

Pinterest est un endroit où les gens peuvent s'inspirer, que ce soit pour la décoration, la cuisine, le style ou le bricolage, c'est une source unique pour les idées en tous genres.

Pourquoi s'inscrire sur Pinterest plus que les autres réseaux sociaux ?

Pinterest est maintenant un réseau social, avec plus de 450 millions d'utilisateurs actifs par mois et plus de 12 millions d'utilisateurs uniques dans le monde. Bien qu'il ne soit pas aussi grand que les autres géants des médias sociaux, il a toujours une forte audience, et les entreprises ne devraient pas manquer l'occasion d'en tirer parti pour leur marque. Depuis le déclenchement de la pandémie en 2020, la base d'utilisateurs de Pinterest a augmenté de 13 %.

Les épingles (ou pin's) sont le désordre numérique et ordonné d'un compte occupé : notes griffonnées, recettes, coupures de journaux. Vous pouvez créer des épingles et les ajouter aux planches, et vous pouvez aimer et commenter les épingles et les planches des autres. Pinterest est vraiment une plateforme de médias sociaux unique et

elle a évolué au fil des ans pour devenir bien plus qu'une collection infinie de belles images.

Les pin's peuvent être des clichés ou des vidéos statiques, ils n'ont besoin que d'une description et d'un lien, et certaines marques affichent 10 à 12 pin's par jour. La création de ce type de contenu ne représente que la moitié du travail; l'autre consiste à fidéliser un public dévoué et engagé. Puisque les épingles n'expirent pas, elles seront ainsi toujours disponibles et trouvables, et vous pourrez continuer à voir ses résultats pendant des mois durant.

Le public présent : les femmes dans le groupe d'âge 25-34 sont le plus grand public. C'est une bonne nouvelle puisque les femmes influencent 70-80% des dépenses de consommation.

Une autre grande population sur les médias sociaux est les mamans; 8 mères sur 10 sont des pinners. La population masculine est d'environ 20%, mais en continuelle croissance.

Près de 80 % des femmes de la génération Y sont sur Pinterest, ce qui prouve leur fidélité à la plateforme. Bien qu'il n'y ait peut-être pas autant de jeunes que Snapchat ou TikTok, la plupart du public affiche une attitude prête à l'achat.

Une application complète pour stratégie gagnante Avez-vous téléchargé l'application lorsque vous avez redécoré votre salon et oublié qu'il existait depuis trois ans ? C'est compréhensible parce que Pinterest est né pour être un endroit « inspirant » avec des pages infinies de recettes de pâtisseries, des images époustouflantes et des tâches de bricolage.

En plus du ciblage démographique classique (géographie, sexe, âge, etc.), vous pouvez segmenter vos audiences Pinterest en fonction d'une liste de clients qui ont visité votre site, d'une liste ponctuelle de clients que vous téléchargez, d'un public qui a déjà utilisé vos épingles. Même les intérêts que vous pouvez cibler sont nombreux, y compris le divertissement, le bricolage, l'éducation, la finance et plus encore.

Vous vous posez encore la question : pourquoi s'inscrire sur Pinterest ?

Vous pourriez être surpris en découvrant que son public ne ressemble en rien à l'inlassable scroller de Facebook ou Instagram, mais d'une communauté à part entière : les pinners sont un public prêt-à-acheter.

Au cours de l'année qui vient de s'écouler, la plateforme est devenue un véritable moteur de découverte et de consommation. Plus ces utilisateurs interagissent avec les épingles, plus la plateforme en apprend sur leurs goûts et leur enverra des suggestions personnalisées en fonction de cet historique. Chaque marque a la possibilité de se faire connaître et de vendre.

Pinterest a une composition sociale qui doit être gérée

Suivre les autres pinners, repartager leur publication, commenter, après tout, c'est à ça que servent les réseaux sociaux. L'engagement est essentiel! Cliquez « J'aime ». Agrémentez les publications des autres, leur contenu, partagez des liens vers votre site Web et votre blog dans vos épingles. La différence entre les tableaux Pinterest et un autre média social comme une page Facebook par exemple, c'est qu'avec les bons mots-clés, vous pouvez obtenir beaucoup de trafic « organique » et pousser des potentiels clients dans votre sillage.

Il vous faudra créer un contenu régulier et varié. Une bonne stratégie marketing sera de ne pas submerger votre public, mais il faudra tout de même savoir rester en tête de liste.

Considérez Pinterest comme une plateforme de communication.

Vous serez récompensé si vous créez un contenu valorisant, mais cela ne fonctionnera pas sur une campagne ponctuelle. Encore une fois, votre première étape devrait être de créer un tableau qui raconte l'histoire de votre marque. Aussi, n'oubliez pas de tirer parti du contenu généré par l'utilisateur qui parle de votre marque, donc de vous. Vous pourrez le mettre en avant en le repartageant mais également l'utiliser dans vos futures annonces. Si vous n'êtes pas sur Pinterest aujourd'hui, cela n'enlève en rien le fait que vos clients y sont probablement.

Comparativement aux autres plateformes sociales, le contenu partagé sur Pinterest a une durée de vie beaucoup plus longue. Lorsque vous créez une épingle, il est peu probable que vous soyez submergé par des « J'aime » et des commentaires. Mais au fil du temps, vos pin's seront découverts via la recherche et sauvegardés à plus long terme.