

Guide des réseaux sociaux



Guide des médias sociaux

Les réseaux sociaux représentent des outils très importants dans vos activités marketing en tant qu'auteur. Vous trouverez dans ce guide la réponse aux questions suivantes : pourquoi les réseaux sociaux sont si importants, ce à quoi il faut faire attention et sur quels réseaux vous atteindrez vos lecteurs cibles. Vous recevrez d'abord un aperçu des communautés littéraires puis nous vous présenterons des applications utiles pour votre communication.

Table des matières

Les réseaux sociaux et leur pertinence	P. 3
Stratégies marketing sur les réseaux sociaux.....	P. 4
Réseaux avec de nombreux utilisateurs : Facebook et Twitter	P. 6
Réseaux destinés aux photos : Pinterest et Instagram.....	P. 16
Plateformes de partages de lecture	P. 20
Applications des réseaux sociaux	P. 22
L'embaras du choix : le bon réseau	P. 23
Sources	P. 24

Les réseaux sociaux et leur pertinence

Marketing sur les réseaux sociaux

Le marketing sur les réseaux sociaux se définit par l'utilisation de réseaux sociaux et permet aux entreprises des **échanges directs** avec leurs clients (potentiels). Une part primordiale du marketing sur les réseaux sociaux est „d'écouter" ses utilisateurs et de leur répondre de manière adéquate. Pour une entreprise, le but est d'attirer subtilement l'attention des utilisateurs sur ses produits ou services, d'améliorer sa visibilité sur Internet et de construire une **relation durable avec ses clients**.

Pourquoi les réseaux sociaux sont importants pour un auteur ?

„Le networking social" n'est pas seulement un instrument marketing central pour les entreprises. Vous aussi, vous pouvez en tant qu'auteur augmenter votre base de lecteurs à travers vos activités sur les réseaux sociaux. Quand on fait du marketing sur les réseaux sociaux, il est important de mettre en avant du contenu plutôt que des messages publicitaires et de fournir aux utilisateurs des contributions qui ont une valeur ajoutée. Sur les réseaux sociaux, vous pouvez :

- Améliorer votre notoriété et attirer l'attention sur vos ouvrages
- Augmenter votre base de lecteurs, également au-delà des frontières de la France
- Recevoir des recensions
- Sonder votre lectorat et recevoir ainsi des retours directs sur vos ouvrages
- Créer un lien direct avec vos lecteurs
- Entrer en contact avec d'autres acteurs du monde du livre
- Vous lier à long terme à vos lecteurs

Afin d'exploiter le potentiel des réseaux sociaux, vous devez planifier minutieusement votre entrée sur les réseaux sociaux.

Stratégie marketing sur les réseaux sociaux

En étant actif sur les réseaux sociaux, vous obtenez ce qu'aucun investissement en marketing ne peut acheter : la **confiance** et la **sympathie**. Soyez patient et ne vous attendez pas à un succès trop rapide. Une stratégie marketing sur les réseaux sociaux est un processus à long-terme. Lorsque vous aurez publié du contenu et que vous aurez éveillé l'intérêt de vos lecteurs, cela aboutira au succès à long-terme. Voici nos **cinq astuces** afin de bien commencer sur les réseaux sociaux.

Définir votre groupe cible

Une analyse de votre groupe cible est conseillée afin de garantir que vos contenus soit cohérents avec votre public. Posez-vous les questions suivantes : qui sont mes lecteurs ? Dans quelle tranche d'âge se situent-ils ? Sont-ils plutôt des hommes ou des femmes ? Quels sont leurs centres d'intérêt ? Vont-ils sur des réseaux sociaux en particulier ? Est-ce que l'on a déjà parlé de vous sur les réseaux ? Quels contenus intéressent le plus vos lecteurs ? Sur quels réseaux sociaux vos concurrents sont-ils actifs et comment communiquent-ils ?

D'abord penser, puis publier

Publier les bons contenus sur telle ou telle plateforme n'est pas souvent facile. Prenez du temps pour y réfléchir et postez du contenu varié en termes de sujets. Ne faites pas seulement de la publicité pour votre livre mais essayez de créer une valeur ajoutée pour votre lectorat en partageant, par exemple, des liens intéressants sur des thèmes actuels ou sur votre livre ou encore des photos et des vidéos. Demandez-vous toujours ce que vous aimeriez savoir sur votre auteur préféré. Ce qui est important est de poster régulièrement et laisser participer vos lecteurs aux discussions en leur demandant leur avis.

