

Réseaux sociaux - Facebook

Quelle utilité pour mon entreprise ?



stratégie



digital



graphisme- media



formations web

Copyright BOOSTACOM

LA COMMUNICATION DIGITALE
pour booster votre développement



*Exprimez-vous
les réseaux sociaux; qu'en pensez-vous ?*

RÉSEAUX
SOCIAUX

BALANCE
MOTS TES

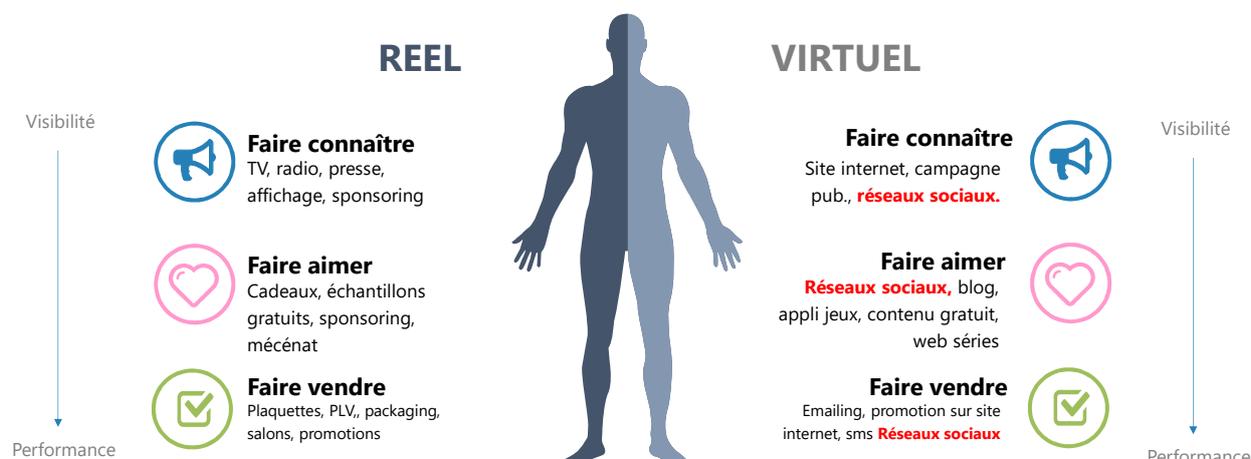


3

Copyright BOOSTACOM

Communication on et off line : l'effet miroir

Je mets en valeur mes savoir-faire et je répète mon message, de différentes manières et sur plusieurs Canaux. Plus il est répété et donc visible, mieux il est intégré par mes cibles.



4

Soigner sa présence sur le net, c'est important !

- **60%** des TPE/PME locales n'ont pas de numéro de téléphone sur leur site internet
- **25%** des TPE/PME locales ne sont pas du tout présentes sur Internet
- **63%** des TPE/PME locales n'ont pas de site internet et continue de communiquer à l'ancienne !

ALORS QUE ...

> **88%** des consommateurs qui recherchent des informations sur une société depuis un mobile la contacte dans les 24h.

> **7 consommateurs sur 10** font confiance aux avis trouvés sur Internet, autant qu'aux recommandations faites par leur entourage.

> **5 consommateurs sur 10** choisissent une TPE/PME locale en fonction de sa e-réputation.

5

Copyright BOOSTACOM

Je tisse ma toile sur le net...

Les réseaux sociaux ne remplacent pas un site internet : pourquoi ?



6

Etre en première page de Google pourquoi ?

Parce que c'est là où sont mes futurs clients...
« J'ai l'intention de... Je suis intéressé par... » : avant son achat, le client se renseigne sur le net !



Copyright BOOSTACOM

Le poids du digital dans l'acte d'achat

4 profils types de client

Les digivores : Très orientés « marque » dans leur décision d'achat. Achètent en ligne pour les prix mais aussi pour des produits correspondants à leurs attentes. Multi équipés en digital (smartphone et tablette à 82 %). Plus jeunes CSP++, région parisienne, plus masculins.

Attitude digitale : 90 % ont déjà liké un contenu publié par une marque ; a 195 amis/followers sur le principal réseau social ; a fait 60 achats en ligne en un an.

Les pragmatiques : achètent en ligne pour les prix et parce que c'est plus simple et fait gagner du temps. Bien équipés, smartphone et tablette à 100 %. Plus jeunes, CSP+

Attitude digitale : 79 % ont déjà liké un contenu publié par une marque ; a 170 amis/followers sur le principal réseau social ; a fait 30 achats en ligne en un an.

Les opportunistes : achètent en ligne des produits déjà très digitalisés ou proche de la VPC, surtout pour les prix ; équipement digital limité au smartphone, consultation d'Internet surtout sur PC ; professions intermédiaires, peu de femmes.

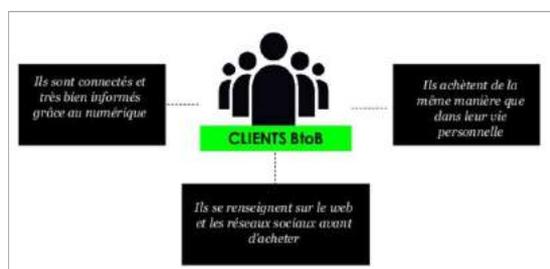
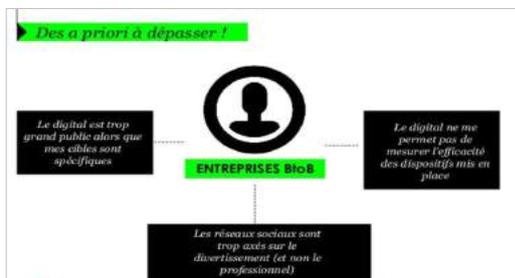
Attitude digitale : 56 % ont déjà liké un contenu publié par une marque ; a 136 amis/followers sur le principal réseau social ; a fait 19 achats en ligne en un an.

Les réfractaires : achètent epu en ligne, seulement des catégories déjà très digitalisées ou proches de la VPC ; très orientés prix dans leur décision d'achat ; se méfient d'Internet (un danger) ; peu équipés en digital (26 %) ; plus âgés, CSP- et inactifs, ruraux ou petites villes.

Attitude digitale : 25 % ont déjà liké un contenu publié par une marque ; a 90 amis/followers sur le principal réseau social ; a fait 9 achats en ligne en un an.

Digital et BtoB : tout a changé ! - 1

Des a priori à dépasser !



Sources préférées des clients pour se renseigner



BOOSTACOM

9

Copyright BOOSTACOM

Digital et BtoB : tout a changé ! - 2

Le digital, promesse de différenciation et de visibilité



Instaurer son **storytelling de marque**



VISIBILITÉ

S'assurer une visibilité auprès de **cibles spécifiques, à l'international**



DIFFÉRENCIATION

Se différencier des **concurrents**



LEADS

Acquérir de **nouveaux clients**

BOOSTACOM

10

Donc le duo gagnant est...

Communication digitale + communication classique = Omnicanal



Copyright BOOSTACOM

Donc le duo gagnant est...

Site internet + réseaux sociaux

1/ Je traite le sujet sur mon site internet (version longue).... >> 2/ je partage le lien sur Facebook (version courte)
Double intérêt : des abonnés de Facebook viennent visiter mon site grâce au lien d
 es visiteurs du site, arrivés grâce au référencement, partagent mon article sur Facebook et me font connaître à leurs amis.



Quel rôle pour les réseaux sociaux ?

