Dans ce contexte de crise et d'austérité en ce début d'année 2013, les entreprises doivent se tourner de plus en plus vers l'utilisation des réseaux sociaux pour la recherche et l'acquisition de nouveaux prospects.

L'intégration des réseaux sociaux dans le cycle de conquête commerciale, permet à l'entreprise de bénéficier d'outils de prospection efficients, innovants et peu onéreux.

Quel réseau social choisir pour prospecter ?

Le choix des **réseaux sociaux** sur lesquels l'entreprise va se développer se fera selon la nature de son activité et de la communauté visée, avec qui elle souhaite interagir dans un objectif de communication, de fidélisation et de prospection commerciale d'une façon moins intrusive.

Ainsi Twitter, (avec plus de 500 millions de membres) est l'outil à posséder si on veut toucher une communauté active et verticalisée.

Elle est par contre assez difficile à utiliser pour un néophyte et il faut bien comprendre les us et coutumes avant de se lancer.
Pour avoir une visibilité sur le net, l'entreprise devra être présente non seulement via un **site internet** entretenu régulièrement par de la **création de contenu** frais mais aussi par le biais d'autres **plateformes sociales.**

Facebook est le réseau social par excellence (plus d' 1 milliard de membres dans le monde).
Il a l'avantage de permettre à l'entreprise d'entretenir la relation avec ses clients ou prospects afin de fidéliser les consommateurs à la marque, de les engager dans des conversations avec elle, de générer du trafic sur les lieux de ventes…
De plus, les avis et les recommandations des internautes aident les entreprises à analyser les retombées positives ou négatives d'un produit, leur permettant de se repositionner plus rapidement ou d'affiner la définition de nouvelles caractéristiques plus proches des attentes des consommateurs.

Viadeo et LinkedIn sont, quant à eux, des réseaux sociaux professionnels.

Ce sont des **outils** fantastiques pour le développement commercial. Ils permettent de capitaliser la création de **réseaux** et constituent un puissant levier pour aller chercher de nouveaux prospects et clients sur des offres BtoB.

Afin de bien les utiliser, il est important de les intégrer dans le cycle de vente et d'appliquer quatre règles qui sont propres à la prospection :

1) La stratégie doit se faire dans la durée (la rentabilité s'accroit avec le temps),

2) La régularité (être en interaction constante avec le prospect),

3) Le bon endroit (en communiquant sur les plateformes où se trouvent vos cibles, telles que les groupes, les sites ou blogs d'ambassadeurs ou d'influenceurs, via des plateformes focalisées sur leurs centres d'intérêts…),

4) La répétition (relancer le prospect) mais sans spammer.

Bien sûr, Il est aussi nécessaire de compléter les actions sur le net par des actions sur le « terrain », dans la vie réelle.

Expertisme, agence en Marketing et Communication digitale, spécialisée dans les Réseaux Sociaux, propose des formations aux entreprises pour qu'elles puissent être efficaces dans l'utilisation de ces plateformes sociales.
Nos Experts vous conseillent et vous accompagnent dans votre stratégie digitale pour augmenter

votre visibilité sur le web ainsi que la conquête de nouveaux clients.