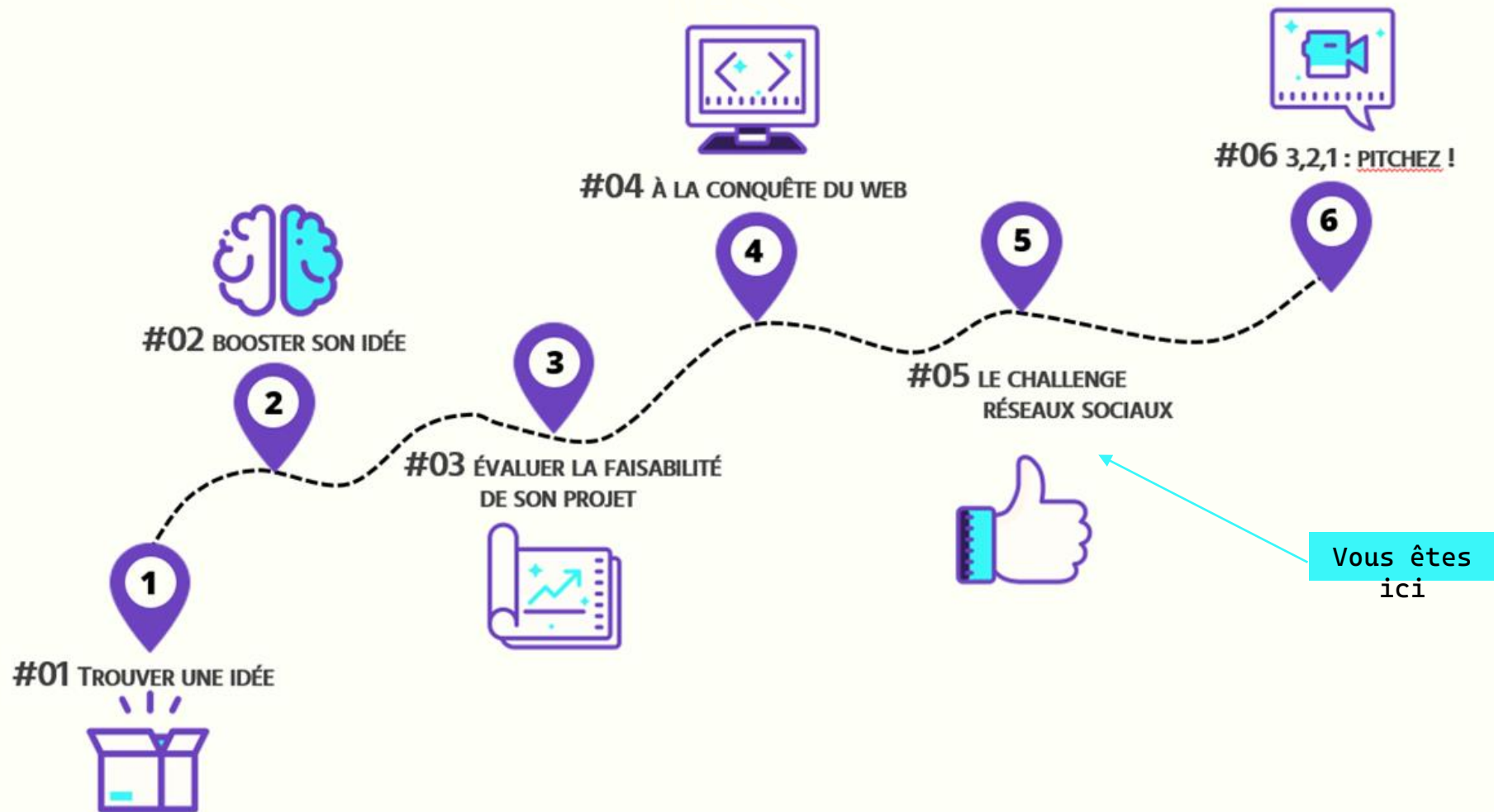


#05

**LE CHALLENGE RESEAUX
SOCIAUX**

Le parcours Busy &



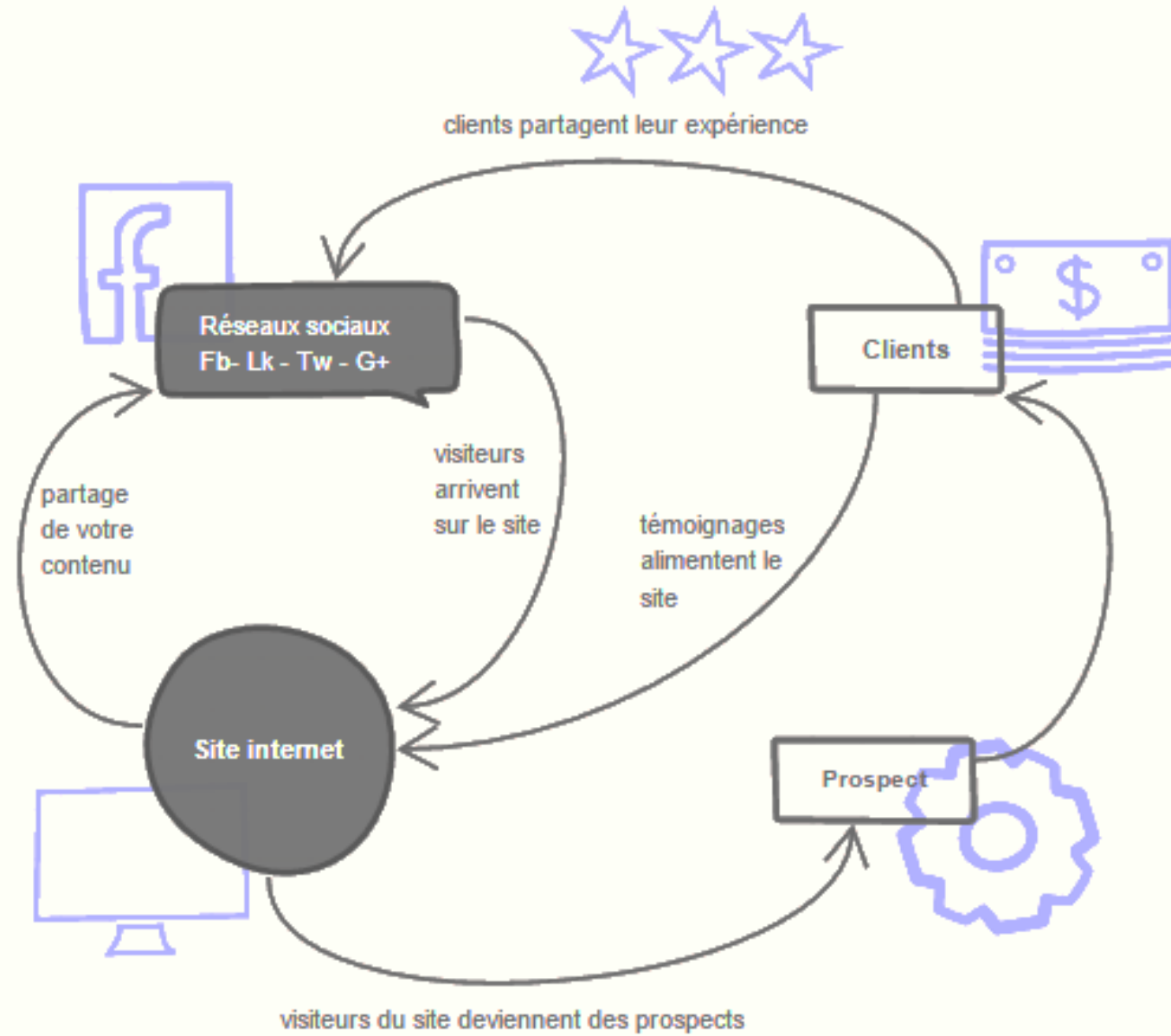


SOMMAIRE

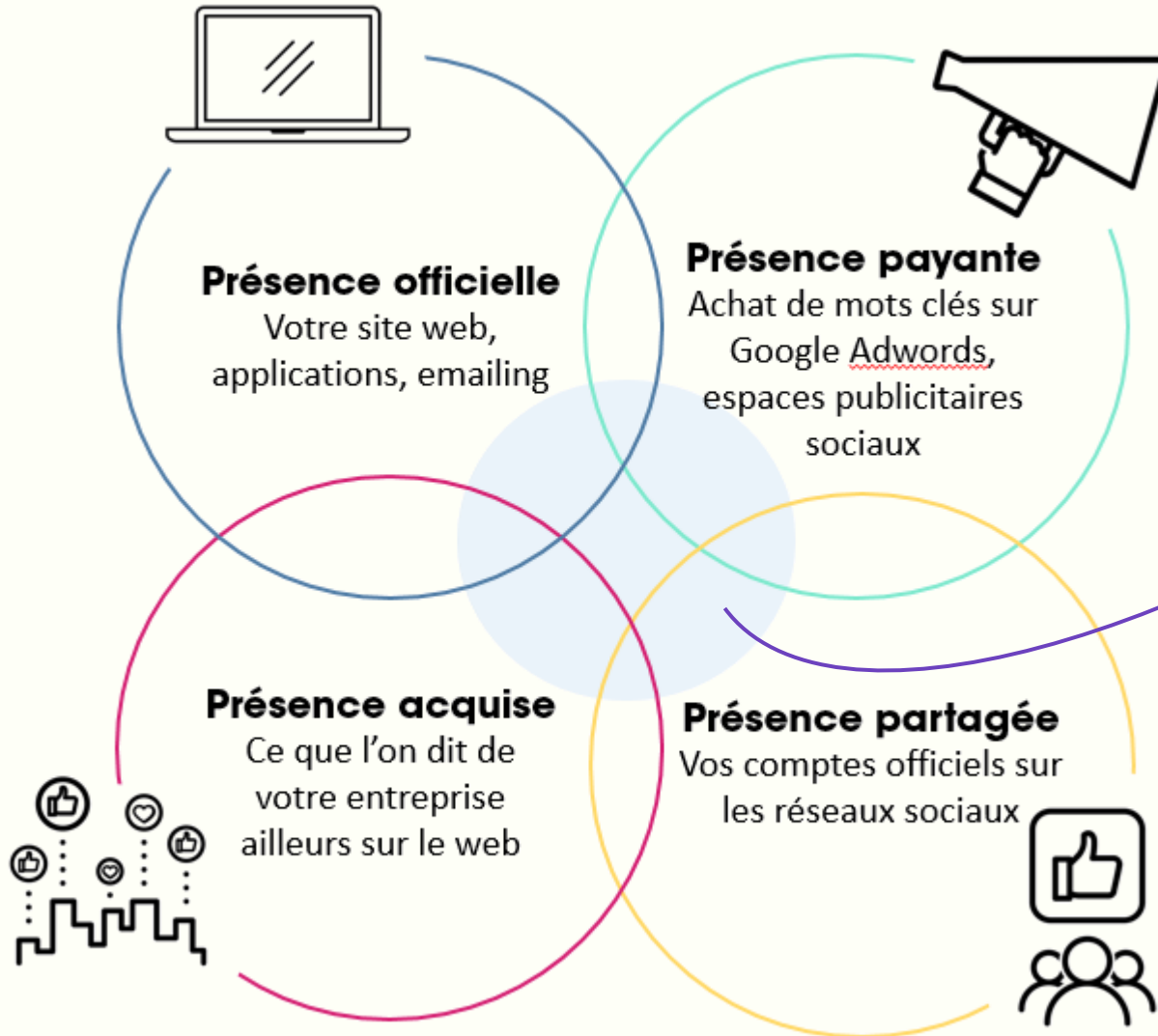
- Comment être présent sur le web ?
- La création d'une page Facebook/
d'un profil Instagram professionnel
- A vous de jouer !



