

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.nathalievannassche.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 !

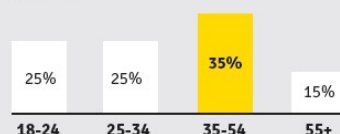
Il est donc extrêmement important que vous connectiez votre marque ou votre entreprise au groupe toujours plus important d'utilisateurs Facebook belges.

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 démystifier 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 %.



Source : Facebook 2015

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, sachiez-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 ...

Pages > Créer une Page

Créer une Page

Informations sur la Page

Nom de la Page (obligatoire)
Produits de la Ferme

Utilisez le nom de votre entreprise, marque ou organisation, ou un nom qui explique l'objet de la Page.
[En savoir plus](#)

Catégorie (obligatoire)
Ferme X
Magasin de fruits et légumes X
Agriculture X

Choisissez une catégorie qui décrit le type d'entreprise, d'organisation ou de sujet que votre Page représente. Vous pouvez en ajouter 3 maximum.

Description
Exploitation agricole familiale située à Wavre. Achetez directement au producteur tous les produits de sa ferme

Décrivez ce que fait votre entreprise, le service que vous offrez ou l'objet de la Page.
Limite de caractères : 255

Vous pouvez ajouter des images, des coordonnées et d'autres détails après avoir créé la Page.

Créer une Page

Aperçu bureau

Produits de la Ferme
Ferme

Accueil À propos Photos Vidéos Plus

Message

À propos
Exploitation agricole familiale située à Wavre. Achetez directement au producteur tous les produits de sa ferme !

Créer une publication

Photo/Vidéo Identifier des personnes 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



- 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 est 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-cree-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 ! Créer une photo de couverture Facebook

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

The screenshot displays the Facebook Business Suite interface. On the left, a sidebar lists navigation options: Accueil, Des podcasts, Applications professionnelles, Ressources et outils, Notifications, Statistiques, Espace Pubs, and Qualité de la Page. The main content area shows the 'Produits de la Ferme' page. The cover photo is highlighted with a red box, and a 'Modifier' button is visible in the bottom right corner of the cover photo. Below the cover photo, the page name 'Produits de la Ferme' and the tagline 'Créer un @nomutilisateur · Ferme' are shown. A notification box is highlighted with a red box, stating 'Complétez les informations de votre Page' and 'Complétez votre Page'. At the bottom, there is a section for 'Accéder à tous vos outils professionnels au même endroit' with a button 'Accéder à la suite Bus...'. The 'Modifier' button on the cover photo is also highlighted with a red box.

#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

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'utilisateur14 / 50

@pageproexemple

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

AnnulerCréer 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.

www.nathalievanassche.be



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>



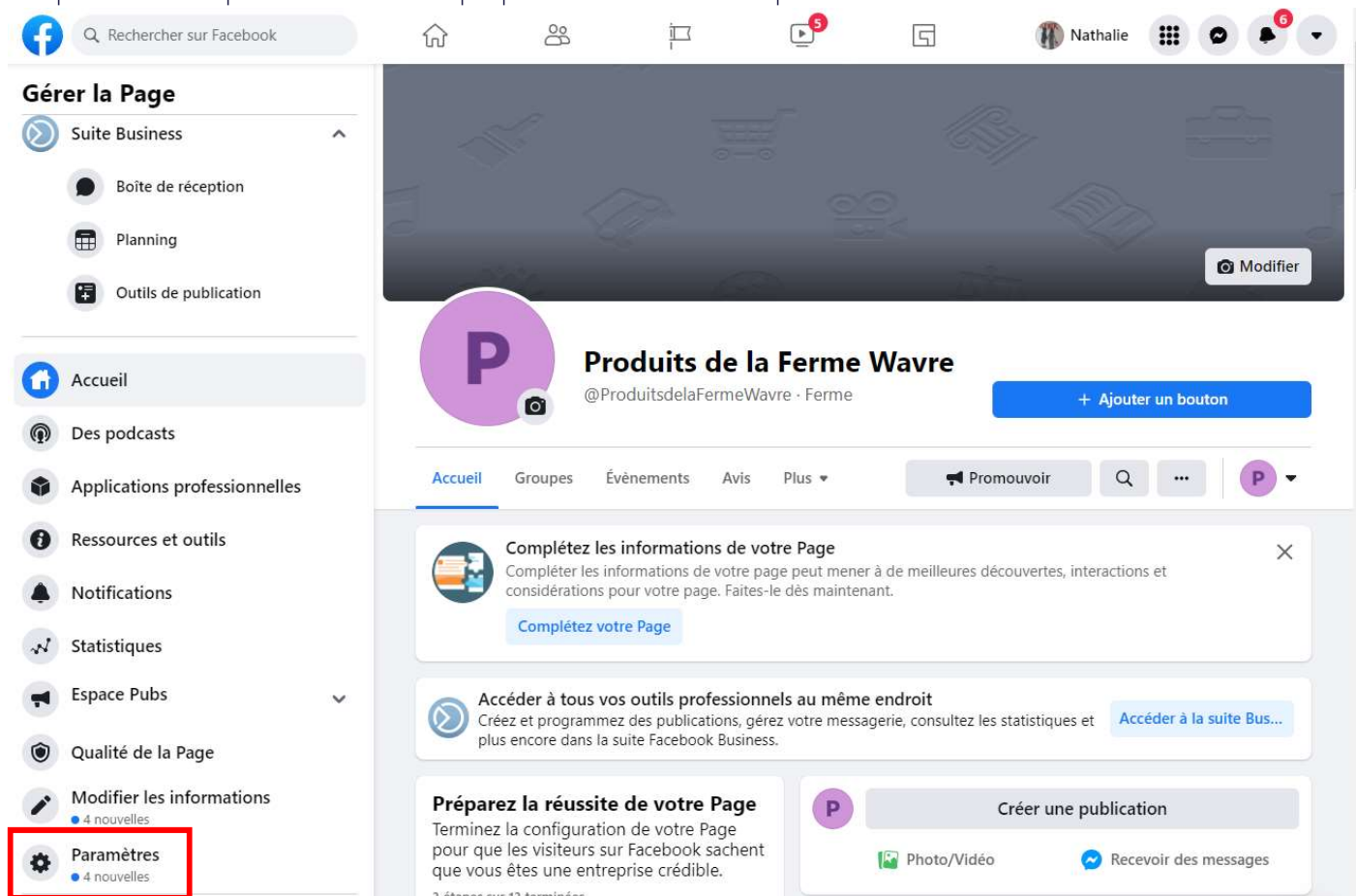
#6 : se connecter à sa page Facebook pro



