



FICHE OUTIL : CREER UNE PAGE FACEBOOK PRO



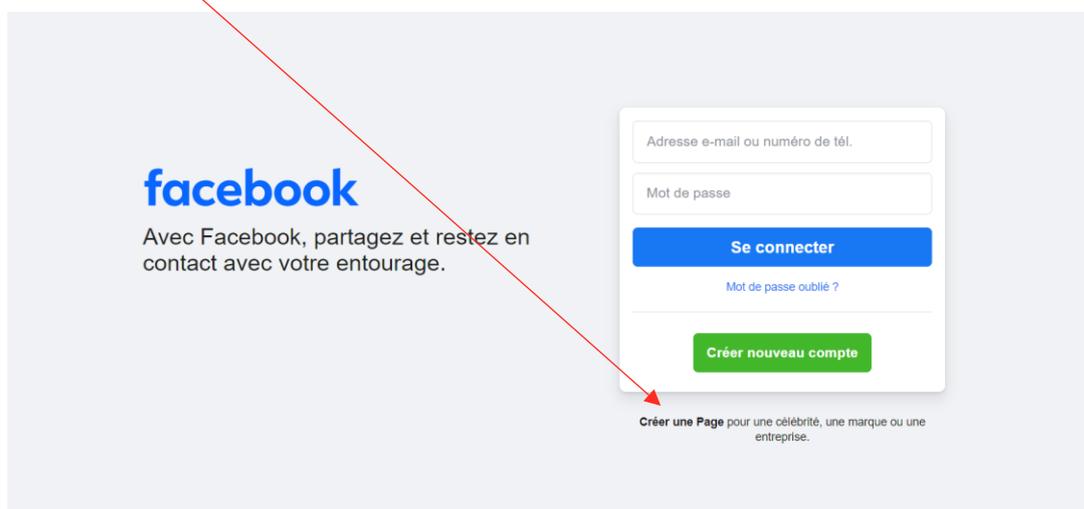
Avertissement : les réseaux sociaux peuvent être un moyen efficace de promouvoir la communication de votre entreprise. Mais ils peuvent aussi avoir de moins bonnes répercussions sur votre entreprise, et sur votre vie privée...



Alors un petit conseil : **Information maîtrisée** et **réfléchie** !!!

• Créer votre page

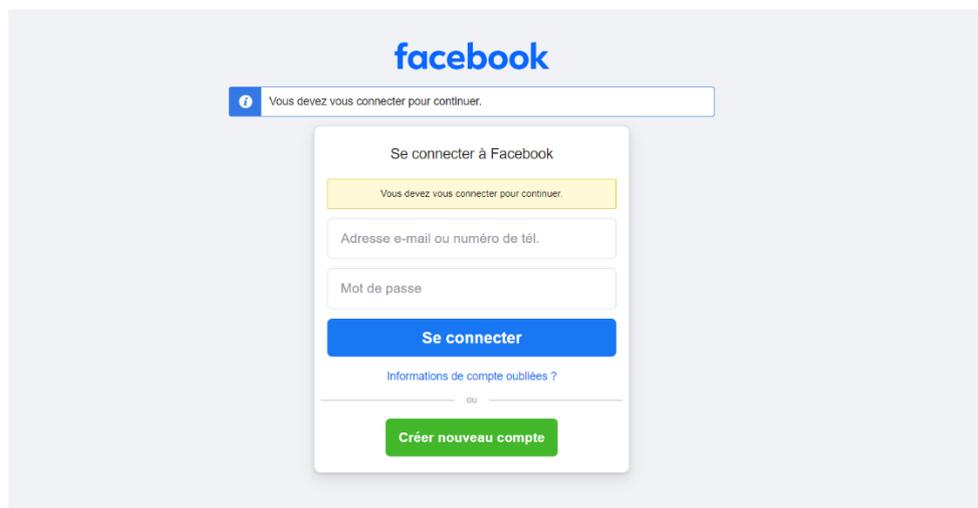
1. Tapez « Facebook » dans la barre de recherche Google.
2. Cliquez sur « Créer une page ».



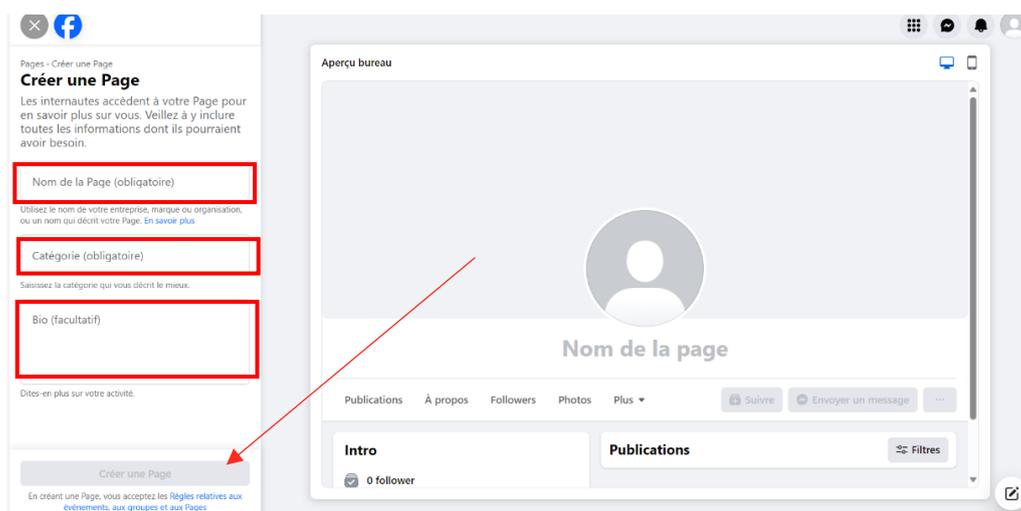
3. Choisir votre statut. Dans notre cas, on choisit donc le statut « Entreprise ou marque ».



