GUIDE-CONSEILS

stratégies PME

MÉDIAS SOCIAUX

Voici quelques conseils pour guider votre gestion des médias sociaux avant, pendant et après l'évènement. Notre premier objectif est d'obtenir la plus grande visibilité possible pour nos experts sur les médias sociaux pour cette édition.

NOTRE PUBLIC CIBLE

STRATÉGIES PME s'adresse aux dirigeants de PME en croissance. Nous ne visons pas comme visiteurs les travailleurs autonomes, ni les consultants, ni les entreprises en démarrage. Il est donc important que vos messages sur les médias sociaux s'adressent de manière concise aux dirigeants de PME en croissance pour maximiser leur impact auprès de nos visiteurs.

LE TON STRATÉGIES PME

Puisque plus de 500 experts publient au nom de Stratégies PME, il est important de conserver une voix cohérente sur les médias sociaux. Notre ton se veut professionnel, accessible et dynamique, et s'adresse toujours directement au dirigeant en le vouvoyant. Voici quelques formulations types que vous pouvez reprendre ou adapter dans vos publications :

1. « 500 experts et 130 conférences pour accélérer votre croissance. »
2. « Des réponses concrètes aux défis que vivent les dirigeants de PME en croissance. »
3. « Un rendez-vous incontournable pour les dirigeants qui veulent faire grandir leur entreprise. »

NOS MÉDIAS SOCIAUX

- **LinkedIn : https://www.linkedin.com/company/strategiespme**
- **Instagram : @strategiespme**
- **X : @StrategiesPME.**
- **Facebook: https://www.facebook.com/EvenementStrategiesPME**

LinkedIn demeure votre plateforme prioritaire : notre public cible, soit des dirigeants de PME de 30 à 59 ans, s'y trouve d'abord. Utilisez Instagram en soutien, pour l'ambiance et les coulisses de votre présence, et considérez X comme un complément mineur à votre stratégie.

D'UNE SIMPLE PRÉSENCE À UNE VÉRITABLE CAMPAGNE DE CONTENU

Les conseils qui suivent visent à faire évoluer votre présence sur les médias sociaux d'une simple annonce de participation vers une véritable campagne de contenu B2B autour de Stratégies PME.

Publiez de la valeur, pas seulement votre présence

Chaque publication devrait donner un aperçu de ce que le dirigeant gagnera à vous rencontrer : un problème, une erreur fréquente, un conseil, une statistique, une question ou un apprentissage. Parlez directement aux préoccupations du dirigeant de PME, plutôt qu'aux seules caractéristiques de votre entreprise.

Créez une mini-campagne avant, pendant et après l'évènement

Planifiez une séquence simple : annonce de votre participation, enjeu traité, conseil ou statistique, coulisses de votre préparation, présence et conférence, puis apprentissages et suivi après l'évènement.

Exploitez les profils personnels LinkedIn

Encouragez vos experts, dirigeants et conférenciers à publier à partir de leurs profils personnels, en complément de la page de votre entreprise. Le contenu gagne ainsi en incarnation et en crédibilité.

Mobilisez vos employés et collaborateurs

Invitez les membres de votre organisation à commenter ou à repartager naturellement les contenus pertinents afin d'amplifier votre portée organique, sans messages copiés-collés.

INFORMATIONS UTILES SUR L'ÉVÈNEMENT

- L'évènement au Québec rassemblant le plus grand nombre de dirigeants de PME et d'experts en un seul endroit. Plus de 6 000 visiteurs, dont 89 % sont des dirigeants de PME.
- Nous offrons 130 conférences et plus de 500 experts sont sur place.
- Les conférences sont d'une durée de 30 minutes et les experts qui ont un espace-conseils sont disponibles, en tout temps, durant les deux jours de l'évènement.
- Les dirigeants présents ont une moyenne d'années d'existence en affaires de 17 ans.

