

Les réseaux sociaux les plus attractifs en Chine en 2014



[Best Of Réseaux sociaux](#) — 13 mars 2014 —

La Chine est devenue l'un des pays les plus connectés dans le monde puisqu'il regroupe aujourd'hui plus de 600 millions d'internautes. Si vous vivez ou voyager dans le pays, vous pourrez découvrir l'omniprésence des tablettes dans les grandes villes, des smartphones et de ces chinois qui sont sur leur smartphone en 3g en train de chatter avec leur amis, ou lire des news sur les réseaux sociaux...

Cependant, il est important de savoir que la censure, ou « Great Firewall » occupe une grande place sur la toile chinoise. Encore, jeudi, tous les sites étrangers ont été ralentis et les VPN (Virtual Private Network) , seuls moyens pour contourner la censure ont été coupés.

En Chine, on oublie les réseaux sociaux occidentaux... car le pays possède ses propres réseaux sociaux et applications que nous développerons plus tard dans cet article. 91% des internautes chinois possèdent un compte sur au moins un réseau social contre seulement 67% pour les américains.

Les chinois adorent rester sur leur portable. Que ce soit dans le métro, au travail ou chez eux, ils sont constamment connectés à Internet. Les applications mobiles connaissent un succès fou en Chine que ce soit les jeux, les réseaux sociaux ou les moteurs de recherche...

Les réseaux sociaux sont très développés en Chine et attirent un nombre de chinois impressionnant. On peut tout a fait parler d'une communauté qui ne cesse de s'agrandir au cours des années. La messagerie instantanée, la recherche en ligne et l'écoute de musique sont devenues les principales activités online en Chine.

Weibo, leader des réseaux sociaux



Weibo, créée en 2009 par Sina, a réussi à créer une communauté en rassemblant plus de 500 millions d'utilisateurs dont 50 millions d'actifs chaque jour. Weibo signifie micro-blogging en chinois. Pour mieux comprendre, on pourrait le comparer à un mélange entre Twitter et Facebook. Il offre plusieurs fonctionnalités à ses utilisateurs comme la création de fils de discussions, des partages de photos ou vidéos, des posts plus lourds que sur Twitter etc. Les chinois aiment aller chercher des informations sur Internet, d'ailleurs 70% déclarent qu'ils pensent qu'elles sont beaucoup plus fiables que celles diffusées sur les médias traditionnels. Les informations sur ces médias sociaux se propagent à une vitesse incroyable. La censure agit également sur Weibo mais il est parfois facile de la contourner.



Wechat, crée par Tencent

Tencent est l'entreprise la plus importante du web en Chine avec plus de 7 milliards de dollars en 2012. Wechat est un réseau social mobile privé utilisé par 400 millions de personnes dans le monde dont 240 millions en Chine. C'est l'application préférée des chinois pour communiquer entre eux. Les utilisateurs ne partagent leurs informations qu'avec des gens qu'ils connaissent, contrairement à Weibo. Il est possible d'envoyer des messages vocaux, des photos, des vidéos, des messages et de se créer un profil.



Qzone

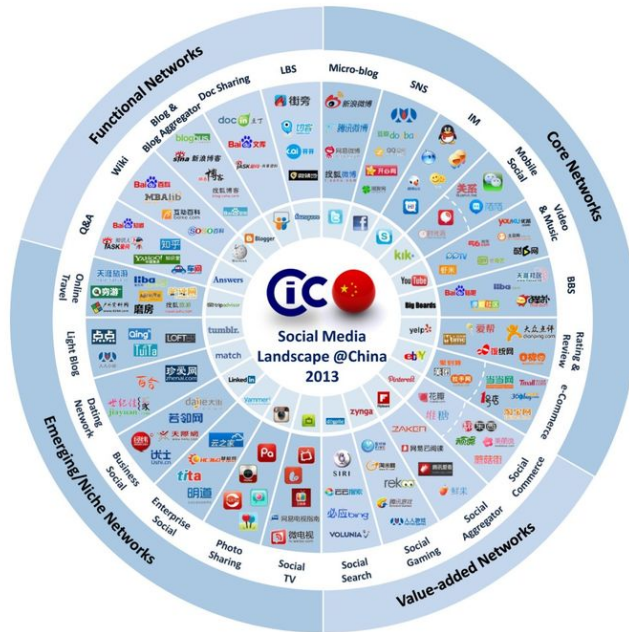
Le msn chinois. Aussi crée par Tencent, ce réseau social permet de rédiger des blogs, de tenir un journal, de partager et envoyer des photos, d'écouter de la musique... Plusieurs fonctionnalités sont disponibles ! Très facile d'utilisation, il rassemble 600 millions d'utilisateurs et se classe à la 2^{ème} position des réseaux sociaux (concernant le taux de partage). Les internautes chinois aiment mettre leur profil à jour au moins une fois par jour.

Les marques et les réseaux sociaux

Les entreprises de grandes marques se créent davantage un profil sur les différents réseaux sociaux afin d'attirer le maximum de personnes et d'être visible sur la toile chinoise. Les chinois suivent environ 8 marques sur les réseaux sociaux. Cette stratégie s'avère très efficace car l'e-commerce connaît un essor impressionnant depuis quelques années. Elles peuvent par exemple faire du buzz pour faire parler d'elles ou utiliser les leaders d'opinion pour attirer des fans et des consommateurs...

Les réseaux sociaux sont le lieu privilégié pour faire du branding et développer sa marque. Sur Weibo, il est possible de créer des concours, faire de l'animation publicitaire, générer des campagnes de KOL (Key opinions leaders) ou faire du Buzz. 150 millions d'internautes chinois se connectent au moins une fois par jour sur un réseau social. 53% des internautes chinois deviennent fan des marques pour obtenir plus d'informations sur celles-ci.

Il existe une variété de réseaux sociaux très importante en Chine, présentée dans ce graphique!



source CIC

Lorsqu'une marque veut lancer un nouveau produit, il est important d'accentuer sa présence sur les réseaux sociaux pour sensibiliser les consommateurs et les prescripteurs. Ainsi, pour une marque, la présence sur les réseaux sociaux est inévitable si vous souhaitez développer votre marque en Chine.

La Chine offre un paysage de réseaux sociaux varié et attractif. Le nombre d'internautes actifs ne cesse d'augmenter et d'agrandir cette communauté.

NB : les réseaux sociaux dans le monde entier, sont un très bon outil pour attirer du trafic, augmenter la notoriété, améliorer l'e-reputation mais ne sont pas encore un outil très efficace pour les e-commerçants, en Chine (comme dans le reste du monde j'imagine).

Aujourd'hui la plateforme leader en Chine Taobao(groupe Alibaba) a racheté des parts dans sina Weibo, et a misé sur la connexion entre le réseau social numéro un en Chine et l'e-commerce. Pour l'instant cela donne une plateforme social encore plus bourrée de Pub, mais peut être que dans un avenir proche, on pourrait en Chine assister à un mariage réussi entre e-commerce et social.

- See more at: <http://www.webmarketing-com.com/2014/03/13/26522-les-reseaux-sociaux-les-plus-attractifs-en-chine-en-2014#sthash.KTiXFVM.dpuf>