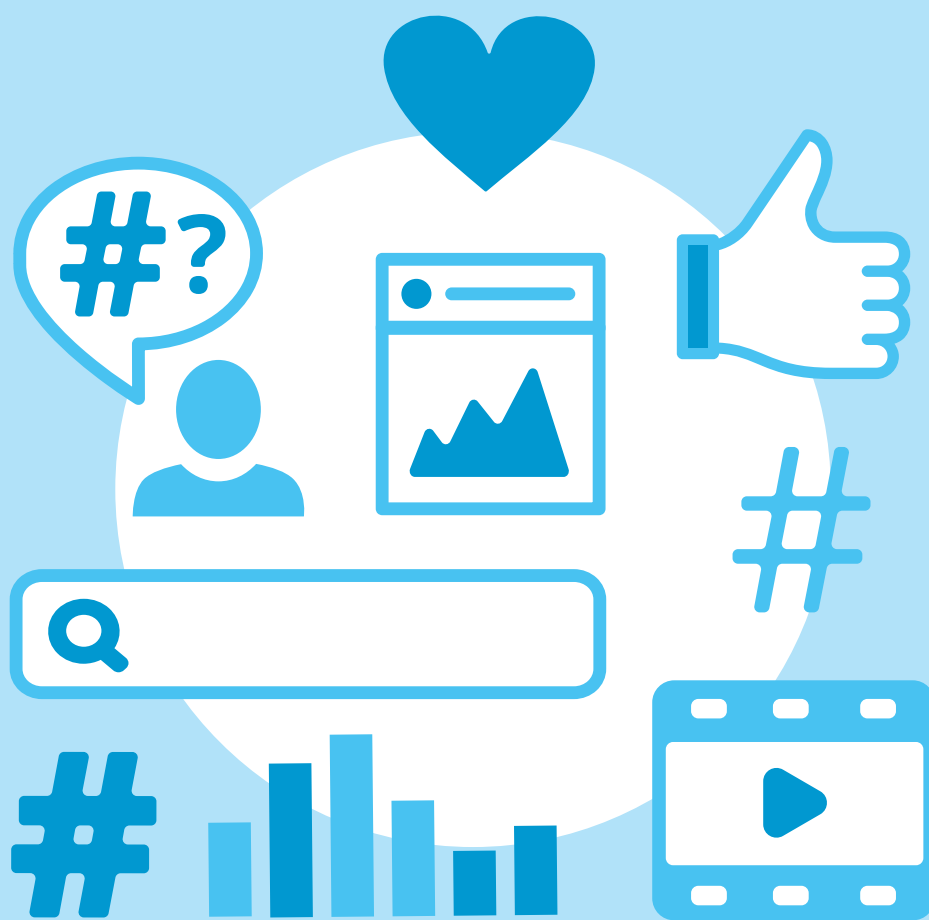


FICHE PRATIQUE

# Comment trouver les meilleurs hashtags pour votre entreprise



Les hashtags permettent de décupler votre trafic et de cibler des communautés en ligne bien précises en toute simplicité. Dans cette fiche pratique, nous allons vous expliquer tout ce que vous avez besoin de savoir sur le sujet, des meilleurs outils de recherche aux stratégies adaptées à chaque réseau social.

## Qu'est-ce qu'un hashtag ?

Un hashtag est un mot-clé ou une phrase (sans espaces) contenant le symbole #. Les spécialistes du marketing utilisent les hashtags pour participer à une conversation sur un sujet particulier (par exemple #HandBall2017) ou pour créer une communauté liée à une marque (communauté #BelongAnywhere de Airbnb, par exemple).

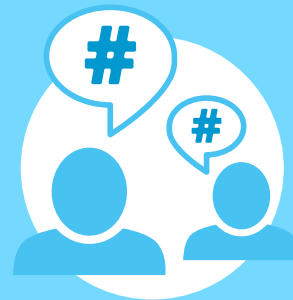


# 3 FAÇONS D'UTILISER LES HASHTAGS

## 1. Trouver un public spécifique

Vous cherchez à interagir avec des avocats technophiles ou des amateurs de musique qui discutent de leur matériel audio préféré ?

Les hashtags permettent de trouver et toucher des publics de niche très simplement.

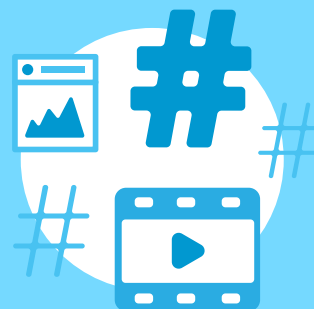


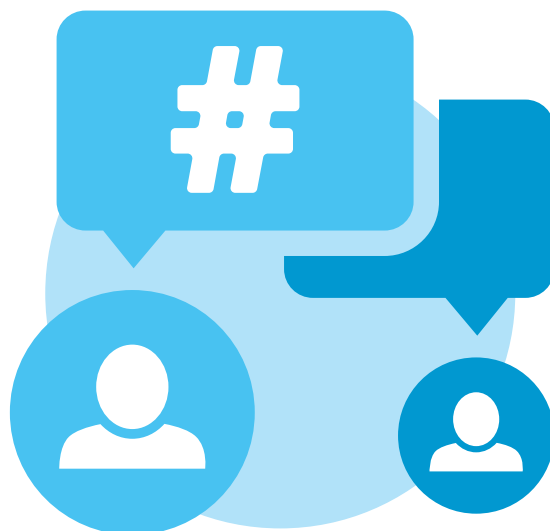
## 2. Profiter d'une tendance

Les hashtags permettent de mettre rapidement votre marque en contact avec de nouveaux clients, que ce soit en faisant découvrir des vidéos à potentiel viral ou en donnant naissance à des mouvements sociaux. Utilisez les hashtags pour découvrir les tendances culturelles du moment.

