

— GUIDE PRATIQUE —

COMMENT
UTILISER FACEBOOK
POUR VOTRE ENTREPRISE



L'AUTEUR

Camille BLAISE - @camblaise
Co-fondateur de Neocamino.

Neocamino accompagne des milliers de TPE et PME dans leur développement grâce aux outils numériques.

Camille est chargé, avec l'équipe Neocamino, de concevoir l'outil qui accompagne les TPE et PME à passer à la prochaine étape pour leur business.

Il anime régulièrement des conférences et webinars à destination des entrepreneurs pour **Les Foliweb**.

CONTACTEZ-LE PAR MAIL

camille@neocamino.com

TABLE DES MATIÈRES

Chapitre 1 : Introduction

Facebook : qu'est-ce que c'est ?	5
Pourquoi vous devez y jeter un oeil	6
Vocabulaire Facebook	7
Objectifs	8

Chapitre 2 : Utiliser Facebook pour votre entreprise

Créer votre page Facebook	10
Faire la promotion de votre page	15
Lier une page au monde extérieur	16
Animer la communauté d'une page	17
Mesurer et optimiser	20

Chapitre 3 : Conclusion et bonus

Le monde évolue, Facebook aussi.	22
Ressources	23



CHAPITRE 1

INTRODUCTION

Vos enfants ont sans doute déjà un compte Facebook et l'utilisent pour retrouver les photos de leurs vacances ou prévoir leur soirée du samedi soir. Comment un outil plébiscité par les moins de 25 ans peut aider votre entreprise à trouver des clients ?

Découvrez pourquoi Facebook n'est pas une perte de temps dans ce chapitre !



Facebook : qu'est-ce que c'est ?

Facebook est un réseau social qui permet aux gens de rester connectés entre eux - amis, famille, étudiants, collègues ou finalement toutes personnes qui partagent un centre d'intérêt commun.

À l'heure où nous écrivons ce guide, **33 millions de Français** ont un compte Facebook et le réseau est le 2^{ème} site le plus visité du pays !

La page Facebook de votre entreprise vous permet de **garder contact avec les internautes** d'une façon sociale et d'**interagir avec votre communauté** : clients, partenaires, fournisseurs, prospects ou proches - tous peuvent contribuer à rendre votre entreprise plus accessible et humaine, si vous appliquez quelques principes d'animation.

Pourquoi vous devez y jeter un oeil

Avec tout ce que vous entendez ici et là sur Facebook, vous continuez à penser que c'est inutile pour votre entreprise ?

Vous avez raison d'être critique. Tous les outils qui existent sur internet ne doivent pas forcément être utilisés pour la communication en ligne de votre entreprise... mais pour Facebook, le jeu en vaut peut-être la chandelle !

Aujourd'hui, internet est devenu social. On est plus convaincu par tel produit dont un de nos contacts a fait la promotion que par tel autre que finalement personne n'a encore testé et qui n'a reçu des commentaires que d'inconnus.

Si l'on tient compte de l'audience de Facebook et des mécanismes relationnels que cela permet de mettre en place, on peut affirmer que les entreprises ont intérêt à évaluer précisément si une page Facebook peut leur être utile.

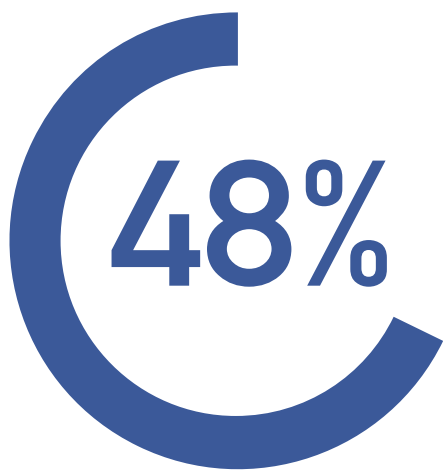
QUELQUES CHIFFRES

59%
des utilisateurs Facebook
ont entre 18 et 34 ans

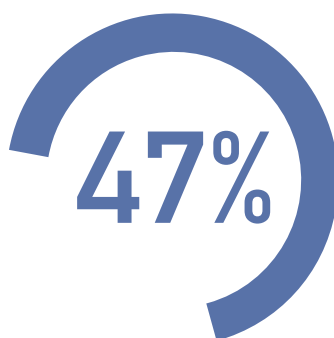
32%
des utilisateurs Facebook
ont 35 ans et +

