
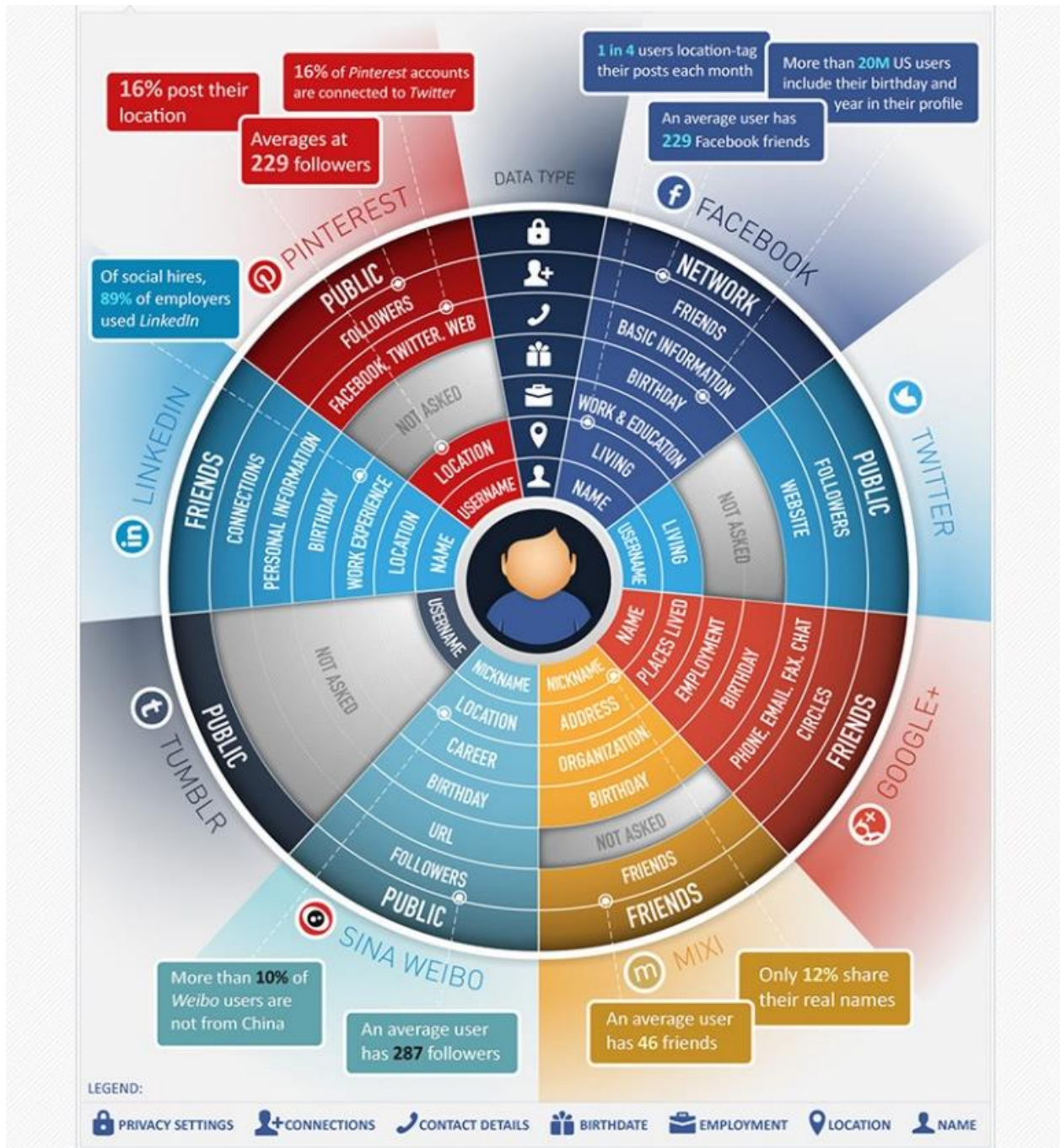


Thème principal	Réseaux sociaux	Durée : 1H30
Thèmes en lien :	Données structurées et leur traitement	Niveau technique : 
Modalité(s) :	<i>Débranchée</i> <i>Version possible avec ordinateur (voir variante)</i>	<i>Classe entière ou en groupe</i>
A prévoir :	<i>Infographies récentes (une sitographie présentant divers liens susceptibles de fournir ces infographies est fournie)</i>	
Contenus du programme et objectifs :	Distinguer plusieurs réseaux sociaux selon leurs caractéristiques, y compris un ordre de grandeur de leurs nombres d'abonnés.	
Description rapide :	<p>Caractériser : Marquer le caractère distinctif de quelque chose, [...] mettre en relief les traits dominants (larrouse.fr)</p> <p>À partir d'infographies récentes trouvées sur le web, les élèves construisent une grille permettant de caractériser divers réseaux sociaux</p> <p>Variante, transversalité (nécessite l'utilisation d'un tableur) : Les grilles peuvent être construites par les élèves sur un tableur. Il est alors possible d'effectuer des tris et d'appliquer des filtres (transversalité avec le traitement de données structurées)</p>	

À vous !

À partir d'infographies récentes trouvées sur le web (voir pages suivantes), construire une grille permettant de caractériser et de comparer divers réseaux sociaux.

Infographie 1



source : <https://blog.trendmicro.com/trendlabs-security-intelligence/the-risks-of-posting-in-social-networks/>

