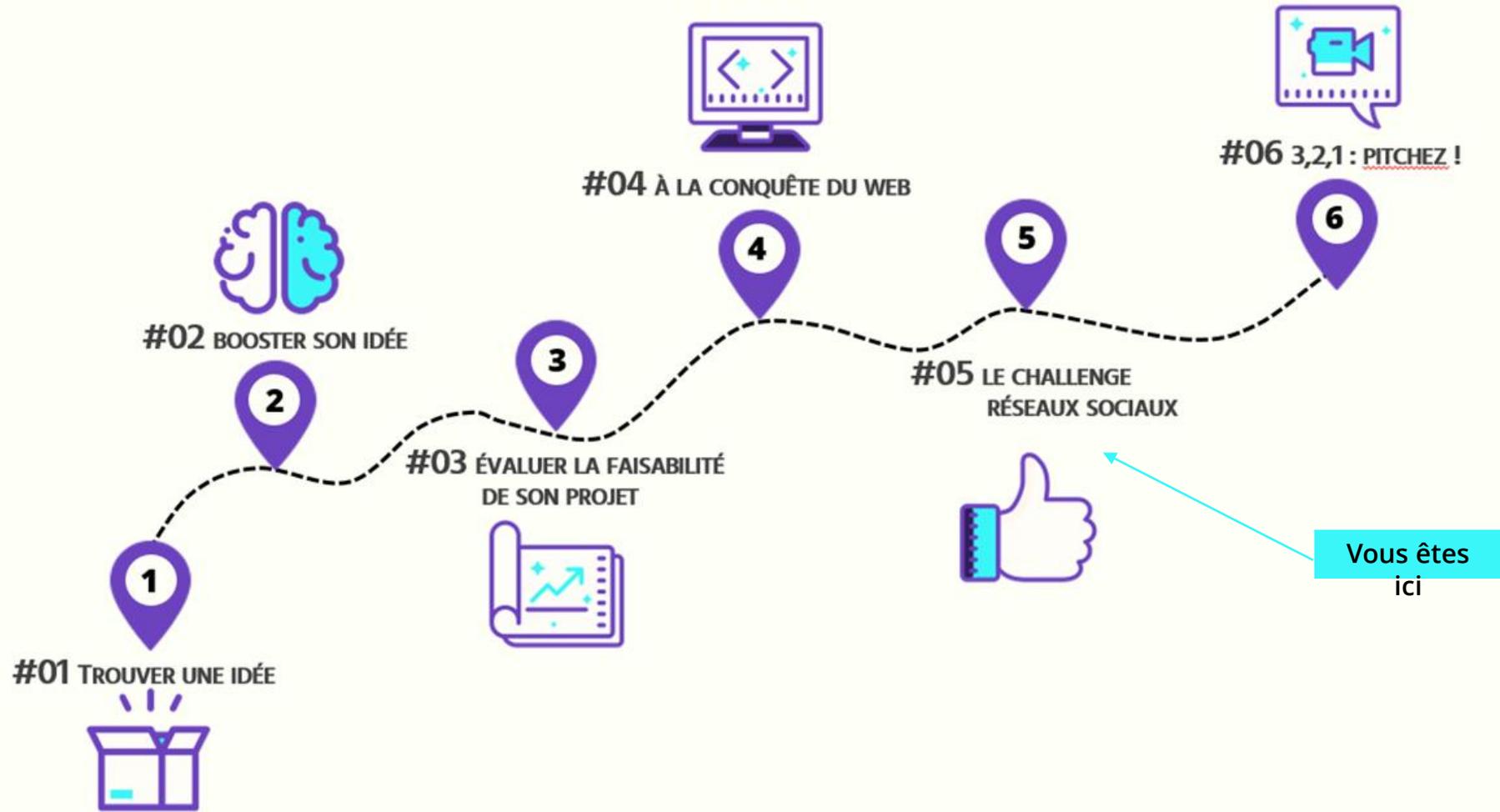


**#05**

**LE CHALLENGE RESEAUX  
SOCIAUX**

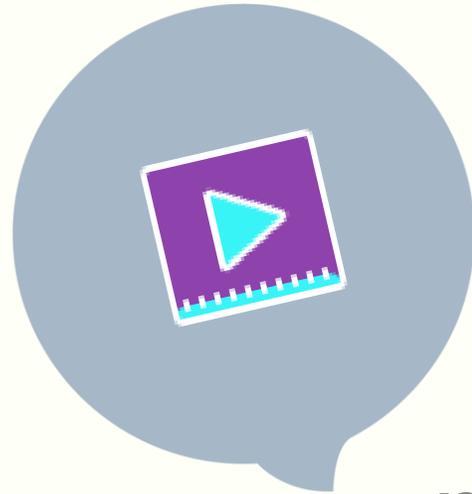
# Le parcours Busy &



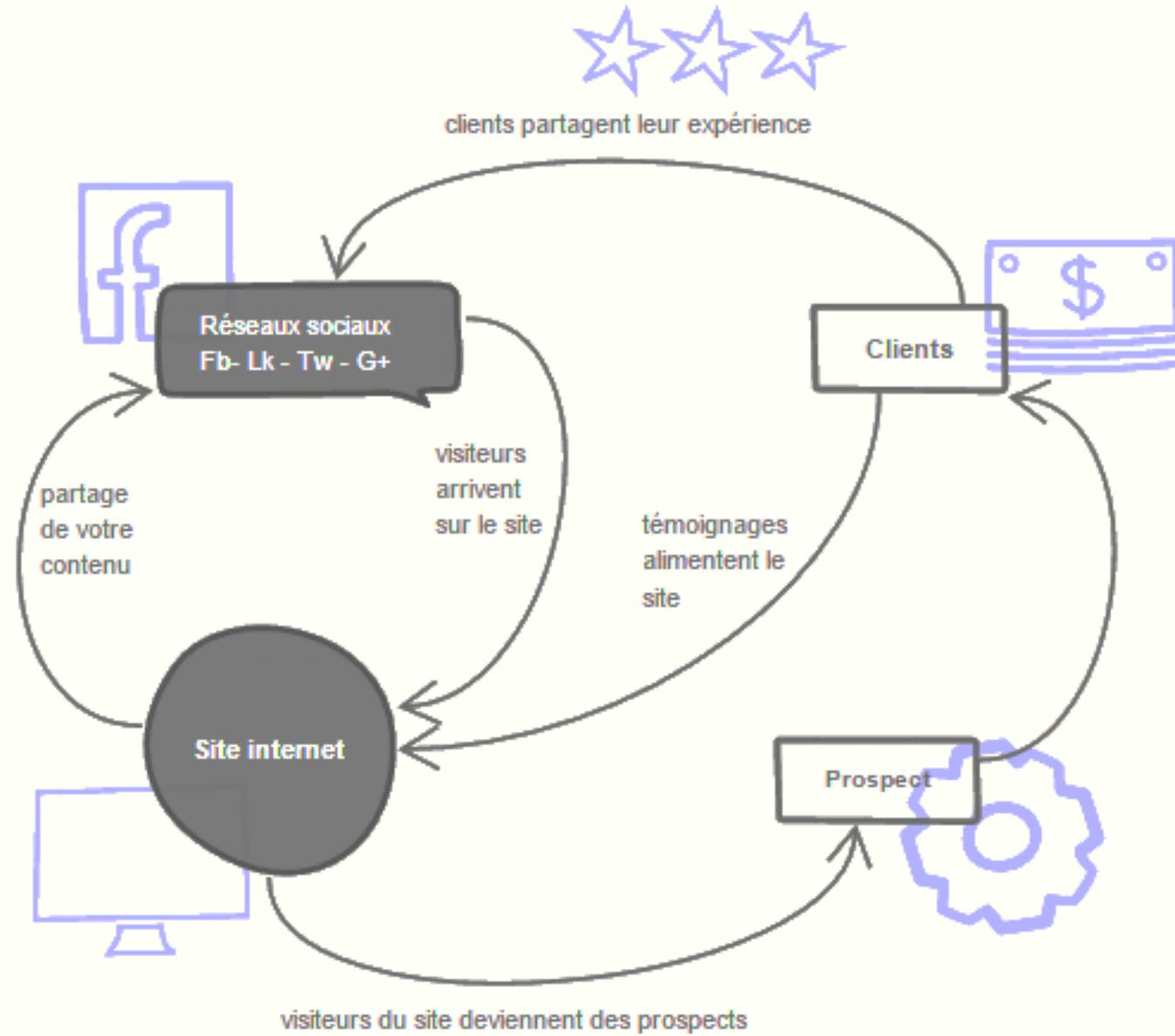


## SOMMAIRE

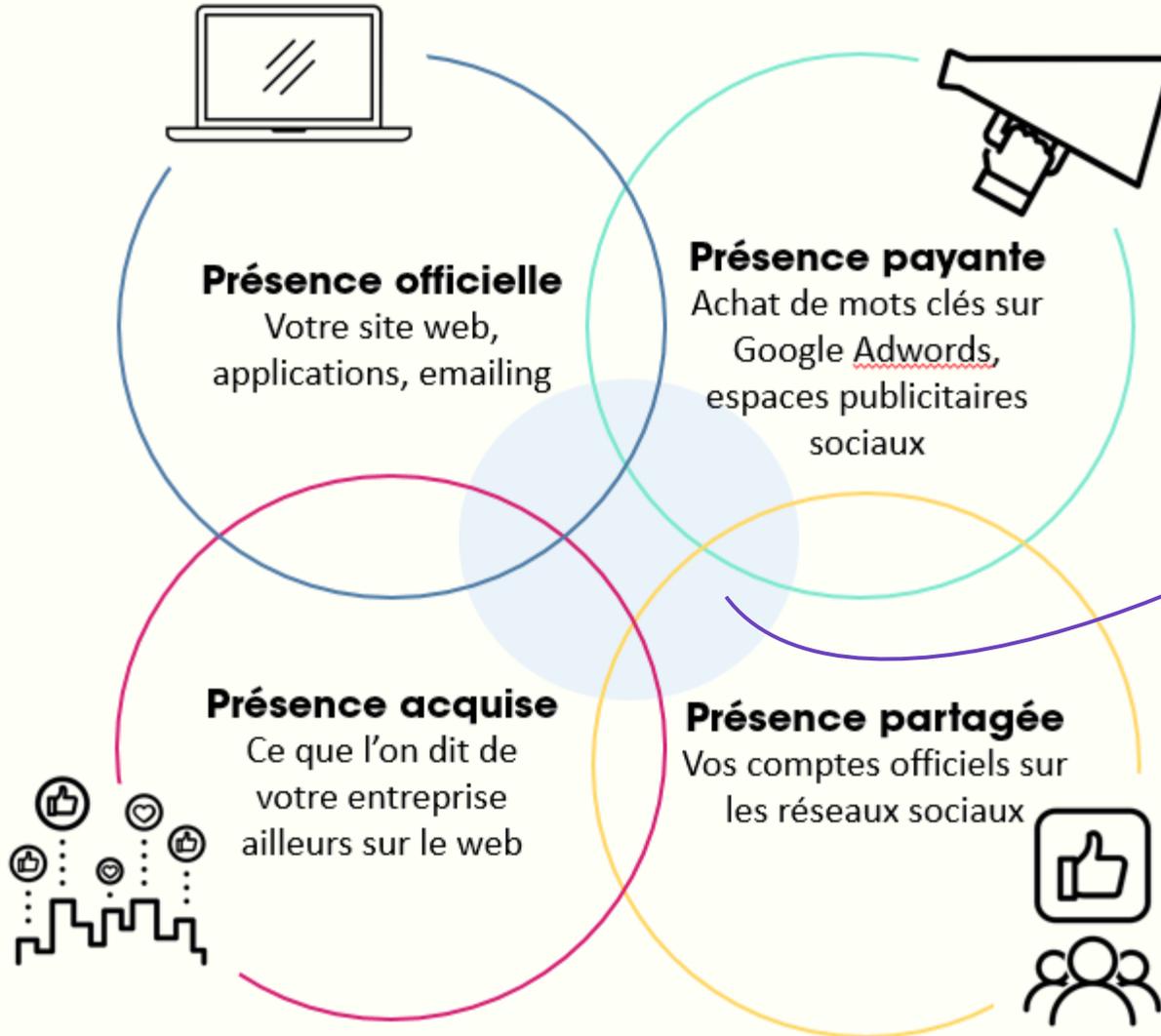
- Comment être présent sur le web ?
- La création d'une page Facebook
- A vous de jouer !



Comment être  
présent sur le web ?



# Les 4 cercles de votre présence sur le web



## Au milieu ? le contenu.

Il doit y avoir une cohérence entre tous les contenus publiés (sur les réseaux sociaux, sur le site, en publicitaire, sur le web en général).