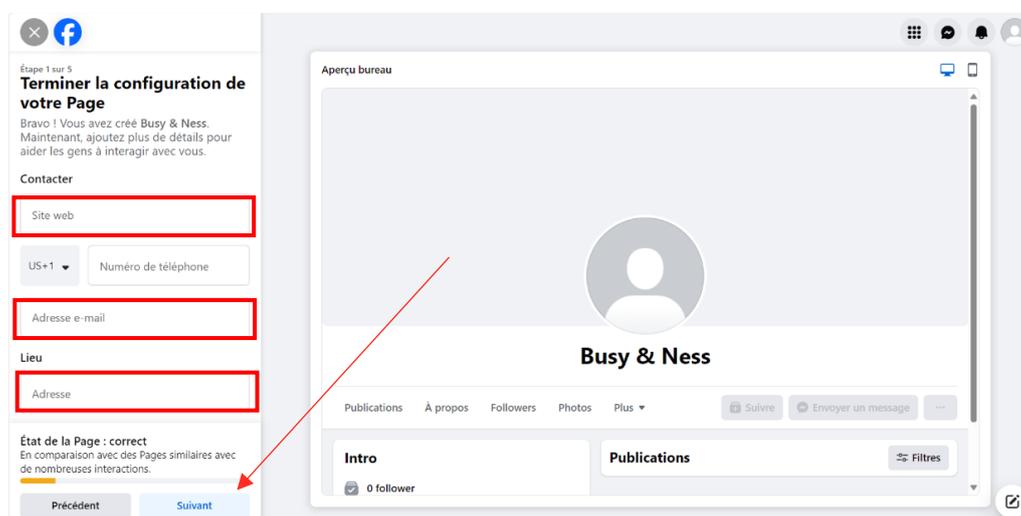
4. Inscrivez-vous ou connectez-vous sur Facebook



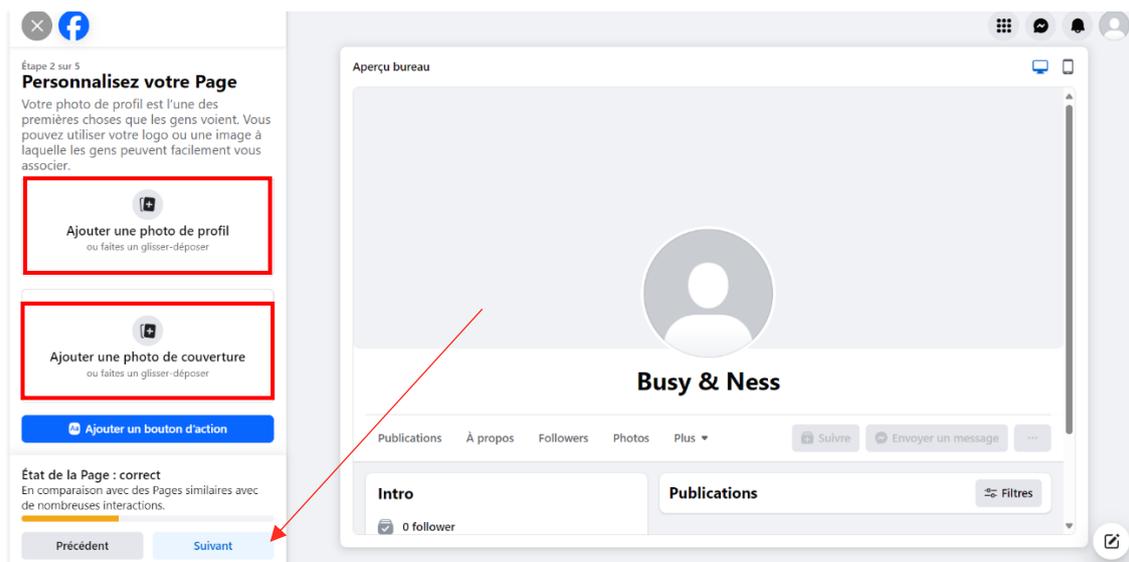
5. Remplissez les informations essentielles comme le nom de votre page, la catégorie qui décrit le mieux votre page (cela aide les gens à trouver votre page dans les recherches), et une bio. Cette dernière, limitée à 101 caractères, apparaîtra sous le nom de votre page. Utilisez des mots ou expressions clés cohérents avec la page qui aideront au référencement de la page.



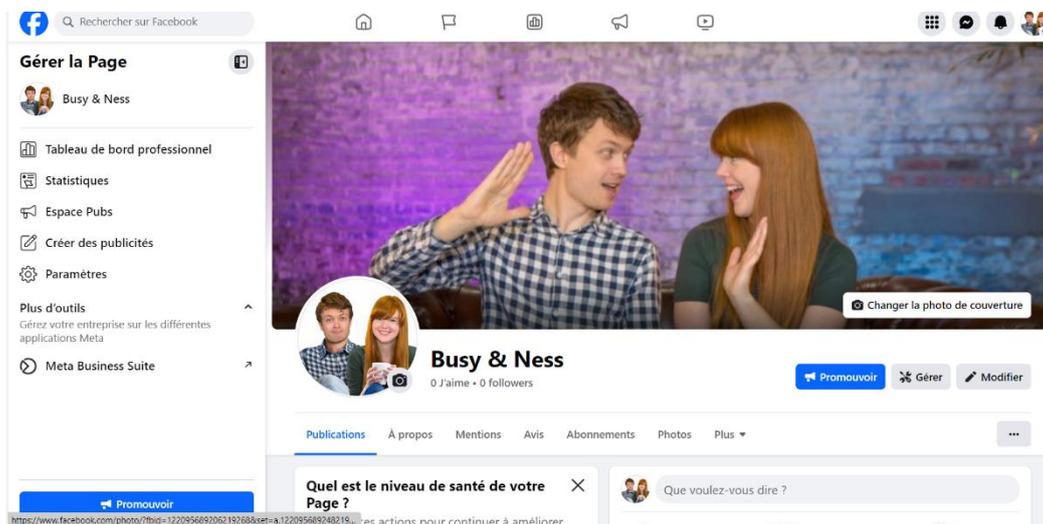
6. Complétez les informations de votre page si besoin



7. Importez une photo de profil qui représente votre page. Cela pourrait être le logo de votre entreprise ou un autre élément visuel pertinent. Ajoutez aussi une photo de couverture.



Félicitation ! Votre page Facebook pro est maintenant créée !



Votre page Facebook est dès à présent **visible par tous**.

