

# face to facebook by fullsix GROUP

## Fans de marques & pages de fans

Une série d'études pour aider les marques à tirer le meilleur parti de facebook

# face to facebook by fullsix group

En France aujourd'hui...

**15 millions**  
d'utilisateurs actifs  
par mois

50% se connectent tous les jours  
1 utilisateur passe en moyenne  
20 minutes par jour sur  
facebook

**Plus de 40%**

des fans ont l'impression  
que le temps qu'ils passent  
sur facebook empiète sur  
le reste de leur activités

Le temps passé sur la TV  
est le plus impacté,  
devant le téléphone  
et les loisirs

Facebook est-il un espace  
dans lequel les marques  
peuvent interagir avec les  
consommateurs ?

Pour cela, facebook a  
créé les fans pages...

# face to facebook by fullsix group

## Les fans de marques

Combien y a-t-il de fans ?

De combien de marques sont-ils fans ?

De quel type de marque est-on fan ?

Pourquoi devient-on fan ?

Comment devient-on fan ?

Les fans sont-ils des ambassadeurs ?

Un vivier de **5 millions de fans** et autant **d'ambassadeurs** potentiels pour les marques...



# face to facebook by fullsix group

## Les fans de marques

Combien y a-t-il de fans ?

De combien de marques sont-ils fans ?

De quel type de marque est-on fan ?

Pourquoi devient-on fan ?

Comment devient-on fan ?

Les fans sont-ils des influenceurs ?

Les fans sont-ils des ambassadeurs ?

En France, 5 millions d'utilisateurs sont devenus fans d'une marque en moins d'un an

**33%** des 15 millions d'utilisateurs français sont fans d'au moins une marque sur facebook

**96%** se connectent plusieurs fois par semaine

**82%** se connectent tous les jours

**56%** se connectent plusieurs fois par jour

### Learning

Les marques ont à leur portée un potentiel de 5 millions de gros utilisateurs de facebook prêts à devenir fan de leur page



# face to facebook by fullsix group

## Les fans de marques

Combien y a-t-il de fans ?

De combien de marques sont-ils fans ?

De quel type de marque est-on fan ?

Pourquoi devient-on fan ?

Comment devient-on fan ?

Les fans sont-ils des influenceurs ?

Les fans sont-ils des ambassadeurs ?

**82%** des fans sont fans de 2 marques ou plus

**18%** sont fans d'une seule marque

**52%** sont fans de 2 à 5 marques

**15%** sont fans de 6 à 10 marques

**15%** sont fans de plus de 10 marques

# face to facebook by fullsix group

## Les fans de marques

Combien y a-t-il de fans ?

De combien de marques sont-ils fans ?

De quel type de marque est-on fan ?

Pourquoi devient-on fan ?

Comment devient-on fan ?

Les fans sont-ils des influenceurs ?

Les fans sont-ils des ambassadeurs ?

### Les marques qui ont des fans proviennent de tous les secteurs

- ✓ Les marques de mode sont les plus représentées avec le secteur alimentaire (42% des fans dans les deux cas)
- ✓ Les marques de média et de l'internet touchent respectivement 36% et 34% des fans
- ✓ Les secteurs d'activité comme les loisirs, les cosmétiques, la téléphonie, le sport, l'automobile sont également présents et touchent entre 20% et 30% des fans

### Learning

Toutes les marques sont susceptibles d'attirer des fans. La forte attirance des fans pour les marques de mode est un indicateur de la valeur identitaire associée à l'action de devenir fan : cela participe à la construction de l'image que les fans ont d'eux-mêmes sur ce réseau.

# face to facebook by fullsix group

## Les fans de marques

Combien y a-t-il de fans ?

De combien de marques sont-ils fans ?

De quel type de marque est-on fan ?

Pourquoi devient-on fan ?

Comment devient-on fan ?

Les fans sont-ils des influenceurs ?

Les fans sont-ils des ambassadeurs ?

