

GUIDE FACEBOOK

version 2019

Facebook = clients prospects

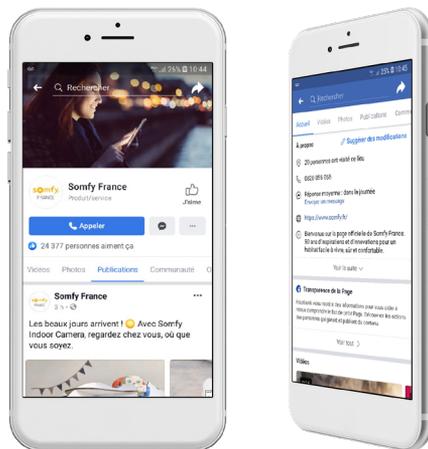
Découvrez
vite les
bonnes
pratiques !

Que vous soyez installateurs, fabricants, constructeurs de maison individuelle, acteur du tertiaire et plus globalement professionnel du bâtiment, créer, animer et communiquer sur une page Facebook est devenu un incontournable !

Facebook, pour quoi faire ?

Etre présent sur Facebook peut répondre à un ou plusieurs de ces objectifs :

- **Créer de la visibilité**
- **Augmenter votre notoriété**
- **Générer des prospects ou clients**
- **Créer une communauté**



Pourquoi communiquer sur une page Facebook ?

Grâce à une page Facebook, vous allez pouvoir faire la promotion de votre activité, de vos produits mais aussi proposer du contenu intéressant pour vos clients potentiels : des articles, des études chiffrées et tout autre type de contenus dits « additionnels ». En postant des publications renvoyant sur votre site – via un lien url – Facebook vous offre l'opportunité de générer du trafic sur votre site Internet (et même sur votre point de vente 😊).

Autre avantage, votre page Facebook est optimisée pour les smartphones ! Et la grande majorité des internautes accède à Facebook via leur mobile. D'ailleurs, lorsqu'une personne consulte votre page via un appareil mobile les informations pratiques renseignées (heures d'ouverture, adresse, numéro de téléphone, adresse du site Internet) sont encore plus facilement visibles.

... Plutôt que sur mon profil personnel ?

Communiquer sur votre page Facebook plutôt que sur votre profil personnel vous permettra d'atteindre les bonnes personnes. Lorsque vous publiez sur votre page en tant que page, vos fans voient la publication directement sur leur flux d'actualité. Ils auront aussi la possibilité de s'abonner et donc de suivre plus facilement vos actualités.

Aussi, au fil des années, les fonctionnalités des pages Facebook se sont multipliées vous permettant une multitude d'actions qui sont autant de moyens de communiquer !

Avec Facebook, vous pouvez créer des annonces ciblées, consulter les statistiques de votre page, améliorer vos actions et contacter des personnes intéressés par votre entreprise ou vos produits.

Dans ce guide, vous découvrirez comment créer une page, comment la compléter, comment l'animer et surtout comment analyser les résultats de vos actions. Et pour aller plus loin, un focus sera fait sur la publicité Facebook.

Bonne lecture !

Facebook, 1^{er} réseau social en France



Parmi les
60 millions
d'internautes en
France en 2019...

35 millions
sont actifs
quotidiennement...



... et passent en moyenne
près de 7h chaque mois
sur Facebook.

**N'ayez plus d'hésitation :
vos clients sont sur Facebook.
Avoir une page c'est devenu
incontournable !**



Créer une page Facebook

7

Introduction	8
Différences entre profil Facebook et page entreprise	9
Créer une page Facebook sans avoir un compte personnel sur Facebook	10
Créer ma page Facebook	10
Ajouter des photos de profil et de couverture	12
Gérer la page Facebook et attribuer des « Rôles »	14
Comment modifier le nom d'utilisateur de ma Page ?	17
Comment ajouter des informations de base à ma Page ?	18



Animer une page Facebook

19

Comment écrire le post parfait ?	20
Comment puis-je mettre en avant un message sur ma page ?	21
Comment intégrer un bouton call to action à ma page ?	22
Comment puis-je poster sur Facebook en tant que page (à la place de mon profil personnel) ?	23
Comment planifier une publication ?	24
Comment gérer des publications programmées ?	25



Analyser vos posts

26

Introduction - Les 3 façons d'être engagé	27
Analyser facilement les statistiques de votre page	28



Pour aller plus loin...

29

Quand partager vos posts ?	30
Comment obtenir plus de fans sur ma page ?	30
Comment puis-je obtenir plus de vues sur les publications de ma page ?	31
Comment créer un évènement Facebook public ?	31
Comment modifier un évènement existant ?	31
La publicité Facebook. Qu'est-ce que la fonction « Post sponsorisé » ?	32



Les astuces pour booster votre communauté de fans

34

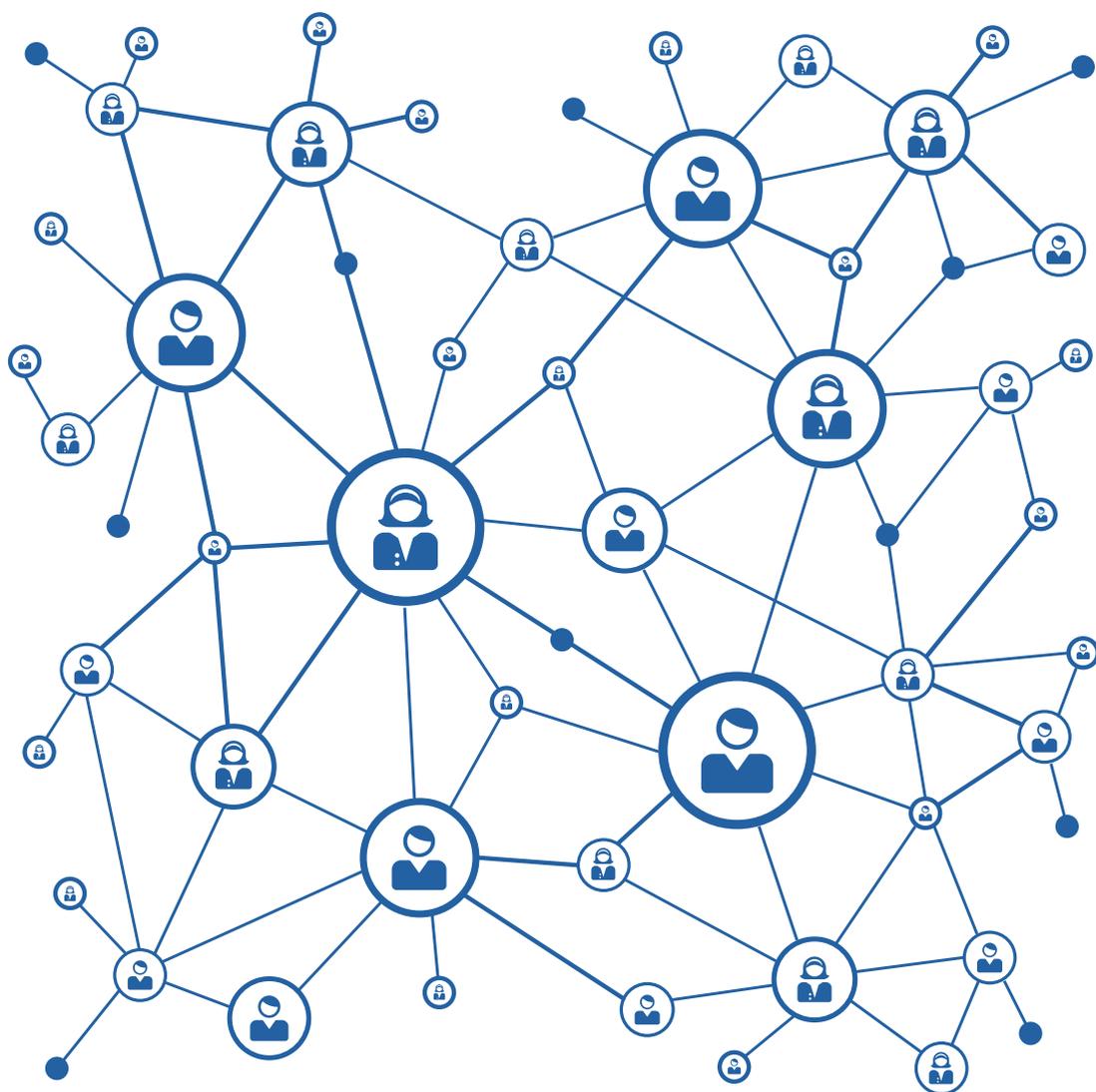


Créer une page
Facebook

INTRODUCTION

Vous souhaitez promouvoir votre activité, votre savoir-faire et plus globalement votre entreprise ?

Créer une page Facebook représente une belle opportunité de business !



