



Guide Hashtags 2020



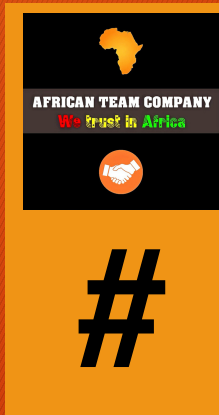
Comment les choisir
&
Comment les utiliser

AVANT PROPOS

Pour mémoire, le hashtag est une phrase ou un mot qui est précédé par un dièse (#) et est utilisé dans un message sur les réseaux sociaux pour identifier un sujet. Il faut penser les réseaux sociaux comme une immense armoire à tiroirs, chaque tiroir contenant des informations sur des thèmes variés . En ajoutant un hashtag à votre publication, celle-ci sera indexée dans un de ces « tiroirs » et donc permettre aux internautes qui utilisent les outils Search sur ce thème de tomber sur votre post.

Ils permettent de :

- ❖ **Promouvoir vos publications pour un public spécifique :** Le hashtag est la meilleure façon d'adresser un public cible et toute personne faisant une recherche en utilisant un hashtag déterminé aura des chances de tomber sur votre post ou publication.
- ❖ **Surveiller votre concurrence :** En choisissant un hashtag lié à un de vos concurrents, vous pourrez voir comment ce dernier attire ses clients ou son procédé en matière de relation client ou service après-vente.
- ❖ **Faire la promotion d'un produit, d'un service ou d'un évènement :** C'est aussi un outil permettant de dynamiser et d'encourager votre communauté autour d'un thème spécifique. Par exemple, pour partager des codes de réduction et augmenter vos ventes.
- ❖ **Faire de la veille concurrentielle :** Un outil simple et pratique pour connaître les tendances de votre secteur d'activité et repérer les informations concernant vos concurrents.
- ❖ **Surveiller sa E-réputation :** En utilisant le hashtag #votremarque ou #votreproduit, vous pouvez découvrir des commentaires bons ou mauvais vous concernant.
- ❖ **Augmenter la portée de vos publications :** Toute personne effectuant des recherches sur un sujet donné pourra tomber sur votre publication. Le choix du hashtag est donc primordial pour apparaître organiquement sur les outils de Reach et augmenter votre visibilité et la portée de vos publications.
- ❖ **Augmenter le taux d'engagement de votre communauté :** L'objectif final reste de convertir votre communauté et vos abonnés en clients. L'utilisation des hashtags est un excellent moyen de générer du trafic vers vos pages, d'atteindre un public plus large, participant donc à atteindre cet objectif ultime!



UTILISATION DES #HASHTAGS : REGLES GENERALES

Un hashtag est donc un mot-clé et les divers réseaux sociaux les repèrent et les identifient comme tel grâce à leur composition.

- ❖ Un hashtag commence toujours par le symbole #
- ❖ Un hashtag ne comporte pas d'espace entre le sigle # et le mot ou la suite de mots qui le suit.
- ❖ Un hashtag peut comporter des _ mais ne doit pas contenir les signes de ponctuation et les caractères spéciaux (tels que !, \$ ou %)
- ❖ Un hashtag peut être utilisé au début ou à la fin du mot-clé, dans le corps d'un message et même au sein de la légende d'une image

Il faut également détecter les sujets les plus pertinents de votre post et les sujets les plus en vogue du moment et les utiliser **UNIQUEMENT** si votre article a un lien avec ce hashtag.

Vous pouvez également créer vos propres hashtags en respectant ces règles:

- ❖ Ne pas mettre trop de mots dans le hashtag,
- ❖ Proscrire les signes de ponctuation (sauf le_) et les espaces, ils rendent le lien inactif.

Mais attention, chaque réseau social a ses particularités. Votre public n'a pas les mêmes attentes lorsque nil se connecte à Twitter, à Instagram, Facebook, LinkedIn ou Youtube.

Votre ligne éditoriale devra donc être adaptée à chacun des réseaux sur lesquels vous allez communiquer.

Pour autant, les règles suivantes s'appliquent sur l'ensemble des réseaux :

- ❖ Etre précis : Le terme utilisé doit être pertinent et en rapport avec votre contenu et votre ligne éditoriale. Par exemple, si vous utilisez le terme #voiture, votre publication sera noyée dans une infinité qui n'aura pas forcément un lien avec votre propos, voiture à vendre, voiture de collections, voitures de sport... Vous devez être donc aussi précis que possible.
- ❖ Etre concis : Une règle d'or : pas plus de 100 à 120 caractères.
- ❖ Utiliser les majuscules : Si votre hashtag est composé d'un groupe de mots, il est important de savoir que la première lettre de chaque mot doit être en majuscule. Autrement votre hashtag ne sera ni reconnu ni considéré comme tel.
- ❖ Mesurer la popularité : Il ne suffit de créer un hashtag intéressant, vous devez également mesurer son succès sur les réseaux sociaux (Voir chapitre « Choisir ses hashtags »).