C'est le ton qui fait la musique

Afin d'augmenter l'attractivité et la portée de vos posts, le contenu de ceux-ci doit être rapide et facile à comprendre. Ecrivez peu mais bien. Réfléchissez à quel type de contenu passe le mieux à votre livre et votre groupe cible : humour, faits concrets ou divertissement ? Beaucoup d'utilisateurs aiment lire quelque chose à propos de vous en tant qu'auteur. Rédigez des articles courts et authentiques vous concernant. Les auteurs de roman peuvent jouer la carte de l'émotion, alors que les auteurs de livres spécialisés doivent écrire sur des faits. Restez fidèle à vous-même et à votre prose.



Parfois vous verrez des commentaires déplacés. N'y répondez pas. Préservez le calme et répondez à ce que vous souhaitez discuter seulement. Vous pouvez ignorer tout le reste. Cependant ne supprimez pas les commentaires déplacés du moment qu'ils respectent les conditions d'utilisation des réseaux sociaux.

Publier au bon moment

Le moment que vous choisissez pour publier sur les réseaux sociaux est le facteur décisif d'un marketing réussi. Importants sont le moment de la journée et les jours de la semaine. En général, vous devriez choisir le moment en fonction de votre groupe cible. Observez les réactions à vos publications sur les réseaux sociaux afin de mieux vous rendre compte à quel moment les utilisateurs sont en ligne.

Persévérez

N'ayez pas peur du nombre important de réseaux sociaux existants. Il est plus important de communiquer régulièrement avec vos lecteurs que d'être présent partout. Il n'est en effet pas suffisant de se créer un profil et d'y jeter un coup d'œil seulement de temps en temps. Il se passe beaucoup de choses sur les réseaux sociaux, concentrez-vous sur un ou deux dont vous vous occupez intensément.

Réseaux avec de nombreux utilisateurs : Facebook et Twitter

Facebook

Facebook est incontournable : 864 millions d'utilisateurs dans le monde visitent quotidiennement le site, 28 millions d'entre eux sont français, 81 pourcents des utilisateurs se connectent via leur tablette ou leur smartphone et la tranche d'âge la plus représentée est celle des 25-34 ans où la répartition des sexes est égale.

Le profil Facebook : votre page personnelle

Avec votre profil Facebook privé, vous pouvez entrer en contact avec vos amis et connaissances. Vous pouvez par exemple échanger des informations personnelles et des messages, partager vos intérêts, télécharger des photos, commenter etc. Utilisez votre profil Facebook seulement pour un usage privé.

C'est parti

Allez sur la page d'accueil de Facebook (www.fr-fr.facebook.com). Vous trouverez le formulaire d'inscription directement en dessous avec les champs « nom », « adresse email » et « mot de passe ». Il est conseillé d'indiquer votre vrai nom ou votre nom d'auteur afin que les utilisateurs vous trouvent facilement.

La page Facebook : votre outil marketing

La création d'une page Facebook est un outil très apprécié et gratuit. Les pages mettent en avant des produits ou des services et sont gérées par des entreprises, des marques, des organisations ou des célébrités. C'est pourquoi vous devez créer votre propre page Facebook, avec laquelle vous pouvez présenter votre livre. Contrairement à un profil Facebook, une page Facebook est toujours publique, même pour les utilisateurs non enregistrés. Vos fans et vous pouvez également télécharger des photos et publier des posts. Ne négligez pas l'onglet « info », qui constitue votre carte de visite Facebook. Indiquez votre contact et une présentation courte de vos livres.

C'est parti

Pour cela vous avez besoin d'un compte Facebook. Puis sur www.facebook.com/pages/create, choisissez la catégorie de votre page. Lorsque vous créez une page auteur, choisissez la catégorie « Artiste, groupe, ou personnalité publique » puis la sous-catégorie « auteur ». Ensuite indiquez le nom de la page. A l'étape suivante vous pourrez choisir une photo de profil et indiquer des informations.

En pratique : réussir avec Facebook

Soyez unique

Il est important de se démarquer de la masse actuelle de pages Facebook. Rien n'est plus mauvais qu'une énième page ennuyante. Prenez du temps et réfléchissez : comment pouvez-vous rendre votre page unique ? Un critère essentiel est le design : ce sera ce avec quoi vous serez reconnu. Laissez-vous inspirer par des pages bien conçues. Par exemple, la page d'Haribo mise sur des couleurs variées et flashy, ce qui correspond aux produits de l'entreprise :

www.facebook.com/hariboofficiel



La première impression : la photo de profil et de couverture

Beaucoup d'utilisateurs aiment voir des photos de vous. Mettez donc une photo de vous et de vos livres sur votre page. Cela crée la confiance et aide à faire connaître votre nom et vos œuvres. Le **photo de profil** est ce que les utilisateurs voient directement à côté de votre nom. Le **photo de couverture** est plus grosse et se situe en haut du profil. Vous avez donc la possibilité de mettre en avant une photo unique qui montre par exemple ce que vous représentez ou quels livres sont déjà parus.

