

# CW

CERCLE  
DE WALLONIE





## LINKEDIN

Le Cercle est déjà assez actif, avec des publications régulières. L'idée, c'est de prendre le contenu des trois billets hebdomadaires et de les pousser en post avec une illustration. Cela représente une douzaine de publications par mois, retravaillées pour Linkedin.

Nous pensons que le Cercle doit mieux utiliser Linkedin pour ce qu'il est, c'est-à-dire une machine à générer des contacts informels et à soigner sa visibilité. Cela correspond d'ailleurs un peu à la raison sociale du Cercle de Wallonie. Pour ça, il y a deux éléments essentiels qu'il faut soigner: la visibilité et la confiance.

Le Cercle travaille sa visibilité et ses publications sont de nature à inspirer confiance, mais pour générer un plus grand sentiment de confiance, le Cercle devrait mettre en avant l'activité de ses membres en partageant leurs posts, en participant à des conversations ou en leur donnant quelques appréciations via des "likes". Cela permettrait de faire vivre le profil, de l'humaniser.

Il ne manque pas grand chose à ce compte pour qu'il tourne à plein rendement, mais il manque justement ce qui fait le sel d'un réseau social: l'interactivité. Pour l'instant le Cercle de Wallonie utilise encore trop Linkedin pour donner sa "bonne parole", sur un mode top-down. Il faut plus de transversalité dans sa communication.

### Proposition :

- 12 publications/mois: 1056 €/ mois HTVA

## INSTAGRAM



C'est le réseau à ne pas négliger. Ce serait une erreur au vu du nombre d'actifs de moins de 35 ans qui sont connectés à cette appli.

Une erreur aussi si on en croit les données relevées par le spécialiste média Xavier Degraux issue du rapport Socialbackers (4ème trimestre 2020) :

1. L'audience totale des 50 plus grandes marques a été 39% plus importante sur Instagram que sur Facebook. Autrement dit : Instagram a progressé, en un an, de 11,3%, alors que Facebook, lui, a... reculé, de 17,6% ! Aujourd'hui, en Belgique, Instagram, c'est 53,1% chez les internautes de 16 à 64 ans
2. Instagram a généré plus de 21 fois le nombre total d'interactions de Facebook.
3. Sur Facebook (échantillon de 145.000 pages), la vidéo live est, de très loin, le format de contenu qui génère le plus d'interactions, devant les images et les vidéos. On y revient ci-dessous !

Pour l'instant, le Cercle de Wallonie utilise Insta pour mettre ses événements et ses avantages en termes d'infrastructures. Mais l'idée sur Insta, outre l'aspect graphique souligné dans les publications photos, c'est de développer le storytelling: raconter les success story wallonnes dans les stories à la une, tournées au mobile et enrichies par musique, pictos et textes. Ce serait une véritable plus value pour l'image du Cercle auprès des décideurs wallons de demain. Un bon exemple de ce qu'il est possible de faire se trouve sur le compte de Lacoste: <https://www.instagram.com/lacoste/reels/>

### Proposition :

- 1 publication/semaine sur base du billet de M. Faljaoui: 264 €/mois
- 1 réel/semaine (vidéo/musique/picto/texte pour raconter une histoire): 1960 €/mois (tournage, montage, écriture hors déplacement)

## FACEBOOK



Premier constat: trois fois moins d'abonnés au Cercle de Wallonie sur Facebook par rapport à Linkedin et un taux d'engagement quasi nul sur les posts.

Bien sûr, les usages ne sont pas les mêmes et cela renforce l'analyse exposée plus haut sur l'opportunité de développer la stratégie relationnelle sur Linkedin. C'est là où nous sommes forts que nos investissements sont les plus efficaces. La vraie plus value de Facebook pour le Cercle serait de travailler l'événement en direct vidéo (conférences, événements, etc.) pour avoir un côté "breaking news" sur la page.

### Proposition :

- 12 publications/mois: 1056 €/ mois HTVA



12 publications/mois



4 publications/mois



12 publications/mois

**1976 €/mois**



Communication

**C9 communication SPRL**

Rue de la Paix, 12

7170 Fayt lez Manage

Numéro entreprise : BE 0872 884 885

Téléphone : 0497 42 17 17

Mail : eric.hoebeke@c9communication.be