



FACEBOOK ET INSTAGRAM POUR PROMOUVOIR MON EXPLOITATION

Formation organisée par
Union des Agricultrices Wallonnes
&
Centre provincial de l'agriculture
et de la ruralité

Chargée de cours : Nathalie Vanassche
www.nathalievvanassche.be



Comment créer une page Facebook pour mon exploitation ?

Introduction

Sur Facebook, vous avez trois fonctions : le **profil**, la **page** et le **groupe**. Bien que cela ne soit pas toujours très clair dans la tête des utilisateurs, chacun a sa fonction, répond à un besoin et a une utilité bien précise.

- **Profil** : pour le profil, on est plus dans le « privé » que l'on partage avec ses « amis »
- **Page** : permet de promouvoir ses produits et services
- **Groupe** : permet de regrouper des personnes ayant les mêmes centres d'intérêts

Ce cours vous apprendra :

1. Pourquoi vous devez être présent sur Facebook en tant qu'entreprise
2. Comment construire votre page Facebook professionnelle
3. La stratégie de contenu à adopter sur Facebook
4. Comment utiliser Facebook en tant que canal publicitaire

1. Pourquoi vous devez être présent sur Facebook en tant qu'entreprise ?

Quelques statistiques belges concernant Facebook :

5,5 million
de comptes Facebook en Belgique

8 sur 10
8 utilisateurs sur 10 se connectent au moins 1x/jour sur Facebook

18 - 64 ans
Toutes les catégories d'âge sont bien représentées sur Facebook

20 minutes
En moyenne, chaque utilisateur passe 20 minutes sur Facebook

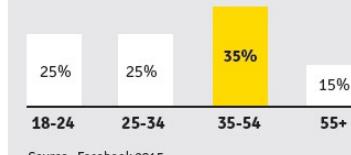
Important !
Il est donc extrêmement important que vous connectiez votre marque ou votre entreprise au groupe toujours plus important d'utilisateurs Facebook belges.

Facebook, ce n'est pas pour les indépendants et les PME... si ?

En tant qu'entrepreneur, indépendant ou PME, vous vous demandez sans doute si Facebook est la plateforme qu'il vous faut. Nous allons donc démythifier pour vous certains aspects.

Facebook ? C'est pour les jeunes !

Facebook attire peut-être les jeunes, mais de manière plus générale, les Belges de tous âges sont actifs sur cette plateforme. Sur Facebook, la moyenne d'âge est de 35-45 ans et en 2014, la proportion des plus de 55 ans a augmenté de 80 % tandis que celle des jeunes de 13-17 ans a diminué de 25 %.



Facebook ? C'est dépassé !

Les mauvaises langues prétendent que Facebook est en déclin. Facebook reste pourtant le plus grand réseau social à l'heure actuelle. Et ce n'est pas tout : il s'élargit chaque mois, en Belgique également. Trois quarts des Belges ayant un profil sur Facebook le consultent quotidiennement. Facebook n'a donc pas perdu en popularité. Les chiffres le concernant se situent clairement au-delà de ceux de LinkedIn et Twitter, comptant chacun 1 million d'utilisateurs. D'ailleurs, saviez-vous que nous consacrons 20 % de notre temps sur Internet à Facebook ?



le plus grand réseau social au monde



20 % de notre temps sur Internet est consacré à Facebook



2. Comment construire votre page Facebook professionnelle ? (en 15 étapes)

#1 : Créer une page depuis votre propre compte

Pour pouvoir créer une page, vous devez disposer d'un compte personnel sur Facebook et vous être identifié.

- Rendez-vous ensuite sur la page facebook.com/pages/creation/.
- Facebook vous propose de créer une page et de fournir les informations de base : le nom de la page, la catégorie¹, une description ...

The screenshot shows two side-by-side windows. On the left, the 'Créer une Page' (Create a Page) wizard is displayed. It has a red border around its left side. The first section, 'Informations sur la Page' (Page Information), shows a 'Nom de la Page (obligatoire)' field containing 'Produits de la Ferme' with a green checkmark. Below it, a dropdown for 'Catégorie (obligatoire)' shows 'Ferme' selected with a green checkmark, and other options like 'Magasin de fruits et légumes' and 'Agriculture' are listed. A note says 'Choisissez une catégorie qui décrit le type d'entreprise, d'organisation ou de sujet que votre Page représente. Vous pouvez en ajouter 3 maximum.' The second section, 'Description', contains the text 'Exploitation agricole familiale située à Wavre. Achetez directement au producteur tous les produits de sa ferme'. A note below says 'Décrivez ce que fait votre entreprise, le service que vous offrez ou l'objet de la Page.' with a character limit of 255. On the right, a preview window titled 'Aperçu bureau' shows a stylized illustration of a man and a woman working in a field. The page itself is titled 'Produits de la Ferme' and includes sections for 'Accueil', 'À propos', 'Photos', 'Vidéos', and 'Plus'. The 'À propos' section contains the same descriptive text as the wizard. There are buttons for 'Créer une publication', 'Photo/Vidéo', 'Identifier des personnes', and 'Je suis là'.

Vous avez la possibilité de choisir un nom de domaine Facebook unique pour votre page Facebook. Choisissez un nom simple et facile à retenir et à retrouver. Ajoutez une brève description de votre entreprise. Celle-ci figurera sur votre page. Soignez donc votre style et soyez concis.

#2 : Ajouter photo de profil et couverture

- Vous allez ensuite déterminer votre photo de profil² et une photo de couverture

¹ Faites de votre mieux pour choisir la catégorie la plus appropriée à votre business. Mais ne vous inquiétez pas, vous pourrez la modifier ultérieurement.

² La plupart des entreprises utilisent leur logo comme photo de profil



The screenshot shows the 'Configurez votre Page' (Configure your Page) section of the Facebook Page Setup. On the left, there's a sidebar with a 'Description' field containing the text: 'Exploitation agricole familiale située à Wavre. Achetez directement au producteur tous les produits de sa ferme !'. Below it is a 'Images' section with two fields: 'Photo de profil - Facultatif' and 'Photo de couverture - Facultatif'. Both fields have a placeholder text: 'Ajouter une photo de profil ou faites un glisser-déposer' and 'Ajouter une photo de couverture ou faites un glisser-déposer' respectively. A large red box highlights these two fields. At the bottom of the sidebar is a blue 'Enregistrer' (Save) button. To the right, there's a preview window titled 'Aperçu bureau' (Desktop Preview) showing a stylized illustration of a person working in a field. Below the preview is the page's cover photo, which is a similar illustration. The page title is 'Produits de la Ferme' and the category is 'Ferme'. The main menu includes 'Accueil', 'À propos', 'Photos', 'Vidéos', and 'Plus'. On the right side of the preview, there are buttons for 'Message', 'Créer une publication', 'Photo/Vidéo', 'Identifier des personnes', and 'Je suis là'.

