
LA PAGE FACEBOOK DE MON ENTREPRISE

Accélérateur de croissance et de notoriété !

Aujourd'hui, une entreprise qui n'est pas présente sur internet n'existe plus pour ses clients. Il y a plusieurs façons d'être présent sur le web : un site web, une fiche Google My Business, les réseaux sociaux, les annuaires, ...

Si votre entreprise n'est pas encore sur Facebook, ou si vous avez une page qui est très peu active, la première question est de savoir

Pourquoi est-il intéressant d'être présent sur Facebook quand on a une entreprise ?

Facebook est très bien référencé par les moteurs de recherche, sans doute mieux que ne l'est votre site web. Il se retrouve souvent en premier lieu dans les résultats de recherche pour des recherches spécifiques.

Il s'agit donc d'un moyen de vous retrouver facilement sur le web et d'entrer en contact avec vous ; et cela même si les personnes ne sont pas utilisatrices de Facebook. Ces dernières pourront notamment y trouver vos coordonnées de contact, vos horaires d'ouverture, votre site web, ... les informations publiques de votre entreprise.

Facebook est un outil de communication qui peut faire partie intégrante de votre « mass média » ou autrement dit de l'ensemble des techniques et supports de diffusion de communication que vous utilisez :

- VOUS ! puisque vous êtes le premier vendeur de votre entreprise ;
- vos outils professionnels tels cartes de visites, flyers, site web, lettrage du véhicule, beachflag, stands commerciaux, ... ;
- les réseaux sociaux ;
- la présence sur le web d'une manière globale (annuaires, forums, ...) ;
- la presse, la radio ;
- ...

Bref de votre stratégie médiatique et de communication au sens large !

Pourquoi voulez-vous être sur Facebook ?

Facebook est un outil de communication au même titre que votre carte de visite, flyer, site web... Chaque outil de communication a ses objectifs communicationnels qui lui sont propres.

L'objectif de votre carte de visite est :

- Laisser une trace lors d'une rencontre commerciale (ou moins commerciale) avec un message clair : Identification de l'organisation - Nom & Prénom - Fonction - Coordonnées de contact... vous avez eu l'occasion de présenter vos produits/services lors de ladite rencontre et j'espère de créer du lien.

L'objectif d'un flyer sera plutôt :

- Faire connaître vos produits/services puisque vous ne rencontrez pas nécessairement le prospect quand celui-ci prend votre flyer. Il sera naturellement plus complet qu'une carte de visite sur la présentation de l'entreprise et des bienfaits de vos produits et services. Ils seront déposés à des endroits bien choisis afin d'en augmenter l'efficacité communicationnelle. Souvent, l'objectif du flyer est donc d'augmenter votre visibilité en des endroits stratégiques et d'inviter les prospects à entrer en contact avec vous, suite à la présentation des services qu'ils ont pu y découvrir.

Alors, Quels seront les objectifs de votre page Facebook ? Que voulez-vous faire avec cet outil ?

- Faire connaître l'entreprise et la marque ?
- Gagner en visibilité (être vu) ?
- Gagner en notoriété (être reconnu) ?
- Partager des expériences ?
- Communiquer sur vos services et prestations ?
- Raconter les histoires de vos clients, des produits que vous réalisez pour eux ?
- Vendre ?
- Promouvoir vos événements ?
- Promouvoir votre commerce local et attirer plus de clients au sein de celui-ci ?
- Faire rêver vos clients ?
- Développer ou améliorer la relation client ?
- Continuer l'expérience client ?
- Etendre votre réseau et gagner de nouveaux clients ?
- ... ?

Pour faciliter la définition de vos objectifs, je vous invite à revenir à la base ! Qui est votre client ? Se trouve-t-il sur Facebook ? Et si oui, qu'a-t-il envie de vivre comme expérience en suivant votre page ? Si votre client ne se trouve pas sur Facebook, peut-être que les clients de vos clients s'y retrouvent et il est donc intéressant de pouvoir y développer la notoriété et la visibilité de votre marque.