Vous pouvez gagner la sympathie des utilisateurs grâce à une photo de profil unique et personnelle qui permet de vous différencier, comme celle de l'acteur Omar Sy :

www.facebook.com/omarsy.fans



Guide des réseaux sociaux

La photo de couverture est également importante. Le comédien Cyprien lov mise sur l'humour :

www.facebook.com/cyprienvideo



Un autre exemple est la page de l'auteur Pierre Thiry. Il montre une photo authentique de lui-même en photo de profil et sa photo de couverture met en scène son dernier livre en date :

www.facebook.com/PierreThiry.auteur



Entrer en contact avec vos fans

Vous disposez d'une multitude de possibilités pour échanger directement avec vos fans. Par exemple, veillez à être proche d'eux en leur permettant de poster des photos. Bien sûr cela demande une certaine part de modération de votre côté mais vous obtenez ainsi un retour direct.



L'auteur Paulo Coelho publie par exemple régulièrement des photos de ces fans qui lisent son livre « Adultère ».

www.facebook.com/paulocoelho/photos_stream?tab=photos_stream

De plus, il est important de vous adresser directement à vos fans et leur demander leur avis par exemple sur la couverture de votre livre. Récompensez vos fans pour leur fidélité en organisant de temps en temps un petit jeu concours.



Par exemple, l'auteur Dorothée Pille fait patienter ses lecteurs en lançant un petit concours pour gagner un exemplaire de son livre :

<https://www.facebook.com/Lespetitsplaisirsdedore/photos/>

Avec la prise en charge de quelques applications comme <https://facebook.com/twitter/> ou <https://facebook.com/pages/instagram/> vous pouvez relier vos comptes Twitter et Instagram à votre page Facebook.

Sur la page Facebook de L'Oréal, leur fil d'actualité Instagram est intégré :



<https://www.facebook.com/loreal-professionnel.fr>

Partagez avec vos fans des liens sur des sujets que vous trouvez intéressants.
Commentez l'article ou le lien rapidement en indiquant pour quel motif vous partagez ce lien.

La fonction « partager » :

Lorsque vous souhaitez partager un lien sur Facebook, insérez le lien dans l'espace prévu pour poster et rédigez un court message à côté. Cliquez sur « publier » et c'est parti !

Astuces BoD

- ✓ Les **photos**, **vidéos** et **jeux-concours** sont des outils d'interaction primordiaux. En postant des articles intéressants vous apportez une valeur ajoutée convaincante pour votre communauté Facebook.
- ✓ Incitez vos fans à publier **activement** et commentez les posts. **Remerciez**-les pour leurs retours positifs.
- ✓ Essayez de **partager le lien** de votre page aussi souvent que possible : sur vos autres réseaux sociaux, sur votre profil privé, sur votre site internet ainsi que sur votre signature d'email et, le cas échéant, sur votre carte de visite.
- ✓ Assurez-vous que vos fans partagent votre page Facebook, et mettez de l'**animation**.
- ✓ Assurez-vous également à **bien formuler** vos publications. Formulez des messages courts mais accrocheurs.
- ✓ N'oubliez pas que sur Facebook, mais aussi sur les autres réseaux, les pages et profils qui ne sont pas privés doivent indiquer les **mentions légales**.
- ✓ Vous pouvez modifier vos posts après coup et à **n'importe quel moment**. Cliquez sur la petite flèche en haut à droite de votre post. Vous pouvez modifier la date et le lieu de la publication ainsi que le texte.

Twitter

Twitter aussi profite d'une présence globale. Les 14-29 ans sont 288 millions dans le monde à utiliser ce réseau social. En France il y a 6,6 millions d'utilisateurs enregistrés. En ce qui concerne la répartition des sexes, il y a plus d'hommes présents sur Twitter que de femmes.

Concrètement, Twitter est une plateforme gratuite de micro-blogging permettant la diffusion de messages courts (140 caractères). Les utilisateurs qui ne sont pas inscrits sur Twitter peuvent également voir vos tweets.

