channable

8 clés pour réussir sa stratégie social commerce

Hybridation naturelle entre les réseaux sociaux et l'e-commerce, le social commerce s'impose dans les mix-marketing, à raison : en 2020, ce marché a crû de 38% outre-Atlantique. Révélateur, le hashtag #tiktokmademebuyit compte 2,3 milliards de vues, comme l'indique Channable dans un livre blanc sur l'essor du s-commerce dont voici 8 enseignements clés.

Comment vendre directement sur les réseaux sociaux ?

C'est à cette question que répond le benchmark réalisé par Channable : "Le Social Commerce en 2022 - Tout ce dont vous avez besoin pour booster vos conversions".

2020

26,77 milliards de $

C'est **le poid du marché du social commerce aux États-Unis** en 2020. (selon les données d'eMarketer.com)

2023

50 milliards de $

Le marché sera **en hausse de 38%** en 2023

2025

80 milliards de $

Le marché pourrait **dépasser les 80 milliards en 2025**

97 %

C'est le pourcentage des membres de la GenZ qui font des réseaux sociaux leur source d'inspiration n°1 pour le shopping.

Au global, un tiers des internautes vont sur les réseaux sociaux pour se renseigner sur des produits ou des marques qui les intéressent.

C'est le montant que conseille de dépenser Gary Vaynerchuck, CEO de l'agence Vayner Media, pour promouvoir vos contenus et construire une communauté :

"Dépensez 1,8 dollar par jour, deux centimes à la fois, pour neuf posts, le tout sur dix hashtags différents. Et cela tous les jours !"

1,8 $

31 ans

C'est l'âge médian de la cible publicitaire sur Facebook, qui reste incontournable avec ces centaines de millions d'utilisateurs de tous les âges. En moyenne, **ils y passent 33 minutes chaque jour,** et l'offre marketplace attire un milliard d'utilisateurs actifs mensuels !

44%

C'est la part des utilisateurs sondés par Instagram qui déclarent se rendre chaque semaine sur la plateforme pour réaliser des achats ! Live stream, boutique intégrée ou Reels... La plateforme offre de nombreuses fonctionnalités pour améliorer la conversion des marques.

x3

C'est la hausse du nombre de conversions observées sur les annonces Pinterest par rapport aux annonces des autres réseaux sociaux. Si les utilisateurs de Pinterest ne sont pas les plus assidus - seulement 7,3% d'entre eux la consultent fréquemment -, **ils y dépensent deux fois plus tous les mois que sur les autres réseaux.**

250 millions

c'est le nombre de personnes qui utilisent chaque jour les filtres en réalité augmentée de Snapchat. Connue pour ses innovations rapidement copiées par la concurrence, Snapchat se distingue ainsi de TikTok auprès des plus jeunes utilisateurs, les moins de 35 ans représentant les deux tiers de son audience.

10,85 minutes

C'est le temps moyen d'une session d'utilisation de TikTok, grand gagnant de ces derniers mois. L'application compte **1 milliard d'utilisateurs actifs tous les mois, pour une hausse de 77% des dépenses observées sur la plateforme en 2021.** En témoigne le hashtag #tiktokmademebuyit, qui compte 2,3 milliards de vues.

Facebook, Instagram, Snapchat, TikTok et consort... Face à la multiplication des réseaux, **difficile de gérer manuellement les informations produits diffusées sur chaque plateforme, et de développer une stratégie s-commerce efficace. Channable est un spécialiste de la gestion et de l'automatisation des flux d'informations produits**, dont l'outil permet de diffuser votre catalogue sur plus de 2500 canaux différents, en générant notamment des annonces dynamiques sur les réseaux sociaux permettant d'augmenter vos ventes ou le trafic vers vos boutiques physiques et digitales. **Pour en apprendre plus sur la façon d'optimiser votre stratégie social commerce**, n'hésitez pas à consulter le livre blanc "Le Social Commerce en 2022 - Tout ce dont vous avez besoin pour booster vos conversions".

Une infographie réalisée par :
WE FACTORY&co