- 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.



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 displays the Facebook Page settings interface. On the left, a sidebar contains various settings categories, with 'Rôles de la Page' highlighted by a red rectangular box. The main content area is titled 'Rôles de la Page' and includes a brief description: 'Toute personne qui travaille sur votre Page peut avoir un rôle différent en fonction de ce qu'elle doit y faire. En savoir plus'. Below this, three circular icons represent different roles. Further down, two links are provided: 'Affecter un nouveau rôle sur la Page' and 'Rôles existants sur la Page'. A second red rectangular box highlights the 'Affecter un nouveau rôle sur la Page' section, which contains a text input field labeled 'Saisissez un nom ou une adresse e-mail', an 'Éditeur' button, and an 'Ajouter' button. Below the input field, a detailed description of the role's permissions is shown, including publishing content, sending messages, responding to comments, and creating ads.

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.

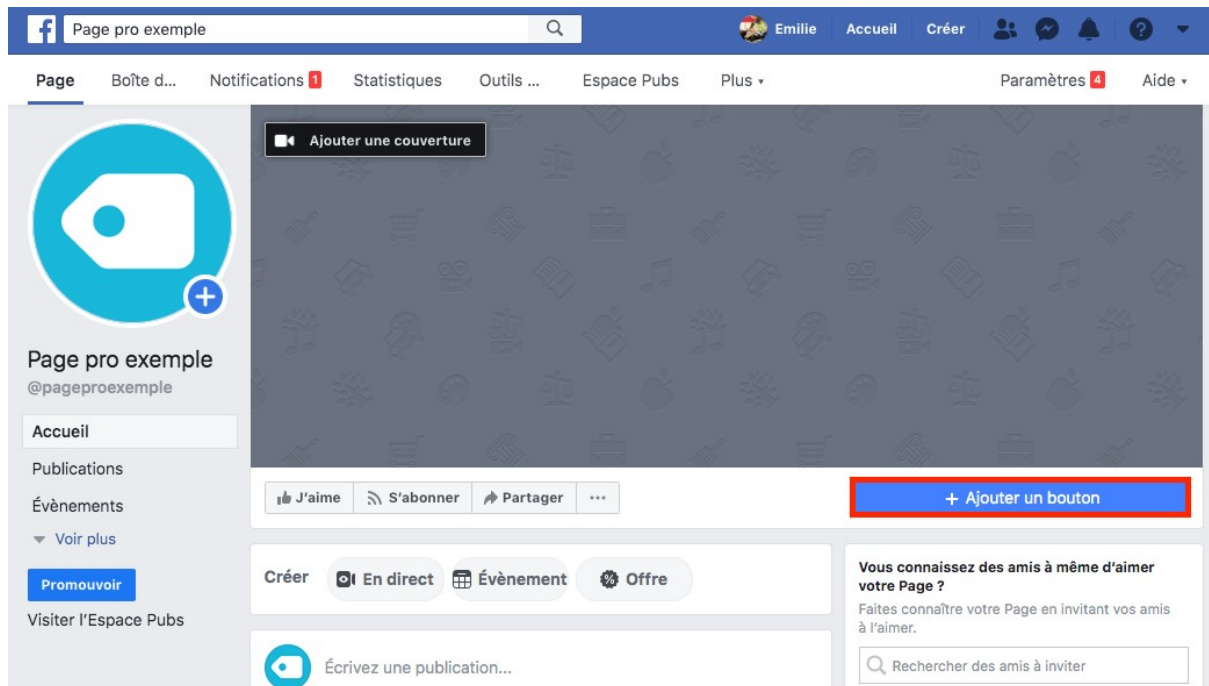
#8 : ajouter un bouton call to action

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.



