

Comment Optimiser Ta Présence sur les Médias Sociaux ?

4 principes clés



Stéphane Truphème
Captain Marketing

Comment Optimiser Ta Présence sur les Médias Sociaux ?

La croissance sur les médias sociaux n'est jamais simple !

Elle est pourtant essentielle...

J'avais de très bons résultats, notamment sur LinkedIn, avant que je ne fasse une pause d'environ 2 ans dans mon marketing.

Depuis la reprise, je rame fort et je constate que tout a changé dans les usages et les algo.

J'ai donc étudié dur pour produire un framework que je vais à présent tester sur X, LinkedIn et pourquoi pas TikTok. Je t'en reparlerai.

Quoi qu'il en soit, je partage le fruit de mes réflexions.

Tu me diras ce que tu en penses.

Allons-y 🙌

Il y a ceux qui publient comme des fous pour exister les algo.

D'autres qui publient des trucs super intelligents, mais qui n'intéressent qu'eux.

Ceux qui font la promo de leurs offres.

Ceux qui connaissent une certaine croissance sans pour autant arriver à dépasser leur plafond de verre.

Ceux qui ne publient jamais...

Et ceux qui ne publient que sur leur page "entreprise".




Apprendre à s'exprimer sur les médias sociaux n'est plus une option.


C'est véritablement un élément différenciateur entre ceux qui "sont dans la moyenne" et ceux qui connaissent de très belles réussites.

Voici mon **framework** pour booster ta présence sur les médias sociaux :

1. Rédaction persuasive
2. Résilience
3. Rétention
4. Communauté

4 Règles pour Optimiser Ta Présence sur les Médias Sociaux

1 Rédaction persuasive	→	 Anti Scrolling
2 Résilience	→	 Test & Learn permanent
3 Rétention	→	 Contenus courts = visibilité Contenus longs = autorité
4 Communauté	→	 Des copain.e.s qui s'entraident

 Stéphane Truphème
Captain Marketing

1. La Rédaction Persuasive

Tu peux publier deux contenus similaires sur le fond, mais différents sur la forme et obtenir des résultats totalement différents.

La forme tient en un seul mot : persuasion.

La persuasion agit comme un “stop scrolling”. Tes audiences arrêtent de scroller parce qu’elles sont attirées par ta publication.

La persuasion se résume à :

1. **Une accroche** : c’est le fameux “hook”. Si ta première phrase n’accroche pas l’audience, “c’est mort-né”.
2. **Un problème** : si tu rappelles à ton audience qu’elle rencontre une difficulté à régler, elle aura tendance à prêter attention à ta publication. Bien évidemment, il faut qu’elle s’identifie au problème que tu évoques.
3. **Une solution actionnable** : c’est ton expérience par rapport au problème évoqué. Comment es-tu arrivé à le résoudre ? Comment ton audience peut-elle appliquer ta solution concrètement (→ action) ?
4. **Un bénéfice** : quel sera l’état dans lequel ton audience se trouvera une fois le problème réglé ? Évidemment, plus cet état sera enviable et plus ta publication sera motivante.
5. **Un angle original** : tu peux parler d’un sujet mainte fois traité, mais si tu donnes ton point de vue et que ce dernier est “polarisant”, tu as plus de chances que ta publication décolle.
6. **Une nouveauté** : si tu apportes quelque chose de nouveau, tu auras bien évidemment plus de chances d’intéresser ton audience.

Tu n’as pas besoin d’utiliser systématiquement ces 6 facteurs. Toutefois, les 4 premiers restent mes préférés.

Conserve cette “checklist” et analyse à travers elle des publications qui fonctionnent bien sur les médias sociaux.

Tente d’extraire les éléments qui semblent expliquer cette réussite.

Exerce-toi à les reproduire.

Je t’invite également à relire mon article sur le [Copywriting et le Storytelling](#).

2. La Résilience

Elle s’applique à deux niveaux :

1. Il faut persévérer dans le temps. Plus tu publieras et plus, tu auras de followers. Ces derniers produiront de l'engagement qui boostera tes publications. Un cercle vertueux se met en place jusqu'à l'obtention de l'effet "FOMO". Si tu deviens une "Star" sur les médias sociaux, tes followers commenteront et likeront même tes publications les plus nulles. 😂
2. Il faut se remettre en question. Si tes résultats ne décollent pas, questionne ta stratégie et tente de modifier certaines choses jusqu'à trouver la bonne formule. Cette posture est trop souvent négligée, pourtant la réussite sur le Web n'est qu'une question de "test & learn".

Tu dois donc itérer sur tes idées avec des données.

