

Guide des réseaux sociaux

Les réseaux sociaux sont des outils très importants dans vos activités marketing en tant qu'auteur·rice. Dans ce guide, vous trouverez les réponses aux questions suivantes : pourquoi le « réseautage social » est-il important pour vous en tant qu'auteur·rice ? À quoi faut-il faire attention ? Sur quels réseaux sociaux pouvez-vous le mieux atteindre votre groupe cible ? Outre un aperçu des principales communautés littéraires et des forums intéressants, ce guide vous présente des réseaux sociaux utiles.

Contenu

Les réseaux sociaux et leur pertinence	2
Stratégies marketing sur les réseaux sociaux	2
Réseaux sociaux avec de nombreux utilisateurs·rice·s : Facebook et Instagram	4
Réseau social destiné aux vidéos : TikTok	6
Plateformes de partages de lecture	8
Outils pour créer et gérer ses publications	9
L'embarras du choix : le bon réseau	10
Propositions de contenu pour vos réseaux sociaux	10
Checklist des réseaux sociaux	11
Sources	12

Les réseaux sociaux et leur pertinence

La présence sur les réseaux sociaux

De nos jours, l'auto-édition permet à chacun de commercialiser son propre livre tout en profitant de la popularité croissante des modes de publication alternatifs.

En tant qu'auteur·rice auto-édité·e, vous avez toutes les ficelles entre vos mains et vous pouvez choisir quels projets doivent être commercialisés et quand. De plus, il existe de nombreux réseaux sociaux que vous pouvez intégrer dans votre campagne marketing. Ce guide vous présente les différentes plateformes et vous explique comment les utiliser en fonction de votre groupe cible.

Pourquoi les réseaux sociaux sont-ils importants pour un·e auteur·rice ?

«Le networking social» est un instrument marketing puissant pour les entreprises, mais pas seulement. Vous aussi, vous pouvez, en tant qu'auteur·rice, augmenter votre base de lecteur·rice·s 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 notamment du contenu ayant une valeur ajoutée.

Sur les réseaux sociaux, vous pouvez :

- améliorer votre notoriété et attirer l'attention sur vos ouvrages
- augmenter votre base de lecteur·rice·s, en France et au au-delà de ses frontières
- recevoir des avis
- sonder votre lectorat et recevoir ainsi des retours directs sur vos ouvrages
- créer un lien direct avec vos lecteur·rice·s
- entrer en contact avec d'autres acteur·rice·s du monde du livre
- vous lier à long terme à vos lecteur·rice·s.

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

Stratégie marketing sur les réseaux sociaux

En étant actif·ve sur les réseaux sociaux, vous obtenez ce qu'aucun investissement en marketing ne peut acheter : la confiance et la sympathie. Soyez patient·e 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 lecteur·rice·s, 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 la cohérence de vos contenus avec votre public. Posez-vous les questions suivantes : qui sont mes lecteur·rice·s ? Dans quelle tranche d'âge se situent-ils-elles ? Sont-ils-elles plutôt des hommes ou des femmes ? Quels sont leurs centres d'intérêt ? Vont-ils-elles 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 lecteur·rice·s ? 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 toujours 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·rice préféré·e. L'important est de poster régulièrement et de créer un échange avec vos lecteur·rice·s en leur demandant leur avis.

C'est le ton qui fait la musique

Afin d'augmenter l'attractivité et la portée de vos posts, leur contenu doit être rapide à lire et facile à comprendre. Écrivez donc peu mais bien. Réfléchissez à quel type de contenu s'adapte le mieux à votre livre et votre groupe cible : humour, faits concrets ou divertissement ? Beaucoup d'utilisateur·rice·s aiment lire quelque chose à propos de vous en tant qu'auteur·rice. Rédigez des posts courts et authentiques vous concernant. Si vous écrivez des romans, vous pouvez jouer la carte de l'émotion, mais si vous écrivez des livres spécialisés, misez plutôt sur des faits et des connaissances. Restez fidèle à vous-même et à votre prose !

Astuce

Parfois, vous obtiendrez sous vos publications des commentaires sans rapport avec votre contenu. Vous verrez également des commentaires déplacés. N'y répondez pas. Gardez votre calme et répondez seulement aux commentaires constructifs et aux personnes ouvertes aux échanges en toute bienveillance. 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 (heure et jour de la semaine) pour publier sur les réseaux sociaux est le facteur décisif d'un marketing réussi. L'idéal est de choisir le bon moment en fonction de votre groupe cible. Observez les réactions à vos publications sur les réseaux sociaux afin d'observer à quel moment les utilisateur·rice·s sont en ligne. Certaines plateformes vous donnent également des informations comme le comportement et la portée.