On comprendra aisément qu'un artisan-créateur de bijoux n'aura pas les mêmes objectifs communicationnels qu'une entreprise qui produit des articles qui seront vendus via la grande distribution.

Pour exemple, dans le cadre de mon activité d'artisanat, mes objectifs principaux sont les suivants :

- Gagner en visibilité en mettant en avant l'univers que j'ai développé et l'originalité de mes produits ;
- Promouvoir les événements que j'organise (portes ouvertes) ou auxquelles je participe (foires) ;
- Donner envie aux internautes de pousser la porte de mon commerce ;
- ... le tout dans le but d'augmenter mon chiffre d'affaires !

Les publications que je mets en place vont donc à 80% du temps dans ce sens. Indirectement, mes objectifs principaux servent naturellement d'autres objectifs, comme le fait de gagner en notoriété par exemple. Mais, celui-ci n'est pas une priorité pour moi pour l'instant, cela pourra évoluer au fil du temps.

Je vous invite à définir 2 à 4 objectifs à votre page, ainsi vous pourrez orienter vos efforts de communication. Et si vous vous demandez « qu'allez-vous publier ce jour ? », ceux-ci peuvent vous recentrer sur l'essentiel.

Les Objectifs de votre page Facebook :

1.
2.
3.
4.

Comment être présent sur Facebook ?

Pourquoi avoir un profil Facebook?

Le profil Facebook est un passage obligé pour ouvrir une page entreprise.

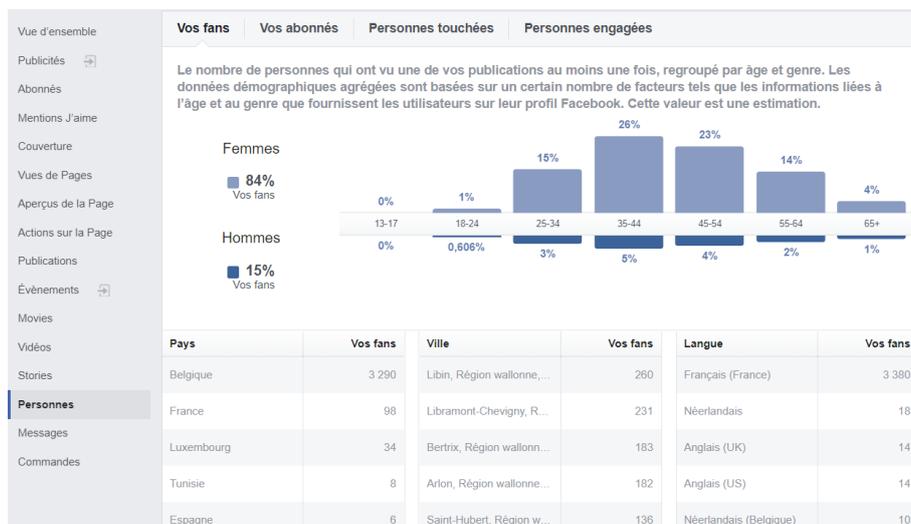
Votre profil Facebook humanise l'image de votre entreprise. C'est grâce à votre profil que vous allez pouvoir dans un premier temps promouvoir votre page, vers votre premier cercle de relations, vers vos amis. Invitez-les à aimer votre page !

Sur votre profil, il ne sera potentiellement plus question de partager des informations dites privées mais bien d'adopter une attitude entrepreneuriale, de commerçant, de consultant, de spécialiste ... selon votre cas. Étant donné que vous êtes le premier vendeur de votre entreprise, il sera bon d'y avoir un comportement adapté tout en étant ouvert aux contacts. Vous y ferez notamment la promotion de vos activités de « patron » (réseautage, réflexions, bout de vie d'entrepreneur, ...) et y partagerez de temps à autre les publications de votre page en les commentant. Ne négligez pas le « pouvoir de l'identification » par exemple : identifiez-vous (ou votre page quand cela est possible) sur les photos d'un événement auquel vous avez participé, ainsi les amis des autres personnes identifiées à l'événement verront alors votre nom (de marque). Cela participe indirectement à la communication de votre activité.