Quelles sont concrètement les différences entre un profil Facebook et une page entreprise ?



Profil Facebook



- Un profil Facebook est destiné à une utilisation personnelle. Chaque personne a le droit à un seul profil Facebook.
- Selon vos paramètres de confidentialité, les profils Facebook ne sont pas indexés sur Google.



Page Facebook



- Les pages Facebook sont utiles à des fins promotionnelles.
- Les fans interagissent avec les pages en « likant » la page.
- Le nombre de fans est illimité.
- Les pages publient des mises à jour de statuts, des photos et des vidéos pour communiquer avec leurs fans et en attirer de nouveaux.
- Les pages sont indexées par les moteurs de recherches (et donc par Google). Facebook est un réseau social tellement populaire que cela ne peut qu'augmenter le nombre de visites sur votre site Internet.

The screenshot shows a Google search interface with the query 'somfy france facebook'. The search results are filtered to 'Tous' (All). The first result is 'Somfy - Accueil | Facebook' with the URL 'https://fr-fr.facebook.com/somfyfranceofficiel/'. Below the title, it shows 'Somfy. 19 039 J'aime · 280 en parlent. Bienvenue sur la page officielle de www.somfy.fr Retrouvez toutes les solutions domotiques de la maison.' Underneath, there is a 'Publications' section with the text 'Somfy. 18 603 J'aime · 436 en parlent. Bienvenue sur la page ...' and a link 'Autres résultats sur facebook.com »'. The second result is 'Somfy Sports - Accueil | Facebook' with the URL 'https://fr-fr.facebook.com/SomfySports/'. Below it, it says 'Suivez les athlètes soutenus par Somfy et leurs équipes. Follow ... Le CNOSF a désigné le porte-drapeau de l'équipe de France aux Jeux Olympiques d'hiver à ...'.

Puis-je créer une page Facebook sans avoir un compte personnel sur Facebook ?

Non. Facebook exige que vous ayez un profil personnel pour créer une page entreprise. Cependant, vous pouvez créer un compte personnel puis le convertir en une page entreprise. Vos amis Facebook seront alors transférés en tant que fans sur votre nouvelle page.

Nous vous conseillons d'utiliser votre adresse mail professionnelle (l'adresse mail que vous utilisez pour envoyer des devis, factures...) pour votre profil Facebook car cela permettra de remonter automatiquement l'ensemble de vos contacts sur votre page Facebook. Vous n'aurez plus qu'à les inviter à aimer votre page.

Ainsi, vos clients pourront suivre en temps réel toutes vos opérations en cours, vos portes ouvertes, vos participations à des salons... Plus besoin de faire de campagne d'emailing !

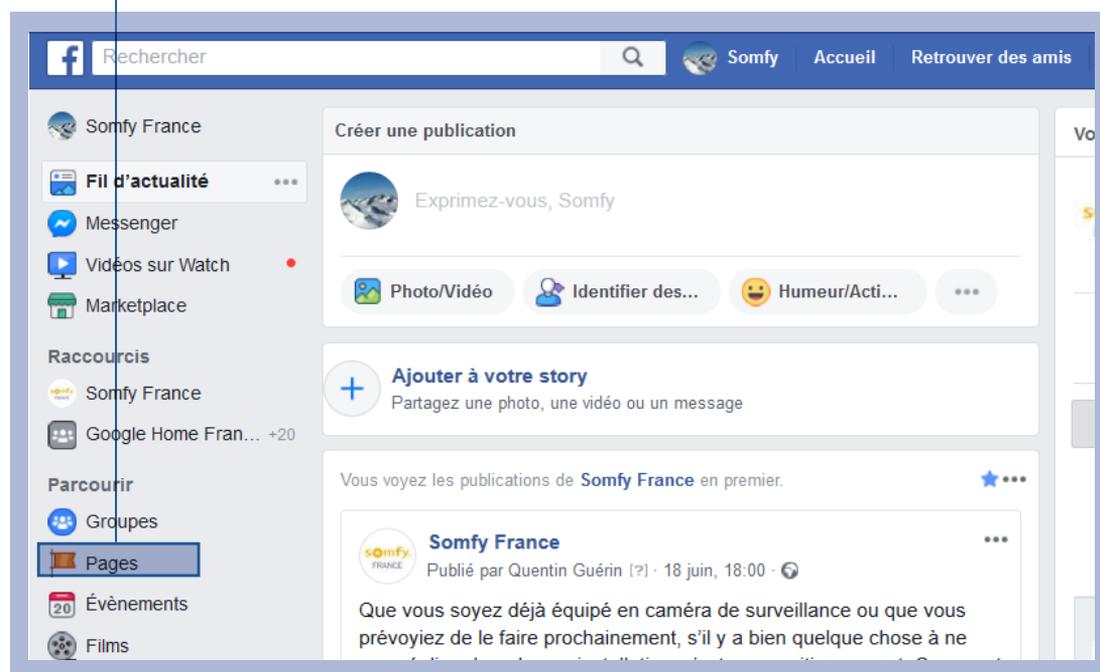
Comment créer ma page Facebook ?

Pour démarrer la création de votre page Facebook, deux possibilités existent.

Une fois connecté à Facebook,

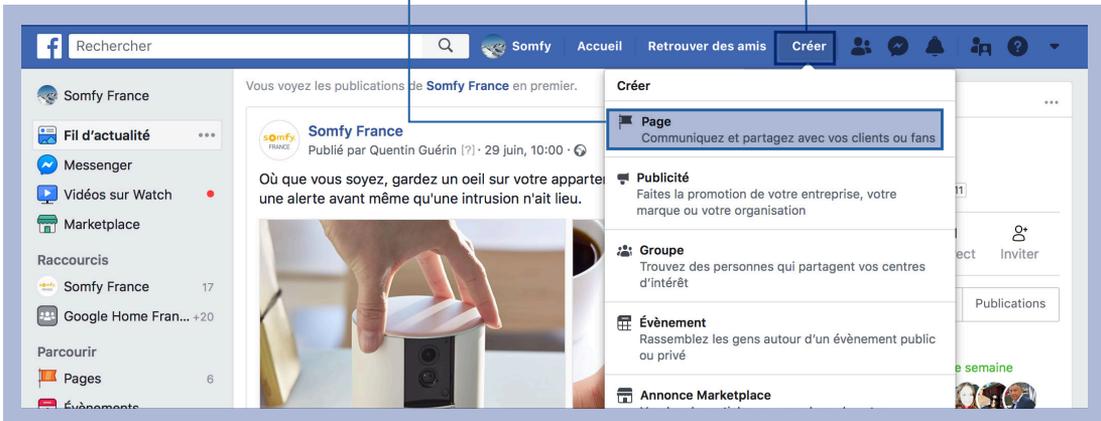
Première option :

Cliquez sur « **Pages** » puis sur « **Créer une Page** ».