- 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.



Ajouter un bouton à votre Page

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

Suite Business

- Boîte de réception
- Planning
- Outils de publication

Accueil

Des podcasts

Applications professionnelles

Notifications

2 nouvelles

Statistiques

Espace Pubs

Qualité de la Page

Modifier les informations

4 nouvelles

Promouvoir

Produits de la Ferme Wavre

@ProduitsdeLaFermeWavre · Ferme

+ Ajouter un bouton

Accueil Groupes Événements Avis

Plus

- Vidéos
- Photos ✓
- À propos
- Communauté
- Modifier les onglets

Albums

Photos de profil

1 élément

Toutes les photos

Ajouter des photos

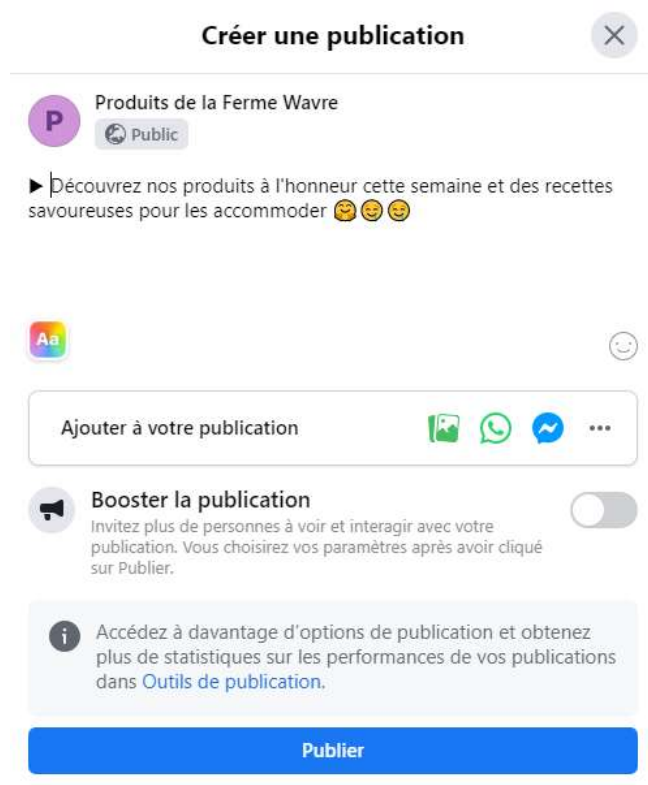
- Pour ajouter des photos, cliquez simplement sur l'onglet Plus puis créez un album
- Pour ajouter des vidéos, cliquez sur l'onglet vidéo et "ajouter vidéo".



#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

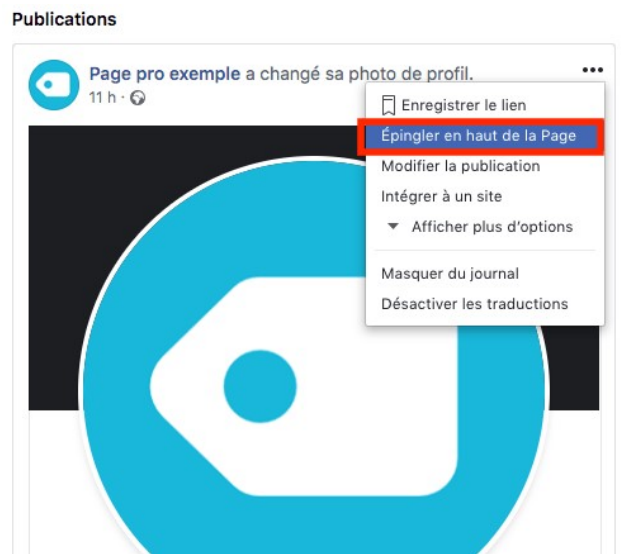
Facebook vous permet de mettre l'un de vos posts en avant en le plaçant en **première position de votre page**. C'est ainsi la première chose que les visiteurs voient lorsqu'ils arrivent.