Persévérez

Ne vous laissez pas impressionner par le nombre important de réseaux sociaux qui existent. Il est plus important de communiquer régulièrement avec vos lecteur·rice·s que d'être présent·e 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 donc sur un ou deux réseaux et animez-les régulièrement en postant du contenu de qualité.

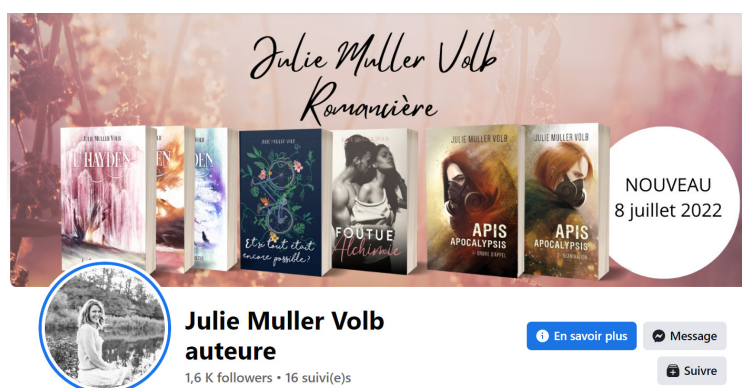
Réseaux sociaux avec de nombreux utilisateur·rice·s : Facebook et Instagram

Facebook

- Nombre d'utilisateurs : 2,9 milliards d'utilisateur·rice·s actif·ve·s, dont 40 millions de français. La tranche d'âge la plus représentée est celle des 25-34 ans où la répartition des sexes est égale.
- Avantage : il est possible de créer une page Facebook, sur laquelle vous pouvez présenter vos livres. À la différence d'un profil personnel, la page Facebook est toujours publique et peut être consultée par chaque utilisateur·rice, même sans avoir de compte Facebook. Dans la rubrique « Informations », vous pouvez également indiquer toutes les données de contact pertinentes.

Inscription : 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·rice afin que les utilisateur·rice·s vous trouvent facilement.

La page de l'autrice Julie Muller Volb est un bon exemple. Pour sa photo de profil, elle a choisi une photo « naturelle » et pour sa photo de couverture, ses romans :



Source : <https://www.facebook.com/juliemullervolbauteure>

Astuces BoD

- Les photos, vidéos et jeux concours sont des outils d'interaction primordiaux. En postant des publications intéressantes, 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.
- Veillez à varier régulièrement vos contenus.
- Assurez-vous également de soigner la formulation de vos publications. Rédigez 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 leurs mentions légales.
- Vous pouvez modifier vos posts après coup et à n'importe quel moment. Cliquez sur les trois points en haut à droite de votre post. Vous pouvez modifier la date et le lieu de la publication ainsi que le texte.

Instagram

Instagram est spécialisé dans le partage de contenu visuel et appartient depuis 2012 à Facebook.

- Utilisateur·rice·s : 1,4 milliard d'utilisateurs·rice·s actif·ve·s, dont près de 33 millions en France.
- Groupe cible : les personnes âgées de 18 à 24 ans constituent le groupe d'âge le plus important, suivi des 25-34 ans.
- Avantage : avec ses contenus sous forme d'images, de vidéos ou de gifs, il s'agit d'une plateforme au contenu visuel, faite pour être utilisée sur smartphone plus que sur ordinateur.

Inscription : vous pouvez télécharger cette application soit sur l'App Store, soit sur Google Play.

Après une installation réussie, vous définissez votre nom, attribuez un mot de passe et pouvez rédiger une brève description de vous-même.