## 3. Suivre des résultats

Il est très simple de surveiller des hashtags sur plusieurs canaux sociaux. Des événements en direct aux nouvelles campagnes des marques, les hashtags renforcent les interactions et simplifient l'établissement de rapports.





## FONCTIONNEMENT DES HASHTAGS SUR LES DIFFÉRENTS RÉSEAUX SOCIAUX

---

### Twitter

Les hashtags sont un moyen incontournable de catégorisation des contenus. Les twittos suivent et découvrent souvent de nouvelles marques via les hashtags. Essayez de vous limiter à deux ou trois hashtags.

---

### Instagram

Les hashtags sur Instagram permettent de créer des communautés et d'aider les utilisateurs à trouver les contenus liés aux sujets qui les intéressent. Par exemple, pour l'édition 2017 du célèbre tournoi de tennis Roland-Garros qui réunit chaque année la crème du tennis mondial à Paris, l'hashtag #RG17 permet aux fans de tennis de retrouver les images du rendez-vous incontournable de la saison de terre battue. Ainsi, ils peuvent interagir sur les posts publiés avec des mentions "j'aime", des commentaires ou en republiant la publication avec le même hashtag. Limitez-vous à un petit nombre de hashtags dans la légende. Si vous devez absolument utiliser de nombreux hashtags, placez-les plutôt dans un commentaire.

---

### Facebook

Le réseau accepte les hashtags, mais ces derniers ont tendance à donner à votre contenu un côté très commercial. De manière générale, évitez les hashtags sur Facebook.

---

### Google+

Sur ce réseau, n'hésitez pas à utiliser quelques hashtags. Ils vous permettront de tagger et classer votre contenu (par exemple #cuisinethai #astucesculinaires).

---

### Tumblr

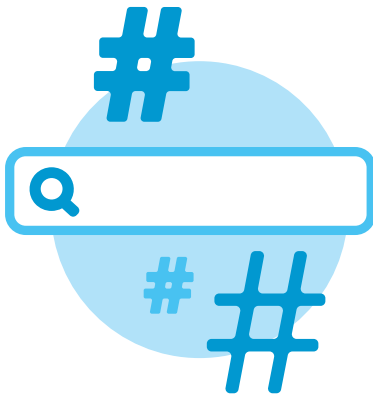
Les hashtags aident les utilisateurs à catégoriser le contenu. Choisissez des hashtags qui illustrent la catégorie de votre contenu.

---

### Pinterest

Ce réseau social n'encourage pas vraiment l'utilisation des hashtags, même si certains experts estiment qu'ils peuvent améliorer le classement de votre contenu dans les recherches. Utilisez-les avec modération.

---



## COMMENT ANALYSER DES HASHTAGS

1. [Commencez par utiliser Trendsmap](#). Saisissez le nom de votre ville ou de votre pays dans la barre de recherche pour y découvrir les hashtags populaires du moment. Utilisez ces données pour créer du contenu lié aux sujets tendance dans le pays ou concentrez-vous sur votre marché local. Cliquez sur un hashtag pour analyser le sujet plus en profondeur. Vous devrez souscrire un abonnement pour accéder aux données d'historique.
2. [Utilisez Keyhole](#) pour étudier des hashtags sur Twitter et Instagram. Il peut être utile de rechercher le hashtag de la campagne d'un concurrent (par exemple la campagne #RealBeauty de Dove). Vous pourrez ainsi découvrir les mots-clés, leaders d'opinion et autres hashtags liés dont votre propre marque pourrait tirer parti.
3. Une fois que vous avez établi une liste de hashtags potentiels, vérifiez qu'ils sont populaires dans votre secteur. Le site [Hashtags.org](#) vous aide à analyser la popularité de vos hashtags. Il révèle également les leaders d'opinion sur différents sujets.
4. [Rendez-vous sur Buzzsumo](#) et cliquez sur l'onglet Influencers (Leaders d'opinion). Attention, vous devez disposer d'un abonnement payant. Saisissez quelques mots-clés de votre marché (par exemple, « planches de surf » ou « culture surf »). Notez quelques noms d'utilisateur de leaders d'opinion et de marques de votre marché.
5. Armé de cette liste, rendez-vous sur [FollowerWonk](#). Cliquez sur l'onglet Analyze (Analyser) et recherchez les noms d'utilisateur figurant dans votre liste. Vous obtiendrez ainsi la liste des hashtags couramment utilisés par ces comptes. Notez ceux qui vous concernent.
6. Vous devriez désormais disposer de 15 à 20 hashtags, que vous pouvez surveiller très facilement avec Hootsuite en créant un flux pour chacun d'eux. Vous pouvez également créer un flux pour chaque réseau social (Instagram, Google+, Twitter, etc.). [Voici comment créer votre premier flux Hootsuite](#).

## Simplifiez votre façon de publier sur les médias sociaux avec Hootsuite

Hootsuite vous permet de gagner du temps et de mesurer le ROI de vos activités sur les médias sociaux.

Découvrez pourquoi plus de 10 millions d'utilisateurs et plus de 800 entreprises du classement Fortune 1000 font confiance à Hootsuite afin de simplifier leur gestion des médias sociaux.

[En savoir plus sur Hootsuite](#)