**Se faire connaître,
faire connaître son site web
faire connaître sa boutique
faire connaître ses produits**

Aider au référencement de
son site internet

Ecouter, échanger, trouver
des idées, connaître les nouvelles
tendances

Surveiller la concurrence

Fidéliser, prospecter en créant du lien
et en suscitant l'intérêt



**Créer une nouvelle relation avec ses
clients : tisser des liens basés sur l'émotion**

Animer un réseau

Humaniser : montrer les personnes qui
se trouvent derrière une entreprise

Créer une communauté, trouver les
futurs ambassadeurs de votre entreprise

En savoir plus sur une entreprise avant un RDV

13

Copyright BOOSTACOM

Un lieu d'échange et d'émotion

avant d'être un lieu commercial

*« Les gens vont oublier
ce que vous avez dit,
ce que vous avez fait,
mais jamais ils n'oublieront comment
vous les avez fait sentir. »*



14

Comment faire passer l'émotion ? des photos et de l'humain !



Le partage d'images et de vidéos est ce qui génère le plus d'engagement sur Facebook et Twitter et les réseaux sociaux en général.

15

Copyright BOOSTACOM

Vous avez dit émotion ?

Boostacom
vous souhaite une belle semaine !

650 Personnes touchées
144 Interactions

Entractif
Organisation à but non lucratif

1 073 Personnes touchées
624 Interactions

La team AQUAPASSION vous souhaite un excellent week-end ! & Lundi en pleine forme

1 500 personnes atteintes

BOOSTACOM

16

Vous avez dit émotion ?

1 222 vues de votre post dans le fil

300 personnes atteintes

Copyright BOOSTACOM

Et quand les liens d'émotion sont tissés... le commercial marche !

15 859 personnes atteintes

**En 3 publications
29 000 personnes
atteintes
et 3 200 réactions**

11 663 personnes atteintes

13 partages

Donc, réseaux sociaux, j'y vais ou j'y vais pas ?

Que vous le vouliez ou non et que vous y soyez ou pas, on parle de vous sur Internet.

- Donc vous devez maîtriser le dialogue, **en étant présent et en organisant votre présence**
- Vous devez enclencher une démarche de veille sur votre nom (recevoir les notifications, **Google Alert sur mon nom**)



Copyright BOOSTACOM

Ne pas être trop ambitieux ou enthousiaste !



**NE VOUS EPARPILLEZ PAS !
CONCENTREZ-VOUS SUR UN OU
DEUX RÉSEAUX.**

LORSQUE VOUS AUREZ CHOISI LE(S) RÉSEAU(X) QUE VOUS ALLER UTILISER, DEMANDEZ VOUS SI VOUS ARRIVEREZ À PRENDRE LE TEMPS NÉCESSAIRE POUR L'ENTREtenir !



FACEBOOK

pourquoi ? Comment ?






21

Copyright BOOSTACOM



Facebook

Facebook, premier réseau social dans le monde en terme de nombre d'utilisateurs et de temps passé sur son site et ses applications mobile, consolide sa place de leader incontesté des médias sociaux. Au réveil, 48% des 18-34 se connectent sur Facebook

Créé en 2004		4,5 milliards de « likes » / jour
+ 2 milliards 33 millions en France		10 milliards de message / jour
22 millions utilisateur quotidien en France		4,75 publications/ pers. / jour
Age moyen des utilisateurs: 42 ans		350 millions de photos postées / jour

Sources : Blog du modérateur 2015

22

Facebook : Points forts

- ① **Premier réseau social au monde.**
- ② **Réunit toutes les classes d'âge** et catégories de population : moyenne d'âge 42 ans
- ③ **Avec les Pages Fan Entreprise**, Facebook dispose d'outils pour les entreprises et de nombreuses fonctions : pages produits, rdv, story, programmation...
- ④ **Avec Facebook Messenger**, Facebook propose un outil intégré de relation client en temps réel pour les entreprises.
- ⑤ **Programme de publicité** capable de cibler les utilisateurs selon des critères socio-démographiques et géographiques
- ⑥ **Des outils statistiques** permettent de suivre vos publications
- ⑦ **Un véritable écosystème** : Whatsapp et Instagram ont été rachetés par Facebook, désormais 23 applications



Copyright BOOSTACOM

Facebook : adapté pour... Tous les secteurs d'activité !





Facebook : adapté pour...

Et encore plus pour :

- ① Les entreprises avec une capacité forte à produire de l'émotion (monde de la mode, de la cuisine, savoir créer l'émotion avec des personnages..)
- ② Les entreprises capables de publier des contenus hautement partageables : nature, animaux, cuisine, terroir, culture, faits divers...
- ③ Les entreprises pouvant facilement produire photos et vidéos : 93% des publications les plus partagées comportent une photo.
- ④ Les entreprises diffusant des offres spéciales, coupons et concours.



25

Copyright BOOSTACOM



Facebook : attention cependant

- **Il est difficile aujourd'hui de démarrer une page de zéro (sans passer par la publicité).**
- Facebook n'est plus le réseau social le plus rentable en terme d'efforts / avec la chute de la visibilité des publications de pages et la mise en place d'un algorithme visant à favoriser les contenus générant le plus d'interactions.
- Facebook est délaissé peu à peu par les jeunes qui, sans se désinscrire, lui préfèrent Twitter, Tumblr ou des applications mobiles comme Instagram, Snapchat, Vine ou Whatsapp



26

Quelle visibilité pour mon contenu publié ?

Attention ! Vos publications de votre Page Pro n'apparaissent dans le flux d'actualité qu'à une petite partie de vos Fans.

- Profil perso : tous mes amis voient ce que je publie
- Page pro : **seulement 16 à 20 % des abonnés voient ce que je publie**

Donc, plus précisément, en moyenne, **+ de 85 % ne verront pas votre prochain message**, et ce à cause de l'algorithme de Facebook. **Sur quoi se base l'algorithme Facebook ?**

- le **score d'affinité** avec chaque membre > régularité des échanges avec un contact (toutes formes d'interaction comprises),
- le **poids des interactions** > types d'interaction (un commentaire , « J'aime », clic)
- le **facteur temps** au fur et à mesure que le temps passe, votre publication est de – en – importante

Copyright BOOSTACOM

Les 10 commandements de Facebook

- 1 **Soyez bref** : Avec des publications ≤250 caractères (3 lignes) vous recevrez 60% de « J'aime » en plus que les autres.
- 2 **Publiez régulièrement** : Partagez des informations au moins 2 à 3 fois par semaine pour rester dans l'esprit de vos fans.
- 3 **Publiez au bon moment** : quand c'est l'heure, faut pas la louper !
- 4 **Connaissez vos fans** : Donnez l'impression de fournir un contenu privilégié peut leur faire sentir qu'ils sont au courant des dernières informations concernant le projet.
- 5 **Soyez saisonnier** : Adaptez vos publications en fonction de la période permet à vos fans de créer un engagement en lien avec l'actualité.
- 6 **Soyez complice** : Donnez l'impression de parler directement à ses fans ouvre plus facilement la conversation.
- 7 **Publiez des photos/vidéos** : Une publication visuelle génère beaucoup plus d'engagement qu'une publication texte : photo (180%), image (120%) et vidéo (100%).
- 8 **Encouragez les interactions** : Sollicitez vos fans à obtenir leur avis sur telle ou telle action de votre projet.
- 9 **Partagez les publications de vos fans** : Récompensez les contributions de vos fans qui montrent qu'ils connaissent votre projet et vous soutiennent.
- 10 **Utilisez une écriture propre à votre projet**: Essayez de garder un style d'écriture unique, avec par exemple un titre très court (ex. L'image du jour), afin que vos fans sachent d'un coup d'œil de quoi il s'agit et s'ils peuvent être intéressés ou non.

Facebook : 3 types de comptes

- **Le profil personnel** : C'est un profil personnel, donc rattaché à une personne, et qui relève donc par définition d'une utilisation privée de Facebook.

- **C'est le profil personnel qui pilote la page professionnelle**

- **Pas de page professionnelle s'il n'y a pas l'existence au départ, d'un profil personnel.**

- **La page** : ou fanpage ou encore page professionnelle. Par opposition au profil personnel, les pages correspondent à une utilisation, cette fois-ci, professionnelle de Facebook pour promouvoir une marque ou activité.