Les bonnes pratiques sur Instagram

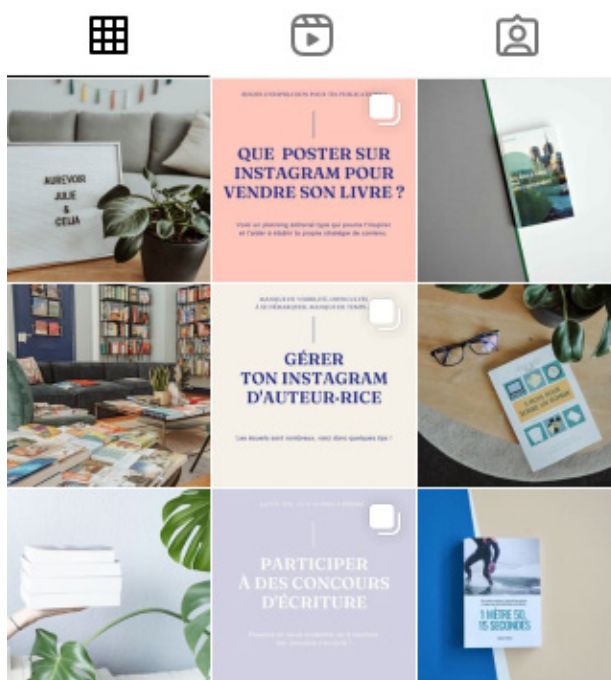
Avec des photos particulièrement attrayantes et uniques, vous pouvez rapidement attirer l'attention sur vous. Pour cela, Instagram vous propose différents filtres (qui permettent de créer certains effets). Selon le filtre, l'effet d'une image peut être modifié de manière étonnante ; on peut choisir entre des filtres chauds avec une douce luminosité et des filtres froids avec de forts contrastes. Légendez votre photo et, si vous le souhaitez, partagez-la sur d'autres réseaux.

BoD
620 Publications 2 604 Abonnés 1 398 Abonnements

BoD France
Produit/service
📖 L'auto-édition facile
🚀 Commercialisation de ton livre papier et ebook
🌟 Impression à partir d'un exemplaire
Site web • Librairie BoD • Blog
www.bod.fr/liste-liens-bod

Abonné(e) Écrire Contact... +

FAQ Conte de Noël Templates Événements



Post

- Image ou vidéo attrayante et accompagnée d'un court texte, qui immortalise un moment de votre journée que vous souhaitez partager avec votre communauté, met en avant un de vos livres ou bien du contenu inspirant – comme par exemple des citations.

Hashtag (#)

- En utilisant le hashtag, vous associez votre post à des mots-clés qui peuvent être utilisés dans le moteur de recherche. Il est caractérisé par le symbole dièse (#). Vous faites ainsi comprendre à vos followers de quoi parle votre post et ils permettent également d'accroître la portée de celui-ci.
- En plus des hashtags, vous pouvez également utiliser la localisation sur Instagram. En effet, vous avez la possibilité d'associer à votre publication le lieu où a été prise la photo. Une recherche par lieu est possible.

Stories

- Partagez votre quotidien via la fonction dite «Story», qui vous permet de publier des photos et des vidéos de 15 secondes, et que vos abonné·e·s peuvent consulter pendant 24 heures avant que le contenu ne disparaisse.
- Aussi, vous pouvez utiliser des outils interactifs (boîte à questions, sondages, quiz...) qui vous permettent de rendre votre communauté active et de faciliter le contact avec vos fans.
- Vous avez la possibilité d'organiser un live avec votre communauté, vous apparaîtrez seul·e à l'écran en direct, à moins que vous n'invitez quelqu'un d'autre à participer. Vos followers pourront poser des questions et réagir dans le chat. Le live apparaît comme une story et les followers sont notifiés quand il commence.

Les contenus vidéos : Reels

- Les Reels sont de courtes vidéos de quelques secondes auxquelles vous pouvez ajouter de la musique.

Astuces BoD

- Utilisez des outils de traitement d'image (comme VSCO, Afterlight, etc.) pour modifier rapidement et facilement vos photos directement sur votre smartphone ou utilisez les filtres prédéfinis de l'application. Il y a différentes possibilités de sélection pour rendre votre image plus froide/plus chaude/plus contrastée et donc plus attrayante.
- Créez des posts personnels qui permettent également de jeter un « coup d'œil en coulisses ».
- Utilisez la plateforme pour des jeux concours et des interactions directes avec vos fans.

Réseau social destiné aux vidéos : Tik Tok

Tik Tok est une application qui propose à ses utilisateur·rice·s, la publication de vidéos courtes, accompagnées de musique. Sa popularité a considérablement augmenté en 2020, pendant le confinement.

