

NEWSJACKING : QUÉSACO ?

Le « Newsjacking » est une pratique marketing qui consiste à déclencher rapidement une campagne publicitaire ou sociale destinée à rebondir sur un évènement ou un contexte médiatisé. Elle demande néanmoins beaucoup de préparation et de dextérité.

QUEL INTÉRÊT ?

Outre le fait de s'appuyer sur la notoriété d'un évènement ou d'une marque qui cartonne pour propulser la vôtre, cette technique peut aussi donner un coup de jeune à votre image. Le but : promouvoir ses produits et services rapidement et générer le plus de réactions, afin d'atteindre une amplification considérable de la visibilité sur les réseaux.

Par ailleurs, toutes les communautés ne réagissent pas de la même manière face aux stratégies mises en œuvre par les marques. Ainsi, il ne faut pas oublier l'importance ici de créer une relation de proximité avec sa communauté.

ATTENTION : ÇA NE S'IMPROVISE PAS

Voici THE recette du parfait Newsjacking :

1 - Soyez à l'affut des actualités. Quel Community Manager ne passe pas des heures à stalker les informations croustillantes ? Sans veille constante, bye-bye le buzz de l'année !

2 - Montrez-vous créatif et original. Pas la peine de copier sur le voisin, si vous êtes vif et imaginatif : c'est dans la poche.

3 - L'humour. Fuyez les posts formels et déprimants, on veut RIRE ou du moins sourire. N'ayez pas peur de sortir les jeux de mots et les montages photos !

UN BAD BUZZ EST SI VITE ARRIVÉ...

Évitez les sujets qui fâchent : politique, catastrophe, opinions tranchés, sujet à débat...

Vous risqueriez de vous mettre à dos une partie de votre communauté et tomber dans la polémique. Face à tant d'informations, il faut savoir faire le bon choix pour éviter le fail. Malgré le succès grandissant de ce moyen de communication, il n'en reste pas moins complexe...

« Mais quand il n'y a aucun buzz intéressant, que c'est le calme plat, comment fait-on ? » me diriez-vous.

Les « marronniers », à savoir les événements récurrents ou à faible ampleur, peuvent également servir au Newsjacking. C'est ici que les jeux de mots et tournures de phrases prennent toute leur importance. Enfin, ne bâclez pas votre publication pour être plus rapide que les concurrents, ça pourrait vous coûter cher.

LA SÉLECTION



DES PAILLETTES DANS LA COM' KEVIN...

Qui ne connaît pas la vidéo d'Inès Reg qui veut "des paillettes dans sa vie" ? Personne. En quelques heures, la vidéo a atteint plus de 6 millions de vues sur Facebook et 1,7 million sur Instagram. Devenue un phénomène sur le web, McDonald's n'a pas hésité à rebondir sur plusieurs de ses réseaux sociaux pour faire le buzz. On ne peut pas leur en vouloir, ça marche !

BIEN JOUÉ PEPSI !

Impossible que vous soyez passé à côté de l'engouement provoqué par le cliché d'un trou noir. Si c'est le cas, pas de problème on va vous expliquer. Dernièrement, une collaboration internationale d'astronomes a révélé la toute première photographie d'un trou noir. Une prouesse qui fait l'objet de nombreux détournements sur les réseaux. Avec beaucoup d'ingéniosité, Pepsi a tout de suite su tirer parti de ce buzz : « Qu'y a-t-il de l'autre côté d'un #BlackHole ? Toute la saveur. Zéro le sucre. #science »



« JE VOUDRAIS UN BONHOMME DE NEIGE... »

La toile vit une nouvelle vague de froid avec Monoprix qui rebondit sur la sortie au cinéma du film d'animation Disney La Reine des Neiges 2, une suite très attendue du public. Entre humour, jeu de mot et référence au film, la marque manie à la perfection le Newsjacking. En effet, Monoprix utilise régulièrement cette technique.

9:25 AM · 20 nov. 2019 · Twitter Ads Composer

33 Retweets 272 J'aime