Les objectifs de la page de couverture sont de :

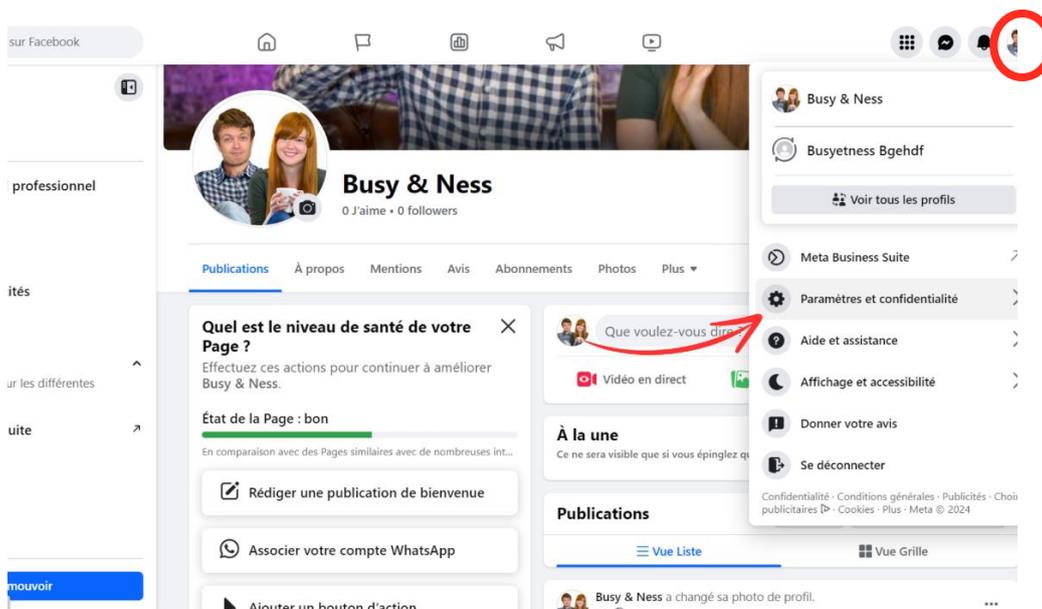
- Présenter les valeurs de l'entreprise, son histoire.
 - Afficher le slogan de l'entreprise
 - Annoncer un nouveau produit, une information importante (1 000 fans).
-
- **visiteurs** : il faut donc donner une bonne image de votre entreprise, attirer, rassurer et informer.
 - **moteurs de recherche** : utilisez des mots ou expressions clés cohérents avec la page qui aideront au référencement de la page.

- l'URL de la page

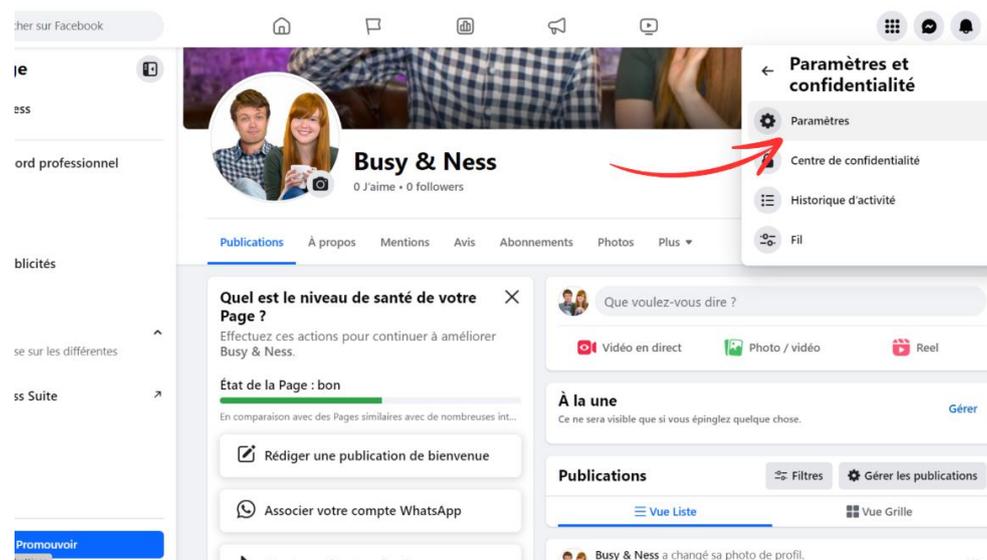
Personnaliser votre URL facilite la recherche et permet de :

- Promouvoir plus facilement votre Page Facebook.
- Optimiser votre référencement.
- Être mémorisé plus facilement.

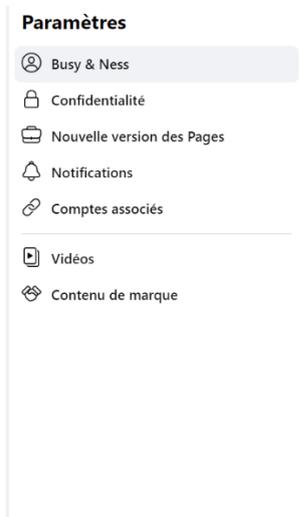
Cliquez sur l'icône située en haut à droite de votre Page Facebook professionnelle, puis sélectionnez « Paramètres et confidentialité ».



Dans le menu déroulant qui apparaît, sélectionnez l'option « Paramètres ».



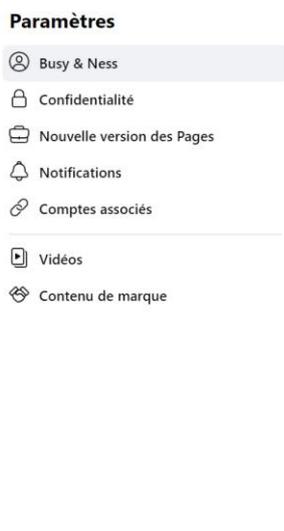
Pour personnaliser l'URL de votre page, vous devez créer un nom d'utilisateur. C'est ce nom qui apparaîtra dans l'URL.



Paramètres généraux de la Page		
Nom	Busy & Ness	Modifier
Nom d'utilisateur	Vous n'avez pas défini de nom d'utilisateur.	Modifier

Sous « Paramètres généraux de la Page », à côté de « Nom d'utilisateur », cliquez sur « Modifier ». Entrez le nom d'utilisateur souhaité dans le champ qui s'affiche. Facebook vérifiera instantanément si le nom d'utilisateur est disponible.

- Si le nom est disponible : un message apparaîtra indiquant « Le nom d'utilisateur est disponible ».
- Si le nom n'est pas disponible : un message rouge vous informera que vous devez en choisir un autre.



Paramètres généraux de la Page		
Nom	Busy & Ness	Modifier
Nom d'utilisateur	Votre nom public est le même que l'adresse de votre journal : <ul style="list-style-type: none">facebook.com/busytness Nom d'utilisateur <input type="text" value="busytness"/> ✔ Le nom d'utilisateur est disponible	
Enregistrer les modifications Annuler		

À propos Créer une publicité Développeurs Emplois Politique de confidentialité Cookies Choisir sa publicité Conditions générales Aide

Meta © 2024
Français (France) English (US) Español Türkçe Português (Portugal) العربية Italiano Deutsch हिन्दी 中文(简体) 日本語 [+](#)

Une fois que vous avez trouvé un nom d'utilisateur disponible, cliquez sur « Enregistrer les modifications ».