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

Pourquoi épingler 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 « Epingler en haut de la page »



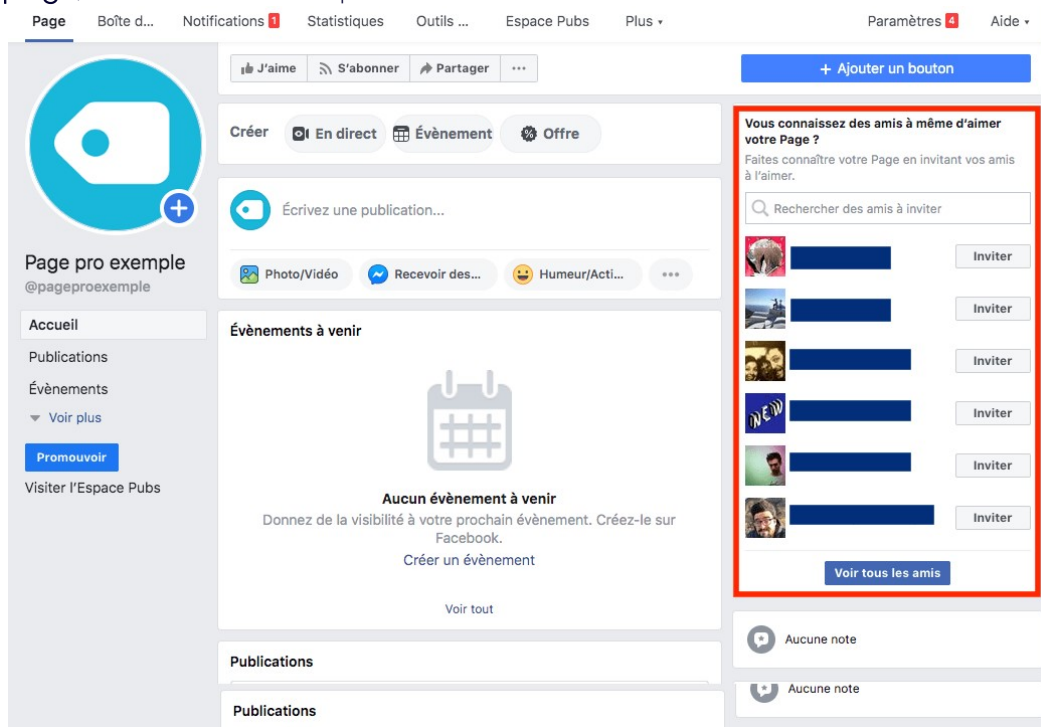
#11 : Socialisez !

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.

