

Vous voulez utiliser les médias sociaux pour développer votre entreprise et votre marque, mais vous ne savez pas où commencer?

Voici un guide d'utilisation des médias sociaux pour parler de Shaklee, rejoindre plus de gens et mettre votre entreprise Shaklee en marché. Nous allons survoler les principes de base, les conseils et les meilleures pratiques à observer pour utiliser les médias sociaux à votre bénéfice.

LES PRINCIPES DE BASE (LES 5 P)

1. SOYEZ PROFESSIONNEL.

Bien qu'il soit important de demeurer authentique et avoir du plaisir dans les médias sociaux, n'oubliez pas que vous développez votre marque et vous gérez une entreprise. Alors, comportez-vous de manière professionnelle. Les médias sociaux ne sont pas le lieu pour engager des débats politiques enflammés, publier des sujets controversés, montrer votre petit côté sauvage ni utiliser un langage douteux. Amusez-vous, mettez votre vie en vedette – mais gardez tout bien propre.

2. OFFREZ UNE VALEUR.

Donnez aux gens une raison de vous suivre et cliquer sur votre histoire Instagram^{MD} pour la journée. Assurez-vous toujours d'offrir une valeur à vos adeptes. Que ce soit un bref conseil de santé, une histoire amusante, un moment honnête et authentique, une astuce de beauté ou même une conversation motivante, assurez-vous que ce que vous offrez soit unique et que les gens veuillent revenir vous visiter.

3. PUBLIEZ RÉGULIÈREMENT.

Si vous voulez développer et augmenter votre présence sociale, vous devez afficher des publications régulièrement. Si vous n'affichez qu'une publication par semaine, votre contenu sera enseveli par l'océan de publications sociales qui paraissent chaque jour et les gens ne vous garderont pas en tête de liste. Assurez-vous d'avoir quelque chose à dire presque tous les jours (sinon chaque jour!) Planifiez votre contenu, puis allez sur Instagram Stories pour ajouter plus de contenu improvisé chaque jour.

4. CONNECTEZ-VOUS AVEC LES GENS.

Les médias sociaux ont été conçus pour vous connecter avec les gens. Votre fil de nouvelles devrait être beau et vous devriez toujours y paraître avec votre marque de manière soignée, mais les gens sont à la recherche des VRAIES choses. Par conséquent, sachez connaître votre auditoire et ce qui l'intéresse. Racontez des histoires réelles, soyez honnête, assurez-vous qu'ils se connectent avec vous. Assurez-vous de vous engager. Posez des questions – et répondez-y! Formez des liens individuellement. Votre message pourrait s'adresser à des milliers de personnes, mais vous ne répondez qu'à une personne à la fois – et c'est cela qui est puissant.

5. SOYEZ POSITIF.

Apportez de la lumière au fil de nouvelles de votre auditoire. Publiez du contenu inspirant, faites en sorte que les gens se sentent bien, donnez-leur espoir ou faites-les rire. Tout n'a pas besoin d'être sérieux! Amusez-vous dans les réseaux sociaux et vos adeptes auront du plaisir avec vous.

LES ÉTAPES DU SUCCÈS DANS LES MÉDIAS SOCIAUX



ÉTAPE 1: CRÉEZ UN AGENDA DE CONTENU

Un agenda de contenu vous offre un survol sous forme d'agenda de tout le contenu que vous comptez partager et afficher dans votre blogue ou divers médias sociaux. L'agenda de contenu a pour but de planifier à l'avance pour savoir exactement ce que vous voulez publier chaque jour. Il est fort précieux, car il est visuel et vous pouvez rapidement le survoler pour savoir quel contenu vous afficherez pendant tout le mois.

Vous devriez avoir comme objectif d'afficher au moins cinq publications par semaine. Votre contenu devrait être varié selon les intérêts que vous avez identifiés. Il est important que les gens aiment vos publications et aiment avoir un aperçu de votre vie. Votre contenu devrait être une combinaison de choses auxquelles l'auditoire peut s'identifier pour s'en inspirer et aspirer à plus. Vous ne devriez pas afficher de publications à propos de Shaklee chaque jour!

Créez votre agenda

Pour créer votre agenda de médias sociaux, pensez à ce qui fait que vous êtes VOUS! Qu'est-ce qui compose votre quotidien? Quelles sont vos passions? Vous devrez identifier et ventiler vos sujets personnels pour créer votre agenda de contenu:

Identifiez trois passions

Exemples:

- Santé
- Famille
- Philanthropie

Identifiez trois émotions que vous voulez susciter avec votre contenu

Exemples:

- Bonheur
- Autonomisation
- Authenticité

Identifiez trois passe-temps

Exemples:

- Conditionnement physique
- Cuisine
- Lecture

Lorsque vous aurez identifié vos neuf sujets, vous devez planifier comment les partager pendant le mois. C'est ici que vous pouvez combiner Shaklee à votre contenu! Comment Shaklee s'harmonise à vos passions et passe-temps et la personne que vous êtes? Cela peut se refléter dans votre façon d'alimenter votre conditionnement physique, avec les vitamines que vous donnez à votre famille, les citations motivantes qui résonnent pour vous, une blague amusante à propos des soins de la peau, etc.