- La **photo de profil** sera l'**icône visuelle de votre page**.
 - > Cette photo apparaît dans les résultats de recherche et également à côté des réactions que vous postez.
 - > Gardez à l'esprit que votre logo est souvent présenté sous forme de cercle sur la plateforme, assurez-vous donc qu'il n'y ait pas d'élément important dans les angles de votre visuel et qu'il rende aussi bien sous une forme carré que ronde.
 - > Pour finir, la taille idéale d'une photo de profil Facebook et de 360 x 360 pixels et doit mesurer au minimum 180 x 180 pixel.
- Cette image deviendra également votre **avatar**, notez qu'elle apparaîtra en petit à côté de chaque commentaire que vous ferez avec votre Page. Vérifiez donc bien que l'image ne devienne pas complètement illisible en plus petit.
 - > Par exemple, cela peut être une photo de vous, une image ayant un rapport avec votre marque ou le **logo** de votre marque lui-même.

Astuce ! Les 8 meilleurs logiciels gratuits pour créer un logo d'entreprise

- <https://www.pme-web.com/les-7-meilleurs-logiciels-gratuits-pour-creer-un-logo-dentreprise/>
- Votre **photo de couverture** est souvent la première chose que les visiteurs remarquent. Mieux vaut donc choisir une image ou une vidéo qui transmette immédiatement votre promesse de vente et la personnalité de votre marque.
 - > Les visuels de couverture s'affichent en 820 x 312 pixels sur les ordinateurs de bureau et en



640 x 360 pixels sur les mobiles.

> La durée des vidéos doit être comprise entre 20 et 90 secondes.

- Vous pouvez modifier facilement et à tout moment votre photo de couverture ou votre photo de profil

Astuce ! Créez une photo de couverture Facebook

- https://www.canva.com/fr_fr/creer/photo-couverture-facebook/

The screenshot shows the Facebook Business Suite interface. On the left, there's a sidebar titled 'Gérer la Page' with a dropdown menu set to 'Produits de la Ferme'. Below it are sections for 'Suite Business' (Boîte de réception, Planning, Outils de publication), 'Accueil' (selected), 'Des podcasts', 'Applications professionnelles', 'Ressources et outils', 'Notifications', 'Statistiques', 'Espace Pubs', and 'Qualité de la Page'. In the center, there's a profile picture placeholder with a camera icon, followed by the page name 'Produits de la Ferme' and a creation message 'Créer un @nomutilisateur - Ferme'. Below this are tabs for 'Accueil', 'Groupes', 'Événements', 'Avis', and 'Plus'. To the right are buttons for 'Promouvoir', 'Ajouter un bouton', and search. A prominent callout box in the middle says 'Complétez les informations de votre Page' with a subtext about improving discoverability. At the bottom, there's a link to 'Accéder à tous vos outils professionnels au même endroit'.

#3 : identifier les aspects clé de votre page Facebook professionnelle

A gauche de votre page, vous verrez des liens vers les différentes sections de gestion :

- **Page** : là où vous vous trouvez actuellement
- **Boîte de réception** : où vous pourrez échanger en message privé avec d'autres utilisateurs.
- **Notifications** : un historique des interactions avec votre page.
- **Statistiques** : où vous pourrez suivre les indicateurs de votre page.
- **Outils de publication** : pour programmer de nouveaux posts et analyser leur performance.
- **Espace Pubs** : pour gérer et suivre vos campagnes de publicité Facebook.
- ...

Prenez le temps de découvrir ces sections et leur contenu avant de revenir à la création de votre page.



#4 : créer un nom d'utilisateur pour votre page Facebook entreprise

Facebook vous permet de choisir un nom d'utilisateur unique à utiliser sur le site.

Pour le créer, cliquez sur "Créez un nom d'utilisateur de page" à côté de votre photo de profil

- Souvenez-vous que ce nom sera vu et utilisé dans toutes vos interactions Facebook. C'est aussi ce que les gens utiliseront pour vous taguer dans les images de posts. Il doit être très facile à retenir.
- Cependant, il est possible que ce nom soit déjà utilisé et si c'est le cas, Facebook vous le signalera avec une croix rouge. Il vous faudra alors être un peu créatif.
- Si vous gérez un commerce local, tentez d'ajouter la localité à votre nom d'entreprise.
Exemple : Produits de la ferme Wavre
Cela peut inspirer la confiance et la crédibilité auprès d'une audience locale.
- Dans l'idéal, utilisez le même nom pour tous vos profils de réseaux sociaux. C'est ainsi beaucoup plus facile pour votre audience de vous retrouver. Pensez-y au moment de créer votre page Facebook pro.

Créer un nom d'utilisateur de Page X

Votre Page est plus facile à trouver si elle a un nom d'utilisateur unique. Les Pages avec des noms d'utilisateur peuvent aussi créer des URL personnalisées qui permettent aux gens d'y accéder et de les contacter rapidement.

 Page pro exemple
@pageproexemple

Nom d'utilisateur 14 / 50

✓

Besoin d'aide ? Voici quelques conseils pour choix d'un nom d'utilisateur.

Annuler Créer un nom d'utilisateur

- Le nom de votre page Facebook pro doit contenir au moins 5 caractères et seulement des lettres et des chiffres³.

#5: ajouter vos informations dans la section à propos

- Vous devez ensuite remplir la section "À propos", qui décrit votre business.
- Plus il y a d'informations mieux c'est !

Cela permet aux utilisateurs de vous trouver plus facilement et de fournir plus d'indications à ceux qui souhaitent en savoir plus.

³ Beaucoup de gens ont constaté que Facebook ne les autorise pas à changer un nom de page. Si cela vous arrive, ils recommandent d'ajouter un nouvel administrateur de page qui pourra le changer pour vous. C'est étrange mais cela fonctionne.



Dans ces infos professionnelles doivent figurer vos mentions légales !

De nombreuses entreprises ne savent cependant pas que leur site doit mentionner une série d'informations obligatoires (mentions légales) sur leur page Facebook, même si elles ne vendent pas de produits ou de services en ligne.

QUELLES INFORMATIONS DOIVENT FIGURER SUR LE SITE WEB DE VOTRE ENTREPRISE ?

- 1 NOM**
Il s'agit du nom de votre entreprise. Si vous n'avez pas de nom d'entreprise, utilisez votre nom de famille.
- 2 ADRESSE**
L'adresse à laquelle votre entreprise est établie.
- 3 COORDONNÉES**
Les coordonnées permettant de communiquer directement et efficacement avec votre entreprise, p.ex. un numéro de téléphone ou une adresse e-mail. Un formulaire de contact en ligne est aussi parfois valable sous certaines conditions.
- 4 NUMÉRO D'ENTREPRISE**
Il s'agit du numéro d'identification unique de votre entreprise, attribué lors de votre inscription à la Banque-Carrefour des Entreprises. Ce numéro, composé de 10 chiffres, commence par 0 ou 1.
- 5 AUTORITÉ DE SURVEILLANCE COMPÉTENTE**
Si l'exercice de votre activité commerciale nécessite une autorisation (p.ex. agent immobilier), vous devez indiquer les données de l'autorité de surveillance compétente.
- 6 PROFESSION RÉGLEMENTÉE**
Dans ce cas, vous devez indiquer l'association ou le titre professionnel, ainsi qu'une référence aux règles professionnelles.
- 7 NUMÉRO DE TVA**
Si votre activité est assujettie à la TVA, vous devez indiquer le numéro de TVA (= TVA BE, suivi du numéro d'entreprise).
- 8 CODE DE CONDUITE**
Si votre entreprise est soumise à un code de conduite (p.ex. centres de fitness), vous devez le signaler et préciser l'adresse à laquelle ce code peut être consulté.