- **Le groupe** : C'est le moins connu des 3 fonctions de Facebook. Il correspond, comme son nom l'indique, à un lieu d'échange de personnes autour d'un sujet commun. Un groupe de personnes ayant les mêmes centres d'intérêt.



Page
Entreprise, organisme ou institution

Copyright BOOSTACOM

Comment je différencie une page Profil et Page professionnelle ?



Profil personnel

On peut remarquer qu'un profil personnel et une page professionnelle **ne sont pas présentés de la même manière.**

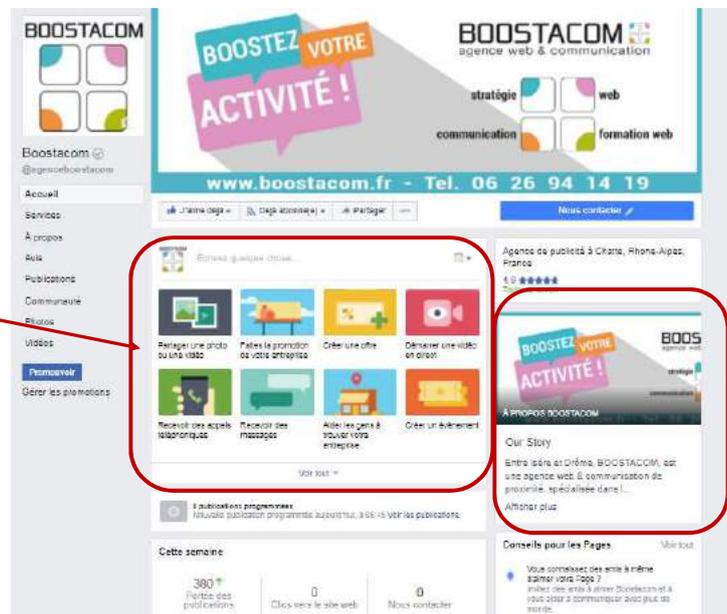


Page professionnelle

Page professionnelle

Des fonctions pour mettre en avant l'entreprise et les produits

Et des chiffres précis pour suivre ma performance et mon audience



BOOSTACOM

31

Copyright BOOSTACOM

Pilotage des comptes

Cécile peut piloter plusieurs pages professionnelles différentes



La page professionnelle est anonyme > on ne voit Pas qui sont les personnes qui écrivent les publications.

On peut être plusieurs personnes à avoir les droits pour publier > et c'est même conseillé pour se répartir le travail.



32

Je gère plusieurs pages : attention à bien me repérer

Je suis bien une personne et mon profil personnel reste toujours affiché en haut

Je vais directement sur chaque page pro que je gère, en cliquant sur la flèche en haut



BOOSTACOM

33

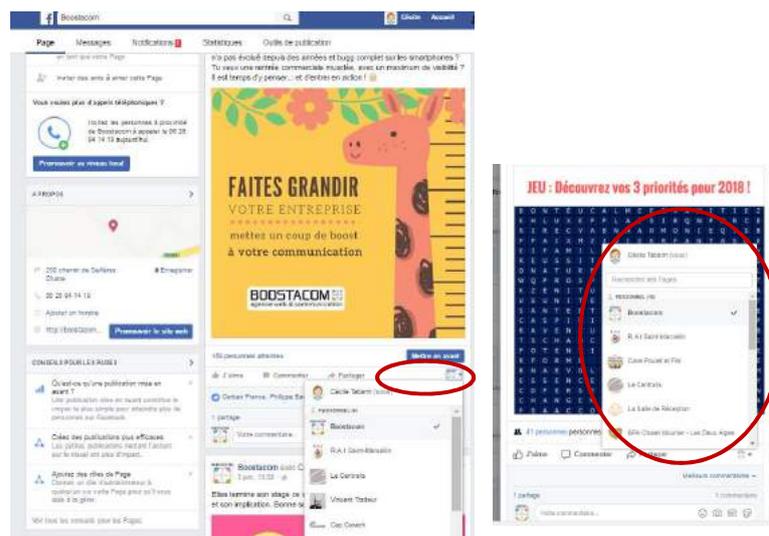
Copyright BOOSTACOM

Je gère plusieurs pages : attention à bien me repérer

Attention !

Bien choisir le profil qui like ou commente les publications

AVANT de liker ou partager, vous devez d'abord choisir le profil qui va faire cette action (avec la petite flèche)



BOOSTACOM

34

FACEBOOK

Exemples de fonctions sur la page professionnelle

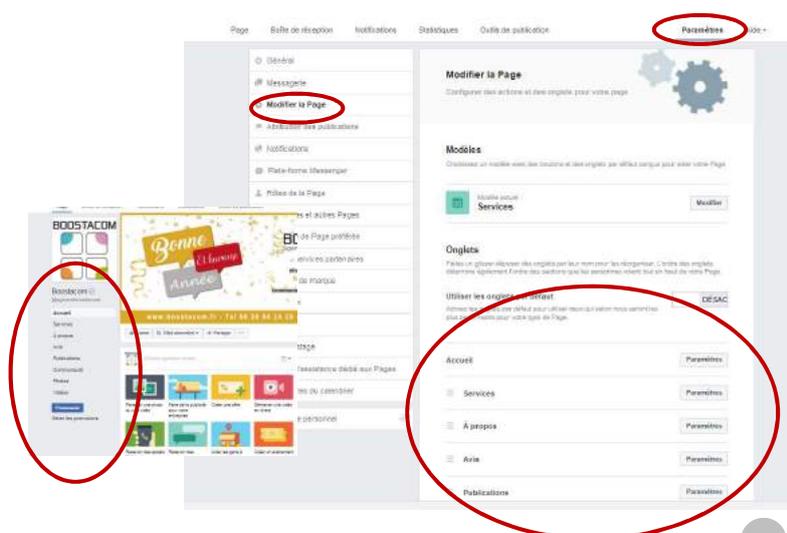


Copyright BOOSTACOM

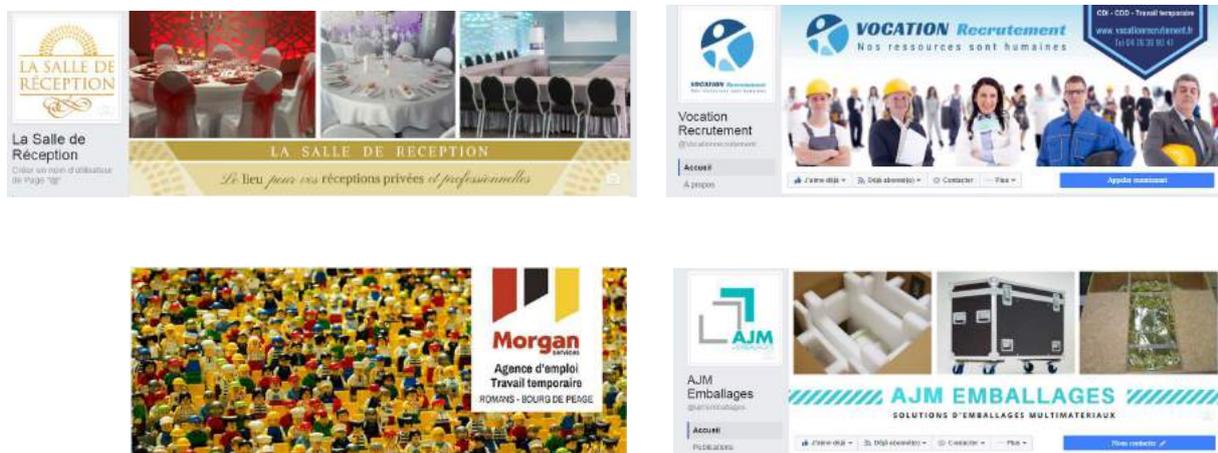
Personnaliser la présentation de sa page

✓ Onglet du haut
« paramètre » cliqué
sur « modifier la page »

✓ L'ordre d'apparition des onglets, dans la colonne gauche de votre page d'accueil Facebook, peut être personnalisé. Vous pouvez soit choisir un des modèles proposés par Facebook (modèles), soit afficher, désafficher, déplacer les modules (faire glisser avec la souris)



La Facebook cover : un beau visuel qui parle de vous !

