

Guide Facebook & Instagram

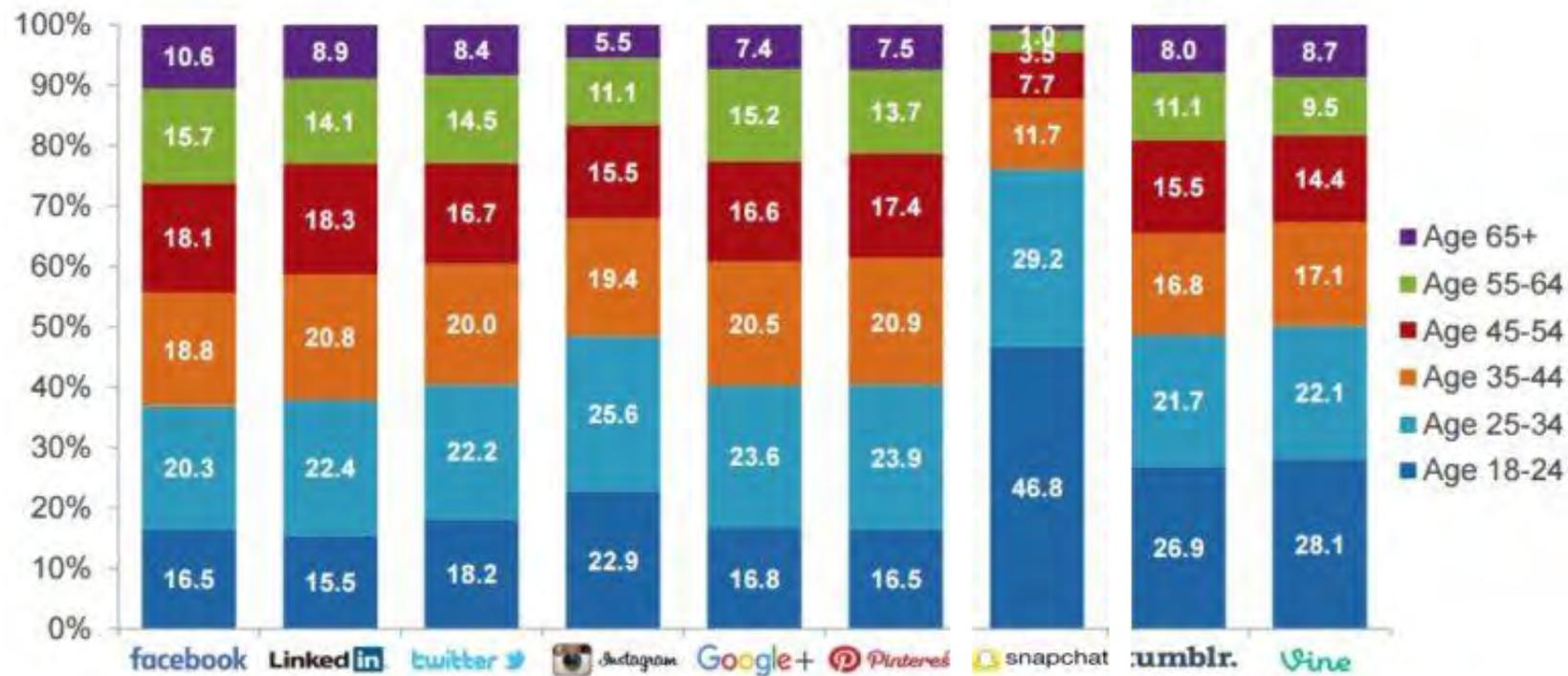
Facebook est aujourd'hui le réseau social le plus populaire.

On recense près d'1,8 milliards d'utilisateur Facebook à travers le monde, et + de 31 millions en France.