Comment être
présent sur le
web ?



Les 4 cercles de votre présence sur



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

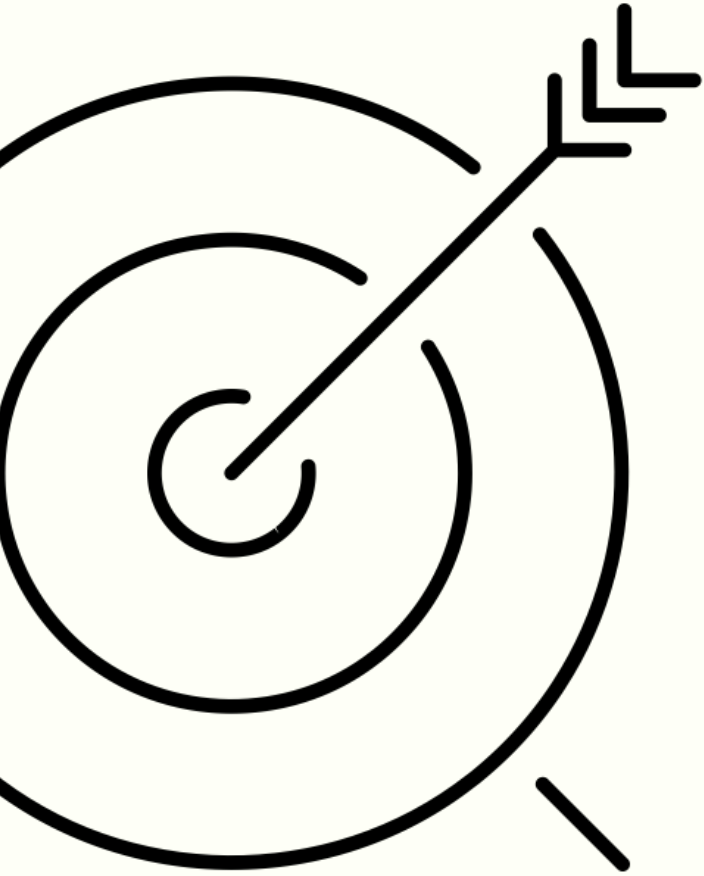


Connaître ma cible

Définir mes objectifs

Choisir mes actions

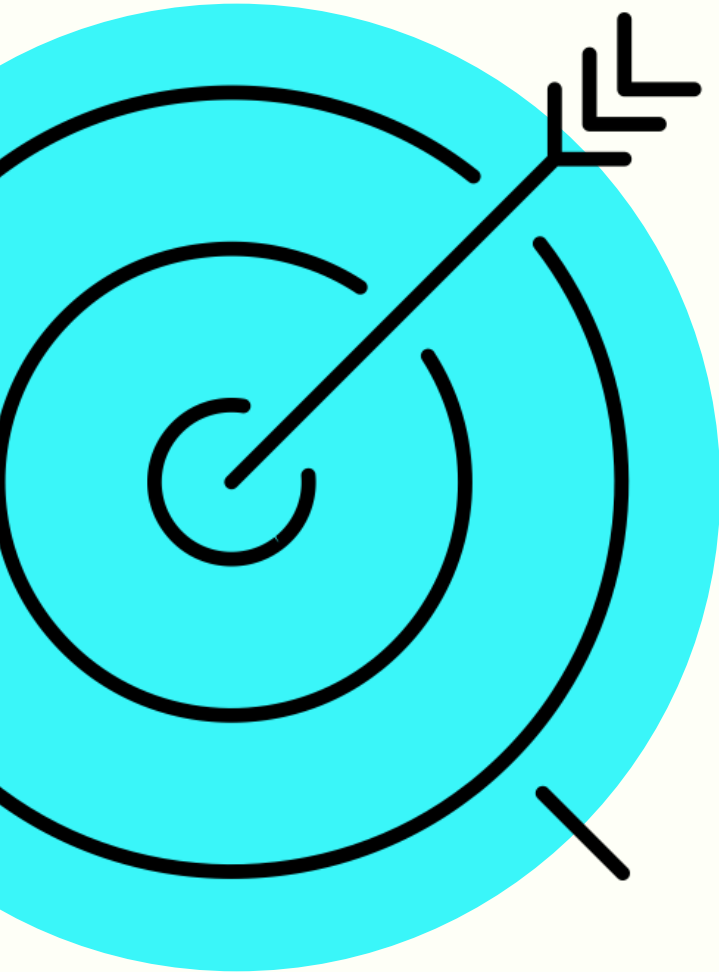
Définir ses objectifs sur les réseaux sociaux