La page de votre entreprise.

Grâce à la page vous pourrez promouvoir vos produits et services, partager des expériences, des histoires.

Une page d'entreprise a pour avantage de fournir des statistiques de fréquentation de celle-ci : comme par exemple l'heure à laquelle celle-ci est la plus visitée, des statistiques sur les utilisateurs en fonction de leur âge, de leur genre, ou encore leur provenance par exemple.



Exemple de statistiques dans le secteur de la décoration de jardin

Comme nous le verrons par la suite, vous pourrez également y faire de la publicité payante, afin de, par exemple, obtenir plus de fans ou encore promouvoir un événement.

Vous animez la page de votre entreprise, vous apportez donc de l'information vers vos fans et non l'inverse.

Le groupe privé ou public.

Le groupe permet de rassembler des personnes ayant les mêmes centres d'intérêt.

Cela peut prendre la forme, par exemple :

- d'un forum de discussion au sens large autour de vos produits/services ;
- d'un service après-vente ;
- ou encore être un privilège client pour continuer l'expérience de celui-ci de manière VIP.

Pour exemples :

- la création d'espace d'échanges et de conseils pour les clients ayant suivi une formation payante : elles peuvent y trouver les supports de formation, poser des questions, échanger entre elles pour s'entraider... ce groupe sera plutôt privé ;
 - ou encore un espace pour les clients ayant suivi un de vos ateliers DIY et qui partagent leurs créations (réalisées à partir de vos produits) et bons plans... celui-ci pourrait être public. L'information est accessible à tous les internautes et contribue à votre communication.
-

Dans un groupe de discussion, il est impossible de faire de la promotion payante, il s'agit là de son principal désavantage. Par contre, si votre groupe fonctionne bien, vous remarquerez rapidement que l'animation provient principalement des membres et non de vous. Ils y partageront des photos, des questions, échangeront entre eux sur les sujets lancés... Attention vous y jouerez un rôle de modération des commentaires et sujets afin de garder une ligne directrice cohérente et d'éviter tous débordements.

Que publier sur votre page ?

Définir votre ligne éditoriale

La ligne éditoriale représente la façon dont vous allez vous exprimer sur Facebook.

- Est-ce que vous allez vous exprimer sur le ton de l'humour, du sérieux ? Comment sera orienté votre discours ?
- Quels sont les sujets et thématiques que vous allez aborder ? Quel type de contenu allez-vous partager ?
- Comment allez-vous attirer et fidéliser les clients ?

De nouveau, afin de répondre à ces questions, il est important de savoir à qui l'on s'adresse et de se projeter afin de savoir ce que ces personnes attendent de nous. Ces questions trouveront donc leurs réponses en fonction de votre public cible, de votre clientèle, de votre audience.

Pour exemple, les publications de l'Atelier du Fer sont principalement destinées à des femmes entre 25 et 65 ans qui portent un intérêt pour la décoration de jardin et le jardinage. Elles aiment y trouver des idées afin d'agrémenter leur jardin, des idées cadeaux, ou simplement rêver grâce à l'univers que je mets en place au travers de mes photos et récits. Bref, s'inspirer ...

Quel type de personnes sera intéressé par les informations que vous allez partager ? Pourquoi ces personnes vont-elles suivre votre page ?

.....

.....

.....

Vous pouvez aussi faire rêver vos clients en partageant (en faisant du storytelling par exemple) :

- votre histoire ;
- les événements de votre entreprise ;
- vos bons plans et conseils ;
- raconter la vie de vos produits de vos services chez vos clients ;
- ...



Exemples de publications :

 **L'Atelier du Fer** a changé sa photo de couverture. ...
Publié par Caroline Duchêne [?] · 2 juillet 2019 · 🌐

Un peu de romantisme pour cette petite cour ...
Arche réalisée sur mesure
#ferforgé #decoration #decojardin #ardenne #plantegrimpante



Publication simple de mise en valeur d'une production dans un univers romantique

 **L'Atelier du Fer** ...
Publié par Caroline Duchêne [?] · 4 août 2019 · 🌐

Devinez qui vient de nous rendre visite sur notre stand à Corbion ...???
ROBERT de l'émission Une brique dans le ventre !!!