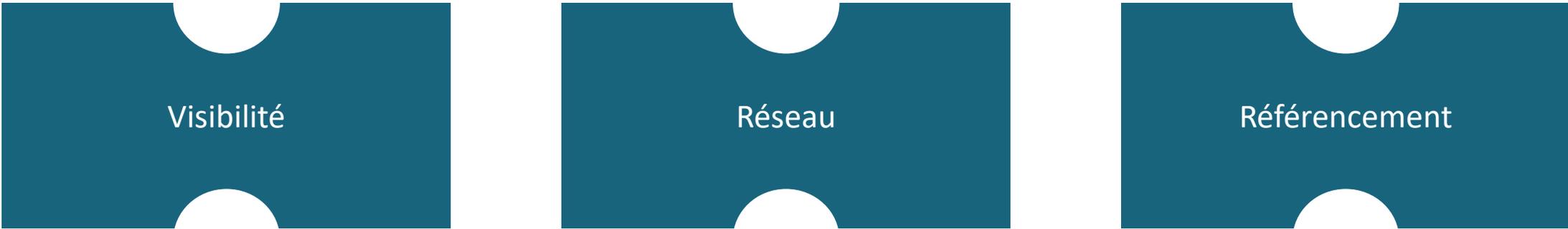


Demographic Composition % of Major Social Networks

Source: comScore Media Metrix Multi-Platform, U.S., Age 18+, Dec 2015



Avoir une présence sur les réseaux sociaux, pour une organisation (ou une entreprise), est un enjeu essentiel. Cela vous apporte des éléments essentiels, pour une **transition numérique effective**.