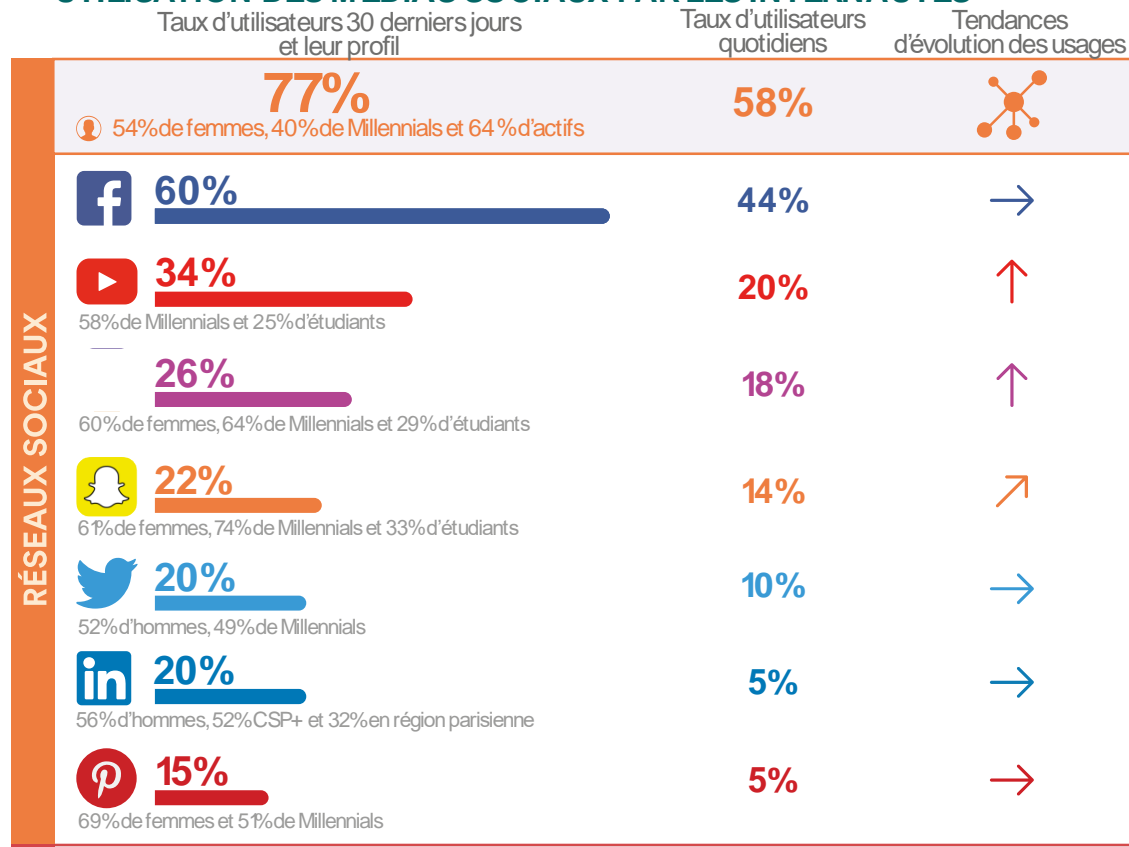
Infographie 2



Édition 2019
**BAROMÈTRE ANNUEL
 DES MÉDIAS SOCIAUX**



UTILISATION DES MÉDIAS SOCIAUX PAR LES INTERNAUTES

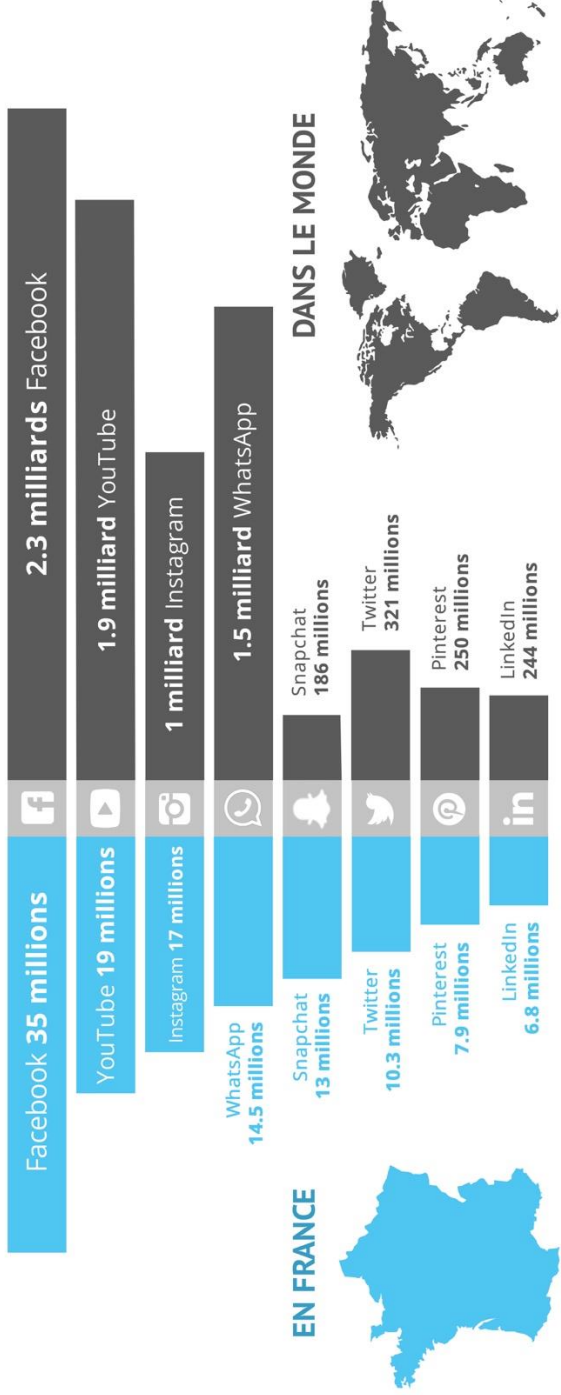


Source : <https://harris-interactive.fr>

LES RÉSEAUX SOCIAUX

NOMBRE D'UTILISATEURS ACTIFS

Mars 2019
Infographie réalisée par  AGENCE DIGITALE

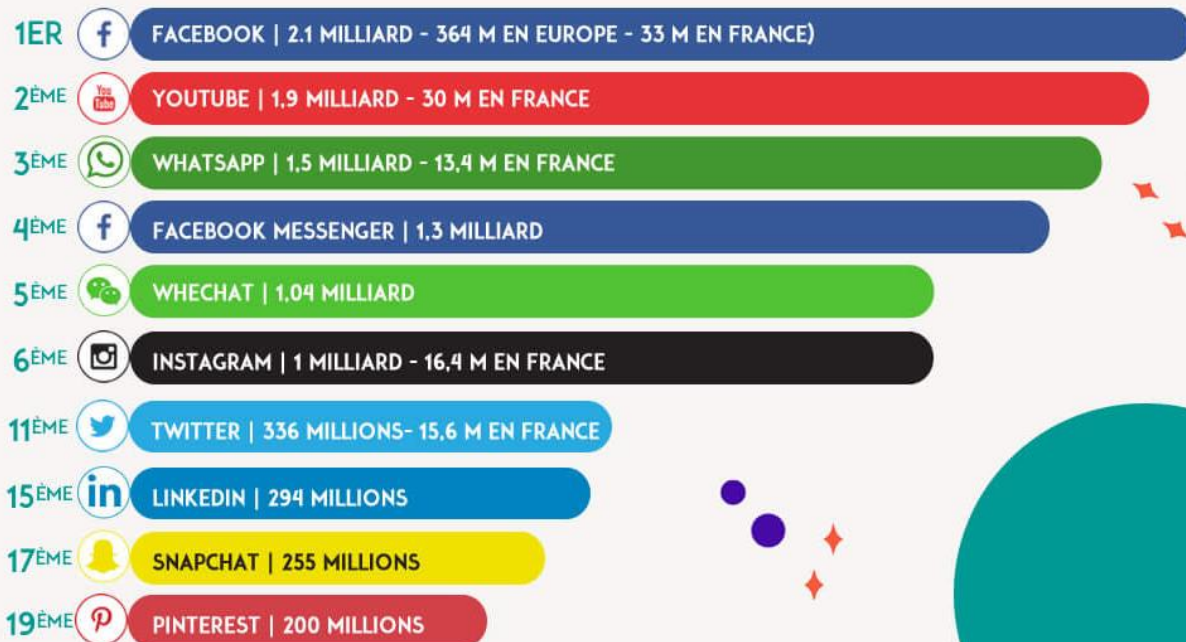


Infographie 4

RÉCAPITULATIF FRANÇAIS DES MÉDIAS SOCIAUX 2019











RÉSEAUX SOCIAUX LES PLUS POPULAIRES DANS LE MONDE (PAR UTILISATEURS ACTIFS EN MILLIONS)











Source : <https://www.olybop.fr/>

Infographie 5

AUTRES INFORMATIONS							
	Types de contenus	Objectifs	KPI		Types de contenus	Objectifs	KPI
	Visuels de qualité (20% de copies)	Notoriété, engagement avec ses fans et création de trafic	Share com' Likes Portée		videos	Notoriété, engagement avec ses fans et création de trafic	vues like com'
