### JDR - Source de revenus des réseaux sociaux

**Article de blog :** Les principaux Business Models des réseaux sociaux (©MIKAEL WITWER)

« La monétisation des réseaux sociaux est un enjeu majeur du XXI ème siècle pour Internet. En effet, certains géants des réseaux sociaux tels que Facebook et Twitter sont devenus tellement importants qu’il n’est pas envisageable d’imaginer qu’ils mettent la clé sous la porte. Pour cela, les réseaux sociaux étant des entreprises, ils doivent logiquement générer des revenus. Mais de quelle manière ? Revenons sur les différentes sources de revenus des principaux réseaux sociaux. Les réseaux sociaux sont souvent assimilés à la gratuité dans l’esprit de nombreux internautes. Mais il ne faut pas oublier que derrière les réseaux sociaux il y a des entreprises, des entreprises qui cherchent à monétiser leurs audiences pour devenir rentables, engendrer des bénéfices et parfois satisfaire des actionnaires.

Je vous propose de revenir sur différents leviers de monétisation utilisés par les principaux acteurs des réseaux sociaux afin d’avoir une vision plus claire sur leurs business models.

**Les publications sponsorisées : Facebook / Twitter / Instagram**

Ce type de levier consiste à offrir aux annonceurs la possibilité de diffuser un message à une audience plus importante que celle qu’ils possèdent en « naturel ». Par exemple, sur Twitter une marque peut diffuser un message à une cible d’utilisateurs plus large que celle des ses propres followers grâce aux Tweets Sponsorisés. Cela fonctionne relativement bien sur Facebook avec les posts sponsorisés (en ciblant le fil d’actualité) ainsi que sur Twitter avec les tweets sponsorisés. La plateforme a tout à y gagner puisque cela ne lui engendre pas de coûts supplémentaires.

Cependant, au niveau des utilisateurs cela peut parfois poser problème s’ils se sentent dupés ou inondés de messages provenant d’expéditeurs qu’ils ne suivent pas. Il faut donc réussir à trouver une juste milieu, ce que Twitter a bien compris en limitant l’exposition hebdomadaire de ses utilisateurs aux tweets sponsorisés.

**Le modèle Freemium : LinkedIn / Viadeo**

C’est l’une des stratégies de monétisation star sur Internet où de nombreux services proposent un accès basique gratuit et en parallèle un autre accès payant avec des services supplémentaires. Cela consiste donc à proposer une version gratuite limitée (mais pas trop) incitant à passer à la version payante par la suite. Sur les réseaux sociaux on peut notamment prendre le cas de LinkedIn et Viadeo qui proposent une formule freemium à ses utilisateurs. En passant en Premium vous pouvez par exemple entrer en contact avec n’importe quel utilisateur même s’il ne fait pas parti de votre réseau, voir qui a consulté votre profil … Chez LinkedIn, cette source de revenu représente environ 10% des revenus globaux.

**La publicité classique mais ciblée : Facebook / LinkedIn / Viadeo**

La publicité reste l’un des leviers de monétisation les plus importants du web car elle permet en général de garantir la gratuité d’un service. Dans ce cas là, de nombreux emplacements et formats publicitaires sont définis sur la plateforme et mis à disposition des annonceurs. C’est notamment le cas de Facebook avec les publicités au format classique qui sont présentent dans la colonne de droite. LinkedIn a également réservé des emplacements publicitaires pour les annonceurs sur sa plateforme, mais de manière plus discrète. Il faut dire que la publicité « classique » n’a pas vraiment la côte aux yeux des internautes …

**Les services Premium : LinkedIn**

Les services Premium se basent en général sur la base des utilisateurs pour proposer des services, des options supplémentaires aux individus. Par exemple, LinkedIn propose une sélection de services Premium, principalement aux recruteurs qui peuvent avoir accès à des outils de filtres très puissants pour rechercher des candidats. Ce service représente d’ailleurs la part la plus importante du business model de LinkedIn, il s’agit de : Talent Solution. »

|  |
| --- |
| **Q1/** Vous êtes une équipe de 3 journalistes, bloggeur pour le blog de MyLycéeBlog (MLB), votre rédacteur en chef, vous désigne pour rédiger un article qui présente le moyen de financement des réseaux sociaux, l’article est déjà presque terminé, il est ci-dessus, il vous reste à rédiger une conclusion. Cette conclusion doit résumer les moyens de rémunération des réseaux sociaux en quelques lignes, qui permet cette monétisation. Vous terminerez en présentant la particularité du réseau google + (à l’aide d’une recherche web)Le résultat de la recherche de DATA SELFIE et FDT doit transparaitre dans votre conclusion. |

Il y a différents leviers de monétisation qu’un réseau social peut utiliser pour générer des revenus et monétiser son audience. Le principal étant la publicité ciblé. Certains utilise des proposition de contrat freemium c'est-à-dire donner de l’argent pour avoir plus d’accès.

Un élément reste central à la réussite et la pérennité d’un réseau social : **la base utilisateurs**.

Pour conclure, nous pouvons également aborder la particularité du réseau social de Google ; Google Plus. Il est dépourvu de toute publicité, d’aspect freemium et il n’a pour le moment aucune vocation à générer des revenus pour Google qui possède déjà plusieurs sources de revenus dont une principale : Google AdWords. Google + apparaît plutôt comme la colonne vertébrale de l’ensemble des services de Google.