Visibilité

Réseau

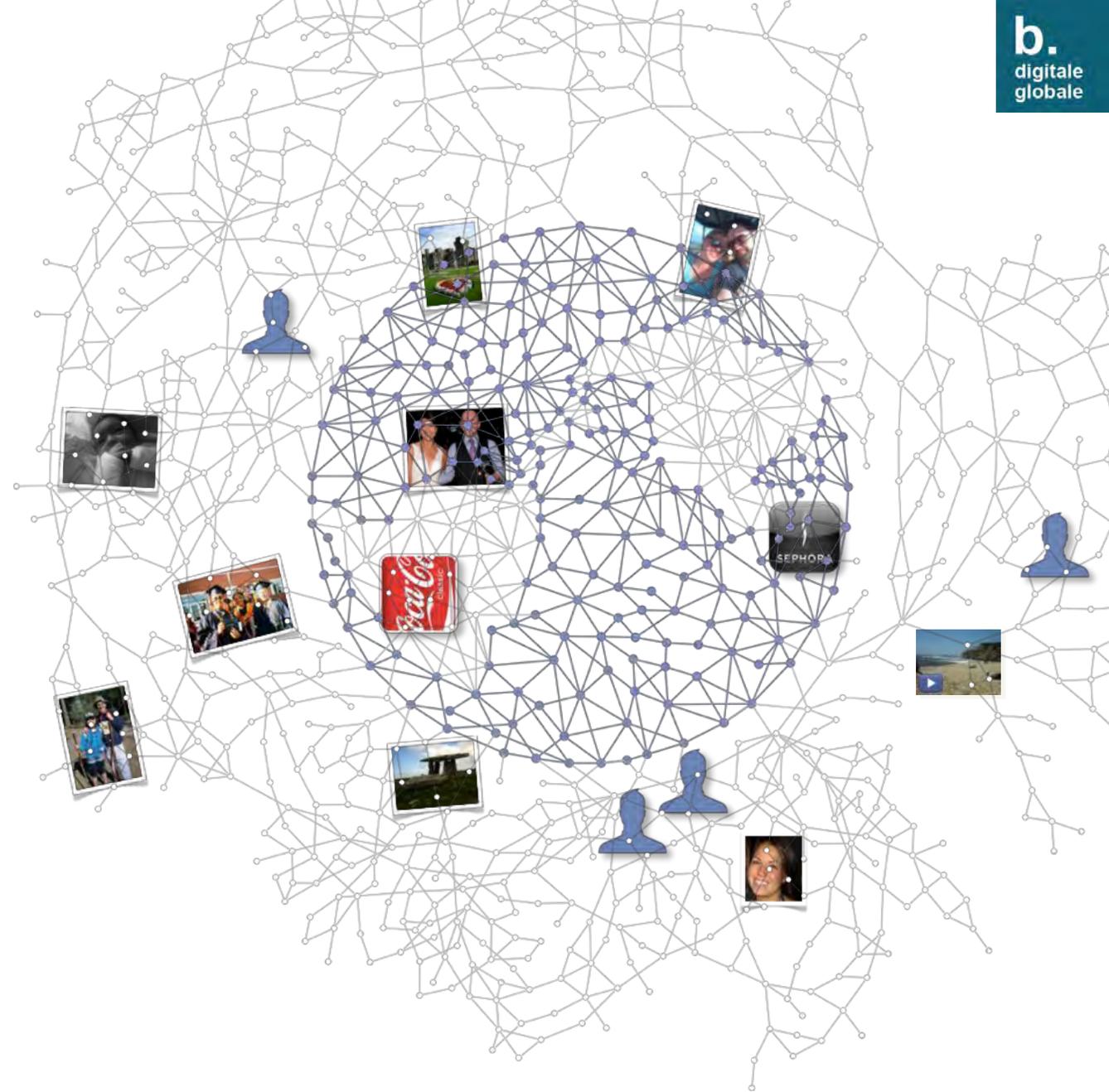
Référencement

Être sur les réseaux sociaux vous assure une visibilité et une présence digitale indispensable aujourd'hui.

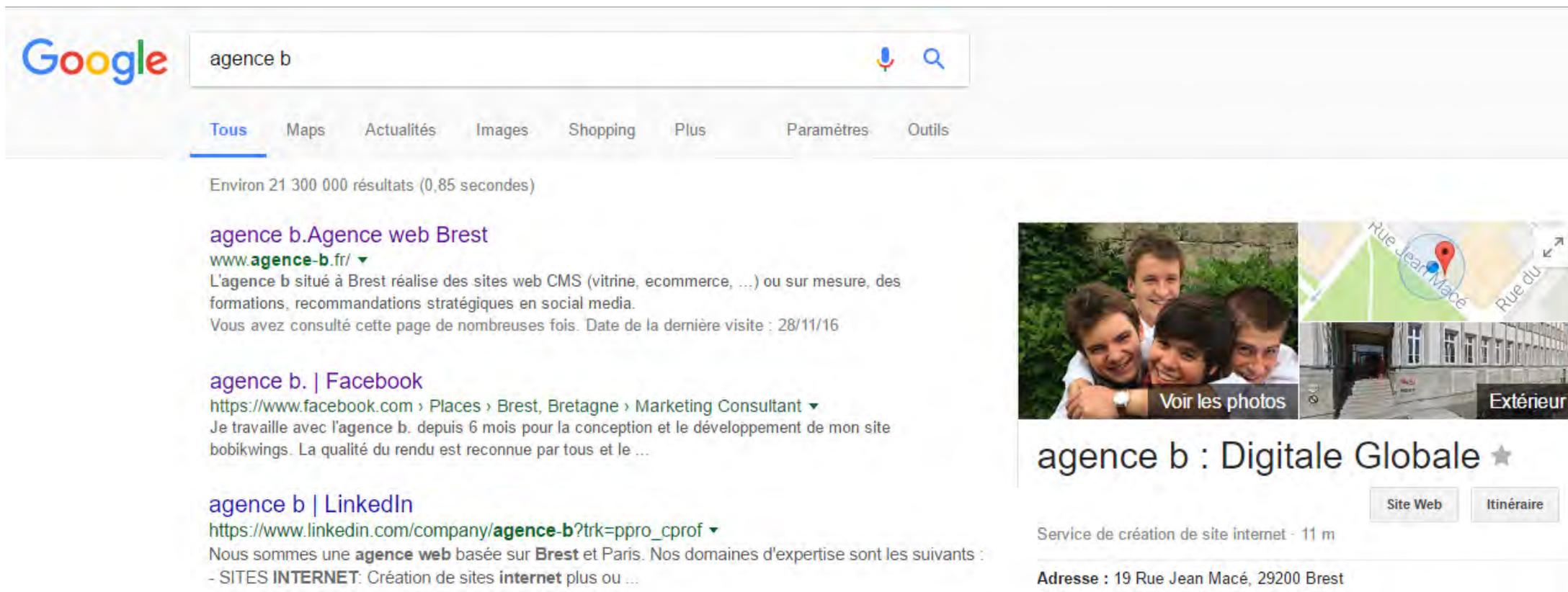


Cela vous permet d'agrandir votre réseau et votre communauté.