22 Millions
d'utilisateurs quotidiens
en France

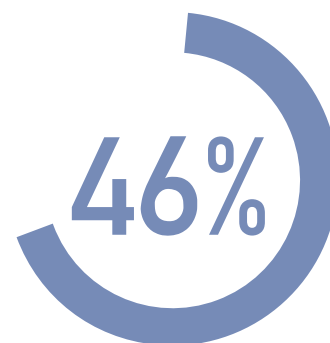
1h20
temps moyen passé
sur Facebook chaque jour



des 18 et 34 ans
se connectent au réveil



des utilisateurs se connectent
en préparant à manger



des utilisateurs se connectent
en faisant leur shopping



Vocabulaire

Fan - les utilisateurs de Facebook qui choisissent d'aimer et de suivre l'actualité de la page d'une entreprise, d'un produit ou d'une personnalité.

Ami - une personne avec qui vous êtes connecté sur Facebook en tant qu'individu, avec votre compte personnel.

Like(s) - 1. (v) sur Facebook, aimer ou liker la page d'une entreprise signifie que vous souhaitez suivre son actualité et avoir des nouvelles régulièrement; 2. (v) sur Facebook, aimer ou liker la publication d'un ami; 3. (n) le nombre d'utilisateurs qui ont décidé de suivre votre page; 4. (n) en dehors de Facebook, vous pouvez aimer ou liker un contenu pour lequel un bouton ad hoc a été associé (un article, une photo, une vidéo par exemple).

Flux de notifications - l'agrégation de l'activité des amis d'un utilisateur sur son propre mur.

Page - présence officielle d'une entreprise, d'une personnalité politique ou sportive, d'un artiste ou d'une association qui permet de partager de l'information et d'interagir avec les fans.

Timeline (ou fil d'actualité) - partie principale du profil d'un utilisateur ou de la page d'une entreprise, qui agrège l'activité et le contenu publié par un utilisateur (particulier ou entreprise).

Utiliser Facebook est devenu **naturel** :
le nombre d'utilisateurs continue de croître.

Objectifs

Vous voulez utiliser Facebook pour **mieux communiquer sur internet**, tout en évitant d'y perdre du temps ? Le meilleur moyen d'y arriver, c'est de bien **fixer vos objectifs au départ**.

En voici quelques-uns :

Gagner une image de marque : en publiant du contenu remarquable, vous pourrez faire parler de votre entreprise et vous appuyer sur cette notoriété pour mieux vendre vos produits ou services.

Être diffusé dans de nouveaux réseaux : lorsque votre dispositif internet est parfaitement maillé et que vos utilisateurs peuvent à tout moment partager avec leur(s) réseau(x) un contenu que vous avez publié et qu'ils ont apprécié, vous organisez une viralité vertueuse autour de votre entreprise, qui vous rapporte des clients.

Convaincre des prospects : beaucoup des visiteurs de votre site ne connaissent pas votre entreprise et demandent à être rassurés pour vous contacter ou acheter. En affichant que, déjà, de nombreuses personnes ont décidé de vous aimer sur Facebook et de suivre votre actualité, vous donnez confiance à ces nouveaux visiteurs.

Créer une communauté : être à l'écoute des besoins de vos clients, de leurs remarques, idées ou conseils - voilà qui est excellent pour améliorer votre service ou optimiser votre produit. Avec une page Facebook, vous avez une population que vous pouvez consulter facilement.



CHAPITRE 2

UTILISER FACEBOOK POUR VOTRE ENTREPRISE

Si vous êtes convaincu que votre entreprise a intérêt à avoir sa page Facebook, parce que c'est pertinent et que vous avez un objectif précis à réaliser, nous allons maintenant passer à la pratique.

Votre page Facebook doit être intégrée à votre dispositif internet global, il faut bien définir ce que vous souhaitez en faire avant de la mettre en place puis de l'animer efficacement.

Créer votre page Facebook

Avant toute chose, vous devez vous **connecter** avec votre compte facebook personnel. Si vous n'en avez pas, **créez-le** dès maintenant en remplissant le formulaire dédié.