IMPORTANT

TOUTES CES INFOS DOIVENT ÉGALEMENT FIGURER SUR LA PAGE FACEBOOK DE VOTRE ENTREPRISE.

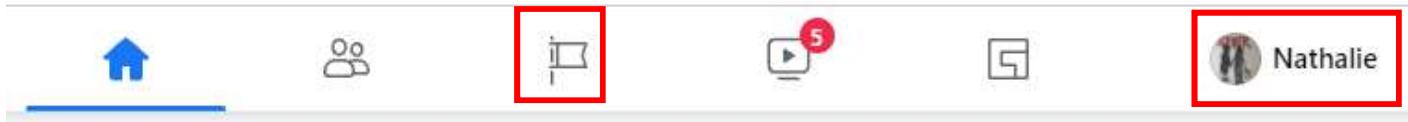


CES OBLIGATIONS SONT AUSSI VALABLES SI VOUS ÊTES TITULAIRE D'UNE PROFESSION LIBÉRALE.

Source : <https://news.economie.fgov.be/163150-informations-obligatoires-sur-le-site-web-de-votre-entreprise>



#6 : se connecter à sa page Facebook pro



- Pour revenir à votre profil Facebook perso, il suffit de cliquer sur votre nom ou la photo de profil dans la barre de menu en bleu.
- Puis, où que vous soyez sur le site, vous pourrez rejoindre votre page Facebook en cliquant sur le drapeau en haut de votre écran.
La liste des pages que vous gérez apparaîtra, sélectionnez celle qui vous intéresse.

#7 : gérer vos paramètres de page Facebook entreprise

Maintenant que vous êtes plus familier avec votre nouvelle page, passons aux réglages. On ne peut pas dire que Facebook soit avare d'options. Heureusement, ces réglages sont plutôt simples et vous pourrez laisser la plupart d'entre eux tel quel.

The screenshot shows the Facebook Business Suite interface. On the left, a sidebar titled 'Gérer la Page' lists various tools: Suite Business, Boîte de réception, Planning, Outils de publication, Accueil, Des podcasts, Applications professionnelles, Ressources et outils, Notifications, Statistiques, Espace Pubs, Qualité de la Page, Modifier les informations (4 nouvelles), and Paramètres (4 nouvelles). The 'Paramètres' option is highlighted with a red box. The main dashboard displays the page 'Produits de la Ferme Wavre' (@ProduitsdelaFermeWavre · Ferme). It includes sections for completing page information, accessing professional tools, preparing for success, and creating publications. A red box also highlights the 'Paramètres' link in the sidebar.

Publication de la page

Lorsque vous créez votre page Facebook, celle-ci est automatiquement publiée (et donc visible par tous) ... pour suspendre ou annuler la publication de celle-ci :

Pour annuler la publication de votre Page, procédez comme suit :



- Dans Général, cliquez sur **Visibilité de la Page**.
- Cliquez pour sélectionner **Page non publiée** et cliquez sur **Enregistrer les modifications**
- Les **Pages non publiées** sont visibles uniquement par les personnes qui gèrent la Page.

Ajouter et éditer des rôles de page

Si vous souhaitez que certains membres de votre équipe puissent gérer votre page Facebook entreprise, vous devez les ajouter dans vos réglages.

- Cliquez d'abord sur "**Rôles des pages**" dans le menu de gauche. Puis tapez leur nom ou leur adresse email pour les trouver.

The screenshot shows the Facebook Page settings interface. At the top, there's a navigation bar with 'Page', 'Boîte d...', 'Notifications 1', 'Statistiques', 'Outils ...', 'Plus ▾', 'Paramètres' (which is underlined), and 'Aide'. The main content area is titled 'Rôles de la Page'. It features three circular icons representing different roles. Below them is a section titled 'Sections' with two buttons: 'Affecter un nouveau rôle sur la Page' and 'Rôles existants sur la Page', each with a 'Accéder à la section' link. The left sidebar has a list of options, with 'Rôles de la Page' being the active one, indicated by a red box around it. Underneath are other options like 'Personnes et autres Pages', 'Audience de Page préférée', 'Autorisations', 'Contenu de marque', 'Instagram', and 'À la une'.

Facebook propose dans le menu déroulant 5 rôles de page différents :

Administrateur, Éditeur, Modérateur, Annonceur, Analyste

- Chacun d'entre permet au gestionnaire de page d'accéder et d'utiliser certaines fonctionnalités. Pour comprendre les différences entre ces rôles, choisissez une option et lisez la description correspondante.

#8 : ajouter un bouton call to action

N'oubliez pas cette étape ! Le bouton call to action d'une page business est la meilleure opportunité de capturer des prospects et des leads.

La plupart des pages utilisent le bouton "Envoyer un message".

Vous pouvez changer cela en cliquant sur "Ajouter un bouton" en haut à droite de votre écran. Facebook propose plusieurs options de call to action.



The screenshot shows a Facebook page dashboard for 'Page pro exemple'. On the left, there's a sidebar with links like Accueil, Publications, Évènements, Voir plus, Promouvoir, and Visiter l'Espace Pubs. The main area has a placeholder for a cover photo with the text 'Ajouter une couverture'. Below it are standard social sharing buttons: J'aime, S'abonner, Partager, and three dots. A red box highlights the 'Promouvoir' button. To the right, there's a section for inviting friends to like the page, with a search bar for 'Rechercher des amis à inviter'.

- Réserver dans votre établissement
- Vous contacter
- En savoir plus sur votre entreprise
- Acheter un de vos produits
- ...
- Une fois que vous avez choisi votre CTA⁴, cliquez sur "suivant".
- Vous pouvez ensuite utiliser ce bouton pour faire un lien vers votre site internet ou envoyer les consommateurs vers la section boutique de votre page Facebook⁵.

Modifier le bouton d'action

Choisissez l'action que vous souhaitez que les visiteurs de votre Page effectuent.

