

Etude de marché :



Comment optimiser sa présence web lorsque l'on est sophrologue et hypnothérapeute ?

Etude réalisée par **Nikita Delieutraz** pour le cabinet **Esprit Quantique**.

30 novembre 2020

Introduction

Le **cabinet Esprit Quantique**, spécialisé dans la pratique de la sophrologie et de l'hypnose souhaite développer sa présence web. Il nous est donc demandé d'**identifier les réseaux sociaux, annuaires et autres sites web** pouvant contribuer à son développement.

Pour ce faire nous allons rapidement détailler la **structure du marché** de la sophrologie et de l'hypnose en France et en région parisienne.

Il nous faudra également nous renseigner sur les principaux **réseaux sociaux et annuaires**, quels sont leurs avantages et leurs inconvénients, quelle est leur fonction.

Nous étudierons ensuite la **stratégie digitale de 4 concurrents** afin de découvrir quels réseaux ils utilisent et comment (de quoi parlent-ils en fonction du site ?). Nous analyserons également les membres de leur réseau.

Nous pourrions ensuite préconiser à Esprit Quantique une **liste de sites à rejoindre** ainsi que des **conseils d'utilisation**.

Pour réaliser cette étude, nous nous appuierons sur des sites de syndicats, des statistiques, des sondages ainsi que des articles de blog ou magazine bien-être.

Nous sélectionnerons 4 thérapeutes apparaissant en tête des résultats de sites annuaires et ayant une stratégie digitale intéressante.

Chaque mot souligné correspond à un lien internet. De plus, n'hésitez pas à zoomer sur les images afin de pouvoir en lire le contenu.

La Sophrologie

- N'étant pas une profession réglementée, il est impossible de connaître le nombre exact de sophrologues en France. Cependant, en 2015, on estime qu'ils sont entre **8 000 et 10 000** pratiquants ([source](#)). Leur chiffre a cependant augmenté puisque le plus gros syndicat compte plus de 12 000 adhérents en 2020.
- Quelques caractéristiques selon la [Chambre Syndicale de Sophrologie](#) :

47ans

est la moyenne d'âge des sophrologues

43ans

est l'âge médian des sophrologues

3%

ont entre 20 et 30 ans

19%

ont entre 30 et 40 ans

33%

ont entre 40 et 50 ans

11%

ont plus de 60 ans



88%

des sophrologues sont des femmes



12%

des sophrologues sont des hommes

95%

des sophrologues utilisent le code APE 8690F
Activité à ambition « thérapeutique »

5%

utilisent le code APE 9604Z
Activité à ambition corporelle/bien-être

- Les français connaissent la sophrologie et en ont une **image très favorable** ([source](#))

94%

des Français ont déjà entendu parler de la
sophrologie

11 millions

de Français déclarent avoir déjà pratiqué la
sophrologie

76%

des Français qui ont entendu parler de la
sophrologie en ont une image positive

50 millions

de Français qui ont entendu parler de la
sophrologie en ont une image positive

Les réseaux sociaux

Les réseaux sociaux permettent de toucher des cibles différentes ainsi que d'atteindre des objectifs variés.
([source](#), [source](#))

Dans notre cas, les plus intéressants sont :