Le compte Twitter

Inscrivez-vous sur Twitter aussi bien pour un **profil privé** que pour un **profil auteur** sur www.twitter.com. Vous y trouverez une box « Nouveau sur Twitter ? » où vous pourrez indiquer votre nom, votre adresse email et votre mot de passe. Après avoir cliqué sur « S'inscrire sur Twitter », indiquez votre **nom d'utilisateur** (par exemple votre nom d'auteur). Celui-ci doit être facile à retenir afin que l'on vous trouve et vous contacte facilement. Certes, vous pouvez changer votre nom d'utilisateur à tout moment mais vous devriez éviter de le faire à partir du moment où vous gagnez votre premier follower (« abonné » : un utilisateur qui suit votre profil Twitter) afin d'éviter toute confusion. Ayez un nom d'utilisateur plutôt court car lorsque vous répondez à un autre utilisateur, votre nom est pris en compte dans les 140 caractères disponibles du tweet et réduit donc la longueur de votre message.

Pour personnaliser votre compte...

...de nombreuses **options de design** sont à votre disposition. Votre profil Twitter est aussi une vitrine de vous-même et vous devez particulièrement faire attention à ne pas créer de profil standard. Allez sur votre profil, sur la droite apparaît un bouton « éditer le profil » : ici, vous pouvez ajouter une photo de profil, une photo de bannière, votre nom, votre lieu, votre site internet ou blog ainsi que la couleur du thème. Ajoutez une photo de profil authentique et qui vous rend unique. Nous vous conseillons de remplir le champ « Biographie ». Vous disposez de 160 caractères afin de vous présenter et d'indiquer les informations importants vous concernant ainsi que votre livre.

Pour des réglages un peu plus poussés, cliquez en haut à droite sur l'icône de votre photo de profil, puis sur « paramètres ». Sur la gauche l'onglet « Design » apparaît : Twitter met à disposition une variété de thèmes préconçus. Afin de vous distinguer des autres, nous vous conseillons d'ajouter votre **propre image d'arrière-plan**. Assurez-vous que la taille de l'image ne dépasse pas les 2Mo.

En pratique : diffuser des messages à la vitesse éclair

Les messages sur Twitter se propagent à une vitesse éclair. Ces dernières années l'art de tweeter s'est développé. Voici le B.A-BA d'un bon tweet.

Envoyer un tweet

Les tweets sont comme les posts Facebook, cependant il n'y a que **140 caractères** disponibles. Ainsi, vous pouvez envoyer des messages courts, par exemple, sur quel projet vous travaillez en ce moment, sur ce qui vous intéresse en ce moment, etc. Un tweet peut également contenir des photos et des vidéos. Si vos tweets plaisent, les utilisateurs s'abonneront à votre profil Twitter et seront par conséquent vos followers. Vous pouvez aussi, en tant qu'auteur, suivre d'autres profils en cliquant sur le bouton « suivre ».

Le hashtag (#)

En utilisant le hashtag, vous mettez en avant des termes en **mots-clés**. Il est caractérisé par le symbole dièse (#) et sera signalé par Twitter comme un lien. Vous faites ainsi comprendre à vos followers de quoi votre tweet s'agit et montrez ainsi l'importance du terme utilisé.

L'arobase

Il permet de mentionner un utilisateur Twitter afin de lui répondre **directement**. Il agit comme un lien vers le profil de l'utilisateur. N'oubliez pas que tous les followers peuvent voir ce message car il n'est pas privé.

Le ReTweet (RT)

La fonction « ReTweet » peut être définie comme l'action de **republier** un message sur Twitter, comme la fonction « partager » sur Facebook. Les ReTweets sont un bon outil car ils montrent que l'information que vous venez de lire sur Twitter vous paraît importante et pourrait intéresser les personnes abonnées (followers) à vos tweets.

Astuces BoD

- ✓ N'utilisez pas plus de **trois** hashtags par tweets, afin de garantir la bonne lisibilité de vos tweets.
- ✓ Le **langage** est aussi important sur Twitter si vous voulez être perçu comme un interlocuteur compétent et sérieux. Formulez des phrases complètes, un contenu compréhensible et évitez les fautes d'orthographe.
- ✓ En tant que « Twittos », vous devez maîtriser une compétence : l'écoute. Ce réseau social permet en effet d'entrer dans le dialogue directement avec les abonnés. Portez de l'attention aux demandes et remarques que reçoivent vos tweets. Et réagissez **rapidement** !
- ✓ Observez dans quelle mesure vos tweets intéressent vos followers, auxquels ils répondent ou posent des questions, et avec quelle intention ils entrent en contact avec vous. Afin d'avoir du succès sur Twitter, tweeter régulièrement ne suffit pas, il faut aussi qu'ils soient **pertinents** dans leur contenu. Vérifiez donc au préalable si votre tweet est susceptible d'être retweeté ou commenté et s'il est cohérent avec votre compte.
- ✓ **Partagez** également les tweets d'autres utilisateurs, commentez d'autres tweets et recommandez les ouvrages d'autres auteurs. Cependant, la majorité de vos tweets devraient venir de **vous**.
- ✓ C'est connu, une **image** en dit plus que 1000 mots. Offrez à vos followers une photo amusante de temps en temps.
- ✓ Ne vous abonnez pas trop vite à une multitude d'utilisateurs. Si vous suivez plus de comptes que vous avez de followers, vous pouvez sembler **peu crédible** aux yeux des utilisateurs.

