



Identifier les médias sociaux et les meilleures pratiques pour rejoindre la Gen Z en 2023

Laure Pettigrew

13 juin 2023

Qui
suis-je?





Présenté par  **Desjardins**^{MD}



**ÉCOLE DES
ENTREPRENEURS
DU QUÉBEC**



ASSOCIATION QUÉBÉCOISE
DES TECHNOLOGIES

Plateforme

mon commerce en ligne

CATALOGUE MEGAN STANLEY

TABLEAU DE BORD

Mon profil Compléter +

PYRAMIDE DE LA MATURITÉ NUMÉRIQUE

MAXIMISER MON COMMERCE EN LIGNE

68% FIDÉLISATION

PROPULSER MON COMMERCE EN LIGNE

60% PUBLICITÉ EN LIGNE 66% ANALYSE DE DONNÉES 33% CYBER-SÉCURITÉ

LES BASES DU NUMÉRIQUE

50% STRATÉGIE MARKETING 100% SITE WEB 50% E-COMMERCE LOGISTIQUE 50% MÉDIAS SOCIAUX 50% RÉF. NATUREL

Mon agenda

Février 2022

Aujourd'hui
15 février 2022

Vous n'avez rien à l'horaire pour aujourd'hui



mon commerce en ligne

CATALOGUE MEGAN STANLEY

TABLEAU DE BORD

MES FORMATIONS

ACCOMPAGNEMENT

Outils

Contact

© Propriété par l'Association québécoise des technologues et l'École des entrepreneurs du Québec
Version 03.0 - 1/16/2020

ACCOMPAGNEMENT

Heures disponibles

COACHING D'AFFAIRES

Disponible jusqu'à 27 février 2021

3 heures¹ de complétées sur 4h

Rendez-vous

Aucun Rendez-vous

Mes accompagnateurs

Laure Pettigrew
Coach d'affaires
CONTACTER

Jan Brunshwig
Transformation numérique
CONTACTER

Plan de rencontre

* Ce plan de rencontre est à titre indicatif, veuillez vous référer à votre coach pour faire des modifications

Sujets	Catégories	Objectifs	Heures recommandées	Coach	Réservation
1	Diagnostic d'affaires	Retenir les enjeux d'affaires en vue de la transformation numérique	1h 00m	Laure Pettigrew	
2	Diagnostic numérique	Évaluation de l'environnement numérique et des besoins de transformation	1h 00m	Jan Brunshwig	
3	Modèle d'affaires	Travailler le Business Model Canvas de la boutique en ligne	1h 00m	Laure Pettigrew	
4	Planification stratégique	Définir la planification stratégique de 2022 en intégrant les actions marketing numérique établies	1h 00m	Laure Pettigrew	
5	Plan d'action numérique	Planifier ses ressources et ses actions	1h 00m	Patricia Marcotte	

Partage de fichiers

TRIER PAR Plus récent

	ajecithmefacebook.jpg (80 ko)	26 janvier 2022	Megan Stanley
	choisirplateforme.jpg (69 ko)	26 janvier 2022	Megan Stanley

© Propriété par l'Association québécoise des technologues et l'École des entrepreneurs du Québec
Version 03.0 - 1/16/2020

Mon commerce en ligne

Produits disponibles

 Formations en ligne \$99.00 <ul style="list-style-type: none">✓ Diagnostic numérique abrégé✓ Accès illimité à plus de 100 heures de formations en ligne✓ Des formations accessibles en tout temps selon vos disponibilités	 Accompagnement express \$199.00 <ul style="list-style-type: none">✓ Diagnostic numérique abrégé✓ Accès illimité à plus de 100 heures de formations en ligne✓ 90 minutes d'accompagnement avec un.e spécialiste du numérique sur des sujets précis✓ Pour développer des connaissances spécifiques et résoudre une situation particulière rapidement	 Accompagnement complet \$750.00 <ul style="list-style-type: none">✓ Diagnostic complet pour établir votre plan d'action✓ Accès illimité à plus de 100 heures de formations en ligne✓ 4 heures d'accompagnement avec un.e spécialiste en affaires✓ 10 heures d'accompagnement avec un.e expert.e du numérique
---	---	--

50% de rabais aux membres Desjardins

GRATUIT avec le PCAN

50% de rabais aux membres Desjardins

Objectifs

Identifier les médias sociaux et les meilleures pratiques de contenu pour rejoindre la Gen Z.

01 Dresser un portrait de la Génération Z

02 Identifier les médias sociaux les plus pertinents.

03 Déterminer les meilleures pratiques pour chaque média.

Attention! 😊

Portrait de la Gen Z



Né entre 1997 et 2012
Âgé entre 11 ans et 26 ans

Portrait de la Gen Z



Équilibre

Recherche un environnement de travail à la fois stimulant, équilibré et passionnant

Anxieuse

Génération anxieuse. Axé sur les tendances, la preuve sociale et FOMO.

Plaisir

Axé sur la récompense, le fun et le divertissement.



Connectée

Première génération constamment connectée avec Internet et la technologie. Utilise le digital dans la plupart des sphères de leur vie.



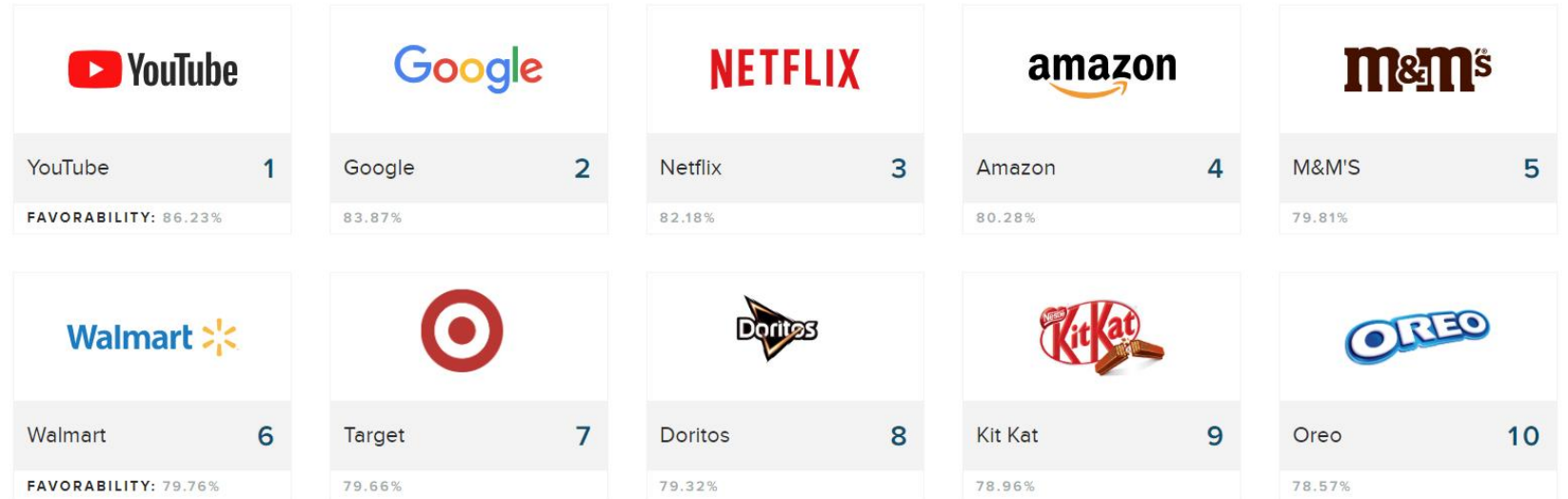
Entrepreneuriale

Le métier no. 1 de cette génération. Flexibilité et passion

Liberté financière

La valeur de l'argent est très importante pour eux afin de profiter au maximum de la vie (voyage, consommation et loisirs).

