

Réseauter aide les entreprises

LUXEMBOURG Le scroll, levier de croissance en puissance pour les entreprises?

Comment une entreprise peut-elle optimiser ses réseaux sociaux pour en tirer profit? Même si le Luxembourg affiche un taux d'usage parmi les plus faibles d'Europe (45,9 %), ils sont devenus des leviers stratégiques pour les entreprises.

D'abord conçus comme des plateformes d'échange, ces réseaux sont aujourd'hui au cœur de l'opinion, des stratégies commerciales, des politiques publiques. «L'effet de réseau stimule la croissance», explique une étude de la Chambre de commerce, en marge d'une conférence ce mercredi. Les réseaux sociaux «occupent une place centrale dans le recrutement et la valorisation de la marque employeur (...) Ils permettent d'anticiper les tendances du marché».

Le marché mondial du «social commerce» (NDLR: les achats directs via les plateformes) devrait passer de



Au Luxembourg, le réseau LinkedIn a la meilleure portée publicitaire.

547,8 milliards de dollars en 2025 à près de 1 000 milliards en 2035. Dans le tourisme, 86 % des voyageurs sont influencés par les réseaux sociaux. Au Luxembourg, LinkedIn arrive en tête avec une portée publicitaire potentielle de 470 000, suivi par Snapchat (465 000).

«Chaque plateforme a ses codes, formats et objectifs. Une stratégie efficace repose sur la capacité à personnaliser le ton en fonction des attentes de chaque audience», suggère l'étude. Mais cela demande parfois de casser certains codes. «La culture luxembourgeoise valorise la discrétion et la confidentialité, freinant l'exposition publique et privilégiant les interactions hors ligne», analyse la Chambre de commerce.

«La taille réduite du marché et les habitudes locales favorisent des échanges directs dans des cercles restreints, réunions informelles dans des cafés, des clubs privés ou des associations professionnelles, où les discussions se font en face à face plutôt que sur des plateformes de masse». NICOLAS CHAUTY