

Écrit par merchid.berger@finances.gouv.fr (Merchid BERGER)

Mardi, 24 Septembre 2013 00:00 -

Les entreprises ou institutions qui hésitent à aller vers une présence active sur les réseaux sociaux se posent parfois les questions suivantes :

□ comment savoir si les réseaux sociaux peuvent apporter quelque chose à mon activité professionnelle ?

□ et dans ce cas, sur quel réseau social dois-je prioritairement créer un compte ?

Ne sachant pas par quoi commencer, certains professionnels créent une présence sur Facebook un peu au hasard, en se disant « Allez, ça marche pour les autres, ça doit bien servir à quelque chose ! ». Je vois aussi des entreprises qui estiment que Facebook n'est pas pour elles... et donc qui abandonnent toute idée de présence sur les médias sociaux. C'est dommage car dans les 2 cas, à mon avis, ce n'est pas du tout comme cela qu'il faut raisonner !

Il existe un outil très simple qui peut vous aider à répondre aux questions que vous vous posez : votre site Internet (ou votre blog professionnel, bien sûr).

Et plus précisément : les statistiques de votre site Internet ou blog.

Pourquoi les statistiques de votre site Internet peuvent influencer votre décision de présence sur les réseaux sociaux

Si vous utilisez Google Analytics (je prends cet exemple parce que c'est le plus répandu, mais d'autres outils de statistiques peuvent aussi vous proposer des possibilités similaires), il existe des informations sur les réseaux sociaux que vous aviez peut-être négligé de consulter jusqu'à présent : ce sont les rapports sur les réseaux sociaux. lire la suite

<http://networkedblogs.com/PknS6>

Consultez la source sur Veille info tourisme: [Réseaux sociaux comment votre site Internet peut vous aider à déterminer si vous avez intérêt à « y aller »](#)