• Visibilité des publications

Seuls 5 à 10 % de vos fans reçoivent vos publications sur leur mur ...

• L'algorithme de Facebook prend en compte plus de 10 000 critères. Les principaux critères sont :

- **Le temps** : plus une contribution est récente, mieux elle est évaluée.
- **L'affinité** que la cible a avec vos publications : dépend de votre ligne éditoriale.



70% de contenu à haute valeur ajoutée



20% de dialogue/proximité



10% de « moi, je »

○ **L'importance donnée à la publication** :



Le format



Le nombre de fans



Les interactions

Le poids des interactions sur Facebook



Vu



J'aime



Commenter

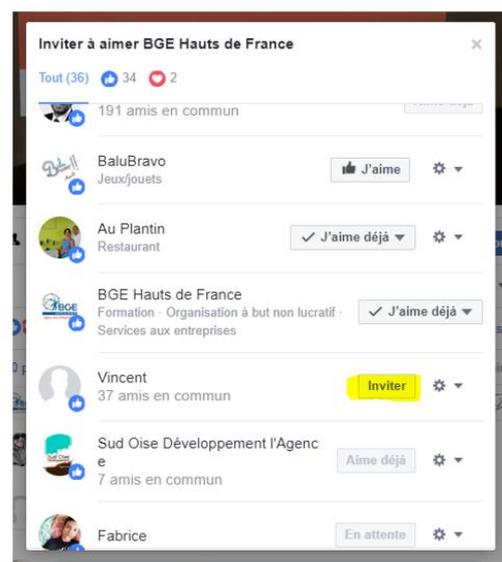


Partager

- Incitez donc vos fans à interagir par des appels à l'action :
 - « Qu'en pensez-vous ? » « Quel votre avis ? »
 - « Partagez », « Faites suivre » ou « visitez notre site ».

Petite astuce pour conquérir de nouveaux fans :

En cliquant sur les « j'aime » en bas à gauche de la publication, on peut inviter les personnes qui ont interagi avec ma publication à aimer ma page :



- **Paramétrer votre page**

Sommaire

1. Mettre à Jour les Informations

Page 7

2. Gestion de la Confidentialité sur Facebook

Page 8-9

3. Réglages « Page et Identification »

Page 10

4. Gestion des Publications Publiques

Page 11

5. Gestion des Blocages

Page 12-13

6. Guide des Préférences des Réactions

Page 14

7. Ajouter un Bouton d'Action

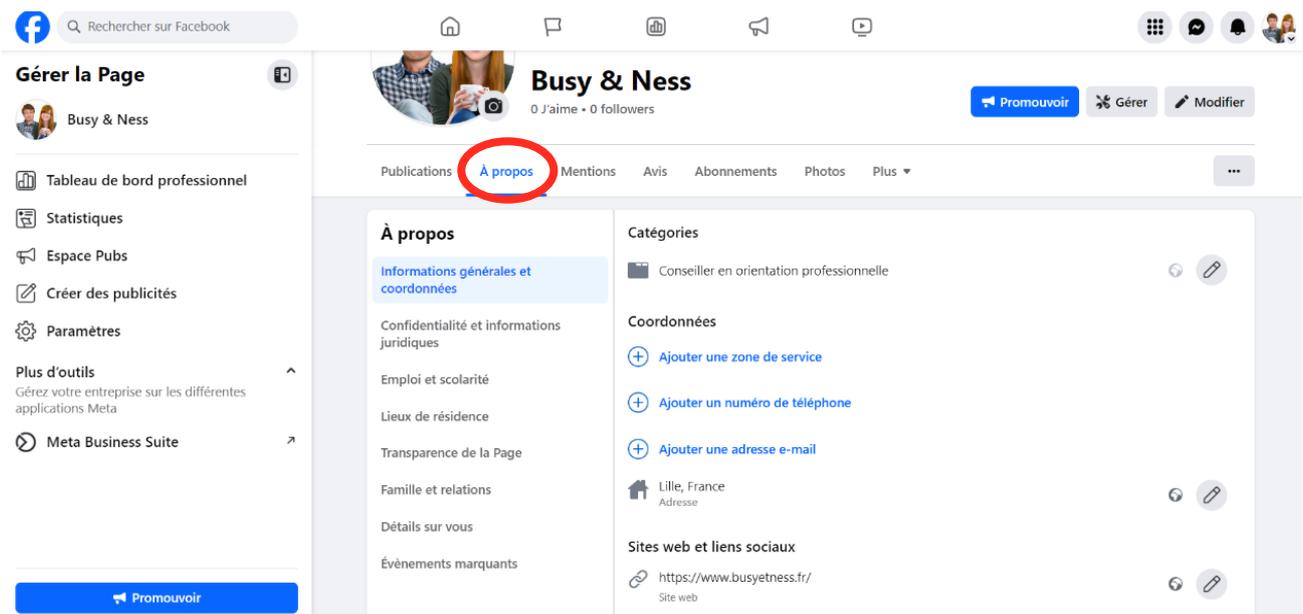
Page 15-16

8. Exploration des Outils Avancés

Page 17

1. Mettre à Jour les Informations

Accéder à la Section « À propos » pour mettre à jour les Informations Générales et Coordonnées



Éditer les Catégories :

-Ajouter ou Modifier les Coordonnées :

Pour modifier une information existante (ex. : adresse), cliquez sur l'icône de crayon à côté de l'information que vous souhaitez modifier.