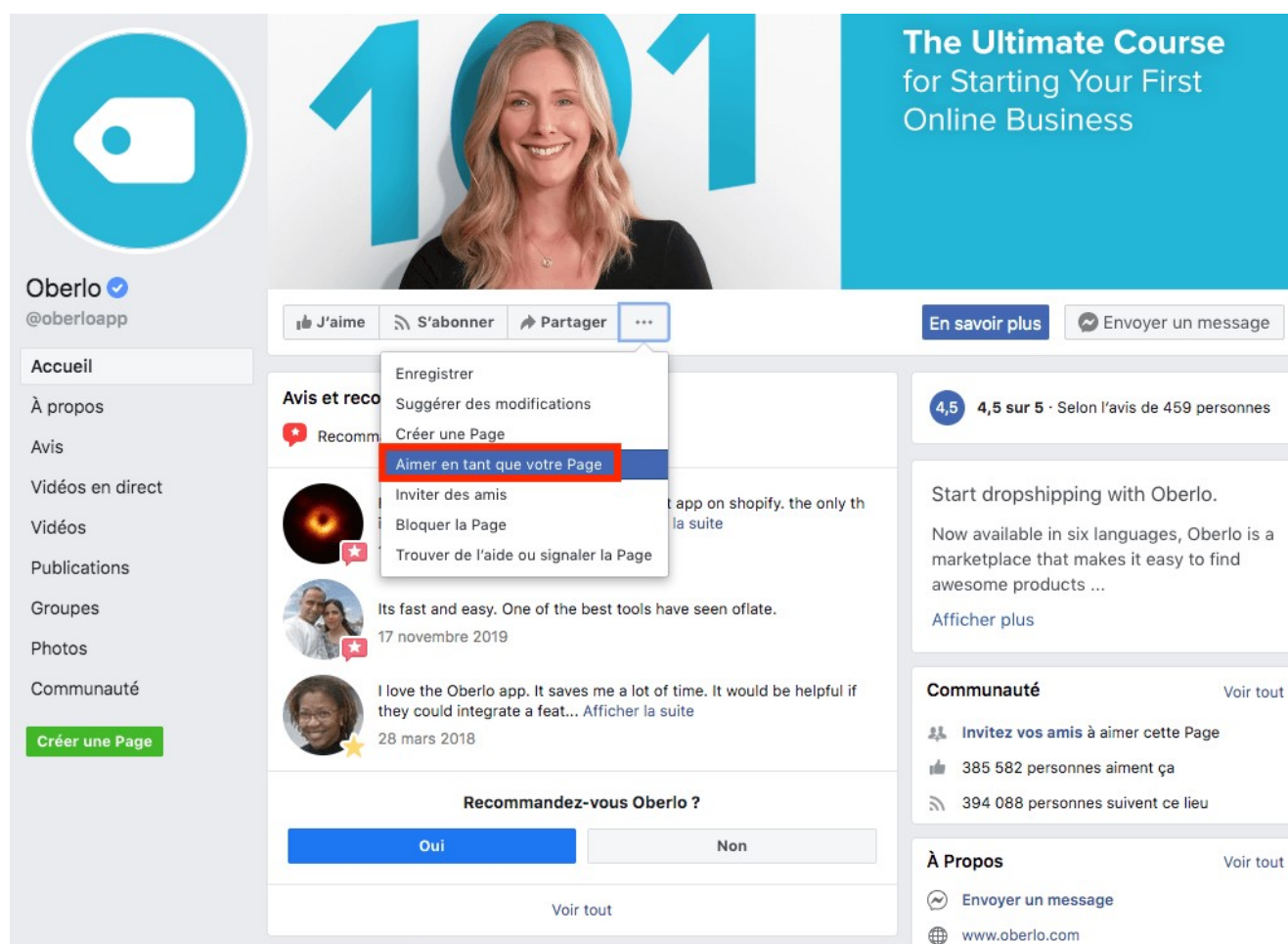




- Une fois que vos amis vous ont aidé à lancer votre page, vous pourrez lier celle-ci à votre site internet et d'autres comptes sociaux et commencer à la promouvoir.

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**.



- 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

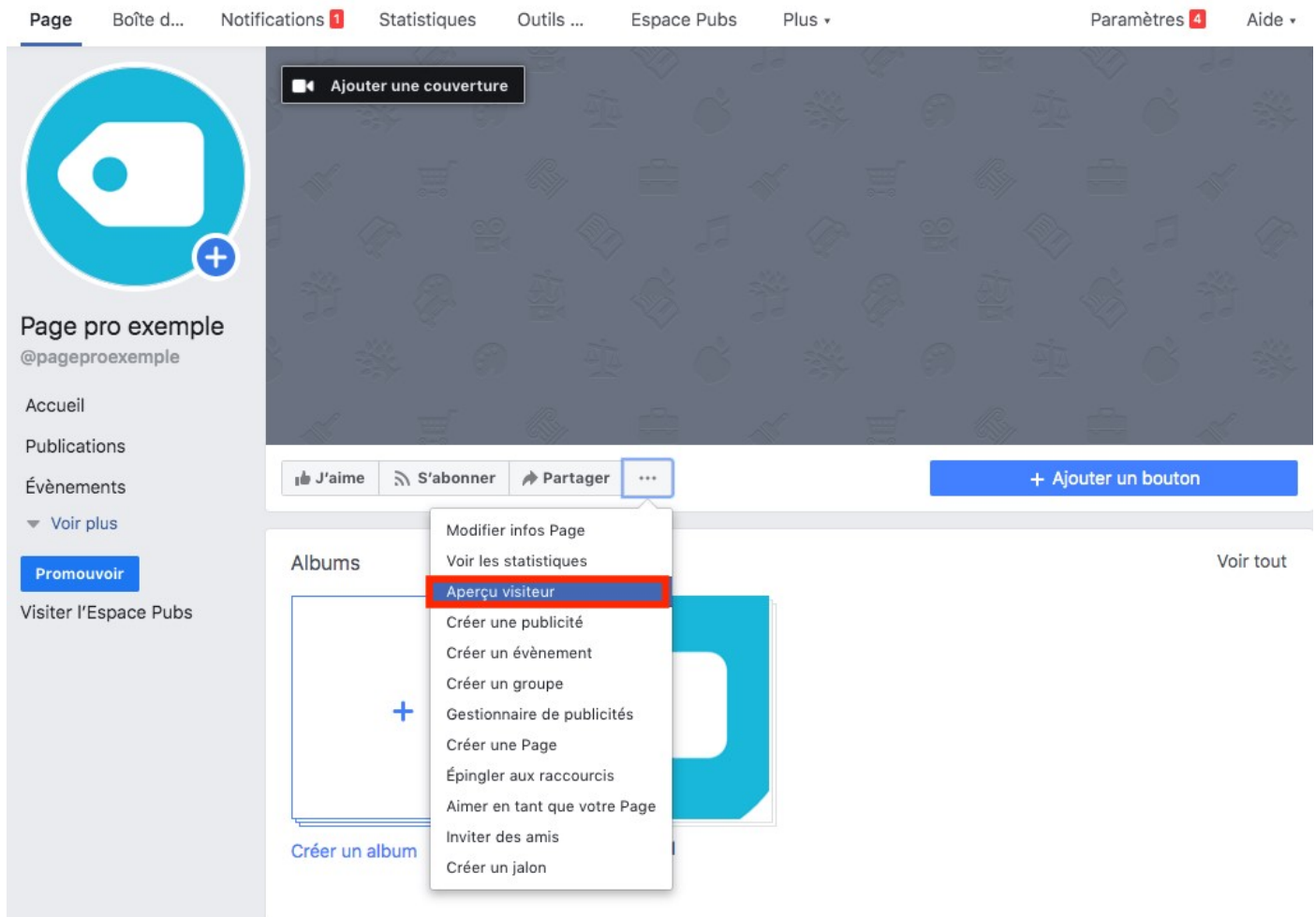
- Ajoutez le logo Facebook sur tout votre matériel marketing et vos outils de communication imprimés (p. ex. cartes de visite, dépliants, affiches et flyers, tickets de caisse et factures).
- Ajoutez le logo Facebook sur toutes vos communications numériques et veillez à ce que l'illustration soit cliquable (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.



