



Réseaux sociaux : #nouveauxcodes

publié le 11/09/2016

Descriptif :

Pendant longtemps, une image a valu mille mots. Aujourd'hui, par sa capacité à faire remonter les conversations sociales, un mot dièse vaut mille images !

Les médias sociaux font évoluer les relations entre les marques et les consommateurs, et même les individus. Leurs codes imprègnent l'ensemble de la communication et des conversations, obligeant la mise en place d'une nouvelle forme de dialogue créatif...

Pendant longtemps, une image a valu mille mots. Aujourd'hui, par sa capacité à faire remonter les conversations sociales, un mot dièse vaut mille images ! Ce changement de paradigme résume à lui seul le bouleversement que les réseaux sociaux ont introduit dans les modes de communication.

Le choc d'une image

On ne compte plus les campagnes dans lesquelles le hashtag, symbole emblématique de Twitter, remplace les slogans. Tumblr avait en son temps démocratisé les gif, qui animent les images, comme le font aujourd'hui les cinémagraphs. Nés sur le clavier du mobile, les emojis sont devenus un vrai langage. AccorHotels les a utilisés pour aider ceux qui manquaient d'inspiration à trouver la destination qui leur correspond à travers une opération #EmojiSearch. Coca-Cola, Foot Locker ou Starbucks ont d'ailleurs créé leurs propres emojis. Ils sont aussi appréciés des marques pour leur capacité à capter l'attention de l'internaute dans une timeline. Les usages des réseaux sociaux inspirent également les créatifs.



Académie
de Poitiers

Avertissement : ce document est la reprise au format pdf d'un article proposé sur l'espace pédagogique de l'académie de Poitiers.

Il ne peut en aucun cas être proposé au téléchargement ou à la consultation depuis un autre site.