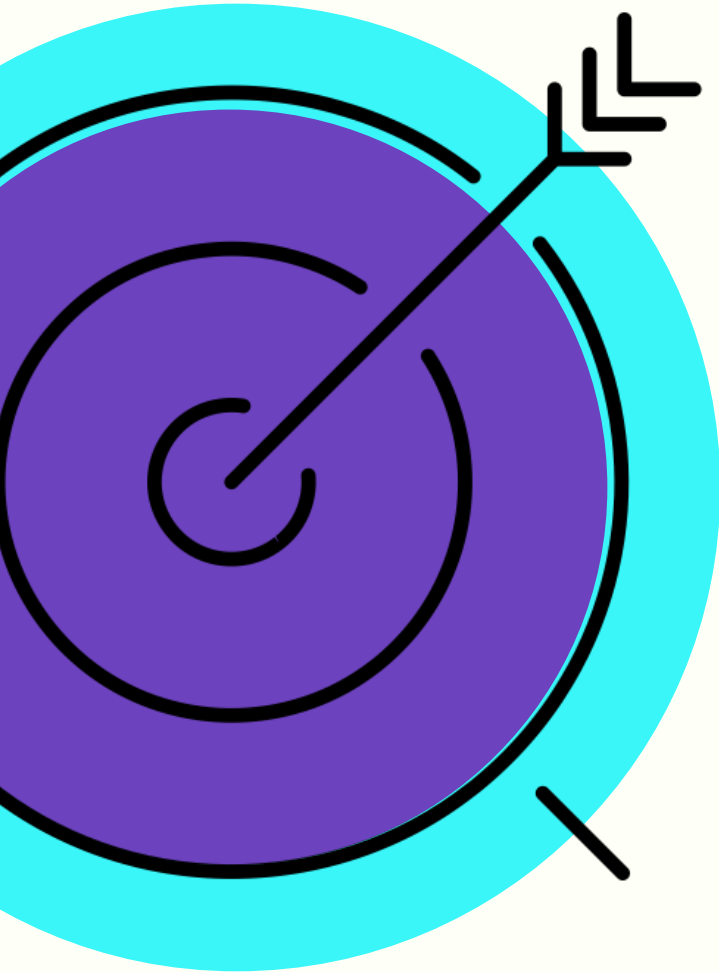
Définir ses objectifs sur

NOTORIÉTÉ

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



Définir ses objectifs sur



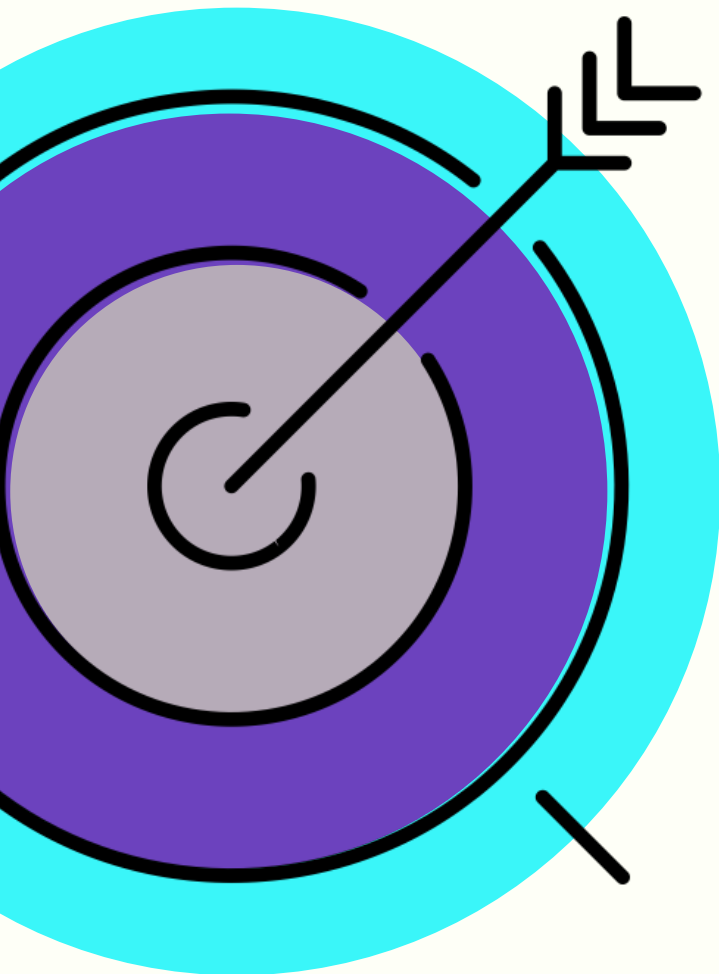
NOTORIÉTÉ

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



NOTORIÉTÉ

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

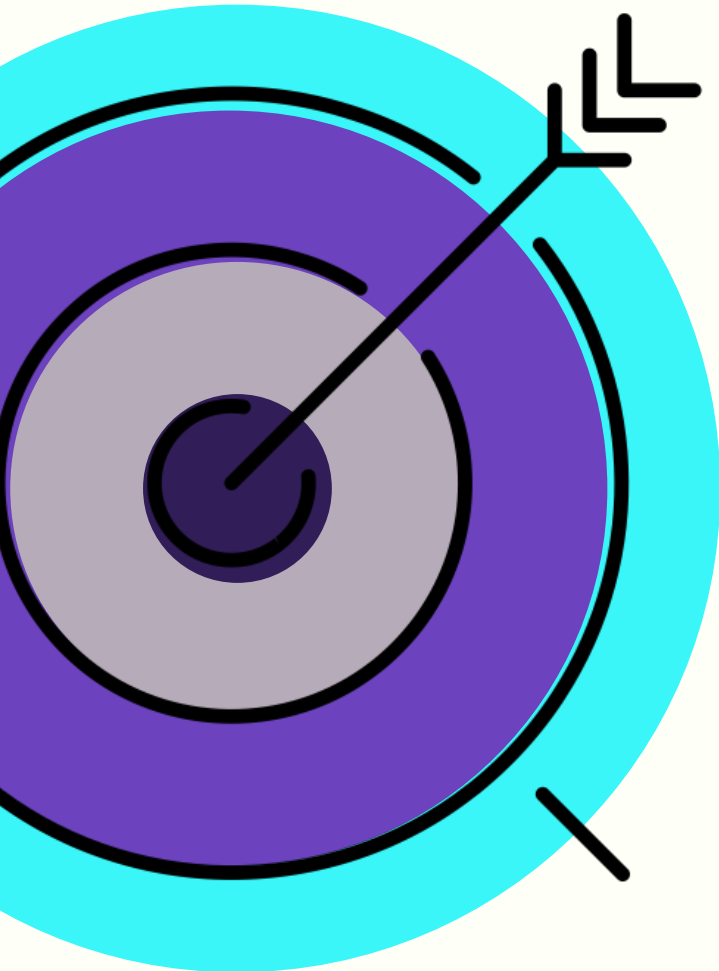
INTERACTIONS

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



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)

Quiz réseaux sociaux

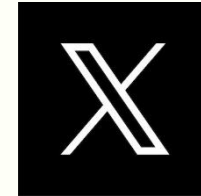
- 1) Sur quelle plateforme les "**Stories**" ont-elles été **introduites pour la première fois**, permettant aux utilisateurs de partager des moments de leur journée qui disparaissent après 24 heures ?
- 2) Sur quel réseau social **les dirigeants mondiaux sont-ils connus pour partager leurs pensées**, parfois déclenchant des débats politiques ou des mèmes ?
- 3) En janvier 2024, quelle était la plateforme de médias sociaux **la plus utilisée en France** par les internautes âgés de 16 à 64 ans ?
- 4) Sur quelle application de médias sociaux les Français ont-ils **passé le plus de temps** en janvier 2024 ?

Quiz réseaux sociaux

1) Sur quelle plateforme les "**Stories**" ont-elles été **introduites pour la première fois**, permettant aux utilisateurs de partager des moments de leur journée qui disparaissent après 24 heures ?



2) Sur quel réseau social **les dirigeants mondiaux sont-ils connus pour partager leurs pensées**, parfois déclenchant des débats politiques ou des mèmes ?



3) En janvier 2024, quelle était la plateforme de médias sociaux **la plus utilisée en France** par les internautes âgés de 16 à 64 ans ?



4) Sur quelle application de médias sociaux les Français ont-ils **passé le plus de temps** en janvier 2024 ?



En chiffres

JAN
2024

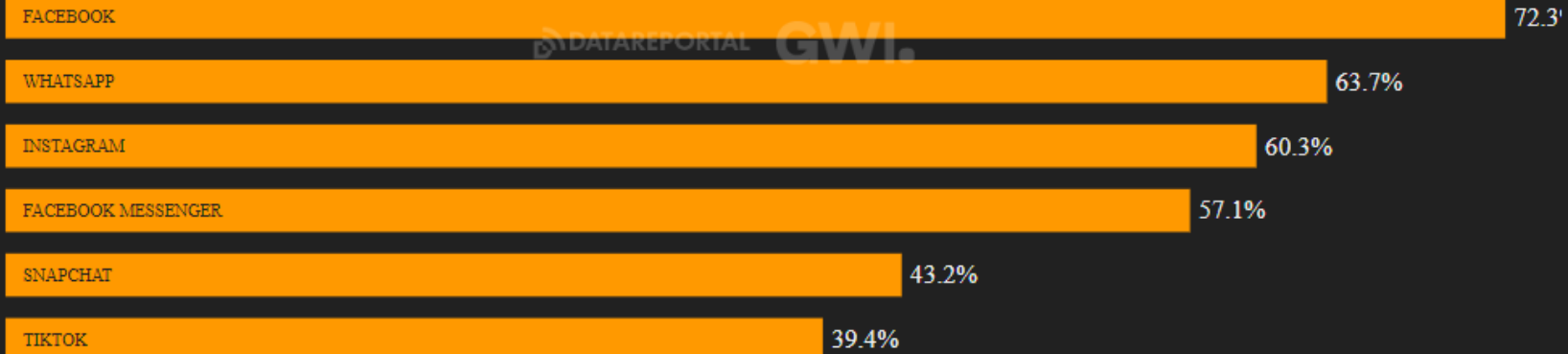
MOST USED SOCIAL MEDIA PLATFORMS

PERCENTAGE OF INTERNET USERS AGED 16 TO 64 WHO USE EACH PLATFORM EACH MONTH

NOTE: YOUTUBE IS NOT OFFERED AS AN ANSWER OPTION FOR THIS QUESTION IN GWI'S SURVEY, SO IT WILL NOT APPEAR IN THIS RANKING



FRANCE



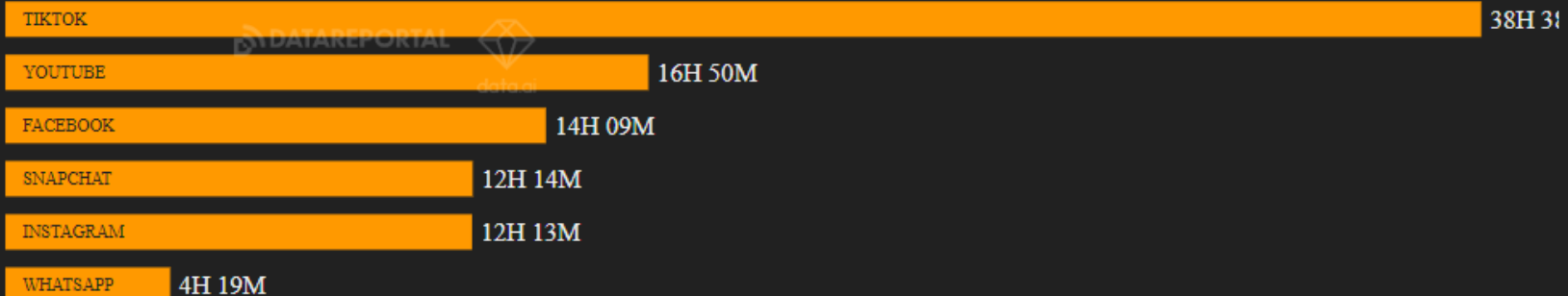
JAN
2024

TIME SPENT USING SOCIAL MEDIA APPS

AVERAGE TIME PER MONTH THAT ACTIVE USERS SPENT USING EACH PLATFORM'S ANDROID APP BETWEEN 01 JULY AND 30 SEPTEMBER 2023



FRANCE



Exemple

Burger King France
 11 décembre

On n'avait pas assez de place pour vous présenter notre nouveau burger. L'autre bout est ici : <http://bit.ly/bkbout02>

**C'EST DÉJÀ
 UN BON DÉBUT**

Burger King France
 @BurgerKingFR

... toujours pas assez de place... Et 140 caractères ne suffiront pas.

On continue : bit.ly/bkbout03



burgerkingfr S'ABONNER

267 J'aime 9 sem

burgerkingfr Le seul burger qui ne pourra jamais tenir entièrement dans un selfie. Pour voir la suite, cliquez sur le lien dans notre bio.

cjehl Il arrive en France ? Ou c'est juste pour la photo ? @burgerkingfr

burgerkingfr Ou, copiez-collez ce lien : bit.ly/bkbout04 dans votre navigateur.

photographiele Un burger king a la rochelle ? @burgerkingfr

assina_nerraw_anaya @laniy

31snoph Et le Burger King Nantes c'est pour cette année ou bien ? @burgerkingfr

blondinette77 Burger king est autorisé à racheter quick . A suivre :)

diamond_wigga Omg!

meloohs @melisaa_58 .

Ajouter un commentaire...

... vous tenez le bon bout... La suite ici : <http://bit.ly/bkbout06>

BURGER KING® FRANCE
 S'abonner 360

2 852

Burger King France
 11 décembre

Au bout du compte, on vous présente notre nouveau burger : l'XTRA LONG CHILI CHEESE.

**DÈS À PRÉSENT
 EN RESTAURANT.**

S'inscrire Ne manquez plus nos surprises, cliquez ici. S'inscrire

Exemple



En synthèse





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

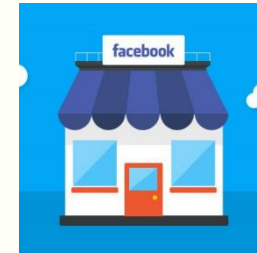


- Sur Facebook, Profil et Page n'ont pas le même but ni les mêmes fonctionnalités.



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

Vous avez des **amis**.

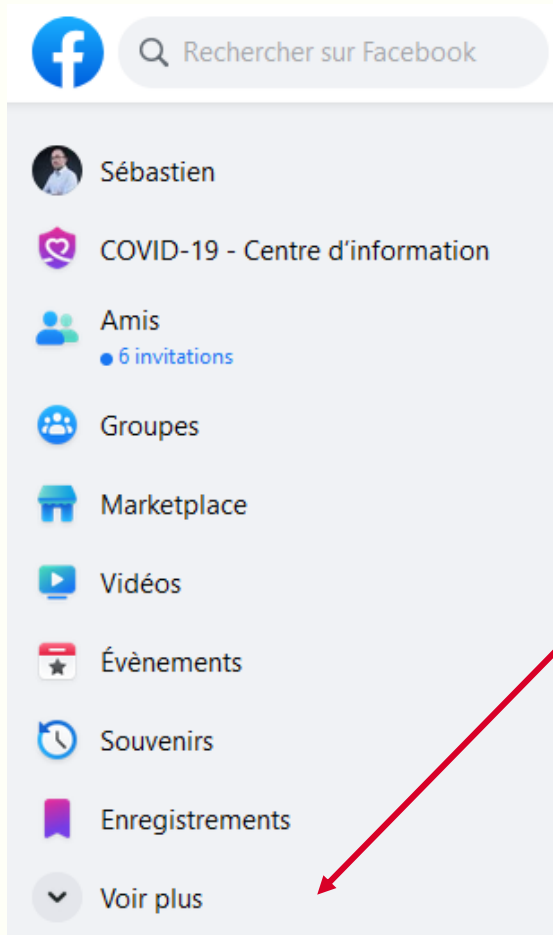


Une **Page** représente une **entité** (comme une entreprise, un organisme ou un artiste).