LOGO ET VISUEL DE PROMOTION SUR L'ÉVÈNEMENT

Vous pouvez télécharger nos logos ainsi que des visuels de promotion sur notre site Internet. Libre à vous de les utiliser dans vos publications concernant votre présence à l'évènement.
https://www.strategiespme.com/visuels-pour-medias-sociaux/

CAPTATION VIDÉO PROFESSIONNELLE DE VOTRE CONFÉRENCE

***NOUVEAUTÉ CETTE ANNÉE — Captation vidéo de votre conférence**

Afin d'assurer une qualité uniforme des captations et de protéger les droits liés aux présentations, aucune captation vidéo de votre conférence ne sera permise, sauf si celle-ci est réalisée par notre vidéaste officiel. Si vous souhaitez obtenir une captation professionnelle de votre présentation, incluant le montage vidéo professionnel, vous pouvez en faire l'achat directement dans le formulaire de visibilité supplémentaire. La vidéo finale vous sera transmise à la suite de l'événement. Stratégies PME se réserve également le droit d'utiliser certains extraits de cette captation à des fins de promotion et de marketing de l'événement et de ses activités.

CONSENTEMENT ET DROIT À L'IMAGE

Les photos et vidéos prises à votre kiosque et dans les salles de conférence sont une excellente source de contenu. Toutefois, il est important de respecter le droit à la vie privée et à l'image des personnes qui y apparaissent. Au Québec, différentes règles encadrent la collecte, l'utilisation et la diffusion d'images permettant d'identifier une personne. Privilégiez donc les plans d'ambiance plutôt que les gros plans de personnes identifiables, et assurez-vous d'obtenir leur consentement lorsque requis avant de publier ou de diffuser ces images. Chaque exposant demeure responsable de ses propres publications et du respect des règles applicables à cet égard.

INDICATIONS

Veuillez utiliser le mot-clic #STRATEGIESPME le plus souvent possible afin de créer des conversations groupées autour de l'évènement sur les médias sociaux.

AVANT L'ÉVÈNEMENT

Préparez votre contenu avant l'évènement
Préparez à l'avance vos textes, visuels, horaires, liens et rappels. Une fois sur place, votre équipe pourra alors se concentrer sur les éléments authentiques et spontanés plutôt que sur la rédaction de publications.

Désignez un responsable du contenu
Identifiez une personne chargée de documenter votre présence : photos, courtes vidéos, publications et interactions. Sans responsable clair, la création de contenu est souvent négligée pendant l'évènement.

Publiez votre présence à Stratégies PME sur vos différentes plateformes
Vous pouvez aussi annoncer votre titre de conférence, la date, l'heure et la salle de cette dernière, s'il y a lieu. Il est important de bien mentionner (« taguer ») notre compte : X (@StrategiesPME), Instagram / Facebook (@StrategiesPME), LinkedIn (@StrategiesPME).

Mettez de l'avant votre disponibilité à l'espace-conseils
Au cours des deux jours de l'évènement, mettez de l'avant que vous êtes disponible pour répondre à toutes les questions des dirigeants de PME à l'intérieur de votre espace-conseils. Abordez les expertises que vous couvrez ainsi que les questions auxquelles vous pouvez répondre.

Publiez notre vidéo promotionnelle
Publiez sur vos médias sociaux notre vidéo promotionnelle, disponible sur https://youtu.be/OKkxVo1OqoU?si=6cdl0CMa1ajf0Xdz.

Utilisez des mots-clés reliés à votre message
Utilisez des mots-clés reliés au sujet de votre message dans vos publications afin d'aller chercher le plus d'engagement possible, par exemple #PME, #marketing, #finance. L'utilisation d'un hashtag augmente les chances que votre publication apparaisse dans une recherche. Toutefois, veuillez ne pas en abuser : limitez-vous à deux au maximum, une publication contenant trop de hashtags pouvant s'apparenter à du spam.

Publiez de nouveau nos publications sur vos comptes
Nous ferons de même avec vos publications afin d'aller chercher le plus grand nombre de vues sur le contenu concernant l'évènement.

