

## Quel constructeur de tracteurs a la plus grande communauté sur Facebook ?

© 10/10/2016 |  Benoît Egon •  Terre-net Média

La course aux « J'aime » de Facebook est un sport auquel les webmasters des plus grands fabricants de tracteurs s'adonnent régulièrement. Quel tractoriste a le plus de likes sur sa page ? Cela est-il représentatif de sa présence sur le marché ?



Le Podium  
2016 des  
Likes des  
tracteurs  
sur  
Facebook  
(@Terre-  
net Média  
)

**S**ans grande surprise, les constructeurs les plus connus réalisent les meilleurs scores de **likes sur Facebook**. Ainsi en premier, on retrouve John Deere avec plus de 2 700 000 mentions « J'aime ». Ce score impressionnant a été mesuré le 27/09/2016 sur la page principale du fabricant de Moline. Ces pages principales centralisent tous les « J'aime » quel que soit le pays d'origine, bien qu'en France nous voyions uniquement les textes concernant le marché français.

### Une solide avance pour John Deere

Sur la seconde marche du podium arrive, tout comme dans les [immatriculations de tracteurs en France](#), la marque New Holland et ses plus de 650 000 likes.

En troisième position, Case IH. C'est une surprise car cette marque n'est pas positionnée aussi haut dans les classements des parts de marché. Case IH a une meilleure visibilité sur les réseaux sociaux qu'elle n'en a sur le marché français. Y aurait-il là un effet d'une politique plus web du constructeur ou les données en provenance des US pèsent-elles lourdement dans la balance ?

Sans surprise, Massey Ferguson, Claas et Fendt suivent dans le peloton des 200 000 à 300 000 likes. Valtra tire bien son épingle du jeu avec plus de 160 000 mentions positives pour une marque surtout centrée sur l'Europe.

Avec respectivement 120 000 et 100 000 likes, Kubota et Deutz-Fahr finissent le classement au-dessus de 100 000.

Les marques Same, Landini et McCormick semblent un peu à la traîne, avec seulement 13 000 likes pour cette dernière. Ces marques italiennes ne sont pas très bien représentées sur les réseaux sociaux.

### Une mise à jour fréquente

Lors de notre analyse, nous avons aussi regardé la fréquence de mise à jour des pages. Et bonne surprise, quel que soit le fabricant, rien n'est plus vieux que quelques jours. Huit constructeurs de notre étude avaient même mis à jour leur page il y a moins de 24 heures. Ils étaient quatre à avoir mis à jour leur page il y a moins de 7 jours. Les passionnés d'une marque peuvent ainsi relayer sur les réseaux des informations presque quotidiennes à leurs amis.

Pourtant, la bataille des réseaux sociaux n'est pas encore finie. Si John Deere a pris une confortable avance, il faut la relativiser avec les plus de 9 millions de likes des automobiles Peugeot ou les plus de 27 millions de la page de Volkswagen.