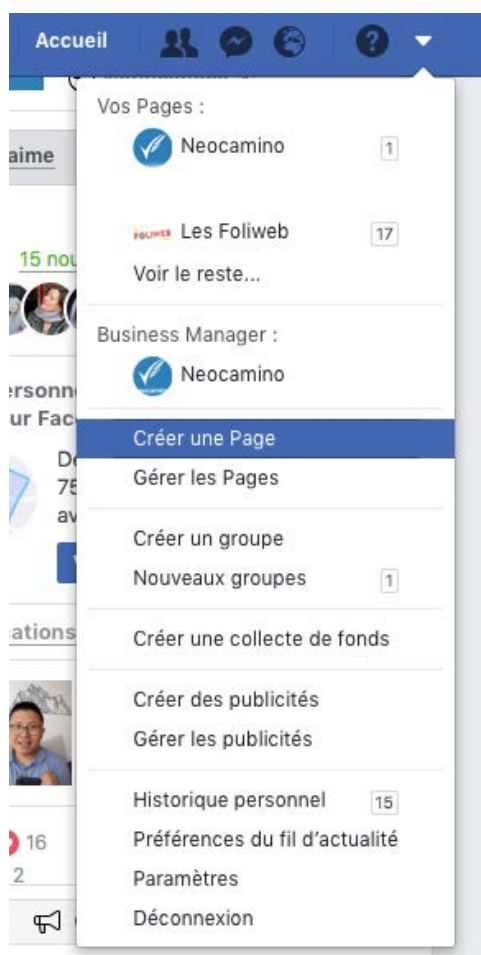
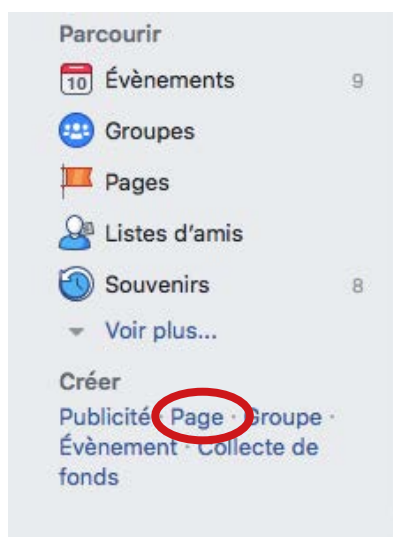
Cette **association compte/page ne sera pas visible sur la page** de votre entreprise, personne ne saura que c'est vous qui avez créé la page, et elle n'est pas définitive, vous pourrez à tout moment associer la page à un autre compte.



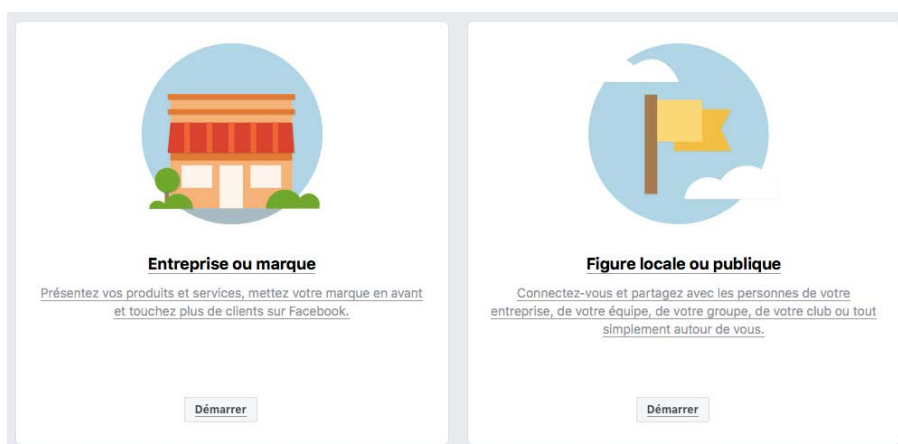
The image shows the Facebook login and registration interface. At the top, there's a blue header with the Facebook logo on the left and login fields for 'Adresse e-mail ou mobile' and 'Mot de passe' on the right, with a 'Connexion' button. Below the header, on the left, is a section titled 'Avec Facebook, partagez et restez en contact avec votre entourage.' featuring a network diagram of people. On the right, the 'Inscription' (Registration) form is visible, with the text 'C'est gratuit (et ça le restera toujours)'. The form includes fields for 'Prénom', 'Nom de famille', 'Numéro de mobile ou e-mail', and 'Nouveau mot de passe'. Below these are date selection fields for 'Date de naissance' (9, oct, 1993) and gender options for 'Femme' and 'Homme'.