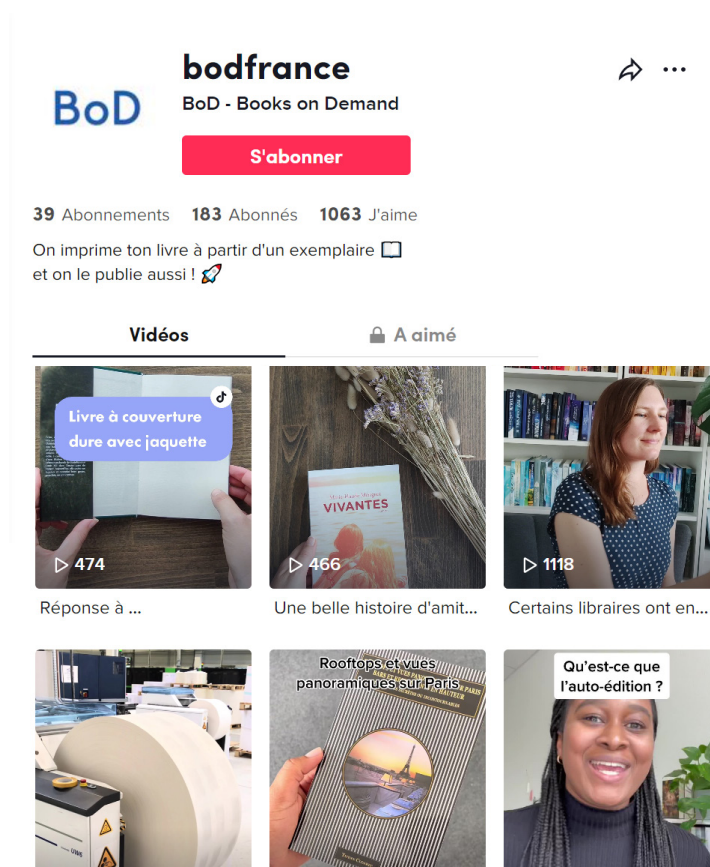
- Utilisateur·rice·s : 1,2 milliard d'utilisateur·rice·s actif·ve·s mensuellement dont 14 millions de Français·e·s.
- Groupe cible : en France, 40 % des visiteurs quotidiens font partie de la tranche d'âge des 15-24 ans.
- Avantage : une plateforme permettant de tourner et de monter des vidéos courtes très facilement, un support très attractif pour toucher la génération Z.

Inscription : vous pouvez télécharger cette application soit sur l'App Store, soit sur Google Play.

Après une installation réussie, vous pouvez vous inscrire et définir votre nom d'utilisateur. Vous pourrez ensuite compléter la partie « bio ».

Astuces BoD

- Choisissez un nom court et facile à retenir ainsi qu'une photo de profil attrayante pour inciter les utilisateur·rice·s à consulter votre profil.
- Utilisez la partie « bio » pour décrire en 80 caractères ce que vous faites et pourquoi les utilisateur·rice·s devraient vous suivre.
- N'hésitez pas à vous inspirer des tendances pour publier du contenu créatif et en lien avec votre cible. Vous pouvez également utiliser les hashtags et les sons les plus en vogue.
- Aussi, il est intéressant de créer plusieurs vidéos courtes sur le même thème pour une publication sous forme de série.



Plateformes de partage de lecture

En plus d'être présent·e sur les réseaux sociaux, nous vous conseillons d'être actif·ve sur les plateformes de partage de lecture et autres sites communautaires de lecteur·rice·s. Ainsi, vous pouvez attirer l'attention sur votre livre, vous informer sur l'activité de vos concurrent·e·s et obtenir des astuces précieuses sur le thème de l'écriture. Voici une petite sélection :

Goodreads

Goodreads est un club de lecture virtuel anglophone avec plus de 90 millions d'utilisateur·rice·s dans le monde. Il fait partie des plus grosses plateformes en ligne au monde où les auteur·rice·s et lecteur·rice·s du monde entier peuvent échanger. Ici, il est question de découvrir, discuter, évaluer et recommander des livres. Avec votre profil Goodreads, vous pouvez, en tant qu'auteur·rice, entrer en contact et échanger directement avec vos lecteur·rice·s. Vous pouvez également garder une belle vue d'ensemble des livres que vous avez déjà lus, de ceux que vous lisez actuellement et de ceux que vous souhaitez encore lire en classant ceux-ci dans des bibliothèques virtuelles. Le «Reading Challenge» est particulièrement apprécié : tous les utilisateur·rice·s se fixent en début d'année un objectif quant au nombre de livres qu'ils·elles souhaitent lire. En indiquant que l'on a terminé de lire un livre, celui-ci est automatiquement comptabilisé pour le challenge.