# Ma stratégie digitale sur les réseaux sociaux

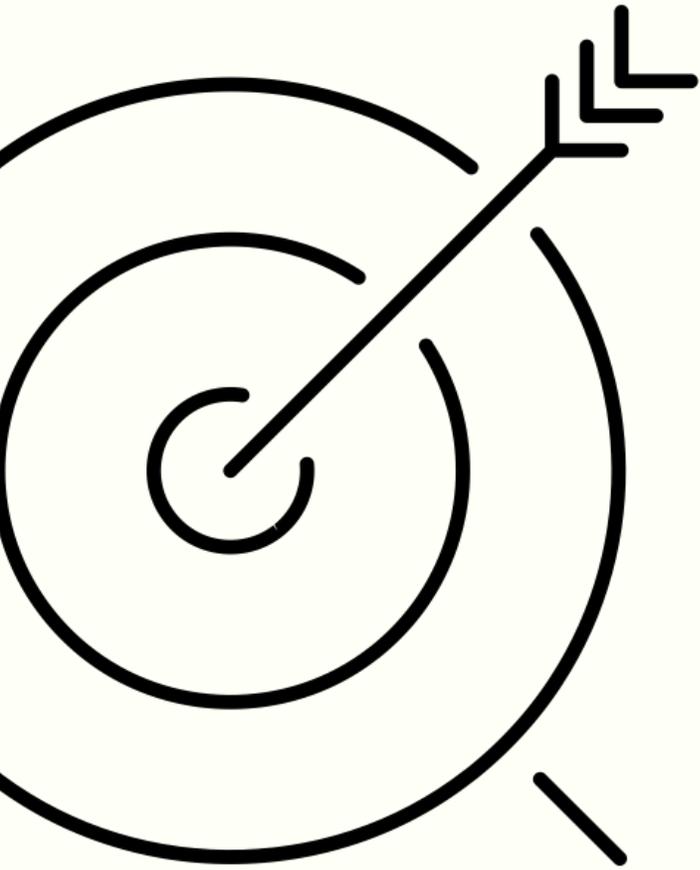


Connaître ma cible

Définir mes objectifs

Choisir mes actions

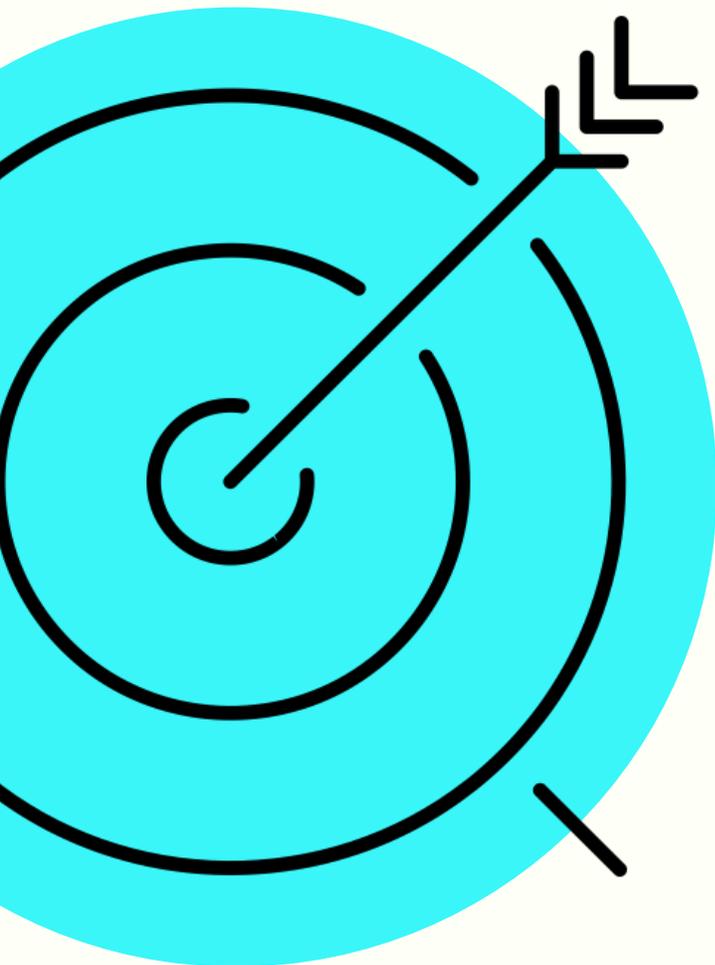
# Définir ses objectifs sur les



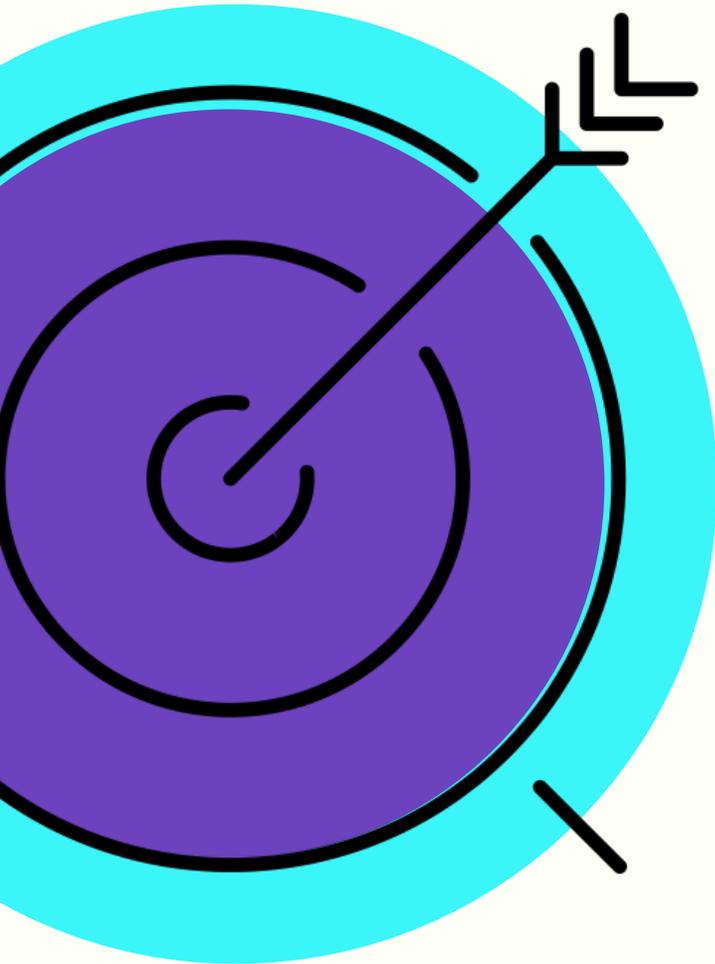
# Définir ses objectifs sur les

## NOTORIÉTÉ

être plus présent sur le fil d'actualité et acquérir plus de fans, faire grandir sa communauté



# Définir ses objectifs sur les



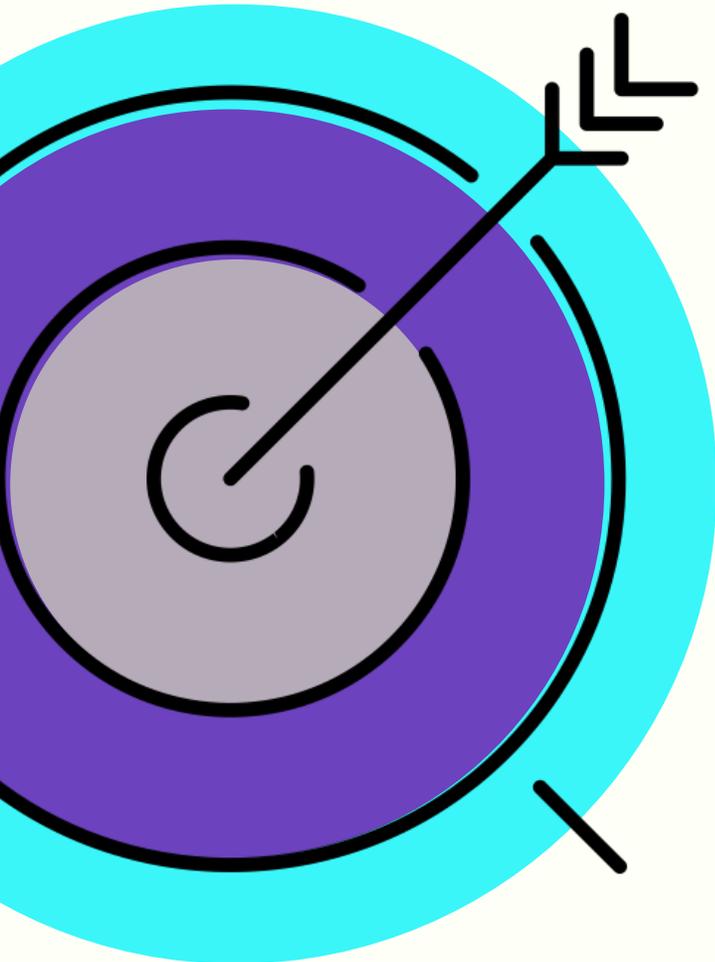
## NOTORIÉTÉ

être plus présent sur le fil d'actualité et acquérir plus de fans, faire grandir sa communauté

## INTERACTIONS

Accroître les engagements des utilisateurs avec vos publications (réactions, commentaires, partages...)