En plus d'être hyper méga sympa, il a bien voulu partager son petit truc à lui pour faire rouiller plus vite le métal : BIEN LE DEGRAISSER, ainsi il rouillera plus vite ! En effet quand le métal sort de production, il est couvert d'une fine couche de graisse. Cette couche de graisse va protéger le métal et va ralentir l'oxydation et donc l'apparition de rouille.

Alors comment dégraisser facilement et naturellement (ça c'est important pour l'Atelier.. on utilise le moins de produit possible!) ? Par exemple du vinaigre ou encore un demi citron que l'on va frotter sur la tole, ... on en trouve dans tous les ménages, c'est simple et cela dégraissera la pièce pour que la réaction d'oxydation puisse s'opérer !

Qu'est-ce qu'on dit ?

Merci ROBERT ! 😊😁😄

Et on partage le bon plan 😊

#caafaitmajournee



Publication d'un conseil et humanisation de la marque

Cela fera partie intégrante de l'expérience que vos clients auront autour de votre entreprise et de ses produits ou services.

Quel sera votre ligne éditoriale ? Quel ton allez-vous utiliser ? Quels sujets allez-vous aborder ?

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Grâce à vos publications, vous pourrez attirer de nouveaux prospects et fidéliser des clients. Attention, cela ne se fait pas du jour au lendemain et demande de l'assiduité à la tâche. Cela peut prendre quelques mois avant de constituer une communauté engageante.

Il est donc important de définir au préalable les grands thèmes et sujets à partager sur votre page ainsi que leur mode de diffusion, via notamment :

- des infos pratiques ;
- un article (écrit par vous ou partagé) ;
- des photos de qualité suffisante ;
- ou encore des vidéos ;
- ...

Exemples de publications :

L'Atelier du Fer — 🥰 aimé(e).
Publié par Caroline Duchêne [?] · 28 novembre 2019 · 🌐

Aaaah! 🥰🥰🥰 Quand j'ouvre mon mur facebook et que la première photo que je vois est celle-ci !! MERCI les amis ! 🥰🥰🥰



VELO HAUTE LESSE
28 novembre 2019 · 🌐

Partage d'une publication d'un client

L'Atelier du Fer
Publié par Caroline Duchêne [?] · 19 août 2018 · 🌐

Quand tu en prends plein les yeux en allant voir le spectacle de fauconnerie d'un de tes clients ! 🦅🦅 Valkerij/Fauconnerie Falcon's Residence ! ❤️👍
👏👏 Bravo!!! au Château fort St Bouillon



Mise en valeur d'un client

L'Atelier du Fer — ravi(e).
Publié par Caroline Duchêne [?] · 4 juin 2018 ·

Dans la Meuse ce jour!!! Merci Bellegique!!!! Merci Mélanie Markovic-Meinbach!!!



Partage d'un article de presse publié par son auteur

Pour animer une page, il est souvent conseillé de publier au minimum une fois par semaine et maximum trois fois par semaine. Quoi qu'il en soit, cela doit trouver sens par rapport à vos activités et à votre propre rythme sans pour autant que cela ne devienne une contrainte. Il est intéressant de varier les types de publication, parfois, le simple partage d'un article intéressant trouvé sur le web est suffisant, n'hésitez pas à en dire quelques mots dans votre publication, pourquoi partagez-vous cela ?

Les publications de votre page pourront pour certaines être partagées sur votre profil personnel. Attention à ne pas tout partager systématiquement sur votre profil, sinon vos amis et les amis de ceux-ci ne trouveront pas d'intérêt à liker la page en elle-même.

Avoir une ligne éditoriale permet une orientation globale et générale des contenus que vous apporterez sur votre page pour une meilleure performance de celle-ci.



Gestion de la page Facebook.

