



FACEBOOK

LE GUIDE ESSENTIEL
POUR VOTRE ENTREPRISE



TABLE DES MATIÈRES

| | | |
|----|--|----|
| 1. | POURQUOI CRÉER UNE PAGE FACEBOOK | 04 |
| 2. | 10 ÉTAPES POUR CRÉER ET GÉRER UNE PAGE FACEBOOK SENSATIONNELLE  | 06 |
| | 1° Créez une page professionnelle | 07 |
| | 2° Choisissez une photo de profil | 08 |
| | 3° Choisissez une photo de couverture | 08 |
| | 4° Ajoutez vos renseignements | 09 |
| | 5° Faites la promotion de votre page | 10 |
| | 6° Publiez de nouveaux contenus! | 10 |
| | 7° Créez une publication captivante | 12 |
| | 8° Prenez une photo percutante | 13 |
| | 9° Planification de publications | 15 |
| | 10° Soyez cohérent | 15 |
| 3. | QUOI DE NEUF SUR FACEBOOK | 16 |
| 4. | CONCLUSIONS | 18 |



1. POURQUOI CRÉER UNE PAGE FACEBOOK

La création d'une page Facebook est une des façons les plus efficaces d'établir votre marque et de rehausser votre présence en ligne, tout en améliorant la visibilité de votre marque. Chaque marque se doit d'utiliser sa page Facebook comme une vitrine pour maintenir le suivi avec les clients actuels et potentiels, assurer leur participation et répondre à toutes leurs questions. Il s'agit d'une excellente façon d'obtenir des suggestions et des recommandations qui pourraient vous aider à structurer votre entreprise de façon à satisfaire les besoins de votre public cible.

En fait, plusieurs entreprises utilisent **Facebook comme réseau où publier des annonces**. Tout dépend d'une seule question fort simple : quel est votre objectif?

Si votre objectif est de vendre des produits, votre page vous permettra d'informer vos clients des offres à venir et des rabais promotionnels.

Votre page Facebook vous permettra aussi de rejoindre vos clients et de les **renseigner au sujet de votre salon**.

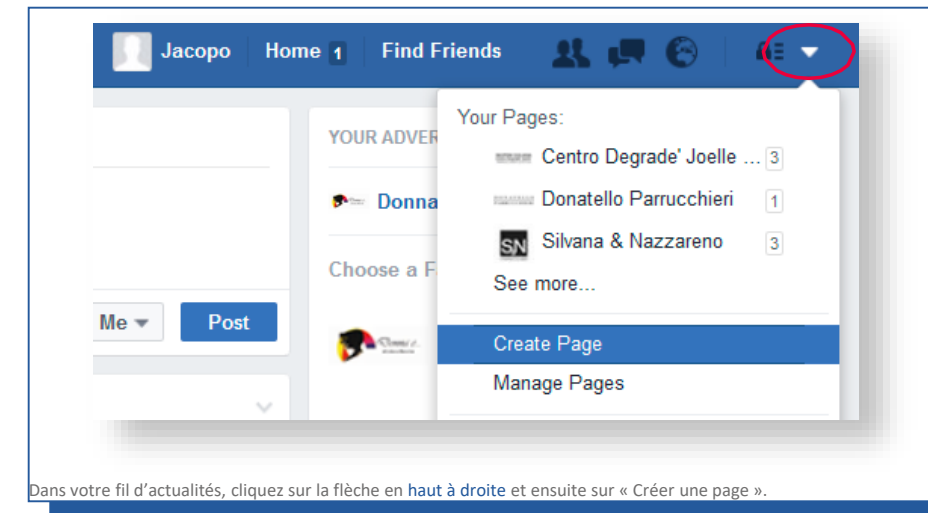
Contrairement aux autres réseaux sociaux, Facebook vous offre de nombreuses façons d'interagir avec votre public sur une même page, comme à l'aide d'images, de vidéos, de textes, d'événements et de vidéos en direct. Votre page Facebook vous permet de créer des liens étroits et durables avec vos clients **actuels et éventuels!**

2. 10 ÉTAPES POUR CRÉER ET GÉRER UNE PAGE FACEBOOK SENSATIONNELLE

ÉTAPE PAR ÉTAPE, VOYONS EN DÉTAIL COMMENT CRÉER VOTRE PAGE FACEBOOK.