Chaque personne étant en relation avec vous en fait partie !



Un meilleur référencement dans Google vous sera octroyé, les réseaux sociaux ont la priorité !



Google

agence b

Tous Maps Actualités Images Shopping Plus Paramètres Outils

Environ 21 300 000 résultats (0,85 secondes)

agence b. Agence web Brest
www.agence-b.fr/ ▼
L'agence b situé à Brest réalise des sites web CMS (vitrine, e-commerce, ...) ou sur mesure, des formations, recommandations stratégiques en social media.
Vous avez consulté cette page de nombreuses fois. Date de la dernière visite : 28/11/16

agence b. | Facebook
<https://www.facebook.com> › Places › Brest, Bretagne › Marketing Consultant ▼
Je travaille avec l'agence b. depuis 6 mois pour la conception et le développement de mon site bobikwings. La qualité du rendu est reconnue par tous et le ...

agence b | LinkedIn
https://www.linkedin.com/company/agence-b?trk=ppro_cprof ▼
Nous sommes une **agence web** basée sur **Brest** et Paris. Nos domaines d'expertise sont les suivants :
- SITES INTERNET: Création de sites **internet** plus ou ...

agence b : Digitale Globale ★

Site Web Itinéraire

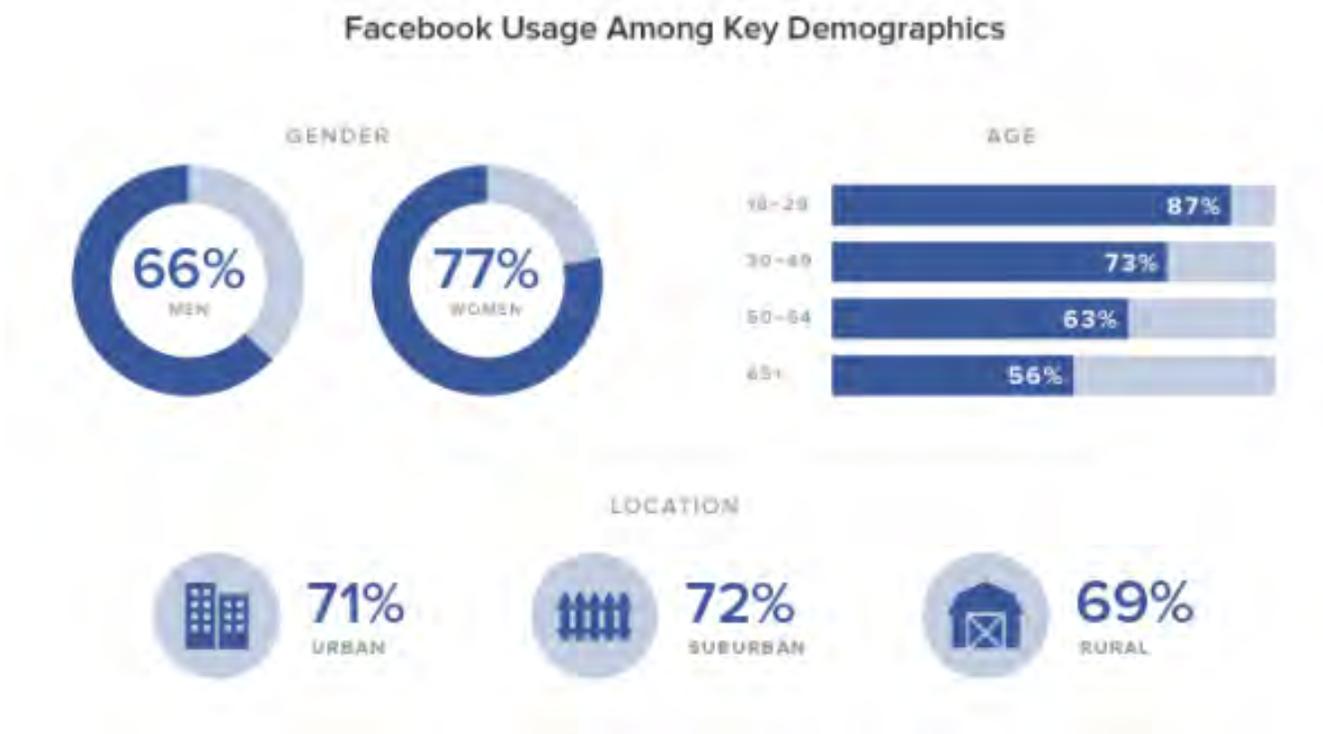
Service de création de site internet - 11 m