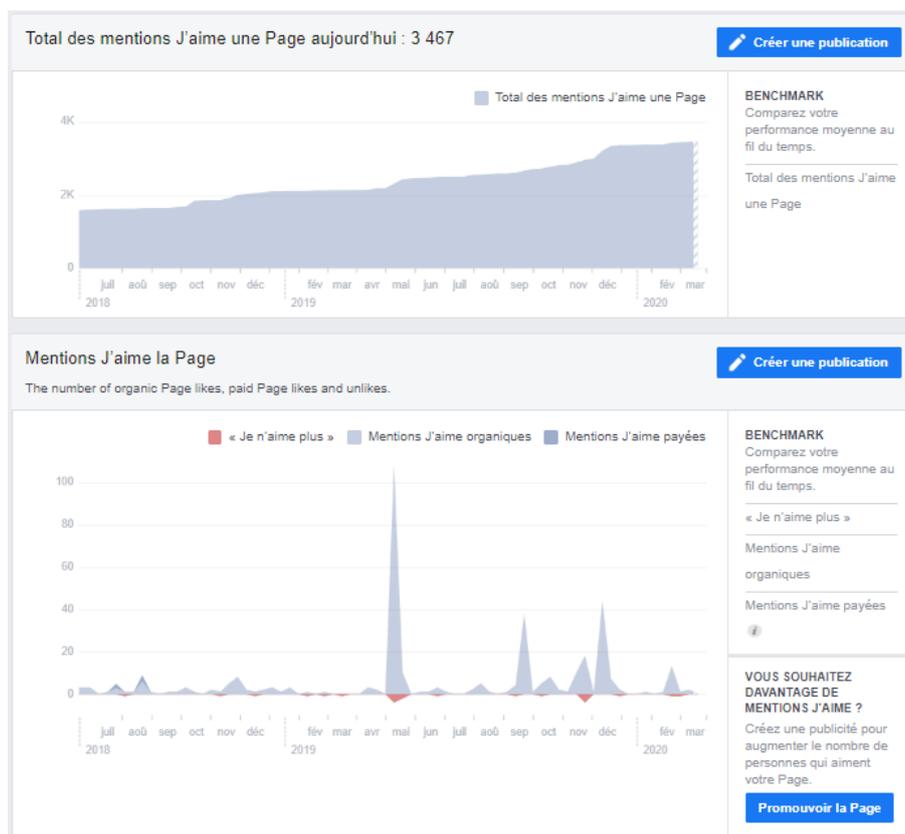
Sur votre page, il existe différentes fonctionnalités que je vous invite à découvrir. Je vous propose d'en passer quelques-unes en revue pour leur intérêt dans le cadre de votre gestion quotidienne.

Les statistiques

Une des plus intéressante et importante reste l'onglet statistiques. Il vous permettra notamment de mieux définir votre audience ainsi que d'analyser la portée et l'engagement de vos publications.

Cette section vous renseignera sur, entre autre :

- le nombre d'abonnés et leur évolution au cours du temps ;



Exemple d'évolution du nombre de followers au cours du temps.

- la couverture de vos publications ;

Toutes les publications [Créer une publication](#)

Couverture : Organique / Payée | Clics sur la publication | Réactions, commentaires et partages

Publié le	Publication	Genre	Ciblage	Couverture	Interactions	Promouvoir
11/03/2020 16:21	L'Atelier du Fer			835	18 3	Boostez la publication
06/03/2020 13:51	Un peu de féerie dans votre jardin???			1,8K	185 0	Boostez la publication
03/03/2020 14:20	Lutin Musicien			543	2 0	Boostez la publication
03/03/2020 14:03	Lutin Musicien			886	13 0	Boostez la publication
28/02/2020 16:01	Quel agenda cette année.			1,8K	63 0	Boostez la publication
25/02/2020 17:15	Aujourd'hui on a travaillé les lanternes			2,2K	208 0	Boostez la publication
20/02/2020 14:54	Envie de réchauffer			2,9K	449 0	Boostez la publication
16/02/2020 12:17	Quand nos créations deviennent VOS			1,1K	21 0	Boostez la publication
12/02/2020 09:22	Happy Valentine!			7,6K	868 0	Afficher la promotion
07/02/2020 10:55	New collection			11K	666 1	Boostez la publication

Exemple de vue d'ensemble des statistiques des publications.