Babelio

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

Gleeph

Vous trouverez ici des informations sur les maisons d'édition et le marketing du livre et pourrez entrer en contact avec d'autres acteur·rice·s de la branche. Vous pouvez créer des étagères des livres lus, en cours de lecture, etc. et échanger facilement avec les autres utilisateurs sur vos découvertes littéraires.

Booknode

Booknode est un autre site communautaire de lecteur·rice·s intéressant pour vous en tant qu'auteur·rice. Les lecteur·rice·s peuvent critiquer vos livres et les recommander, les placer dans leur bibliothèque virtuelle, et ainsi vous pouvez recevoir des conseils et un retour précieux. Les utilisateur·rice·s aiment Booknode également pour ses quiz, ses challenges littéraires ou encore son forum.

Livraddict

Livraddict est un réseau social où l'on peut échanger sur ses lectures via un forum et découvrir de nouveaux livres.

Wattpad

Sur Wattpad, vous pouvez, en tant qu'auteur·rice, publier votre manuscrit, complet ou non, et le partager avec plus de 30 millions de lecteur·rice·s dans le monde. Pour ce faire, vous créez un profil d'auteur·rice gratuit et téléchargez vos textes sous l'option de menu «Créer». De nombreux·ses auteur·rice·s publient leur histoire un chapitre à la fois, à la manière d'un feuilleton, de sorte que les lecteur·rice·s attendent

avec impatience le prochain chapitre et les suivent durablement. Il est également possible d'écrire l'histoire au fur et à mesure en publiant un chapitre dès qu'il est écrit et de tenir compte des avis des lecteur·rice·s pour inventer la suite. Des citations des histoires Wattpad peuvent être partagées sur d'autres réseaux sociaux et il est possible de commenter au sein de chaque chapitre des passages en particulier.

Outils pour créer et gérer ses publications

Canva

Canva est une application complète qui permet de créer toutes sortes de graphiques. Des posts Instagram aux couvertures Facebook, de nombreux formats sont disponibles. Des millions d'images sont disponibles pour les designs et il est également possible de télécharger ses propres images. Des filtres et des fonctions de retouche photo, des symboles, des formes et des éléments ainsi que des centaines de polices sont disponibles gratuitement. Après un mois d'essai, l'application coûte environ 10 € par mois, mais peut également être utilisée gratuitement dans une version gratuite avec des fonctions limitées.

Later et Hootsuite

Later permet de planifier des publications pour Instagram, Facebook, Twitter et Pinterest et de programmer les posts afin qu'ils soient automatiquement téléchargés. Les stories Instagram peuvent également être planifiées à l'avance avec cet outil. De plus, il est possible d'enregistrer des textes pour les posts et il existe une galerie spécifique pour les images. De la même manière, Hootsuite vous aide dans la gestion de vos réseaux sociaux et dans la planification de vos contenus.

CapCut

CapCut est une application qui vous aide à créer et monter de courtes vidéos rapidement sur téléphone. Il suffit de sélectionner les photos et vidéos que vous souhaitez inclure dans le montage parmi votre galerie. Par la suite, vous pouvez désactiver le son des vidéos importées et le remplacer. Vous pourrez par la suite ajouter des transitions et des effets sur vos vidéos. Simple d'utilisation, CapCut est particulièrement utile pour créer des Reels sur Instagram ainsi que des vidéos sur TikTok.

L'embarras du choix : le bon réseau social

Il n'existe pas de réseau social unique adapté pour un certain type d'auteur·rice. Chaque réseau a des objectifs différents et travaille avec des contenus variés. Ainsi, essayez d'être actif·ve sur les réseaux sociaux ayant le plus d'utilisateur·rice·s, comme Facebook et Instagram, et de communiquer le plus efficacement possible avec votre communauté. Faites attention à l'actualité et créez des échanges sur des sujets qui n'ont pas forcément leur place sur votre site Internet.

Publier les bons contenus sur les réseaux

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

Pour les auteur·rice·s de livres spécialisés : informez les utilisateur·rice·s 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·rice sur différents réseaux sociaux de votre choix. Ainsi vous atteignez des utilisateur·rice·s de plusieurs tranches d'âge. Vous pouvez également créer une page pour vos livres comme pour votre page auteur·rice.
- Soyez actif·ve·s sur Facebook et Instagram. Sur ces réseaux, vous pouvez atteindre des utilisateur·rice·s de tous les âges, hommes et femmes. 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, découvrir les avis de vos lecteur·rice·s sur vos livres et entrer en contact directement avec eux·elles.
- Si vous êtes l'auteur·rice d'un livre spécialisé destiné à des professionnel·le·s, créez-vous un profil sur LinkedIn.
- Un autre outil marketing important : votre page auteur·rice·s 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.