Marques les plus aimées



Source :Morning consul - 2022

Le *franglais...*

L'exemple de Jérôme 50 : la conjugaison des verbes avec le balado *Ainsi soit Chill*.



La façon de magasiner de la Gen Z

Une génération qui magasine autrement

- Tout part d'une recherche pour **s'inspirer** des **tendances actuelles**.
- Axée sur le **contenu** : vidéos et images inspirantes qui suscitent l'intérêt et non du contenu trop commercial.
- **41 %** de la Gen Z fait un achat **impulsif** en ligne aux 2-3 semaines.



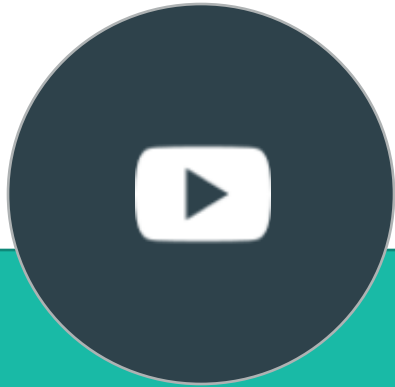
L'exemple américain Instacart et la rappeuse Lizzo.



**Où se trouve la
Génération Z sur les
médias sociaux?**

Trois chouchous!

Partage de contenu
vidéo



Je montre
comment faire un
café avec la
recette

Lifestyle,
esthétisme et #



Ma photo de #café
est la plus belle

Contenu viral

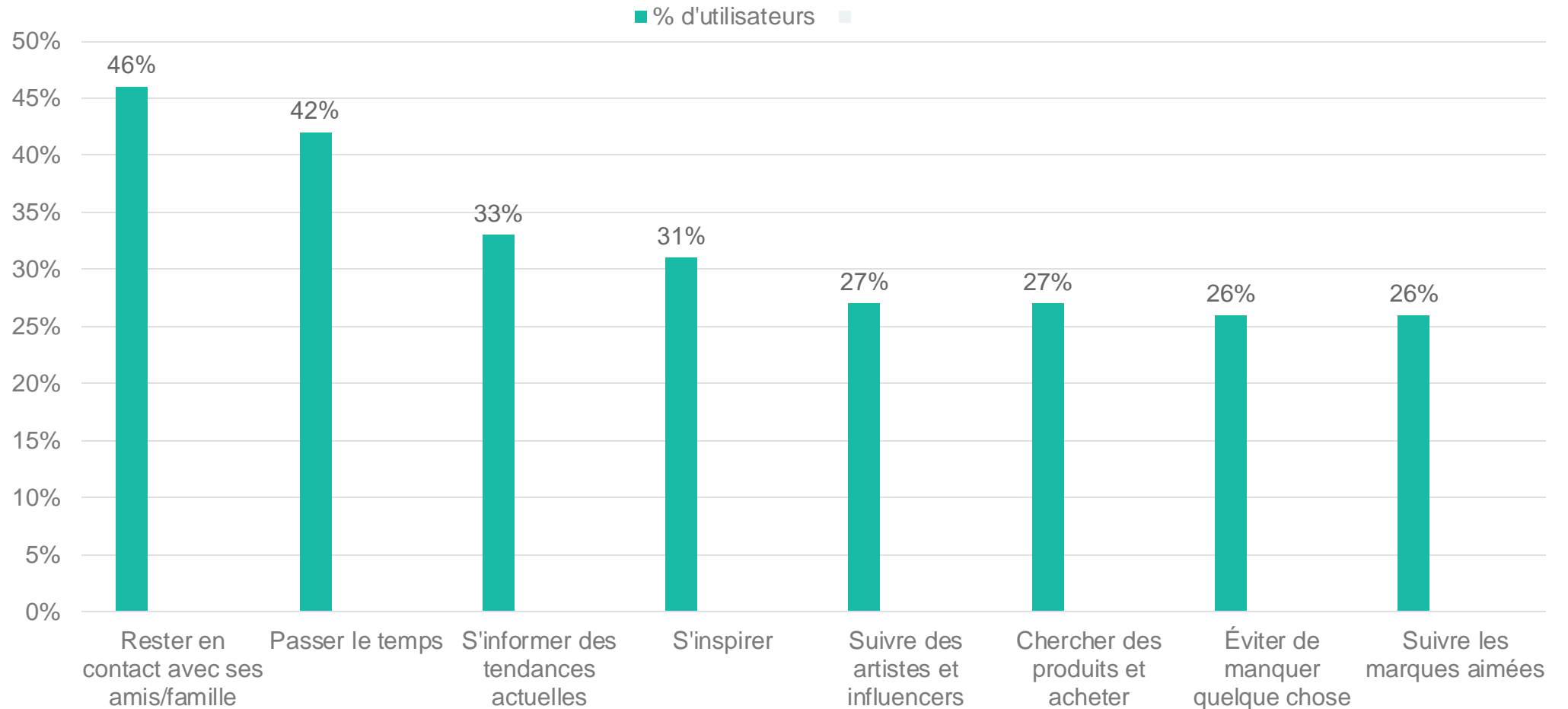


Regardez-moi boire un
café avec de la
musique trendy
#challenge

Raisons de l'utilisation des médias sociaux

Gen Z

Motifs d'utilisation des médias sociaux



Les algorithmes

Fonctionnement et astuces

1

Analyse de la publication



- Contenu actuel et récent
- Qualité: charte graphique, #, Reels.
- Interaction avec le compte par DM, Likes, vue du profil et partages de contenu.
- Constance des publications et qualité du compte.

2

Échantillon de personnes




- Basé sur la pertinence des mots-clés (titre et sous-titre).
- Pertinence, qualité de la vidéo (HD).
- Rétention et temps de visionnement.
- Engagement essentiel (taux de clic, commentaires, partage).
- Autres facteurs : + 200k abonnés, récurrence de contenu hebdomadaire.

3

% de diffusion selon le score +ou- élevé



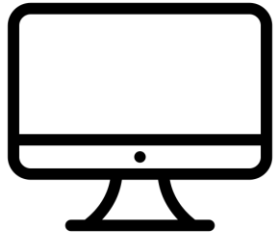
- Validation du contenu et % pour divertir, être vue, revue et partagé de nombreuses fois.
- Pensé pour la viralité et l'engagement (partage, commentaires et likes).
- Le cœur est basé sur les visionnements, la musique et la pertinence des mots-clés (Trend et challenges).



