

## RÉSEAUX SOCIAUX : Construire les communautés AsnaV !

*Aujourd'hui, pour communiquer vers le grand public, les réseaux sociaux ne sont plus une option. Encore faut-il les utiliser à bon escient, sans se tromper ni de vecteur, ni de public, ni de message. S'il est facile de publier des vidéos amusantes de quelques secondes, élaborer une stratégie de communication basée sur la viralité apparaît plus complexe.*

### Quel réseau pour quel public ?

Lorsque l'on parle réseaux sociaux, on pense immédiatement à Facebook, pionnier du genre. Mais savez-vous que pour nombre de jeunes surfeurs du net, Facebook est à présent dépassé par TikTok dont le nombre d'utilisateurs a explosé pendant les confinements ?

En France, le podium s'établit ainsi\* :

	N° 1	N° 2	N° 3
<b>Pour les 15 – 24 ans</b>	Snapchat	Instagram	TikTok
<b>Pour les 25 – 49 ans</b>	Facebook	Snapchat	WhatsApp
<b>Pour les 50 ans et plus</b>	Facebook	WhatsApp	Messenger

\*Source : Médiamétrie – audience internet global – France

Difficile de s'y retrouver et de suivre les tendances qui se succèdent à un rythme effréné...

### L'importance de la communauté

L'un des principaux enseignements que l'AsnaV a tiré de la campagne menée en 2021 sur les réseaux de Purebreak et Dr Good ! tient en deux mots : **Engagement** et **Communauté** ! Quel que soit le réseau utilisé, si les informations diffusées ne suscitent pas un engagement fort de la part d'un socle solide d'internautes, peu importe le nombre de "vues" ou de "likes", le message s'épuisera de lui-même.

Ainsi le succès de la campagne 2021 repose non pas sur les millions de personnes touchées par les vidéos, les posts ou les stories mais sur toutes celles qui les ont **relayés, partagés** et, quelquefois, **commentés** auprès de leurs propres abonnés.

### Fonder ses propres communautés

Ce sont à présent ses propres communautés que l'AsnaV souhaite fonder. Et qui mieux que ses adhérents et ses partenaires pour construire avec elle un réseau axé essentiellement autour de la santé visuelle pour créer une dynamique du "bouche à oreille" et atteindre ainsi l'ensemble de la population. **Rejoignez-nous !**



[Facebook](#)



[Instagram](#)



[LinkedIn](#)



[Twitter](#)