Réseaux destinés aux photos : Pinterest et Instagram

Pinterest

Pinterest est un site récent, lancé en Mars 2010. Le nom de l'entreprise est une combinaison de deux mots : « pin » qui veut dire « épingler » et « interest » qui veut dire « intérêt ». Pinterest est un tableau numérique où les utilisateurs affichent les photos qui leur plaisent et qu'ils veulent montrer aux autres. Environ 70 millions de personnes sont inscrites dont 550 000 en France. 60% d'entre-eux sont des femmes. De plus, la plupart des utilisateurs Pinterest ont entre 16 et 24 ans.

Créer un tableau visuel gratuitement

Inscrivez-vous sur www.pinterest.com/ . Nous vous conseillons également de créer une **page entreprise** car cela représente une solution marketing de Pinterest. Vous pouvez régler le design pour mieux vous représenter en chargeant vos photos.

En pratique : communiquer de manière visuelle

La question centrale : épingler et ajouter des épingles

Un pin est une **image** que vous avez ajoutée sur votre tableau thématique. Ainsi vous pouvez créer un nombre illimité de tableaux différents, qu'ils soient privés (visibles seulement par vous) ou publics. Les **tableaux** servent à organiser vos pins. Les utilisateurs de Pinterest peuvent non seulement suivre votre profil complet ou alors uniquement quelque uns de vos tableaux ou partager/aimer vos épingles. Un repin signifie que vous ajoutez des épingles d'autres utilisateurs. Ce qui est important sur Pinterest n'est pas le nombre d'abonnés mais le nombre de repins que vous obtenez. Ainsi vous générez un effet boule de neige pour vos contenus.

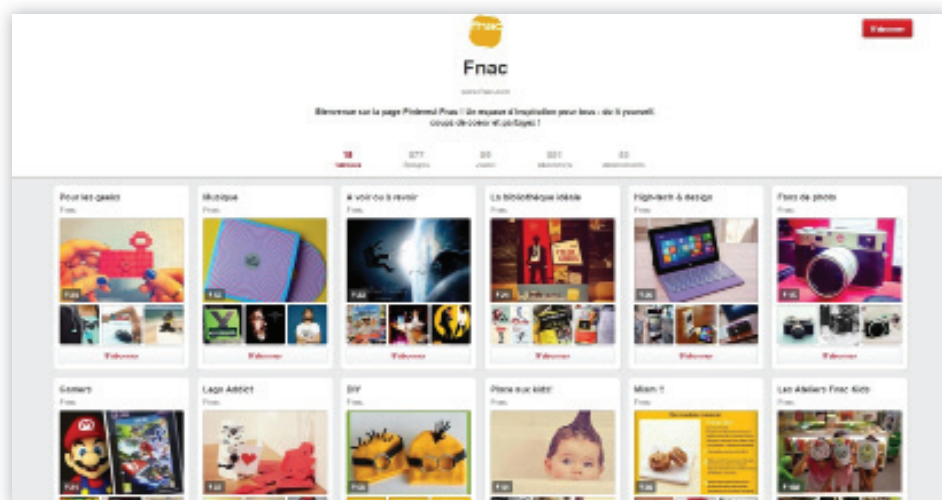
Le point de mire : votre tableau

Réalisez des tableaux organisés par **thèmes** les plus variés possibles :

- Ajouter des images de lieux mentionnés dans votre livre
- Caractériser vos personnages avec des images
- Chargez des suggestions de couverture de livre et demandez l'avis de vos abonnés
- Montrez vos endroits préférés pour écrire
- Partagez vos passe-temps, vos livres préférés etc.
- Faites participer vos lecteurs au développement de votre œuvre

Dans le cas où vous écrivez un **livre spécialisé**, créez des tableaux convenant à votre thème d'expertise. Vous pouvez par exemple épingler des images de vos séances de lecture et événements ou de votre lieu de travail.