Posez des questions ouvertes
Par exemple : « Quelle est votre plus grande préoccupation en tant que dirigeant.e de PME? »

AVANT L'ÉVÈNEMENT

Piquez la curiosité des gens en publiant le sujet de votre conférence sur vos différents médias sociaux.

Publiez des raisons concrètes d'assister à Stratégies PME

Par exemple : connaître les réponses concrètes à vos préoccupations, poursuivre le développement de vos compétences de dirigeant.e, découvrir des stratégies potentielles pour l'année à venir, ou connaître les experts se démarquant auprès des PME.

Ajoutez une photo à chacune de vos publications

Une publication avec photo attire davantage l'œil et suscite plus d'engagement. Vous trouverez diverses photos de l'évènement disponibles sur notre site Internet.

Respectez les règles entourant les billets de faveur

Il est interdit de faire des concours, des tirages ou toute autre stratégie de distribution de masse avec les billets de faveur que vous avez reçus (par exemple une annonce générale sur votre infolettre ou vos médias sociaux). Nous vous suggérons plutôt de contacter directement vos clients et prospects de PME pour leur offrir ces billets. Rappelez-vous que l'évènement s'adresse uniquement aux dirigeants de PME, et non aux travailleurs autonomes, aux consultants ou aux entreprises en démarrage.

Invitez vos clients et prospects à suivre nos pages

Invitez vos clients et prospects de PME ayant reçu un billet de faveur à suivre les pages de Stratégies PME ainsi que vos médias sociaux pour s'informer des derniers développements.

Partagez les coulisses de votre préparation

Prenez des photos de votre équipe pendant la journée de montage pour montrer les coulisses de votre préparation. Profitez-en aussi pour utiliser le Photobooth de l'évènement avant l'arrivée des visiteurs afin de créer du contenu original pour vos réseaux sociaux.

Utilisez des appels à l'action précis

Incitez les visiteurs à venir à votre espace-conseils en leur dévoilant ce qui les attend : une démonstration en direct, un tirage exclusif, le lancement d'un produit ou un diagnostic gratuit sur place. Plus largement, certaines de vos publications devraient toujours conduire à une action claire : venir à votre espace-conseils, assister à votre conférence, poser une question ou réserver un moment de discussion.

Générez des rendez-vous avant l'évènement

Une à deux semaines avant l'évènement, proposez aux contacts qui seront présents de réserver un moment précis avec vous. Vos médias sociaux deviennent alors un véritable outil de développement d'affaires, et non seulement un outil de visibilité.

PENDANT L'ÉVÈNEMENT

Publiez dès l'ouverture le matin même

Partagez une photo ou une courte vidéo de votre équipe à votre espace-conseils pour inviter les visiteurs présents sur place à venir vous rencontrer.

Publiez le plus souvent possible pour annoncer votre présence

Partagez des photos de votre espace-conseils, invitez les gens à venir vous visiter pour découvrir votre expertise et vos services. Présentez votre équipe présente à votre espace-conseils. Rappelez l'horaire de votre conférence 1 à 2 heures avant sa tenue sur vos réseaux sociaux en précisant le titre, l'heure et le nom de la salle. Publiez ensuite une photo de la salle remplie pour mettre en valeur l'engouement suscité par votre présentation.

Surveillez vos pages et le mot-clic #strategiespme

Plusieurs visiteurs publient leurs impressions de l'évènement directement en ligne. Vous pourrez répondre en temps réel à leurs questionnements et leurs commentaires. N'hésitez pas à prendre part aux conversations concernant l'évènement. Lorsque vous répondez à un visiteur, il est important de personnaliser chaque message.

Privilégiez les formats courts et vivants

Utilisez les Stories (LinkedIn, Instagram, Facebook) pour partager l'ambiance de l'évènement, les coulisses ou les échanges à votre espace-conseils.