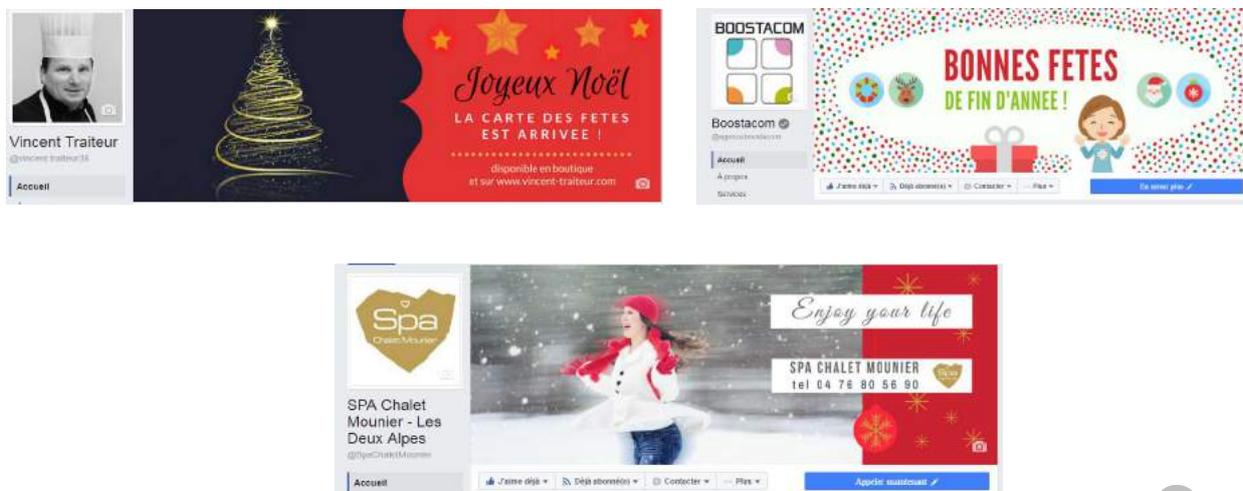


BOOSTACOM

37

Copyright BOOSTACOM

Facebook cover : la changer au fil des saisons



BOOSTACOM

38

Mettre à jour ma belle histoire d'entreprise



Copyright BOOSTACOM

Publier ou programmer (pour gagner du temps)



Ajouter une photo, une vidéo, une humeur, une action ou encore une position géographique à votre publication

Cliquez pour publier l'information sur votre page ou sur la petite flèche pour programmer la publication



Afficher mes produits & services

Première chose à savoir : pour accéder à la rubrique “services” sur l’interface en français de Facebook, la page doit être paramétrée en tant que “Services professionnels” dans “Lieu ou Commerce local”.



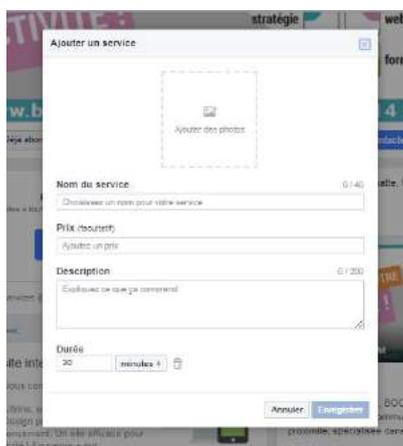
BOOSTACOM

41

Copyright BOOSTACOM

Afficher mes produits & services

Remplir le nom (40 caractères), le prix, la description (200 caractères) et ajouter une image de 200px x 200px.



Les services apparaissent en haut de page

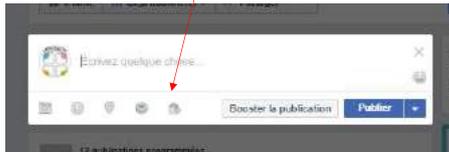


BOOSTACOM

42

Afficher mes produits & services

Afficher un service en dessous d'un post :
fonction étiqueter un produit



BOOSTACOM

43

Copyright BOOSTACOM

Comment retoucher mes images ? Directement dans Facebook



AVANT de la
publier, passer la
souris sur l'image
et cliquer le
pinceau

Modifier les couleurs ... enregistrer



44

Retoucher l'image dans Facebook - 2

Recadrer



BOOSTACOM

Fonction zoom

45

Copyright BOOSTACOM

Retoucher l'image dans Facebook - 3

Insérer du texte



BOOSTACOM

46

Prendre RDU

The screenshot shows the Facebook interface for 'SPA Chalet Mounier - Les Deux Alpes'. The top navigation bar includes 'Page', 'Boîte de réception', 'Rendez-vous', 'Notifications', 'Statistiques', 'Outils de publication', 'Paramètres', and 'Aide'. The main content area displays a post from 'Cécile Tabarin' with a 'Programmer' button. The page also features a cover photo and a profile picture.

BOOSTACOM

47

Copyright BOOSTACOM

Créer une boutique sur Facebook

Depuis fin 2016, créer une boutique sur Facebook est possible.

Mais attention : dans l'hexagone, seuls le paiement sur un autre site web et le paiement via Message sont disponibles > Donc cela est intéressant si vous avez une e-boutique.

La boutique Facebook concerne **uniquement les biens physiques**. Vous ne pouvez pas l'utiliser pour vendre des produits virtuels ou des services.

The screenshot shows the Facebook page for 'Esprit' (@esprit.fr). The page features a 'Boutique' section with three clothing items for sale: a T-shirt for 18,99 €, a vest for 69,99 €, and a robe for 49,99 €. The page also includes a 'Communauté' section with 1 604 236 likes and 1 800 038 followers. The 'Acheter' button is visible in the top right corner.

BOOSTACOM

48

Important : @ renforcer sa toile de relations

Chaque fois que je cite une personne ou une entreprise sur Facebook, je tape dans le texte @ devant son nom (sans espace)
> l'outil facebook génère automatiquement un lien vers sa page Facebook.

- La pers. qui est citée, reçoit une notification pour dire que l'on a parlé d'elle
- Cela fait de la pub à la personne / entreprise qui est citée : elle est contente (bien si c'est un client)
- Elle va voir notre publication, pour savoir ce que l'on a dit sur elle : elle partage, aime ou commente l'information
> cela nous crée une visibilité supplémentaire.

Boostacom
14 novembre, 06:00

LES CLEFS DU DIGITAL... pour l'immobilier. C'est le thème de la journée de formation que j'anime aujourd'hui à Lyon. Bienvenue aux professionnels de l'immobilier et merci à Campus Sciences-U LYON pour sa confiance !

Vous êtes Directeur d'Agence Immobilière, Négociateur...