# Définir ses objectifs sur les



## NOTORIÉTÉ

être plus présent sur le fil d'actualité et acquérir plus de fans, faire grandir sa communauté

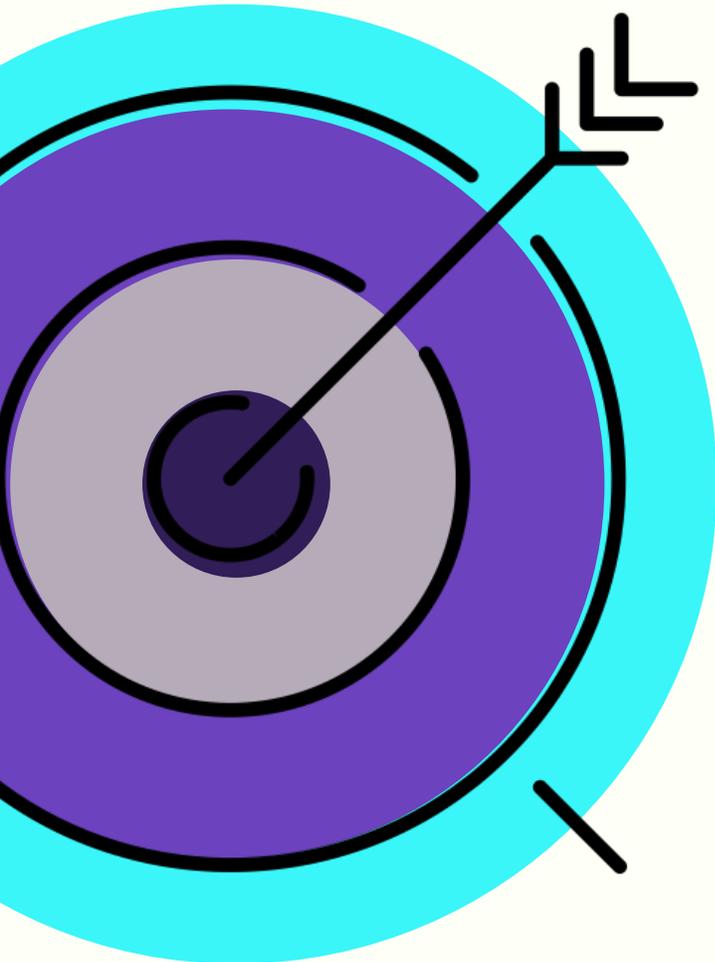
## INTERACTIONS

Accroître les engagements des utilisateurs avec vos publications (réactions, commentaires, partages...)

## TRAFIC

Générer des visites sur votre site web, ou ailleurs (appli, messenger ...)

# Définir ses objectifs sur les



## NOTORIÉTÉ

être plus présent sur le fil d'actualité et acquérir plus de fans, faire grandir sa communauté

## INTERACTIONS

Accroître les engagements des utilisateurs avec vos publications (réactions, commentaires, partages...)

## TRAFIC

Générer des visites sur votre site web, ou ailleurs (appli, messenger ...)

## CONVERSIONS

Générer des actions précises sur votre site web (achat, contact, formulaire)