Infos sur la publication

L'Atelier du Fer
Publié par Caroline Duchêne (7) · 7 février ·

❤❤❤❤ New collection ❤❤❤❤
Je vous reçois en boutique ce week end :
❤ Ce jour de 13h30 à 19h... [Afficher la suite](#)

Décoration d'intérieur [Envoyer un message](#)

✔ Plus de J'aime, de commentaires et de partages
En boostant cette publication, vous la montrerez à plus de monde.

11 043 Personnes touchées **667** Interactions [Boostez la publication](#)

❤❤❤❤ 35 2 commentaires 15 partages

[J'aime](#) [Commenter](#) [Partager](#)

Performances de votre publication

11 043 Personnes touchées

52 Réactions, commentaires et partages

46 J'aime	29 Sur la publication	17 Sur les partages
13 J'adore	6 Sur la publication	7 Sur les partages
2 Commentaires	2 Sur la publication	0 Sur les partages
15 Partages	15 Sur la publication	0 Sur les partages

666 Clics sur la publication

394 Affichages de photos	0 Clics sur un lien	272 Autres clics
--------------------------	---------------------	------------------

COMMENTAIRES NÉGATIFS

1 Masquer la publication 0 Masquer toutes les publications

0 Signaler comme indésirable 0 Je n'aime plus la Page

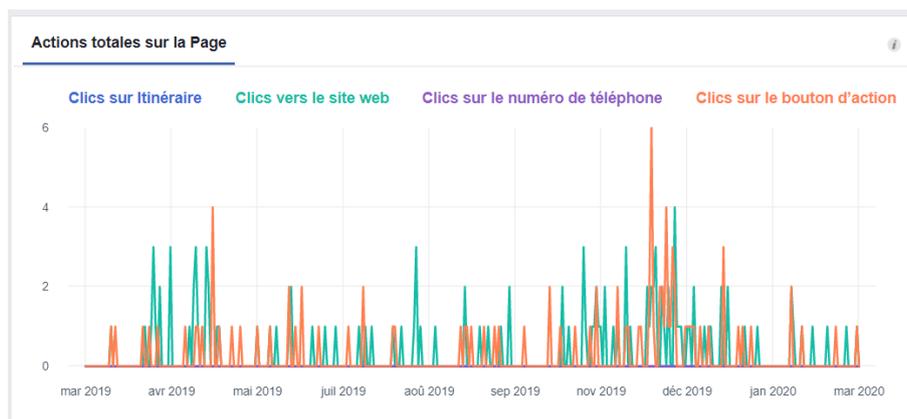
Les statistiques rapportées peuvent présenter un décalage par rapport à ce qui est affiché sur les publications

Exemple d'informations statistiques fournies pour une publication donnée.



Exemple de couverture des publications au cours du temps.

- les différentes actions que les fans auront eu sur votre page ;



Exemple de statistique des actions des followers sur la page au cours du temps.

- Elle vous permettra également de connaître la provenance de vos fans par exemple comme illustré précédemment ;
- Et bien d'autres, ...

Cette section est vaste et peut vous permettre de mieux comprendre qui sont les visiteurs de votre page. Elle est accessible à partir de 100 fans.

Communiquer

Les internautes disposent de plusieurs manières de communiquer et entrer en contact avec vous au travers de votre page.

Tout d'abord, les internautes peuvent laisser des commentaires sous vos publications, vous pourrez alors leur répondre et interagir avec eux.

Ils pourront également entrer en contact avec vous via Messenger et votre boîte de réception. Jamais, au départ de votre page, vous ne pourrez entrer en contact avec une personne qui ne vous a pas sollicité d'une manière ou d'une autre en premier lieu.

Pour autre exemple, ils pourront cliquer sur les boutons que vous aurez préprogrammés et directement vous envoyer un mail, être redirigés vers votre site web ou encore vous appelez.



Exemple de bouton « call to action » à paramétrer selon vos objectifs.