Youtube : éducation, évasion et divertissement

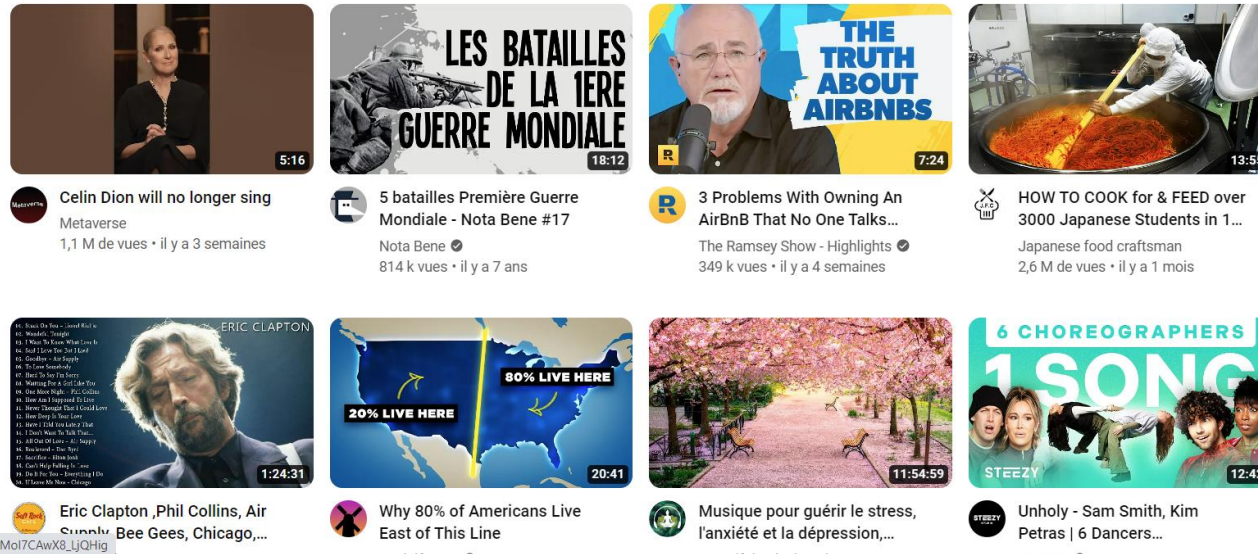
Capter l'attention : un enjeu majeur

Allez directement au but, dès les premières secondes, la Gen Z sait ce qu'elle aime



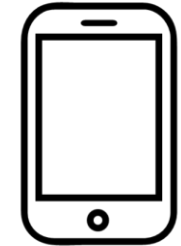
Temps d'attention par publication sur ordinateur

2,5 secondes



The grid contains the following video thumbnails:

- Celin Dion will no longer sing** (5:16) - Metaverse, 1,1 M de vues • il y a 3 semaines
- LES BATAILLES DE LA 1ERE GUERRE MONDIALE** (18:12) - Nota Bene, 814 k vues • il y a 7 ans
- THE TRUTH ABOUT AIRBNBS** (7:24) - The Ramsey Show - Highlights, 349 k vues • il y a 4 semaines
- HOW TO COOK for & FEED over 3000 Japanese Students in 1...** (13:55) - Japanese food craftsman, 2,6 M de vues • il y a 1 mois
- ERIC CLAPTON, Phil Collins, Air Supply, Bee Gees, Chicago,...** (1:24:31) - Playlist
- Why 80% of Americans Live East of This Line** (20:41) - Map showing 20% live here west of a line, 80% live here east.
- Musique pour guérir le stress, l'anxiété et la dépression,...** (11:54:59) - Playlist
- 6 CHOREOGRAPHERS 1 SONG** (12:42) - STEEZY, Unholly - Sam Smith, Kim Petras | 6 Dancers...



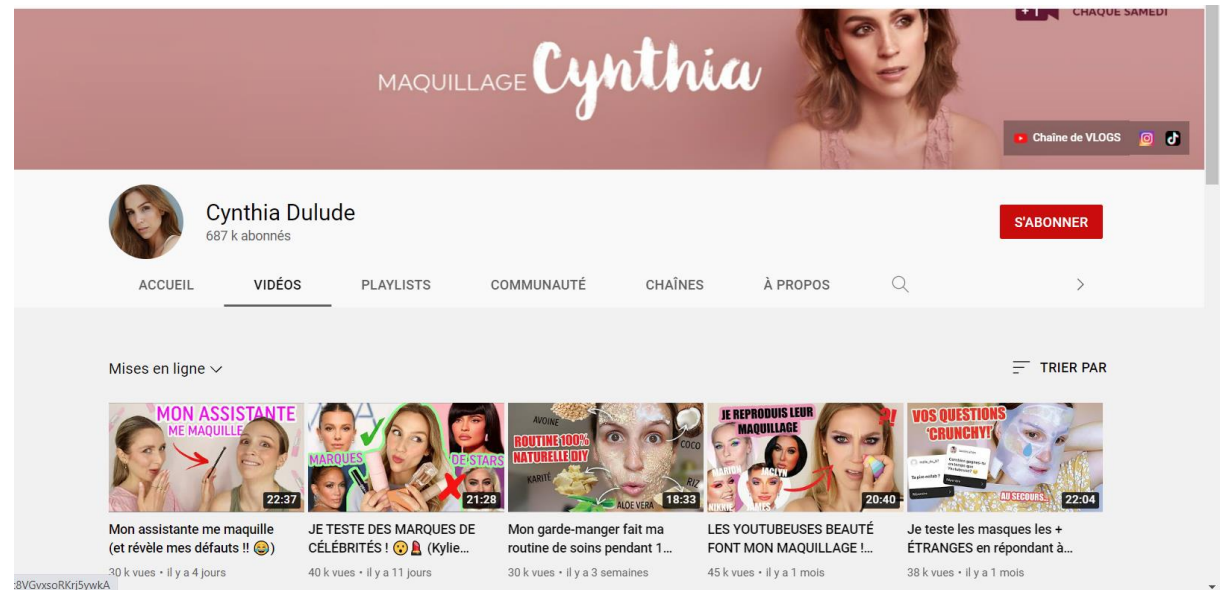
Temps d'attention par publication sur mobile

1,7 secondes

Éduquer et sensibiliser avec YouTube 😊

La plateforme la plus consultée pour chercher une info ou un mode d'emploi.

- **80% de la Gen Z** utilise YT pour apprendre avec du contenu **clair, divertissant et efficace**.
- Pensez aux **problèmes** des Gen Z et non ceux de votre clientèle plus âgée. 😊
- Offrez vos **meilleurs conseils et astuces** et captez le tout en vidéo.



Créer de l'engagement avec votre communauté

Interaction et dialogue avec la Gen Z : un must

- **8 Gen Z sur 10** partagent du contenu par **divertissement, preuve sociale** ou pour faire comprendre sa **réalité à sa famille**.