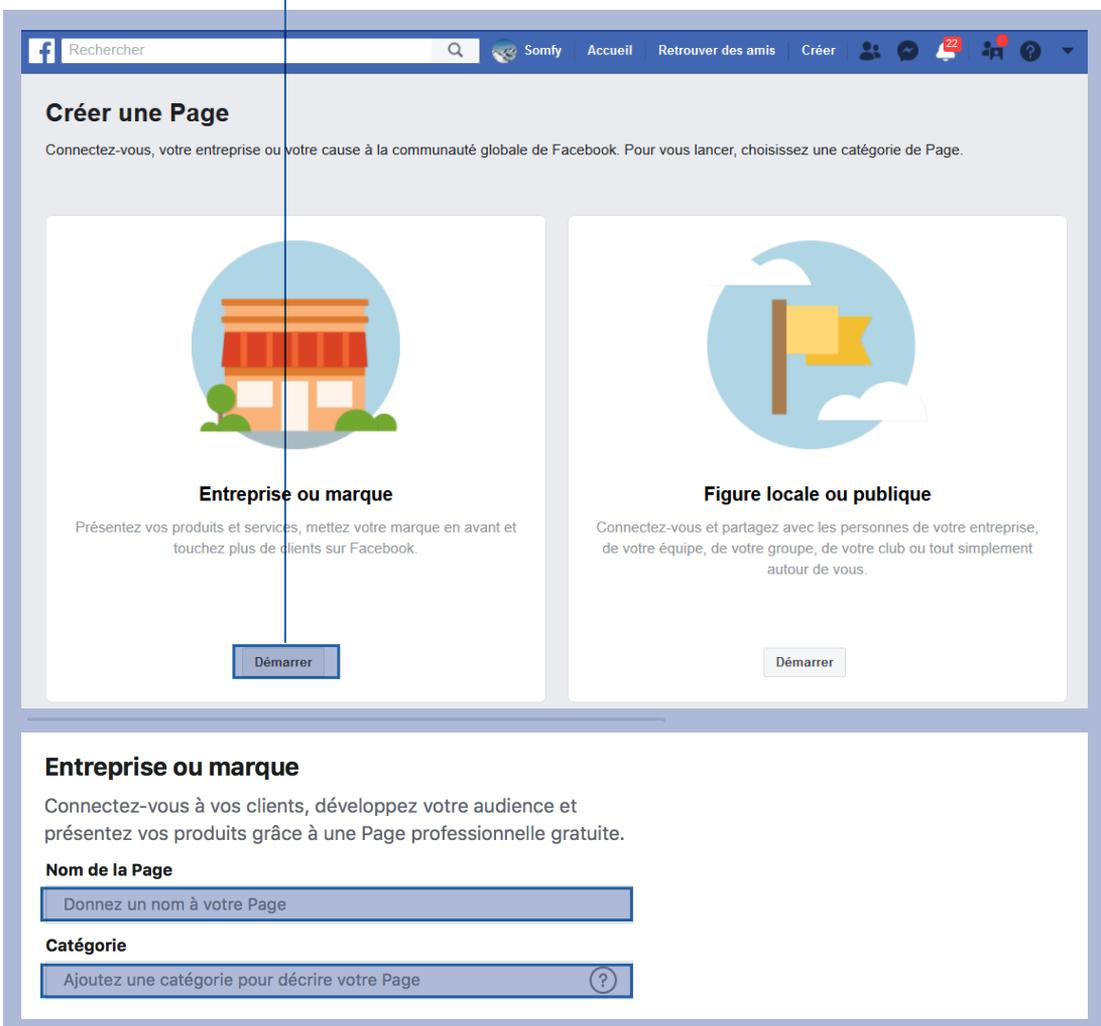


Deuxième option :

Cliquez sur « **Créer** », puis sur « **Page** ».



Choisissez ensuite **“Entreprise ou marque”**. Cliquez sur **“Démarrer”** et indiquez le nom de votre Page (ex : nom de votre entreprise) ainsi qu’une catégorie parmi la liste de suggestions proposées.



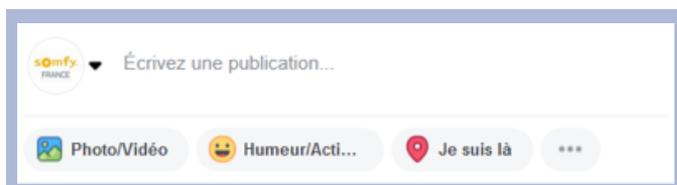
Cliquez enfin sur « **Continuer** ».

Créer une page Facebook

En créant une page Facebook entreprise, vous accédez à de nombreuses fonctionnalités gratuites. Vous pourrez par exemple indiquer vos coordonnées (adresse, téléphone, heures d'ouvertures), votre site Internet, créer une description de votre activité/entreprise, présenter vos services, faire apparaître une carte géographique...

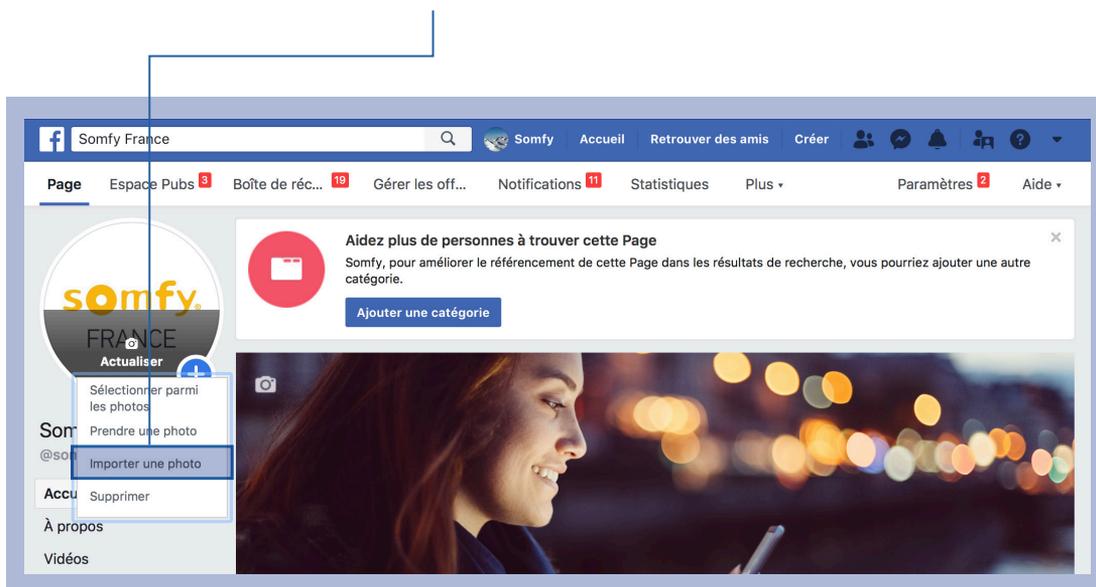
Ajouter des photos de profil et de couverture

Pour compléter votre profil, il est vivement recommandé de mettre une photo de profil. Cette photo est de forme ronde et est reprise par Facebook dès lors que vous commentez ou publiez. Mettre votre logo d'entreprise est un bon moyen d'être facilement identifié.



Petit conseil : pour votre photo de profil, optez pour une image au format PNG ou JPG, aux dimensions 180×180 pixels.

Pour l'ajouter, cliquez sur « **Importer une photo** » puis importez votre image.



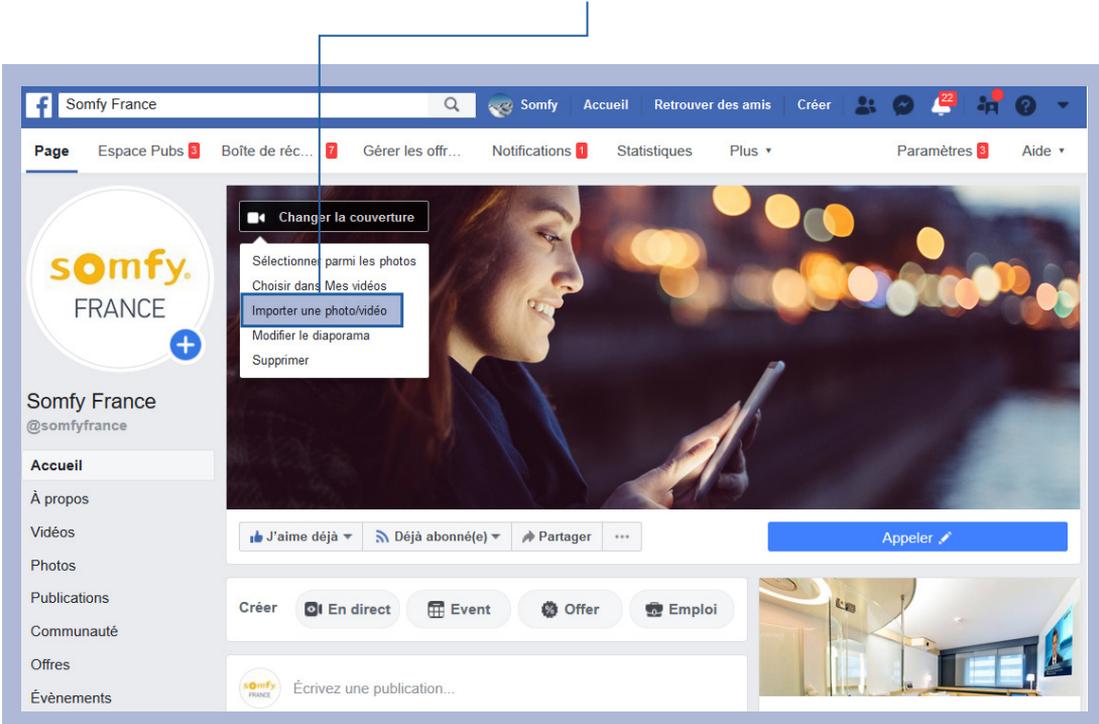
Il est également recommandé de mettre une photo de couverture.

Cela peut être une photo de votre devanture, de votre entreprise, un visuel produit ou une offre promotionnelle. La photo de couverture est régulièrement mise à jour.

Très visible et impactante, elle se trouve à un emplacement stratégique : idéal pour passer des messages à vos clients potentiels !

Le format recommandé est 820x312 pixels.

Pour l'ajouter, il suffit de cliquer sur « **Importer une photo/vidéo** ».



Petite astuce : vous avez la possibilité de mettre un slider avec plusieurs photos ou bien une vidéo.