Une fois connecté, allez dans le menu déroulant en haut à droite et sélectionnez **Créer une Page**.

Vous pouvez également passer par les liens de création en bas à gauche de votre fil d'actualité.



Facebook vous demande de faire un choix entre deux types de Pages : **Entreprise ou marque** et **Figure locale ou publique**.



Sélectionnez **Entreprise ou marque** et cliquez sur **Démarrer**.

The screenshot shows the Facebook page creation form for "Entreprise ou marque". It includes the following elements: the title "Entreprise ou marque", a sub-header "Connectez-vous à vos clients, développez votre audience et présentez vos produits grâce à une Page professionnelle gratuite.", a "Nom de la page" field with the prompt "Donnez un nom à votre Page", a "Category" field with the prompt "Ajoutez une catégorie pour décrire votre Page" and a help icon, a footer note "Quand vous créez une Page sur Facebook, Pages, Groups and Events Policies s'appliquent.", and a blue "Continuer" button.

Vous devez ensuite donner un **Nom** à votre page.

Votre nom commercial sera parfait en y enlevant les sigles SARL, SAS ou autres.

Si votre activité est uniquement en ligne, vous pouvez lui donner le nom de votre site. Exemple : maboutiqueexemple.fr

Facebook vous demande alors de **renseigner la catégorie** qui correspond le plus à votre entreprise. Exemple : Commerce de détail. Vous avez le choix entre plusieurs propositions.

Une fois les informations rentrées, acceptez les conditions d'utilisation de Facebook et cliquez sur **Continuer**.



Vous devez ensuite attribuer une **photo de Profil** à votre page. Cette image est très importante car elle représente votre marque. Elle apparaîtra sur chacune de vos publications.

Vous devez fournir une image en bonne résolution d'une taille de **180 x 180 pixels** minimum.

Généralement, on utilise le logo de son entreprise mais vous pouvez également utiliser un autre visuel.

Attention, votre image doit être au **format carré** car c'est ainsi qu'elle sera affichée sur votre page pour la version ordinateur.

Depuis la dernière mise à jour de Facebook, les photos de profil de Page sont rondes sur l'application mobile ! Veillez donc à bien **centrer votre visuel** pour qu'il soit visible.

Après avoir importé votre photo de profil, vous devez définir une **photo de couverture**. Au format **851 x 315 px**, il peut s'agir d'une photographie ou tout autre visuel représentant votre entreprise ou votre activité.

Évitez d'y intégrer du texte car l'affichage dépend du device utilisé (ordinateur, tablette, mobile...).

Plus tard, vous pourrez aussi remplacer cette photo par une vidéo de couverture et donner plus de vie à votre page.

Félicitations votre page Facebook est créée ! Maintenant au boulot...

The screenshot shows a Facebook page interface. At the top, there are navigation tabs: Page, Boîte de réce..., Notifications, Statistiques, Outils de pub..., Promotions, Paramètres, and Aide. The main header area displays the page name 'Maboutiqueexemple.fr' and a red-bordered box containing the text 'Créer un nom d'utilisateur de Page "@"'. Below this, there are buttons for 'J'aime', 'S'abonner', 'Partager', and '+ Ajouter un bouton'. A large image of various herbs and a succulent is featured. A light blue notification box reads: 'Bienvenue sur votre nouvelle Page. Avant de partager votre Page avec d'autres personnes, testez ces conseils qui vous aideront à décrire votre activité, votre marque ou votre entreprise. Nous vous proposerons d'autres conseils par la suite.' To the right, there is a section titled 'Vous connaissez des amis à même d'aimer votre Page ?' with a search bar and an 'Inviter' button.

Une fois votre page créée, vous pouvez définir un **nom d'utilisateur** qui vous permettra d'être trouvé plus facilement par vos clients et prospects.