- S'abonner**
Aidez les gens à s'abonner facilement à votre Page.
- Voir la carte cadeau**
Choisissez un site web où il sera possible d'acheter vos cartes cadeaux.
- Commander**
Choisissez un site web sur lequel les gens peuvent commander vos repas.
- Prendre RDV**
Choisissez où les gens peuvent prendre rendez-vous.
- Appeler**
Choisissez où vous souhaitez recevoir les appels.
- Nous contacter**
Choisissez un site web où les personnes peuvent trouver vos coordonnées.
- Envoyer un message**
Recevez des messages dans la boîte de réception de votre Page.
- Envoyer un message WhatsApp**
Choisissez le numéro associé à votre compte WhatsApp pour que les personnes puissent vous contacter.

⁴ CTA = Call To Action

⁵ Si vous souhaitez que les gens puissent faire du shopping sur votre page Facebook, vous devez intégrer votre compte Shopify à votre compte Facebook.



Aperçu

J'aime S'abonner Partager ... Acheter

✓ Votre bouton Acheter Modifier

Étape 2 : Où voulez-vous diriger les personnes qui cliquent sur ce bouton ?

Quand les clients cliquent sur votre bouton, ils sont dirigés vers un endroit où ils peuvent effectuer une action ou consulter des informations supplémentaires.

Lien du site web
Envoyez les personnes vers le site web de votre choix.

Acheter sur votre Page
Dirigez les clients vers la section Boutique de votre Page.

Étape 2 sur 2 Retour Terminer

#9 : ajouter des photos et des vidéos

Avant de commencer à promouvoir votre page pro Facebook, il vaut mieux télécharger du contenu pour les futurs visiteurs.

Gérer la Page

Produits de la Ferme Wavre

Produits de la Ferme Wavre @ProduitsdeLaFermeWavre · Ferme

+ Ajouter un bouton

Promouvoir

Plus

Vidéos

Photos

À propos

Communauté

Modifier les onglets

Albums

Toutes les photos

Accueil Groupes Événements Avis Plus Promouvoir

Boîte de réception Planning Outils de publication

Accueil Des podcasts Applications professionnelles Notifications Statistiques Espace Pubs Qualité de la Page Modifier les informations

Promouvoir

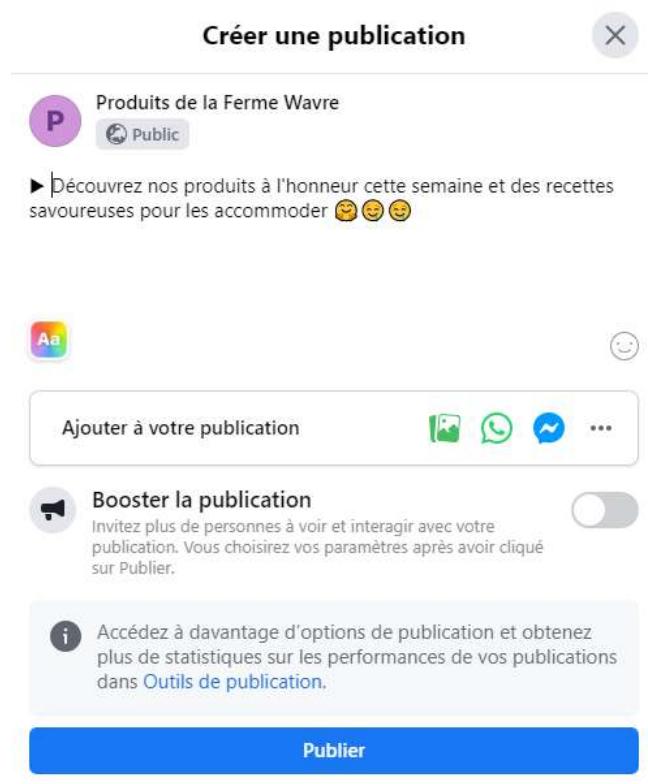
- Pour ajouter des photos, cliquez simplement sur l'onglet Plus puis créez un album
- Pour ajouter des vidéos, cliquez sur l'onglet vidéo et "ajouter vidéo".



#10 : créer un premier post et le mettre en avant sur votre page

Maintenant que vous savez comment créer une page Facebook, il est temps de passer à la publication.

- Facebook fournit par ailleurs de nombreuses options de publication.



Épingler et intégrer des publications

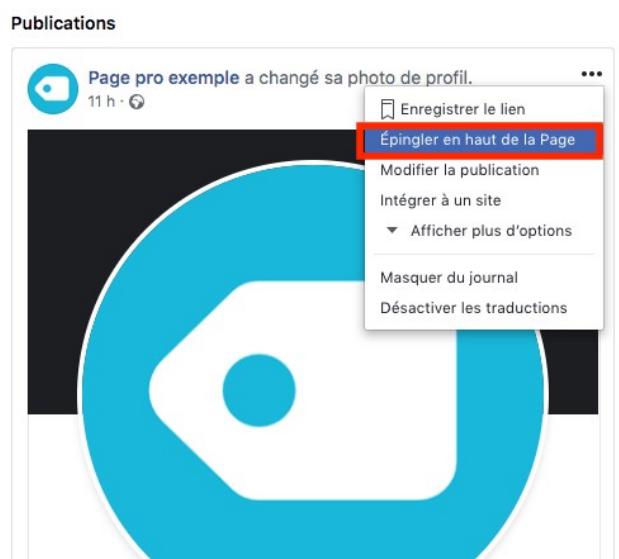
Facebook vous permet de mettre l'un de vos posts en avant en le plaçant en **première position de votre page**. C'est ainsi la première chose que les visiteurs voient lorsqu'ils arrivent.

Peu importe les autres publications qui seront affichées par après, la publication épinglee demeurera toujours au haut de la page, bien visible aux visiteurs.

Pourquoi épinglez une publication en haut de votre page Facebook?

Pour mettre en valeur un message important. Par exemple : une période de vacances, une promotion spéciale, une nouveauté, ou même un changement majeur au sein de votre organisation. Lorsque vous épinglez une publication, cela évite qu'elle se perde ou confonde avec toutes les autres publications de votre page.

- Accédez à la publication sur le journal de votre page.
- Passez le pointeur de la souris en haut à droite de la publication, puis cliquez sur les 3 points afin de dévoiler le menu.
- Sélectionnez « Epinglez en haut de la page »



#11 : Socialisez !

Félicitations ! Votre page est en ligne. Mais comment faire en sorte d'avoir des fans ?

Inviter ses amis et commencer à promouvoir sa page

Votre page sera plus crédible auprès d'abonnés potentiels si elle affiche déjà des likes et des interactions de la part d'autres personnes, c'est le principe de la **preuve sociale**.

- Pour lancer votre page sur une bonne dynamique, commencez par **inviter vos amis à liker votre page**, en utilisant l'outil qui se trouve dans le menu de droite.

The screenshot shows a Facebook page dashboard for 'Page pro exemple'. The 'Promouvoir' tab is active. On the right side, there's a sidebar titled 'Vous connaissez des amis à même d'aimer votre Page ?' with a search bar and a list of friends with their profile pictures and 'Inviter' buttons. A red box highlights this sidebar.