	Types de contenus	Objectifs	KPI		Types de contenus	Objectifs	KPI
	Visuels forts, artistiques vidéos 15 secondes	Valeur de la marque, intention de conversion et engagement	Like # Com'		140 caractères textes, images	Notoriété, engagement avec ses fans et création de trafic	RT, Reponse Followers # Favoris
	Types de contenus	Objectifs	KPI		Types de contenus	Objectifs	KPI
	Vidéos, images dessin, screenshot, emojis	engagement auprès d'une cible jeune	vues, screen, replay		Visuels forts liés au site internet	Valeur de la marque, conversion et engagement. Ventes	repins clics com' CPA, CPE
	Types de contenus	Objectifs	KPI		Types de contenus	Objectifs	KPI
	Visuels, images, vidéos liens externes	Sav/fidélisation (envoi de notifications, la confirmation de livraison, le suivi des vol en avion)	Chat		Profils Professionnels Groupes	Création réseau	Lieu de travail - compétences

ET CHEZ LES UTILISATEURS DE -13 ANS ?

-  **SNAPCHAT - 85 %**
-  **INSTAGRAM - 66,7 %**
-  **MUSICAL.LY / TIK TOK - 42 %**
-  **WHATSAPP - 29,8 %**
-  **FACEBOOK - 28,7 %**
-  **MESSENGER - 27 %**
-  **TWITTER - 16,3 %**
-  **PINTEREST - 16,1 %**

54% des élèves de 6ème sont sur les réseaux sociaux

90,6% des élèves de 3ème sont sur les réseaux sociaux

3,9 réseaux c'est ce que les élèves de 5ème possèdent

53% des élèves de 5ème possèdent entre 50 et 400 "amis"

Source : <https://www.olybop.fr/>

Infographie 6

COMMENT LES GENS L'UTILISENT ?

Utilisation quotidienne pour garder contact avec ses proches, partager, réagir et organiser des événements avec ses amis



Regarder et uploader des vidéos. Suivre des chaînes spécifiques à un intérêt personnel.