En d'autres termes, examine les publications :

- qui n'ont pas fonctionné → cherche à comprendre pourquoi.
- qui ont fonctionné → cherche à comprendre pourquoi.

Laisse tomber les idées ou les formats qui n'ont pas marché.

Accélère sur les idées ou les formats qui ont créé de l'engagement.

Teste de nouvelles choses.

Itère à nouveau.

Tu augmenteras ainsi ton engagement dans le temps.

3. La Rétention

Tu peux connaître des croissances fulgurantes sur X, TikTok, LinkedIn..., mais tu risques de devenir captif de ces médias.

Tu tombes alors dans une course en avant qui n'a pas de fin → en faire toujours plus pour maintenir une croissance toujours plus complexe à atteindre...

Que tu agisses pour ta "marque personnelle" ou celle de ton entreprise, tu dois construire un **mécanisme de rétention**.

Un Post court qui capte l'attention pendant 15 secondes n'a bien évidemment pas le même pouvoir qu'une vidéo, un podcast, une newsletter ou encore un article de blog qui peuvent retenir l'attention sur une durée beaucoup plus longue (parfois, plus d'une heure).

C'est ainsi que tu ancras ta marque dans l'inconscient collectif.

C'est ainsi que tu construis la confiance et l'autorité dans ta marque.

Pourquoi une personne qui a publié un livre gagne immédiatement en crédibilité ?

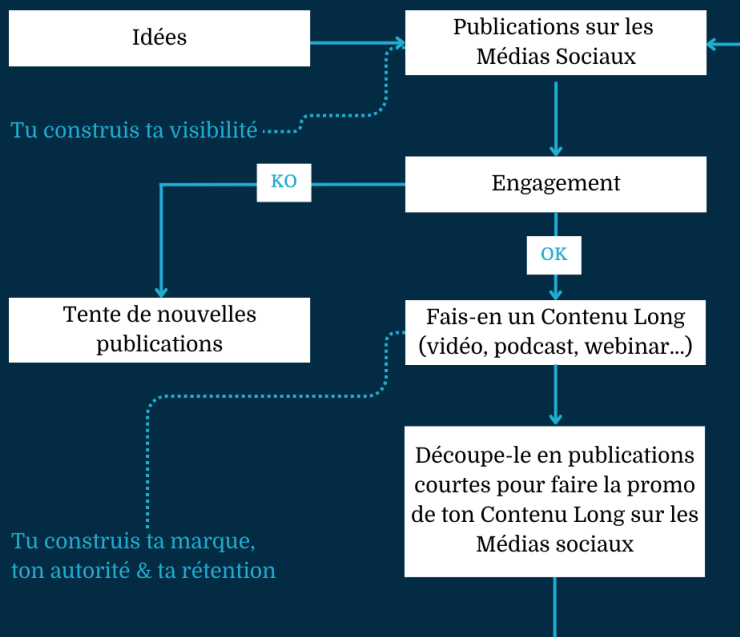
On attribue plus d'efforts à juste titre à un contenu long.

Un contenu court peut être vu comme du "buzz", un contenu long comme un travail acharné dont on va profiter à moindres frais.

Je te conseille donc de te servir d'un framework simple.

1. Tu as une idée de contenu
2. Fais-en un contenu court pour les médias sociaux
3. Si ce dernier permet d'engager ton audience, c'est que le sujet intéresse
4. Fais-en un contenu long pour construire ta marque, ton autorité
5. Découpe-le en X Posts que tu publies sur les médias sociaux afin de faire la promo de ton article long
6. Recommence

Framework Contenus Courts - Longs



Stéphane Truphème
Captain Marketing

4. La Communauté

Je ne sais pas si tu as remarqué, si tu participes à une formation “médias sociaux” d’une des Stars sur les médias sociaux, tu adhères automatiquement à une “meute” qui s’entraide.

Avant ta formation, tu publiais des Posts, personne ou presque n’y faisait attention.

Pendant et après la formation, les “stagiaires” qui y participent (elles peuvent être très nombreuses) likent, commentent et partagent tes contenus.

Comme tu dois de le faire à ton tour pour les autres personnes de la “meute”.

Ces interactions titillent les algorithmes qui, pour le coup, donne plus de visibilité à tes publications.

Tu obtiens de meilleurs résultats.

Le formateur est content, il gagne du pognon au passage 😊

Alors, comment tenter de reproduire ce mécanisme sans participer à une formation ?

Tout simplement en essayant de créer ta propre “meute”.