Vous allez pouvoir :

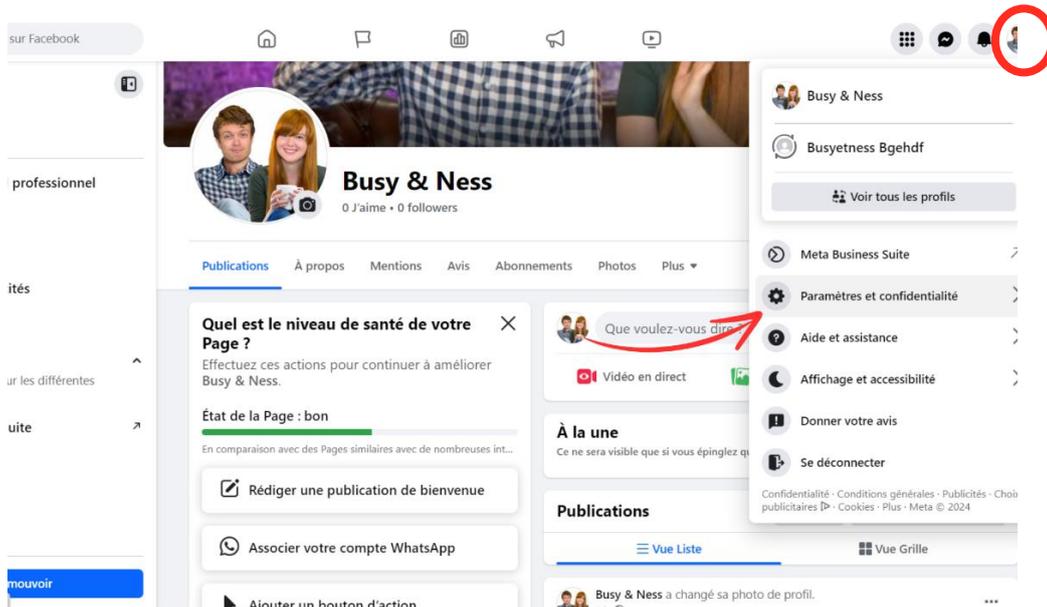
- Changer votre catégorie d'activité.
- Ajouter votre adresse (pas d'obligation).
- Ajouter une zone de service si vous vous déplacez.
- Ajouter votre n° de téléphone et votre adresse mail.
- Ajouter votre site internet et vos réseaux sociaux.
- Ajouter des horaires d'ouverture et une fourchette de prix.
- Préciser des informations complémentaires : livraison, à emporter, réservations en ligne, retrait en magasin ...
- Indiquez les langues que vous parlez.

Conseil :

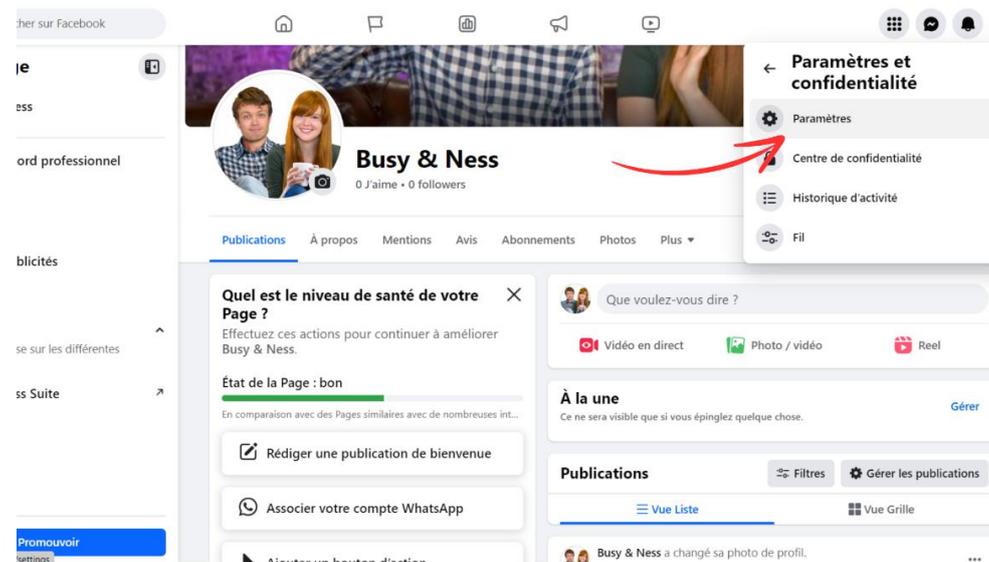
Cohérence de Marque : Assurez-vous que vos choix sont cohérents avec l'image et les valeurs de votre marque.

2. Gestion de la Confidentialité sur Facebook

Cliquez sur l'icône située en haut à droite de votre Page Facebook professionnelle, puis sélectionnez « Paramètres et confidentialité ».



Dans le menu déroulant qui apparaît, sélectionnez l'option « Paramètres ».



Ensuite, dirigez-vous vers la section « Confidentialité » pour ajuster vos paramètres selon vos besoins.



Cette procédure vous permettra de personnaliser les paramètres de confidentialité de votre Page, vous offrant ainsi un contrôle plus précis sur qui peut voir et interagir avec votre contenu.



Paramètres et outils de confidentialité			
Raccourcis de confidentialité	Gérer votre Page <small>Rendez-vous ici pour mettre à jour vos coordonnées et autres informations.</small>		
Votre activité	Qui peut voir vos futures publications ?	Public	Modifier
	Examinez toutes les publications et tous les contenus dans lesquels vous êtes identifié(e)		Utiliser l'historique d'activité
	Qui peut voir les personnes, Pages et listes que vous suivez ?	Public	Modifier
Comment les autres peuvent vous trouver et vous contacter	Voulez-vous que les moteurs de recherche en dehors de Facebook affichent votre Page ?	Oui	Modifier
	Page similaire recommandée	Activé	Modifier
Messagerie	Autoriser les personnes et les Pages à envoyer des messages à votre Page ?	Activé	Modifier

Conseils :

Soyez accessible : Assurez-vous que les paramètres de confidentialité n'empêchent pas les utilisateurs de vous trouver ou de vous contacter, à moins que cela ne soit nécessaire pour des raisons de sécurité ou de stratégie de marque.

Surveillez votre réputation : En examinant les publications dans lesquelles vous êtes identifié, vous pouvez gérer activement votre réputation en ligne et répondre de manière appropriée.

Maximisez votre visibilité : Considérez les avantages d'être visible en dehors de Facebook pour attirer un public plus large, mais soyez conscient des implications de la confidentialité et de la marque.

Engagez votre communauté : Activez la messagerie pour permettre un engagement facile et direct avec votre communauté. Cela peut améliorer la satisfaction client et encourager un dialogue positif.