Venez utiliser les atouts du digital et des réseaux sociaux pour booster votre activité commerciale

[Demander le programme](#)

Boostacom FORMATION

Boostacom
9 novembre, 06:23

GOOD JOB

Pour finir la semaine en beauté, VOUS l'une de nos dernières réalisations web : le site internet de VR Sourcing, 1er cabinet de recrutement indépendant du Vainonnais. Un site complet, avec toutes les annonces, formulaire de dépôt de candidature, liens réseaux sociaux... Stéphane Veyron a fait confiance à Boostacom pour créer ses outils digitaux et lancer son activité : merci et tous nos vœux de succès à VR Sourcing ! Bon week-end à tous 🙌
#boostacomrealisations

VR-SOURCING.FR
VR SOURCING | Recrutement pays vainonnais | CDI CDD isère | Accueil

BOOSTACOM

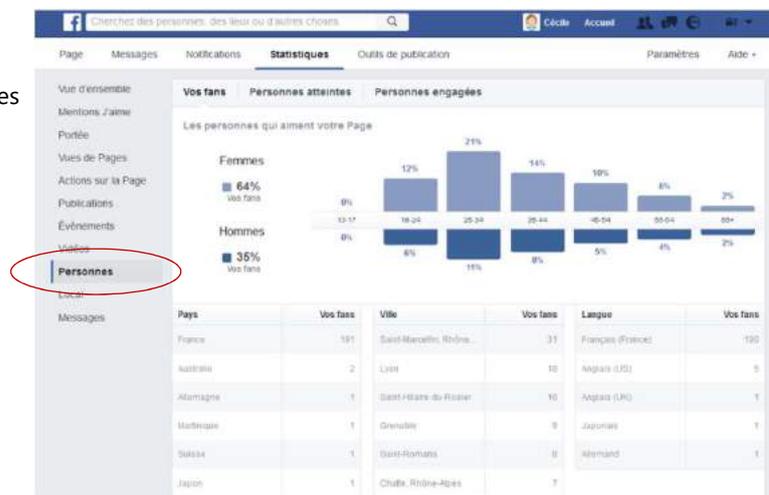
BOOSTACOM FORMATION

49

Copyright BOOSTACOM

Statistiques : connaître mon audience

Statistiques – personnes



BOOSTACOM

50

Statistiques : connaître ma performance

Regarder la portée : nombre de pers. Atteintes. Quels sujets marchent le mieux ?

Regarder le taux d'interaction > % de pers. Ayant réagi, par rapport à la portée totale des pers. Atteintes. **Viser 3 à 4 %**

The image displays two screenshots of the Boostacom Facebook analytics interface. The left screenshot shows a table of publications with columns for Date, Publication, Genre, Ciblage, Portée, and Taux d'interaction. A red circle highlights the 'Taux d'interaction' column header. The right screenshot shows a similar table with a red circle highlighting the 'Taux d'interaction' value for a specific post, which is 11%.

Date	Publication	Genre	Ciblage	Portée	Taux d'interaction
21/11/2018	GOOD JOB Avoir Facebook ce matin avec			92	11%
19/11/2018	LE SOUVIRE DU LUNDI - De matin Quand une ves-			908	19%
17/11/2018	AMIRE... c'est la veille de par l' () Si aujourd'hui,			306	27%
16/11/2018	GOOD JOB Danseuse ma et type et travail de			253	4%
15/11/2018	Ca s'écrit en se défilant et on voit à quel point...			207	9%
14/11/2018	LES CLEFS DU DIGITAL... pour			172	5%
13/11/2018	RACHYSON: LE RETOUR l'Vous l'avez déjà vu,			301	36%
12/11/2018	LE SOUVIRE DU LUNDI Digital... c'est ça,			104	1%
09/11/2018	GOOD JOB Plus fin la semaine en beauté, c'est			273	1%
06/11/2018	PETIT COURSE DE MARETTING...			258	4%
07/11/2018	GOOD JOB Nouveau logo et charte graphique 2017			347	10%
05/11/2018	LE SOUVIRE DU LUNDI Vous avez été nombreux			150	7%
02/11/2018	GOOD JOB + ACTION CITOYENNE Campagne			3.0K	34%

Copyright BOOSTACOM

Les facteurs de réussite

- Avoir du **contenu**
- Avoir du contenu à **valeur ajoutée (images, infos)**
- **S'inscrire dans la durée, être régulier dans ses publications**
- **Respecter le bon timing de publication**
- La notion de **communauté-régularité**
- Faire une **veille efficace**
- Prévoir en amont **les conflits potentiels et scénarios de crise**



FACEBOOK

quels sujets aborder ?

BOOSTACOM   53

Copyright BOOSTACOM

La publication de contenu

D'où l'importance de respecter les bonnes pratiques et notamment :

- **Varié les publications** pour susciter l'intérêt
- **Etre fréquent et régulier** et mettre un contenu de qualité, qui intéresse : 2 à 3 fois/semaine
- **Susciter des interactions** : avec des questions, en allant cliquer chez les autres, en commentant les posts des autres
- **Mettre en avant Facebook sur toute sa communication** et notamment sur son site internet, cartes de visite, signature mail, boutique physique... pour générer du trafic

BOOSTACOM   54

Mes informations en haut de page

The screenshot shows the top of a Facebook page. At the top, there are tabs for 'Notifications', 'Statistiques', 'Outils de publication', 'Paramètres', and 'Aide'. Below this is a header with a gift icon and a user profile picture. The main content area includes a status update with the text 'Ecrivez quelques choses...' circled in red. Below the status, there are sections for '1 brouillon', '4 publications programmées', and 'Cette semaine' with statistics: '1 789' publications, '0' clicks to the website, and '0' more info. At the bottom, it shows '64 000' personnes reached. On the right side, there is a sidebar with 'Agence de publicité à Chate, Rhone-Alpes, France', a search bar, and various analytics like 'Taux de réponse' and '249 abonnés'.

BOOSTACOM

55

Copyright BOOSTACOM

Publication simple : 1 texte + 1 image

Attention !

Pas de publication sans photo, toujours mettre une photo

Quelle type de photo ?

Une photo qui a du sens et qui met en valeur le message. Respecter le droit à l'image (banque photos gratuites pixabay)

Quelle taille pour le texte ?

Taille idéale moyenne > 80 caractères (2 à 3 phrases)- Si le contenu est plus long, il doit être qualitatif.

This is a smaller version of the screenshot from slide 55, showing the same Facebook page interface. The 'Ecrivez quelques choses...' text input field is circled in red.

BOOSTACOM

56

Contenu long / court

650 caractères :
160 clics pour
lire la suite

Boostacom
1 août 2017

LA BELLE HISTOIRE CONTINUE...
Boostacom poursuit sa collaboration avec Aquapassion, pour préparer l'ouverture du centre aquatique. La semaine dernière, c'était livraison de la bache : aussitôt livrée, aussitôt posée... aussitôt photographiée par une automobiliste et aussitôt postée sur Facebook ! Résultats : 200 amis en moins d'une semaine sur la page d'Aquapassion. Merci aux Romains pour leurs encouragements ! Des créateurs passionnés Laurence Cabrol Bourbonnais et Fred Bourbonnais, un projet local qui a du sens : une histoire humaine et entrepreneuriale comme on les aime chez Boostacom ! 😊
La suite très bientôt !

Publié le 02/08/2017 10:35

Publié le	Publication	Genre	Ciblage	Portée	Interactions
02/08/2017 10:35	GOOD JOB Un bureau d'études formars, spécialisé d			195	8 7
01/08/2017 20:19	LA BELLE HISTOIRE CONTINUE... Boostacom pour			1K	161 50

Contenu court avec partage de post : toujours mettre une petite phrase qui introduit le sujet

Aquapassion a partagé la publication de Boostacom.
Publié par Laurence Cabrol Bourbonnais (1) · 21 h · €

Merci Boostacom ! et merci pour vos partages. Bonne journée 😊

HEUREUX DANS L'EAU...
HEUREUX DANS LA VIE !

BOOSTACOM

57

Copyright BOOSTACOM

Définition de mes publications récurrentes

Des sujets qui reviennent à la même fréquence

- Projet Gagnant
- Démarrage de chantier / fin de chantier
- Nouveau
- Parole d'expert
- Lu/vu pour vous
- On aime...

Les définir ensemble ...