La page pinterest de la Fnac offre un espace d'inspiration avec des tableaux différents comme « Musique », « Pour les kids » ou encore « La bibliothèque idéale » :



www.fr.pinterest.com/fnacofficiel/

La photo de couverture : colorée, drôle et unique

Le premier élément que vos abonnés voient sur votre profil est la **photo de couverture** de chacun de vos tableaux. Pour attirer les utilisateurs, choisissez des points de mire qui leur parlent pour vos couvertures. Laissez libre cours à votre imagination.

Utilisez les hashtags

L'avantage de Pinterest est que les photos, images et infographies ne sont pas organisées par date, ce qui permet de trouver facilement des pins qui ont été épinglés il y a plus longtemps. Afin de garantir la visibilité et la portée maximales de vos pins, utilisez des **hashtags** (même principe que sur Twitter) sur la description de vos images. Ainsi les utilisateurs peuvent atterrir plus rapidement sur votre page lorsqu'ils font une recherche. Mettez également le lien de votre site internet sur la description de l'image afin que les intéressés puissent trouver plus facilement des informations concernant vos contenus.

Astuces BoD

- ✓ **Intégrez** des pins d'autres utilisateurs vous correspondant et attirez ainsi l'attention sur vos contenus visuels.
- ✓ Votre communauté souhaite constamment voir des **nouveautés**. C'est pourquoi vous devez publier régulièrement et de manière variée. Actualisez continuellement vos tableaux.
- ✓ Ne faites pas uniquement la promotion de votre livre. Sur Pinterest, l'**animation** occupe le devant de la scène. Assurez-vous que vos tableaux apportent une valeur ajoutée à vos abonnés et visiteurs de votre page. Trouvez le juste milieu entre animation et publicité.

Instagram

Instagram est comme Pinterest un réseau de partage de photos et vidéos. Il appartient à Facebook depuis 2012. Jusqu'à présent, 16 milliards de photos et vidéos ont été mises en ligne. Instagram enregistre près de 220 millions d'utilisateurs, dont 5 millions en France. La majorité d'entre-eux ont entre 16 et 24 ans et la présence d'hommes l'emporte avec 54%.

Votre fil Instagram

Tout d'abord, Instagram fonctionne sur **smartphone** en téléchargeant gratuitement l'application sur Apple Store ou sur Google Play. Après l'installation, indiquez votre nom d'utilisateur (nom d'auteur), votre mot de passe ainsi que vos données. Vous pouvez bien sûr vous inscrire sur Instagram depuis votre ordinateur et charger des photos. Cela est plus pratique si vous ne prenez pas de photos avec votre smartphone ou si vous souhaitez retravailler vos photos sur votre ordinateur.

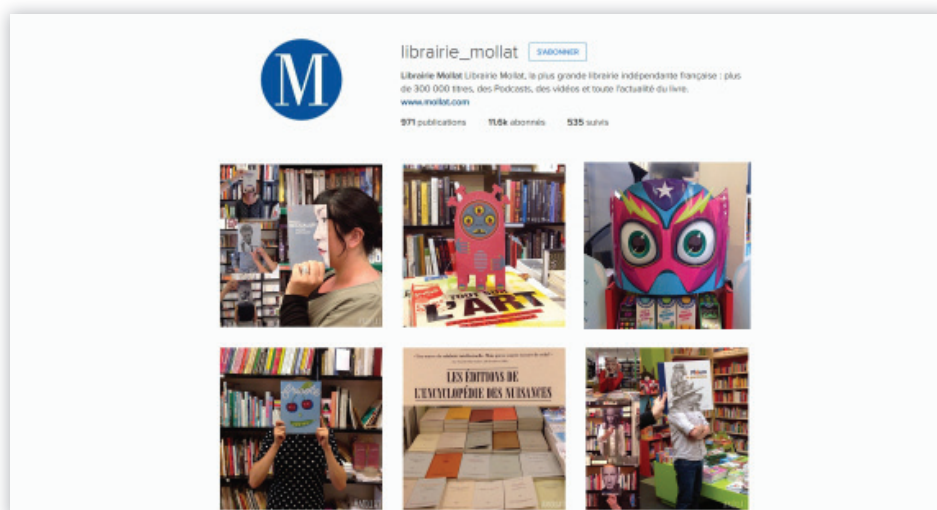
En pratique : un aperçu des coulisses

Des photos particulièrement attrayantes et uniques dirigeront rapidement l'attention sur vous. C'est pourquoi Instagram met plusieurs **filtres** à disposition (ainsi vous pouvez créer des effets) ainsi que des **cadres**. Donnez un titre à votre image et partagez-la sur les autres raisons de votre choix. Vous pouvez également ajouter des mots-clés grâce aux **hashtags** ainsi que la localisation (l'endroit où vous avez pris la photo). Selon le filtre choisi, l'effet de la photo peut changer de manière remarquable. Par exemple vous pouvez varier la chaleur du filtre, la luminosité et aussi le contraste. D'autres filtres imitent les vieilles diapositives ou les films en noir et blanc. Vous pouvez si vous le souhaitez encadrer vos photos.

