**Institut de maintenance et de sécurité industrielle (IMSI)**

**1ere Année socle commun**

**Matière : Français 2 Assurée par : Mme A.Senouci**

**Email :** [**a.senouci1977@gmail.com**](mailto:a.senouci1977@gmail.com)

**TD6**

**Texte**

Les entreprises **l**’ont bien compris et certaines veulent tirer profit de la puissance d’une communication via les réseaux sociaux.

Aujourd’hui, il est risqué pour une entreprise de se tenir à l’écart de cette évolution des modes de communication. Il faut savoir les utiliser et exploiter tout le potentiel de ces nouveaux outils. Mais comment savoir sur quel réseau social se positionner en priorité ? Quel est le réseau social le plus pertinent pour votre activité ? Faut-il avoir recours à un [Community manager](https://www.anthedesign.fr/sociaux/community-manager/) ?

Un réseau social, tel qu’**il** est défini par [Pierre Mercklé](http://pierremerckle.fr/2011/02/sociologie-des-reseaux-sociaux/) dans *Sociologie des Réseaux Sociaux*, est : **« un ensemble d’unités sociales et des relations que ces unités sociales entretiennent les unes avec les autres directement, ou indirectement à travers des chaînes de longueurs variables »**.

Il faut au minimum trois individus pour que l’on puisse parler de réseau social, car dans un réseau, il y a des relations fortes et d’autres qui le sont moins, ce sont les relations faibles. Deux individus forment une relation personnelle donc, forcément une relation forte, il y a un caractère intime.

Si l’un des deux individus vient à disparaître, il n’y a plus de relation du tout. Lorsque l’on rassemble trois internautes, la relation devient interpersonnelle et donc plus impersonnelle. Des stratégies se développent. Un réseau social, n’a pas de frontières délimitées, un réseau peut-être potentiellement infini*(Ferrand, 1997)*.

Pourquoi faire connaître **votre** entreprise via les réseaux sociaux ?

Le nombre de réseaux sociaux augmente régulièrement, **Twitter,**[**Facebook**](https://www.anthedesign.fr/sociaux/creer-page-facebook/)**,**[**LinkedIn**](https://www.anthedesign.fr/sociaux/linkedin-reseau-social-professionnel/)**, Viadeo,**[**Tumblr**](https://www.anthedesign.fr/sociaux/tumblr/)**,**[**Snapchat**](https://www.anthedesign.fr/sociaux/phenomene-snapchat/)**,**[**Instagram**](https://www.anthedesign.fr/sociaux/instagram/)**,** … Ce sont des plateformes idéales pour toucher à moindre frais un nombre très important d’internautes. Le degré de maturité de chacun de **ces** réseaux sociaux est très hétérogène.

La communication via les réseaux sociaux reste un investissement **qu**’il est encore difficile à chiffrer en termes de retour sur investissement. L’audience est très variable, elle dépend de votre activité, elle peut monter très vite et « retomber » aussi vite, d’où l’intérêt de poster des messages pertinents et marquants, pour attirer les Internautes et les fidéliser. Il faut garder à l’esprit que la présence d’une entreprise sur le web doit s’inscrire dans la durée avec des impacts espacés dans le temps.

Quels sont les bénéfices des réseaux sociaux pour une entreprise ?

Les bénéfices s’avèrent être multiples :

* Faire connaître **son** activité, **ses** produits, **ses** services,
* Faire participer les personnes ne pouvant pas se déplacer à suivre les événements en temps réel,
* Communiquer à double sens avec le public *(les internautes interagissent avec la marque et l’interpellent),*
* Recruter des salariés…

Certaines entreprises envisagent même de l’utiliser en interne comme outil de communication. Avant, les dirigeants se méfiaient de Facebook et Twitter. **Ils** assimilaient **leur** utilisation comme étant une perte de temps, un échange de commérages.

Aujourd’hui, les entreprises tiennent compte de l’importance de **leur** présence sur les réseaux sociaux et **en** exploitent les bénéfices pour leur organisation.

***https://www.anthedesign.fr/sociaux/reseaux-sociaux/***

***Questions***

1-Quel est le thème développé par l’auteur ?

2-Proposez un titre convenable à ce texte.

3-Quel en est son type ? pourquoi ?

4-Quelle est la nature des mots en caractère gras ? pourquoi les utilise-on ?

5-Relevez du texte le champ lexical de « l’Internet ».

6-**«**Ilsassimilaient leur utilisation comme étant une perte de temps, un échange de commérages. »

L’expression « comme » exprime-t-elle ?

La cause- la comparaison- le temps ou l’illustration ?

Recopiez la bonne réponse

7-Résumez le texte.