Astuces de création de contenu :

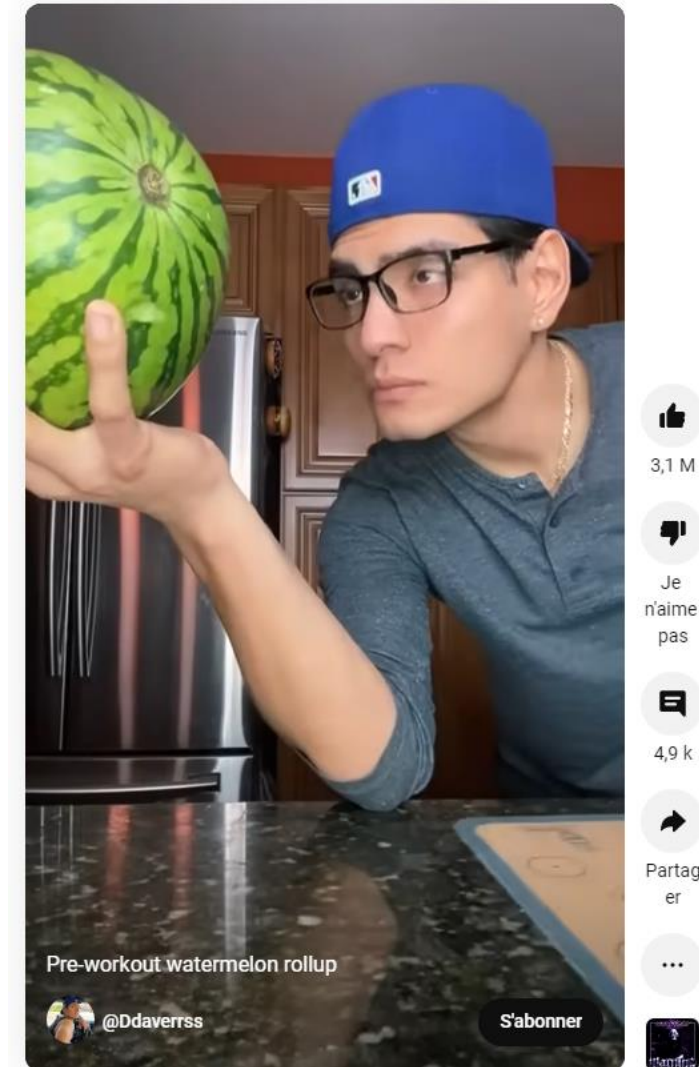
- Incitez au **partage** à la fin des vidéos.
- Créez de l'**engagement** avec l'onglet Communauté.



Miser sur les Shorts 🐣

Fun, divertissement et humour pour s'évader.

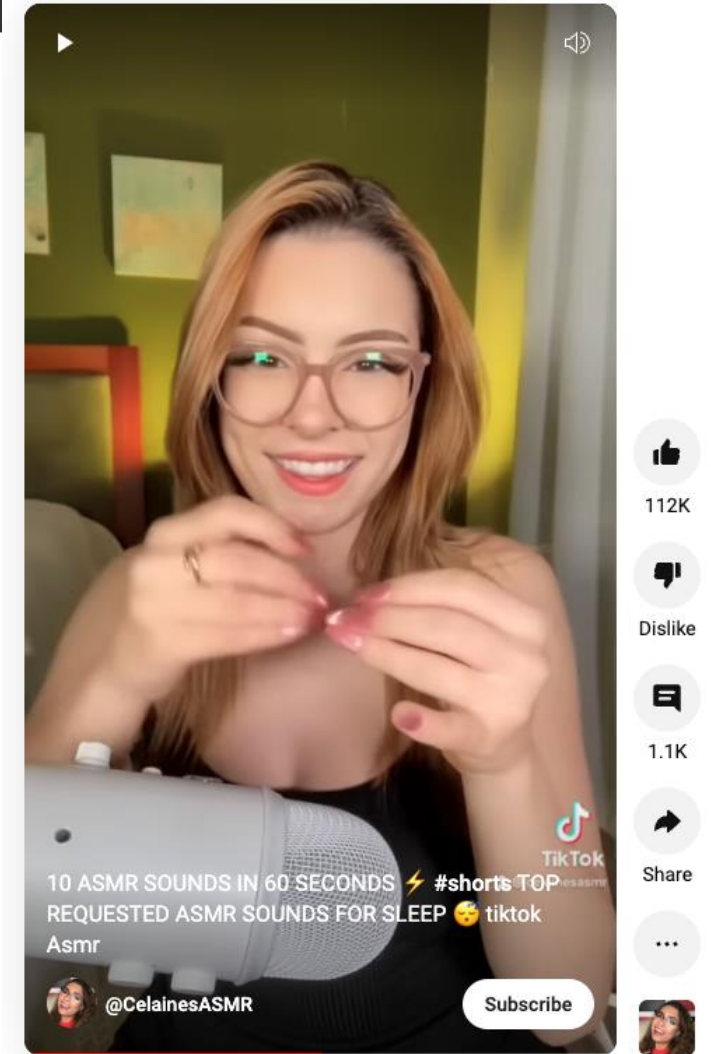
- Utilisez les shorts : un outil **indéniable** pour **doubler** la portée organique!
- Pensez **amusement et divertissement** !
- Mettez de l'avant vos produits et services avec du contenu **lifestyle, distinctif, et léger** sans parler trop des caractéristiques.



ASMR : Une tendance à la hausse

Les 18-24 ans consomment ces vidéos pour relaxer !

- ASMR (Réponse Sensorielle Méridienne Autonome) = pour **relaxer** !
- « *La réponse sensorielle méridienne autonome est une expérience à la fois psychologique et physique. Il s'agit de se sentir calme, heureux et somnolent, ainsi que d'éprouver une sensation de picotement sur le cuir chevelu et le long de la nuque et de la colonne vertébrale* ».




ASMR : Une tendance à la hausse 📈

Les marques qui ont déjà emboîté le pas.

- Lush, Ikea et [Michelob](#)





**Instagram :
engagement, fun et
intégrité**

Contenu inclusif et authentique

Qualité, innovation et authenticité : les 3 piliers d'une stratégie Gen Z.

Ce qui est important pour les entreprises :

- Être **authentique, innovant** et **transparent**;
- Penser **éducation**, **snackable** et **fun**.

Sommes nous ... prêtEs prêt.e.s prêt-e-s prêt(e)s prêt-e-s pour l'écriture inclusive ?



Source : Shina Nova



Liked by emie.ti and 41 others

maisonslown Je m'appelle Nicolas et je suis le fondateur de La Maison Slöwn.

Scientifique de formation, c'est mon intérêt pour les produits de bien-être et l'envie de trouver des alternatives végétales aux produits commerciaux qui m'ont amené à démarrer ce projet.

J'espère qu'en tant que marque, La Maison Slöwn saura vous apporter davantage de douceur et de sérénité dans votre vie.

Rédiger une bio qui vaut le détour 🧐

L'ADN entrepreneurial : la base de toute présence en ligne

La **bio** vous permet de vous démarquer et d'illustrer votre voix en 150 caractères.

- Dans les grandes lignes :
 - Allez **droit au but et soyez distinctif**.
 - Ajoutez des **émojis** 🧐.
 - Ajoutez un **appel à l'action** et un **lien** vers votre site web.



explorevaolo

S'abonner

Envoyer un message



1 030 publications

19,2 k abonnés

1 830 abonnement(s)

Vaolo

Inspirer le changement par le voyage et la rencontre– Inspire change through travel and human connections.