Astuces BoD

- ✓ Réfléchissez à quelle image vous voulez embellir et avec quel **effet**. Essayez les options proposées et choisissez celle qui vous plaît le plus.
- ✓ Instagram est une alternative à Pinterest pour vous permettre de donner à vos lecteurs un aperçu des coulisses. Ajoutez des photos **personnelles** comme par exemple une photo du lieu où vous écrivez ou des détails sur vos livres.
- ✓ L'avantage d'Instagram est que vous pouvez poster des photos **n'importe quand, n'importe où**. Profitez-en pour partager des photos de vos séances de lecture ou autres événements avec vos lecteurs.
- ✓ Publier de belles photos ne suffit pas pour bien utiliser Instagram. Ajoutez une description à vos photos et utilisez des hashtags afin que les utilisateurs soient attirés par vos photos. Aimez et commentez également les photos d'autres utilisateurs.

Le compte Instagram de la Librairie Mollat est un bon exemple. Elle adopte une communication produit créative et originale pour la promotion d'un livre. Chaque post a sa description et contient des hashtags bien choisis :



[www.instagram.com/
librairie_mollat](https://www.instagram.com/librairie_mollat)

Plateformes de partage de lecture

En plus d'être présent sur les réseaux sociaux, nous vous conseillons d'être actif sur les **plateformes de partage de lecture et autres sites communautaires de lecteurs**. Ainsi vous pouvez attirer l'attention sur votre livre, vous informer sur l'activité de vos concurrents et obtenez des astuces précieuses sur le thème de l'écriture. Voici une petite **sélection** :

Bookarma

Bookarma est une plateforme gratuite sur laquelle les auteurs s'entraident dans la promotion de leurs livres afin d'élargir leur cercle de lecteurs. Ajoutez vos livres sur le site, créez des campagnes, c'est ainsi que d'autres auteurs peuvent découvrir vos ouvrages. Plus vous aidez un autre auteur, plus vous gagnez du karma, plus vous gagnez en visibilité !

Babelio

Babelio est le premier site communautaire de lecteur avec 230 000 lecteurs membres qui partagent, leurs lectures, critiques et citations. À partir des bibliothèques des membres et des notes données aux livres, le site propose aux utilisateurs de découvrir d'autres lecteurs partageant leurs goûts littéraires. Vous pouvez donc y ajouter vos livres et inviter les lecteurs à faire une critique et à partager vos livres.

Goodreads

Goodreads est un club de lecture virtuel avec plus de 40 millions d'utilisateurs et fait partie des plus grosses plateformes en ligne au monde où les auteurs et lecteurs peuvent échanger. Ici, il est question de découvrir, discuter, évaluer et recommander des livres. Avec votre profil Goodreads vous pouvez en tant qu'auteur, entrer en contact et échanger directement avec vos lecteurs.

Libfly

Libfly est un réseau social de lecteurs et une bibliothèque communautaire. Vous pouvez vous inscrire gratuitement sur le site et ainsi créer, diffuser et partager votre bibliothèque personnelle, échanger avec d'autres passionnés de lecture, découvrir de nouveaux livres et surtout attirer l'attention sur votre livre et recevoir des critiques. De plus, plus les lecteurs critiquent, plus ils gagnent de points qui leur permettent de gagner des chèques Lire.

Lecteurs.com, Booknode et Senscritique

Lecteurs.com, Booknode et Senscritique sont d'autres sites communautaires de lecteurs intéressants pour vous en tant qu'auteur. Les lecteurs peuvent critiquer vos livres et les recommander, les plaçant dans leur bibliothèque virtuelle, et ainsi vous pouvez recevoir des conseils et un retour précieux.

Wattpad

Sur Wattpad vous pouvez publier votre manuscrit, entièrement ou non, et le partager avec plus 30 millions de lecteurs venant du monde entier. Pour cela, inscrivez-vous gratuitement et créez votre profil d'auteur. Insérez votre texte et c'est parti. De nombreux auteurs ne chargent seulement qu'un chapitre pour que les lecteurs se réjouissent à l'avance du prochain chapitre et vous suivent dans la durée. Vous pouvez partager vos histoires sur les autres réseaux sociaux et à chaque fin de chapitre les lecteurs peuvent écrire des commentaires.