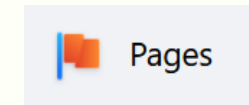
Vous avez des **fans**.

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.

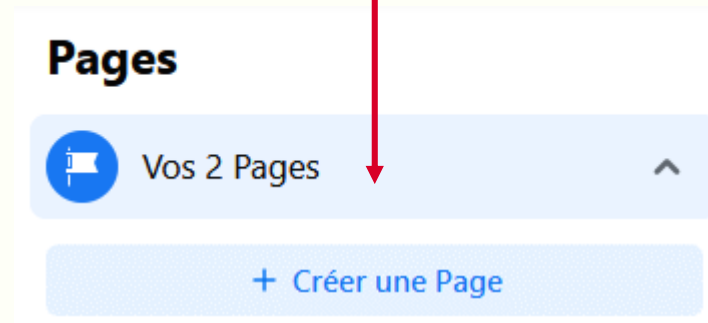
Créer sa page



En dessous du nom de votre compte, cliquez sur « voir plus » pour que « Pages » apparaisse.



Cliquez ensuite sur « Créer une page »



3.1 Débuter sur Facebook



Créer sa page

The image shows the Facebook 'Créer une Page' (Create a Page) form on the left and a desktop preview of the page on the right.

Créer une Page

Les internautes accèdent à votre Page pour en savoir plus sur vous. Veillez à y inclure toutes les informations dont ils pourraient avoir besoin.

Nom de la Page (obligatoire)

Utilisez le nom de votre entreprise, marque ou organisation, ou un nom qui décrit votre Page. [En savoir plus](#)

Catégorie (obligatoire)

Saisissez la catégorie qui vous décrit le mieux.

Bio (facultatif)

Dites-en plus sur votre activité.

Créer une Page

En créant une Page, vous acceptez les [Règles relatives aux événements, aux groupes et aux Pages](#)

Aperçu bureau

Nom de la page

Publications À propos Followers Photos Plus

Suivre Envoyer un message

Intro 0 follower

Publications Filtres

Vous devez choisir un **nom de page** et une catégorie.

Catégorie : entrez un mot (ou plusieurs) qui décrit le mieux votre Page, puis choisissez une des catégories suggérées. Vous pouvez en ajouter 3 maximum.

Description : vous pouvez décrire votre activité en 101 caractères. Elle apparaîtra sous le nom de votre page. Utilisez des mots ou expressions clés cohérents avec la page qui aideront au référencement de la page.

Cliquez ensuite sur « Créer une page ».

Renseigner les informations

Gérer la Page
Busy & Ness

Tableau de bord professionnel
Statistiques
Espace Pubs
Créer des publicités
Paramètres

Plus d'outils
Gérez votre entreprise sur les différentes applications Meta
Meta Business Suite

Busy & Ness
0 J'aime • 0 followers

Publications À propos Mentions Avis Abonnements Photos Plus

À propos

NOUS TROUVER

Siège social, 4 rue des Buisses
Lille

@bgehautsdefrance

Appeler 03 20 19 20 00

GÉNÉRAL

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

HORAIRES

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

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.

Paramétrer sa page – le menu



Cliquez maintenant sur « **À propos** ».

The screenshot shows the Facebook interface for a page named "Busy & Ness". The page has 0 likes and 0 followers. The navigation menu at the top includes "Publications", "À propos" (highlighted with a red arrow), "Mentions", "Avis", "Abonnements", "Photos", and "Plus". The "À propos" section is active, displaying "Informations générales et coordonnées" as the selected option. Other visible options include "Confidentialité et informations juridiques", "Emploi et scolarité", "Lieux de résidence", and "Transparence de la Page". On the right side, there are sections for "Catégories" (with "Conseiller en orientation professionnelle" listed) and "Coordonnées" (with options to "Ajouter une zone de service", "Ajouter un numéro de téléphone", and "Ajouter une adresse e-mail"). The left sidebar shows the "Gérer la Page" menu with options like "Tableau de bord professionnel", "Statistiques", "Espace Pubs", "Créer des publicités", and "Paramètres".

Paramétrer sa page – le menu



À propos

Informations générales et coordonnées

Confidentialité et informations juridiques

Emploi et scolarité

Lieux de résidence

Transparence de la Page

Famille et relations

Détails sur vous

Évènements marquants

Dans Informations générales et coordonnées, 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.

- Activer/désactiver les avis sur votre page.

Les avis sont publics, ont un impact sur votre évaluation. Nous vous conseillons de les laisser actifs. Toutefois, ils ne peuvent pas être supprimés.

- 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.

Veillez à ce que les informations soient les mêmes que sur vos autres supports (Google My Business, site internet ...)

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/busyetness


Changer l'URL de la page

www.facebook.com/bgehautsdefrance


Comment ?

- 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 « paramètres généraux de la Page ».

Paramètres

 Busy & Ness

 Confidentialité

 Nouvelle version des Pages

 Notifications

 Comptes associés

 Vidéos

 Contenu de marque

Paramètres généraux de la Page

Nom Busy & Ness [Modifier](#)

Nom d'utilisateur Vous n'avez pas défini de nom d'utilisateur. [Modifier](#)

- Cliquez sur "Modifier" et définissez votre nom d'utilisateur.

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

- pixabay.com/fr/
- <https://www.pexels.com/>
- <https://stocksnap.io>
- <http://gratisography.com>
- <https://unsplash.com/>

- Création de visuels sur www.canva.com

Social Media Image Sizes 2024

					
Profile photo	320 x 320	170 x 170	400 x 400	400 x 400	200 x 200
Landscape	1080 x 566	1200 x 630	1600 x 900	1200 x 627	1920 x 1080
Portrait	1080 x 1350	630 x 1200	1080 x 1350	627 x 1200	1080 x 1920
Square	1080 x 1080	1200 x 1200	1080 x 1080	1080 x 1080	1080 x 1080
Stories	1080 x 1920	1080 x 1920	N/A	N/A	1080 x 1920
Cover photo	N/A	851 x 315	1500 x 1500	1128 x 191	N/A

Exploration des Outils

Vous pouvez explorer le site Meta Business Suite (<https://business.facebook.com/>) pour des insights et des paramètres avancés.

programmer une publication

Les **statistiques** de votre page,
pour voir L'engagement par ex .

The screenshot shows the Meta Business Suite interface for the page 'Busy & Ness'. On the left is a navigation menu with options: Accueil, Notifications, Messagerie, Contenu, Agenda, Publicités, Statistiques, Tous les outils, Rechercher, Démarrer, Paramètres, and Aide. The main content area features a profile picture, the page name 'Busy & Ness', and options to 'Modifier la Page Facebook' and 'Associer Instagram'. Below this are buttons for 'Créer publication', 'Créer une publicité', 'Créer un reel', 'Créer une story', and 'Lancer un direct'. A notification banner states: 'Alerte: En raison de règles de confidentialité spécifiques à cette région, il est possible que certaines fonctionnalités de la Messagerie et statistiques liées aux messages ne soient pas disponibles.' Below the notification is a section titled 'Se familiariser avec la Meta Business Suite' with a progress indicator '0 étapes sur 4 terminées'. This section contains three task cards: 'Associer un profil Instagram' (Incomplète), 'Créer une publication' (Incomplète), and 'Répondre aux messages' (Incomplète). A fourth card 'Lancez-vous sur la Meta Business Suite' is partially visible at the bottom right.

Rédiger une publication de

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

!

Bonnes pratiques

LES BONNES PRATIQUES



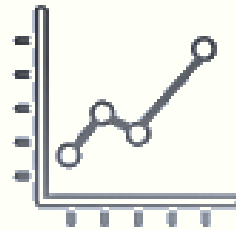
Intérêt,
affinité pour
la page /
l'auteur

X



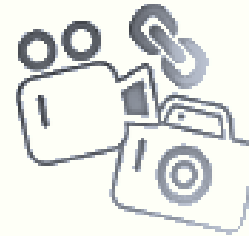
Performance de
la publication
(likes,
commentaires,
partages)

X



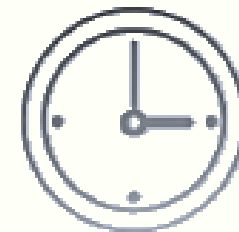
Performances
passées de la
page

X



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

X



Récence de
la
publicatio
n

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 avis négatif ?

Les bonnes pratiques

- Si la personne est en effet identifiée, mais... Vous n'arrivez pas à la joindre. Vous pourriez proposer qu'elle vous recontacte afin de faire le point ensemble sur cette insatisfaction. Montrez que vous êtes à l'écoute et souhaitez résoudre la situation.
- Si celle-ci est anonyme, indiquez à cette personne que vous ne la retrouvez pas dans votre base de données et proposez-lui de vous contacter.
- Reconnaissez vos éventuelles erreurs commises, mais n'assumez pas la responsabilité de faits pour lesquels vous n'avez rien à vous reprocher (travaux publics, météo, transports en commun, etc...). Proposez plutôt des solutions que vous pourrez maîtriser.
- Si vous jugez que l'avis négatif n'est pas approprié : mauvais établissement, propos injurieux, données confidentielles affichées publiquement etc... Vous pouvez signaler l'avis auprès de Facebook. Attention, n'abusez pas de cette fonctionnalité pour signaler vos avis négatifs, votre intention doit être claire et justifiée.



La création d'une page Instagram

Débuter sur Instagram



Créer son compte

- Vous pouvez avoir un profil personnel ou un profil professionnel.
 - ▶▶ Visibilité de votre adresse, n° de téléphone et adresse mail.
 - ▶▶ Accès aux Insights (tableaux de suivi de vos publications et de votre profil).
 - ▶▶ Intégration du shopping: Permet de vendre directement via Instagram
 - ▶▶ Profils catégorisés: définir une catégorie pour clarifier l'activité aux utilisateurs.
 - ▶▶ Vous pouvez faire de la publicité : obtenir plus de visites du profil, du site web, atteindre des personnes à proximité d'une adresse.