- Une fois que vos amis vous ont aidé à lancer votre page, vous pourrez lier celle-ci à votre site internet et d'autres comptes sociaux et commencer à la promouvoir.

Aimer d'autres pages

Likez d'autres pages vous permettra de voir leur contenu s'afficher sur votre fil d'actualité. Ce sera l'occasion d'interagir avec d'autres pages et ainsi d'avoir plus de portée. Lorsque vous interagissez avec le post d'une autre page, celle-ci apparaîtra sur d'autres fils d'actualités connectés. C'est un excellent moyen de développer votre réseau.

The screenshot shows a Facebook page for 'Oberlo'. At the top, there's a profile picture of a woman, a large blue '101' graphic, and a teal-colored box with white text. Below the header, there are standard social sharing buttons: 'J'aime', 'S'abonner', 'Partager', and three dots. A dropdown menu is open over the '...'. The menu items are: 'Enregistrer', 'Suggérer des modifications', 'Créer une Page', and 'Aimer en tant que votre Page'. The fourth item, 'Aimer en tant que votre Page', is highlighted with a red box. To the right of the menu, there's a rating section showing '4,5 sur 5 - Selon l'avis de 459 personnes'. Below that, there's a testimonial from a user named 'Oberlo app on shopify. the only th'. Further down, there's a section titled 'Recommandez-vous Oberlo ?' with 'Oui' and 'Non' buttons, and a 'Voir tout' link. On the far left, there's a sidebar with links like 'Accueil', 'À propos', 'Avis', etc., and a green 'Créer une Page' button.

- Rendez-vous sur les pages que vous souhaitez liker et cliquez sur les trois petits points indiquant le menu déroulant sous la photo de couverture.
- Facebook affiche trois pages au hasard parmi celles que votre page a liké. Vous les verrez apparaître en bas du menu de droite de votre page.

Faire la promotion de sa page Facebook

- Ajoutez le logo Facebook sur tout votre matériel marketing et vos outils de communication imprimés (p. ex. cartes de visite, dépliants, affiches et flyers, tickets de caisse et factures).
- Ajoutez le logo Facebook sur toutes vos communications numériques et veillez à ce que l'illustration soit cliquable (p. ex. votre signature d'e-mail et un bouton « J'aime » sur votre site).



- Créez des publicités payantes sur Facebook afin de faire la promotion de votre page (plus de détails à propos des publicités dans la dernière partie de ce cours).

#12 : évaluer votre page en tant que visiteur

Vous avez presque fini avec votre page pro Facebook mais avant de la partager, vous pouvez vérifier comment elle apparaîtra à votre audience.

The screenshot shows a Facebook page interface. On the left, there's a sidebar with options like 'Accueil', 'Publications', 'Évènements', and 'Promouvoir'. The main area shows a cover photo placeholder with the text 'Ajouter une couverture'. Below it are buttons for 'J'aime', 'S'abonner', 'Partager', and a three-dot menu. A dropdown menu is open at the bottom right of the three-dot button, showing options such as 'Modifier infos Page', 'Voir les statistiques', and 'Aperçu visiteur'. The 'Aperçu visiteur' option is highlighted with a red box. Other options include 'Créer une publicité', 'Créer un évènement', etc. At the very bottom of the page, there's a link 'Revenez à votre affichage'.

Facebook a créé l'option qui vous permet d'afficher votre page telle qu'elle est vue par les autres.

- Pour y accéder, cliquez sur les trois points signalant le menu déroulant, puis cliquez sur "Aperçu visiteur".
- Pour revenir en mode normal, cliquez sur "Revenez à votre affichage" juste sous le menu bleu. Pensez à faire cette petite vérification régulièrement.

#13 : Adopter une stratégie de contenu

Maintenant que votre page est prête, il vous faut l'animer en proposant du contenu régulier et intéressant à vos «fans».

Ce contenu peut être très variable et publié sous différentes formes afin de dynamiser votre page et la rendre la plus vivante possible. Vous pouvez y partager par exemple :

www.nathalievannassche.be



- Des photos de votre équipe, de vos locaux ou d'un évènement auquel vous avez participé
- Les projets sur lesquels vous travaillez ou le teaser d'un lancement proche
- Les nouveautés en tous genres bien entendu (nouvel employé, nouvelle installation, nouveau produit)
- Un lien vers un article intéressant ou une information utile en rapport avec votre activité que vous avez lu quelque part
- Des vidéos (sur Facebook ou Youtube)

5 conseils pour atteindre une portée organique maximale

1. Fréquence

Postez régulièrement des mises à jour sur votre page Facebook. Le faire une fois par semaine n'est pas suffisant. **Faites-le aux moments auxquels il y a le plus de monde en ligne.**

- Publiez aux alentours du temps de midi, entre 12h et 13h.
- Vous cherchez principalement l'interaction avec vos fans et un maximum de « j'aime » et de réactions ? Alors mieux vaut publier aux alentours de 20h.
- Quant au jour le plus opportun pour actualiser votre page Facebook, c'est le jeudi, en semaine et le samedi, durant le week-end.

2. Mélange de contenu

- Les internautes préfèrent voir une image que lire du texte MAIS seul le texte est assuré d'une grande portée par Facebook.
- Les vidéos constituent elles aussi un important moyen pour attirer le public

Veillez donc à ce que le mélange de contenu soit bien équilibré sur votre page Facebook.

3. Évitez toute communication trop commerciale

Facebook scanne votre contenu et vos messages et reconnaît les promotions et le contenu commercial. Facebook réduit alors considérablement votre portée, de sorte à vous contraindre de passer par la publicité.

4. Popularité

Il arrive que des articles de journaux, des extraits vidéo et des récits soient partagés massivement sur Facebook. Cela s'apparente à une forme de bouche-à-oreille en ligne, permettant de toucher un grand nombre de personnes rapidement et souvent à moindre coût également.

Dans ce cas, votre post devient « viral ». Le facteur viral incite Facebook à exposer votre contenu à davantage de personnes.

5. Actualité

Jouez au maximum sur l'actualité. Facebook reconnaît l'actualité et diffuse plus massivement le contenu actuel que celui qui l'est moins.



#14 : se familiariser avec les statistiques Facebook

Facebook enregistre les interactions avec votre page afin de vous fournir une série d'indicateurs et de statistiques extrêmement utiles.

1. Vous trouverez ces données en cliquant sur "Statistiques" dans le menu principal de votre page Facebook pro.
2. Il sera vide jusqu'à ce que votre page enregistre assez d'interactions mais après un moment, vous trouverez cette section très intéressante.

Gérer la Page

P Produits de la Ferme Wavre

Suite Business

- Boîte de réception
- Planning
- Outils de publication

Accueil

Des podcasts

Applications professionnelles

Notifications
2 nouvelles

Statistiques

Cette Page n'est pas visible. Vous pourrez la publier quand vous serez prêt à la montrer aux autres. **Publier la Page**

Modifier

Produits de la Ferme Wavre
@ProduitsdelaFermeWavre · Ferme

+ Ajouter un bouton

Accueil Événements Plus Promouvoir Accéder à la suite Bus...