# Quel réseau social pour quel objectif



trafic

fidélisation

expertise

Toucher un public  
jeune

audience

viralité

Image de marque

visibilité

# Quel réseau social pour quel objectif



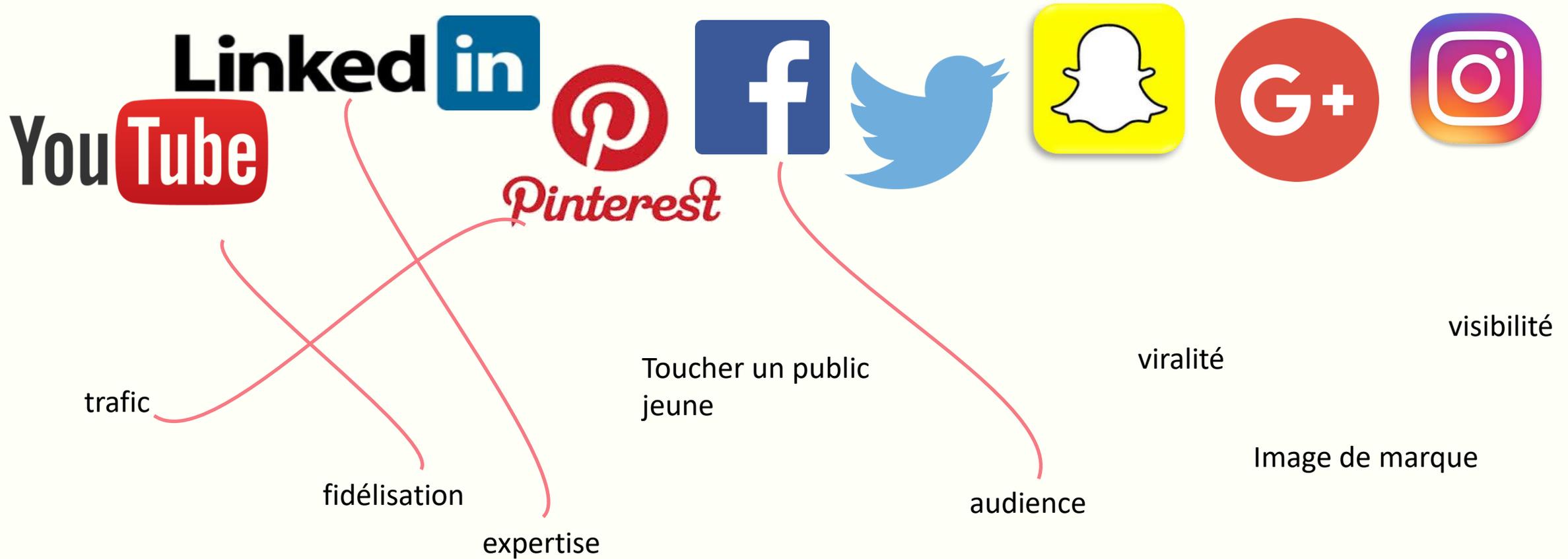
# Quel réseau social pour quel objectif



# Quel réseau social pour quel objectif



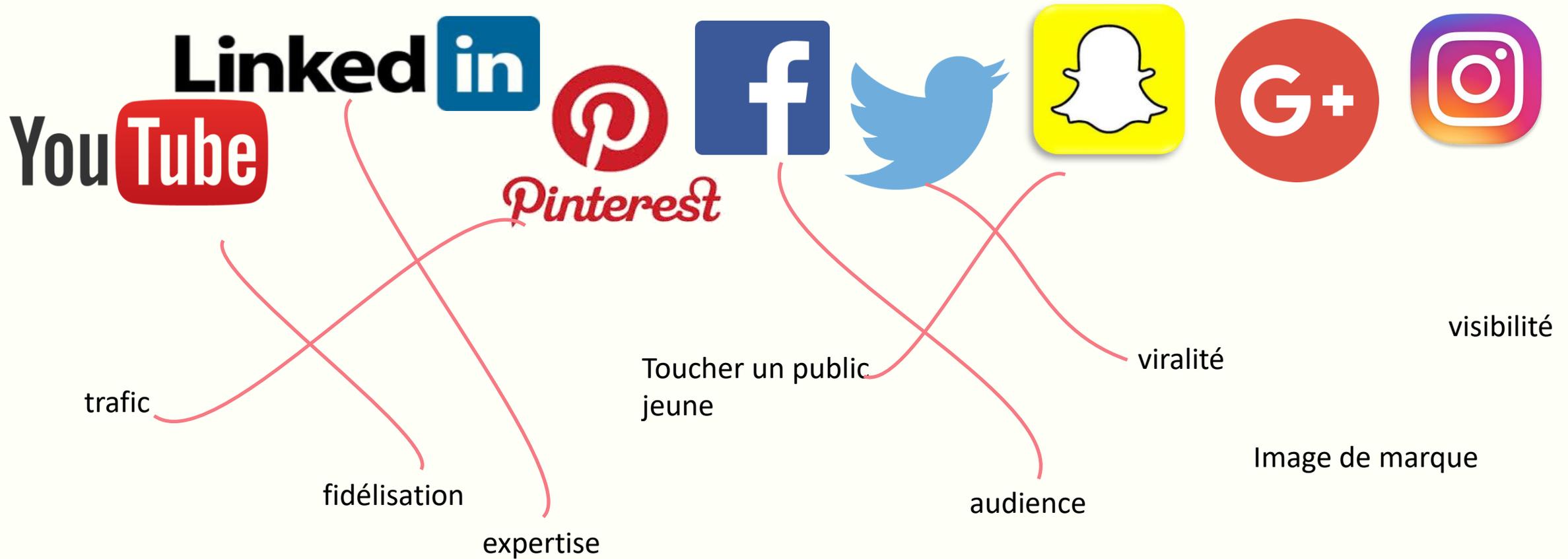
# Quel réseau social pour quel objectif



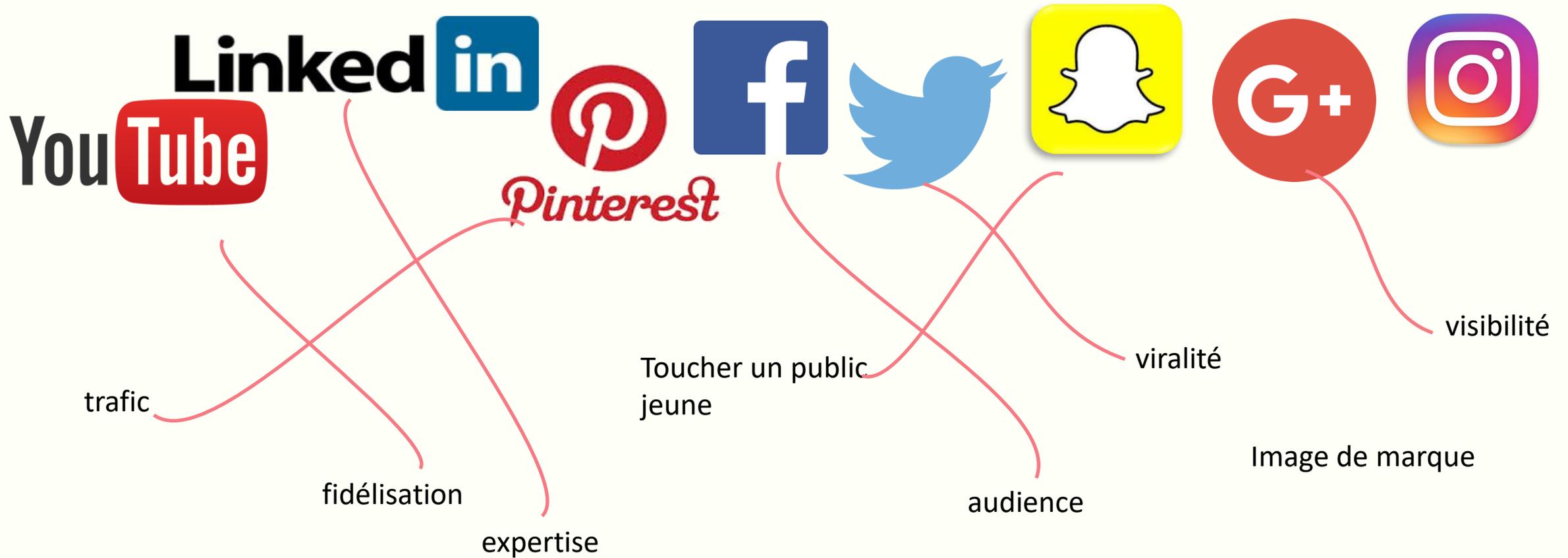
# Quel réseau social pour quel objectif



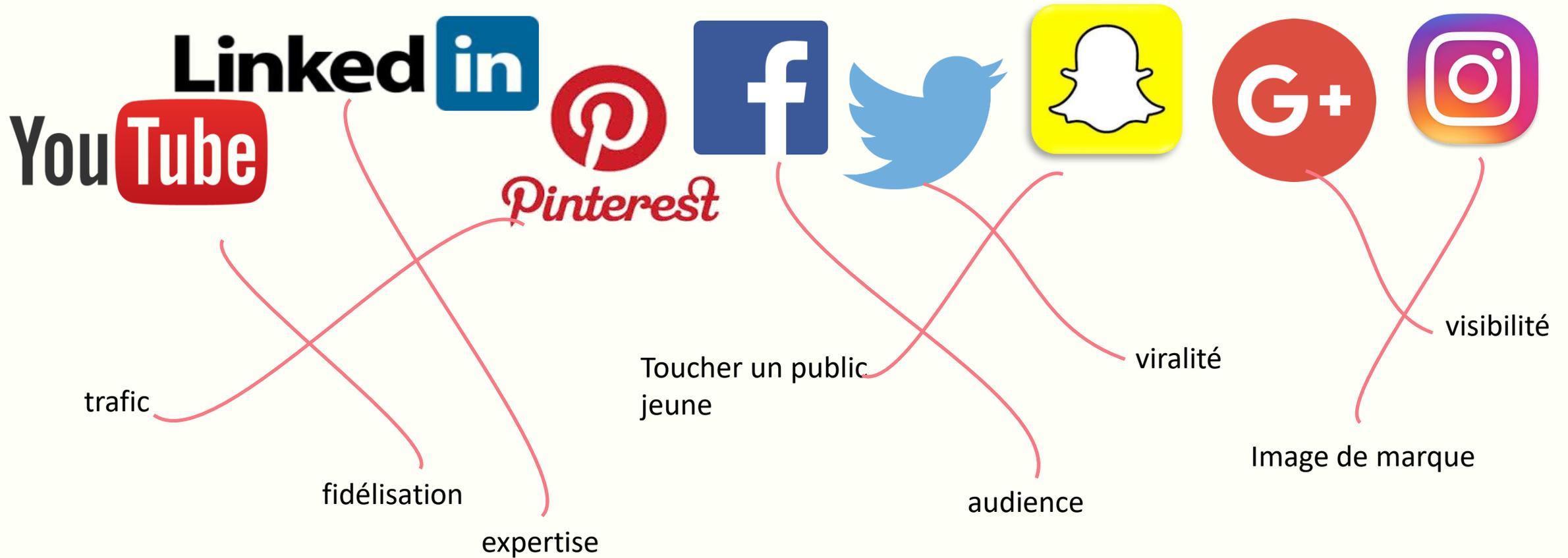
# Quel réseau social pour quel objectif

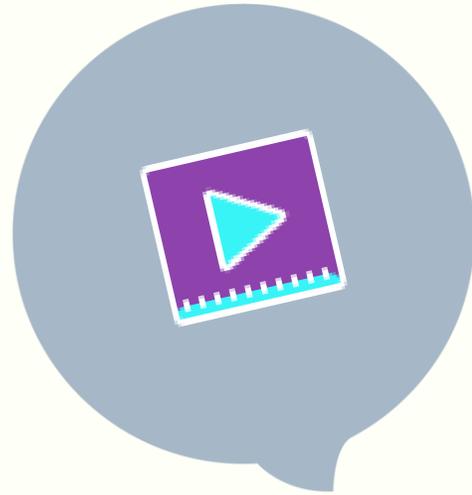


# Quel réseau social pour quel objectif



# Quel réseau social pour quel objectif





## La création d'une page Facebook

# Création d'une page Facebook



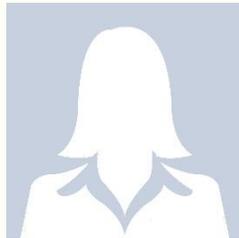
Être présent sur les réseaux sociaux en tant qu'entreprise, ce n'est pas se faire plaisir comme on le fait pour un profil perso (snapchat, insta..).