Quel est l'intérêt de passer à un profil professionnel ?

Débuter sur Instagram

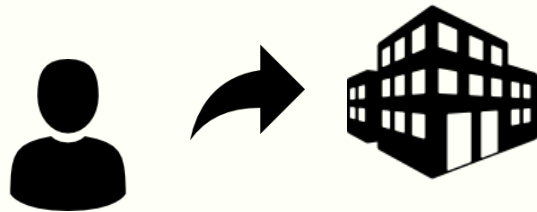


Créer son compte

- 2 possibilités pour créer son compte :

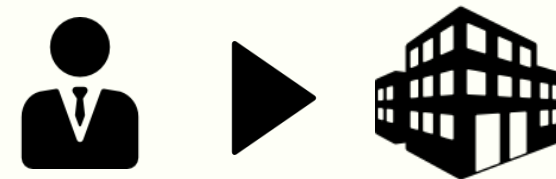
1

**Passer son compte
personnel en compte
professionnel**



2

**Créer un profil
professionnel**



Débuter sur Instagram



Créer son compte

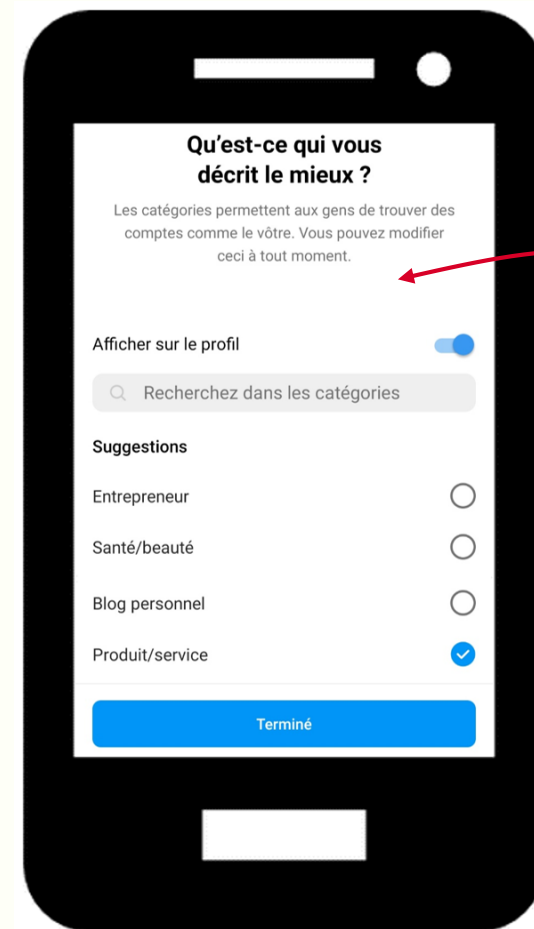
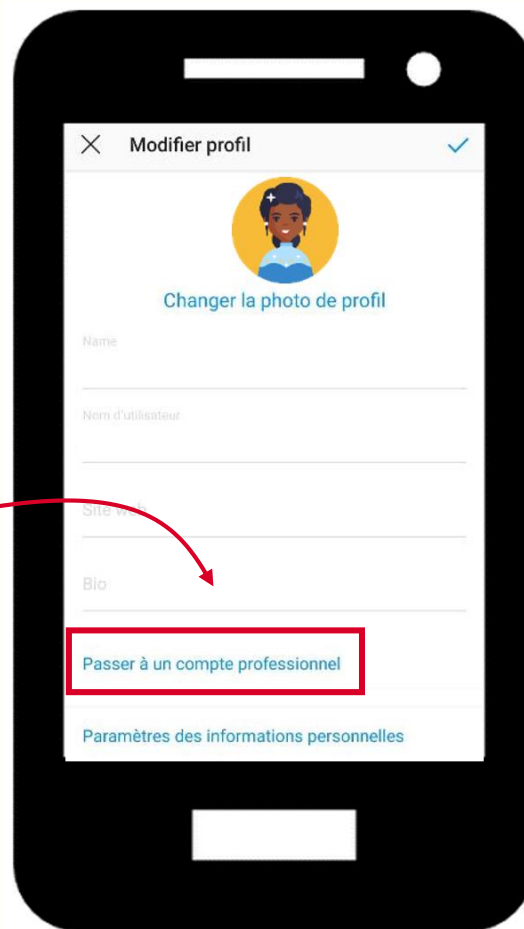
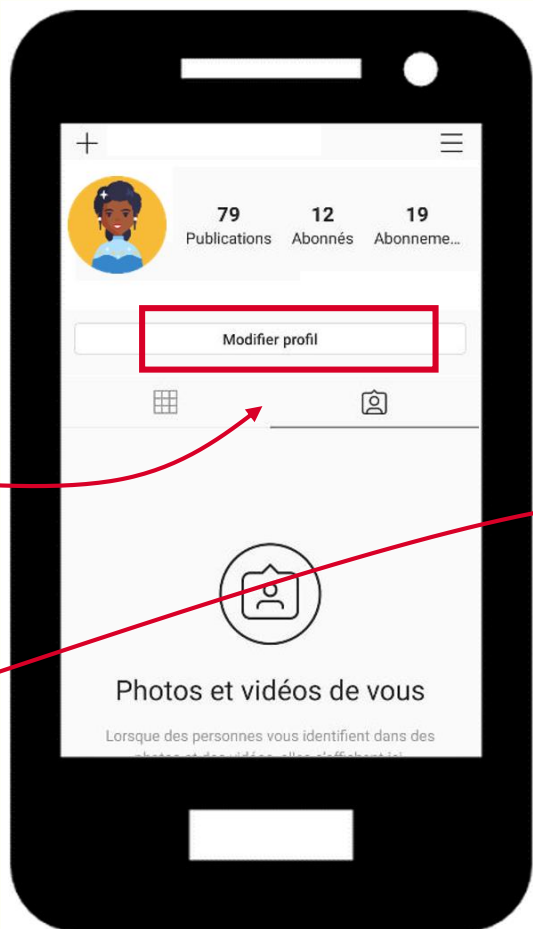
1

Passer son compte personnel en compte professionnel



Allez sur votre profil puis cliquez sur « **Modifier le profil** ».

Cliquez ensuite sur « **Passer à un compte professionnel** »



Choisissez la catégorie se rapprochant le mieux de vous.

Débuter sur Instagram



Créer son compte

Étes vous une entreprise ?

D'après la catégorie que vous avez sélectionnée, votre compte pourrait être une entreprise. Vous pouvez modifier cela à tout moment.

Professionnel

Idéal pour les distributeurs, les entreprises locales, les marques, les organisations et les prestataires de services.

Creator

Idéal pour les personnalités publiques, les producteurs de contenu, les artistes et les influenceurs.

Suivant

Choisissez votre profil : créateur ou professionnel puis indiquez vos coordonnées

Vérifiez vos coordonnées

Ces informations seront affichées sur votre profil afin que les gens puissent vous contacter. Vous pouvez les modifier ou les supprimer à tout moment.

Informations publiques sur l'entreprise

✉ Adresse e-mail professionnelle

📞 FR +33 Numéro de téléphone

📍 Adresse professionnelle >

Afficher les coordonnées

Vos coordonnées permettent de vous contacter plus facilement (e-mail, appel) ou d'effectuer une action depuis les boutons qui apparaîtront sur votre profil. Vous pouvez les afficher ou les masquer à tout moment.

Suivant

Vous pouvez ensuite relier votre Instagram à votre page facebook.

←

Connexion à Facebook

L'association d'une Page Facebook est facultative, mais elle vous permet de partager des publications Instagram sur Facebook et d'utiliser des fonctionnalités telles que les publicités ou les outils pour le shopping.

Connexion à Facebook

Ignorer

Débuter sur Instagram



Créer son compte

2

Créer un profil
professionnel



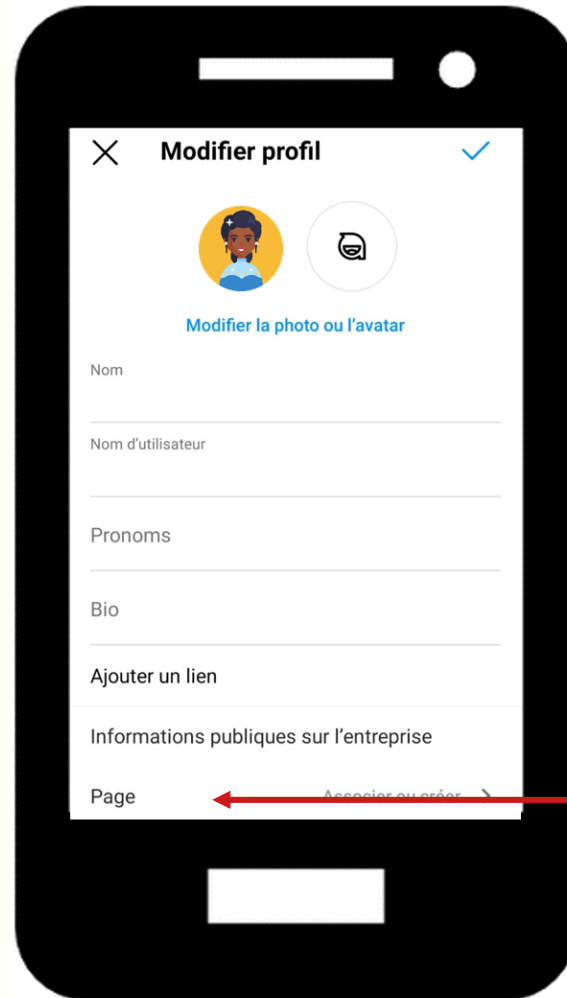
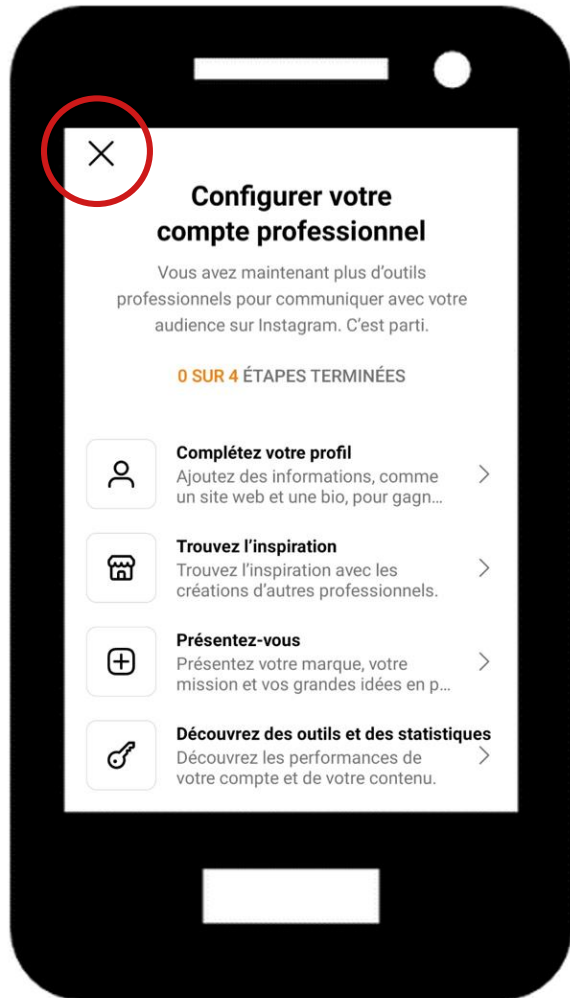
Vous pouvez également créer un nouveau compte à titre professionnel et le passer en compte professionnel.



