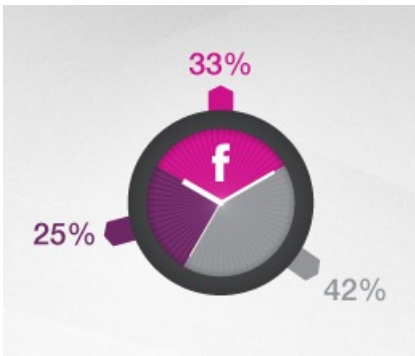


19.12.2012 - 09:30 Uhr

## Facebook et les marques horlogères / Une étude inédite réalisée par Virtua



Etoy (ots) -

34 marques de Haute Horlogerie, 4'100'000 fans, 1'806 posts, 1'381'937 «likes», 140'929 «shares», 37'169 «comments» observés sur une période de 5 mois.

C'est la matière utilisée par Virtua pour analyser le comportement des marques de la Haute Horlogerie sur Facebook et qui révèle quelques surprises.

De la nature des thématiques à la longueur des posts ou encore à la performance, tout a été trié, comparé, rangé, éprouvé, afin d'en extraire deux indicateurs qui permettent à ces marques de mieux comprendre leur positionnement sur cette plateforme. Ce sont donc respectivement un indice de notoriété ainsi qu'un indicateur de performance, qui permettent aujourd'hui de mettre à jour quelques bonnes et moins bonnes pratiques, et de souligner les comportements les moins usuels.

Le croisement de ces deux indicateurs nous a permis de réaliser un classement, révélant quatre profils de marque:

1. Les marques visibles sur Facebook et efficaces à engager leurs fans
2. Les marques visibles sur Facebook mais ayant des difficultés à créer de l'engagement auprès de leur fans
3. Les marques encore peu visibles sur Facebook mais efficaces à engager leurs fans
4. Les marques peu visibles sur Facebook et ayant des difficultés à créer de l'engagement auprès de leurs fans.

Mais cette étude est aussi l'opportunité de se faire une idée de la façon dont communiquent les grandes marques horlogères sur le 2ème site le plus visité de Suisse après Google. Comment est gérée la communication par l'image, la logique de publication, la façon de communiquer, la quantité d'information, son articulation dans le temps, sont tout autant de facteurs sur lesquels nous nous sommes penchés, espérant donner un peu de matière à réflexion pour des marques qui se cherchent encore parfois sur ce support.

Découvrez l'intégralité de l'étude en cliquant ici: <http://www.virtua-marketing.com/blogonews/les-marques-de-haute-horlogerie-et-facebook>

À propos de Virtua

Fondée par deux pionniers du web en 1998, Virtua figure aujourd'hui parmi les leaders de la communication digitale en Suisse romande, avec une agence à Etoy et un bureau à Sion. Virtua propose une vision unique de la conception, du développement, du design et de la réalisation des supports en ligne et multimédia, afin d'offrir le plus court chemin entre les exigences du monde virtuel et les résultats dans le monde réel. Parmi les clients qui font confiance à Virtua, on peut notamment citer Nespresso, le Comité International Olympique (CIO), Edipresse, Generali, Maison Cailler, Greubel Forsey, la BCV et la BCVs. Virtua compte près de 60 collaborateurs internes, tous issus de grandes écoles informatiques, commerciales ou de design.

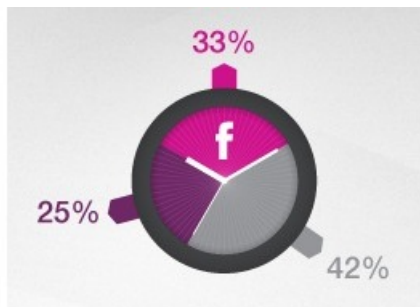
Tous les communiqués de presse de Virtua sont sur: <http://www.virtua.ch/fr/company/pressreleases.html>

Contact:

Steve Savioz  
Virtua SA  
Route de Pallatex 7A

CH-1163 Etoy  
Tel.: +41/21/544'28'00  
E-Mail: info@virtua.ch  
Web: www.virtua.ch

#### Medieninhalte



*Les marques horlogères sur Facebook en une image. Testo complementare con ots e su [www.presseportal.ch](http://www.presseportal.ch). L' utilizzo di quest'immagine è gratuito per scopi redazionali. Pubblicazione sotto indicazione di fonte: "ots.photo/Virtua SA".*

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/fr/pm/100011767/100730332> abgerufen werden.