La veille de la presse

L'actu des réseaux sociaux

Comment 2B2M optimise sa présence sur Facebook

Benoit Maurer, le patron de 2B2M, le reconnaît lui-même. Pour un groupe de presse de loisirs spécialisé dans les domaines des stars, du foot, de la BD et du jeu vidéo, les réseaux sociaux jouent un rôle essentiel, mais il est aussi difficile d'en explorer le potentiel. C'est pourquoi il n'a pas hésité quand MLP, qui cherche à proposer aux éditeurs des offres de services clés en main pour faciliter leur présence sur ces réseaux sociaux (cf. *les Clés de la presse* du 22 mars dernier), l'a sollicité pour tester cette offre en tant que « *cobaye* ».

Une présence harmonisée sur tous les réseaux

La première opération a consisté à harmoniser la présence du magazine *Runners's world* sur les réseaux sociaux, essentiellement ses comptes Facebook et Twitter, car l'éditeur ne souhaite pas être présent sur Pinterest, Instagram et Google+. « *Nous avons donné la main à l'agence Klapp, choisie comme partenaire par MLP, pour reconfigurer notre présence, d'un point de vue visuel et fonctionnel,* témoigne Benoit Maurer. *Elle a mis en place des outils de gestion et d'animation de nos comptes, et nous a expliqué quel type d'information et à quelle fréquence nous devions publier* ». Résultat, au bout de quelques semaines, cette activité va être gérée en interne de façon optimisée.

Des jeux-concours pour élargir l'audience sur Facebook

Une fois cette phase achevée, l'éditeur a souhaité étoffer l'audience d'une autre marque de presse, *Popcorn*, spécialisée dans l'univers du cinéma. « *Pour y parvenir, Klapp nous a concocté un jeu-concours, un psychoquizz à base de questions ludiques, destiné à recueillir des adresses e-mail acceptant de recevoir nos newsletters* », explique Benoit Maurer. Un dispositif élaboré qui nécessite de trouver des lots attractifs (en l'occurrence des voyages et montres connectées, négociés avec des annonceurs), de mettre en place une logistique pointue et la capacité à exploiter de façon efficace les adresses mail obtenues. « *C'est là où l'expertise de Klapp est très importante,* poursuit-il. *Mais cela en vaut la peine, car les résultats (3 200 contacts en deux semaines, NDLR) sont là* ». Reste à savoir à quelle condition tarifaire sera facturée cette prestation par MLP, surtout quand l'éditeur envisage une périodicité mensuelle, pour soutenir la sortie de chaque magazine.

Une e-boutique pour vendre des magazines sur une page Facebook

Dernière offre testée, 2B2M a choisi d'intégrer une e-boutique sur la page Facebook de son magazine Stuff. L'avantage : il s'agit d'un produit clé en main, intégré sur la page d'accueil de la marque sur Facebook, qui permet à l'éditeur de vendre à sa communauté des anciens numéros, des hors-séries, des abonnements, des produits de diversification… « *C'est très simple à mettre en place et facile à comprendre en termes de retour sur investissement car c'est une activité à coût fixe* », relève Benoit Maurer, qui se donne quelques mois pour en dresser le bilan.

Didier Falcand

la pige de la presse

Auto guide
Parution 12 avril
Famille Presse automobile
Périodicité Bimestriel
Prix 4,90 €
Editeur Lerosa éditions, 16 rue de la Fontaine au roi, 75011 Paris
Contact pub 01 40 21 82 00
Concept Magazine automobile des consommateurs. Au programme : essais, bonnes affaires, etc.
Directeur de la publication Edouard Dana

Windows 10
Parution 20 avril
Famille Presse informatique
Périodicité Trimestriel
Prix 4,50 €
Editeur ID presse, 27 boulevard Charles Moretti, 13014 Marseille
Contact 04 91 48 59 87
Concept Magazine destiné à tous les utilisateurs de PC, tablettes et mobiles qui fonctionnent sous Windows 10.
Directeur de la publication David Côme

A nos lecteurs

Une journée d'étude pour mieux comprendre les mutations de la presse

Confrontés à une baisse de leurs ventes au numéro et de leurs recettes publicitaires, chahutés par l'émergence du numérique, les éditeurs doivent faire preuve d'imagination et d'innovations. Pour mieux vous aider à comprendre cette mutation, et dessiner des pistes de réflexion, *les Clés de la presse* organise, le mercredi 25 mai, sa formation « *7 clés pour comprendre la presse en 2016* ». Un tour d'horizon des enjeux du secteur, à travers son nouvel environnement, ses acteurs, ses mutations, ses innovations (éditoriales, commerciales, marketing), ses nouveaux modèles économiques, la place du numérique, le potentiel de la marque… Une mise à niveau indispensable. En savoir + www.lesclesdelapresse.fr

Les échos du marché pub

***Grazia* s'associe à Elancyl laboratoire avant l'été**

Le magazine *Grazia*, en partenariat avec l'agence Mec (GroupM) et le laboratoire Elancyl, publie le carnet beauté Minceur facile, fournissant aux lectrices des conseils et astuces pour prendre soin de leur corps avant l'été. Ce mini-guide de 48 pages, diffusé à 100 000 exemplaires en kiosque avec *Grazia* depuis le 15 avril, sera aussi distribué à 3 400 exemplaires dans les officines du laboratoire Elancyl. Réalisé par les équipes de *Grazia*, en collaboration avec Elancyl laboratoire, ce supplément propose aux lectrices des bons plans pour mincir avant l'été. Il est également relayé à travers un dispositif numérique sur *Grazia.fr*, avec la création d'un espace dédié Elancyl, dans lequel on trouve le spot TV Elancyl et d'autres contenus éditoriaux.