Filmez des capsules verticales courtes à votre kiosque

Profitez de l'évènement pour enregistrer, à votre kiosque, des réponses de 15 à 60 secondes à des questions simples : une tendance, une erreur fréquente, un conseil, la question que vous recevez le plus souvent ou une observation du jour. Cette pratique est distincte de la captation vidéo professionnelle de votre conférence, réservée à notre vidéaste officiel.

Créez du contenu avec d'autres experts

Profitez de la concentration d'experts sur place pour réaliser de courtes capsules ou des échanges croisés avec des expertises complémentaires, et pour bénéficier de vos audiences respectives. Identifiez-vous mutuellement et commentez les publications des exposants voisins ou des conférenciers d'expertises complémentaires : cet engagement croisé augmente la portée algorithmique de toutes les parties en même temps, un levier gratuit propre à un évènement rassemblant 500 experts.

APRÈS L'ÉVÈNEMENT

Remerciez les gens d'être venus
Remerciez les gens d'être venus à l'évènement sur vos médias sociaux.

Vérifiez vos messages
Vérifiez vos messages sur X, Facebook et LinkedIn, car certains visiteurs pourraient communiquer avec vous directement sur ces plateformes.

Publiez vos apprentissages plutôt que seulement vos photos
Partagez un compte-rendu de l'évènement à travers vos médias sociaux, mais privilégiez des publications qui présentent vos apprentissages plutôt qu'un simple message de remerciement : par exemple, « Voici les trois préoccupations qui sont revenues le plus souvent chez les dirigeants rencontrés. »

Transformez les questions du kiosque en banque de contenu
Notez les questions fréquemment posées à votre espace-conseils : une question récurrente constitue un excellent signal de sujet pour une future publication ou capsule.

Transformez votre conférence en plusieurs contenus
Une conférence de 30 minutes peut alimenter plusieurs publications LinkedIn, capsules vidéo, carrousels ou articles, avec l'extrait obtenu grâce à la captation vidéo de notre fournisseur officiel. L'objectif est d'étendre la valeur de votre conférence bien après l'évènement. * Captation possible uniquement en visibilité supplémentaire avec notre vidéaste officiel.

Ajoutez sur LinkedIn les personnes rencontrées
Ajoutez sur LinkedIn les personnes rencontrées à votre espace-conseils dans les 48 heures suivant l'évènement. Cela vous permettra de garder contact avec elles et de faciliter vos suivis.

BONNES PRATIQUES GÉNÉRALES

Suivez un calendrier de publication

Plutôt que la seule consigne de « publier le plus souvent possible », suivez un calendrier simple : J-30, J-14, J-7, J-2, puis le jour même.

Privilégiez la vidéo native

Publiez vos vidéos directement sur la plateforme (vidéo native) plutôt que par un lien externe, par exemple vers YouTube : elles obtiennent généralement une bien meilleure portée.

Répondez calmement aux commentaires négatifs

Répondez publiquement, de façon brève et professionnelle, puis proposez de poursuivre la discussion en privé pour résoudre la situation.

Mesurez vos résultats après l'évènement

Prenez le temps d'évaluer la portée, les clics et les mentions obtenues, en fonction de votre objectif d'affaires initial.

Respectez les formats techniques recommandés

Utilisez un format vertical (9:16) pour les Stories et les Reels, et un format carré ou horizontal pour vos publications LinkedIn.

À ÉVITER !

Pour conserver une image professionnelle, évitez les erreurs suivantes :

1. **Publier le même contenu partout, sans l'adapter à chaque plateforme.**
2. **Publier des contenus uniquement promotionnels.**
3. **Publier des photos sans contexte.**
4. **Abuser du « tagging » (sur-tagging).**
5. **Cesser de publier après l'évènement.**
6. **Créer du contenu au détriment des visiteurs présents à votre kiosque.**

www.strategiespme.com
service@groupe-lgx.com
450 403-3444

Céduler une rencontre

PROPULSÉ PAR LE GROUPE

LGX