- **Facebook** (38 millions d'utilisateurs en France) va permettre aux entreprises de **créer un lien avec leurs clients**, les laisser s'exprimer sur leurs services, les **intéresser** et les **fidéliser**. Il permet le partage d'articles, images, vidéos, la création de sondages... mais également l'organisation d'événements ou de concours.
Il est difficile de s'y faire une place de choix sans passer par la publicité, c'est un outil qui sera plutôt utilisé pour développer la relation avec les clients actuels que pour en conquérir de nouveaux.
- **Youtube** est le plus gros média social dédié aux **vidéos** (plus d'un milliards d'inscrits). On y trouve des vidéos de toutes sortes. Ce média est utile si l'entreprise souhaite diffuser de la publicité, des documentaires, des conseils ou tutoriels...
- **Instagram**, basé sur le partage d'images et de courtes vidéos permet de toucher une communauté jeune principalement. Il peut être possible de **conquérir de nouveaux clients** ou de **gagner l'affection des clients** actuels via cette plateforme avec une stratégie de contenu performante. Il est également possible de **développer son réseau professionnel** et de se faire connaître des **influenceurs**. Les photos diffusées vont varier selon le secteur d'activité : certains y présenteront leurs produits afin d'augmenter leurs ventes, d'autres partageront leur quotidien dans l'entreprise, quelques uns diffuseront des photos inspirantes... Il est important de garder une **cohérence**, de choisir les bons **hashtags** et de ne pas inonder le visiteur de texte.
- **Twitter** offre de nombreuses opportunités. Il est possible de **communiquer directement avec ses clients**, de découvrir des **influenceurs**, effectuer une **veille sur les actualité de son secteur** grâce à la recherche par hashtag et enfin, d'agrandir son **réseau professionnel**. Les publications étant limitées à 140 caractères, il est nécessaire d'émettre des messages courts, synthétiques et attractifs. Donnant la possibilité de partager du contenu externe, l'entreprise s'en servira pour relayer son contenu, ses actualités. Elle gagnera en crédibilité en partageant les posts d'experts de son secteur. De plus, être présent sur Twitter permet d'améliorer son **référencement naturel** puisque les posts sont indexés dans les résultats Google.

- **Linkedin** est le **premier réseau social professionnel mondial**. L'utilisateur se constituera un carnet d'adresse en ajoutant ses clients, fournisseurs, collaborateurs et professionnels du même secteur. Il pourra ensuite **agrandir son réseau** en ayant accès aux relations de ses contacts. Ayant la possibilité de présenter son CV très complet (formations, expériences, compétences, intérêts...), l'utilisateur peut **prouver sa crédibilité** et convaincre un potentiel recruteur, mais aussi rassurer ses clients. On utilise LinkedIn pour relayer les actualités de son entreprise et se tenir au courant des tendances de son secteur.
- **Viadeo** était le concurrent français de LinkedIn. Si la question du « que choisir » s'est posée pendant plusieurs années, Viadeo a connu bien des déboires : redressement judiciaire, rachat... Depuis 2016, il a beaucoup moins de membres que LinkedIn et n'a pas réussi à se faire connaître à l'étranger. Il propose donc des **opportunités très limitées**. Il est probable que seuls quelques habitués l'utilisent encore et que le site disparaisse prochainement. (source)

Les annuaires

Durant cette étude nous avons découvert de nombreux annuaires spécialisés ou généralistes. Il est important de les comparer afin de savoir lesquels choisir. La fonction principale des annuaires va être de **trouver de nouveaux clients**.