La meilleure façon de faire est de **choisir le nom de votre marque**, ou le même nom que votre **nom de domaine**, s'il est disponible. Exemple : **@maboutiqueexemple.fr** qui donnera l'URL suivante facebook.com/maboutiqueexemple.fr

Si votre nom de marque n'est pas disponible, voici quelques suggestions :

- si votre activité est localisée, vous pouvez peut-être ajouter le nom de votre ville : Maboutique.Paris par exemple;
- utilisez votre **mot clé principal** : Banette.boulangerie par exemple;
- ajoutez votre **extension de domaine** si votre activité est très liée au web : maboutiqueexemple.fr par exemple;
- faites savoir que vous êtes **basé en France** (ou la version française de la marque en cas de conflit) : neocamino.fr;
- évitez de rajouter des numéros ou des lettres qui ne veulent rien dire.

Prenez le temps de remplir l'onglet **À propos** de votre page. C'est l'onglet descriptif qui permettra aux internautes de trouver les **informations essentielles** sur votre entreprise :

- la date de création
- un numéro de téléphone pour vous joindre
- un mail générique de type : contact@maboutiqueexemple.fr
- votre site web

Nouveau ! La rubrique **Histoire** remplace « Description ». Vous pouvez écrire un petit article présentant votre entreprise, ses objectifs, ses valeurs... Il donne du crédit à votre page.

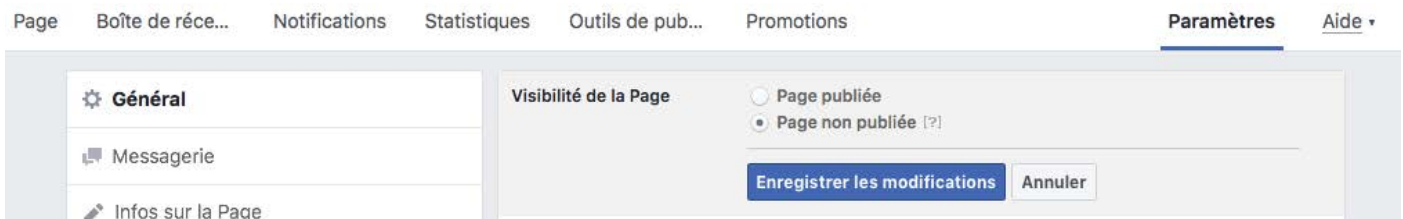
Ajoutez un bouton sous votre photo de couverture. Il s'agit d'un **Call To Action** (Appel à l'action) qui permet aux internautes d'interagir avec votre marque. C'est un bon outil pour **générer du trafic** sur votre site.

Le bouton peut permettre de vous contacter, mener sur votre site web, réserver...



Astuce : cachez votre page

Votre entreprise n'est pas encore officiellement lancée ? Vous souhaitez faire des essais sur votre page ?... Vous pouvez choisir de la rendre invisible pour le public jusqu'à ce qu'elle soit prête.



Allez dans les **Paramètres** de votre page puis dans l'onglet **Général**. Cliquez sur **Visibilité** de la page et sélectionnez **Page non publiée**.

Faites la promotion de votre page !

Maintenant que vous avez une page pour votre entreprise, il faut le dire autour de vous et impliquer vos contacts dans sa promotion !

Voici 3 idées pour y arriver :

1. Envoyez un mail à toute votre famille

Par exemple, avec ce texte :

"Bonjour,

J'ai récemment mis en ligne la page Facebook pour mon activité professionnelle, , à l'adresse :

Pouvez-vous m'aider en cliquant sur 'J'aime' sur la page et en la diffusant dans vos réseaux de contacts s'il vous plait ?

Merci et bonne journée"

2. Invitez tous vos contacts Facebook

Lorsque vous êtes sur votre page, vous pouvez inviter vos contacts Facebook à vous rejoindre sur la page de votre entreprise.

3. Placez une affiche dans votre boutique

Il faut absolument utiliser toutes les possibilités de faire venir des personnes sur votre page : vous pouvez en parler autour de vous quand l'occasion se présente ... ou afficher l'adresse dans les lieux où vous savez qu'il y a du passage.

Lier votre page au monde extérieur

Ajoutez une vignette sur votre site

Si vous suivez nos articles de blog vous le savez, une des étapes qui permet de convertir vos visiteurs en clients est la phase où vous montrez votre expertise et où vous donnez confiance : qui mieux que vos fans peut contribuer à rendre votre présence internet vraie, crédible et humaine ?