Lorsque vous créez votre agenda, assurez-vous de maintenir une bonne combinaison. Ne prévoyez pas une trop grande quantité du même type de contenu de façon consécutive. Au début, une bonne recommandation consiste à combiner quelque chose à propos de Shaklee toutes les sept publications. N'affichez pas de publications à propos de Shaklee chaque jour. Les gens veulent VOUS connaître, pas ce que vous essayez de leur vendre. Affichez du contenu authentique. Lorsque vous aurez établi la confiance auprès de votre auditoire et ce dernier sait qui VOUS êtes, vous pouvez commencer à combiner Shaklee à vos publications davantage. Mais au début, conformez-vous à la « règle aux sept affichages » (Instagram Stories^{MD} est différent et nous nous y attarderons à la page 5).

CONSEILS EN MATIÈRE DE CONTENU:

» Limitez-vous à une ou deux

plateformes si vous en êtes à vos débuts. Choisissez vos préférés et concentrez-y votre énergie. Un objectif réaliste pour les débutants serait d'afficher de 5-7 publications sur Instagram par semaine et de 3-4 publications Facebook^{MD} par semaine.

» La qualité est plus

importante que la quantité, surtout si vous en êtes au tout début du développement de votre auditoire.

» Soyez flexible. La beauté de

planifier à l'avance, c'est que ça vous laisse le temps de permuter des choses sans nuire à la qualité de votre contenu.

ÉTAPE 2: CRÉEZ VOTRE CONTENU EN PENSANT COMME UN ÉDITEUR

Lorsque vous créez un profil et une marque ambitieuse, vous devez paraître comme tel. Votre fil Instagram^{MD} doit être beau et esthétique. Imaginez votre fil comme un magazine duquel vous êtes l'éditeur, qui fait la mise en page pour que tout coule bien.

Vous n'avez pas besoin d'engager un photographe professionnel ni dépendre de stocks d'images. Votre imagerie doit être personnelle et venir de vous! Il vous suffit d'utiliser votre appareil photo de téléphone et d'observer quelques principes de base:

Faites bon usage de la lumière.

Pour optimiser vos images, vous devez comprendre les trois éléments qui affectent la lumière dans votre image.

Lumières artificielles. Si vous êtes à l'intérieur, éteignez les lumières artificielles! Elles créent des problèmes de prédominances chromatiques et des ombres peu flatteuses.

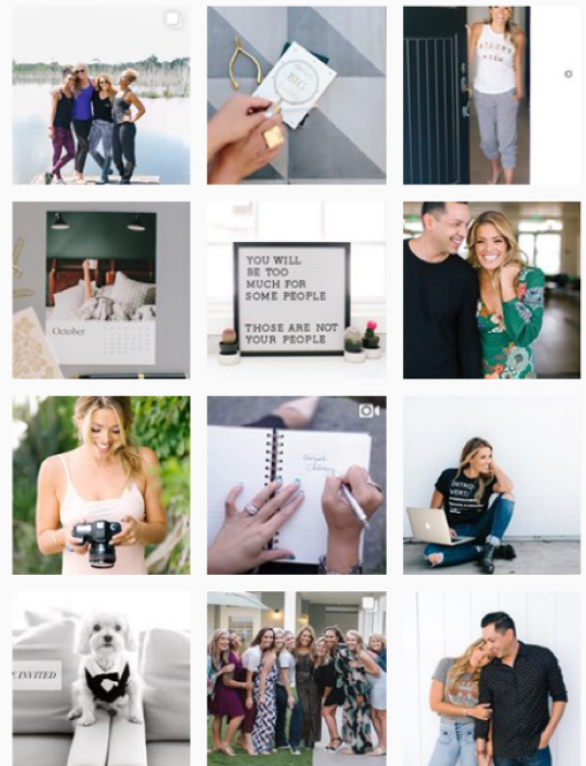
Nuages. Les jours nuageux résultent en lumière uniforme et terne. Ces jours sont idéals pour les photographes inexpérimentés qui peuvent créer de belles images à l'extérieur.