Collaborative platform

#ExploreVaolo

linktr.ee/explorevaolo

Abonnés : eliseberniers, defis.med, simplement_nadia et 19 autres



Explorers



Experiences



Academy



About us



highonfun.official

Suivre

Contacter



112 publications

12 k followers

3 suivi(e)s

HIGH ON FUN ®

Beauté, cosmétique et soins

Vegan skincare @highonfun.official by

@carlarsenault & @isaachub

Efficace - Clean - Cruelty-free - Vegan - Fun - Innovatif

🌿💧🍏🌱🌟

www.highonfun.com

Suivi(e) par dinetmagazine et marcantoine_gascon



Moon Pearls...



The Hybrid 🌿



Pearl Neckla...



Orange 🍊 C...



Squeeze Me...



Fully Charge...



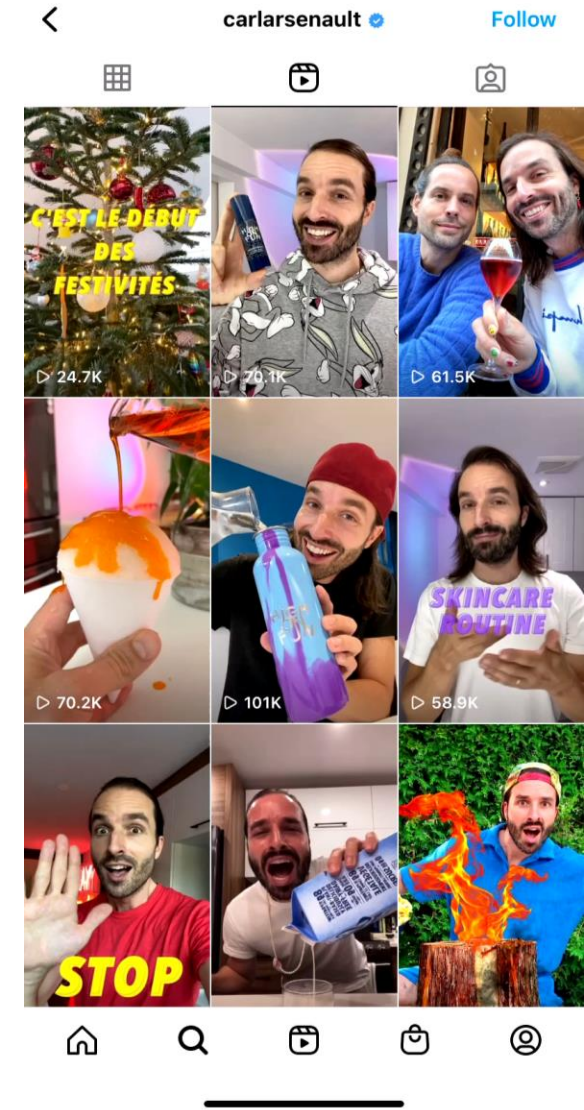
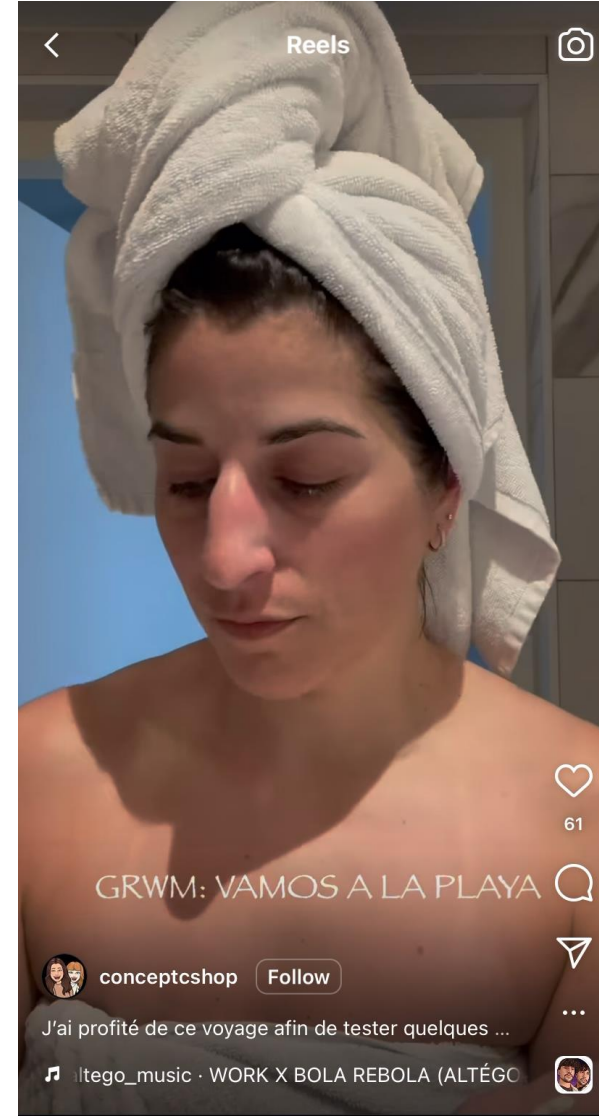
Covered in 🌟

Créer du contenu vidéo de type “lifestyle”



Pensez Reels dès maintenant!