3. Réglages « Page et identification »

Pour modifier : Cliquez sur le commutateur à côté de l'option que vous souhaitez changer. Si le bouton est bleu, l'option est activée. Si le bouton est gris, l'option est désactivée. Cliquez sur « Enregistrer les modifications » après avoir fait vos ajustements



Conseils :

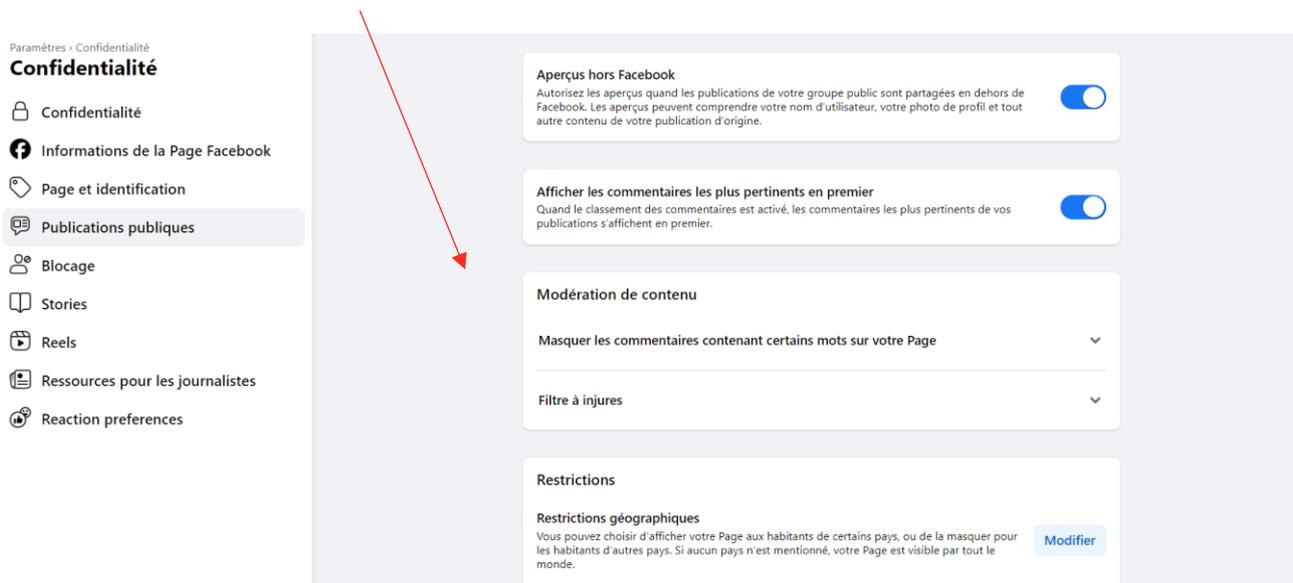
Transparence et Interaction : Permettre au public de publier et de laisser des avis peut augmenter la transparence et l'interaction avec les clients. Assurez-vous de surveiller régulièrement ces sections pour répondre aux questions et aux préoccupations.

Contrôle de la Marque : Utilisez les options d'examen pour maintenir une image de marque cohérente et pour éviter le spam ou le contenu inapproprié sur votre page.

4. Gestion des Publications Publiques

Modération des Commentaires et Filtres

- Afficher les commentaires les plus pertinents en premier : Activez cette option pour que les commentaires jugés les plus pertinents soient affichés en premier sous vos publications.
- Modération de contenu : Configurez des paramètres pour masquer automatiquement les commentaires contenant certains mots-clés que vous jugez inappropriés pour votre page.
- Filtre à injures : Utilisez le filtre à injures pour bloquer les commentaires contenant des mots offensants et maintenir une ambiance respectueuse sur votre page.



Conseils :

Revoyez régulièrement vos paramètres : Les communautés en ligne évoluent, donc il est important de réévaluer périodiquement ces paramètres pour s'assurer qu'ils correspondent toujours à vos besoins.

Équilibre entre accessibilité et contrôle : Encouragez l'interaction tout en protégeant votre page contre les abus.

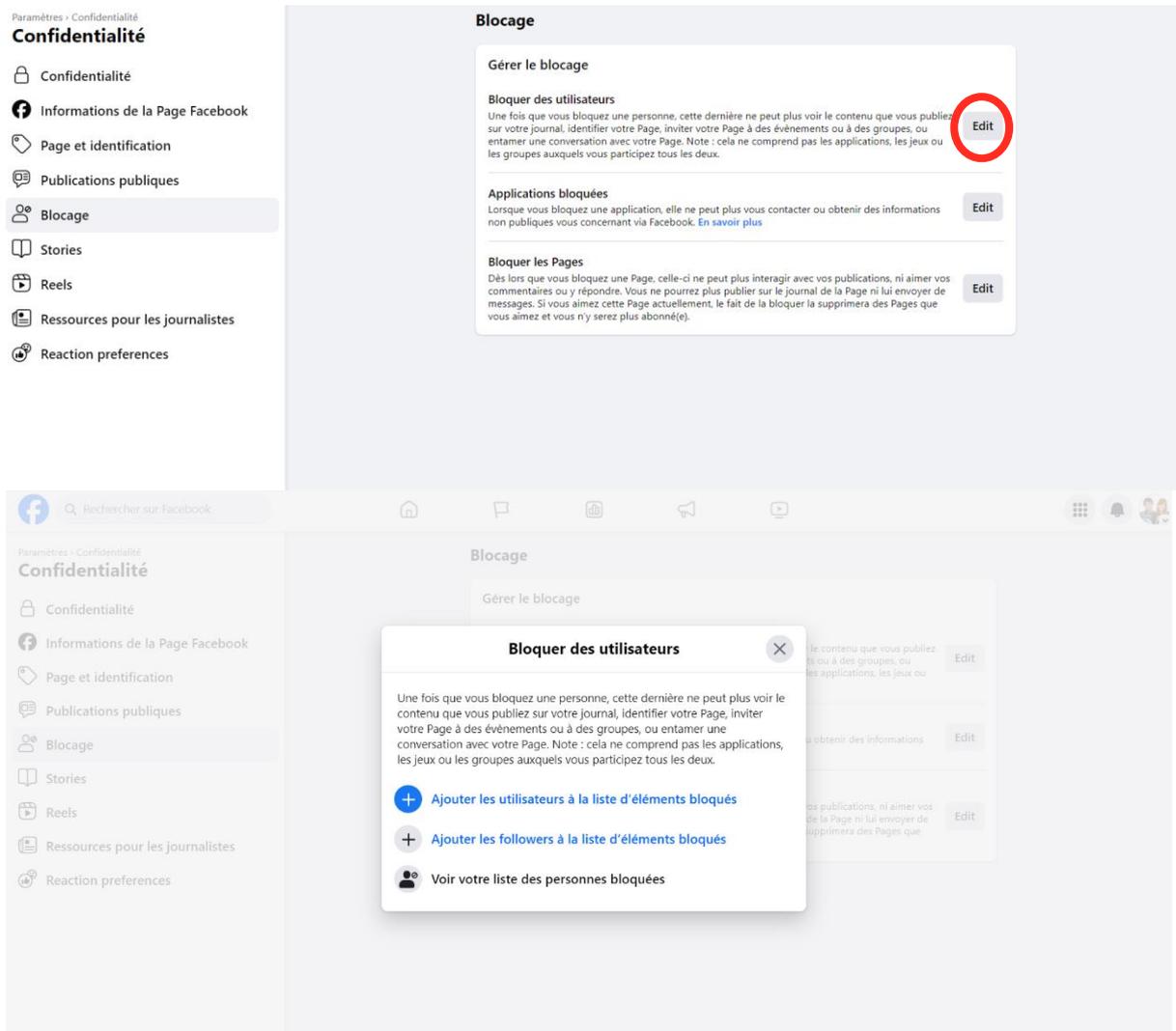
Surveillance proactive : Utilisez les statistiques et les retours de votre communauté pour ajuster vos stratégies de modération.