Pour y arriver, tu peux :

1. Commenter les publications d'autres personnes qui ont à peu près la même notoriété que la tienne sur les médias sociaux. Tu optimiseras ainsi tes chances qu'elles participent à leur tour à tes publications. Fais-le aussi et surtout parce que leurs publications t'intéressent. Tu auras alors des chances de nouer de belles amitiés ou tout du moins des partenariats sympathiques.
2. Créer un groupe Slack, WhatsApp avec tes collaborateurs, partenaires, amis... Chacun pourra alors demander aux autres d'interagir sur les publications des autres (la première heure compte plus que tout autre)
3. Créer un groupe Slack, WhatsApp, Discord avec tes clients, tes abonnés, tes lecteurs ou auditeurs pour reproduire une “meute”.

Pour cette dernière option, donne une envergure plus grande au simple fait d'interagir sur les publications de chacun. La “meute” doit aussi (et surtout) permettre de discuter de sujets stratégiques, de partager des “how-to”, de s'entraider.

→ Bref, conçois ta “meute” comme une communauté, une tribu.

Comment booster sa croissance efficacement ?

Plusieurs pistes sont actionnables pour booster ta croissance sur les médias sociaux.

Elles complètent les notions que nous venons d'aborder.

Curation, Citations & Remix

La croissance via le contenu (court ou long) est un marathon.

Il faut que tu t'organises pour tenir la distance.

L'idéation est donc capitale pour pouvoir alimenter la machine sans trop galérer.

J'en parle dans mon Sprint : “Deviens une Machine à Créer des Contenus [avec & sans IA]”.

Je te conseille de te le procurer.

Quatre choses que tu peux faire dès maintenant.

1. **Curation** → **sélectionne quelques Créateurs qui t'inspirent** (max 10 personnes). Abonne-toi à leur Newsletter et suis-les sur les médias sociaux (X, YouTube, TikTok...).
2. **Commente leurs publications** → ces Créateurs génèrent souvent des audiences très importantes. En commentant leurs publications, tu maximises tes opportunités d'être visibles dans les flux de discussions. Bien évidemment, plus ton commentaire sera intéressant et plus, il créera d'engagement (vues de profil, likes, commentaires...). Tu peux aussi jouer sur la polémique. Attention qu'elle ne te dessert pas.
3. **Approprie-toi leurs idées** → certaines idées font écho à tes croyances ou tes convictions. Elles peuvent aussi les heurter. En remixant des idées, en te les appropriant et en y ajoutant ton point de vue, il est relativement facile de créer des contenus. Tu peux aussi choisir l'option qui consiste à dire : "La meilleure idée que j'ai vue cette semaine" et développer l'idée en citant ta source bien évidemment.
4. **Cite-les dans tes propres publications (en les identifiant "@machin")** → s'ils réagissent à ton Post, ce dernier bénéficiera d'un joli coup de boost. Là encore, ne fais pas n'importe quoi. La citation doit être en lien étroit avec le sujet de ton Post et ton Post doit être intéressant.
5. **Invite-les à participer à tes contenus** → tu animes un Podcast, un webinar, un événement... demande-leur d'y participer. Tu as alors toutes les chances qu'ils partagent le contenu pour lequel ils ont participé. Bien évidemment, si tu démarres, ne tente pas ta chance avec des "créateurs ultra Stars".

Paid

Je ne suis absolument pas fanatique des solutions payantes.

L'enjeu n'est pas de créer une visibilité factice.

Si tu débranches tes publicités, tes résultats se rapprocheront de ceux que tu obtenais avant tes campagnes pub.

L'idée est de construire une visibilité "organique" ou naturelle.

Tu peux, toutefois, utiliser de la pub pour faire la promotion de tes offres payantes.

Si tes investissements sont rentables, poursuis.

Tu peux aussi tenter de payer des Créateurs / influenceurs pour qu'ils participent à la visibilité de tes contenus ou de tes offres. C'est une tactique plus "intelligente" que la publicité classique.

Cependant, même si tu payes, fais en sorte que la collaboration avec le Créateur apporte beaucoup de valeur à tes audiences ainsi qu'à la sienne.

Fais-le également dans une optique d'acquisition (par exemple, pour promouvoir ta newsletter).

Qualité

Le contenu de qualité est une condition préalable à ta réussite.

Si ce n'est pas déjà fait, **apprends à créer des contenus de qualité.**

Apprends à déployer une vraie stratégie de Content Marketing.

→ Rien ne pourra t'épargner cet effort si tu veux réussir sur le Web.

Mon Sprint "Deviens une Machine à Créer des Contenus [avec & sans IA]" peut te faire gagner un temps précieux.



<https://captainmarketing.io/#section2>

Merci d'être arrivé jusqu'ici 🙏