1° Créez une page professionnelle

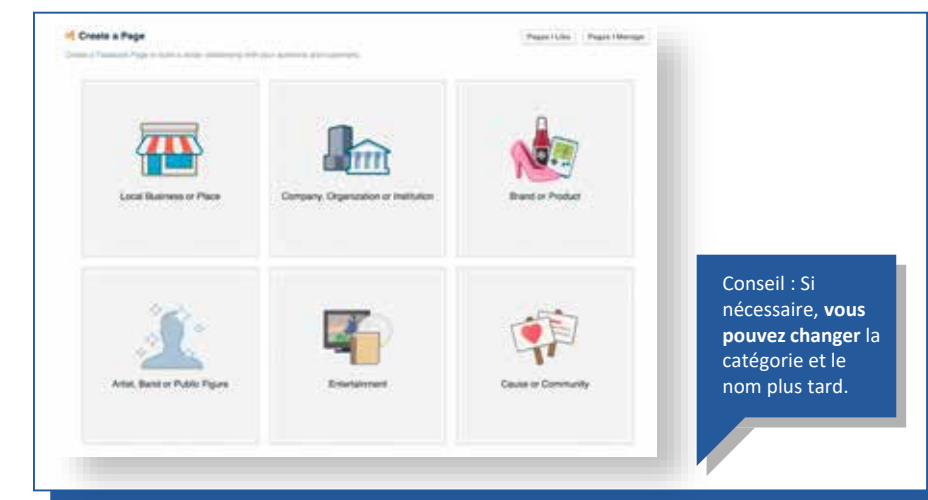
Vous pouvez facilement commencer à créer votre page Facebook professionnelle en cliquant sur le lien <https://www.facebook.com/pages/create.php> ou directement à partir de votre profil privé :



Dans votre fil d'actualités, cliquez sur la flèche en haut à droite et ensuite sur « Créer une page ».

Une fois rendu, choisissez une des six catégories suivantes pour votre page :

Entreprise locale ou lieu | Entreprise, organisme ou institution | Marque ou produit | Artiste, groupe ou personnalité | Divertissement | Cause ou communauté



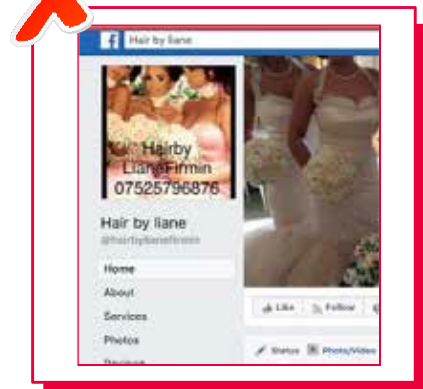
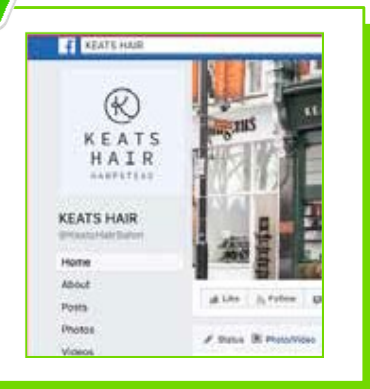
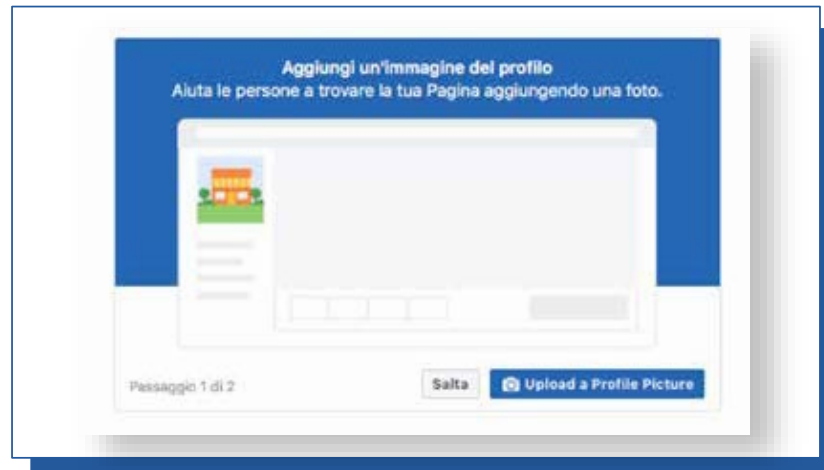
Le profil professionnel propose davantage de fonctions qui vous permettront de comprendre votre public et de le cibler avec un contenu spécifique