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 :



- 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

Produits de la Ferme Wavre

Suite Business

- Boîte de réception
- Planning
- Outils de publication

Accueil

Des podcasts

Applications professionnelles

Notifications
2 nouvelles

Statistiques

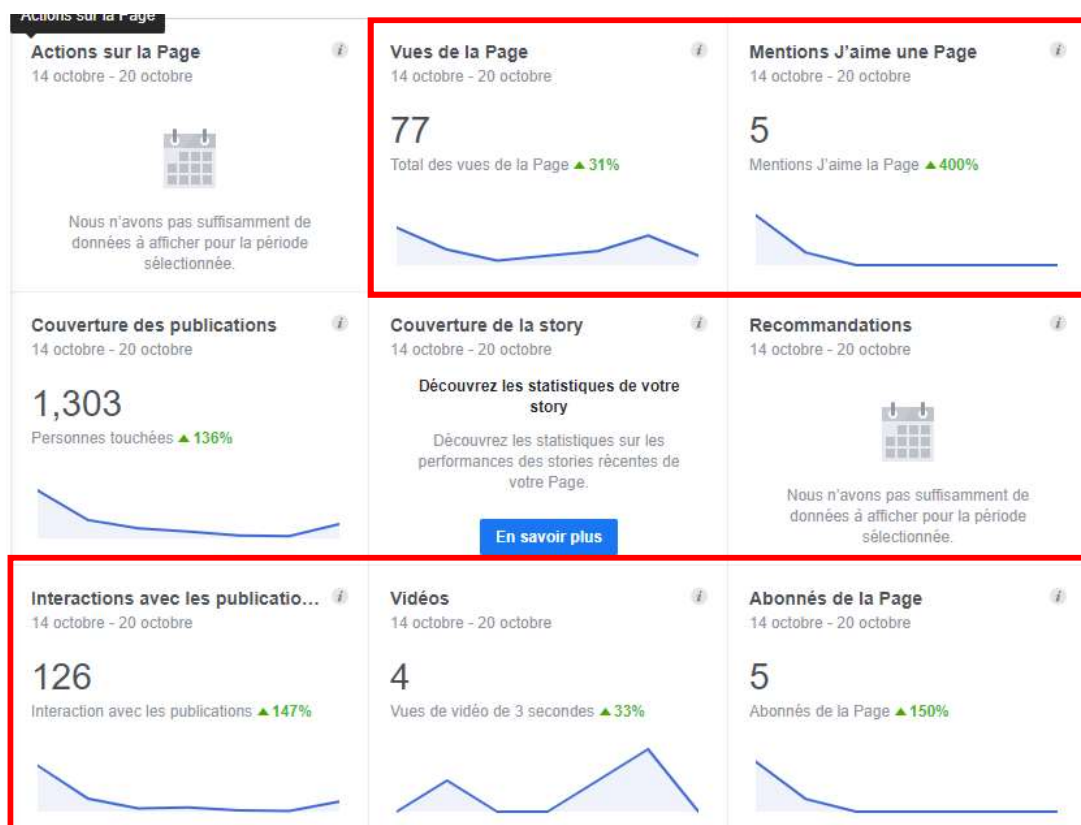
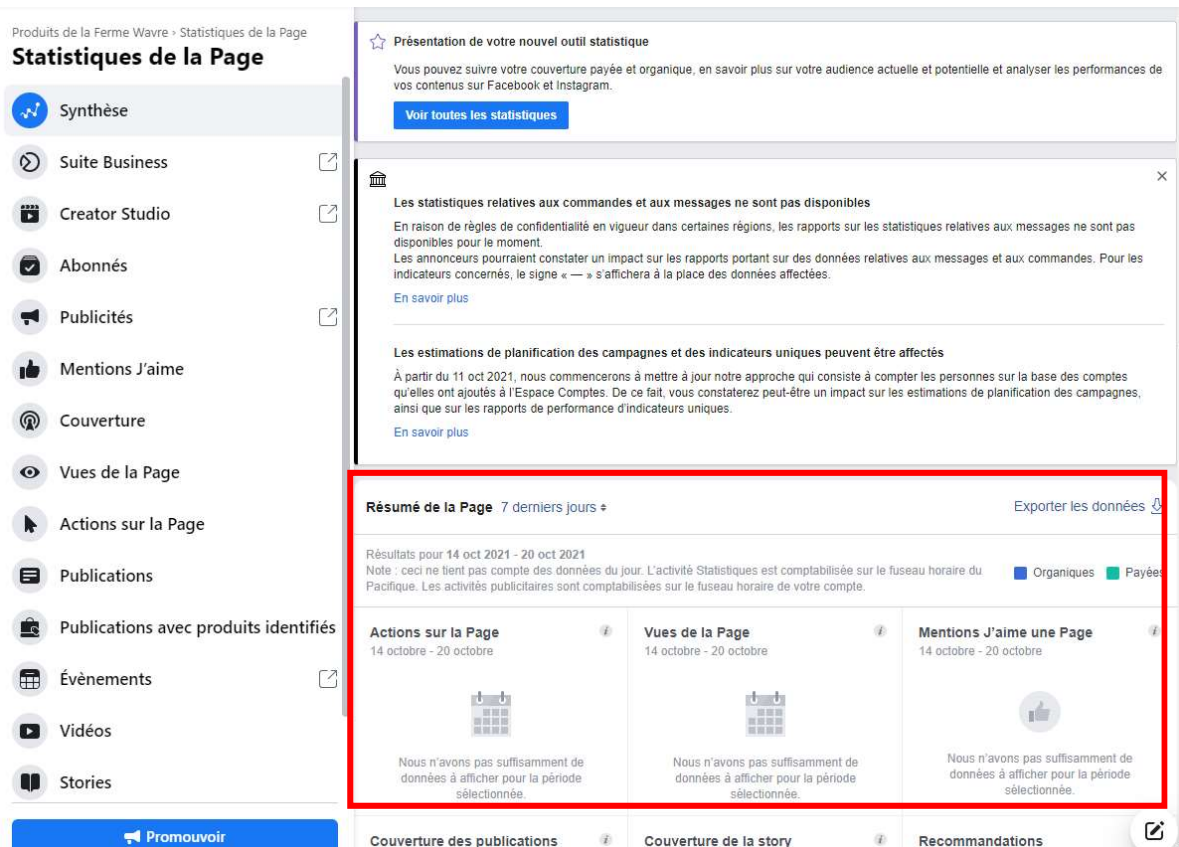
Cette Page n'est pas visible. Vous pourrez la publier quand vous serez prête à la montrer aux autres. **Publier la Page**