Gérer la page Facebook et attribuer des « Rôles »

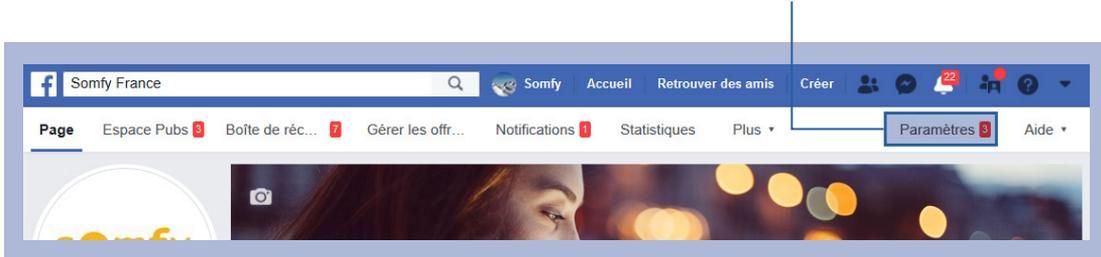
Vous êtes plusieurs à vouloir gérer la page Facebook dans votre entreprise ? C'est simple...

« **Administrateur** », c'est le profil à partir duquel le compte a été créé et qui devient d'office administrateur de la page. C'est le statut qui permet le plus d'actions.

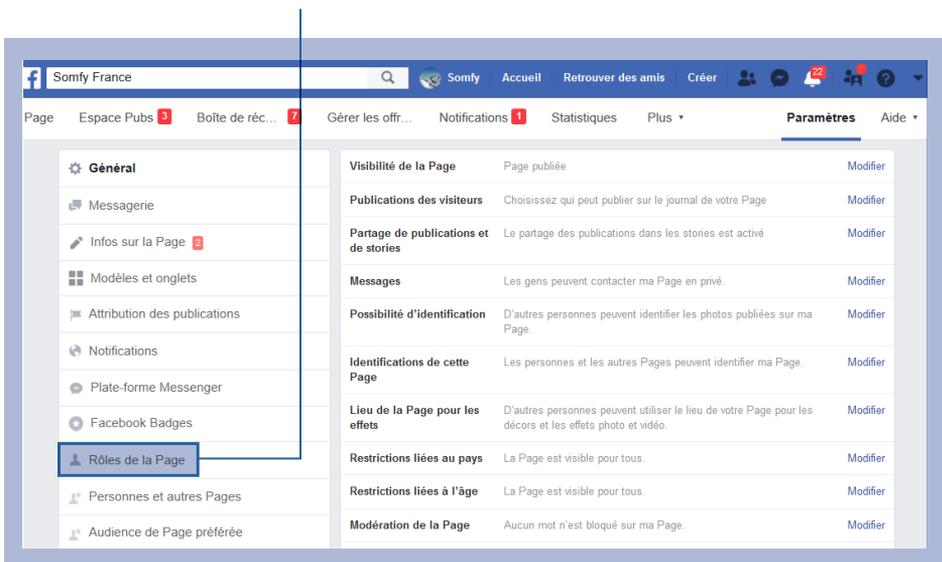
Plusieurs niveaux d'accès sont disponibles et il est possible d'attribuer des rôles à différentes personnes.

Tour d'horizon :

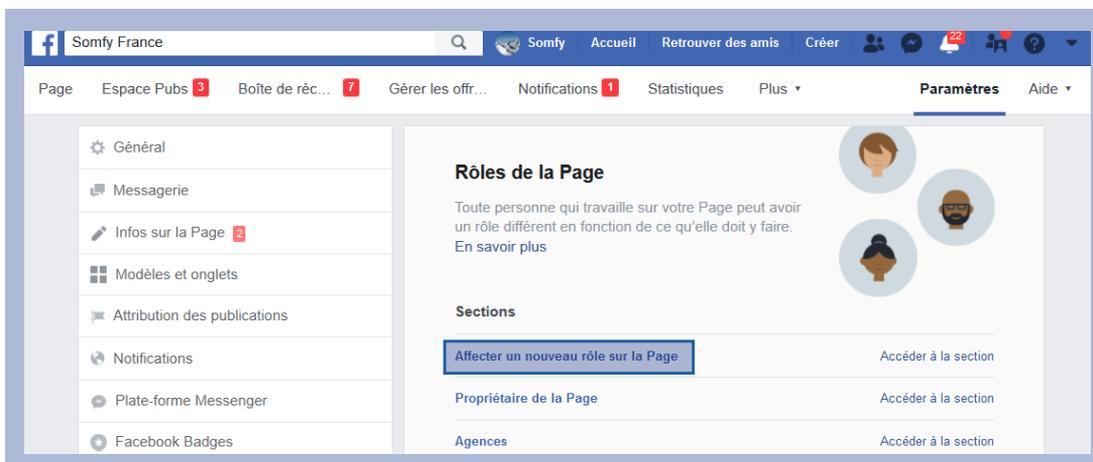
Pour définir les rôles de chaque profil, rendez-vous dans « **Paramètres** » en haut à droite.



Puis cliquez sur « **Rôles de la Page** ».



Il suffit de rentrer dans l'espace « **Affecter un nouveau rôle sur la Page** », le nom de la personne que vous souhaitez ajouter en indiquant son compte Facebook personnel ou bien son adresse email. Ensuite, il conviendra de définir le rôle « **Administrateur** ».



Vous pouvez attribuer des « **Rôles** » différents à chacun de vos collaborateurs, il en existe 6 :

- **Administrateur**
- **Editeur**
- **Modérateur**
- **Annonceur**
- **Analyste**
- **Gestionnaire d'offres d'emploi**

Seul un administrateur peut affecter un rôle à une personne et le modifier.

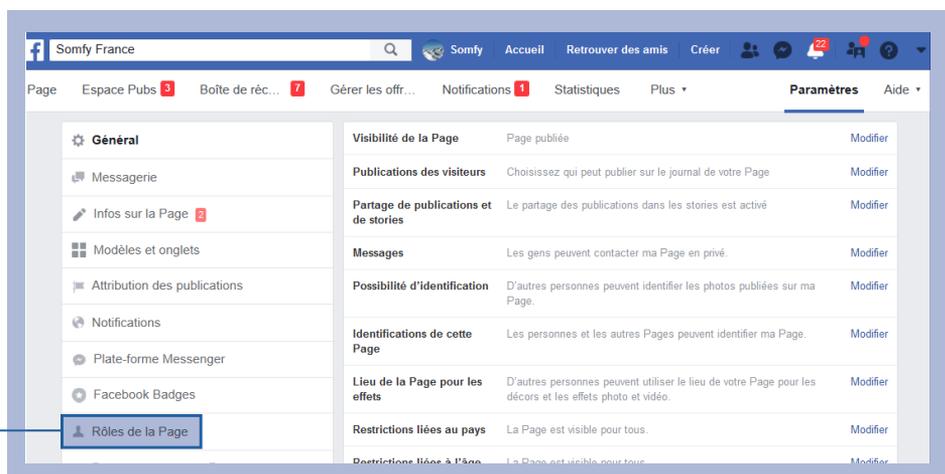
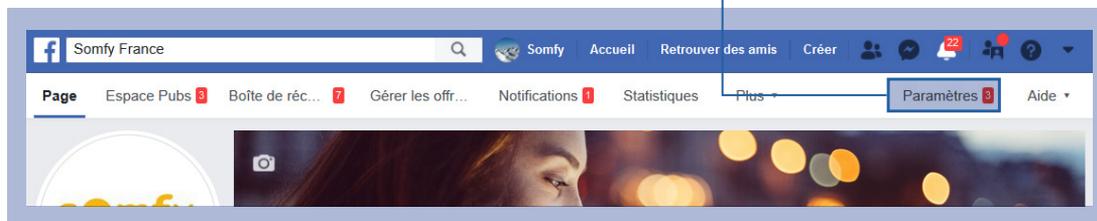
Le tableau ci-dessous indique ce que chacun des 6 rôles permet.

	Administrateur	Editeur	Modérateur	Annonceur	Analyste	Gestionnaire d'offres d'emploi
Gérer les rôles et les paramètres de Page	✓					
Modifier la Page et ajouter des apps	✓	✓				
Créer et supprimer des publications au nom de la Page	✓	✓				
Envoyer des messages au nom de la Page	✓	✓	✓			
Répondre aux commentaires et aux publications sur la Page, et les supprimer	✓	✓	✓			
Supprimer et exclure des utilisateurs de la Page	✓	✓	✓			
Créer des publicités, des promotions ou des publications boostées	✓	✓	✓	✓		✓
Consulter des statistiques	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Consulter l'onglet «Qualité de la Page»	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Voir qui a publié du contenu au nom de la Page	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Publier et gérer des offres d'emploi	✓	✓				✓

Créer une page Facebook

Si vous souhaitez supprimer une personne qui occupe un rôle ou bien changer son rôle, vous devez vous rendre à nouveau dans « **Paramètres** » en haut à droite.