BOOSTACOM

Boostacom
11 mai 2017

LE SOUVIENS DU LUNDI
Bientôt un alcool au lait de vache ? On a bien la Charbonne... et pourquoi pas La Marcolinoise, l'alcool du pays de Saint-Marcellin !
<http://thevens.rousset.fr/.../bientot-un-alcool-au-lait-de-cha>

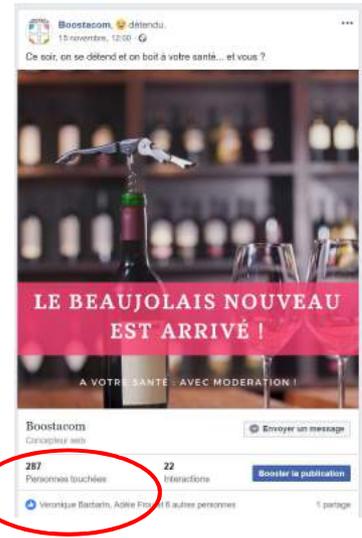
LA RECETTE DU WE
Tagliatelles porcetta et Ficodon - créée et réalisée par Boostacom -
➤ Retrouvez cette recette dans le magazine Dauphiné. Saveurs du mois d'Auril

le dauphiné
RECETTES ET SAVEURS - AOUT 2017
SPECIAL

Tagliatelles de porcetta et ficodon

58

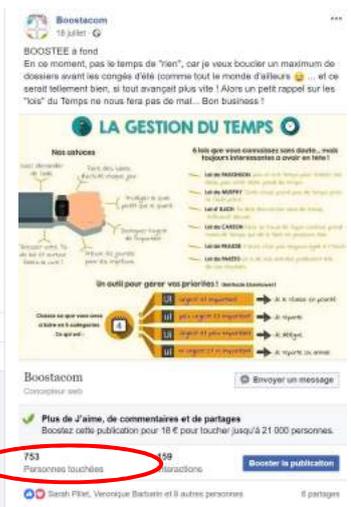
Des sujets d'actualité ou de portée locale



Copyright BOOSTACOM

Publier du contenu qui intéresse et rend service

- Un conseil technique,
 - une recette,
 - un truc et astuce
 - Un tutoriel...
- est toujours apprécié : on donne gratuitement de l'info à valeur ajoutée... l'internaute aime !



Susciter l'émotion, le rire, l'étonnement !

Boostacom
18 avril

LE SOURIRE DU LUNDI

Pour commencer la semaine du bon pied ! J'adore 😊 et vous ?



Boostacom
24 septembre

LE SOURIRE DU LUNDI

"Un bureau où l'on se sent bien... est un bureau où l'on travaille bien !" 😊

Bonne semaine à tous !

#lesouriredulundi

http://www.getluck.com

Le sourire du lundi



Boostacom vous souhaite une belle semaine !

Boostacom
29 août

LE SOURIRE DU LUNDI

Premier lundi de travail, après 2 semaines de repos bien méritées... mais ce lundi a encore un petit air de vacances, non ? Pas de panique, on reprend tout en douceur. Bonne semaine à tous !

#lesouriredulundi

Le sourire du lundi



Boostacom vous souhaite une belle semaine !

BOOSTACOM

61

Copyright BOOSTACOM

Des jeux, rébus, devinettes...

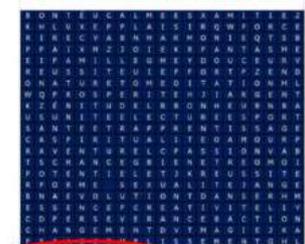
Facebook est un lieu de jeu... et de vote !

- Organiser un jeu concours
- Jouer à travers les commentaires
- Poser des questions ou devinettes
- Voter le thème de la prochaine porte ouverte,
- Elire la plus belle photo de la propriété ou la plus originale,
- Trouver la réponse à une devinette,
- Demander l'avis sur un logo



LE SOURIRE DU LUNDI
Que vous réserve 2018 ? Les 3 premiers mots que vous lisez sont vos priorités pour l'année à venir. Quelles-elles ?
<https://www.linkedin.com/in/annalalabouvier>
spécialiste en développement organisationnel et comportement humain...
Afficher la suite

JEU : Découvrez vos 3 priorités pour 2018 !



402 personnes ont aimé

J'aime Commenter Partager

Likou Budy Meilleurs commentaires

partages

Votez commentez

Boostacom Pour moi : plaisir, aventure, épanouissement... tout un programme... sa fabrication m'a

J'aime

Étienne Copie Apprentissage, Evolution, Samedi ! ça me conviendrait bien pour 2018 ! Joyeuses journées à toi !

J'aime

BOOSTACOM

62

Faire parler et participer en posant des questions!

Posez des questions à vos fans, demandez leur avis à vos fans, faites-les participer à vos décisions, ... !

- Poser des questions ou devinettes
- Voter le thème de la prochaine porte ouverte,
- Elir la plus belle photo de la propriété ou la plus originale,
- Raconter une anecdote vécue sur un sujet
- Trouver la réponse à une devinette,
- Demander l'avis sur un logo
- Rebondir et poser des questions sur les commentaires



BOOSTACOM

63

Copyright BOOSTACOM

Publier du contenu « partageable »

Citation
Statistiques
Reportage
Recettes,
anecdotes,
vidéos,
soutien à l'équipe locale...
se partagent facilement



BOOSTACOM

64

Mettre l'humain en avant

Faire des interviews, montrer les professionnels en action...



BOOSTACOM

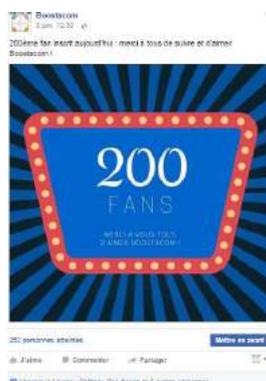


65

Copyright BOOSTACOM

Créer une caution

1. Créer une caution, diffuser des articles de presse, des livres d'or, des résultats, des prix, ils ont testé et aimés...

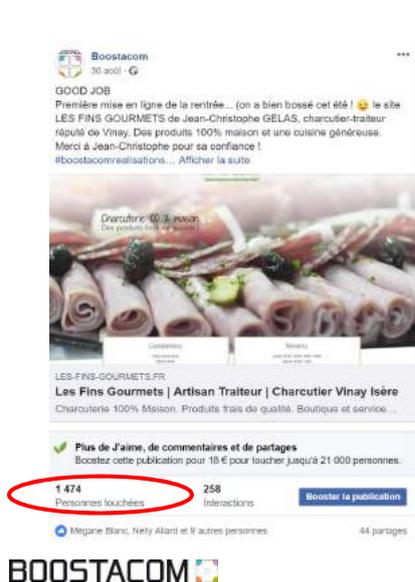


BOOSTACOM



66

Parler de mes réalisations, montrer mon travail



- Là c'est faire sa publicité...
- **Donc maxi 40 % du volume** des parutions, sous peine de laisser...

67

Copyright BOOSTACOM

Partager d'autres publications

Astuce : en panne d'inspiration ?

Pensez à partager les publications de vos partenaires !