- **Les Pages Jaunes** est incontestablement l'annuaire le plus connu, avec **3 milliards de recherches** par an (dont 311 millions dans le domaine de la santé).
 - ➡ Etre inscrit dans les Pages Jaunes permet d'améliorer le **référencement** de l'entreprise car l'annuaire est très bien référencé sur Google.
 - ➡ L'entreprise peut également **accroître le trafic vers son site web** en profitant du grand nombre de visiteurs des Pages Jaunes.
 - ➡ L'inscription est gratuite avec des options payantes.
De plus, en raison de la situation sanitaire, les Pages Jaunes offrent gratuitement jusqu'au 28 février certains services habituellement payants (Click & Collect, prise de rendez-vous en ligne, messagerie instantanée, actualités)
 - ➡ **513 sophrologues** inscrits à Paris dont 39 dans le 16^{ème}.
 - ➡ **260 hypnothérapeutes** à Paris dont 34 dans le 16^{ème}.
- **Doctolib** est le leader de l'e-santé en Europe.
 - ➡ Propose un logiciel pour gérer facilement la prise de rendez-vous, le contact avec les patients ainsi que des consultations vidéos.
 - ➡ Permet une **présentation très complète du thérapeute** (description avec photos et vidéos, formations, expérience, tarifs, langues parlées...)
 - ➡ **Extrêmement concurrentiel** avec **2160 sophrologues** l'utilisant (830 à Paris. 36 dans le 16^{ème}) et **3873 hypnothérapeutes** (1310 à Paris, 70 dans le 16^{ème})
 - ➡ Payant (129€ par an minimum)
- **Therapeutes.com** annuaire spécialisé médecines douces,
 - ➡ La **version gratuite** permet l'élaboration d'un **profil complet** (description, langues, formations, expérience, lien vers les publications d'articles...) ainsi que la **prise de rendez-vous** en ligne. Cependant la visibilité est limitée, le référencement mauvais. (plus d'infos)
 - ➡ En revanche la **version payante** (29,90€ ou 99,90€ par mois) optimise le **référencement** sur le site et sur Google et permet de **rédiger des articles** dans Thérapeute magazine.
 - ➡ **882 sophrologues** inscrits à paris dont 1 dans le 16^{ème}
 - ➡ **200 hypnothérapeutes** inscrits à Paris dont 11 dans le 16^{ème}

- Grâce à **SimilarWeb**, nous avons comparé l'audience des principaux annuaires spécialisés. Nous pouvons voir que **Doctolib rassemble la plupart du trafic**, cependant il est moins spécialisé que les autres. **Annuaire-thérapeute** est le site spécialisé en médecine douce que les patients utilisent le plus (254 270 visiteurs par mois) puis viennent **Médoucine** et **Thérapeutes.com**. **Resalib** génère bien moins d'audience.

Engagement ⓘ					
Aug 2020 - Oct 2020 🇫🇷 France 📄 Tout le trafic					
Metric	● medoucine.c...	● therapeutes.c...	● doctolib.fr	● resalib.fr	● annuaire-ther...
📅 Visites mensuelles	174,494	141,069	36.65M 🏆	42,040	254,270
👤 Visiteurs uniques mensuels	138,821	108,776	14.08M 🏆		186,394
👤 Visites / Visiteurs uniques	1.26	1.30	2.60 🏆	1.25	1.36
🕒 Durée d'une visite	00:02:19	00:41:36 🏆	00:05:40	00:04:32	00:03:12
📄 Pages par visite	2.00	1.93	5.47 🏆	2.41	3.32
📈 Taux de rebond	73.38%	80.70%	37.20% 🏆	68.15%	58.70%

- Il existe également des annuaires très spécialisés dédiés à la sophrologie ou à l'hypnose
- Sophrologie France**
 - ➡ **Version gratuite** qui donne accès à une présentation du thérapeute (formation, description, tarifs, horaires, coordonnées) sans lien dynamique vers le site web.
 - ➡ La **version payante** permet d'être **référéncé** en tête de liste et d'avoir un **lien** dynamique vers le site et les réseaux sociaux.
 - ➡ **808 sophrologues** inscrits dont 32 à Paris

Offre gratuite	Offre PRO	Annoncer
Votre page professionnelle avec : Vos coordonnées complète : Géolocalisation googlemaps, Adresse courrier, Téléphone, Adresse Mail, Votre photo ou logo, Liens de partage sur réseaux sociaux - Site web sans lien dynamique Description de votre activité : Vos thérapies, Vos horaires, Vos tarifs, Votre formation Référencement standard : - Page dans la liste des résultats - Page avec publicités - Liens vers les praticiens de l'annuaire à proximité	Votre page professionnelle avec : Vos coordonnées complètes: Géolocalisation googlemaps, Adresse courrier, Téléphone, Adresse Mail, Votre photo ou logo, Liens de partage sur réseaux sociaux - Site web avec lien dynamique Buzz sur les réseaux sociaux (Google+, Twitter) Description de votre activité : Vos thérapies, Vos horaires, Vos tarifs, Votre formation Référencement Optimisé : - Page en tête de liste : Fort impact de visibilité - Page sans publicités Lien vers votre page présent sur celles des praticiens de votre région Amélioration de votre référencement sur les moteurs de recherche	Vous souhaitez publier une annonce ? Vous souhaitez communiquer sur un service, un produit ou un évènement Publiez votre annonce avec notre régie publicitaire et profitez de notre audience ! Notre régie publicitaire s'adresse aux particuliers, aux entreprises et aux associations : Métiers du dvd/livre : auteur, éditeur... Organisateur d'événements : stages, séminaires de sophrologie... Boutique en ligne : textile, alimentaire : produits bio... Sites internet : agence de communication... Praticien ou Ecole de formation qui souhaitent communiquer sur leur activité. Le coût d'une campagne publicitaire varie selon sa durée d'affichage : 1 mois, 3 mois, 6 mois ou 12 mois.
Choisir cette offre	Choisir cette offre pour 49 euros/an	Publier votre annonce