Accéder à tous vos outils professionnels du même endroit
Créez et programmez des publications, gérez votre messagerie, consultez les statistiques et plus encore dans la suite Facebook Business



Produits de la Ferme Wavre > Statistiques de la Page

Statistiques de la Page

Synthèse

Suite Business

Creator Studio

Abonnés

Publicités

Mentions J'aime

Couverture

Vues de la Page

Actions sur la Page

Publications

Publications avec produits identifiés

Événements

Vidéos

Stories

Promouvoir

Présentation de votre nouvel outil statistique

Vous pouvez suivre votre couverture payée et organique, en savoir plus sur votre audience actuelle et potentielle et analyser les performances de vos contenus sur Facebook et Instagram.

Voir toutes les statistiques

Les statistiques relatives aux commandes et aux messages ne sont pas disponibles

En raison de règles de confidentialité en vigueur dans certaines régions, les rapports sur les statistiques relatives aux messages ne sont pas disponibles pour le moment.

Les annonceurs pourraient constater un impact sur les rapports portant sur des données relatives aux messages et aux commandes. Pour les indicateurs concernés, le signe « — » s'affichera à la place des données affectées.

En savoir plus

Les estimations de planification des campagnes et des indicateurs uniques peuvent être affectées

À partir du 11 oct 2021, nous commencerons à mettre à jour notre approche qui consiste à compter les personnes sur la base des comptes qu'elles ont ajoutés à l'Espace Comptes. De ce fait, vous consterez peut-être un impact sur les estimations de planification des campagnes, ainsi que sur les rapports de performance d'indicateurs uniques.

En savoir plus

Résumé de la Page 7 derniers jours + Exporter les données

Résultats pour 14 oct 2021 - 20 oct 2021

Note : ceci ne tient pas compte des données du jour. L'activité Statistiques est comptabilisée sur le fuseau horaire du Pacifique. Les activités publicitaires sont comptabilisées sur le fuseau horaire de votre compte.

Organiques Payées

Actions sur la Page	Vues de la Page	Mentions J'aime une Page
14 octobre - 20 octobre	14 octobre - 20 octobre	14 octobre - 20 octobre
Nous n'avons pas suffisamment de données à afficher pour la période sélectionnée.	Nous n'avons pas suffisamment de données à afficher pour la période sélectionnée.	Nous n'avons pas suffisamment de données à afficher pour la période sélectionnée.

Couverture des publications Couverture de la story Recommandations

ACTIONS SUR LA PAGE

Actions sur la Page 14 octobre - 20 octobre

Nous n'avons pas suffisamment de données à afficher pour la période sélectionnée.

Vues de la Page 14 octobre - 20 octobre

77 Total des vues de la Page ▲ 31%

COUVERTURE

Couverture des publications 14 octobre - 20 octobre

1,303 Personnes touchées ▲ 136%

Interactions avec les publications 14 octobre - 20 octobre

126 Interaction avec les publications ▲ 147%

Vues de la Page 14 octobre - 20 octobre

77 Total des vues de la Page ▲ 31%

Mentions J'aime une Page 14 octobre - 20 octobre

5 Mentions J'aime la Page ▲ 400%

Couverture de la story 14 octobre - 20 octobre

Découvrez les statistiques de votre story

Découvrez les statistiques sur les performances des stories récentes de votre Page.

En savoir plus

Recommandations 14 octobre - 20 octobre

Nous n'avons pas suffisamment de données à afficher pour la période sélectionnée.

Vidéos 14 octobre - 20 octobre

4 Vues de vidéo de 3 secondes ▲ 33%

Abonnés de la Page 14 octobre - 20 octobre

5 Abonnés de la Page ▲ 150%



#15 : Faire de la publicité pour booster une publication Facebook

Facebook offre la possibilité de sponsoriser une publication existante pour atteindre un plus grand nombre de fans.

1. Pour sponsoriser une publication, il suffit d'appuyer sur le bouton « booster » qui se trouve en dessous.



2. Définissez un **objectif** > Quels résultats attendez-vous de cette publicité ?

Objectif

Quels résultats attendez-vous de cette publicité ?



Automatique

Laissez Facebook sélectionner l'objectif le plus pertinent d'après vos paramètres.

Modifier

3. Ajoutez éventuellement un bouton d'action
4. Les paramètres s'affichent ensuite pour le choix de l'audience, du budget et de la durée de la publicité.

Audience

Qui devrait voir votre publicité ?

Audience intelligente

Facebook personnalisera vos audiences pour toucher plus de personnes susceptibles d'être intéressées par votre entreprise.



Détails de l'audience

Lieu - Résidence Belgique : Rue de la Limite 6, La Roche-en-Ardenne (+48 km) Wallonia

Âge 18 - 65+

Personnes qui correspondent à : Centres d'intérêt : mode, Maisons du Monde, Roche Bobois, Fabriqué en France, Voiture, Maquillage, Le Monde ou Pôle emploi

Extension du ciblage avancé Activé



- Personnes que vous choisissez de cibler
- Personnes qui aiment votre Page
- Personnes qui aiment votre Page et leurs amis
- Personnes à proximité

Créer

- o Il faut déterminer l'**audience à atteindre**. Le choix s'effectue entre trois options : une plus grande portion de fan, les fans et leurs amis, une audience spécifique à paramétriser : le sexe, l'âge, la localisation et les intérêts de la cible sont paramétrables.
- o Il faut déterminer le **budget alloué** et la **durée de diffusion**. Le nombre de personnes touchées varie en fonction du budget alloué et du nombre de jours de la publicité.

Durée (?)Jours
7(-) (+)Date de fin
1 nov 2021**Budget total** (?)Pays, Devise
BE, EUR**Modifier**

Couverte estimée : 324 - 938 personnes par jour

€ 14,00 (edit)

5. Avant de finaliser la publication boostée, il est important de s'assurer que celle-ci est associée au bon **compte de paiement**.

Si c'est le cas, il ne reste plus qu'à cliquer sur « booster ».



Comment créer une page Instagram pour mon exploitation ?

Introduction

Instagram est une application, un réseau social et un service de partage de photos et de vidéos fondés et lancés en octobre 2010 par l'Américain Kevin Systrom et le Brésilien Michel Mike Krieger. Depuis 2012, l'application appartient au groupe américain Meta (anciennement Facebook).

Ce cours vous apprendra :

1. À créer un compte professionnel sur Instagram et à le lier à votre page Facebook
2. À créer une publication efficace
3. À promouvoir votre publication sur d'autres réseaux sociaux
4. À consulter et analyser vos statistiques

1. Pourquoi vous devez être présent sur Instagram en tant qu'entreprise ?

Instagram va vous permettre de gagner une audience complémentaire à Facebook car ce réseau s'adresse à une cible plus jeune.