Enfin, ils pourront laisser des avis sur votre service - il ne faut pas hésiter à demander à ce qu'ils le fassent d'ailleurs. Ces avis sont à choyer car ils constituent une référence pour les autres internautes et peuvent influencer (positivement ou négativement) leur décision d'achat.



Exemple d'avis qui peuvent avoir un impact sur les ventes futures.

Outils de publication

Afin de gérer au mieux votre temps et vos publications, il est possible de les préprogrammer ou antidater via l'onglet Outils de publication. Cela vous permet d'être plus flexible dans la gestion de votre page et rend la chose moins chronophage. Vous pourrez y gérer vos brouillons, et pourquoi pas préprogrammer vos publications pour les 2/3 semaines à venir. D'autres fonctionnalités sont également disponibles comme la gestion d'une vidéothèque.



N'hésitez pas à programmer vos publications afin de gagner du temps.

Promotions et publicités

Il est évidemment possible de booster vos publications via des publicités payantes.

Dans un premier temps, je vous invite à utiliser les boosts proposés sous chaque publication ou événement, afin de vous familiariser avec l'outil de promotion, ses fonctionnalités et paramètres, et investir à petits budgets.

Que promouvoir?

- Promouvoir le fait que vous existez par exemple afin d'obtenir plus de fans.
- Promouvoir un événement afin d'obtenir plus de participants.
- Mettre en avant une histoire/un univers autour d'un produit ou service pour augmenter vos ventes.
- Ou simplement faire de la promotion sur une publication qui a déjà bien fonctionné au sein de votre réseau, elle aura d'autant plus d'impact sur de nouveaux prospects.

L'objectif étant de sortir de votre réseau premier et de votre cercle de relations et donc de toucher plus de monde.

Modifiez l'audience

Genre

Tous Hommes Femmes

Âge

30 - 65+

Lieux

Belgique

- Arlon, Wallonia + 18 mi
- Ciney, Wallonia + 10 mi
- Libin, Wallonia + 14 mi

Ajoutez des lieux

La taille de votre audience est définie. Beau travail !

Taille d'audience potentielle: 55 000 personnes

Restreinte Trop large

Annuler Enregistrer

Paramétrage simple de l'audience

Dans le cadre des promotions, il faut porter attention au budget dit "en continu" qui vous est proposé dans le cadre des publicités automatisées, où vous pouvez allouer un certain montant de dépenses chaque jour. En effet, vous risquez d'oublier d'arrêter le budget en continu et de vous retrouver avec une facture élevée en fin de mois.

Il sera intéressant, après vous être familiarisé avec l'outil de promotions « simples », de découvrir l'ads manager et de créer des « campagnes ». Ces campagnes de communication vous permettront d'encore mieux cibler votre audience en fonction de divers paramètres et de répondre plus précisément aux objectifs de votre entreprise.

Concours ?

Tolérés par Facebook, faut-il pour autant faire des concours ? De nouveau, nous parlerons d'objectif.

Quel est votre objectif en faisant un concours?

- Faire plaisir à vos clients ?
- Obtenir plus de likes ?
- Faire connaître un événement ?
- Faire connaître un produit en particulier que vous allez faire gagner ?
- ...

Quels résultats attendez-vous d'un point de vue commercial de cette démarche ?

.....

.....

Mon objectif personnel dans le cadre d'un concours : faire la promotion de mes portes ouvertes afin d'y drainer un maximum de participants, de clients potentiels.

Attention, la participation et l'effort que doit fournir l'internaute ne doivent pas être démesurés par rapport à ce qui est mis en jeu, à ce qu'il va gagner. En effet, cela risquerait fortement de le décourager et qu'il n'y ait au final que peu de participation à votre concours.

Dans tous les cas, si vous construisez bien vos concours, c'est un excellent moyen de diffuser rapidement une information au travers de partages et identifications directes.

Signalons que la simple course aux likes n'est pas spécialement vertueuse pour votre entreprise. Il vaut mieux avoir un peu moins de fans dits « qualifiés », qui s'intéressent réellement à ce que votre entreprise fait et ce que vous proposez, que d'avoir beaucoup de fans dits « non qualifiés » qui au final s'intéressent peu à votre activité et qui vous ont juste rejoint par effet d'opportunité.