UTILISATION DES #HASHTAGS : FACEBOOK

❖ Nombre optimal de hashtags à utiliser: 1-2

❖ Où placez les hashtags sur Facebook :

Les hashtags peuvent être inclus dans n'importe quelle partie de votre publication Facebook écrite ou dans les commentaires. Les hashtags sont également utiles pour regrouper du contenu dans des groupes Facebook privés par thème ou sujet.

❖ Quelques conseils :

Vous pouvez également rechercher un hashtag à l'aide de la barre de recherche de Facebook. Cliquez sur un hashtag pour voir un flux de publications Facebook utilisant ce même hashtag. Recherchez les hashtags utilisés dans les groupes Facebook privés à l'aide de la barre "Rechercher dans ce groupe" dans le menu du groupe. Étant donné que de nombreux profils d'utilisateurs sont privés sur Facebook, n'oubliez pas qu'il est plus difficile pour les marques de suivre la façon dont les utilisateurs interagissent avec vos hashtags. Surveillez les hashtags de votre marque et découvrez les profils publics qui participent à la conversation en utilisant l'URL facebook.com/hashtag/_____. Incluez le mot-clé que vous souhaitez rechercher à la fin.

❖ Avantages :

Les gens qui effectuent une recherche liée à un hashtag sont généralement intéressés par son contenu ;
Ils sont utiles pour mesurer la portée de vos produits ou marque

❖ Inconvénients :

Les hashtags ne sont pas aussi efficaces que sur Twitter ou Instagram ;
Ils peuvent avoir des conséquences négatives si vous en utilisez trop (effet de spam) .



UTILISATION DES #HASHTAGS : TWITTER

❖ Nombre optimal de hashtags à utiliser: 1-2

❖ Où placez les hashtags sur Twitter:

Vous pouvez utiliser des hashtags n'importe où dans vos Tweets. Utilisez-les au début pour mettre l'accent, à la fin pour le contexte ou au milieu de votre message pour mettre en surbrillance un mot clé. Des hashtags peuvent également être ajoutés dans un commentaire lorsque vous retweetez, dans les réponses et dans votre biographie Twitter. Vous pouvez également: Tapez un mot-clé hashtag dans la barre de recherche de Twitter pour trouver du contenu hashtag.

Consultez les hashtags tendances dans les rubriques tendances de Twitter.

❖ Quelques conseils :

Techniquement, vous pouvez utiliser autant de hashtags que vous le souhaitez dans un Tweet, dans la limite de 280 caractères. Mais Twitter recommande de ne pas en utiliser plus de deux. Si vous créez un nouveau hashtag, faites d'abord des recherches. Assurez-vous qu'il n'est pas déjà utilisé.

❖ Avantages :

Twitter est le réseau qui a donné naissance au hashtag. **Un hashtag augmente le nombre de réactions.** L'utilisation des hashtags sur Twitter génère **2 fois plus d'engagement** (clics, retweets, favoris, commentaires, follow). **Le nombre optimal est 2 hashtags par tweet.** A partir de 3 hashtag le message est surchargé et l'utilisation devient contreproductive. La meilleure pratique est de **les insérer dans le tweet et non pas à la fin.**

❖ Inconvénients :

De tous les réseaux sociaux qui existent, **Twitter est celui qui nécessite d'y passer le plus de temps**, surtout si vous voulez obtenir des résultats intéressants pour votre entreprise et gagner en visibilité.

Twitter étant le seul réseau social capable de faire circuler massivement une information dans un délai très court, attention au mauvais Buzz! Cela signifie que plusieurs milliers de personnes sont au courant rapidement d'évènements positifs mais également négatifs au sujet de votre marque ou de votre entreprise.



UTILISATION DES #HASHTAGS : INSTAGRAM

❖ Nombre optimal de hashtags à utiliser: 5-10

❖ Où placez les hashtags sur Instagram:

Vous pouvez inclure des hashtags dans la section des commentaires lorsque vous interagissez avec vos abonnés. Et vous pouvez inclure jusqu'à 10 hashtags dans vos histoires Instagram. Il est également possible d'inclure des hashtags dans la biographie du profil Instagram de votre marque.

Vous pouvez également:

Rechercher des hashtags dans l'onglet Tags de la section Explorer d'Instagram.

