

# Formation Facebook – Gestion d’une page entreprise (25/05)

## A quoi sert Facebook ?

- Présence de l’entreprise sur le réseau
- Proximité avec ces clients, leurs habitudes
- Business BtoC (business to consumer : s’adresser en direct à vos clients)
- Toucher le client avec une approche plus informelle
- Faire partie ou créer une communauté

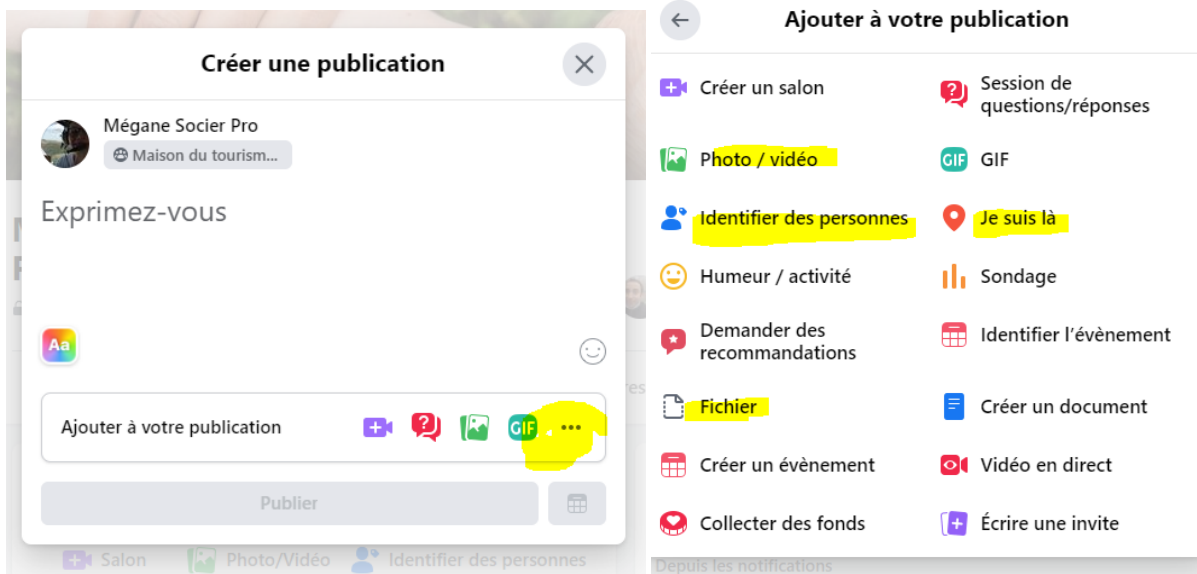
Rappel : profil = personne, en son nom / Page entreprise = pour communiquer sur une entreprise commerciale (au sens large, prend en compte les associations également)

## Fonctionnalités de la page

- Se trouve sur la partie gauche

The screenshot shows the Facebook Business Suite interface. On the left is a sidebar titled 'Gérer la Page' with various management tools like 'Accueil', 'Fil d'actualité', 'Gérer la boutique', 'Boîte de réception', 'Événements', 'Ressources et outils', 'Gérer les offres d'emploi', 'Notifications', 'Statistiques', 'Outils de publication', 'Espace Pubs', 'Qualité de la Page', 'Modifier les informations', and 'Paramètres'. The main content area shows the profile of 'Maison du tourisme Livradois-Forez - Informations locales' with a cover photo, profile picture, and a 'Modifier Envoyer un message' button. Below the profile is a navigation bar with 'Accueil', 'Services', 'Sondage', 'Avis', and 'Plus'. A 'Promouvoir' button is also visible. The main content area features a 'Ajoutez Messenger à votre site web' banner, a 'Créer une publication' section with options for 'Photo/Vidéo' and 'Recevoir des messages', and a post from 'Maison du tourisme Livradois-Forez - Informations locales' about 'Festival Ambert'.

- Couverture : photo ou courte vidéo qui présente l’entreprise
- Photo de la page : logo si vous en avez un
- Bouton « appel à action » : réserver, abonnement à la newsletter, billetterie en ligne, téléphone, site internet, etc.
  - o Vous pouvez le changer quand vous voulez, selon les périodes/nouveautés
- Mur d’expression = où l’on poste une publication
  - o Via Creator studio ou l’ancienne version
  - o Publication publique (tout le monde peut la voir)
  - o Personnalisation possible (fond d’écran de la publication, etc.)
  - o Outils : associer un produit, un lieu, une photo à la publication



(Attention, toutes les fonctionnalités présentées ici ne sont pas disponibles ! Ex, pour les pages, vous n'aurez pas « sondage » mais « session de question/réponse »)

- Création d'une boutique :
  - o Renseignement des : nom, description, tarif, photo, etc.
- Messagerie pro
  - o Possibilité de classer et trier les demandes avec des **étiquettes**
  - o Liaison possible avec la messagerie d'un compte Instagram
- Création d'évènement : en ligne ou en personne (= dans un lieu physique)
  - o Renseignement des : nom, date, heure, récurrence, descriptif, catégorie, photo, etc.