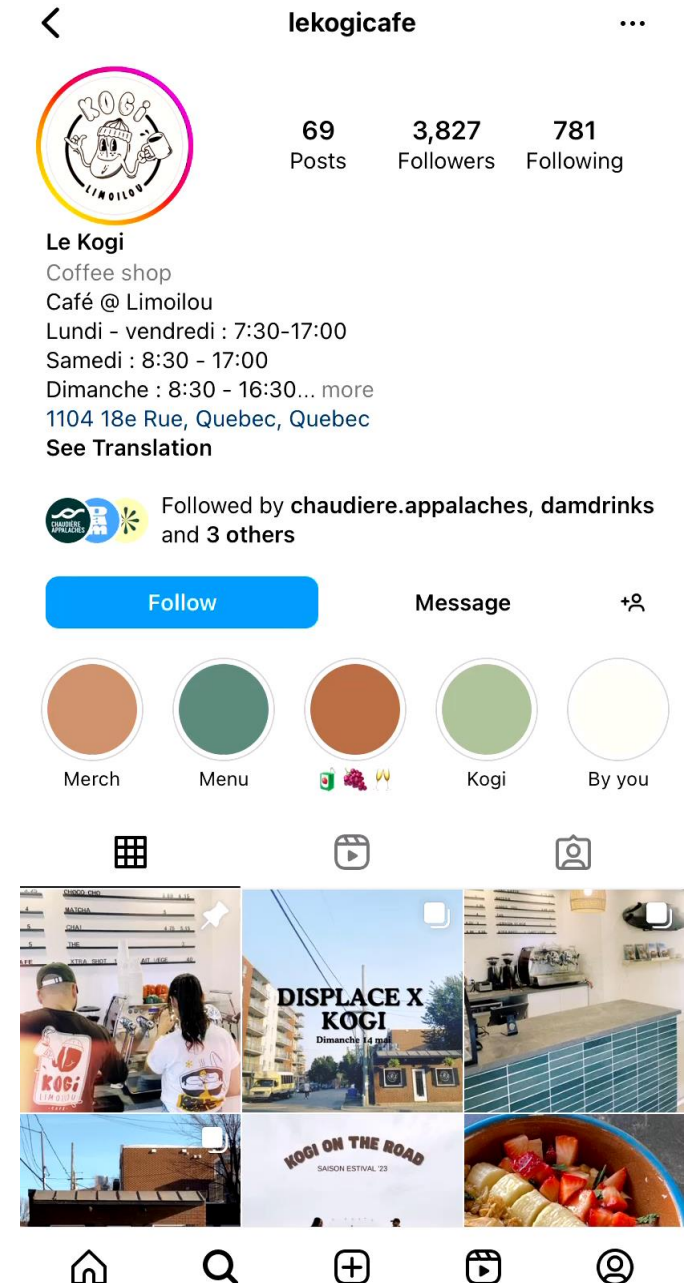
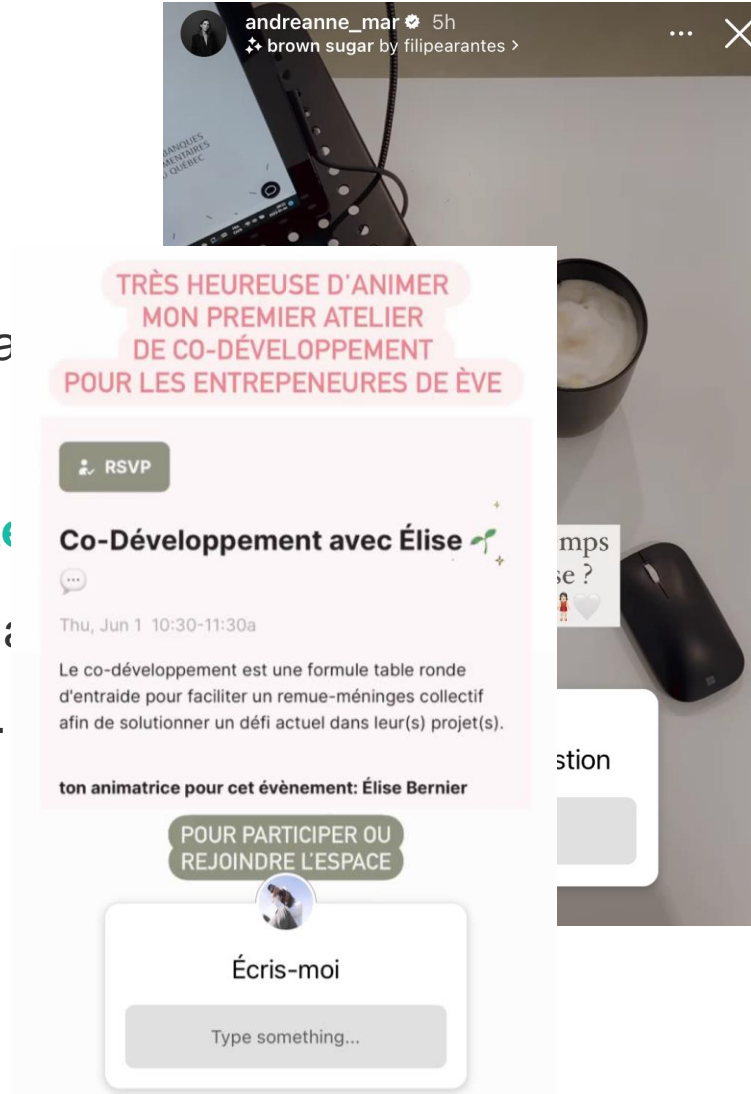
- La Gen Z **déteste** les publications et les publicités commerciales.
- Utilisez le **mode portrait**, les **filtres**, les **effets** de caméra et la **musique**.
- Créez des **vidéos courtes et agréables**, mais surtout amusantes : l’algorithme classe les reels en fonction de leur capacité à **divertir**.



Proposer plus d'interactivité

L'engagement est CRUCIAL

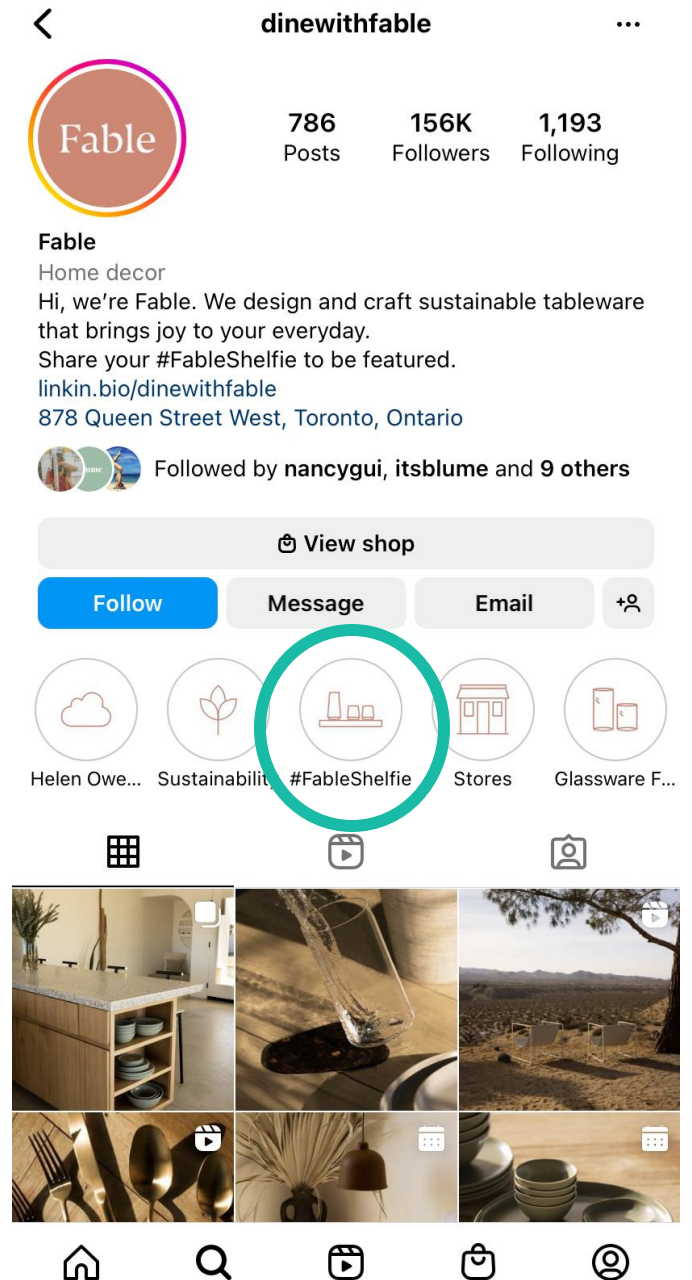
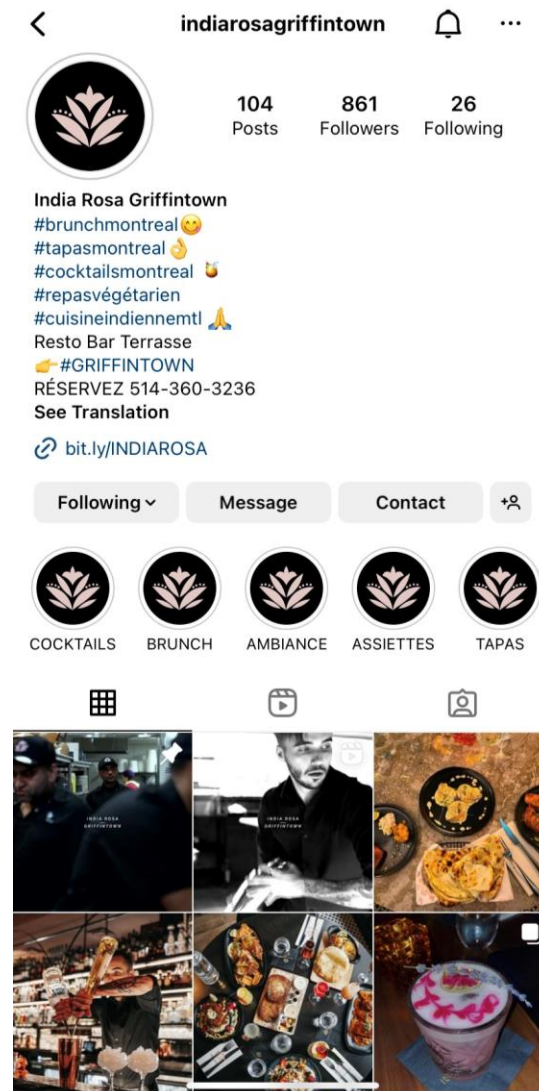
- Utilisez les **Stickers** et **GIF**.
- Créez des **sondages** en Storie.
- Répondez aux **commentaires** et aux **mentions**.
- Laissez la place à votre **communauté**.
- Créez une **story permanente** incluant toutes les mentions de votre marque.