Puis cliquez à nouveau sur « **Rôles de la Page** ».



Cliquez ensuite sur « **Modifier** » et choisissez le nouveau rôle que vous souhaitez lui attribuer, puis sur « **Enregistrer** » ou bien « **Supprimer** » et ensuite « **Confirmer** » si vous souhaitez supprimer cette personne afin qu'elle ne soit plus habilitée à gérer votre Page.

Agences

Les agences peuvent affecter des rôles approuvés à des collaborateurs de leur entreprise pour vous aider à gérer votre Page.



Somfy Group

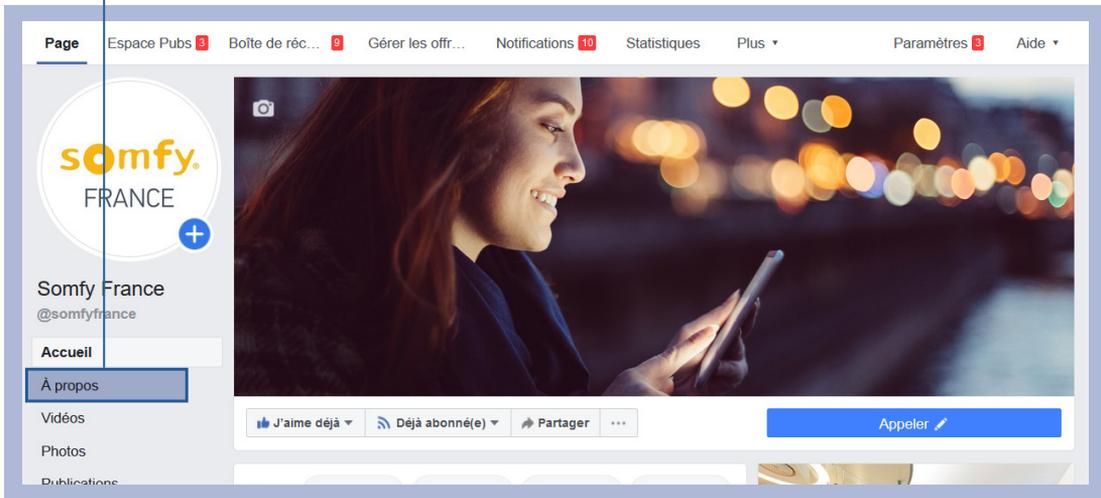
Rôles approuvés : Annonceur

Supprimer

Comment modifier le nom d'utilisateur de ma Page ?

Il est possible de modifier le nom d'utilisateur de votre page en tant qu'administrateur.

1) Cliquez sur «**À propos**» sur le menu de gauche de votre page



2) Puis sur «**Modifier**»



3) Saisissez un nouveau nom d'utilisateur puis cliquez sur «**Créer un nom d'utilisateur**».



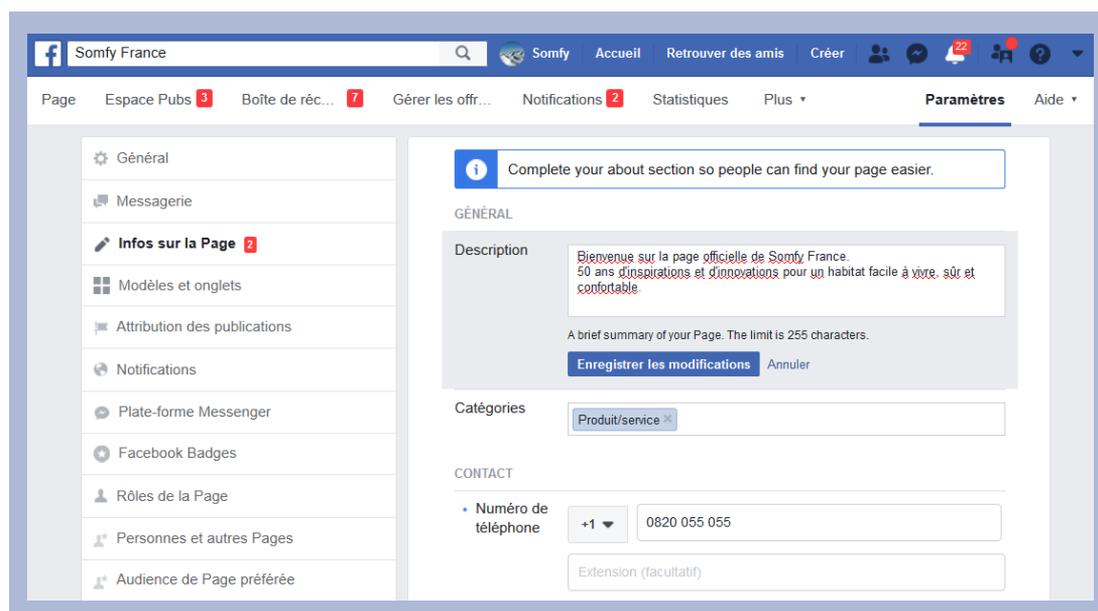
Comment ajouter des informations de base à ma Page ?

Si la catégorie de votre Page est « Entreprise locale », il est possible d'ajouter votre adresse, numéro de téléphone, description de l'activité et d'autres informations relatives à votre entreprise type site Internet.

Ces informations seront visibles depuis la section « Infos sur la Page » de votre Page et également à droite du journal de votre Page.

Pour faire les modifications :

- 1) Cliquez sur « **Infos sur la Page** » à gauche de votre Page.
- 2) Remplir les différents champs.
- 3) Puis cliquez sur « **Enregistrer les modifications** ».



The screenshot shows the Facebook interface for the 'Somfy France' page. The top navigation bar includes the page name, search, and various utility icons. Below this is a secondary navigation bar with options like 'Page', 'Espace Pubs', 'Boîte de réc...', 'Gérer les offr...', 'Notifications', 'Statistiques', 'Plus', 'Paramètres', and 'Aide'. The main content area is divided into a left sidebar and a right main panel. The sidebar lists settings categories: 'Général', 'Messagerie', 'Infos sur la Page' (highlighted with a red '2'), 'Modèles et onglets', 'Attribution des publications', 'Notifications', 'Plate-forme Messenger', 'Facebook Badges', 'Rôles de la Page', 'Personnes et autres Pages', and 'Audience de Page préférée'. The main panel displays the 'GÉNÉRAL' settings. At the top, there is a blue information box with the text 'Complete your about section so people can find your page easier.' Below this, the 'Description' field contains the text: 'Bienvenue sur la page officielle de Somfy France. 50 ans d'inspirations et d'innovations pour un habitat facile à vivre, sûr et confortable.' A note below the description states: 'A brief summary of your Page. The limit is 255 characters.' There are two buttons: 'Enregistrer les modifications' and 'Annuler'. The 'Catégories' section shows a dropdown menu with 'Produit/service' selected. The 'CONTACT' section includes a 'Numéro de téléphone' field with a country code dropdown set to '+1' and the number '0820 055 055', and an 'Extension (facultatif)' field.



Animer une page Facebook

ANIMER

Avoir des fans sur votre page Facebook, c'est bien... mais ce n'est pas suffisant !

Avoir juste des fans sur sa page Facebook n'est pas viable sur le long terme et ne permet pas à l'entreprise de produire du chiffre d'affaire. Cela permet seulement, sur le court terme, de faire vivre sa page Facebook et de l'animer. Il est d'ailleurs de plus en plus facile de récolter les adresses e-mail de vos fans (jeux concours, inscription newsletters...). Vous pourrez ainsi communiquer avec votre communauté indépendamment de Facebook.

Comment écrire le post parfait sur Facebook ?

★ Les 3 règles d'or pour écrire un post parfait

1. Un titre de 50 caractères maximum

2. Un corps de texte contenant au maximum 3 phrases

3. L'utilisation de la voix active

(ex : « Apple présente le nouvel iPhone aujourd'hui » sera beaucoup plus impactant que « Le nouvel iPhone a été présenté par Apple aujourd'hui »)

Mentionnez-nous !

L'avantage, c'est que cela crée un pont entre vous et nous !

Pour nous nommer : écrivez votre message et ajoutez « @somyfr » et c'est automatique !

Côté visuels...

Taille des images sur Facebook : 1200 pixels x 630 pixels

Quand vous optimisez la taille de vos images tel que décrit plus haut, elles apparaissent parfaitement sur Facebook. Cela ne peut être que positif pour obtenir un bon taux d'engagement.

Soignez vos visuels sur Facebook

Fournir des photos de qualité et des posts intéressants pour votre audience cible les fera revenir sur votre page Facebook de façon régulière. Cela les incitera à partager plus souvent vos actualités auprès de leurs propres communautés et créera ainsi de l'interaction.

Il est également primordial d'avoir sur votre page Facebook une photo de profil de qualité qui peut être le logo de votre entreprise accompagné d'une photo de couverture de qualité.