C'est mettre en œuvre une stratégie bien définie en fonction d'une cible. Or votre cible est sur Facebook.

# Profil vs page



- Sur Facebook, Profil et Page n'ont pas le même but ni les mêmes fonctionnalités.



Un **Profil** représente **une personne** et doit être créé sous **votre propre nom**.

Vous avez des **amis**.



Une **Page** représente une **entité** (comme une entreprise, un organisme ou un artiste).

Vous avez des **fans**.

**ATTENTION**, les profils sont strictement personnels. Si vous en détournez l'usage pour vous créer un profil de type « Prénom : agence / Nom : Y » pour apparaître en tant que « Agence Y », vous avez un VRAI risque de vous voir fermer votre compte.

# Créer une page



The screenshot shows the top navigation bar of the Facebook app with the user's name 'Sébastien' and various icons. A dropdown menu is open, listing several options. A red arrow points to the 'Créer une Page' option.

- Créer une Page
- Gérer la Page
- Créer un groupe
- Vos groupes
- Créer une collecte de fonds
- Créer des publicités
- Publicité sur Facebook
- Historique personnel 4
- Préférences du fil d'actualité
- Paramètres
- Déconnexion

The 'Créer une Page' screen displays two main options for creating a page. Each option includes an icon, a title, a brief description, and a 'Démarrer' button.

- Entreprise ou marque**  
Présentez vos produits et services, mettez votre marque en avant et touchez plus de clients sur Facebook.
- Figure locale ou publique**  
Connectez-vous et partagez avec les personnes de votre entreprise, de votre équipe, de votre groupe, de votre club ou tout simplement autour de vous.



# Créer une page



## Entreprise ou marque

Nom de la page

Chacha

Category

Service local

Address

Adresse

Ville, État

Code postal

Phone Number (Optional)

Numéro de téléphone (facultatif)

Don't show my address. Only show that this business is in the City, State region.

Quand vous créez une Page sur Facebook, Pages, Groups and Events Policies s'appliquent.

Continuer

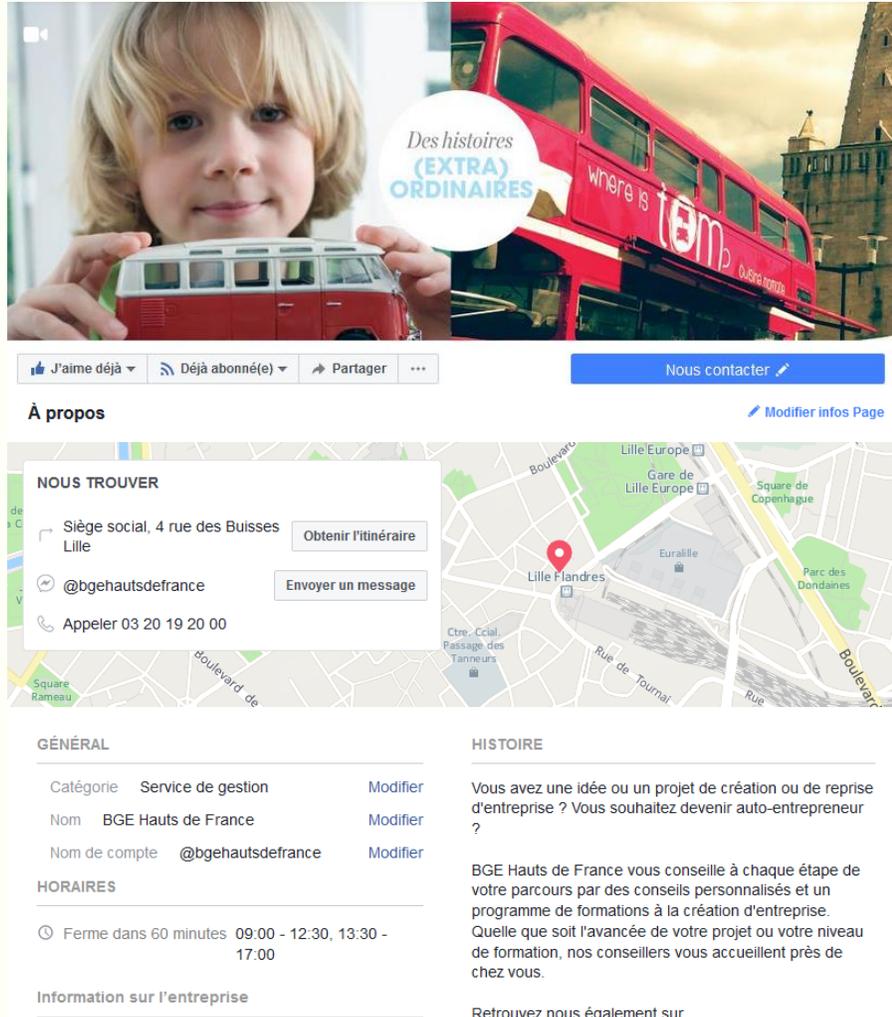
Vous devez choisir une catégorie et un nom de page.

**Catégorie** : entrez un mot (ou deux) qui décrit le mieux votre Page, puis choisissez une des catégories suggérées.

En fonction de la catégorie choisie, vous serez amené à remplir votre adresse.

Vous pouvez masquer l'adresse en cochant la case « don't show my adress »).

# Renseigner les informations



Des histoires (EXTRA) ORDINAIRES

J'aime déjà ▾ Déjà abonné(e) ▾ Partager ...

Nous contacter ✍

À propos [Modifier infos Page](#)

**NOUS TROUVER**

Siège social, 4 rue des Buisses  
Lille [Obtenir l'itinéraire](#)

@bgehautsdefrance [Envoyer un message](#)

Appeler 03 20 19 20 00

**GÉNÉRAL**

Catégorie Service de gestion [Modifier](#)

Nom BGE Hauts de France [Modifier](#)

Nom de compte @bgehautsdefrance [Modifier](#)

**HORAIRES**

🕒 Ferme dans 60 minutes 09:00 - 12:30, 13:30 - 17:00

**Information sur l'entreprise**

**HISTOIRE**

Vous avez une idée ou un projet de création ou de reprise d'entreprise ? Vous souhaitez devenir auto-entrepreneur ?

BGE Hauts de France vous conseille à chaque étape de votre parcours par des conseils personnalisés et un programme de formations à la création d'entreprise. Quelle que soit l'avancée de votre projet ou votre niveau de formation, nos conseillers vous accueillent près de chez vous.

Retrouvez nous également sur

Votre page Facebook est visible par tous :

- **visiteurs** : il faut donc donner une bonne image de votre entreprise, attirer, rassurer et informer.

- **moteurs de recherche** : utilisez des mots ou expressions clés cohérents avec la page qui aideront au référencement de la page.

Indiquez vos coordonnées (adresse, n° de téléphone ...), l'adresse de votre site internet et horaires d'ouverture de votre magasin.

C'est l'équivalent de la page «Qui sommes-nous?», environ 3 lignes.

## GÉNÉRAL

Catégorie	Service de gestion	Modifier
Nom	BGE Hauts de France	Modifier
Nom de compte	@bgehautsdefrance	Modifier

## HORAIRES

🕒 Ferme dans 60 minutes 09:00 - 12:30, 13:30 - 17:00

## Information sur l'entreprise

🔗 + Modifier les renseignements professionnels

📅 Fondation en 1979

🔗 Modifier les types d'entreprises

## COORDONNÉES SUPPLÉMENTAIRES

✉ contact@bge-hautsdefrance.fr

🌐 <http://www.bge-hautsdefrance.fr/>

🔗 Modifier Autres comptes

## PLUS D'INFORMATIONS

### 🔗 À propos

BGE vous aide à réussir votre création d'entreprise. Rassemblez avec nous les 4 facteurs-clés de succès pour votre création d'entreprise.