Comme l'analyse des données est limitée pour le profil personnel, vous ne pourrez pas voir tous les résultats de vos stratégies de marketing

2° Choisir une photo de profil

Choisissez une image qui représente l'aspect créatif de votre travail ou votre environnement professionnel



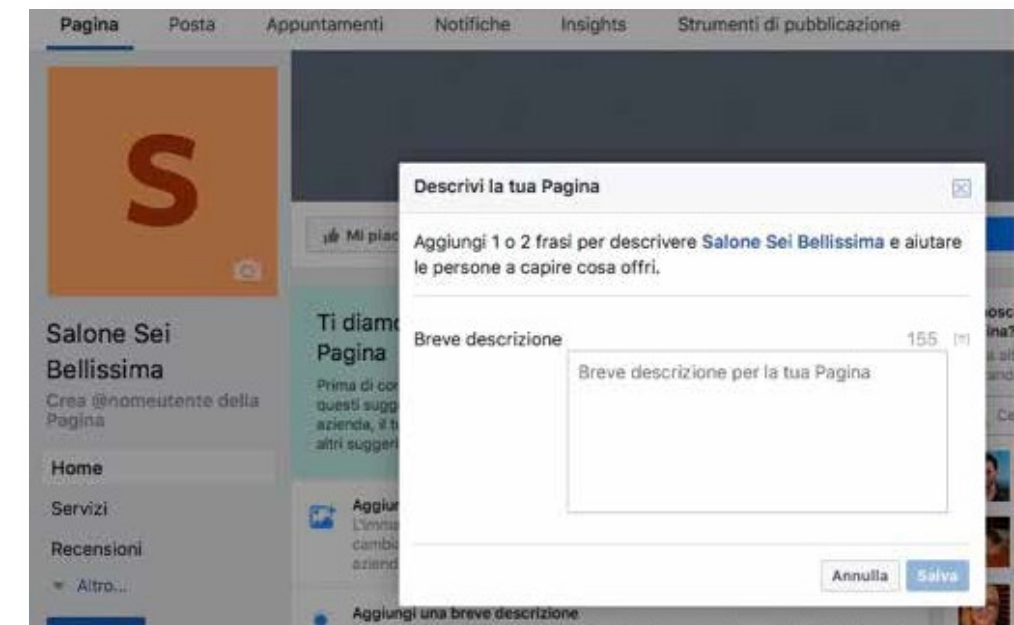
3° Choisir une photo de couverture

La photo de couverture doit également communiquer votre marque ou la créativité de votre travail



4° Ajouter vos renseignements

Il est important de fournir des renseignements pertinents à votre public. Pour ce faire, vous pouvez cliquer sur **Paramètres** dans la barre de menu du haut de la page. Ensuite, cliquez sur **Modifier informations de la page**.