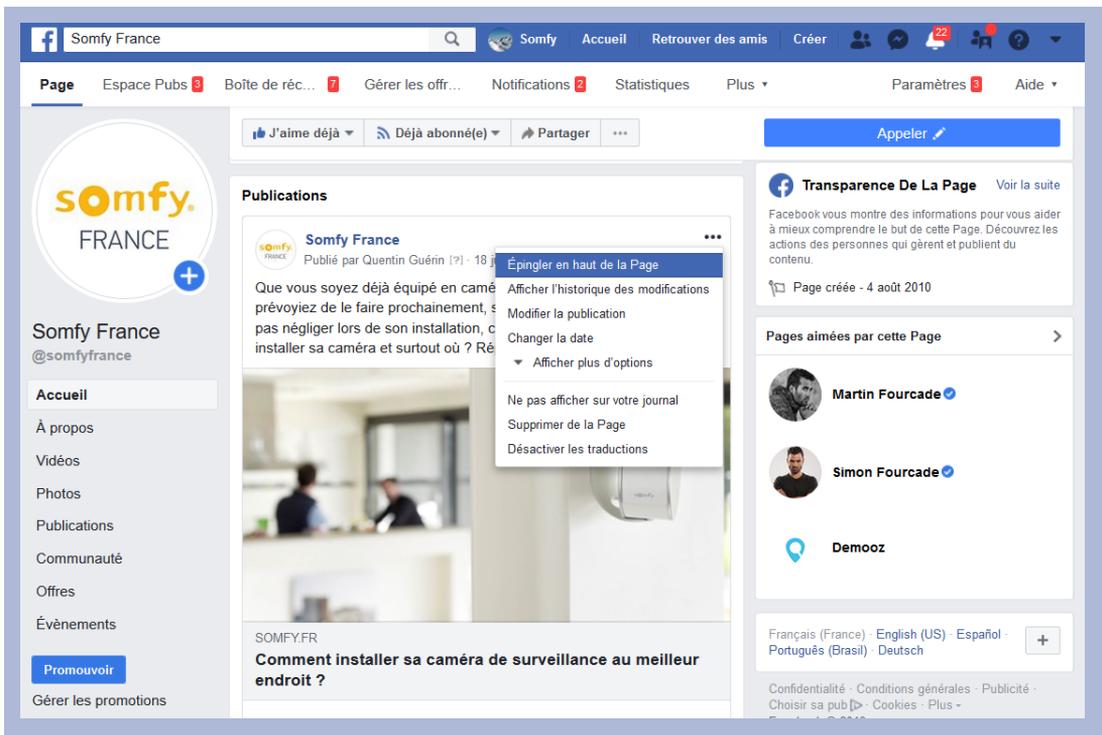
Comment puis-je mettre en avant un message sur ma page ?

Ne laissez pas des posts importants (promotions en cours, cadeaux, événements, etc...) se perdre dans le contenu de votre fil d'actualité.

Mettez en évidence et épinglez un message en haut de votre page pour le faire ressortir sur votre fil d'actualité.

Voici la manipulation :

- 1) Passez la souris sur le coin supérieur droit de votre publication
- 2) Cliquez sur les « ... » pour développer le menu déroulant
- 3) Choisir « **Epingler en haut de la Page** »
- 4) Votre publication apparaîtra ainsi en haut de votre page. Vous pouvez quand vous le souhaitez décider de ne plus mettre en avant votre publication en faisant cette même action et en cliquant sur « **Détacher du haut de la Page** ».



Comment intégrer un bouton call-to-action à ma page ?

Vous pouvez intégrer un bouton call-to-action directement sur votre page.

Il apparaîtra en dessous de votre photo de couverture et sera donc très visible par votre communauté



1) Allez en dessous de la photo de couverture de votre page et survolez avec votre souris le bouton bleu.

2) Cliquez sur « Ajouter un bouton à la Page ».

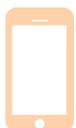
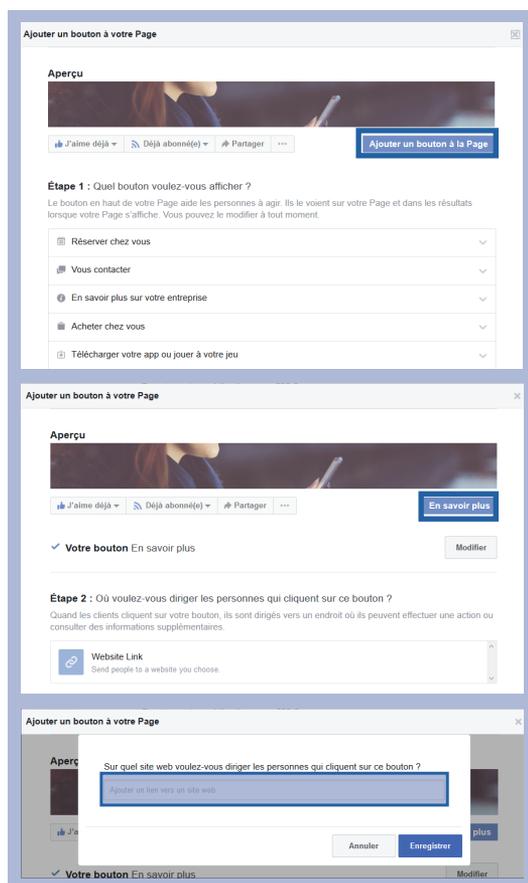
3) Plusieurs possibilités s'offrent à vous :

- Réserver
- Contacter
- Acheter
- En savoir plus
- Télécharger

4) Si vous souhaitez effectuer une redirection vers votre site web, cliquez sur « En savoir plus ».

5) Ecrivez l'URL de votre site web dans le champ disponible.

6) Cliquez enfin sur « Enregistrer ».



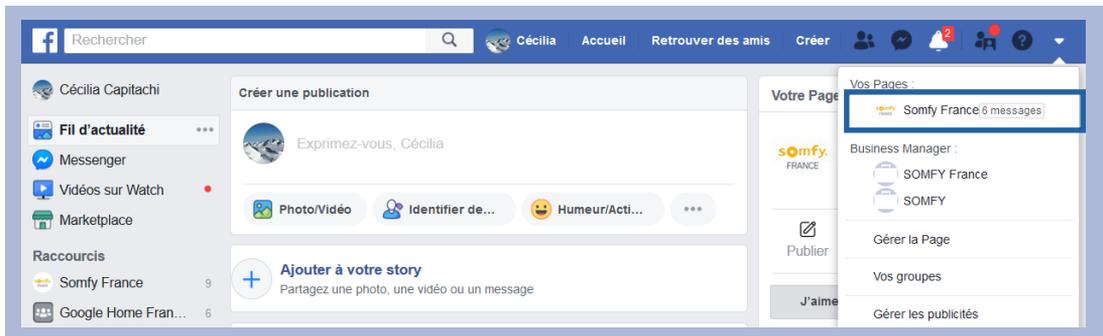
2 fonctionnalités du bouton "call-to-action" qui pourraient vous intéresser...

Contacter : en cliquant, l'utilisateur sera redirigé vers un formulaire de contact. Très intéressant pour les entreprises qui souhaitent inciter à la demande de devis ou d'informations supplémentaires.

En savoir plus : les internautes peuvent être redirigés vers votre site Internet.

Comment puis-je poster sur Facebook en tant que page Facebook (à la place de mon profil personnel) ?

Facebook vous permet de basculer de manière simple entre votre profil personnel et votre page et inversement. Pour faire le changement, allez dans « **Compte** » (flèche vers le bas dans le coin en haut à droite). Dans la fenêtre déroulante qui apparaît, cliquez sur la page de votre choix si vous en possédez plusieurs !



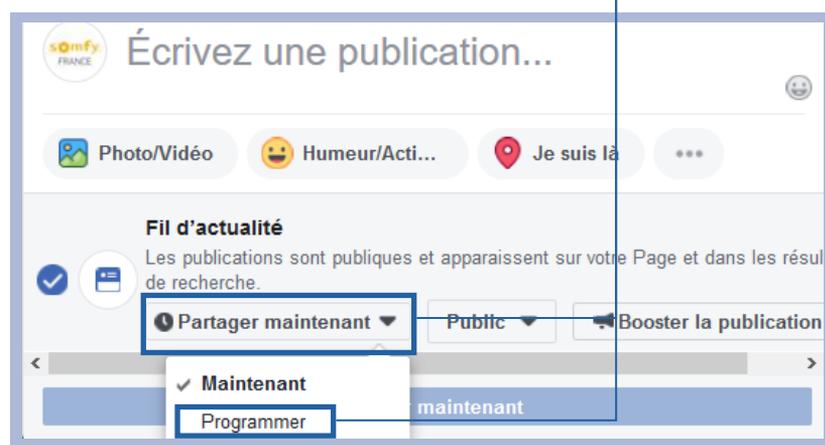
Vous utilisez maintenant Facebook en tant que votre page et vous pouvez laisser des commentaires sur vos propres pages ou d'autres pages.