Débuter sur Instagram



Paramétrer son compte



Fermez « Configurer votre compte professionnel », nous allons nous en occuper d'une autre façon.

Revenez sur votre profil puis cliquez sur « Modifier le profil ». Vous pouvez :

- ⊙ Changer votre photo de profil
- ⊙ Modifier votre nom et nom d'utilisateur.
- ⊙ Indiquer l'adresse de votre site internet.
- ⊙ Rédiger une courte bio.

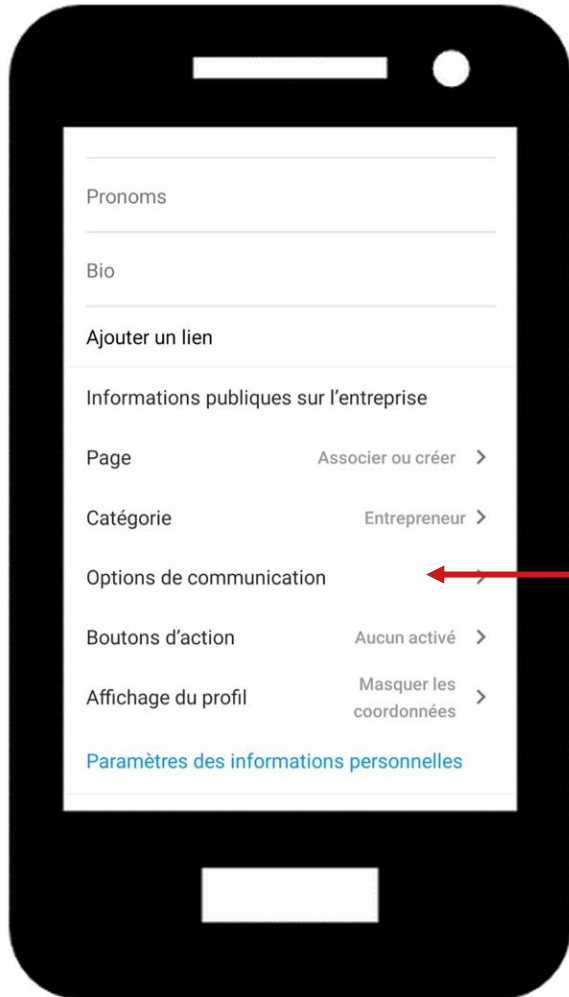
En cliquant sur « Page », vous pouvez :

- ⊙ Associer votre page Facebook à votre compte Instagram.
- ⊙ Créer une page Facebook.

Débuter sur Instagram



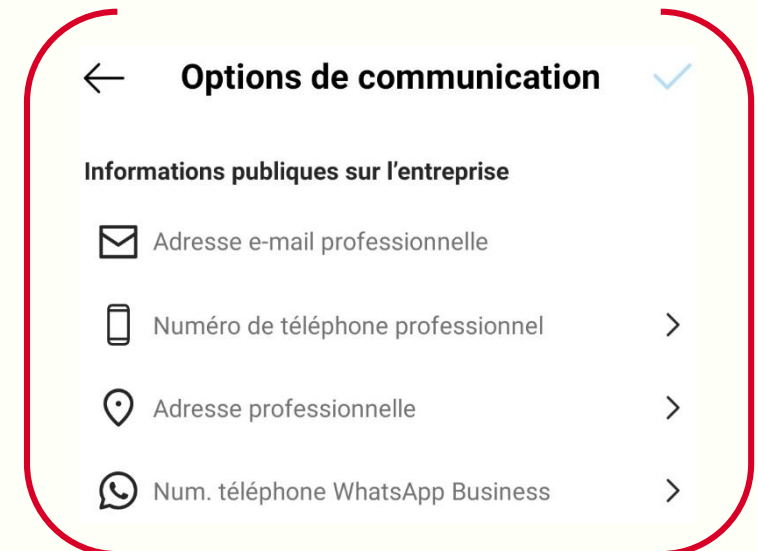
Paramétrer son compte



- ⊙ **Catégorie** : choisissez la catégorie qui décrit le mieux ce que vous faites.
- ⊙ **Ajouter un bouton d'action** : Instagram vous propose plusieurs choix (prendre RDV ou réserver) renvoyant vers des applications tierces (zenchef, thefork) ou de créer un formulaire de contact.
- ⊙ **Affichage du profil** : faites apparaître votre catégorie et vos coordonnées.

Cliquez sur « **option de communication** »
et ajoutez :

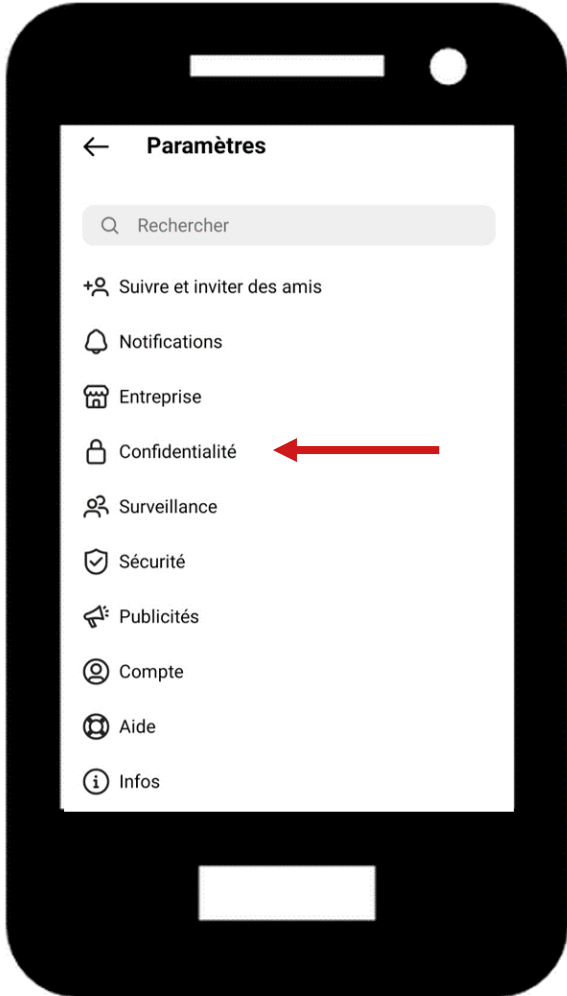
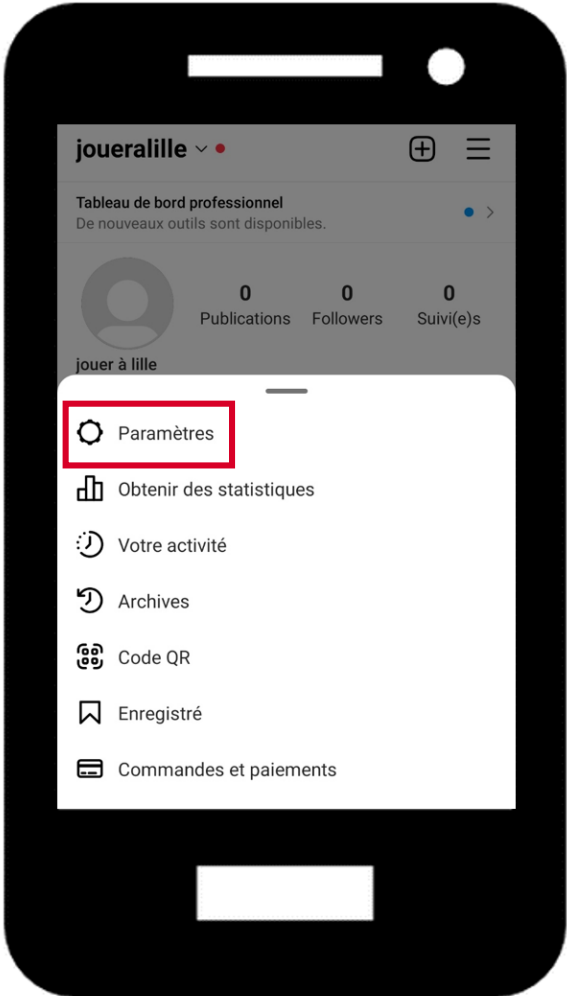
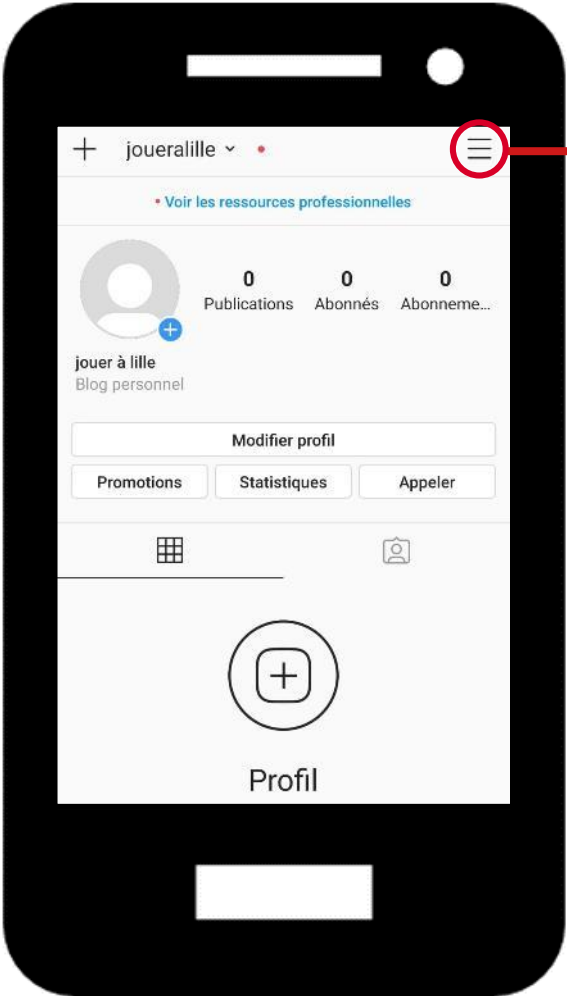
- ⊙ Votre adresse mail à laquelle les visiteurs pourront vous contacter.
- ⊙ Votre n° de téléphone professionnel.
- ⊙ L'adresse de votre local/boutique qui apparaîtra sur google maps.
- ⊙ Votre numéro WhatsApp.