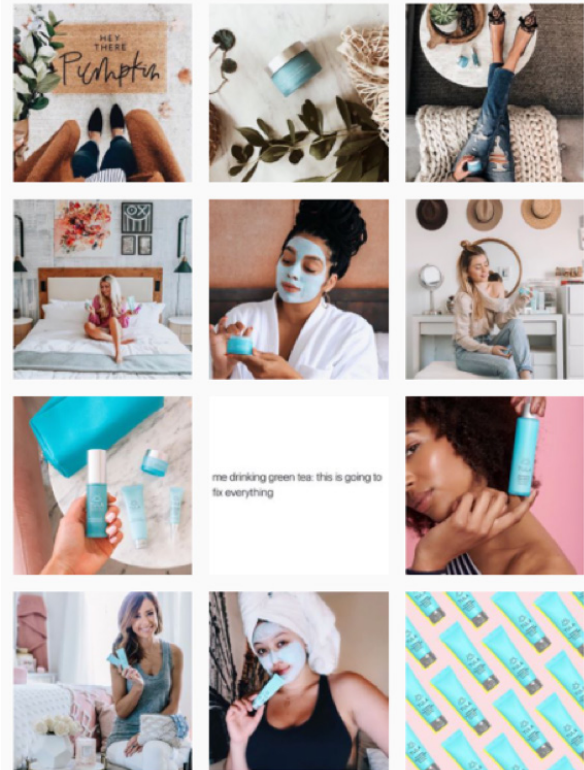
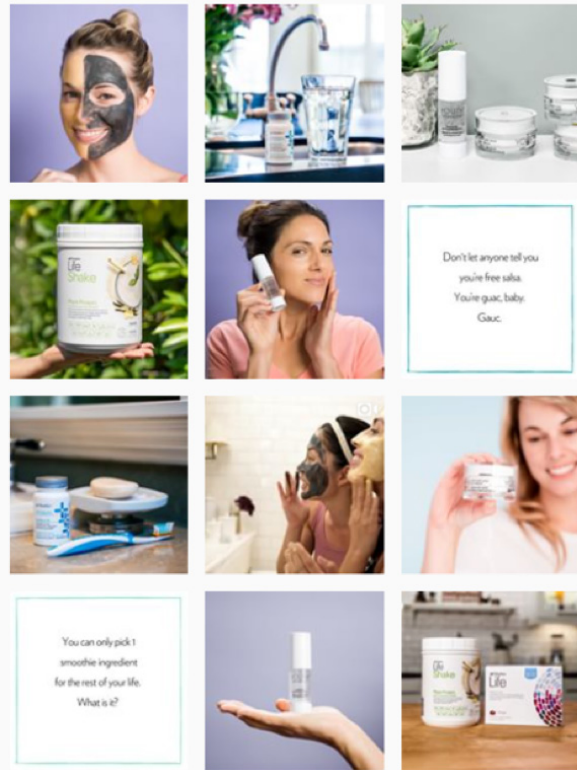
Temps de la journée. Que vous filmiez à l'intérieur ou à l'extérieur, le moment de la journée fait une grosse différence sur l'ambiance de votre image. Si vous filmez en milieu de journée, beaucoup de soleil brillant proviendra de vos fenêtres ou illuminera vos sujets à l'extérieur. La lumière du matin et du soir crée normalement une lumière chaude et douce, typiquement très flatteuse, surtout à l'extérieur.

Surveillez le soleil et pensez à l'ambiance que vous voulez créer pour votre image. Il est difficile de photographier une pièce très ensoleillée, mais la lumière couverte et celle provenant d'une fenêtre située au nord peuvent créer une image de sérénité.

Conservez les mêmes couleurs pour plus de cohésion.

Incluez au moins 2-3 couleurs semblables dans chaque image et essayez d'éviter les tonalités qui ne font pas partie de votre marque. Par exemple, si vous avez des teintes pastel et féminines, une photo vert néon ressortira instantanément et « détruira votre fil » ou, en d'autres mots, attirera l'oeil de l'observateur directement vers cette image. Vous pouvez utiliser l'application Planoly pour vous assurer que les couleurs s'harmonisent et les images coulent avec le reste de votre fil AVANT de publier votre image. L'édition peut aussi jouer un rôle majeur dans la cohésion de votre fil de nouvelles. Si vous utilisez un filtre ou une fonction pré-réglée, utilisez toujours la même et n'essayez pas d'éditer avec un filtre trop puissant. Diminuez l'opacité du filtre ou éditez-le manuellement avec une application telle que VSCOCam, ColorStory ou Afterlight. Voici des exemples de publications ayant une apparence uniforme:





ÉTAPE 3: PUBLIEZ ET ENGAGEZ-VOUS

Il est maintenant temps de publier votre contenu – et le point le plus important à ne pas oublier est que les médias sociaux ne sont pas des canaux de diffusion à sens unique. Vous rejoindrez beaucoup de gens avec chaque publication, mais vous développez des liens en tête-à-tête avec les personnes qui vous suivent parce que ces personnes pensent que vous vous adressez à elles personnellement.