Comment planifier une publication ?

Il est possible de créer une publication et de planifier sa publication à une date postérieure grâce à l'outil de programmation. D'ailleurs, les publications programmées pourront être modifiées par d'autres personnes (éditeurs ou administrateurs) qui gèrent également votre Page.

Pour programmer une publication :

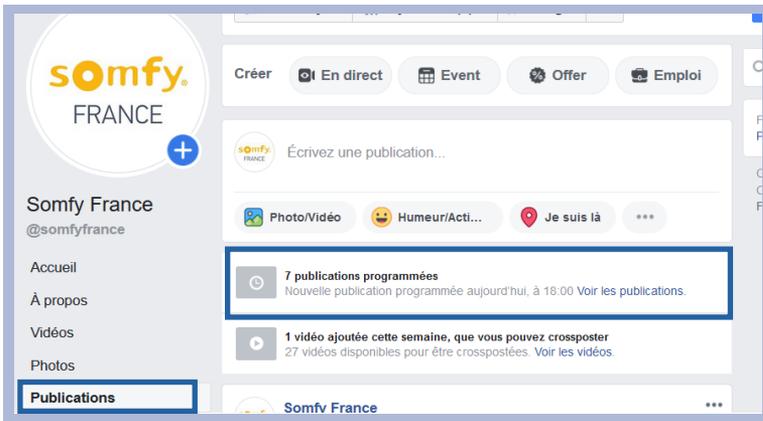
- 1) Créez le contenu de la publication en cliquant sur «**Ecrivez une publication**»
- 2) Cliquez sur «**Partager maintenant**», un menu s'affiche. Cliquez alors sur «**Programmer**».
- 3) Sélectionnez la date et l'heure souhaitées
- 4) Cliquez enfin sur «**Programmer**».



Comment gérer des publications programmées ?

Si vous souhaitez modifier, reprogrammer ou supprimer une publication existante :

- 1) Cliquez sur « **Publications** » dans le menu de gauche.
- 2) Cliquez ensuite sur « **Publications programmées** » puis sur la publication en question.
- 3) Faites les modifications nécessaires et cliquez enfin sur « **Modifier** » ou « **Supprimer** »



Petite astuce : vous avez la possibilité de créer des brouillons.

Autre petite astuce : L'appli « Pages » sur smartphone permet de gérer votre page entreprise très simplement et de manière intuitive.



Available on the
App Store

GET IT ON
Google play



Analyser vos
posts

INTRODUCTION

Animer une page Facebook de façon régulière c'est une première étape mais pour aller plus loin et optimiser vos contenus, l'idéal est d'analyser vos posts pour voir ce qui fonctionne bien et ce qui fonctionne moins bien.

Voici les trois façons d'être engagé par ordre croissant d'importance :



Aimer (Like) une publication :

Pouce vers le haut. Ce n'est pas très engageant mais c'est déjà un signe d'intérêt.

Plusieurs Like sont possibles : 



Commenter :

On laisse un petit mot, on pose une question, on ajoute un point de vue personnel...

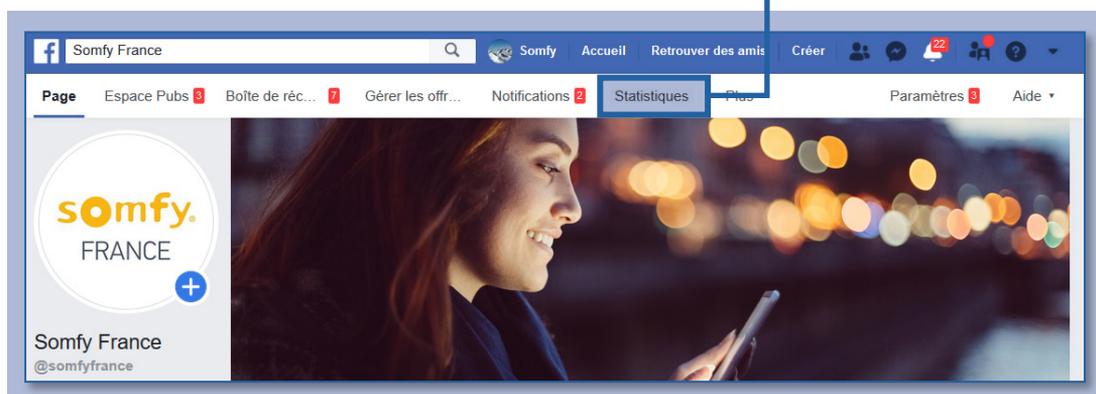


Partager :

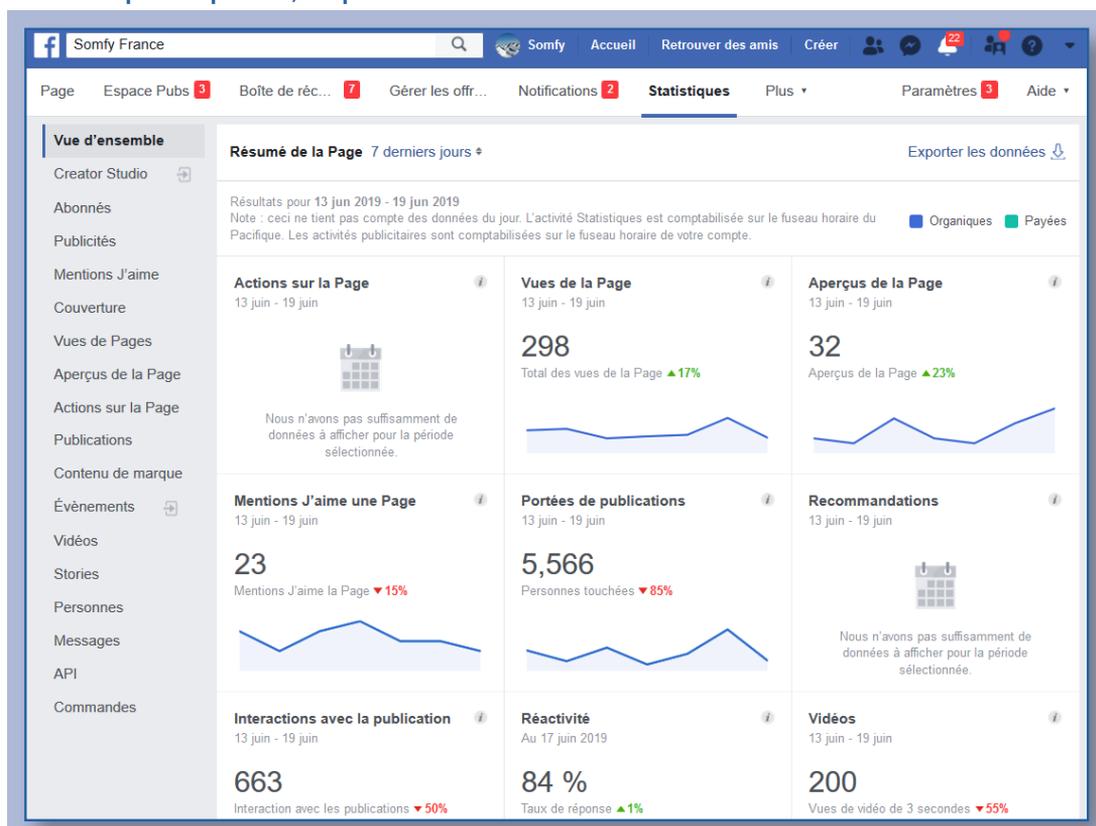
« Le Graal », la personne considère le statut ou la publication tellement intéressante qu'elle décide de la partager avec sa propre communauté d'amis Facebook ou de fans !

Analyser facilement les statistiques de votre page

Les “**statistiques**” fournies sur les pages Facebook sont faciles à comprendre même pour les personnes qui n’aiment pas les chiffres !



En un simple coup d’œil, on peut voir :



- la progression des « Likes » (mentions J’aime) sur la page
- la portée (couverture) de chaque message émis à partir de la page
- l’engagement des fans sur la page
- la performance de chaque post et bien plus encore !



Pour aller
plus loin...

Pour aller plus loin ...

Quand partager vos posts ?

Vous souhaitez gagner du temps ? Programmer vos publications pour les diffuser à tout moment.

Sur les médias sociaux, une des règles les plus importantes est de publier souvent et régulièrement afin de rester présent à l'esprit des internautes. Nous vous conseillons de poster 2 fois par semaine.

Il est inutile de partager les posts et articles qui vous intéressent à la chaîne pendant 30 minutes chaque matin, vous risqueriez de faire fuir vos fans.