Intégrez une vignette sur votre site pour rendre cela automatique !



The image shows a screenshot of a website article. On the left is a blue sidebar for 'neocamino' with the title 'Réussir son entreprise au 21ème siècle'. The main article text on the right is titled 'Le CA, une affaire de consultant indépendant' and discusses the viability of independent consultants.

neocamino

Réussir son entreprise au 21ème siècle

Ici on aime nos dirigeants de TPE.

On parle de communication, web, marketing et ce qui compte pour se développer.

Suivez-nous : [f](#) [t](#) [in](#) [✉](#)

réussir à augmenter son CA quand on est se
activité ? Par ailleurs, qu'est-ce que le portag
consultant à la recherche d'une bonne stabili

Le CA, une affaire de consultant indépendant

À l'image des entreprises, la viabilité de l'acti
indépendant est intimement liée à son chiffre
permet de se rémunérer, de payer ses divers
congrés et d'investir dans du matériel, des ou
locaux plus valorisants... En d'autres termes
solides bases financières, le consultant doit t
réaliser un CA lui permettant de développer s

Placez des boutons J'aime sur vos pages

Sur tous vos articles de blog, dans vos newsletters ou sur les pages de vos produits ou services, vous pouvez intégrer un bouton J'aime qui permettra à vos visiteurs de partager le contenu qu'ils apprécient.

L'idée est ici de favoriser l'acte de partage dans les réseaux des uns et des autres : si vous souhaitez que cela ait lieu, encore une fois, vous devez clairement le spécifier.

N'ayez pas peur de dire par exemple :

**Vous aimez ce guide ?
Likez Neocamino sur Facebook**

Animer la communauté d'une page

Chaque jour :

En tant que petite entreprise, l'idéal est de **vérifier chaque jour l'activité que votre page génère** : si un commentaire ou un message apparaît, **vous devez y répondre le plus rapidement possible**.

92% des entreprises ont déjà trouvé un client grâce à Facebook

Source: Blog du modérateur, nov. 2012

Fréquence et contenu :

Vous devez réserver du **contenu intéressant** à vos fans.

3 posts par jour sont un maximum sauf si vous avez vraiment un sujet très intéressant à partager.



Pour maximiser les interactions avec vos publications, nous vous conseillons **d'utiliser des photos ou des vidéos** et d'insérer un lien vers un article ou une page d'action en légende.

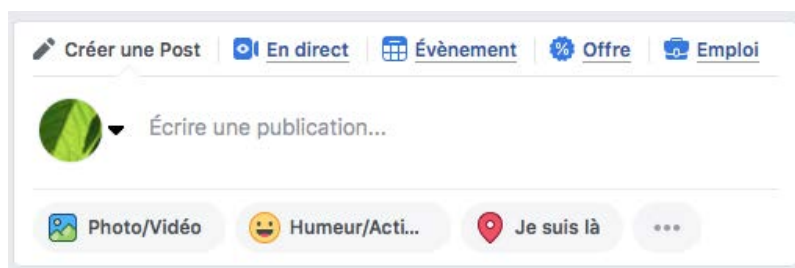
De la même façon, essayez au maximum de faire tenir vos **commentaires en moins de 80 caractères**, d'y insérer éventuellement un

emoticon et en incitant à l'action - toujours :)

Etre attractif et provoquer l'achat

Pour **susciter l'intérêt de vos fans et provoquer l'achat**, vous pouvez utiliser les nouveaux outils de publication comme l'onglet Offre.

Vous pouvez ainsi **programmer des offres promotionnelles** pour vos produits et services en indiquant leur durée, le pourcentage de réduction, le lieu de promotion (en boutique ou en ligne)...




Pour rester facilement lisible et attractive, votre offre doit comporter un titre court (50 caractères). Il faut donc aller à l'essentiel et **utiliser une accroche forte**.

Attention cependant à ne pas en abuser. Le contenu de votre page **ne doit pas être uniquement promotionnel**. Parler de vos actualités et de votre secteur intéresse aussi vos fans.

Créer une offre, une remise ou un bon plan
Les personnes qui enregistrent votre offre reçoivent une notification avant son expiration.

Title 71 / 50
-25% Profitez d'une offre irrésistible pour être rayonnante cet hiver !