Communiquez clairement votre politique de modération : Informez votre communauté des règles de conduite pour prévenir les malentendus et gérer les attentes.

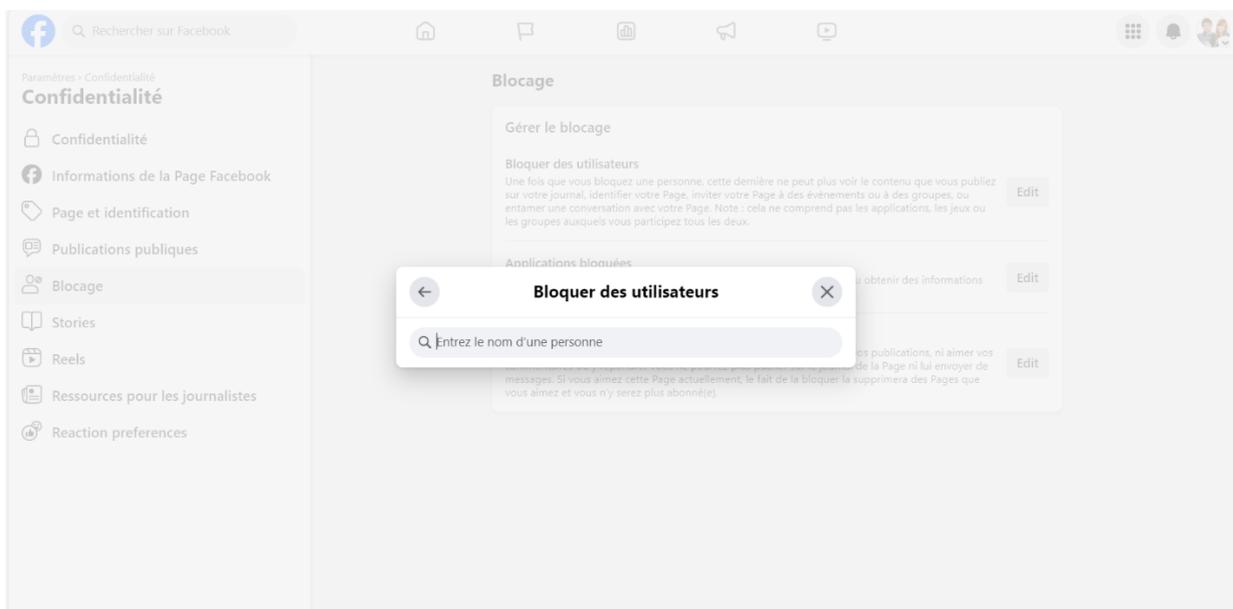
5. Gestion des Blocages

Bloquer des Utilisateurs:

-Cliquez sur « Edit » à côté de l'option « Bloquer des utilisateurs ».



-Dans le champ de recherche, entrez le nom de la personne que vous souhaitez bloquer.



- Sélectionnez la personne dans les résultats de recherche et cliquez sur « Bloquer ».
- Une fois bloqué, l'utilisateur ne pourra plus voir le contenu que vous publiez sur votre page, vous identifier, vous inviter à des événements ou à des groupes, ni commencer une conversation avec votre page.

La démarche est identique pour bloquer des applications ou des pages.

Conseil :

Maintenez un environnement positif : Bloquez les contenus nuisibles pour maintenir une communauté positive et une expérience utilisateur de qualité sur votre page.

6. Guide des Préférences des Réactions

Gérer ces préférences :

-Sur vos publications : Lorsque cette option est activée, les autres utilisateurs ne verront pas le nombre total de réactions sous vos publications que vous partagez sur votre profil. Le nombre de réactions sera toujours visible pour vous.



Conseils :

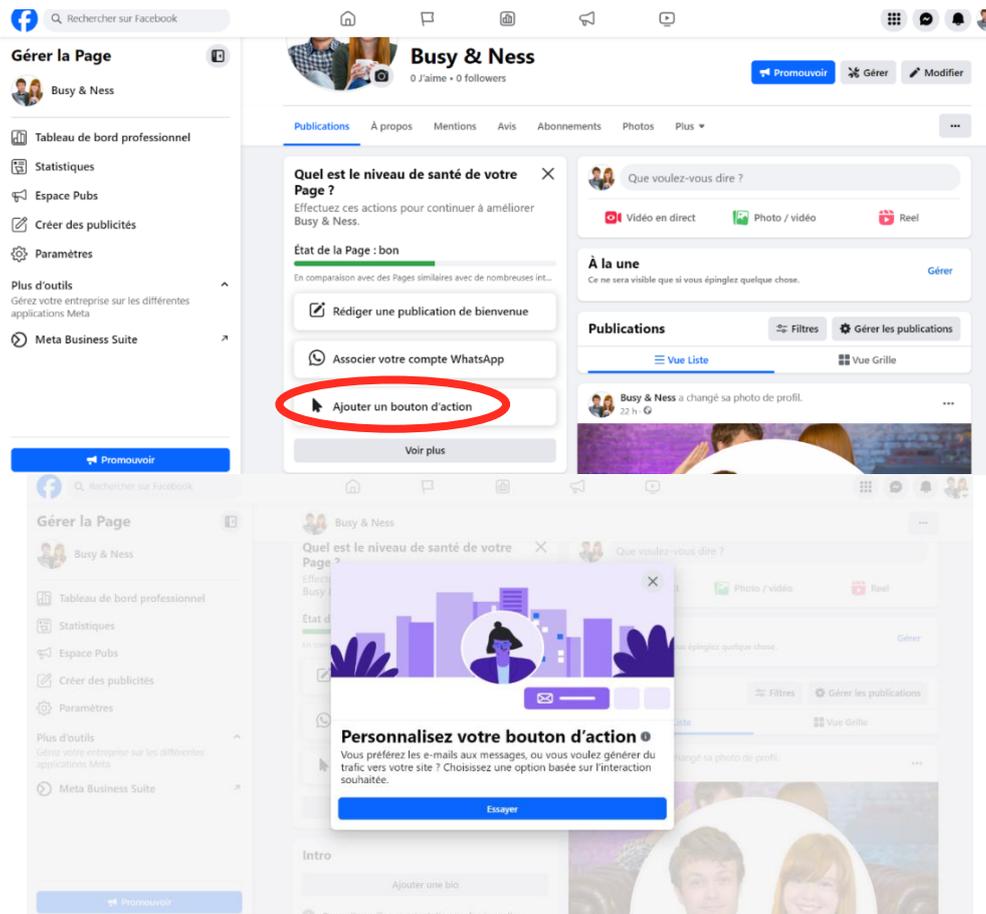
Considérez l'Impact : Pensez à l'impact que peut avoir la visibilité des réactions sur l'engagement des utilisateurs. Parfois, voir le nombre de réactions peut encourager d'autres à interagir avec votre contenu.