Les concours sont donc à utiliser avec parcimonie si vous choisissez cette voie.

Infos sur la publication

L'Atelier du Fer
Publié par Caroline Duchêne [?] · 2 décembre 2019 · 🌐

👉👉👉 Vous le demandiez ! Le voici à nouveau disponible en boutique !!!
👉👉👉

💎 **JEU - CONCOURS** 💎

À quelques jours de notre jardin ouvert à l'occasion des fêtes de fin d'année, nous vous offrons la possibilité de faire plaisir ou de vous faire plaisir avec ce Ecoute ton ❤️, d'une valeur de 55€ ! 🎉 **BONHEUR !**

Pour participer, rien de plus simple :

- ✓ Likez notre page L'Atelier du Fer
- ✓ Partagez ce concours en mode public.
- ✓ Identifiez !!! en commentaire à cette publication !!! 3 personnes qui pourraient aimer cette jolie phrase ou toute autre réalisation de notre Atelier !

Vous avez jusqu'au vendredi 13 Décembre 2019 à 23h59 pour participer, le gagnant ou la gagnante sera tiré(e) au sort le 14 Décembre au matin, premier jour de nos portes ouvertes qui se dérouleront les 14 et 15 décembre prochains de 10h à 18h ❤️ Soyez les bienvenus 🎉 !

Retrouvez-nous sur www.latelierdufer.be

🍀 Bonne chance à toutes et tous

*Non échangeable
** Ce concours n'est ni géré ni parrainé par Facebook.

Performances de votre publication

32 701 Personnes touchées

1 290 Réactions, commentaires et partages 📊

457 👍 J'aime	341 Sur la publication	116 Sur les partages
34 ❤️ J'adore	23 Sur la publication	11 Sur les partages
1 😂 Haha	1 Sur la publication	0 Sur les partages
4 😲 Wouah	4 Sur la publication	0 Sur les partages
503 Commentaires	503 Sur la publication	0 Sur les partages
418 Partages	418 Sur la publication	0 Sur les partages

2 132 Clics sur la publication

768 Affichages de photos	25 Clics sur un lien 📄	1 339 Autres clics 📄
------------------------------------	----------------------------------	--------------------------------

COMMENTAIRES NÉGATIFS

5 Masquer la publication	0 Masquer toutes les publications
0 Signaler comme indésirable	0 Je n'aime plus la Page

Les statistiques rapportées peuvent présenter un décalage par rapport à ce qui est affiché sur les publications

Exemple de performance d'une publication de type concours sans promotion

Les bons réflexes

Afin de clôturer ce billet, quels sont les bons réflexes à avoir pour bien lancer son entreprise sur Facebook ou redynamiser une page existante ?

Je vous invite à :

- inviter vos amis et toute personne qui a interagi avec vos publications ;
- raconter des histoires, partager vos expériences avec votre audience, créer votre univers et éviter la vente pure et simple ;
- investir et booster vos publications à petits budgets dans un premier temps pour ensuite, si vous le souhaitez, passer vers des campagnes via l'ads manager ;
- lier un compte Instagram à votre compte Facebook afin de multiplier les canaux de communication sans effort supplémentaire ;
- enfin, explorer et exploiter l'outil Facebook, passer du temps dessus pour vous familiariser avec celui-ci et vous l'approprier.

Plus vous aurez de fans,

- Plus il y aura d'interactions sur votre page, tels que avis, partages, commentaires, likes, ... et plus cela sera motivant de partager et échanger avec vos followers ;
- Plus votre visibilité et votre notoriété augmenteront ;
- Plus votre chiffre d'affaires grandira !

Il s'agit donc d'un cercle vertueux si l'on souhaite s'y investir...

**ET VOUS ? VOUS ÊTES PRÊT À ACCÉLÉRER LA
CROISSANCE ET LA NOTORIÉTÉ DE VOTRE ENTREPRISE ?**