Expiration 31/10/2018 17:00



Changer la photo

Où peut-on utiliser cette offre ?
 En magasin
 En ligne

+ Ajouter un code promotionnel (facultatif)
+ Ajouter des conditions générales (facultatif)

Pублиer



Montrez ce code à Maboutiqueexemple.fr à la caisse.

MAKEUP25



Astuce : réponses automatiques

Facebook **classe votre page** selon la qualité de vos contenus, le nombre de mentions j'aime et d'interactions mais aussi **selon votre réactivité** aux messages des internautes.

Afin d'améliorer votre **temps de réponse sur Messenger**, vous pouvez paramétrer un message de bienvenue et des réponses automatiques sur votre messagerie.

Assistant de réponse

Envoyer des réponses automatiques à quiconque envoie un message à votre Page

On

Les réponses automatiques permettent d'avertir que vous allez bientôt répondre.



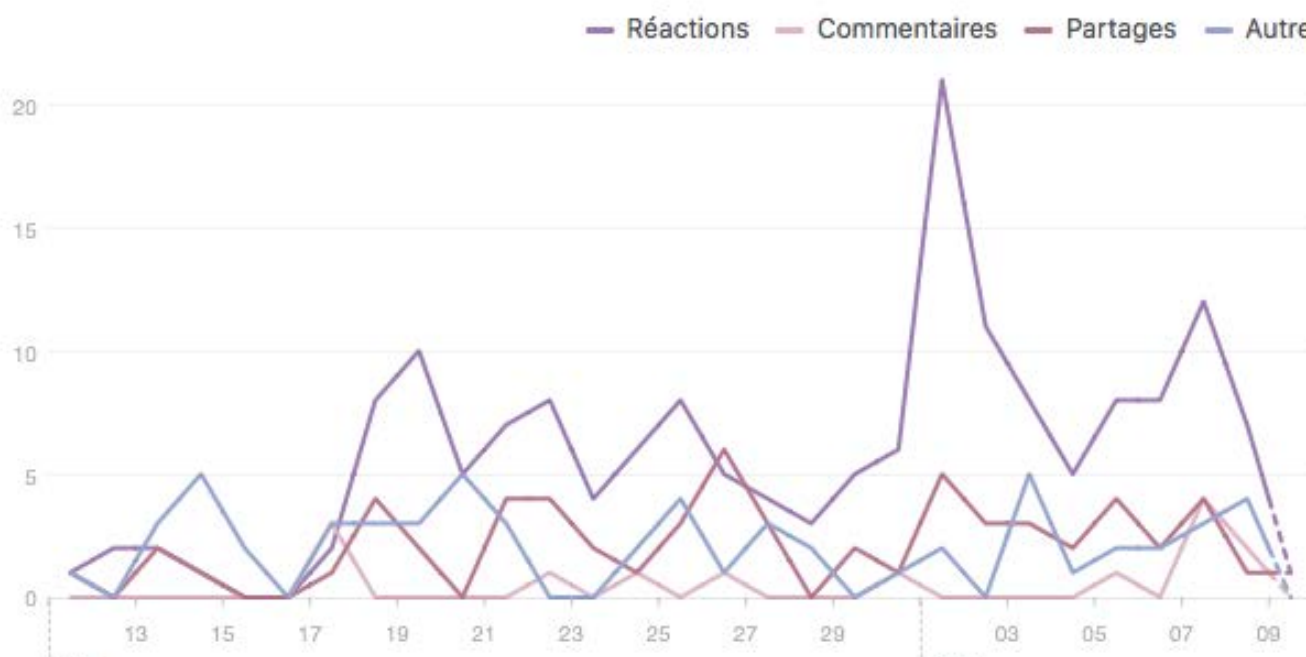
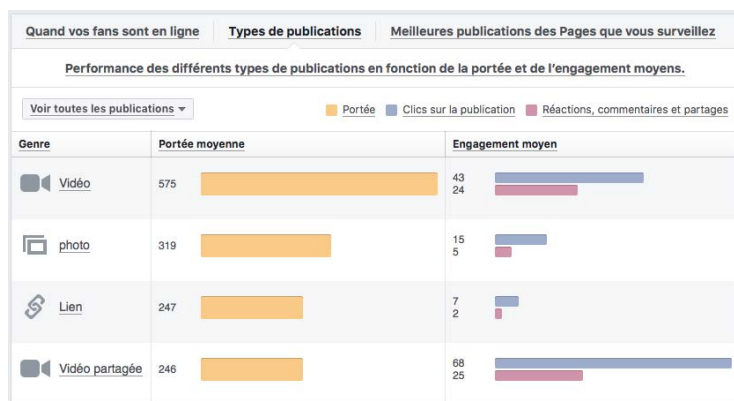
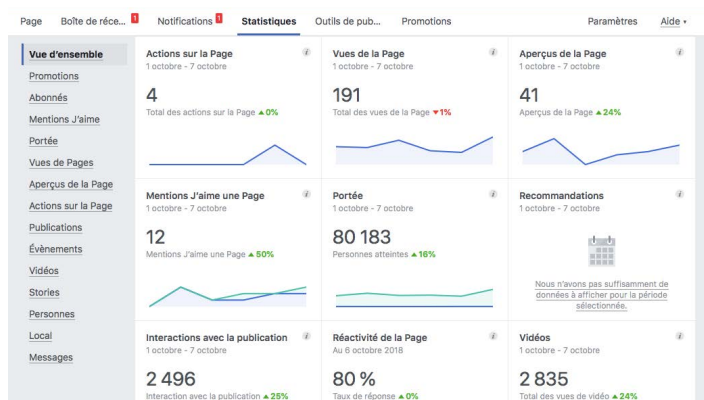
Pour cela, rendez-vous dans les **Paramètres** de votre page puis dans l'onglet **Messagerie**. Activez les fonctionnalités qui vous intéressent et personnalisez-les !