Adresse : 19 Rue Jean Macé, 29200 Brest

facebook

Votre cible se trouve forcément sur Facebook !

De nombreux graphiques pour les médias sociaux existent, ils permettent de visualiser rapidement les profils utilisateurs.



Source : Le Blog du Modérateur (<http://www.blogdumoderateur.com/profil-demographique-reseaux-sociaux/>)

PAGE PROFIL OU PAGE FAN ?

Il faut bien faire la part des choses entre ces deux appellations :

Profil Facebook



Page Facebook



Le profil Facebook est un compte personnel, il définit une personne.

Il permet de publier et être en relation avec des « amis » mais n'est pas fait pour la promotion d'une entreprise.

L'exemple de profil Facebook pris précédemment montre le profil de Mark Zuckerberg. Mark pourra être en relation avec les amis qu'il souhaite, publier ce qu'il souhaite sur son fil d'actualité et réagir également à ce que publient ses amis.

Mais il n'utilisera pas son profil pour parler de Facebook.
Pour cela il utilisera la page fan dédiée à Facebook.

Les achats publicitaires ne sont pas possible sur un profil.

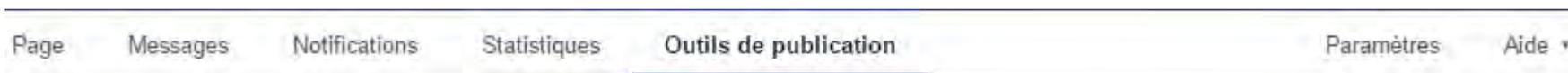
De plus un profil Facebook ne peut contenir seulement 5000 «amis».

Comme indiqué, une page fan, permet de réunir en une seule et même page, les fans de votre organisation / entreprise / produit.

Les fans aiment la page, et seront donc au courant de toutes les publications faites sur celle-ci, et pourront également y réagir.

Ils feront donc partis de ce que l'on appelle : la communauté.

De plus l'administration de cette page vous met à disposition de nombreux outils qui vous faciliteront dans la gestion de cette dernière



La création d'une page Facebook s'effectue à partir de n'importe quel compte Facebook, comme indiqué ici



Il vous faudra remplir par la suite toutes les informations importantes de votre page Facebook, afin que tout le monde puisse facilement vous identifier et vous contacter.

À propos [Modifier infos Page](#)

NOUS TROUVER

19 rue Jean Macé
Brest [Obtenir l'itinéraire](#)

@bagence [Envoyer le message maintenant](#)

Appeler 06 60 74 37 03

Général

Catégorie **Cabinet de conseil** [Modifier](#)

Nom **agence b.** [Modifier](#)

Nom de compte **@bagence** [Modifier](#)

HORAIRES

🕒 **Actuellement ouvert** 09:00 - 19:00 ▾

Information sur l'entreprise

📅 Fondation le 4 mars 2013

PRÉSENTATION

[Modifier l'actualité](#)

📅 **Jalons**

2013 **Animation Open Coffee à la cantine numérique de Brest**
Dispense de cours à l'université de Bordeaux
3 en master 2 multimédia

Pour que votre page Facebook aille vers la route du succès, il convient de respecter quelques règles :

Une ligne éditoriale et un
rythme régulier dans les
publications

Planifier et programmer à
l'avance vos publications

Créer du contenu en fonction
d'une charte graphique

Faire vivre votre
communauté

Afin de respecter un rythme régulier, il vous faut établir un calendrier éditorial.
C'est-à-dire : « Que poste-t-on ? Quand ? », en voici un exemple.