Utiliser les bons hashtags ?

Contenu plus accessible facilement !

- Créez des **hashtags spécifiques** à votre marque.
- **Étudiez** ce qui se fait dans votre secteur et optez pour des hashtags populaires.
- **Petite astuce** : abonnez-vous au compte Instagram.




Collaborer avec des influenceurs 🙏

L'importance de la preuve sociale et du UGC avec la Gen Z !

- Identifiez des **influenceurs** et **créateurs** dont les fans représentent votre clientèle-cible.
- Sélectionnez des **ambassadeurs influents** parmi vos abonnés.





**TikTok : créativité,
joie et humour**

Les 5 grands facteurs de succès sur TikTok 🤖

The image displays five TikTok profiles side-by-side, illustrating the five factors of success:

- charli d'amelio**: 1292 Following, 150.6M Followers, 11.4B Likes. Bio: @charlidamelio. Website: dameliofootwear.com. Bio text: Supporting: American Dance Movement.
- Khabane lame**: 76 Following, 159.2M Followers, 2.3B Likes. Bio: @khaby.lame. Bio text: Se vuoi ridere sei nel posto giusto. If u wanna laugh u r in the right place.
- Mrs. Tab Wesley**: 1381 Following, 134.1K Followers, 1.5M Likes. Bio: @tabwesley. Bio text: Always Your Teacher. Website: https://www.yahoo.com/lifestyle/back-school...
- Claudie Mercier**: 495 Following, 1.2M Followers, 57.4M Likes. Bio: @claudiemercier. Bio text: Des niâiseries. Ma dernière vidéo Youtube juste ici : https://youtu.be/DFvgVgXfYO
- Alex Turcotte**: 1012 Following, 21.4K Followers, 332.6K Likes. Bio: @alex.turcotte.wa. Bio text: J'accompagne les entreprises sur TikTok. Abonne-toi aux astuces TikTok. Website: https://linkin.bio/alex-turcotte-wa

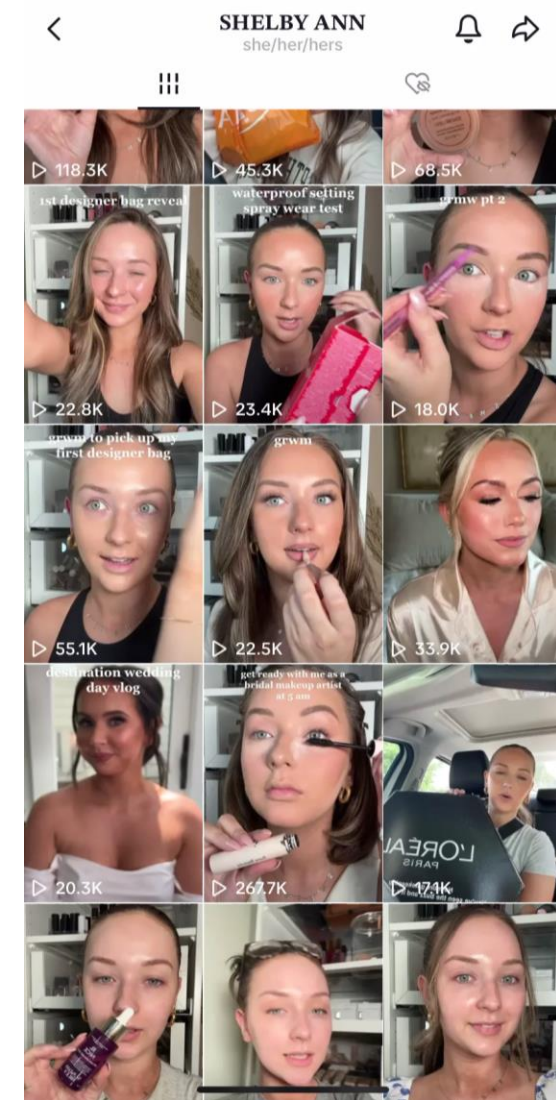


Suivre les tendances et hashtags

Une façon d'augmenter votre découvrabilité

- Intégrez le mot-clé **oralement** dans la vidéo (oui TikTok écoute), **en rédaction** dans la vidéo et dans la **description**.
- Astuce : later.com et infolettre d'Alexandre Turcotte.

Tendance actuelle : #GRWM



Parler de sa marque

Vendre sans vendre

- Mettez de l'avant vos produits avec créativité mais surtout dans la **routine quotidienne** des Gen Z et non sous un format commercial.

