

Publier sur LinkedIn

Les informations essentielles



d'utilisateurs
dans le monde

Source : LinkedIn 2023



d'utilisateurs
en France

Source : LinkedIn 2022



Répartition
femmes-hommes

Source : Statista 2022

#innovation
#management
#humanresources

sont les 3 hashtags
les plus suivis
en France

Meilleurs jours de publication



Meilleures heures de publication



Formats les plus engageants



Formats de publication

Photo de profil

400 x 400 pixels

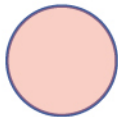


Photo de couverture

1584 x 396 pixels



Image pour un post

520 x 328 ou 600 x 315 px



Image d'un lien

520 x 272 pixels



3 points forts



L'audience professionnelle

La particularité de LinkedIn est son audience professionnelle, rendant le réseau idéal pour publier des contenus B2B ou tout autre contenu ciblant cette audience.



La veille concurrentielle

Le réseau offre l'avantage de pouvoir s'informer quotidiennement sur l'ensemble des marchés et de leurs nouveautés.



Les partenariats

LinkedIn regorge de professionnels susceptibles d'être intéressés par une collaboration.

3 outils utiles



LinkedIn Ads

Pour créer des publicités à destination d'une audience ciblée, avec plusieurs options de formats : posts (vidéo, lien, texte, etc.), messages et publicités dynamiques.



Sales Navigator

Pour réaliser une prospection commerciale efficace grâce à de nombreuses fonctionnalités permettant de mieux cibler vos prospects.



Dux-Soup

Extension Chrome permettant de suivre plus de 100 profils et de générer des listes de prospects qualifiés.

Le conseil de HubSpot

Engagez votre communauté en maintenant une activité régulière sur le réseau, que ce soit au niveau des publications ou dans les sections de commentaires.



Publier sur Instagram

Les informations essentielles



1,3
milliards

d'utilisateurs actifs
dans le monde

Source : Meta 2023



26,6
millions

d'utilisateurs
mensuels en France

Source : Statista 2023



Répartition
femmes-hommes

Source : Statista 2023

Meilleurs jours de publication

L	M	M	J	V	S	D
X					X	X

Meilleures heures de publication



17h
à minuit

Formats les plus engageants

Carrousel	Image	Vidéo
□□□□	□	▶

Formats de publication

Image carrée

1080 x 1080 pixels



Image portrait

1080 x 1350 pixels



Image paysage

1200 x 628 pixels



Story

1080 x 1920 pixels
durée : max 15
secondes par vidéo



Vidéo

16:9
poids max : 4GB
durée max : 60 secondes



3 points forts



L'engagement

Instagram présente un taux d'engagement plus élevé que la moyenne des autres médias sociaux.



L'évolution des fonctionnalités

Sondages, effets visuels, nouveaux formats... La plateforme teste fréquemment de nouvelles options pour optimiser l'engagement des utilisateurs.



Les contenus visuels

Instagram est la plateforme dédiée aux contenus visuels, la rendant idéale pour publier des contenus créatifs et accroître sa notoriété de marque.

3 outils utiles



Canva

Outil permettant de créer ses images, ses carrousels et infographies à l'aide d'une multitude de modèles.



Inshot

Pour réaliser des contenus vidéos originaux avec un maximum de fonctionnalités.



Linktree

Pour insérer des liens cliquables sur son profil Instagram (site internet, livre blanc, etc.).

Le conseil de HubSpot

Collaborer avec des créateurs ou d'autres marques sur Instagram permet de toucher de nouvelles audiences. La fonctionnalité permettant de partager un même contenu depuis 2 comptes connaît un grand succès sur la plateforme.



Publier sur Facebook

Les informations essentielles



2,96
milliards

d'utilisateurs actifs
dans le monde

Source : Oberlo (2022)



40
millions

d'utilisateurs
mensuels en France

Source : Facebook France (2022)

43,4% **F** **56,6%** **H**

Répartition
femmes-hommes

Source : Datareportal (2022)

Meilleurs jours de publication

L	M	M	J	V	S	D
				X	X	X

Meilleures heures de publication

L	M	M	J	V	S	D
13h-16h				12h-14h		

Formats les plus engageants

Vidéo	Vidéo live	Partage

Formats de publication

Photo de profil

170 x 170 pixels

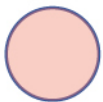


Photo de couverture

851 x 315 pixels



Photo dans le fil d'actualité

1200 x 630 pixels



Story

1080 x 1920 pixels



Photo Facebook Ads

(articles, Messenger,
fil d'actualité)

1080 x 1080 pixels



3 points forts



Le référencement

Une partie des renseignements indiqués sur Facebook sont indexés dans les résultats proposés par Google.



L'engagement de la communauté

Les utilisateurs interagissent énormément sur Facebook et s'engagent plus facilement auprès d'une marque qui est présente sur le réseau.



La fidélisation des clients

Les sondages publiés permettent d'impliquer les clients dans la vie de l'entreprise et d'améliorer leur fidélité.

3 outils utiles



Forecast

Meta Forecast

Permet de créer ses campagnes et de connaître les caractéristiques de son audience (anciennement Facebook Insights).



Business Suite

Meta Business Suite

Permet de diffuser et gérer ses propres publicités sur Facebook, Instagram et WhatsApp (anciennement Facebook Business Manager).



Marketing Hub (HubSpot)

Permet - via son outil de gestion des réseaux sociaux - de planifier ses posts, recevoir des notifications dès que son compte est mentionné et de s'intégrer avec le CRM HubSpot.

Le conseil de HubSpot

N'oubliez pas de mentionner le lien de votre site internet sur votre profil Facebook ainsi qu'un appel à l'action attractif pour augmenter votre taux d'engagement.



Publier sur Twitter

Les informations essentielles



d'utilisateurs
dans le monde

Source : Statista 2023



d'utilisateurs
en France

Source : Twitter 2022



Répartition
femmes-hommes

Source : Statista 2022

Meilleurs jours de publication

L	M	M	J	V	S	D
		X			X	X

Meilleures heures de publication



12h à 15h



17h à 18h

Formats les plus engageants

Texte + visuel	Texte + lien	Questions

Formats de publication

Photo de profil

400 x 400 pixels

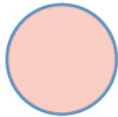


Photo de couverture

1500 x 500 pixels



Image dans un tweet

1600 x 900 pixels



Twitter card (aperçu d'un lien)

1200 x 628 pixels



3 points forts



L'instantanéité

Le feed en temps réel favorise les informations sur l'actualité récente ainsi que les partages rapides.



L'interactivité

Twitter est un très bon outil pour entamer des conversations et obtenir du feedback de la part des utilisateurs.



Le service à la clientèle

Twitter représente un véritable service avant et après-vente pour répondre aux questions des internautes et résoudre leurs problèmes.

3 outils utiles



Twitter Analytics

L'outil interne de Twitter permet d'obtenir l'ensemble de ses statistiques en temps réel.



Reputology

Pour surveiller sa réputation en ligne en interagissant rapidement avec les utilisateurs.



Keyhole

Outil permettant de faire une veille constante sur les meilleurs hashtags à utiliser dans ses publications.

Le conseil de HubSpot

N'hésitez pas à épingler l'un de vos meilleurs tweets (engagement, conversion, etc.) en haut de votre profil afin qu'il soit constamment visible.