De plus, vous pouvez ajouter certains renseignements plus utiles comme :

RENSEIGNEMENTS SUR LE DÉBUT

Vous pouvez inscrire la date de création ou de lancement de votre marque. Cette information apparaîtra dans l'historique à la droite du fil de votre page et comme mise à jour tout en bas de votre fil principal.

ADRESSE

Inscrivez votre adresse dans ce champ si vous désirez que les gens puissent s'identifier via Facebook lorsqu'ils sont dans votre salon.

LONGUE DESCRIPTION ET MISSION

Ajoutez tout détail supplémentaire qui peut mieux faire connaître votre entreprise ou votre marque. La « mission » représente les objectifs que vous envisagez pour votre entreprise : il s'agit habituellement d'une seule phrase qui résume vos objectifs (p. ex. la mission de Google est « d'organiser les informations à l'échelle mondiale dans le but de les rendre accessibles et utiles à tous »).

NUMÉRO DE TÉLÉPHONE/ADRESSE DE COURRIEL

Saisissez vos autres coordonnées.



5° 📢 Faites la promotion de votre page

Une fois que votre page est lancée, il est temps de la promouvoir.

Invitez vos amis à découvrir votre page professionnelle et les amis de vos collaborateurs.



6° 📢 Publiez de nouveaux contenus!

Ajoutez du contenu à votre page en créant une publication — la mise à jour d'un statut, un lien, une photo, une vidéo, un événement, ou une étape importante. Ajoutez constamment du contenu neuf à votre page afin de la rendre plus intéressante pour les visiteurs qui viennent la consulter.

N'oubliez pas que le contenu visuel est très populaire et que Facebook fait maintenant davantage la promotion de vidéos en direct sur les fils d'actualités des utilisateurs.

Et voilà!

Votre page Facebook professionnelle est lancée et prête à diffuser votre contenu génial à vos adeptes et à prendre son essor.



7° Créez une publication captivante

TEXTE

- Les textes pour les publications Facebook ne devraient pas contenir plus de 5 lignes (incluant les mots-clés).
- Pour les produits, il est pratique d'utiliser cette structure pour rédiger les meilleures publications de produits :

AVANTAGES

Quels avantages vos produits offrent-ils aux consommateurs?



TÉMOIGNAGES OU PROFESSIONNELS

Les gens ont besoin d'avoir confiance en quelqu'un : utilisez les témoignages et les professionnels pour rassurer les consommateurs (p. ex. « recommandé par les scientifiques de Wella », « la couleur préférée de Taylor Swift »...).



APPEL À L'ACTION

« Nous vous attendons au salon! »

Créez une publication structurée

AVANTAGE
Accroître l'intérêt

RASSURER
Donnez des renseignements pratiques pour accélérer la décision



APPEL À L'ACTION
Dites à l'utilisateur quoi faire

VALIDATION
Utilisez les témoignages ou de vraies données pour créer une renommée crédible