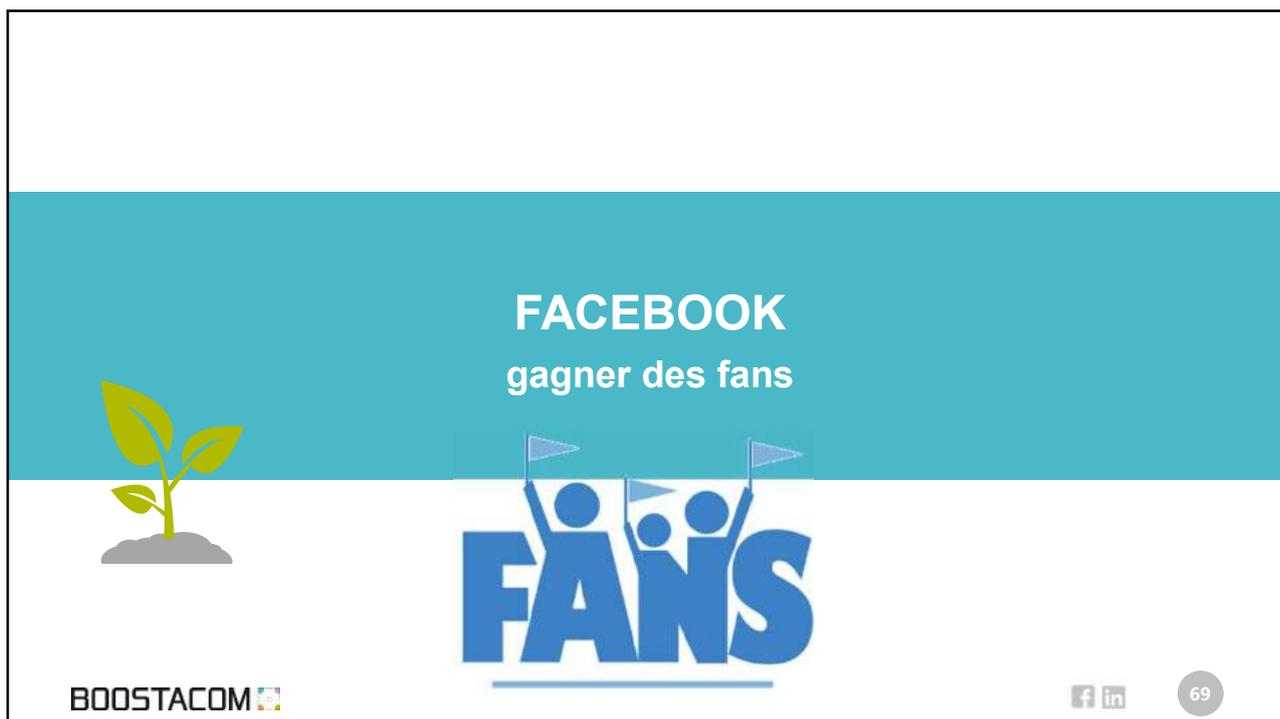
Toujours mettre une phrase d'introduction devant le partage

NB: une fois le lien collé, supprimez-le...



BOOSTACOM

68



FACEBOOK
gagner des fans

FANS

BOOSTACOM

69

Copyright BOOSTACOM

Promouvoir sa page, gagner des fans a- à travers sa page personnelle

✓ **Développer sa page personnelle** est également un moyen d'agrandir sa communauté et de valoriser sa page professionnelle FAN dans un second temps, en invitant régulièrement ses amis personnels à aimer la page professionnelle.

✓ **Partagez votre page pro avec vos « amis » de votre compte personnel**

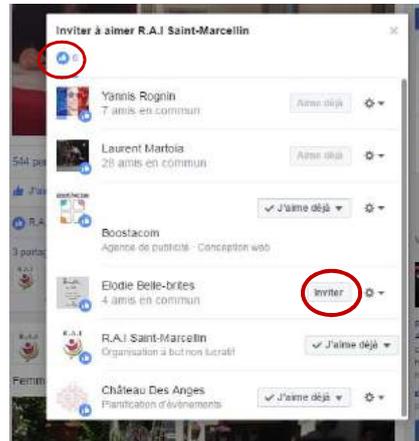
- Rentrer sur la page professionnelle
- Cliquer sur le bouton « ... » en haut de la Page sur la couverture et « inviter des amis »



Promouvoir sa page, gagner des fans b- à travers les j'aime

✓ Chaque fois qu'une personne aime un de vos posts

- Cliquer sur le logo j'aime pour avoir le nom des personnes.
- Pour chaque personne qui a le bouton « inviter », cela veut dire, qu'elle n'est pas encore Fan de la page. Cliquer sur le bouton pour l'inviter
- Cela doit être fait pour tous les posts régulièrement et rapidement pour avoir des résultats intéressants.

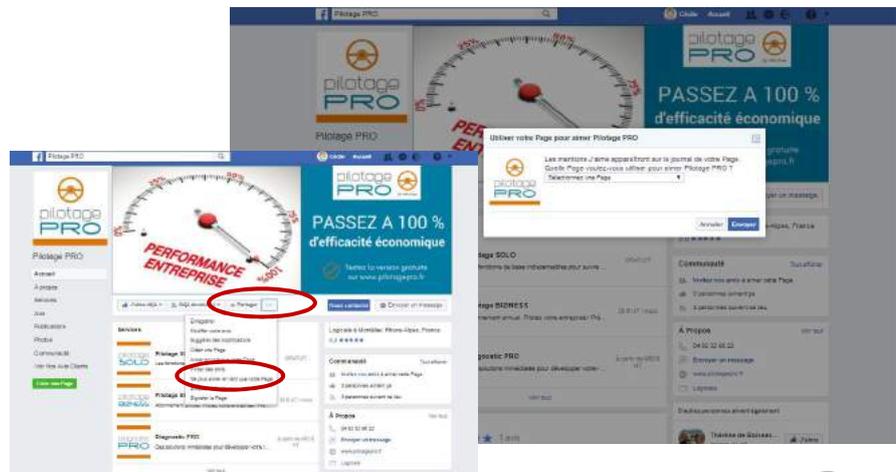


Copyright BOOSTACOM

Promouvoir sa page, gagner des fans c- en aimant les autres pages

✓ Aller sur la page que vous désirez liker (pages de vos fans, partenaires, clients, collectivités, autres...)

- Cliquer sur les ...
- Cliquer sur aimer en tant que votre page
- Confirmer pour quelle page vous agissez si vous gérez plusieurs pages et enregistrer.



Promouvoir sa page, gagner des fans c- en aimant les autres pages

✓ Parfois, la page entreprise ou collectivités n'a pas été créée de la bonne manière (c'est une page perso. !) alors, vous ne pourrez pas l'aimer en tant qu'entreprise, mais seulement avec votre profil personnel !



BOOSTACOM

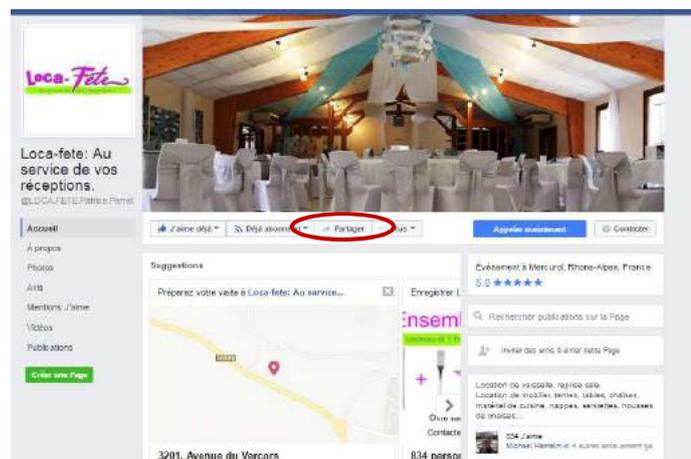
73

Copyright BOOSTACOM

Promouvoir sa page, gagner des fans d- en partageant des autres pages sur son mur

✓ Aller sur la page que vous désirez partager (pages de vos fans, partenaires, clients, collectivités, autres...)

- Cliquer sur les ...
- Cliquer sur aimer en tant que votre page
- Confirmer pour quelle page vous agissez si vous gérez plusieurs pages et enregistrer.



BOOSTACOM

74

Promouvoir sa page, gagner des fans e- en s'inscrivant sur des groupes

✓ **Inscrivez-vous sur des groupes et engager la conversation (commentaires) !**

- Repérez les personnes qui parlent souvent et avec qui vous échangez
- Demandez les comme amis
- Et ensuite invitez les à aimer votre page pro

Copyright BOOSTACOM

Promouvoir sa page, gagner des fans d- à travers vos actions et supports de communication

✓ **Informez vos contacts actuels** : en envoyant un mail à vos contacts ou vos clients actuels pour leur annoncer que vous venez d'ouvrir votre nouvelle page Facebook.