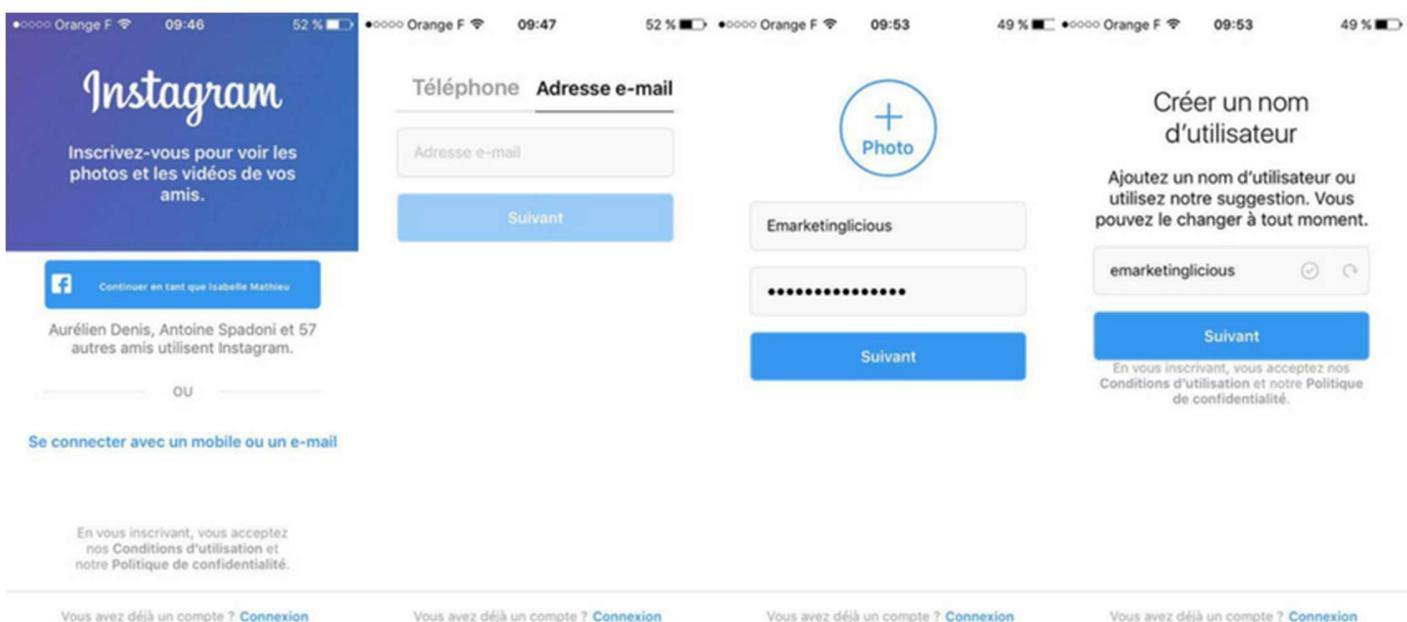
Il sert essentiellement à communiquer par le biais des photos et des vidéos, ce qui aura pour effet de renforcer votre impact visuel.

#1. Créer un compte Instagram pour votre entreprise

Vous devez commencer par disposer d'un profil Instagram personnel

1. Ouvrez l'application et choisissez une inscription via un numéro de téléphone ou une adresse e-mail.
2. Indiquez le nom de votre entreprise et un mot de passe.
3. Modifiez le nom d'utilisateur attribué si besoin et ajouter une photo de profil.

Veuillez à ce que votre nom et votre nom d'utilisateur sur Instagram correspondent au nom de votre entreprise.



#2. Convertir votre profil personnel en profil professionnel Instagram

Pour créer un compte professionnel sur Instagram, il est préférable de posséder une page Facebook pour commencer et de lier votre page Facebook à votre compte Instagram⁶.

Vous pouvez ainsi contrôler certains éléments de votre page Instagram par Facebook et, surtout, vous pouvez faire de la publicité Instagram à partir des outils Facebook.

Vous pouvez de cette manière diffuser une publicité en un clic sur les deux plateformes⁷.

Configurer un compte Instagram professionnel

1. Dans Paramètres, appuyez sur Compte, puis sur Passer à un compte professionnel⁸.
2. Liez votre profil professionnel Instagram à votre Page Facebook en renseignant votre Page Facebook parmi le ou les choix disponibles
3. Choisissez la catégorie qui décrit le mieux votre entreprise, puis sélectionnez Entreprise.
4. Vous avez terminé. Vous disposez maintenant d'un compte professionnel Instagram. Complétez maintenant votre profil en suivant les conseils ci-dessous.

Pour convertir votre compte personnel en compte business, vous devrez le connecter à une Page Facebook pro.

⁶ Si vous ne procédez pas dans cet ordre, lorsque vous créez un profil professionnel Instagram non lié à une Page Facebook, Instagram crée automatiquement pour votre entreprise une Page Facebook, non gérée par vos soins, que vous devrez réclamer par la suite.

⁷ Notez cependant que publier toutes vos publications en même temps sur deux médias sociaux différents n'est pas la meilleure manière de travailler, en effet, chaque média devrait avoir sa propre stratégie.

⁸ Si vous changez d'avis quant à la conversion de votre compte Instagram, vous pouvez revenir en arrière grâce à la fonctionnalité Reconversion en compte personnel disponible dans les options



Pourquoi un compte professionnel et pas personnel ?

Avec un profil professionnel Instagram, vous accédez à 4 fonctionnalités supplémentaires : les informations de contact, les statistiques, le bouton Promouvoir et les liens dans les Stories Instagram.

- Les informations de contact : vos clients peuvent vous joindre directement par l'intermédiaire d'une adresse e-mail, un numéro de téléphone ou une adresse physique, visibles à partir de la biographie de votre profil.
- Les statistiques : elles vous permettent de comprendre notamment quelle est votre audience et comment performe votre contenu.
- Le bouton Promouvoir : vous êtes en mesure de sponsoriser des publications sans sortir de l'application.
- Les liens dans les Stories Instagram : les profils professionnels Instagram avec 10 000+ abonnés sont habilités à ajouter des liens dans leurs Stories Instagram.

Comment lier sa page Facebook à son compte Instagram ?

1. Allez dans Paramètres sur votre page professionnelle Facebook
2. Choisissez l'onglet Instagram dans le menu de gauche.
3. Appuyez sur « Se connecter » puis entrez votre mot de passe et votre nom d'utilisateur Instagram

Soignez votre profil professionnel Instagram

Lors de la configuration de votre compte Instagram professionnel, indiquez au moins une des 3 options proposées : une **adresse e-mail**, une **numéro de téléphone** et une **adresse physique**⁹.

C'est par l'intermédiaire de ces informations que les utilisateurs vous contacteront à partir d'Instagram.

Si vous avez lié votre profil professionnel Instagram à votre Page Facebook pendant la procédure, les informations de votre Page Facebook ont été importées, vérifiez et modifiez si besoin les **données disponibles** (photo de profil, catégorie, biographie etc.).