8° Prenez une photo percutante

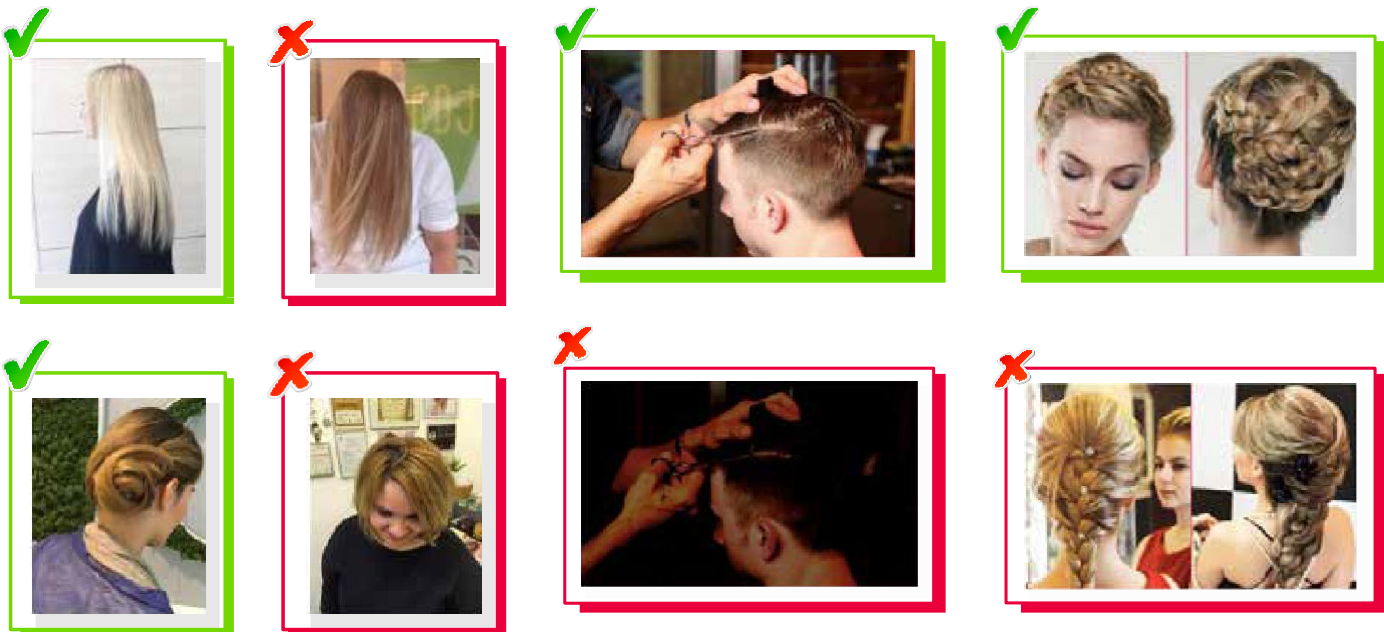
PHOTOS



- **Couleur** - Utilisez les **mêmes couleurs** pour créer une présence de marque
- **Clarté** - **Assurez-vous d'avoir un éclairage visible** et des niveaux de contraste et d'exposition suffisants.
- **Composition** - Conservez la **chevelure comme sujet principal**, et gardez le fond flou.

PRODUITS

- **Cadrage** : les produits ont une meilleure apparence lorsqu'ils sont photographiés de haut sur une surface plane et propre
- **L'arrière-plan** est très important. Autant que possible, **mettez vos produits en valeur** en choisissant un fond qui reflète les formes, les couleurs et le style de l'emballage.
- **Lumière** : elle doit être **LUMINEUSE** et **NON PAS** sombre.
- **Produits** : ne placez pas **un trop grand** nombre de produits. Il est parfois préférable de photographier les deux ou trois produits les plus importants de la collection plutôt que de créer de la confusion en groupant plusieurs objets.



