

Introduction

L'histoire de ce livre a commencé début 2022. Ma copine Virginie voulait me voir de toute urgence. Elle est responsable de communication de produits alimentaires et elle avait besoin d'un community manager pour gérer les pages *social media* de son entreprise. Elle avait déjà reçu des devis et elle me proposait de travailler avec elle. Je l'ai invitée à déjeuner dans un restaurant réunionnais sur le port de Toulon – j'adore ! À la fin du repas elle m'avait exprimé son besoin. Je lui ai répondu que je pouvais lui faire une proposition tarifaire. Je lui ai alors demandé quels étaient les tarifs qu'elle avait déjà reçus, espérant profiter de ma situation de « copine officielle » pour connaître ces informations ô combien importantes pour se positionner au mieux.

« Entre 80 et 1 200 euros par mois » m'a-t-elle répondu.

Là, douche froide. Autant d'écart entre les propositions...

Contrairement à ce que vous pensez sûrement, ce ne sont pas les 1 200 euros qui me choquaient, parce qu'en fonction du travail proposé cela pouvait coller : s'il était complet et très bien fait alors pourquoi pas (même si le tarif de la prestation semblait élevé). Le plus étonnant, c'était plutôt les 80 euros.

« Mais 80 euros... Virginie, ce n'est même pas une heure de travail, comment peut-on gérer des réseaux sociaux de façon efficiente pour ce tarif mensuel ? »

Elle m'a regardé avec ses yeux ronds. Je lui ai alors demandé : « Quels sont tes objectifs exactement ? » Elle m'a répondu qu'elle ne les avait pas encore définis.

« Mais... tu as reçu des devis pour des prestations et aucun prestataire ne t'a demandé tes objectifs ? »

Eh bien non, les tarifs ont été proposés à l'aveugle, sans savoir ce que l'entreprise de Virginie voulait réellement faire.

Voilà, c'était décidé dès le chemin du retour, j'allais rédiger un ouvrage pour éclairer les professionnels comme Virginie qui, face aux nombreuses offres du marché, rencontraient des difficultés à choisir un prestataire, du moins un prestataire professionnel.

Parce que, en effet, un prestataire qui vous fait une offre sans connaître vos objectifs commet une erreur dont vous paierez les conséquences !

Ce livre a été rédigé pour vous informer, pour vous permettre de faire les meilleurs choix et évincer les prestataires incompetents. Gérer les réseaux sociaux n'est pas une chose facile, ce n'est pas un travail à donner à un jeune juste parce qu'il est jeune et qu'il sait publier du contenu sur Instagram (ce sont des arguments que j'ai souvent entendus). Manager des réseaux sociaux c'est un vrai travail qui répond à des enjeux et des objectifs, ce sont des statistiques à analyser, des cibles à comprendre, une ligne éditoriale à connaître. Publier pour publier ne sert à rien, c'est même contre-productif, ça vous dessert : vous perdez de l'argent !

Alors je vais essayer de vous donner des billes pour avancer et commettre le moins d'erreurs possible, pour vous accompagner dans le choix de vos prestataires, vous guider dans votre prise en charge des réseaux sociaux, comprendre

les comportements des utilisateurs, analyser les statistiques, réaliser des campagnes publicitaires efficaces, communiquer de façon optimisée... Bref, je vais vous permettre d'utiliser ce canal de communication incroyable et tellement performant que toutes les marques y sont présentes.