Comment puis-je obtenir plus de fans sur ma page Facebook ?

Lorsque vous créez votre page Facebook entreprise, vous allez immédiatement atteindre votre premier dilemme : vous n'avez qu'un seul Like et c'est le vôtre !

Voici les 3 étapes primordiales pour augmenter le nombre de vos fans :

1) Informer :

Essayer d'attirer des personnes qui apprécient déjà votre business (vos clients) vers votre page Facebook. Laisser le lien vers votre page sur votre site Internet, dans votre signature mail ou sur votre carte de visite.

2) Automatiser :

Utiliser les outils d'automatisation social media pour programmer vos publications. Cela vous évitera de passer votre temps sur Facebook et chaque fois que quelqu'un se connectera à votre page, il y trouvera de nouveaux contenus.

3) Engager :

- Faites en sorte que votre page soit un lieu intéressant à visiter sur laquelle les fans interagissent entre eux.
- Posez des questions régulièrement, postez des photos, racontez des histoires.
- Devenez fan et laissez des commentaires sur d'autres pages...

Comment puis-je obtenir plus de vues sur les publications de ma page ?

Voici ce que vous pouvez faire pour augmenter le nombre de vues :

Répondez aux messages Facebook :

Répondez rapidement aux messages que vous recevez sur Facebook va augmenter l'engagement de vos fans ! De plus, Facebook calcule automatiquement un taux de réponse, visible par tous.

Publiez du contenu de valeur :

Les messages avec un contenu attrayant ont de la valeur sur les réseaux sociaux. Ils seront plus partagés et commentés.

Posez des questions :

Posez des questions à vos fans pour les faire parler et commenter sur votre page.

Comment créer un évènement Facebook public ?

Cette option est idéale si vous participez à des salons, si vous organisez des portes ouvertes ou tout autre évènement pour en faire la promotion.

Pour créer un évènement public :

- 1) Rendez-vous sur votre fil d'actualité et cliquez sur « **Évènements** » (menu de gauche) puis sur « **Créer un évènement** ».
- 2) Saisissez le nom, le lieu, la date, l'heure et la description de l'évènement.
- 3) Choisissez des mots-clés en lien avec votre évènement pour qu'il soit plus visible et sélectionnez qui pourra ou non modifier et publier du contenu dans votre évènement.
- 4) Cliquez enfin sur « **Publier** ».



Comment modifier un évènement existant ?

- 1) Cliquez sur « **Évènements** » (menu de gauche) et sélectionnez l'évènement en question.
- 2) Cliquez ensuite sur « **Modifier l'évènement** »
- 3) Vous modifiez alors les informations souhaitées puis cliquez sur « **Enregistrer** »

LA PUBLICITÉ FACEBOOK

Facebook vous offre également un ciblage très précis de prospects potentiels. En effet, en ciblant bien les publicités sur Facebook, il est possible d'obtenir des « J'aime » (👍) de personnes ciblées et potentiellement intéressées par votre activité.

Par exemple, vous pouvez cibler des personnes dans un rayon de 20 km, qui ont entre 25 et 65 ans et qui ont un intérêt pour la domotique ou la maison connectée.

Qu'est-ce que la fonction « Post sponsorisé » ?

Sur Facebook, vous pouvez payer pour « booster » vos messages.

Cela revient à les rendre plus visibles dans le fil d'actualité de vos fans et ainsi à démultiplier les chances de partages de vos fans.

Booster une publication est un jeu d'enfant.

Lorsque vous boostez une publication, celle-ci se retrouve sur le fil d'actualité de votre page Facebook.



The screenshot shows the profile of 'Somfy France' (@somfyfrance) on the left. The main content is a post from 'Somfy France' published on June 18th at 18:00. The post text reads: 'Que vous soyez déjà équipé en caméra de surveillance ou que vous prévoyiez de le faire prochainement, s'il y a bien quelque chose à ne pas négliger lors de son installation, c'est son positionnement. Comment installer sa caméra et surtout où ? Réponse ici !'. Below the text is a video thumbnail. At the bottom of the post, there is a location tag 'Votre vidéo est populaire dans ce pays : Rhône-Alpes' and a blue button labeled 'Booster la publication' which is highlighted with a red box.

Exemple d'un post sponsorisé : Après avoir cliqué sur « Booster la publication ».



The screenshot shows the 'Booster la publication' dialog box. On the left, under 'OBJECTIF', there are three options: 'Attirer des gens sur votre site web' (selected), 'Générer plus de réactions, de commentaires et de partages', and 'Toucher des clients potentiels et discuter avec eux'. Below this is the 'BOUTON PUBLIER (Facultatif)' section with an 'En savoir plus' button. At the bottom, there is a checkbox for 'En cliquant sur Booster, vous acceptez les Conditions générales de Facebook.' and 'Pages d'aide'. On the right, a preview of the sponsored post is shown, identical to the one in the previous screenshot. At the bottom right of the dialog are 'Annuler' and 'Booster' buttons.

Vous pouvez créer une audience (plusieurs critères : âge, sexe, lieu d'habitation, affinités).

Genre ⓘ

Tout Hommes Femmes

Âge ⓘ

25 - 55

Lieux ⓘ

France

France

Ajoutez des lieux

Map showing France selected with a blue checkmark and location pin.

Pensez à enregistrer puis vous pouvez établir votre budget :

Booster la publication

Budget total ⓘ

200,00 EUR

Personnes touchées estimées ⓘ

8 100 - 23 000 personnes par jour sur 17 000 000

Affinez votre audience ou augmentez votre budget pour atteindre les bonnes personnes.

Durée ⓘ

1 jour 7 jours 14 jours

Diffuser cette publicité jusqu'au 15/7/2019

Vous dépenserez 28,57 € par jour. Cette pub sera diffusée pendant 7 jours et se terminera le 15 juil 2019.

PAIEMENT

Somfy France Sponsorisé

Que vous soyez déjà équipé en caméra de surveillance ou que vous prévoyiez de le faire prochainement, s'il y a bien quelque chose à ne pas négliger lors de son installation, c'est son positionnement. Comment installer sa caméra et surtout où ? Réponse ici !

Image showing a Somfy camera mounted on a wall in a modern office setting.

Dans cet exemple, vous pouvez voir que pour un budget de 200 euros sur 7 jours, vous toucherez 23 000 personnes (cible : hommes et femmes / 25-55 ans / vivant en France), soit un budget quotidien de 28,57 euros. Facebook se chargera d'utiliser vos critères pour diffuser votre publicité. Simple, rapide et ciblé !



Les astuces pour booster votre communauté de fans sur votre page Facebook

Maintenant que fait-on pour engager vos fans sur Facebook ?



1. Faites des ponts entre vos différentes présences digitales :

- **Ajoutez un bouton « Suivez-nous sur Facebook »** ou offrez la possibilité d'aimer votre page en haut de votre site Internet et/ou de votre blog (si possible, sur toutes les pages).
- **Incluez l'URL de votre page Facebook** dans votre signature mail.
- **Intégrez le lien vers votre page Facebook** sur votre newsletter afin que les gens puissent aimer votre page depuis le courrier électronique qu'ils recevront de votre part.

2. Appâtez vos fans Facebook

Organisez un concours. Tout le monde aime les concours et est prêt à liker une page pour y participer.

Vous pouvez également **organiser des événements** sur votre page Facebook pour faire la promotion de l'actualité de votre point de vente.

3. Pensez global : techniques annexes pour augmenter votre liste de fans Facebook

Lorsque vous créez une page, vous allez vous sentir seul au début parce personne ne la connaît. Pour pallier à cela, **invitez vos amis et votre famille**. Ils ne pourront pas refuser de « Liker » votre page et cela vous permettra d'atteindre, dans un premier temps, le seuil des 25 amis pour commencer à visualiser les statistiques de votre page et amorcer un début de viralité pour votre page Facebook.

Posez des questions régulièrement à votre communauté Facebook.

Publiez du contenu qui fait sens pour votre marché ou votre secteur d'activité.

Faites en sorte que cette information soit utile, distrayante ou chargée émotionnellement pour votre communauté.

Faites de la publicité sur Facebook pour obtenir plus de « J'aime ».

Ceci est le moyen le plus rapide pour développer votre base de fans.

Conclusion

De manière globale, le plus important pour votre page Facebook c'est le contenu. Pour susciter de l'intérêt et de l'interaction auprès de votre cible, il est crucial d'avoir un contenu intéressant, qualitatif, pertinent et de publier de façon régulière. Vous pouvez également créer des rendez-vous mensuels ou hebdomadaires pour plus d'impact.

Somfy France

1 Place du Crêtet
BP 138 - 74307 Cluses Cedex
France

www.somfypro.fr



A BRAND OF **SOMFY** GROUP

somfy®