✓ **Utilisez vos points de contacts traditionnels** pour relayer la création de votre page avec une mention du type « Suivez nous sur Facebook » (brochures, site web, cartes de visite, flyers, signatures de mail, etc...).

✓ **Allez « aimer » d'autres pages de vos confrères** pour vous faire connaître et augmenter votre réseau (voir comment aimer une page en tant que page)

✓ **Faites des actions de jeux** ou de publicité pour devenir Fan

Comment gagner des fans quand je démarre

- En plus des actions habituelles, faire un appel à liker la page pro par emailing, afficher dans le magasin, annoncer sur le site...



BOOSTACOM

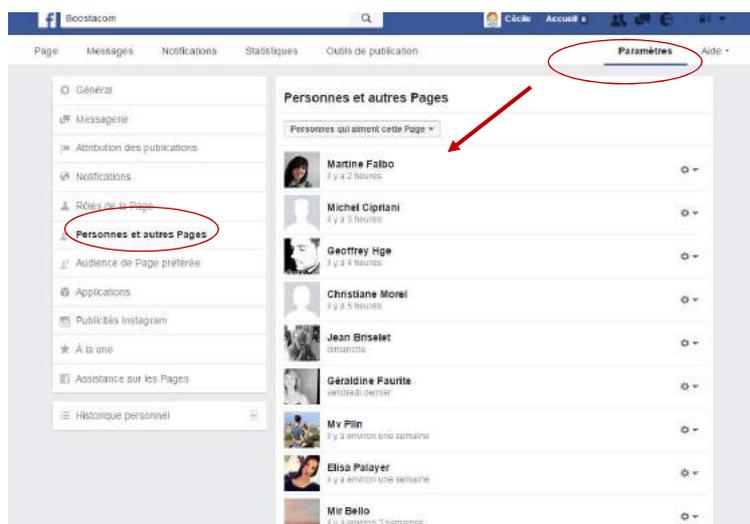
77

Copyright BOOSTACOM

Suivre l'évolution de ses fans / abonnés

Suivre l'évolution des pers. qui aiment la page

Avec la flèche, suivre aussi l'évolution des « pages pro » qui aiment votre page



BOOSTACOM

78

ALLER PLUS LOIN ?

Consulter notre catalogue de formation
sur www.boostacom.fr



Nos formations peuvent faire l'objet
d'une prise en charge, dans le cadre de
votre plan formation

BOOSTACOM



79

Copyright BOOSTACOM



Réseaux sociaux

R.2 - Créer et animer sa page Facebook

Avec + de 30 millions d'actifs en France, Facebook est un composant majeur de la stratégie digitale d'une entreprise.
Il faut donc en comprendre les enjeux, adopter les bonnes pratiques pour fédérer sa communauté.

Méthode interactive
Théorie et cas pratiques

Débutant (session 1 & 2)
1,5 Jour ou 10,5 H

INTER : le groupe 1185 € HT (1 à 4 pers.)

Perfectionnement (session 2)
1 Jour ou 7 H

INTER: le groupe 790 € HT (1 à 4 pers.)
INTRA: 450 € HT / pers. (maxi 4 pers.)

Option Publicité Facebook
(session 3) 0,5 Jour ou 3,5 H

INTER: le groupe 390 € HT (1 à 4 pers.)

Objectifs

- Comprendre comment utiliser Facebook dans son activité professionnelle.
- Savoir automatiser les publications
- Connaître les fonctionnalités avancées
- Savoir mesurer la performance de ses actions sur Facebook

Pour qui ?

Dirigeant, poste commercial, poste market./communication.

Prérequis

Etre à l'aise avec internet
Niveau perfectionnement : avoir un compte Facebook personnel depuis 1 an et +, et l'utiliser au minimum 1 fois par semaine.

Lieu & horaires

Sur site client ou en salle extérieure.
9h-12h et 13h-17h

Organisation pédagogique : Présentiel intra-entreprise ou inter-entreprises, en continu ou discontinu

Moyens Pédagogiques :

Tutoriel remis en fin de formation

Moyens Techniques :

Salle avec wi-fi et video-projecteur
Apporter son PC portable ou sa tablette.
Encadrement : Formatrice titulaire d'une Maîtrise ou d'un Master en marketing

Suivi d'exécution

Feuille de présence signée par demi-journée

Résultats

En fin de module, évaluation orale + enquête satisfaction.

A la fin de la formation, le stagiaire saura animer sa page Facebook, optimiser sa visibilité et charte éditoriale et analyser les résultats.

Itinéraire et contenu pédagogique :

Itinéraire modulable en fonction du niveau. **Initiation :** 1/2 jour – **Perfectionnement :** 1 jour

Session 1 pour débutant seulement : 0,5 J

• Introduction à l'outil Facebook

Web 3.0 et usages / Facebook aujourd'hui / Lexique Facebook, découverte de l'interface / Création d'un compte personnel / Paramétrages et confidentialité d'un compte personnel / Faire un post

Session 2 : 1 J

• Créer ma Fanpage professionnelle

Création de la Fanpage OU Audit d'efficacité de la Fanpage (si elle est déjà créée) / Paramétrages et fonctionnalités de base de la Fanpage

• Comment recruter mes fans ?

Recruter mes Fans / Comprendre le profil de mes Fans / Rendre visible ma Fanpage

BOOSTACOM

• Animer ma Fanpage et construire ma stratégie éditoriale

Quels sujets choisir ? / Stratégie et calendrier éditorial / Fonctions de publications Social selling : fonction de ventes / Picture Marketing / Bonnes Pratiques / Répondre aux commentaires, gérer un bad buzz

• Mesurer ma performance sur Facebook

Suivre et analyser les statistiques

Session 3 : 0,5 J

• Faire de la publicité sur Facebook

Organique VS payant / Quand faire de la publicité ? / Créer son compte Ads / Bonnes pratiques Facebook Ads / Jeu concours / Législation

80



Toutes nos formations

STRATEGIE & OUTILS

- S.1 Connaître son marché & ses concurrents
- S.2 Construire sa stratégie web et cross-canal
- S.3 Définir une stratégie de contenu de marque
- S.4 Concevoir une enquête en ligne
- S.5 Créer et développer sa base de données marketing
- S.6 Se former sur la suite Adobe (Photoshop, Indesign, Illustrator)
- S.7 Comprendre et maîtriser le travail de l'image – sans logiciel métier

@WEB & DIGITAL

- W.1 Comprendre et intégrer le digital dans son activité
- W.2 Lancer la création ou la refonte de son site internet
- W.3 Gérer et animer son site Wordpress
- W.4 Booster le référencement naturel (SEO) de son site internet
- W.5 Se lancer dans le E-commerce
- W.6 Concevoir un e-mailing
- W.7 Ecrire pour le web

RESEAUX SOCIAUX

- R.1 Comprendre et utiliser les réseaux sociaux
- R.2 Créer et animer sa page Facebook
- R.3 Créer et animer sa page LinkedIn
- R.4 Créer et animer sa page Twitter
- R.5 Communiquer par l'image, picture marketing (Instagram, Pinterest)
- R.6 Gérer sa e-réputation



81

Copyright BOOSTACOM

Formations en stratégie digitale et webmarketing

Quelques unes de nos références



























82

BOOSTACOM 
communication · digital · formation web

**Boostons
ensemble
nos talents !**

www.boostacom.fr

250 chemin de Seillères - 38160 Chatte



06 26 94 14 19



c.tabarin@boostacom.fr



/agenceboostacom



/agenceboostacom

Copyright BOOSTACOM