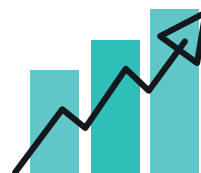


**TRANSITION NUMÉRIQUE****COMMENT AUGMENTER MA VISIBILITÉ SUR FACEBOOK ?****1. Comprendre la visibilité sur Facebook**

Dès qu'un utilisateur consulte son fil d'actualité, l'algorithme de Facebook décide quelles publications s'affichent, et dans quel ordre selon : les préférences de la personne, l'heure de connexion, la bande passante disponible et de nombreux autres critères. Une communauté importante n'est donc pas systématiquement synonyme de bonne visibilité, pour cela, vous devez faire en sorte que les internautes interagissent avec le contenu que vous publiez.

2. Les bonnes pratiques pour booster votre visibilité

• **Être régulier** : une absence prolongée ou répétée entraînera de manière systématique une baisse de visibilité. Vous avez la possibilité de programmer l'ensemble de vos publications à l'avance et ce de manière gratuite.

Comment faire ?

1- Aller sur l'interface d'administration de votre page puis cliquer sur l'onglet «Meta Business Suite» à gauche de votre écran

2- Cliquer ensuite sur «Créer une publication» sous votre nom de page.

3- Une fois votre publication créée, cliquer sur «Programmer» dans les «Options de programmation».

• **Profil, page, groupe : quelles différences ?** Le profil est réservé au privé. Il vous représente en tant que personne. Une page est créée à partir d'un profil. Elle met en lumière votre activité professionnelle. Un groupe peut être public ou privé, il rassemble une communauté afin qu'elle puisse interagir.

Attention, si vous avez des « amis » alors vous utilisez un profil au lieu d'une page.

• **Publication, story, quel format utiliser ?** Une publication ou «post», apparaît à la fois sur votre page professionnelle et sur le fil d'actualité des personnes qui vous suivent. Elle se présente sous forme de texte avec une photo ou vidéo. Une story a une durée de vie de 24h. Ce contenu éphémère doit être spontanée et authentique.

• **Répondre systématiquement aux commentaires** pour engager la discussion avec votre communauté, la remercier d'avoir pris le temps d'échanger avec vous, répondre aux éventuelles questions.

• **Encourager la communauté à utiliser toutes les « réactions »** en complément du traditionnel « J'aime » : J'adore, Solidaire, Haha, Waouh, Triste et Grrr.



• **Consulter vos statistiques de page** : les données sur vos fans sont nombreuses (âge, provenance géographique, heures de connexion, etc.) et vous permettent d'adapter vos contenus.

Comment faire ?

-> Aller sur l'interface d'administration de votre page puis cliquer sur l'onglet «statistiques».

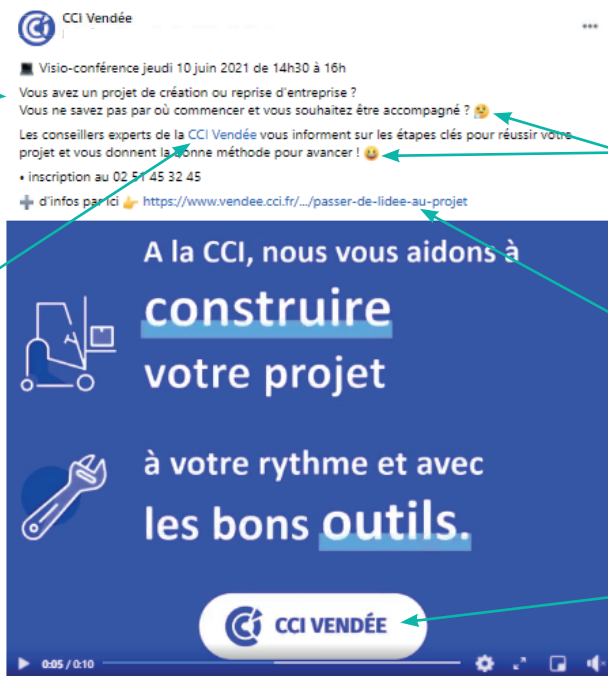
• **Ajouter un appel à action** directement sur votre page professionnelle afin d'inciter les personnes à interagir avec vous. Vous avez le choix entre plusieurs boutons : S'abonner, voir la carte cadeau, commander, prendre RDV, appeler, nous contacter, envoyer un message, etc. Choisissez de manière stratégique le bouton qui vous concerne le plus.



3. Rédiger votre publication en 6 étapes

Accroche
texte qui va accompagner votre visuel, il n'est pas limité en nombre de caractères néanmoins il est recommandé de rédiger une accroche courte d'une à deux phrases. Elle doit inciter votre communauté à réagir.

@
sert à identifier des personnes ou des comptes partenaires sur votre publication.



Ponctuation, émojis
permet une lecture rapide de votre message.

Appel à l'action
donne à l'internaute la possibilité d'aller plus loin en cliquant sur un lien.

Image ou vidéo
vos visuels doivent être chartés systématiquement avec votre logo.

4. La publicité payante pour attirer vos futurs fans et clients

Il existe plusieurs possibilités pour faire de la publicité payante :

- Les publications boostées : pour rendre plus visible une de vos publications, vous pouvez y accéder depuis vos anciennes publications en cliquant sur le bouton « promouvoir ».
- Les publications sponsorisées : pour créer une publicité sur-mesure et définir un ciblage très précis : âge, sexe, provenance géographique, centres d'intérêts.

Le site de référence pour apprendre à créer une publicité payante :

→ www.facebook.com/business/ads

Les informations indiquées sur cette fiche pratiques sont susceptibles d'évoluer rapidement et la CCI ne peut être tenue pour responsable le cas échéant. Ces informations sont non exhaustives et ne constituent en aucun cas une obligation pour votre activité.