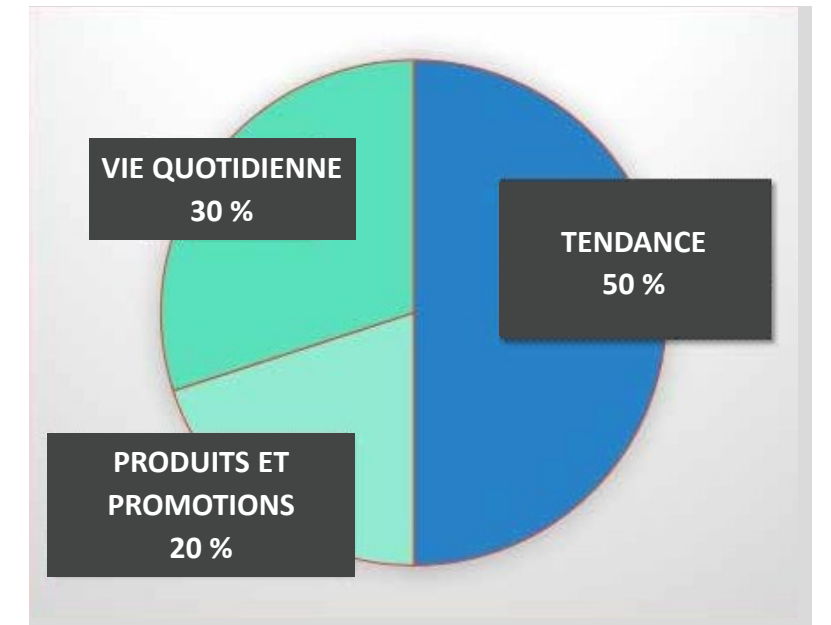


9° Planification de publications

Planifiez vos publications de manière hebdomadaire ou mensuelle. Cette approche est la meilleure pour assurer le suivi de votre stratégie de réseau social et pour préserver la vision de votre page. Nous recommandons que 50 % du plan contienne vos créations artistiques, que 20 % porte sur les produits et les nouvelles promotionnelles, et que 30 % soit dédié aux activités quotidiennes et aux moments d'inspiration.

Calendrier idéal

- 4 à 5 PUBLICATIONS chaque semaine
- heures : 13 h à 15 h / 21 h à 22 h



10° Soyez cohérent

Le secret d'une page populaire est la cohérence. Voilà ce que les utilisateurs voient chaque fois qu'ils visitent votre page.



3. QUOI DE NEUF SUR FACEBOOK

Stories Facebook

Cette nouvelle façon de partager du contenu vous permet d'afficher plusieurs photos et vidéos qui peuvent créer une « story », ou histoire, pour votre public. Comme le contenu ajouté à la section Stories est visible pendant seulement 24 heures, cet endroit est idéal pour les mises à jour amusantes, les annonces d'événements et le contenu qui est pertinent pour une courte durée.

Comment publier une Story sur Facebook?

POUR PUBLIER UNE STORY FACEBOOK, SUIVEZ CES ÉTAPES :

- Appuyez sur l'icône « **Votre story** » dans la barre Stories située au-dessus du fil d'actualités.
- Vous pouvez également appuyer sur l'icône caméra dans le coin supérieur gauche de votre écran ou balayer l'écran vers la droite à partir du fil d'actualités.
- Appuyez sur le bouton « Enregistrer » pour prendre une photo ou appuyez-le et maintenez-le enfoncé pour enregistrer une vidéo. Vous pouvez également téléverser du contenu à partir de vos albums numériques.
- Si vous désirez sauvegarder une photo ou une vidéo, appuyez sur l'icône Télécharger.
- Appuyez sur **Votre Story** pour ajouter la photo ou la vidéo à votre Story et appuyez ensuite le bouton **Envoyer**.



A close-up photograph of a woman with long, wavy blonde hair, smiling and looking down. She is wearing a light-colored jacket. The background is blurred, showing what appears to be an indoor setting with greenery.

4. CONCLUSIONS

Pour résumer, **Facebook** est la principale plate-forme numérique qui permet aux gens de vous connaître et de découvrir votre entreprise.

Il s'agit de la façon la plus efficace d'établir votre marque dans le marché numérique. C'est la raison pour laquelle votre page doit être aussi précise que possible.

Lorsque vous créez une page Facebook, n'oubliez pas d'inscrire les renseignements de base de votre entreprise, d'inclure une photo de profil et de couverture, d'ajouter des renseignements à votre profil, d'ajouter des collaborateurs, et de publier du contenu intéressant.

En intégrant tous ces éléments, votre page bénéficie d'une identité distincte qui permet aux utilisateurs de reconnaître facilement votre entreprise, et elle se distingue de façon unique des autres pages.

FACEBOOK

LE GUIDE ESSENTIEL
POUR VOTRE ENTREPRISE