Etude de cas

Pour réaliser cette étude nous avons choisi 2 spécialistes de l'hypnose et 2 sophrologues, 2 hommes et 2 femmes. Ils ont été trouvés en tête des résultats de 4 annuaires différents. Il y a de bons éléments dans leur stratégie mais également quelques erreurs que nous veillerons à ne pas reproduire.

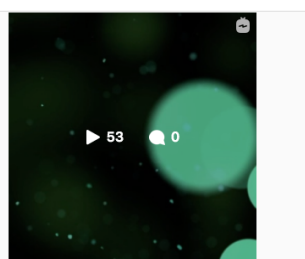
I. Grégory Renaux

- Sophrologue, hypnothérapeute et spécialiste de la pensée positive, il est spécialisé en gestion des émotions, perte de poids, arrêt du tabac, méditation, coaching en entreprise et préparation mentale.
-
- Gregoryrenauxtherapeute.com (son site web fait un lien vers ses pages Doctolib et Thérapeutes.com)
- Membre de la **Chambre Syndicale de Sophrologie**
- [Facebook](#)
 - ➡ 354 abonnés
 - ➡ Dans « à propos » il se présente rapidement, parle principalement des différentes disciplines qu'il pratique. On y retrouve aussi un lien vers son site web, ainsi que ses coordonnées.
 - ➡ Au niveau des posts, Grégory partage principalement des **phrases philosophiques** inscrites dans une image. Il fait ensuite le lien avec les **prestations qu'il propose** et ajoute un **lien** vers son site. Il utilise aussi le réseau pour **relayer** ses autres contenus, notamment ses vidéos Youtube.
 - ➡ Il génère assez **peu d'engagement** car il ne parle que de lui. Cependant nous pouvons voir que sa publication utilisant l'humour en comparant le prix d'un paquet de cigarette avec celle d'une séance d'hypnothérapie intéresse bien plus les visiteurs.



• Instagram

- ➡ 155 abonnés (des spécialistes du bien-être, mais également des personnes sans lien avec le secteur, intéressés)
- ➡ Il est abonné a des pages très variées n'ayant parfois rien à voir avec son secteur. Il n'utilise pas Instagram pour agrandir son réseau professionnel.
- ➡ Ici aussi il partage des **phrases positives** accompagnées d'une **publicité** pour son site web.
- ➡ On retrouve également quelques **vidéos** pour se relaxer, crée par lui même
- ➡ Il utilise toujours les mêmes **hashtags** :
 « #mondaymotivation #quoteoftheday #Inspiration #citation #instacitation #citationdusoir #citationdujour #citationinspirante #hypnothérapie #sophrologie #cerveau #esprit #spiritualité #bienetre #therapie #bienvieillance #prisedeconscience #hypnose » et ses images ont toujours la même structure.
- ➡ Génère plus d'engagement que sur Facebook, une vingtaine en moyenne