## Paramètres de la page

- o Information
- o Nom de l'entreprise
- o Nom utilisateur
- o Description (255 caractères max)
- o Catégories : plusieurs possibles (chambre d'hôte, table d'hôte, activité, etc.)
- o Téléphone
- o Mail
- o Site web
- o Localisation
- o WIFI
- o Gamme de prix
- o Autres comptes associés (Instagram, LinkedIn, etc.)
- o Horaire d'ouverture
- Billetterie
  - o Connexion possible avec Eventbrite (qui publie l'évènement sur Facebook ensuite) – PAYANT
  - o Badges Facebook : pour déterminer les fans, super fans de vos pages (ambassadeurs, ce qui likent, réagissent le plus)
- Rôle de la page

## Paramètres de la Page

🔍 Rechercher dans les paramètres de la Page

- 🗨️ Messagerie
- ✍️ Infos sur la Page
- 🗪 Modèles et onglets
- 🎫 Billetterie de l'évènement
- 🌐 Notifications
- 📧 Messagerie avancée
- 🌟 Badges Facebook
- 👤 **Rôles de la Page**
- 👥 Personnes et autres Pages
- 👥 Audience de Page préférée
- ⚙️ Limites de publicités

Extrait de la demande en cours

- Rôle de chaque personne s'il y a plusieurs gestionnaires (éditeur, propriétaire, modérateur)
- Personnes et autres pages
  - Ceux qui likent votre page / page qui aime votre page
  - Possibilité de les contacter mais via votre profil personnel (et non votre page)
- Visibilité de la page :
  - Autorisation pour publier un post, une photo, d'identifier l'entreprise dans une publication, etc. : avec acceptation ou non via des modérateurs

## Booster un contenu

- Sur un contenu déjà existant
  - Choix de l'objectif : plus de message, plus d'interaction, plus de prospect, etc.
  - Association à un compte Whatsapp pro possible
  - Bouton appel à action
  - Définition de l'audience
    - Age, genre, lieu de résidence
- ➔ Travail en entonnoir pour cibler de plus en plus précisément, au fur et à mesure de la campagne
  - Ciblage avancé : par type d'activité, de centre d'intérêt (festival musicaux, chambre d'hôte, randonnée, etc.)
- Espace pub (pour créer une publicité)
  - Ciblage à cadrer :
    - Localisation (rayon de x km)
    - Catégorie : centre d'intérêt, mots clés proposés (ajout manuel possible)
    - Age
    - Genre

**Objectif** ✕

---

Quels résultats attendez-vous de cette publicité ?

- Automatique**  
Laissez Facebook sélectionner l'objectif le plus pertinent d'après vos paramètres.
- Recevoir plus de messages**  
Diffusez votre publicité auprès des personnes susceptibles de vous envoyer un message sur Facebook ou WhatsApp.
- Obtenir plus d'interactions**  
Montrez votre publicité aux personnes susceptibles de réagir, commenter et partager.
- Attirer plus de visiteurs sur votre site web**  
Montrez votre publicité aux personnes susceptibles de cliquer sur une URL qu'elle contient.
- Obtenir plus de prospects**  
Utilisez un formulaire pour recueillir les coordonnées de clients potentiels.
- Obtenir plus d'appels**  
Montrez votre publicité aux personnes susceptibles d'appeler votre entreprise.

## Facebook Business

- Statistiques :
  - Audience : âge, genre, provenance (région, voire ville) → aide pour créer des publicités ciblées
  - Publications postées
  - Synthèse
  - Nombre d'abonnée
  - Activités sur la page, mention j'aime, nombre de vues
  - Bouton action (selon ce qu'on a mi : appeler, réserver, etc.)

### Statistiques de la Page

- Synthèse
- Abonnés
- Publicités 🔗
- Mentions J'aime
- Couverture
- Vues de la Page
- Actions sur la Page
- Publications
- Événements 🔗
- Vidéos
- Stories

## Type de publication possible

- 
- Texte
- Photo
- Vidéo : extrait court ou lien vers vidéo complète
- Live = direct (pour les événements par ex.)

## Conseils

- Toutes les vidéos se lancent en sourdine → lors d'une vidéo promotionnelle il est donc important d'indiquer le nom de l'entreprise + lieu + marque ou logo (en texte sur la vidéo) pour que ce soit reconnu et reconnaissable
- Abonnez-vous à des pages ou groupes en lien avec votre activité (thématique ou lieu)
  - o Vous pourrez faire de la « publicité » gratuite sur votre établissement (post de présentation) et accroître votre visibilité
- Pour les associations ou entreprises proposant des festivités sur l'année, vous pouvez :
  - o Garder une page de présentation, vitrine de votre activité (et relais de votre site internet)
  - o Créer un groupe Facebook privé ou non pour gérer votre communauté
    - Si ce groupe est privé : vous créez un espace « VIP », avec des informations exclusives, partages d'expériences/des préférences → vous vous souciez de ce que ressentent et pensent vos « ambassadeurs »
- 80% du contenu est partagé en privé (groupe, Messenger, WhatsApp, etc.), il n'y a que peu de publication en public (via une publication personnelle)
  - o Page entreprise = hyper importante pour communiquer
  - o Les interactions/réactions, partages se font en privé
- Mentionnez des ou votre entreprise(s) via @ (ensuite taper le nom de la page que vous souhaitez mentionner)
- N'utilisez pas de majuscule dans les posts ni pour le nom de votre entreprise → donne le sentiment d'être énervé et/ou de crier
- On ne diffame pas sur un client
- Quel est le créneau horaire le plus favorable pour publier ?
  - o Dépend de l'audience
  - o Entre 9h et 12h et de 14h à 18h sauf mercredi, vendredi et samedi après-midi
  - o Dimanche après-midi vers 16/17h car les personnes organisent leur semaine à venir