La majorité des fans le deviennent car ils apprécient la marque ou en sont déjà clients

**71%** des fans apprécient la marque

**52%** sont déjà clients

**41%** des fans souhaitent obtenir des informations sur la marque

**31%** des fans sont motivés par la recherche de promotions ou d'offres spéciales

### Learning

L'action de devenir fan traduit soit un **témoignage émotionnel** (j'aime la marque, je suis client), soit l'**attente d'une suite concrète** (recherche d'informations ou de promotions)



# face to facebook by fullsix group

## Les fans de marques

Combien y a-t-il de fans ?

De combien de marques sont-ils fans ?

De quel type de marque est-on fan ?

Pourquoi devient-on fan ?

Comment devient-on fan ?

Les fans sont-ils des influenceurs ?

Les fans sont-ils des ambassadeurs ?

Le réseau d'amis est le premier facteur de prescription pour amener un utilisateur à devenir fan d'une marque

**69%** des utilisateurs sont devenus fan après avoir vu qu'un de leur amis l'était (phénomène de recrutement viral)

**44%** sont devenus fan après une recherche pro-active de la marque sur Facebook

Les moyens de recrutement « push » (**39%**) ont aussi une importance significative (pub, promotions, événements et applications)

### Learning

Recruter des fans doit se faire d'abord en ajoutant des leviers « push » (pubs, promos, applications, événements...) à la recherche pro-active « pull ». Ce recrutement initial sera décuplé par l'effet viral, premier levier de recrutement.



# face to facebook by fullsix group

## Les fans de marques

Combien y a-t-il de fans ?

De combien de marques sont-ils fans ?

De quel type de marque est-on fan ?

Pourquoi devient-on fan ?

Comment devient-on fan ?

Les fans sont-ils des influenceurs ?

Les fans sont-ils des ambassadeurs ?

Les fans émettent régulièrement des avis au sujet des marques

**45%** des fans échangent avec leurs amis au sujet des marques au moins une fois par mois

Dans leurs échanges, les fans sollicitent des avis (**33%**), répondent à des sollicitations (**32%**) ou émettent des recommandations spontanées (**32%**) sur les marques

# face to facebook by fullsix group

## Les fans de marques

Combien y a-t-il de fans ?

De combien de marques sont-ils fans ?

De quel type de marque est-on fan ?

Pourquoi devient-on fan ?

Comment devient-on fan ?

Les fans sont-ils des influenceurs ?

Les fans sont-ils des ambassadeurs ?

### Les fans deviennent facilement des ambassadeurs de marques

Pour **60%** des fans, être fan donne l'envie et la possibilité de parler des produits ou services de la marque autour de soi

**68%** des fans se disent prêts à encourager leurs amis à devenir fans de ces marques sur Facebook

**64%** des fans se disent prêts à encourager leur entourage à devenir client des marques dont ils sont fans

#### Learning

La proportion d'ambassadeurs potentiels parmi les fans est presque 3 fois plus élevée que la moyenne (vs. 24% pour la moyenne des 100 plus grandes marques françaises parmi l'ensemble de la population - étude ISARA)

# face to facebook by fullsix group

## Les pages de fans

Un outil de relation  
et d'information

Un outil impactant sur l'ensemble  
du « tunnel d'engagement »

Les fan pages facebook :  
un **outil marketing multidimensionnel**  
**impactant**



# face to facebook by fullsix group

## Les pages de fans

Un outil de relation  
et d'information

Un outil impactant sur l'ensemble  
du « tunnel d'engagement »

### La page fan est une source d'information

**57%** des fans considèrent  
qu'être fan permet de choisir  
les produits/services de la  
marque qui les intéressent

Le fait d'être fan d'une  
marque amène **65%** des fans  
à découvrir de nouveaux  
produits/services

Pour **62%** des fans, être fan  
d'une page permet d'obtenir  
des informations utiles pour  
décider de l'achat d'un produit  
ou service de la marque

### Le fait d'être fan d'une marque sur facebook a un impact favorable sur la fidélité et la perception de la marque

Etre fan conforte le fait d'être  
client de la marque dans **61%**  
des cas

Evolution de l'opinion des fans  
sur la marque depuis qu'ils  
sont fans :

- Améliore l'opinion : **36%**
- Opinion inchangée : **63%**
- Détérioré l'opinion : **1%**

