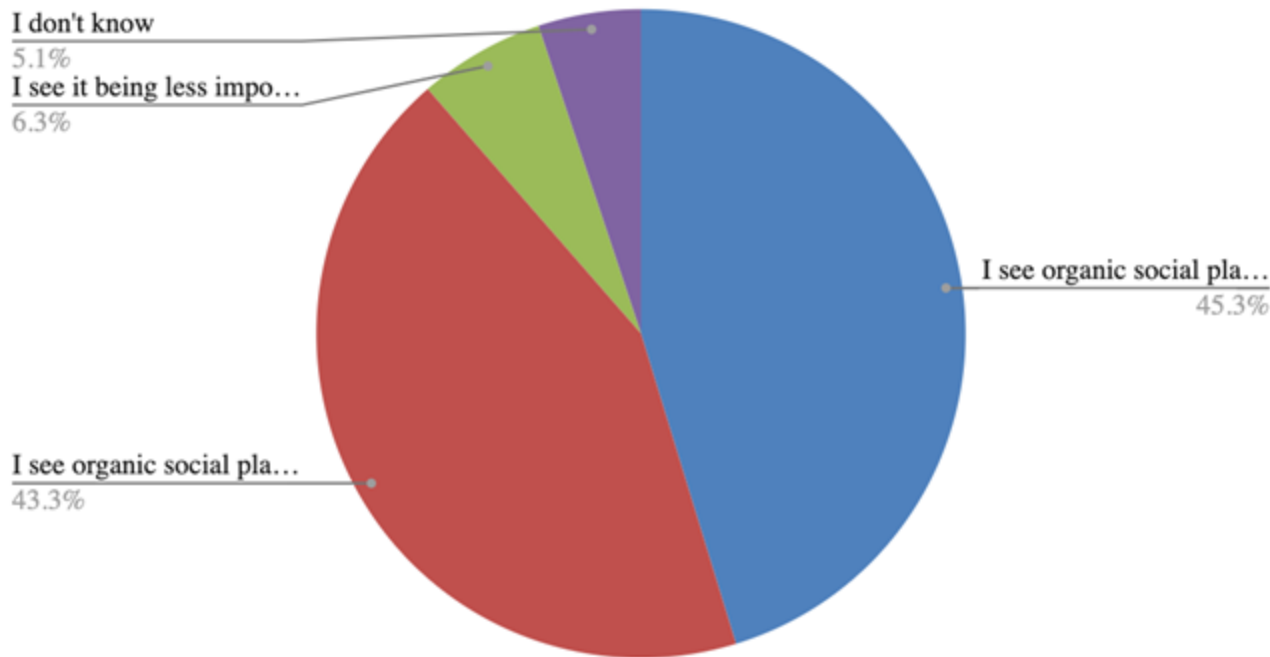
How established would you say your social media program is?



Perspectives sur les réseaux sociaux en 2024

Comment voyez-vous le rôle des réseaux sociaux organiques évoluer au sein de votre organisation en 2024 ?

Responses

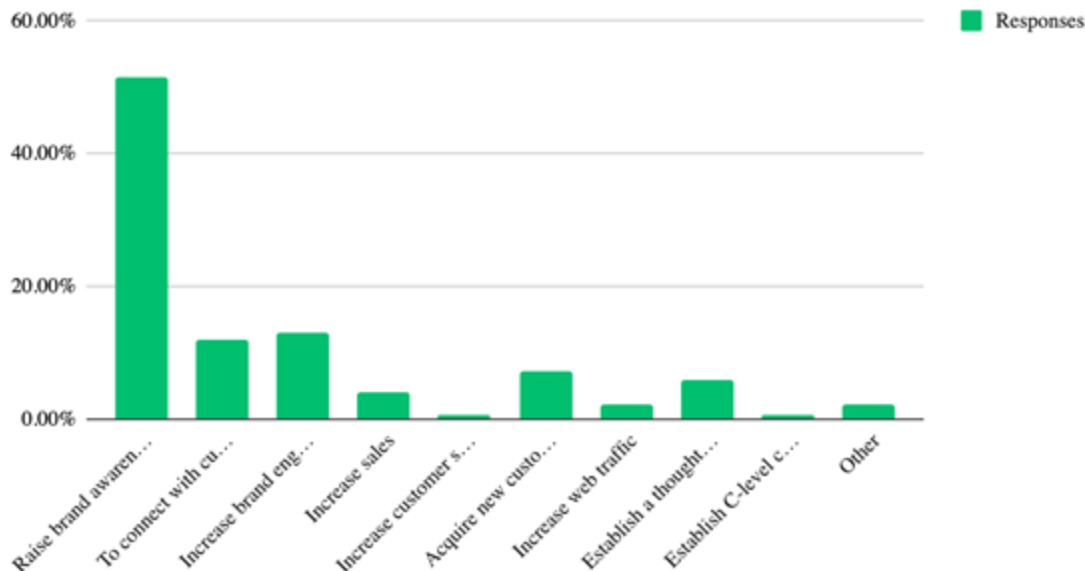


Malgré la taille réduite des équipes consacrées aux réseaux sociaux, la plupart des personnes interrogées reconnaissent l'importance d'une présence sur les réseaux sociaux, une faible majorité d'entre elles souhaitant consacrer plus de temps au social en 2024.

Seuls 6 % des répondants estiment que les réseaux sociaux joueront un rôle moins important à l'avenir.

Objectifs de l'utilisation des réseaux sociaux

What is the primary reason that you use social media at your organization?



La raison la plus importante pour laquelle les entreprises souhaitent utiliser les réseaux sociaux est, de loin, la sensibilisation à la marque (51 %). Cet objectif top funnel peut sembler nébuleux, mais avec les réseaux sociaux, il est réalisable, et même mesurable.

Les deuxième et troisième réponses les plus populaires ("Améliorer l'engagement envers la marque" et "Se connecter avec les clients") sont des sous-objectifs de la réponse la plus populaire : "Accroître la notoriété de la marque".

Une augmentation de l'engagement indiquerait que les gens prêtent attention à votre marque. Et s'ils aiment votre contenu, cela signifie que vous établissez un lien authentique avec vos clients actuels et potentiels.

Utilisation des canaux

Facebook est le site le plus populaire (83 %), suivi de près par Instagram et LinkedIn, à égalité avec 79 %. YouTube occupe la quatrième place (60 %).

Si on compare ces résultats à ceux du [rapport de l'année dernière](#), l'utilisation de X (anciennement Twitter) a baissé de 14 %. Quant à TikTok, après avoir atteint 30 % dans le rapport de l'année dernière, son utilisation actuelle est restée constante, avec une baisse de seulement 1 %.

À l'horizon 2024, nous pourrions assister à un changement majeur dans la manière dont les spécialistes du marketing des réseaux sociaux dépensent leur temps et leur budget publicitaire, si les tendances actuelles se maintiennent.

Which channels are you currently using for organic social strategy at your organization?