Produits de la Ferme Wavre
@ProduitsdelaFermeWavre · Ferme

+ Ajouter un bouton

Accueil Événements Plus **Promouvoir** 🔍 ...

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





#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.

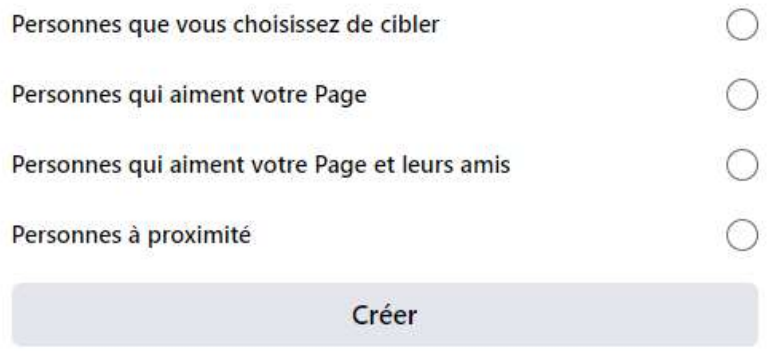


2. Définissez un **objectif** > Quels résultats attendez-vous de cette publicité ?



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.





Personnes que vous choisissez de cibler ☐

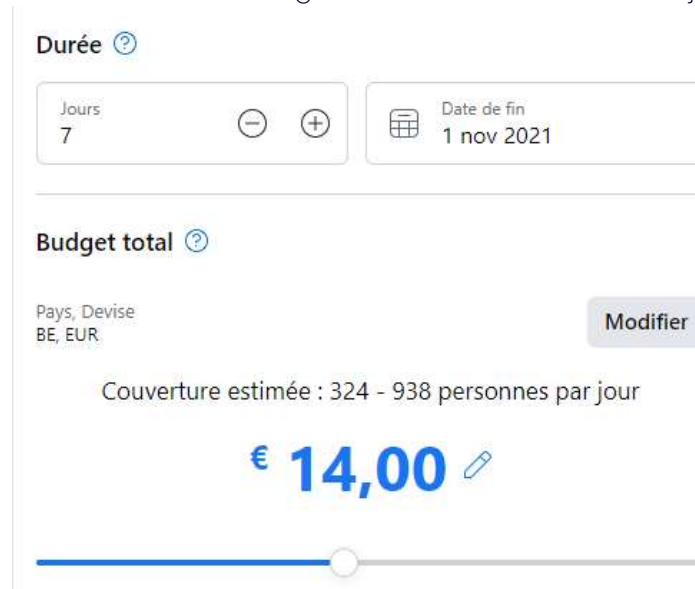
Personnes qui aiment votre Page ☐

Personnes qui aiment votre Page et leurs amis ☐

Personnes à proximité ☐

Créer

- 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 paramétrer : le sexe, l'âge, la localisation et les intérêts de la cible sont paramétrables.
- 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

Couverture estimée : 324 - 938 personnes par jour

€ **14,00**

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.

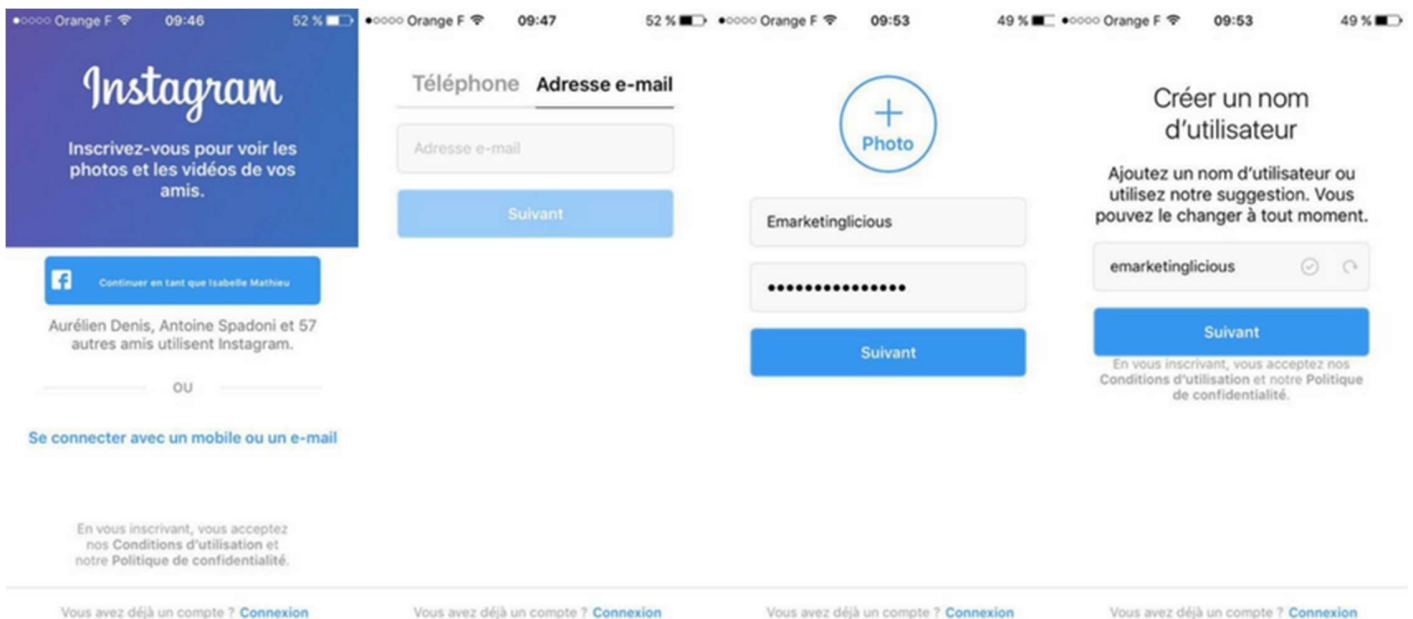
Il sert essentiellement à communiquer par le biais des photos et des vidéos, ce qui aura pour effet de renforcer votre impact visuel.

#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 ajoutez une photo de profil.

Veillez 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 Instagram**⁶.

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 professionnel**⁸.
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**, un **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



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

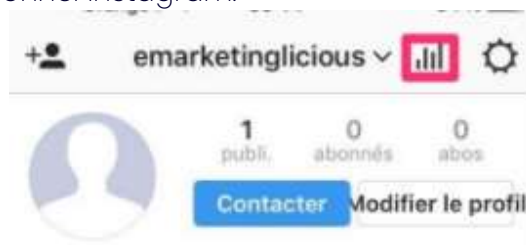


- c. Tout en bas de l'écran, un carrousel vous permet d'explorer les différents modes de prise de vue disponibles (Boomerang, superzoom, portrait...), de lancer une vidéo en direct ou simplement d'écrire du texte sur un fond coloré. Dans un 1^{er} temps, concentrez-vous sur le mode « Normal ».
 - d. 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 émojis, 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.