Expérience Utilisateur : Si vous pensez que le nombre de réactions influence négativement l'expérience utilisateur ou crée une compétition inutile, envisagez de masquer cette information.

Testez et Évaluez : N'hésitez pas à tester ces réglages pour voir comment ils affectent l'interaction sur vos publications et ajustez-les selon les résultats.

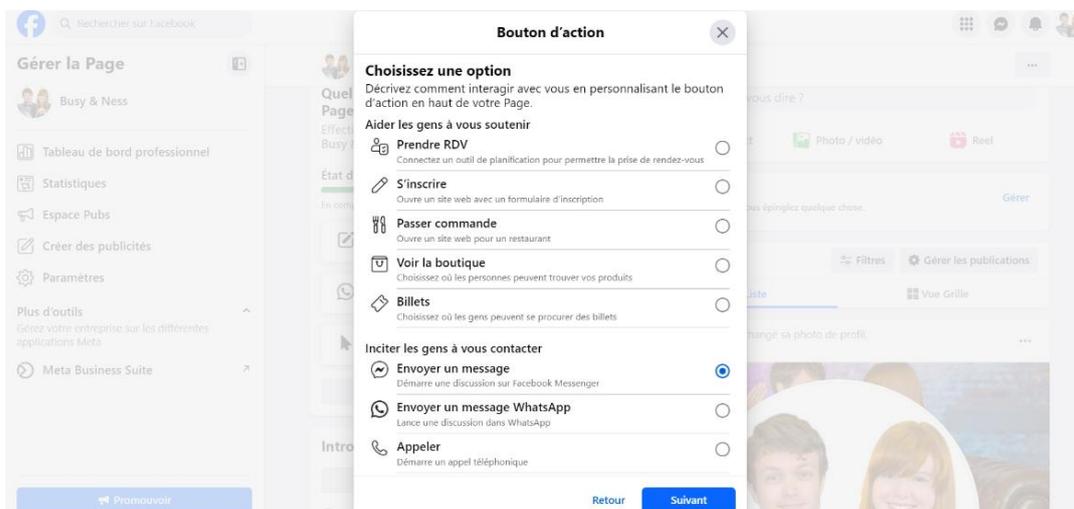
7. Ajouter un Bouton d'Action

Cliquez sur « Ajouter un bouton d'action », puis « essayer »

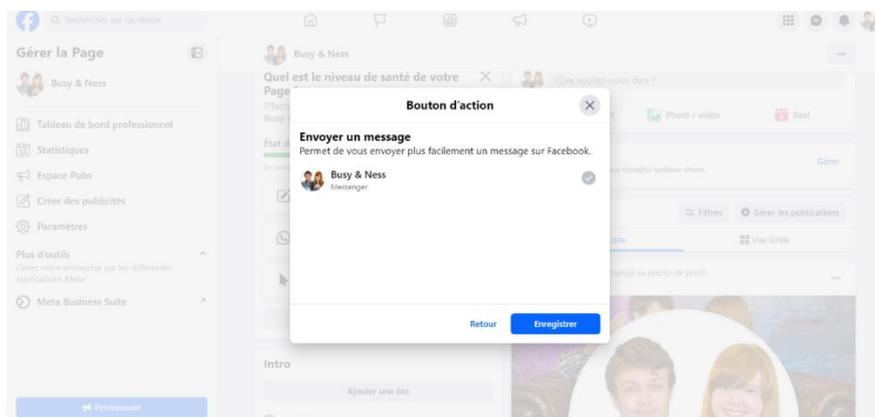


Choisir le Type de Bouton

-Sélectionnez l'option qui correspond le mieux à l'action que vous souhaitez que vos visiteurs entreprennent. Par exemple, si vous voulez qu'ils vous contactent directement via Messenger, choisissez l'option « Envoyer un message » .



-Une fois configuré, cliquez sur « Enregistrer » pour appliquer les modifications.



Tester le Bouton d'Action

-Après l'enregistrement, testez le bouton d'action pour vous assurer qu'il fonctionne comme prévu. Cliquez dessus et observez si l'action attendue se produit (ouverture d'une fenêtre de messagerie, redirection vers un site web, etc.)



8. Exploration des Outils Avancés

Après avoir configuré votre bouton d'action, nous vous encourageons également à explorer le site Meta Business Suite (<https://business.facebook.com/>) pour d'autres outils et paramètres avancés. Meta offre une multitude de ressources (statistiques) et d'outils (par ex. programmer une publication) qui peuvent vous aider à maximiser l'efficacité de votre présence en ligne et à affiner votre stratégie marketing. Que ce soit pour des insights approfondis sur l'audience, des options de ciblage publicitaire, ou des fonctionnalités de commerce électronique, le site Meta for Business est une mine d'informations et de fonctionnalités qui peuvent bénéficier à votre entreprise. Pensez à consulter régulièrement leur site pour rester à jour avec les dernières tendances et outils proposés par la plateforme.