Renseignez soigneusement votre bio, c'est le meilleur moyen pour les gens de savoir si vous méritez leur « follow » avant même d'avoir parcouru vos photos.

Votre compte Instagram est maintenant prêt ! Il ne vous reste plus qu'à publier votre première photo ou une nouvelle story !

#3. Publier du contenu sur ma page Instagram

Dès que vous êtes en possession de votre compte Instagram, vous pouvez y poster votre première photo.

⁹ Je vous conseille de renseigner ces 3 informations, gage de « bonne foi » vis-à-vis de vos clients



1. Démarrer l'application sur votre smartphone (il est probable que vous preniez vos photos et vidéos par ce biais, c'est donc plus simple de passer par votre téléphone plutôt que votre ordinateur)
2. Cliquer sur la petite icône en forme d'appareil photo



3. Ce bouton vous donne accès à la galerie photo de votre Smartphone, choisissez la photo ou la vidéo courte que vous souhaitez poster. Une fois la photo, vidéo choisie, cliquez sur « Suivant ».
4. La photo peut être modifiée : rogné, ajout de filtre pour valoriser votre cliché, ...



5. Une fois les réglages faits, cliquez sur « Suivant », vous serez automatiquement dirigé sur la page où vous pouvez ajouter la légende qui va accompagner l'image.
N'hésitez pas à y incorporer des hashtags pour répertorier vos photos.
6. Pour terminer les opérations, cliquez sur « Publier ».

Conseil : adoptez une ligne directrice dans vos publications et postez des photos intéressantes et qui ont de la valeur.

#4. Quel type de photos publier sur Instagram ?

Vous êtes à court d'idées pour vos publications Instagram ? Voici quelques pistes ...

Des photos inspirantes ou drôles

J'ai décidé d'être

HEUREUX

parce que c'est bon

★★★ pour la ★★★

SANTÉ

Voltaire

Partagez un peu de motivation, d'humour et de bonne humeur avec vos abonnés. Quoi de mieux que de lire une phrase qui vous donne le sourire ?

Communiquez sur un évènement



Vous avez la possibilité de promouvoir un de vos événements gratuitement grâce à Instagram, profitez-en ! Cela vous permettra d'attirer l'attention sur votre événement, de favoriser les inscriptions, de faire parler de vous, de mettre en avant vos partenaires, etc.

Mettez en scène vos produits, insérez vos produits dans un contexte



Mettez en avant vos produits et provoquez des émotions, cela augmentera leur valeur aux yeux de vos abonnés.

Mettez en avant votre savoir faire



Partagez votre expérience et la maîtrise de vos compétences. L'image de votre entreprise n'en sera que meilleure.

Faites la promotion de vos nouveaux produits

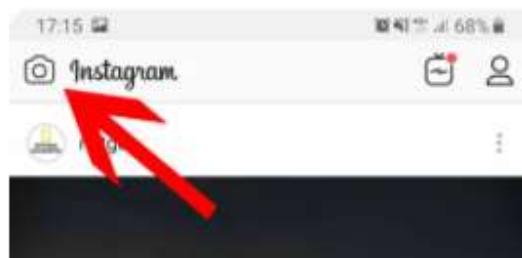


#5. Créer une story Instagram

Une story est un contenu (photo ou vidéo) – ou une série de contenus – que l'on publie sur Instagram et qui s'efface automatiquement après 24 heures. En plus de cet aspect éphémère, une story ne « pollue » pas le fil d'actualité des personnes qui vous suivent.

Cela a donc plus vocation à partager des moments de vie que des images vraiment travaillées.

1. Démarrer l'application sur votre smartphone
2. Cliquer sur le logo de l'application en forme d'appareil photo située en haut à gauche de votre écran, vous accédez à l'interface dédiée à la création d'une story



En haut de l'écran





- a. Le bouton illustré par deux flèches rotatives, en haut de l'écran, sert à switcher entre la caméra avant et arrière de votre smartphone.
- b. La touche en forme de smiley ouvre la galerie de filtres disponibles et que vous pouvez consulter avant ou après la prise de vue.

En bas de l'écran



- c. Tout en bas de l'écran, un carrousel vous permet d'explorer les différents modes de prise de vue disponibles (Boomerang, superzoom, portrait...), de lancer une vidéo en direct ou simplement d'écrire du texte sur un fond coloré. Dans un 1^{er} temps, concentrez-vous sur le mode « Normal ».
 - d. Appuyez brièvement sur cercle blanc pour prendre une photo et effectuez un appui long pour enregistrer une vidéo.
 - e. Personnalisez éventuellement votre contenu avec des emojis, des stickers, du texte ou un filtre
3. Pour envoyer votre story, appuyez sur le bouton dédié en bas à gauche, souligné par l'inscription explicite « Votre story ».
 4. Répétez le processus pour compléter votre story de manière régulière

#6. Analyser vos statistiques Instagram

Avec un profil professionnel Instagram, vous êtes autorisé à accéder aux statistiques suivantes :

1. Pour accéder à vos statistiques, cliquez sur l'icône en forme de diagramme à barres située en haut de votre profil professionnel Instagram.



- *Les visites de profil*: le nombre de fois que votre profil a été vu.
- *Les clics vers un site web*: le nombre de clics sur le lien présent dans la description de votre profil professionnel Instagram
- *La portée*: le nombre de comptes uniques qui ont vu vos publications.
- *Les impressions*: le nombre total de fois où toutes vos publications ont été vues.
- *Vos publications les plus populaires*, classées selon le nombre de vues par défaut.

- Autres filtres :
 - *Métriques*: clics vers le site web, appels, commentaires, e-mails, interaction, abonnements, itinéraires, impressions, mentions J'aime, visites de profil, portée, enregistrements, textos
 - *Période*: 7 jours, 30 jours, 3 mois, 6 mois, 1 an, 2 ans
 - *Type*: photos, vidéos, carrousels, produits
 - *Stories*: impressions, portée, pression sur le bouton Suivant, pression sur le bouton Précédent, réponses, balayage, sorties
 - *Qui sont vos abonnés*: âge, sexe, ville, pays
 - *Quand vos abonnés sont les plus actifs* (heures, jours)
2. Même si vous pouvez consulter ces statistiques dès votre 1ère publication, gardez à l'esprit que vous devez avoir au moins 100 abonnés pour obtenir des informations démographiques sur votre audience.

#7. Promouvoir une publication Instagram

Trois objectifs sont éligibles pour réaliser une campagne publicitaire sans sortir de l'application : *plus de visites de profil*, *plus de trafic* de site web et *plus de vues des promotions*.

1. Avant de commencer, vérifiez que vous êtes bien administrateur de la Page Facebook associée au compte Instagram.
2. Puis, cliquez sur le bouton Promouvoir affiché en bas de la publication concernée et choisissez l'objectif souhaité. Sélectionnez l'**audience cible**, le **budget** et la **durée**. Puis validez.