### En revanche, l'utilisation de la fan page comme outil de dialogue n'est pas sa vocation première

Seulement **11%** des fans  
deviennent fans pour  
échanger avec la marque

Seulement **8%** cherchent à  
dialoguer avec les autres fans

# face to facebook by fullsix group

## Les pages de fans

Un outil de relation  
et d'information

Un outil impactant sur l'ensemble  
du « tunnel d'engagement »

**Les fan pages permettent l'identification, le renforcement et l'activation du réseau de marque et impactent significativement tous les niveaux du tunnel d'engagement**

**Notoriété** : pour 65% des fans, être fan permet de **découvrir** des produits ou services qu'ils ne connaissaient pas

**Considération** : 57% des fans considèrent qu'être fan permet de **choisir** les produits/services de la marque qui les intéressent

**Achat** : pour 62% des fans, être fan d'une page permet d'obtenir des informations utiles pour **décider** de l'achat d'un produit/service de la marque

**Fidélisation** : être fan **conforte** le fait d'être client de la marque dans 61% des cas

**Recommandation** : 64% des fans sont prêts à **encourager** leurs amis à devenir clients de ces marques

# face to facebook by fullsix group

## Conclusion

Les fans de marque sont une réelle opportunité pour les marques...  
et les pages de fans sont l'outil pour établir une relation avec eux

Facebook représente aujourd'hui un vivier de 5 millions de personnes qui se disent prêtent à devenir des ambassadeurs de marque auprès de leurs amis

Les marques ont tout intérêt à développer une Fan Page sur Facebook dans une logique de développement de leur relation client et surtout de construction de leur réseau d'influence de marque

Ceci est d'autant plus important que ce vivier grossit très vite

- › Quasiment 1 million de membres Facebook en plus chaque mois en France
- › Aux USA, 80% des femmes sur Facebook sont fans de marque



# face to facebook by fullsix group

## Méthodologie

### Rappel de la méthodologie

- › Sondage réalisé en ligne auprès du Panel de l'institut OTO Research (15 000 ménages) du 17/12/09 au 06/01/10
- › Les 287 répondants sont choisis parmi les utilisateurs réguliers de facebook (au moins une fois par semaine) et fans d'au moins une « fan page » de marque/entreprise commerciale.
- › Ils reflètent la diversité des utilisateurs de facebook (hommes et femmes, de 15 à 60 ans, et répartis sur l'ensemble du territoire) ; mais les résultats sont redressés afin de représenter le poids réel des différentes classes d'âge dans les pages fans de facebook
- › NB
  - › Les fans que nous avons interrogés sont fans pour des marques/entreprises de tous secteurs, en particulier pour les marques/entreprises de mode et de produits alimentaires
  - › La moitié d'entre eux est fan de 2 et 5 marques (plus rares sont ceux qui sont fans de + de 10 marques : 15% ; 18% sont fans d'une seule marque)

**L'étude facebook à été réalisé par OTO Research, institut d'études appartenant au réseau FullSIX. Spécialisé dans la Veille d'opinion et les comportements consommateurs, en particulier sur les nouveaux media, OTO Research développe et exploite des outils de suivi de l'image de marque. Il possède ses propres panels consommateurs on line à partir desquels sont bâtis des indicateurs de mesure de performance et de ROI**

# face to facebook by fullsix group

## Contacts

### **Anne France Allali**

Directrice Générale OTO Research FRANCE

Tel : + 33 (0)1 49 68 24 52

Mob : + 33 (0)6 20 75 90 64

[allali@otoresearch.com](mailto:allali@otoresearch.com)

157, rue Anatole France | 92309 Levallois Perret | France [www.otoresearch.fr](http://www.otoresearch.fr)

### **Frédéric Colas**

Chief Strategic Officer, FullSIX Group

[colas@fullsix.com](mailto:colas@fullsix.com)

Tel: +33 (0) 613090326

157, rue Anatole France | 92309 Levallois Perret | France

[www.fullsix.com](http://www.fullsix.com) | [facebook.com/fullsix](https://facebook.com/fullsix) | [twitter.com/fullsixparis](https://twitter.com/fullsixparis)