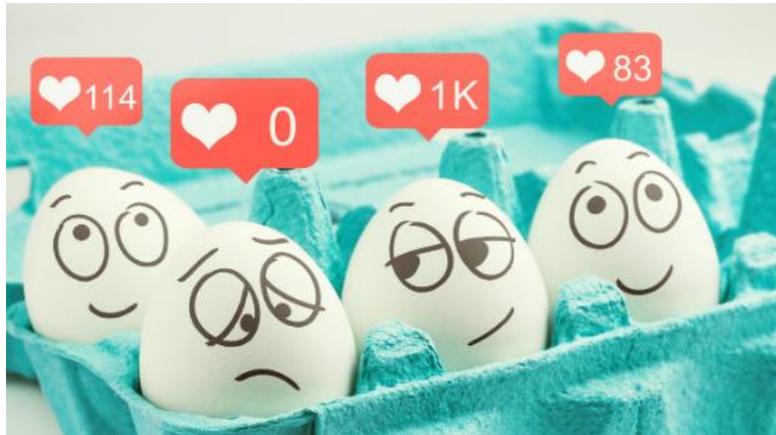


Les différents algorithmes des réseaux-sociaux



Pour établir la meilleure social media strategy, il est important de connaître les objectifs précis de chaque client. Mais ce n'est pas tout, pour l'optimiser au maximum, il faut comprendre les algorithmes des réseaux sociaux.

En effet, pour véritablement optimiser sa campagne web sur les médias sociaux, encore faut-il savoir comment fonctionnent ceux-ci. Une stratégie marketing misant sur le social media doit savoir comment utiliser leurs algorithmes.

Ceux-ci jouent un rôle prépondérant dans la visibilité des publications qui y sont faites.

À quoi bon être hyperactif sur les réseaux-sociaux si personne ne vous remarque ? Pour éviter cet écueil, il vous faut comprendre la logique algorithmique, qui sous-tend le fonctionnement de chaque réseau social.

Ça tombe bien, c'est justement le but de cet article.



C'est quoi un algorithme ?

*Le mot est devenu à la mode depuis qu'on sait que ce sont ces sacro-saints **algorithmes** qui font la pluie et le beau temps sur les réseaux sociaux.*

Une célèbre [encyclopédie en ligne](#) nous apprend, de manière très condensée, qu'un algorithme « est une suite finie d'opérations ou d'instructions qui permet de résoudre un problème ou d'obtenir un résultat ». On peut voir ça comme l'analyse mathématique de nombreuses données, pour aboutir à un résultat ou une décision.

Par exemple :

« Si telle vidéo IGTV (TV d'instagram) touche tel pourcentage de ses abonnés, avec tel pourcentage de temps de visionnage, et au moins tant de vues dans tel délai, ALORS la faire figurer entre la place X et Y des tendances ».

Évidemment, les algorithmes des réseaux sociaux, en partie basés sur l'intelligence artificielle, sont infiniment plus riches que cet exemple simpliste.

Mais vous avez compris les grandes lignes : grâce au ciblage et la production d'un contenu pertinent, on peut, dans une certaine mesure, prédire comment les algorithmes vont interpréter notre contenu. Et donc le mettre en avant ou, au contraire, le pénaliser. Voyons cela plus en détails.



L'algorithme Facebook

Le bébé de Mark Zuckerberg apprécie l'interaction, et que votre **contenu soit partagé et partageable**.

À chaque publication, l'**algorithme Facebook** juge d'abord de la qualité du contenu.

- Est-ce que les images et vidéos sont natives ?
- La publication est-elle inédite ?
- Ne comporte-t-elle pas de piège à clics ou d'incitations aux partages et aux likes ?

Plus le contenu est qualitatif, plus le logiciel-robot mettra en avant la publication.

La publication est ensuite **montrée à seulement 1 % des fans**.

L'algorithme juge alors de la réaction de chaque utilisateur soumis à la publication :

- Récolte-t-elle des likes et des commentaires, des partages ?
- Est-ce que les vidéos ont un temps de visionnage correct ?
- Ou au contraire, est-ce que la publication génère des retours négatifs, comme signalements, page masquée...

Plus ces scores sont positifs, plus Facebook diffusera votre publication, et inversement.

Plaire à l'algorithme FaceBook

Si donc vous voulez utiliser Facebook de manière optimale dans votre stratégie digitale, vous devez instaurer des publications qui incitent au partage et à l'interaction.

Cela ne doit pas être fait à coup de *clickbait*, ou l'algorithme vous pénalisera.

Priorisez les vidéos en direct et évitez les liens externes, mal notés par l'algorithme.



L'algorithme Instagram

J'espère ne pas vous lasser ni vous endormir en vous apprenant que l'algorithme d'Instagram... évalue d'abord la qualité de votre contenu, par la régularité de vos publications et l'engagement de votre communauté !

Un point un peu différent ici est qu'il prend en compte votre propre engagement auprès d'autres utilisateurs.

L'algorithme soumet votre publication à un petit nombre d'abonnés. Il vérifie ainsi si elle génère beaucoup d'interactions et de partages en privé, ainsi que le temps qu'elle met à y parvenir.

Si la publication est récente, qu'elle correspond aux attentes de vos abonnés et que ceux-ci consultent régulièrement votre profil, alors la publication sera mise en avant par Instagram.

Charmer l'algorithme d'Instagram

Pour bien être placé sur Instagram, il est important d'être régulier, tout en exposant des photos de qualité.

Comme toujours, créez du contenu qui incite à l'engagement et à la réaction. Utilisez les hashtags pour apparaître dans l'Explore Page. Soyez vous-même actif auprès des autres utilisateurs, cela augmentera votre propre mise en avant.

Utilisez tous les outils mis à votre disposition par Instagram tels que : IGTV, les Story (avec leurs propres outils d'appel à interaction), les identifications, la géolocalisation, etc...



Le mot de la fin : Communauté > Algorithmes

Vous en savez désormais un peu plus sur le fonctionnement des algorithmes des réseaux sociaux. Avec ça, vous pourrez tenter de faire des prédictions pour optimiser les résultats de votre marketing digital, et créer du contenu qui plaise à la fois aux utilisateurs et aux algorithmes.

Notez bien que j'ai commencé par « utilisateurs » : leur satisfaction doit être votre cible prioritaire en toutes circonstances, algorithmes ou pas !



Suivez-moi sur mes réseaux

INSTAGRAM : @wikidigital38
FACEBOOK : @Agence de webmarketing WikiDigital

Charlène PERENET
contact@wikidigital.fr
06.81.29.06.81