Meilleures pratiques de publication

Images. Nous avons parlé de l'importance de la cohésion et de vous assurer que vos photos soient belles, mais vous devez aussi vous assurer qu'elles conviennent à Instagram. Ne publiez pas de petits tableaux ou diagrammes avec beaucoup de texte. Vos photos sur Instagram doivent être sous forme d'images autant que possible (les graphiques conviennent dans certains cas s'ils sont bien conçus et coulent bien dans votre fil).

Selfies et vidéos. Il est bien de prendre un selfie, faire une vidéo ou afficher une publication avec votre appareil photo, mais il y a certaines choses à prendre en considération. Premièrement, assurez-vous d'avoir une bonne luminosité. Ne filmez ni ne prenez de photos si vous êtes rétroéclairé (c.-à-d., lorsque la lumière vous frappe par derrière). Au besoin, investissez dans un éclairage annulaire pour votre téléphone, car cette technologie vous permettra toujours de paraître à votre meilleur. Soyez aussi conscient de votre entourage; il y a souvent des piles de lessive dans la maison et cela peut paraître désordonné (il n'y a jamais assez d'heures dans une journée!) Alors, quand vous prenez un selfie ou faites une vidéo, assurez-vous que tout est propre et ordonné autour de vous.

Temps de la journée. Chargez vos publications Instagram au moment de la journée où vous aurez le meilleur engagement. Généralement, les gens consultent leur compte Instagram au réveil, à l'heure du lunch, puis plus tard en soirée, lorsque les enfants sont couchés. Vous pouvez faire des tests afin de déceler les meilleurs moments pour afficher vos publications.

Hashtags. Lorsque vous affichez une publication, assurez-vous d'utiliser le hashtag! Le hashtag permet d'ajouter des sujets à chercher. C'est votre objectif: atteindre de nouvelles personnes. Utilisez des hashtags spécifiques à Shaklee tels que #Shaklee, #YOUTHSkinCare ou #Shaklee180, mais utilisez aussi des hashtags qui vous aideront à atteindre de nouvelles personnes à la recherche d'idées pour #SkinHydration ou #HealthyCleanse. Si vous avez plus de 3-4 hashtags dans votre publication, essayez de les séparer du texte de votre publication ou de les inclure dans le premier commentaire de votre publication. Parfois, Instagram contient trop de hashtags, ce qui porte les gens à penser que vous essayez de vendre quelque chose et ils rendent essentiellement votre publication « obscure, » ce qui signifie que la plupart des gens ne la verront pas. Soyez futé avec vos hashtags pour vous assurer d'atteindre des gens.

Légendes. Vos légendes servent à communiquer votre message. Vos photos devraient avoir très peu de texte, alors la légende vous permet de briller avec des mots! Cela ne signifie pas toutefois que vous devez rédiger un essai. Vos légendes doivent être courtes et claires. Les études montrent que les gens sont moins susceptibles de dérouler pour lire toute la légende si elle est trop longue. Si elle est plutôt longue, assurez-vous de mettre les plus importantes informations en premier.

Lien à la biographie. Instagram (comme tout autre canal social), sert à diriger le trafic quelque part – parce que les médias sociaux ne contiennent pas TOUTES les informations. C'est pour cela qu'il est très pratique d'avoir des liens-clés à la biographie de votre profil! Linktree est une excellente ressource à utiliser pour avoir de multiples liens (à votre SWP, votre blogue, Shaklee TV et n'importe quelle autre ressource).

Réceptivité. Vous publiez du contenu et posez des questions pour que les gens s'engagent et vous vous enthousiasmez! Mais attendez! Il est primordial de répondre aux gens lorsque vous vous engagez avec votre contenu ou quelqu'un vous envoie un message direct. Prenez 10 minutes dans la journée pour lire les commentaires, répondre aux questions et faire certains suivis hors ligne. Assurez-vous aussi de vous engager face au contenu des autres. Plus vous donnez d'amour, plus vous en recevez.

Instagram Stories. Instagram Stories est excellent pour vous connecter avec votre auditoire de manière rapide, réelle et authentique. Cela permet à votre contenu d'être plus visible pour votre auditoire, car il paraîtra au début de votre fil. Vous pouvez être plus spontané et partager des parties amusantes ou intéressantes de votre journée. Instagram Stories est idéal pour montrer comment vous vous sentez, montrer votre « réalité » à votre auditoire, faire des tutoriels ou vous adresser à votre auditoire en direct. La beauté, c'est que (à moins de les sauvegarder), vos publications ne durent que 24 heures.

Vous êtes maintenant armé avec les meilleures pratiques et vous êtes prêt à vous asseoir et créer votre agenda de contenu. Nous sommes impatients de vous voir briller dans les médias sociaux et de lire votre excellent contenu!

N'oubliez pas de suivre **ShakleeHQ** dans les médias sociaux!



Toutes les marques de commerce sont la propriété de leur propriétaire respectif.