### 🔗 Informations générales

Nos antennes près de chez vous : Armentières, Arras, Beaurainville, Béthune, Caudry, Denain, Fourmies, Hazebrouck, Lambersart, Lens, Liévin, Lille, Maubeuge, Roubaix, Saint Omer, Sin le Noble, Somain, Touroing, Valenciennes, Villeneuve d'Ascq

### 🔗 Founding date

1979

### 🏆 Récompenses

Prix de l'Initiative 2013 pour le dispositif CitéLab, lors du Forum européen LIKE

### 🔗 Produits

Conseil pour la création d'entreprise, la reprise d'entreprise, devenir auto-entrepreneur

Test du projet en couveuse d'entreprise... [Afficher la suite](#)

## HISTOIRE

Vous avez une idée ou un projet de création ou de reprise d'entreprise ? Vous souhaitez devenir auto-entrepreneur ?

BGE Hauts de France vous conseille à chaque étape de votre parcours par des conseils personnalisés et un programme de formations à la création d'entreprise. Quelle que soit l'avancée de votre projet ou votre niveau de formation, nos conseillers vous accueillent près de chez vous.

Retrouvez nous également sur

> <https://twitter.com/bgehdfr>

> <https://www.linkedin.com/company/bge-hauts-de-france>

## MEMBRES DE L'ÉQUIPE

Ces personnes gèrent la Page BGE Hauts de France. Elles ont choisi de la faire apparaître sur leur profil, et d'avoir leur nom et photo de profil affichés sur la Page.

Vous ajouter en tant que membre de l'équipe

- Cette description sera mise en avant sur votre page donc n'hésitez pas à y ajouter un **lien vers votre site** et à utiliser les mots clés de votre activité.

## Changer l'URL de la page

- Personnaliser votre URL facilite la recherche et permet de :
- Promouvoir plus facilement votre Page Facebook.
- Optimiser votre référencement.
- Être mémorisé plus facilement.

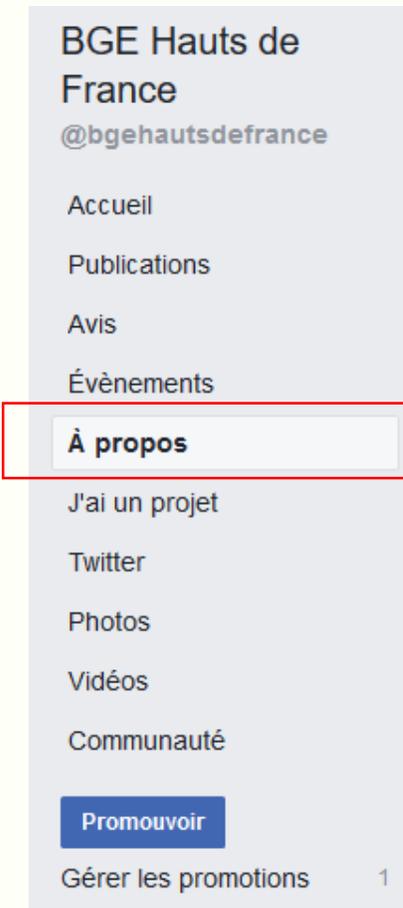
Exemple : [www.facebook.com/bgehautsdefrance](http://www.facebook.com/bgehautsdefrance)

Il est possible de changer le nom de la page tant qu'elle n'a pas dépassé les 200 fans.

# Changer l'URL de la page

[www.facebook.com/bgehautsdefrance](http://www.facebook.com/bgehautsdefrance)

## Comment ?



BGE Hauts de France  
@bgehautsdefrance

- Accueil
- Publications
- Avis
- Évènements
- À propos**
- J'ai un projet
- Twitter
- Photos
- Vidéos
- Communauté
- Promouvoir
- Gérer les promotions 1

- Pour personnaliser l'URL de votre page, vous devez **créer un nom d'utilisateur**. C'est ce nom qui apparaîtra dans l'URL.
- Allez dans « à propos ».



GÉNÉRAL

Catégorie	Service de gestion	Modifier
Nom	BGE Hauts de France	Modifier
Nom de compte	@bgehautsdefrance	Modifier

- Cliquez sur créer un nom de compte.

# Les visuels sur Facebook

- Il est possible de personnaliser sa page par des photos et images. Mais attention aux dimensions pour que les visuels ne soient pas redimensionnés par Facebook.
- Attention à la source de l'image. Elle doit être libre de droits
  - <https://stocksnap.io>
  - <http://gratisography.com>
  - <https://unsplash.com/>
  - Création de visuels sur [www.canva.com](http://www.canva.com)



# Paramétrage

Vous pouvez ajouter des appels à l'action : regarder la vidéo, acheter, nous contacter, etc.



The screenshot shows a Facebook post from 'KATE boutique' (@kateboutique62). The post features a video of a shop interior with wooden shelves displaying various products like plants, jars, and reed diffusers. A black arrow points from the text above to the 'Acheter' button in the video player. The video player interface includes standard social media interaction buttons: 'J'aime', 'S'abonner', 'Recommander', and 'Message'.

**KATE boutique**  
@kateboutique62

Accueil  
À propos  
Photos

J'aime S'abonner Recommander ...

Acheter Message

# Publier ou programmer ?

Avec une page entreprise, il est possible de **programmer** une publication.

The image shows a screenshot of the Facebook post creation interface for a business page. The main post creation area includes a text input field with the placeholder "Écrivez quelque chose...", a "Booster la publication" button, and a "Publier" button with a dropdown arrow. A dropdown menu is open from the "Publier" button, showing three options: "Programmer", "Antidater", and "Enregistrer le brouillon". To the right, a "Planifier la publication" dialog box is open, showing a "Calendrier de publication" section with a checked "Publication" option and a date/time selector set to "20/10/2017" at "12:14 UTC+02". Below that is a "Calendrier de diffusion" section with an unchecked "Arrêter la diffusion dans le fil d'actualité" option. At the bottom of the dialog are "Annuler" and "Programmer" buttons. Purple arrows point from the text above to the "Programmer" option in the dropdown menu and to the "Planifier la publication" dialog box.

Vous pouvez également modifier la date, ou la publier maintenant.

# Rédiger une publication de page

**1**  
**ACCROCHE**  
*Visible, explicite  
& simple*

**2**  
**CONTENU**  
*5 W  
what where  
when why who*

**3**  
**VISUEL**  
*Image, vidéo  
ou lien*



L'impertinente

18 h · 🌐

Dimanche, tu vas gâter ta maman grâce au poney club. Plus d'infos demain, même qu'on va lancer un concours pour gagner un goûter pour deux d'entre vous. Bisous. À demain 13h30.

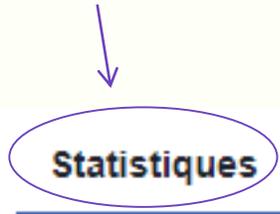
*accroche* ←  
*where* →  
*who* →  
*what* →  
*why* →  
*When* →



← *image*

! ?