Débuter sur Instagram



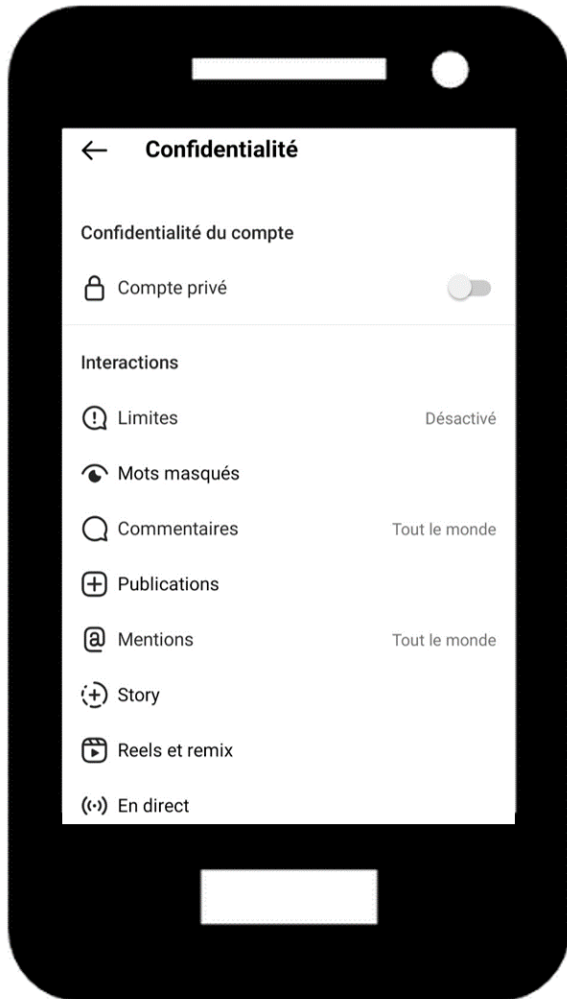
Définir les paramètres de confidentialité et de préférence



Débuter sur Instagram



Définir les paramètres de confidentialité et de préférence



Mots masqués :

- ⦿ **Masquez les commentaires offensants** (vous n'avez pas la main).
- ⦿ **Bloquer des mots et des expressions** : vous pouvez ajouter plusieurs mots, expressions et emojis.

Commentaires :

- ⦿ Définissez **qui peut commenter** vos publications : tout le monde, les personnes que vous suivez et/ou vos abonnés.
- ⦿ **Bloquer des personnes** : leurs commentaires n'apparaîtront pas sur vos publications.

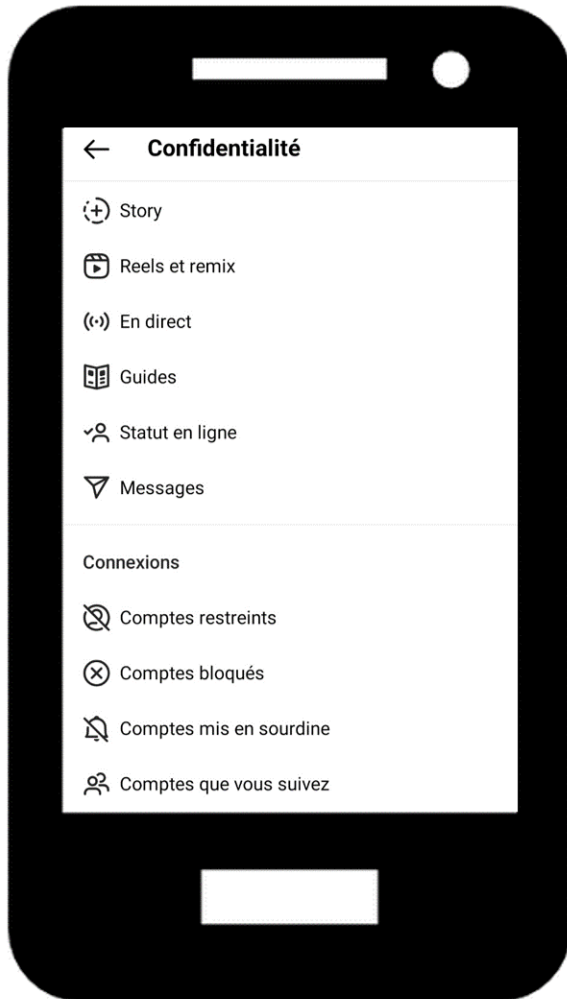
+ Publications : définissez **qui peut vous identifier** dans ses photos et vidéos : tout le monde, les personnes que vous suivez ou personne. Vous pouvez décider de valider les identifications au préalable.

@ Mentions : définissez **qui peut associer votre compte dans leurs stories, commentaires, vidéos en direct et légendes** (tout le monde, personnes que vous suivez, personne).

Débuter sur Instagram



Définir les paramètres de confidentialité et de préférence



Story :

- Vous pouvez sélectionner des personnes pour lesquelles masquer votre story. Masquer votre story n'est pas la même chose que bloquer une personne et n'empêche pas celle-ci de voir votre profil et vos publications.
- Vous pouvez créer une liste d'amis proches avec lesquels partager vos stories.
- Vous pouvez autoriser les réponses et laisser la possibilité aux personnes de partager votre story (également sur Facebook).

Reels et remix : vous pouvez autoriser tout le monde à utiliser vos contenus pour des reels, vidéos du fil ou photos. Vous pouvez activer aussi le partage de vos reels sur votre page Facebook.

En direct : vous pouvez masquer vos vidéos en direct pour certaines personnes.

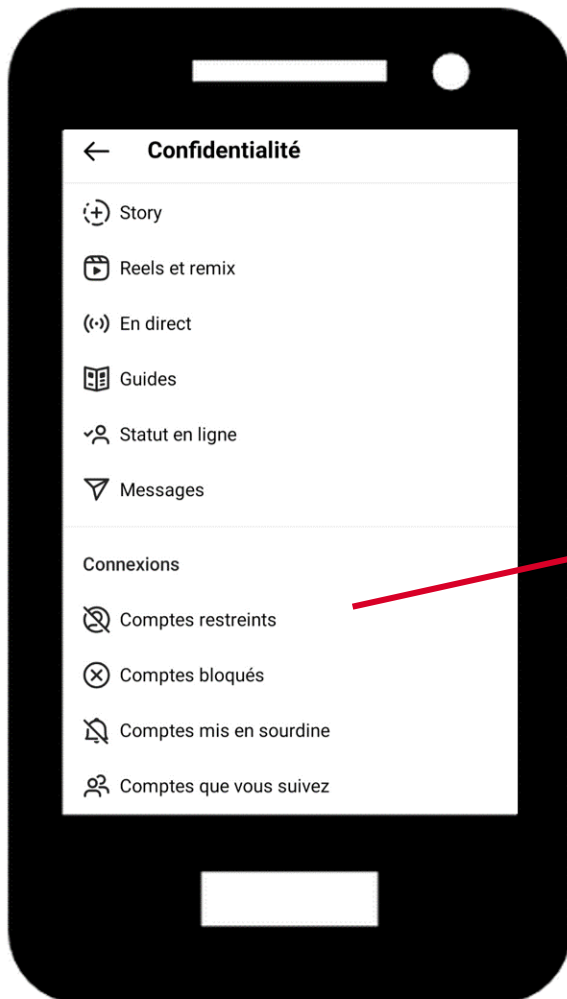
Statut en ligne : vous pouvez désactiver le statut en ligne. Les personnes ne pourront pas voir quand vous avez été en ligne pour la dernière fois ou si vous êtes en ligne.

Messages : définissez qui peut vous envoyer des invitations par message ou vous ajouter à des groupes (tout le monde, personnes que vous suivez).

Débuter sur Instagram



Définir les paramètres de confidentialité et de préférence



Vous avez la possibilité de restreindre des comptes.

⦿ Protection contre les interactions :

Limitez temporairement les interactions d'une personne sans avoir à la bloquer ni à vous désabonner de son compte. Elle n'aura pas l'information.

⦿ Vérification de ses commentaires :