Propositions de contenu pour vos réseaux sociaux

L'écriture

Vous êtes en train de rédiger votre manuscrit et vous aimeriez échanger des idées avec d'autres personnes ? Alors faites-en profiter vos lecteur·rice·s. Montrez-leur des images de votre travail quotidien : par exemple, quel chapitre êtes-vous en train d'écrire ? Êtes-vous en train de créer un personnage ?

En coulisses

Que faites-vous de particulier en tant qu'auteur·rice, quand vous n'écrivez pas de livres ? Avez-vous des passions ? Que faites-vous de votre temps libre ? Il y a toujours quelque chose qui vous rend unique et que les autres vont trouver intéressant. Par exemple, si vous partagez des photos de votre animal de compagnie, vous attirez l'attention de personnes que vous n'auriez peut-être pas découvertes au premier abord.

Extraits du livre

Les citations extraites de votre ouvrage sont très utiles pour donner envie à vos lecteur·rice·s de le lire. Vous pouvez ainsi leur donner un aperçu de votre histoire sans trop en dire. Il existe aujourd'hui de nombreuses applications qui vous permettent de créer de superbes citations. Nous vous recommandons par exemple l'application Canva. En quelques clics, vous pouvez créer votre mise en page personnelle et insérer des graphiques et des polices.

Sondages

Vous avez des doutes sur le nom à donner à votre personnage principal ? Vous hésitez entre deux propositions de couverture ? Dans ce cas, laissez vos potentiel·le·s lecteur·rice·s vous donner leur avis en votant. Vous pouvez aussi les laisser vous proposer des noms qui pourraient correspondre à vos personnages, par exemple. Les sondages sont parfaits pour interagir avec vos followers et donner à votre communauté le sentiment qu'elle participe activement à la création de votre livre.

Révélation de votre couverture

La révélation de votre couverture est parfaite, si vous souhaitez attiser la curiosité de vos lecteur·rice·s sur votre livre ! Vous pourriez dévoiler une partie de votre couverture chaque semaine, avant de la présenter dans son entièreté.

Présentation de vos personnages

À quoi ressemblent vos personnages ? Quelles sont leurs caractéristiques ? Vous pouvez tout à fait partager ce type de contenu sur vos réseaux sociaux.

Événements

Que ce soit une lecture, une participation à un salon, une séance de dédicaces ou bien un atelier d'écriture : tenez vos lecteur·rice·s informé·e·s des événements auxquels vous serez présent·e.

Tirages au sort et jeux concours

Les jeux concours et tirages au sort sont l'une des meilleures occasions de faire connaître votre livre.

Checklist des réseaux sociaux

Choisir la plateforme

- Est-elle adaptée à votre groupe cible ?
- Inscription réussie ?

Planifier son contenu

- Quel contenu pourrait être partagé régulièrement ?
- Votre contenu est-il pertinent pour votre groupe cible ?

Créer des photos

- Une photo et une photo de couverture
- Création / publication régulière d'images pour des plateformes comme Instagram

Se présenter sur la plateforme

- Quelles informations peuvent être publiques ?
- Rédiger un court texte sur vous pour la bio
- Informations sur les projets de livres actuels ou passés
- Renvoyer éventuellement vers d'autres réseaux sociaux

Aller plus loin avec des outils additionnels

- Installer une application de traitement d'images
- Comparer les outils d'analyse
- Installer une application de suivi

Être au point sur le plan juridique

- Vérifier les mentions légales et la protection des données et créer un lien sur tous les canaux

Sources

Les réseaux sociaux en chiffres

<https://www.blogdumoderateur.com/chiffres-cles-internet-reseaux-sociaux-france-2022/>

<https://www.awitec.fr/blog/reseaux-sociaux-en-france-en-usages-chiffres-cles-et-tendances/>

Facebook

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

Instagram

<http://instagram.com/>

<https://ledigitaliseur.fr/reseaux-sociaux/hashtags-instagram/>

Tik Tok

<https://blog.digimind.com/fr/agences/tiktok-chiffres-et-statistiques-france-monde-2020>

<https://www.blogdumoderateur.com/tiktok-conseils-reussir-strategie-social-media/>

<https://www.youtube.com/watch?v=h-SORo4R7QY>

Goodreads

<https://www.goodreads.com/>

www.goodreads.com/about/us

Wattpad

www.wattpad.com/about