Suivre les hashtags. Cela signifie que le contenu de tout créateur s'affichera dans votre flux, tant qu'il comprend le hashtag que vous suivez.

❖ Quelques conseils :

Pensez à publier vos hashtags en tant que premier commentaire du post afin que les abonnés puissent se concentrer sur le titre et l'accroche de votre publication. Avec un compte Instagram Business, vous pouvez accéder à Instagram Insights. Ensuite, vous pouvez voir combien d'impressions votre profil a obtenu.

Quand vous postez une photo, décrivez là avec **des mots clef simples et assez ordinaires**, n'hésitez pas à utiliser l'anglais (une langue majoritaire sur Instagram).

❖ Avantages :

Les publications contenant des **hashtags** obtiennent plus d'engagements. Le plus grand avantage d'Instagram réside également dans le fait que son public est relativement jeune. Environ **75% des utilisateurs sont âgés de moins de 34 ans** et environ **65% sont des femmes**. Si vous ciblez un public jeune et féminin, vous avez tout intérêt à utiliser cette plateforme !

❖ Inconvénients :

Développer une image de marque sur Instagram n'est pas forcément facile. Le credo étant « de belles photos, sinon rien ! », les images de mauvaises n'ont pas leur place sur ce réseau social. Il vous faudra donc investir dans du matériel et des logiciels permettant de partager de belles photos, bine définies et attrayantes.



UTILISATION DES #HASHTAGS : LINKEDIN

❖ Nombre optimal de hashtags à utiliser: 1-2

❖ Où placez les hashtags sur LinkedIn:

Intégrez des hashtags n'importe où dans vos publications LinkedIn ou dans vos articles. Vous pouvez également rechercher des hashtags à l'aide de la barre de recherche de la plateforme et voir les tendances des hashtags LinkedIn qui s'afficheront dans la section "actualités et vues" de la page d'accueil. Obtenez des suggestions de hashtag de LinkedIn lorsque vous rédigez une mise à jour.

❖ Quelques conseils :

LinkedIn est une plateforme professionnelle. Utilisez donc des hashtags professionnels. Suivez les hashtags sur LinkedIn pour voir les publications récentes intégrant ce ou ces hashtags.

❖ Avantages :

LinkedIn vous permet de **rentrer facilement en contact** avec les différents acteurs qui gravitent dans votre secteur d'activité et les clients cibles. LinkedIn a créé un système de pages afin de permettre aux entreprises de communiquer sur leur business. Cependant, sachez que cela reste peu pertinent pour les très petites structures. **Pour ces dernières, il est préférable de créer et développer un profil personnel sur LinkedIn** plutôt qu'une page entreprise.

❖ Inconvénients :

Encore un réseau chronophage! LinkedIn nécessite que vous y passiez du temps. La présence doit être quotidienne. Gardez en tête que ce réseau social connecte des professionnels entre eux. Les membres qui utilisent LinkedIn à des fins commerciales (trouver de nouveaux prospects et clients) sont des professionnels qui ont activité exclusivement B2B.



UTILISATION DES #HASHTAGS : YOUTUBE

❖ Nombre optimal de hashtags à utiliser: 2-3

❖ Où placez les hashtags sur YouTube:

Ajoutez quelques hashtags dans le titre ou dans la description de la vidéo YouTube. Cliquez sur le hashtag hyperlien pour voir un flux avec d'autres vidéos qui utilisent également ce même hashtag.

N'oubliez pas: n'utilisez pas plus de 15 hashtags. YouTube ignorera tous les hashtags et risque de vous assimiler à un spameur et signalera peut-être même votre contenu.

❖ Quelques conseils :

Les hashtags sont liés par des liens hypertexte dans les titres et les descriptions, afin que les abonnés puissent trouver d'autres contenus avec les mêmes hashtags en cliquant sur l'un ou l'autre. Si vous n'incluez pas de hashtags dans le titre, les trois premiers hashtags de la description s'afficheront au-dessus du titre de vos vidéos.

❖ Avantages :

Par rapport aux autres réseaux sociaux, YouTube possède un atout majeur : C'est un réseau de stock, c'est-à-dire que le fonction recherche y est prépondérante et que vos vidéos restent un acquis fondamental (en opposition au réseau de flux comme Facebook, Twitter ou Instagram dont les publications ont une durée de vie courtes).

❖ Inconvénients :

Pour être vu et « vivre » sur Youtube, il faut à la fois avoir beaucoup de contenus et de qualité!

Autre inconvénient, l'investissement lié à la création des vidéos.



CHOIX DES #HASHTAGS : LESQUELS UTILISER?