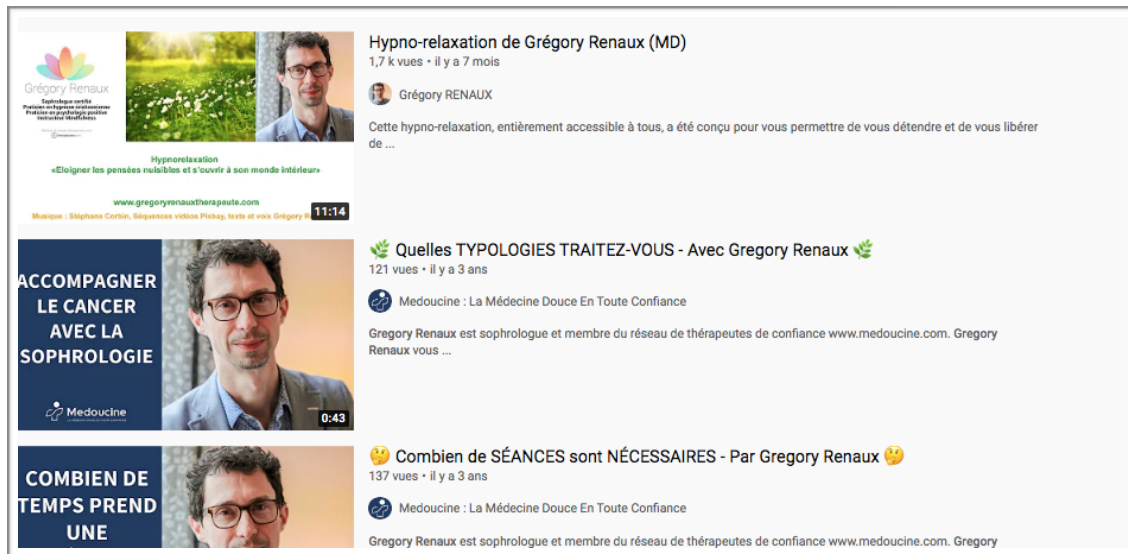
- Youtube

- ➡ 185 abonnés

- ➡ Il diffuse des **vidéos d'hypno-relaxation** créées par ses soins

- ➡ On y retrouve également des **vidéos explicatives** pour « démystifier » l'hypnose, répondre aux questions courantes.

- ➡ Lors d'une recherche sur Youtube des vidéos informatives réalisées en **collaboration avec Médoucine** viennent renforcer son sérieux et prouver son expertise.



- Linkedin

- ➡ 293 relations

- ➡ CV très détaillé avec ses formations, son expérience, ses compétences, des recommandations...

- ➡ Technique intéressante, dans ses formations il présente et explique l'**intérêt de la ou les disciplines** qui lui ont été enseignées afin de prouver sa crédibilité et d'aider le grand public à comprendre.

- ➡ Il utilise LinkedIn pour **relayer** les articles qu'il a écrit, les interviews auquel il a participé... Il partage à nouveau des **pensées positives** comme sur Facebook et Instagram.

- ➡ On peut remarquer que les **hashtags** utilisés sont bien moins nombreux sur LinkedIn, se limitant aux noms des disciplines et/ou effets traités : « #sophrologue », « #méditation », « hypnothérapie », « respiration », « stress »... ils sont **adaptés** à chaque publication.

- ➡ Dans son réseau des **confrères** spécialisés dans le bien-être mais aussi des **influenceurs** (journalistes, éditeurs...) et des **personnes sans lien apparent** (peut-être des clients ?)

Conclusion et préconisations

Comme nous avons pu le constater, les spécialistes ont tous leurs réseaux sociaux préférés. Ils ne sont pas présents sur tous mais vont choisir en fonction de la **cible** à atteindre, du **contenu** qu'ils souhaitent partager et des **objectifs** qu'ils visent à atteindre. Avant de démarrer sa stratégie digitale, Esprit Quantique doit donc réfléchir à ces 3 points.