Applications des réseaux sociaux

Social-Media-Imagemaker

www.autreplanete.com/ap-social-media-image-maker/

Ce Social-Media-Manager gratuit vous aide dans la création d'**image de profil et de couverture** pour les réseaux sociaux. Sélectionnez le réseau pour lequel vous souhaitez redimensionner une image, puis le type d'image (jpg ou png). Il suffit d'uploader la photo à redimensionner et de choisir comment la recadrer. Une fois la photo recadrée, vous pourrez ajouter des filtres du type Instagram. Avec 14 filtres disponibles et autres réglages (grain, netteté, luminosité,...) les possibilités sont nombreuses et vraiment intéressantes.

BufferApp

www.bufferapp.com/

Ceux qui postent régulièrement des photos, vidéos et autres contenus régulièrement sur les réseaux sociaux savent que cela demande du temps et beaucoup d'effort. L'application Buffer-App vous aide gratuitement pour **partager vos contenus** sur les différents réseaux sociaux. Vous pouvez ainsi poster en même temps des photos ou du texte sur Twitter, Facebook, LinkedIn et Google+ et même prévoir à l'avance le moment de la publication. De plus, l'application possède une fonction qui analyse vos contenus et indique combien de fois ils ont été retweetés, partagés, aimés et commentés.

Vine

www.vine.co/

Vine est, avec plus de 14 millions d'utilisateurs, l'une des **applications vidéo** les plus appréciées. Elle est disponible gratuitement sur l'Apple Store et sur Google Play. Le principe est de prendre des vidéos d'une durée maximale de six secondes.

Vous pouvez ainsi faire des vidéos humoristiques sur vous en tant qu'auteur ou présenter vos livres par exemple. Les vidéos peuvent être modifiées et se partagent facilement sur les réseaux sociaux.

L'embarras du choix : le bon réseau

Il n'existe pas de réseau social unique adapté pour un certain type d'auteur. Chaque réseau a des objectifs différents et travaille avec des contenus variés. Ainsi, essayez d'être actif sur les réseaux ayant **le plus d'utilisateurs** comme Facebook et Twitter et de communiquer le plus efficacement possible avec votre communauté. Faites attention à l'actualité et démarrez des discussions qui n'ont pas forcément lieu sur votre site internet.

Publier les bons contenus sur les réseaux

Pour les auteurs de littérature générale : Postez des informations sur vos livres, sur ce que vous êtes en train d'écrire, sur vos personnages, envoyez vos lecteurs vers des extraits, annoncez des événements, montrez où et comment vous travaillez et expliquez ce qui vous représente en tant qu'auteur.

Pour les auteurs de livres spécialisés : Informez les utilisateurs sur votre expertise, partagez des liens et autres articles sur le thème de votre expertise, utilisez des hashtags appropriés et attirez l'attention sur des critiques de votre livre.

Astuces BoD

- ✓ Peu importe le genre de votre livre, créez toujours une page auteur sur les différents réseaux sociaux. Ainsi vous atteignez la plupart des utilisateurs. Vous pouvez également créer une page pour vos livres comme pour votre page auteur.
- ✓ Soyez actifs sur **Facebook** et **Twitter**. Sur ces réseaux, vous pouvez atteindre des utilisateurs de tous les âges, hommes et femmes. Vous pouvez utiliser Pinterest et Instagram surtout pour transmettre une image authentique de vous et de votre travail. Sur les différentes plateformes de lecture en ligne vous pouvez échanger avec les autres membres et vous informer sur les thèmes autour du livre.
- ✓ Inscrivez-vous sur les plus grosses communautés de lecture comme **Goodreads**. C'est l'endroit où vous pouvez attirer l'attention sur votre livre, recevoir des recensions de vos lecteurs et entrer en contact directement avec eux.
- ✓ En tant qu'auteur créez-vous un profil professionnel sur Viadeo ou LinkedIn.
- ✓ Un autre outil marketing important est une **page auteur** sur Amazon que vous pouvez créer sur authorcentral.amazon.fr. Après votre inscription, Amazon vérifie votre adresse email auprès de BoD. Puis nous leur envoyons votre biographie et vos références.

Sources

Facebook

<http://www.blogdumoderateur.com/chiffres-facebook/>

Twitter

<http://www.blogdumoderateur.com/chiffres-twitter/>

Pinterest

<http://www.blogdumoderateur.com/chiffres-reseaux-sociaux/>

Instagram

<http://www.blogdumoderateur.com/chiffres-reseaux-sociaux/>

Goodreads

www.goodreads.com/about/us

Wattpad

www.wattpad.com/about