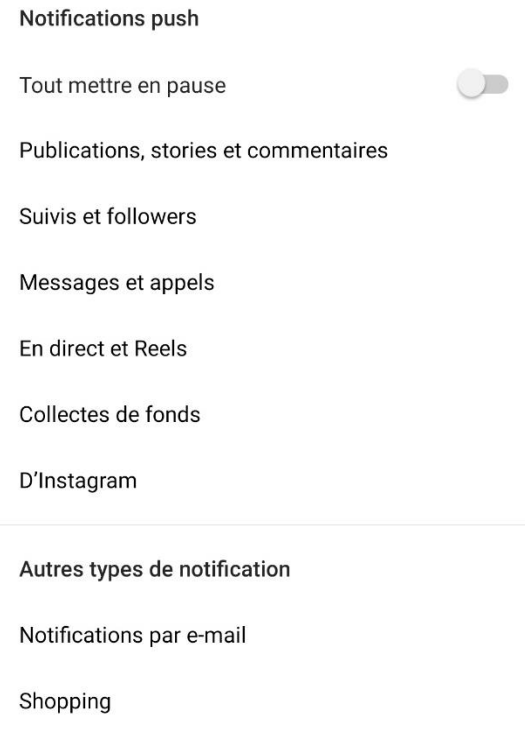
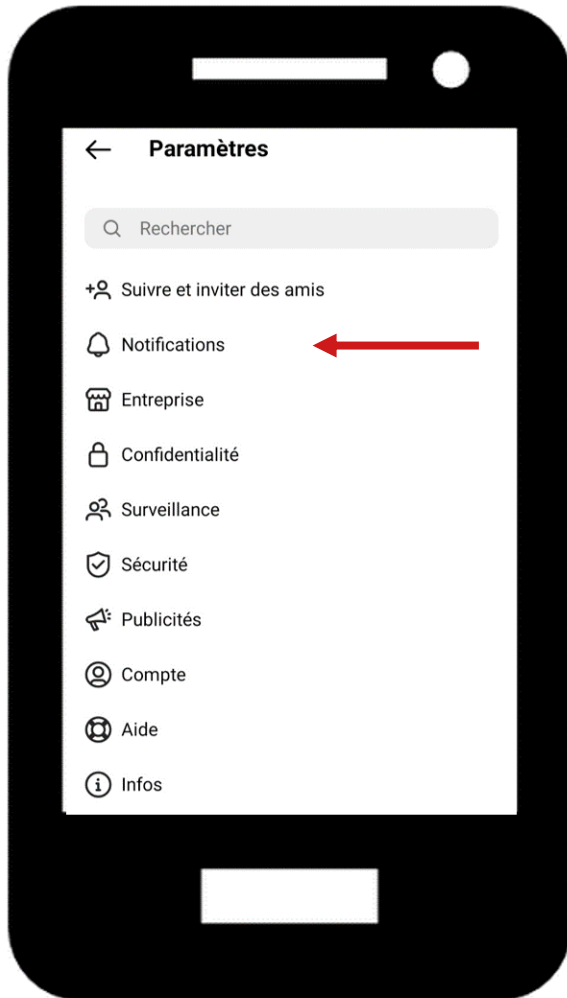
Seuls vous et la personne que vous restreignez verrez ses nouveaux commentaires sur vos publications. Vous pouvez approuver chacun des commentaires afin qu'ils soient visibles par tout le monde.

⦿ Masquage de votre statut en ligne.

Débuter sur Instagram



Définir les paramètres de confidentialité et de préférence



Dans l'onglet **notifications**, vous pourrez paramétrer les notifications (push) que vous recevrez suite :

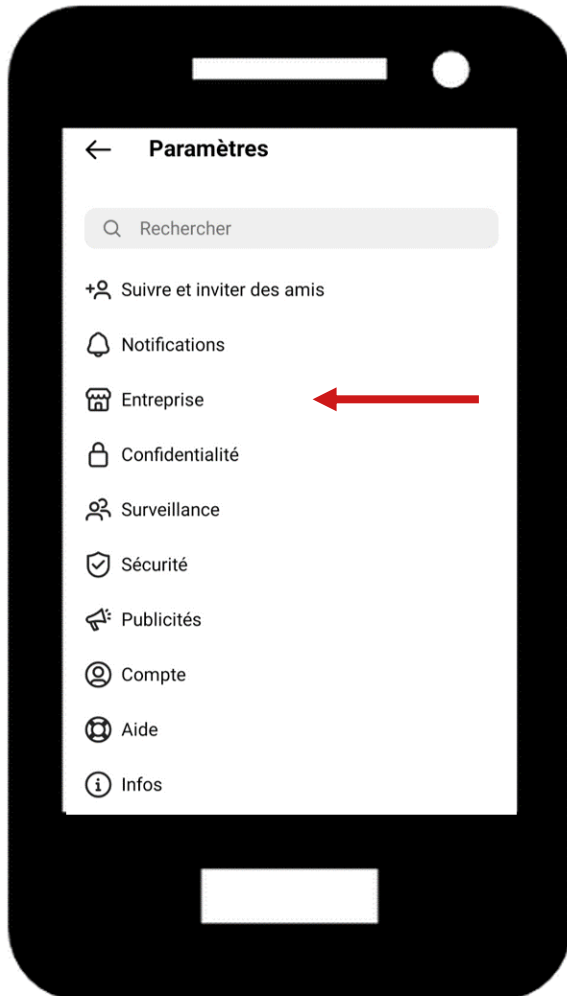
- ⦿ à vos publications ou aux messages que les visiteurs vous enverront.
- ⦿ Aux nouveaux abonnés ou demandes d'abonnement acceptés, amis Instagram, mentions sur les bios.
- ⦿ Invitations par message, invitations à des groupes, messages.
- ⦿ Direct et réels des comptes que vous suivez, ou des réels les plus regardés dans votre région.

Vous pouvez également paramétrer les notifications **par e-mail**.

Débuter sur Instagram



Définir les paramètres de confidentialité et de préférence



Dans l'onglet **Entreprise** :

Paiements publicitaires
 Contenu de marque
 Publicités de contenu de marque
 Réponses enregistrées
 Questions/réponses
 Message de bienvenue
 Associer ou créer
 Âge minimum
 Statut de monétisation

- ⦿ **Réponses enregistrées** : vous enregistrez des réponses aux questions que l'on vous pose le plus souvent.
- ⦿ **Questions/réponses** : suggérez jusqu'à 4 questions à poser. Elles apparaîtront au début d'une discussion.
- ⦿ **Message de bienvenue** : message qui accueille les internautes lorsqu'ils lancent une discussion avec vous.
- ⦿ **Âge minimum** : vous pouvez définir un âge minimum pour voir votre compte.

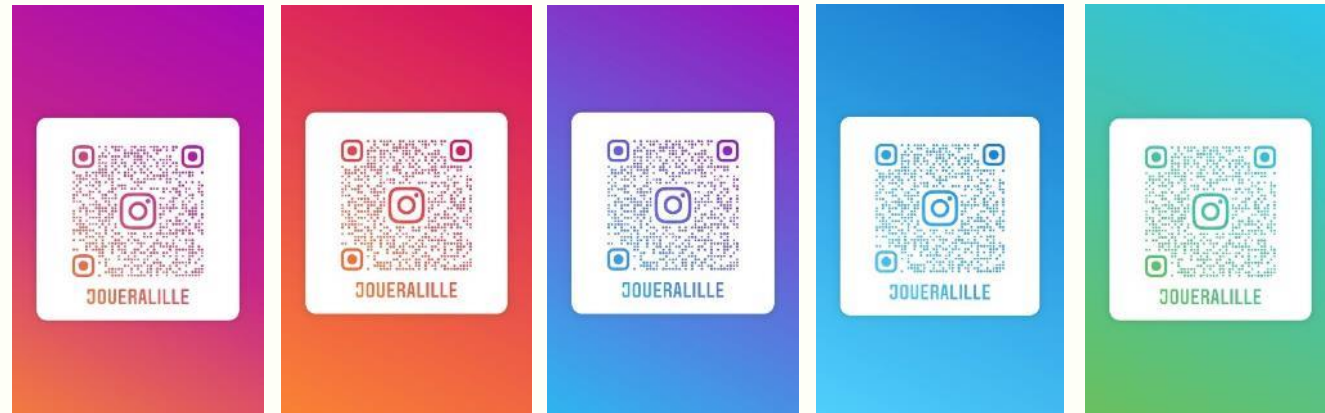
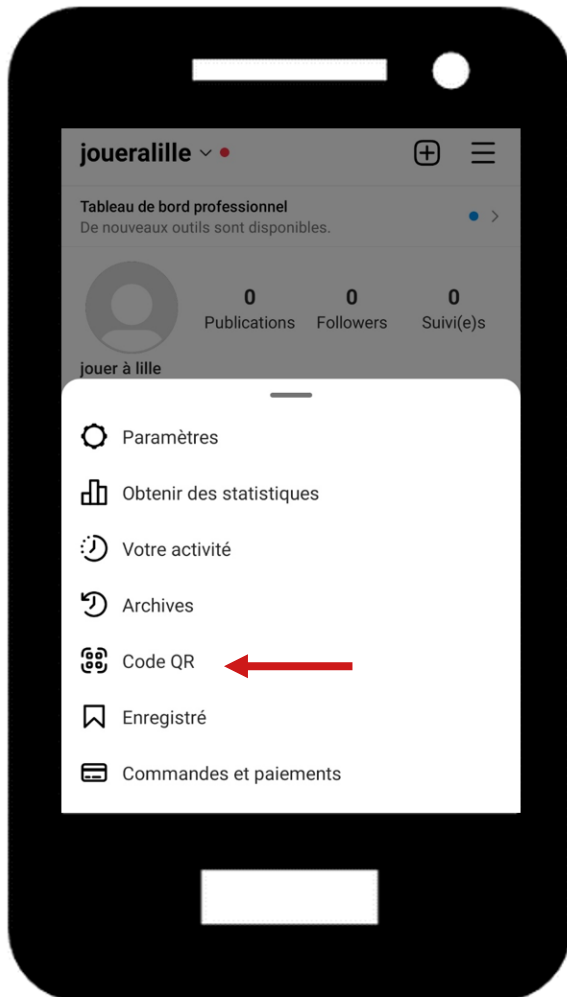
Débuter sur Instagram



Définir les paramètres de confidentialité et de préférence

Bonus : télécharger votre QR code 😊

- Cliquez sur « Code QR »
- Choisissez une couleur, un fond avec emoji ou faites un selfie.



Débuter sur Instagram



Préparer vos posts

Organisez votre grille de publications:

- ▶ Planifiez les premières publications
- ▶ Préparer et programmer vos publications.

 **Meta**
Business Partner

Canva

Débuter sur Instagram



Optimiser la bio

Conseils pour une bio engageante



- ▶▶ Soyez concis et direct
- ▶▶ Définissez votre identité de marque
- ▶▶ Mettez à jour régulièrement votre bio
- ▶▶ Utilisez des emojis pour attirer l'attention
- ▶▶ Ajoutez un appel à l'action (CTA)
- ▶▶ Incluez des mots-clés pertinents
- ▶▶ Montrez votre personnalité
- ▶▶ Incluez des informations de contact

Débuter sur Instagram



Visibilité des publications

Attirer plus d'abonnés et renforcer
l'engagement

- ▶ Publiez régulièrement
- ▶ Utilisez des hashtags pertinents
- ▶ Créez du contenu de qualité
- ▶ Interagissez avec votre communauté
- ▶ Utilisez les stories et les fonctionnalités interactives
- ▶ Postez aux heures de pointe
- ▶ Favorisez le partage de vos contenus
- ▶ Collaborez avec d'autres utilisateurs
- ▶ Utilisez les publicités Instagram
- ▶ Expérimentez et ajustez



Les bons conseils de Busy et



- **Communiquer de façon professionnelle**
- **Mesurer l'impact de vos actions**



A vous de jouer !

Consignes avant de vous

- **Créez votre page ou profil 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/Instagram en créant une page professionnelle Facebook et/ou profil professionnelle Instagram



Connaitre les moyens d'animer une page



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