

52% d'entre eux se sont déjà désabonnés d'une page cette année. Les résultats de l'étude DDB Paris et OpinionWay sur le profil type des fans de marques viennent d'être publiés.

En 2011, un fan attend **beaucoup** d'une marque sur Facebook. D'après la dernière étude DDB/OpinionWay, un Français "like" **cinq marques** en moyenne, comme l'année dernière. Cependant, plus d'un fan sur deux (52 %) s'est déjà désabonné d'une page (+17 pts vs 2010). Un constat s'impose : **le nombre de "likers"** importe peu. L'engagement des internautes devient le cœur des stratégies marketing efficace sur le réseau social. "Les marques doivent instaurer une **relation intime** avec les internautes. À l'image d'une **relation amoureuse**, les enseignes ont intérêt à faire preuve de **délicatesse avec chacun** de leurs fans", explique Sébastien Genty, directeur des Stratégies chez DDB. Les internautes traités de manière privilégiée prendront plus la parole et interagiront globalement plus sur le réseau social. De plus, la transparence et la confiance deviennent essentielles, puisque 78 % des "likers" français sont **inquiets** quant à l'utilisation de leurs **données personnelles** sur Facebook.

Les fans Facebook à la loupe

Qui s'inquiétait d'une baisse du nombre de membres sur Facebook ? Qu'ils se rassurent, le réseau social se porte à merveille et poursuit tranquillement sa **croissance** dans le monde. En France, les **22 millions** d'utilisateurs uniques (contre 750 millions dans le monde) ont été étudiés à la loupe par l'agence DDB et l'institut OpinionWay. Les fans tricolores augmentent au fil des ans, si bien que l'âge moyen est passé à 36 ans (+2,4 points vs 2010). Leur **profil** ? 55 % de femmes, 45 % de CSP+ et 52% ont effectué au moins cinq achats en ligne durant les six derniers mois. Plus de la moitié des "likers" français (53 %) surfent sur le réseau social **quotidiennement**. L'étude DDB/OpinionWay pointe les principales tendances d'utilisation de Facebook : outil de dialogue avec les proches, succès du social gaming, émergence du social shopping, et appli Facebook Places boudée dans l'Hexagone.

Réalisée en juin et juillet 2011, cette deuxième édition de l'enquête DDB/OpinionWay sur les fans Facebook de marques se base sur les données de 1 528 personnes interrogées en France mais aussi en Allemagne, au Royaume-Uni, aux États-Unis, en Turquie et en Malaisie.

Par Emilie Kovacs,
19/09/2011 <https://www.e-marketing.fr/Breves/Les-fans-sont-plus-exigeants-sur-Facebook-41106.htm?xtor=EPR-4&XType=&isn=20/09/2011>