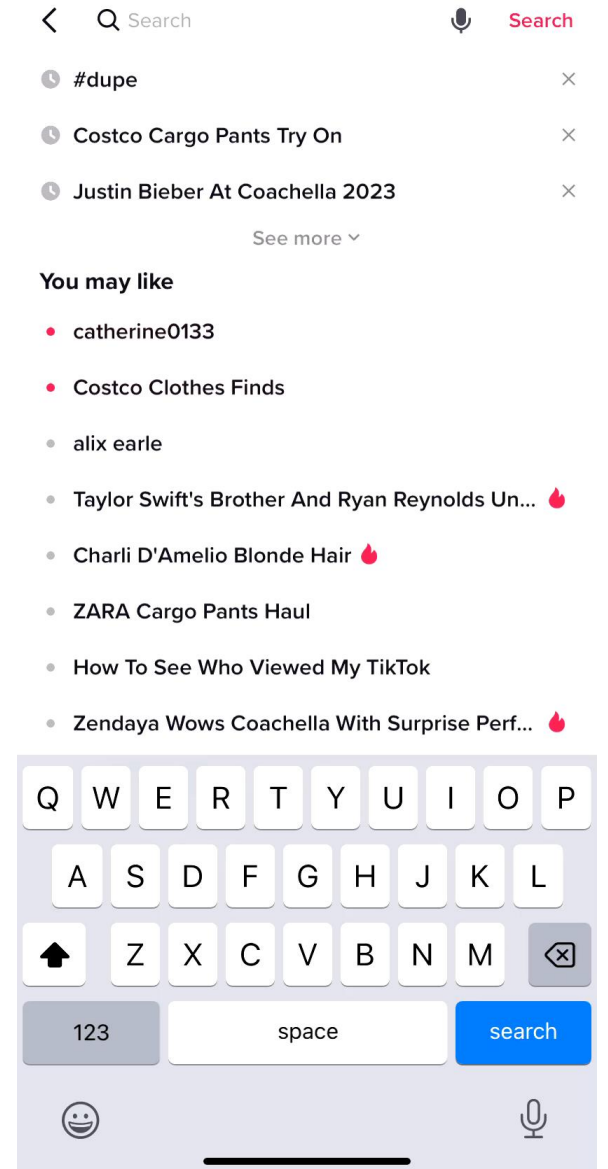
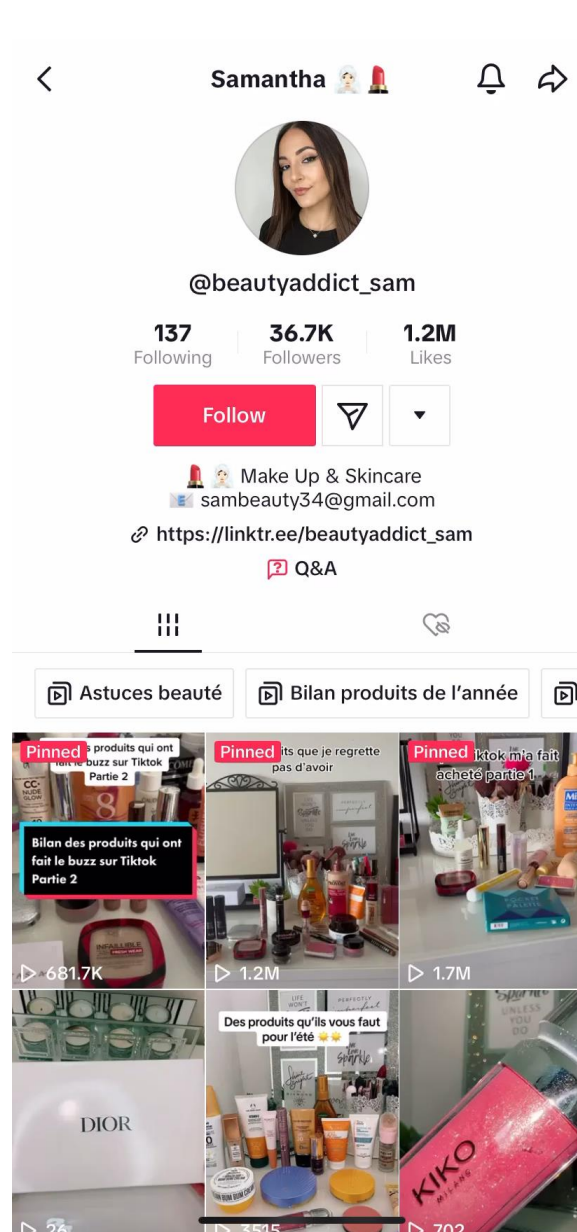
Quelques exemples :

#tiktokmademebuyit #dupe

#musthaves #ootd

#hack #vlog

#GRWM



Créer des montages avec musique 👍

De Musical.ly à TikTok

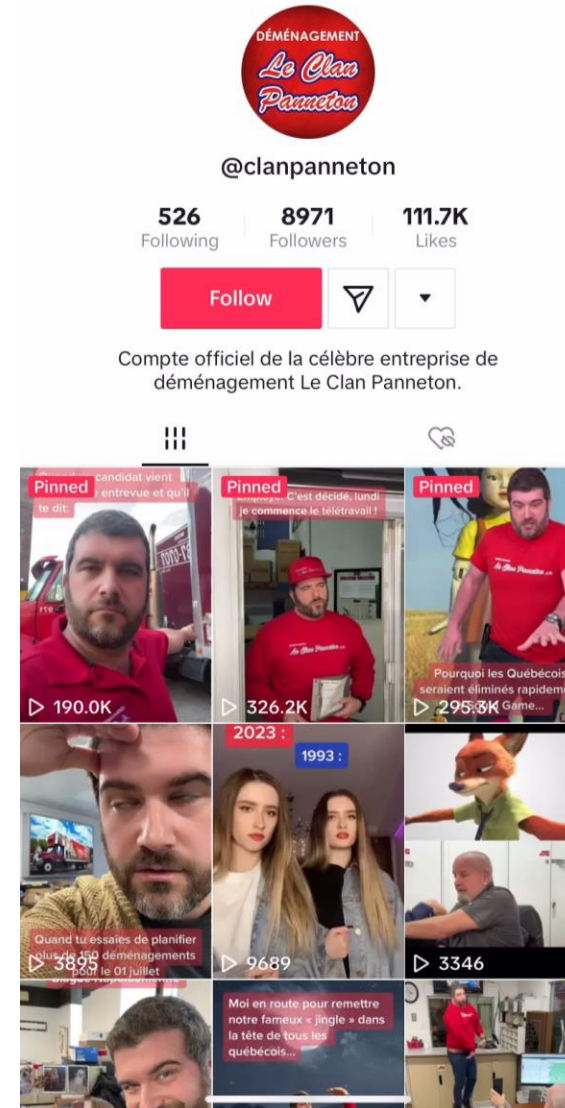
- Faites des recherches des **tendances musicales actuelles** et intégrez-les à vos vidéos.
- Utilisez les chansons et les effets populaires pour que votre contenu soit plus **attractif**.
- Outils : [Tokchart](#) et [Tiktok music trends](#).



Organiser ou participer à un challenge 🤪

Une pratique courante des créateurs

- Les challenges sont **TRÈS** populaires.
- Sortez de votre **zone de confort** !
Participez aux challenges avec votre équipe.
- Astuce : [Invideo](#).



Pour aller plus loin ...

Quelques outils

- [Mesurer le taux d'engagement des créateurs TikTok](#)
- [Liste des 25 influenceurs les plus populaire au Québec en 2022.](#)
- [Gen Z influenceurs internationaux](#)
- [Article sur l'ASMR](#)
- [Création de vidéo ASMR](#)

Merci!