La majorité des utilisateurs sont spectateurs. Découvrir des contenus et interagir en 1.1 avec un ami, une marque, une célébrité.



Conserver une trace de sa vie sur une plateforme utilisant un service de valorisation de contenu. Être inspiré par les marques, les amis et influenceurs



Partager entre amis des moments de la vie avec des photos/vidéos courtes prises sur le vif pour un partage immersif.



Découvrir des produits, des inspirations sur des thématiques fortes (mariage, décorations, vacances, produits...)



Utilisation professionnelle pour réseauter et garder contact avec ses collègues



Trouver du travail

COMMENT LES SOCIÉTÉS L'UTILISENT ?

Publication de contenus à forte valeur visuelle, la majorité du temps, c'est une extension de sa marque. Utilisé dans la stratégie globale.

Utilisé pour distribuer ses contenus vidéo et stocker sa base vidéo sur internet.

Participation en temps réel pour les événements. SAV et réponses aux questions des internautes.

Publications de contenus visuels et engager le rapport avec sa communauté.

Création de making of pour un partage avec la communauté et engager les fans. Contenus créés sur le vif et par des influenceurs.

Intégration du bouton pinterest sur le site et optimisation des contenus. Utilisation de l'API pour une application dédiée. Création de Boards

Créer des hubs, démarcher avec un produit entreprise, se documenter sur les actus business Réseauter.

Repères pour l'enseignant

La séance peut commencer par un rapide inventaire des réseaux sociaux utilisés par les élèves. Cet échange devrait faire rapidement émerger l'idée qu'il existe une grande diversité de réseaux sociaux

Il serait donc utile de les distinguer en les **caractérisant**.

Donner au besoin la définition, en insistant sur le fait qu'une caractérisation n'est pas une simple description : on associe une donnée à un caractère (exemple « France » est associée au caractère « Nationalité »)

Caractériser : Marquer le caractère distinctif de quelque chose, [...] mettre en relief les traits dominants (larrouse.fr)

Les réseaux sociaux s'imposent comme première activité sur internet : ils représentent **1/5 du temps passé** sur internet et **1/3** chez les 15-24 ans. Chaque jour, **30 millions** de personnes se rendent sur les réseaux sociaux. Aujourd'hui, chaque génération possède son réseau de prédilection. (<https://www.mediametrie.fr/fr/lannee-internet-2018>)

Les réseaux sociaux et les pratiques des utilisateurs de ces réseaux sont en constante évolution. C'est pourquoi il est nécessaire d'actualiser les informations à l'aide d'une veille informationnelle.

Voici quelques sites publiant régulièrement des informations sur ce thème :

- <https://www.webmarketing-conseil.fr/classement-reseaux-sociaux/>
- https://www.mediametrie.fr/fr/recherche?search_api_fulltext=r%C3%A9seaux+sociaux
- <https://www.tiz.fr/utilisateurs-reseaux-sociaux-france-monde/>
- <https://www.blogdumoderateur.com/reseaux-sociaux/>

Les infographies présentent de nombreuses informations, qui pourront être complétées par des recherches internet (si l'on dispose de postes informatiques). On ne recherche pas ici l'exhaustivité, car l'objectif est avant tout de souligner la diversité des réseaux sociaux, du point de vue des fonctionnalités comme des usages.

À noter sur l'infographie 1 la présence de Sina Weibo, site de microbloggage chinois, hybride entre Twitter et Facebook. Pour en savoir plus sur les réseaux sociaux en Chine, voir par exemple [cette page](#).

La grille pourra être construite sur le schéma suivant (un exemple parmi d'autres possibles) :

Réseau	Nb abonnés	Nationalité	Année de création	Public visé	Type de contenu
Facebook					
Twitter					
LinkedIn					
Instagram					
Tik Tok					
Sina Weibo					

Cette présentation pourra être reprise pour un travail sur tableur, afin d'effectuer des tris et des filtrages à partir de consignes telles que :

Quel est le réseau social le plus ancien ? Quel sont les réseaux sociaux professionnels ? Quels sont les réseaux sociaux nés aux Etats-Unis ? etc.