Mesurer et optimiser

Lorsque vous vous connectez sur la page Facebook de votre entreprise, vous pouvez **gratuitement et facilement mesurer son activité !**

En particulier, vous pouvez :

1. vérifier et répliquer les **publications les plus vues** ;
2. vous inspirer de celles qui ont apporté **le plus d'interactions** avec ceux qui vous suivent ;
3. déterminer quels sont les **moments de la journée où vos fans sont les plus actifs**





CHAPITRE 3

CONCLUSION ET BONUS



Le monde évolue, Facebook aussi.

N'oubliez pas de **suivre les tendances et les mises à jour** Facebook régulièrement.

Les internautes modifient sans cesse leurs comportements et les innovations technologiques les poussent à cela. Avec les nouvelles fonctionnalités des smartphones, les applications évoluent constamment pour offrir la meilleure expérience possible à l'utilisateur.

De nouveaux outils font leur apparition et offrent généralement de nouvelles possibilités aux utilisateurs friands de nouveautés. **L'algorithme de Facebook** privilégie toujours les publications riches en contenu (photo, vidéo) mais aussi celles qui utilisent les **nouveaux outils (Facebook live, Stories, Offre...)**. Et surtout n'oubliez pas que chaque jour, nous sommes inondés de messages publicitaires.

Démarquez-vous et offrez à vos fans un **contenu attractif et qualitatif**.

[Retrouvez tous nos conseils sur notre blog](#)

Ressources

Retrouvez les articles de notre blog qui traitent du sujet :

- taille des images sur Facebook
- objectif d'une communauté
- Facebook pour un avis client ?

Suivez notre compte Twitter pour retrouver des conseils et les bonnes pratiques sur ce sujet : **@neocamino**

Consultez les fiches de notre Centre de Ressources en ligne, qui vous aident à optimiser votre page Facebook.

Envoyez-nous sur **camille@neocamino.com** l'adresse de votre page pour que nous devenions fan de votre page :)

Aidez-nous en allant sur notre page et en cliquant sur ce bouton :



UN FESTIVAL D'ATELIERS POUR RÉUSSIR AVEC INTERNET !

les
FOLIWEB

Avant, Maman

était la seule

à me trouver

sur Google...

Rejoignez-nous sur www.lesfoliweb.fr



LA SOLUTION DE COMMUNICATION DIGITALE POUR LES TPE

FRANCHISSEZ LA PROCHAINE ÉTAPE
DU DÉVELOPPEMENT DE VOTRE
ENTREPRISE !

DÉCOUVREZ VOS 1^{ERS} CONSEILS
GRATUITEMENT

SUIVEZ-NOUS !