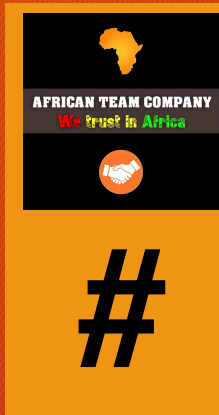
Pour trouver des hashtags spécifiques à votre publication, à votre industrie et à votre public, vous devrez faire quelques recherches :

1/ Surveillez les influenceurs et vos concurrents: Commencez par faire une analyse concurrentielle sur les réseaux sociaux. Rassemblez des informations sur vos concurrents et tout influenceur pertinent dans le créneau de votre activité. Prenez note des hashtags qu'ils utilisent le plus souvent et du nombre de hashtags qu'ils utilisent dans chacun de leurs messages. Cela vous aidera à savoir comment vos concurrents interagissent avec votre public cible partagé et quels mots clés ils ont tendance à utiliser.

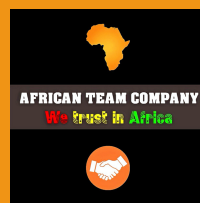
2/ Utilisez des sites pour choisir et mesurer la pertinence des hashtags :

Tous les sites présentés proposent des fonctions payantes plus avancées, mais la version gratuite permet d'obtenir de bonnes informations :

- ❖ <https://hashtagify.me/> : Ce site vous aide à trouver les meilleurs hashtags Twitter ou Instagram pour votre marque. Hashtagify vous montre les liens qui existent entre différents hashtags et vous permet de voir le degré de ces connexions, ainsi que leur niveau de popularité.
- ❖ <https://ritetag.com/> : Un bon outil polyvalent qui vous aidera à améliorer votre usage des hashtags tout en vous donnant des données statistiques sur les hashtags les plus utilisés qui peuvent vous aider à améliorer vos campagnes.
- ❖ <https://tagboard.com/> : Tagboard est un bon moyen pour obtenir un aperçu rapide et très visuel de la façon dont un hashtag est utilisé sur plusieurs plateformes. Vous pouvez aussi voir quels sont les hashtags liés à votre recherche, ce qui est utile pour les événements importants auxquels sont souvent dédiés plusieurs hashtags.
- ❖ <https://www.hashtags.org/> : Hashtags.org est le meilleur endroit pour trouver des informations générales sur les hashtags. Ce site est très utile pour déterminer quels sont les hashtags les plus populaires dans différentes catégories comme le business, la technologie et les divertissements.
- ❖ <https://twubs.com/> : Twubs est un outil intéressant car il se concentre sur les possibilités de rejoindre ou de créer des conversations liées à des hashtags spécifiques. Vous pouvez par exemple consulter le répertoire des hashtags pour trouver des fils de hashtags particuliers, et puis rejoindre des sortes de salons de discussion en ligne sur ces hashtags. Si vous avez créé votre propre hashtag, il est également possible de l'enregistrer, puis de créer votre propre salon de discussion en ligne et d'intégrer celui-ci sur votre site ou votre blog.
- ❖ <https://www.trendsmap.com/> : Dans la version gratuite de cet outil, vous pouvez instantanément voir quels sont les hashtags les plus populaires dans chaque pays et région du monde.



AFRICAN TEAM COMPANY QUI SOMMES NOUS?



African Team Company est une agence de communication spécialisée dans la marketing digital et l'optimisation des relations clients.

Notre ambition en Guinée Conakry et partout dans le Monde est de vous guider dans l'élaboration de votre stratégie marketing interactif et de vous accompagner dans sa mise en œuvre, en fonction de vos attentes et de votre budget.

African Team Company vous offre une solution globale incluant :

- ❖ Création et animations de sites web
- ❖ Gestion des réseaux sociaux
- ❖ Gestion des emails entrant et sortant
- ❖ Gestion des appels entrant et sortant
- ❖ Agents conversationnels (chat bot)
- ❖ Développement d'outils CRM

Une solution à l'écoute de vos clients et qui permet également de répondre rapidement et de façon pertinente et transformer leur expérience positivement.

- ❖ Service avant-vente pour booster vos ventes et transformer vos leads
- ❖ Service après-vente pour garantir la satisfaction de vos clients
- ❖ Service multicanal : appels entrants, e-mails, chat, appels sortants
- ❖ Des tarifs économiques et adaptés
- ❖ Le développement de votre CRM pour abaisser les coûts de traitement, et optimiser les processus.

Contacts :

<https://wetrust-atc.com>

Tel : + 224 627 23 51 30

Email : trust@africanteamcompany.com