

Annexe C

PARAMÈTRES LES PLUS UTILISÉS DANS LES MÉDIAS SOCIAUX

Indicateurs	Définition	Paramètres Facebook	Paramètres Twitter	Remarques
Portée	<p>La portée mesure l'étendue d'une conversation dans les médias sociaux, p. ex. la circulation du nom d'un projet dans Internet et le nombre d'internautes qui l'ont vu.</p> <p>Nombre d'utilisateurs uniques (distincts) qui ont regardé du contenu associé à un projet précis au cours d'une période de temps déterminé.</p>	<p>Nombre d'utilisateurs de Facebook ayant été atteints au cours des X derniers jours (ce ne sont pas tous vos abonnés qui regardent toutes vos publications).</p>	<p>Nombre total d'abonnés.</p>	<p>Il est impossible d'analyser des chiffres de cette nature autrement que par la portée « potentielle », car vous n'aurez jamais l'attention de tous simultanément.</p> <p>Il est important d'avoir un vaste auditoire, mais la portée seule ne raconte pas tout. Toutefois, la portée peut devenir significative lorsqu'on la compare à d'autres paramètres (la participation, entre autres).</p>
Sensibilisation	<p>Façon dont les médias sociaux contribuent à faire connaître un projet.</p>	<p>Paramètres de suivi de la sensibilisation à un projet sur Facebook :</p> <ul style="list-style-type: none"> – Mentions – Articles partagés – Nombre de visites à votre plateforme Facebook – Nouveaux « J'aime » et nouveaux abonnés 	<p>Paramètres de suivi de la sensibilisation à un projet sur Twitter :</p> <ul style="list-style-type: none"> – Mentions – Gazouillis partagés – Nombre de visites à votre plateforme Twitter – Mots-clics – Nouveaux abonnés 	

Indicateurs	Définition	Paramètres Facebook	Paramètres Twitter	Remarques
Participation	Le taux de participation montre le pourcentage moyen de votre communauté qui interagit avec vos publications.	Nombre de clics sur « J'aime », de commentaires, d'articles partagés et de mentions que votre projet reçoit pendant une période de temps déterminée.	Nombre de réponses, de gazouillis partagés et de mentions que votre projet reçoit pendant une période de temps déterminée.	
Fidélité	Les mesures de fidélité comprennent le nombre de commentaires et d'interactions, d'inscriptions à des sites ainsi que le nombre d'amis et d'abonnés. À eux seuls, aucun de ces éléments ne montre la fidélité, mais il est possible d'en obtenir un aperçu en les analysant dans leur ensemble.	Nombre de visiteurs de votre plateforme provenant de Facebook étant retournés dans les 30 jours / nombre total de visiteurs de votre plateforme provenant de Facebook.	Nombre de visiteurs de votre plateforme provenant de Twitter étant retournés dans les 30 jours / nombre total de visiteurs de votre plateforme provenant de Twitter.	

Sources :

<http://blog.socialmediahq.com/6-metrics-for-tracking-brand-awareness-on-twitter/>

<http://www.socialmediaexaminer.com/4-ways-measure-social-media-and-its-impact-on-your-brand/>

<http://www.socialmediaexaminer.com/metrics-to-track-your-social-media-efforts/>

<http://www.emarketinglicious.fr/social-media/kpis-analytics-social-media-infographie>

<http://www.emarketer.com/Article.aspx?id=1009357&R=1009357>