# Les statistiques de votre page



Page Boîte de réception Notifications **1** **Statistiques** Outils de publication

toutes les publications

■ Portée : Organique/Payée ■ Clics sur la publication ■ Réactions, com

Publié le	Publication	Genre	Ciblage	Portée <i>i</i>	Interactions
24/04/2018 11:47	 Pose de la 1ère pierre de notre dispositif immobili			398 <span style="color: orange;">■</span>	40 7 <span style="color: blue;">■</span>
24/04/2018 08:00	 À Villeneuve-d'Ascq, fin de la formation à la création			479 <span style="color: orange;">■</span>	55 9 <span style="color: blue;">■</span>
23/04/2018 13:38	 Jeudi dernier à Maubeuge, 12 entrepreneurs passaien			1K <span style="color: orange;">■</span>	109 24 <span style="color: blue;">■</span>
20/04/2018 11:45	 Ce matin, les élèves de 1èr es Aménagement et Finitio			1,8K <span style="color: orange;">■</span>	577 36 <span style="color: blue;">■</span>

# Mentions « j'aime »

C'est le premier indicateur à suivre chaque semaine :  
**votre nombre de fans et son évolution dans le temps.**



# La portée des publications

La portée correspond au nombre d'utilisateurs qui ont été en contact avec votre page ou vos publications au cours de la période étudiée.

Plus cette portée est importante et plus vos publications sont visibles.



# L'engagement

L'engagement correspond au nombre d'utilisateurs qui ont soit cliqué « j'aime », soit commenté ou partagé vos publications

Plus cet engagement est important, et plus il y a d'opportunités que vos publications soient visibles par les « amis de vos fans ».



# Qui voit quoi sur Facebook ?

## LE « NEWSFEED ALGORITHM » DE FACEBOOK

Formule utilisée pour déterminer quelles publications apparaissent dans votre fil d'actualité, et dans quel ordre. C'est une grande formule mathématique composée de plus de 1000 facteurs. Son but = montrer un contenu pertinent et individualisé pour chaque utilisateur.

## LES 5 FACTEURS PRINCIPAUX



Intérêt, affinité  
pour la page /  
l'auteur

x



Performance de  
la publication  
(likes,  
commentaires,  
partages)

x



Performances  
passées de la  
page

x



Type de contenu  
(vidéo, gifs,  
image, texte,  
lien, partage ...)

x



Récence de  
la  
publication

# Comment faire pour être visible ?

Avoir une page Facebook, un profil Instagram (etc.) uniquement dans le but de valoriser ses produits et services, ce n'est pas suffisant.

Si vous voulez passer à l'étape supérieure, générer plus de visibilité, d'engagement de trafic et de conversion, il faut publier du **contenu orienté vers l'utilisateur**.

C'est ce que l'on appelle l'inbound marketing.

## La Règle du 70/20/10

- 70 % contenu à haute valeur ajoutée pour les cibles
- 20 % contenu conversationnel (dialogue, réponse aux commentaires, messages, j'aimes)
- 10 % contenu de type « moi Je »

# CONTENU À HAUTE VALEUR AJOUTÉE



**Laura Verheyde**

13 avril, 11:17 · 🌐

Vivre à Paris 🇫🇷 Tu l'as demandé, il est arrivé 🌻 Logement, mode de vie, budget : tout est abordé dans ce nouvel article 🌻  
<https://lauraverheyde.com/vivre-a-paris.html>



## DIALOGUE



**Jean Inn Nef** 3 thés/tisane à faire glacés ... ce sont lesquels par ex sur votre site ?

J'aime · Répondre · 36 sem



**Lune e-Thé** Bonjour Jean, nous proposons plusieurs thés et infusions adaptés à la préparation glacée. Ils sont à retrouver dans la rubrique thés glacés de notre tout nouveau site <https://www.luneethe.com/45-thes-glaces> Bonne soirée et à bientôt



Thés glacés

LUNEETHE.COM

J'aime · Répondre · 36 sem · Modifié



1

## CONTENU « MOI JE »



Activia

5 h · 🌐



Réveillez vos papilles avec ce mélange muesli, poire et Activia Nature.



# Comment répondre à un commentaire

D'abord, comprendre que cette réponse va être lu par tous les autres. L'image de votre page est en jeu.

Répondez publiquement et calmement, surtout sur Facebook. Montrez que vous prenez en compte le problème et remerciez l'internaute. Expliquez les raisons du problème et comment il va être réglé. Signez de votre prénom + nom + fonction.

→ Si vous êtes d'accord  
Reconnaissez vous torts ! S'excuser poliment et régler le problème. Vous transmettez ainsi une image positive à ceux qui lisent le commentaire.

→ Si vous n'êtes pas d'accord  
Dites-le mais de manière professionnelle et constructive. Faites court, et poursuivez la communication en privé par téléphone, ou par e-mail. Un client qui obtient satisfaction devient votre allié. Une touche d'humour peut aussi aider à désamorcer la situation.

Ingrid, veuillez nous excuser pour ce retard... je previens mes collègues de l'équipe de Lille et Lambersart de vous joindre au plus vite a ce sujet. Bonne journée , Louise

**Jose De Seixas** Ça sert a rien c'est perdre votre temps

J'aime · Répondre · Contacter · 1 sem



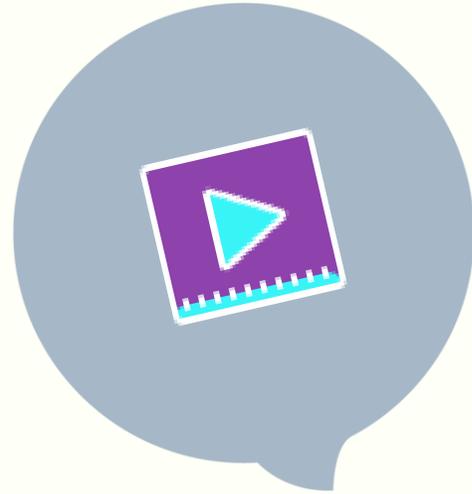
**BGE Hauts de France** Monsieur de Seixas, vous évoquez votre déception concernant nos services mais nous ne retrouvons pas votre nom dans notre base de données. Merci de nous contacter par mail ou sur Messenger pour évoquer plus en détails votre situation. Cordialement Louise Santune, Community Manager

J'aime · Répondre · Commenté par Louise Santune Bge [?] · 1 sem

# Les bons conseils de Busy et Ness



- Communiquer de façon professionnelle
- Interagir avec les gens
- Mesurer l'impact de vos actions



A vous de jouer !

# Consignes avant de vous lancer

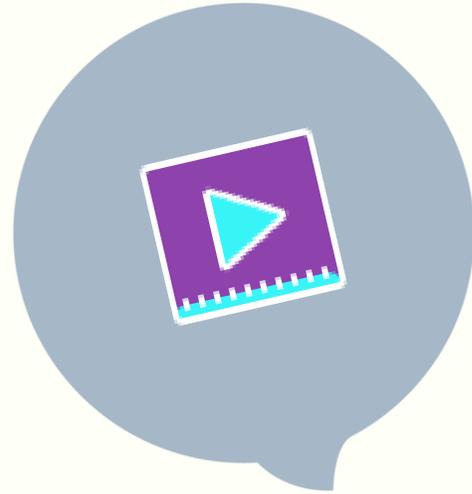
- Créez votre page en suivant les informations données
- Animez votre page durant les 30 jours qui viennent



Téléchargez et complétez le document d'analyse de votre page



**Vous disposez de 50 minutes !**



**BRAVO !**

**Vous avez terminé l'étape  
#05 – Le challenge  
réseaux sociaux**

**Durant cette séquence, vous avez pu acquérir de nouvelles compétences.**



Comprendre l'impact des réseaux sociaux dans un contexte professionnel



Utiliser Facebook en créant une page professionnelle Facebook



Connaitre les moyens d'animer une page



**A bientôt pour l'étape #06 3,2,1 Pitchez !**