Nous avons pu observer des tendances dans le partage de contenu. Outre la promotion des prestations et la diffusion de contenu créé par le praticien, il faudra trouver un moyen d'**intéresser l'audience pour la fidéliser, attirer de nouveaux clients, gagner en crédibilité** auprès du réseau professionnel... Pour se faire les thérapeutes partagent beaucoup de **phrases philosophiques, d'articles** sur le bien-être, de **conseils**...

Utiliser **l'humour, demander leur avis** aux clients (par exemple sur une citation), raconter une **anecdote** ou **partager la vie quotidienne** du spécialiste va aider à susciter leur intérêt.

De plus, le partage ou la création de contenu gratuit incluant des **techniques d'auto-hypnose, de relaxation**, etc, que le lecteur pourra tester est également très apprécié.

Un spécialiste qui **crée du contenu** (que ce soit des vidéos, des conseils, des articles explicatifs...) va captiver son audience. Il est important de **ne pas utiliser les réseaux sociaux que pour faire sa publicité** mais proposer un contenu varié et qualitatif,

Grâce à cette étude nous avons également découvert des idées intéressantes comme la « **vulgarisation** » et **l'explication de l'intérêt des différentes disciplines** apprises au sein de la formation par exemple.

Concernant le réseau des thérapeutes, il va varier selon le site web. Sur **Facebook, Instagram et Twitter** qui sont des **réseaux publics** on retrouvera des spécialistes de la santé, des influenceurs mais aussi des clients et des personnes intéressées par le secteur (= prospects).

Linkedin et Viadéo ont une dimension plus **professionnelle**, les contacts doivent être validés par le thérapeute. On y trouvera donc plutôt **des connaissances**, clients, partenaires, autres thérapeutes du même secteur et quelques influenceurs.

Les 4 thérapeutes étudiés sont **présents dans plusieurs annuaires** mais pas dans tous et ils ont décidé de **s'abonner à la version payante pour un ou deux annuaires**. On peut également constater qu'ils complètent plus ou moins leur profil selon le site. Je vais cependant recommander de s'inscrire dans un maximum d'annuaires gratuits afin d'**optimiser le référencement d'Esprit Quantique**. En effet, plus il y a de liens externes amenant sur le site de l'entreprise plus son indexation dans les résultats Google sera bonne.

Préconisations

- Réseaux sociaux indispensables :

➡ **Facebook** (pour fidéliser ses clients, éventuellement en trouver de nouveaux)

➡ **Linkedin** (pour développer son réseau professionnel et gagner en crédibilité)

- Selon contenu proposé intéressant d'être dessus mais **non obligatoire** :

➡ **Twitter** (si la thérapeute crée du contenu, des articles, des vidéos elle pourra l'utiliser pour relayer, utile également pour effectuer une veille du secteur)

➡ **Youtube** (si la spécialiste a prévu de créer du contenu vidéo)

➡ **Instagram** (si la sophrologue a des images à diffuser, une certaine cohérence et une connaissance des hashtags efficaces)

- Annuaire :

➡ **Les Pages Jaunes** (indispensable car principal annuaire utilisé pour trouver un praticien. L'audience est très importante mais la concurrence est rude, je recommande de choisir **quelques options payantes** afin de se différencier. La description du thérapeute n'a pas besoin d'être très détaillée = les prestations, tarifs, coordonnées, avis clients et lien vers le site devraient suffire)

➡ **Annuaire-thérapeutes.com** (bonne audience et spécialisée dans les médecines douces, je recommande de prendre l'abonnement à **7€ par mois + l'option rendez-vous en ligne**, Cela permettra de fournir un profil complet et d'améliorer le référencement).

➡ **Thérapeutes.com** (bonne audience, je recommande la **version gratuite** car elle permet déjà d'avoir un profil très complet et de prendre des rendez-vous en ligne)

➡ **Résalib** (pour optimiser le référencement en ligne, **version gratuite** : un profil succinct et les coordonnées seront suffisantes, le site ayant une présentation claire et efficace mais ne générant pas beaucoup de visites)