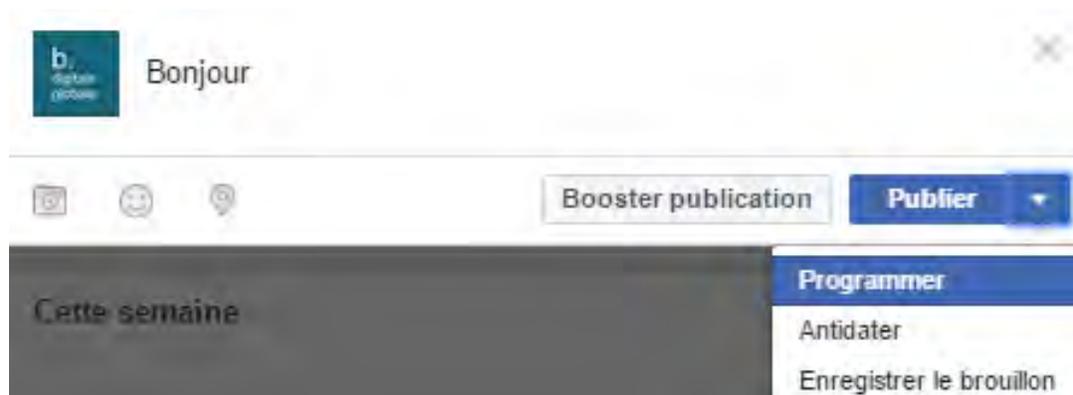
	Lundi	Mardi	Mercredi	Jeudi	Vendredi
Actualités	x		x		x
Jeux		x		x	
Fun	x				x

De nombreux outils sont disponibles sur le web afin de vous aider dans la création de celui-ci : <https://www.creapulse.fr/comment-definir-son-planning-editorial/>

Programmer vos publications sera un jeu d'enfant, si vous connaissez le contenu à publier.

D'où l'importance de le planifier à l'avance : cela permettra de jauger le travail qui devra être réalisé sur ces publications (travail graphique, recherche de contenus, mise en corrélation avec vos opérations événementielles ou commerciales)

Facebook dispose de son propre outil de programmation.



Mais il existe des outils plus performants : tel que Buffer ou Hootsuite.
Ces deux outils sont gratuits pour les fonctionnalités de bases, mais payant pour les plus approfondies.



Découvrez-les :
<https://buffer.com/>
<https://hootsuite.com/fr/>

La création de contenus originaux vous donne un impact plus important auprès de votre communauté.

La diffusion de vidéo ou de live Facebook sont les tendances actuelles pour 2017, un smartphone de bonne qualité suffira pour réaliser ceci. Il faut savoir aussi que Facebook privilégie les vidéos qui sont directement chargées sur Facebook, et non les vidéos YouTube, faites le bon choix !



Toutes vos publications devront respecter une charte graphique, soit celle de votre organisation, soit celle créée spécifiquement pour vos publications.

Enfin si des réalisations graphiques sont à prévoir, là aussi, des outils existent pour vous aider. Comme Canva, ou Piktochart, ces outils vous aident à réaliser des illustrations pré-designés.



Découvrez-les :
<https://www.canva.com/>
<https://piktochart.com/>



Vos publications doivent créer de l'engagement envers votre communauté.
Vos fans aiment réagir et participer, pour cela n'hésitez à créer des jeux concours ou poser des questions !



Oasis Be Fruit

16 novembre 2016 · 🌐

Pour contrer le retour du froid, tentez de remporter un des 50 DVD « l'Age De Glace : les noix de l'univers » ou 20 coffrets de l'intégrale de la saga ! Pour participer il suffit de nous raconter une anecdote givrée en commanguetaire. #BeFruizz



Voyages-sncf.com

6 janvier, 17:00 · 🌐

Frangipane, briochée, comtoise... le mois de janvier est placé sous le signe de la galette ! Dans quelle région peut-on déguster la meilleure ? 🍷🍰



Mais il existe des outils gratuits pour réaliser des jeux en onglet sur Facebook.
Ces deux outils sont gratuits et deviennent payants soit en fonction du nombre de participants.



kontest

Découvrez-les :

<https://www.socialshaker.com/>

<https://kontestapp.com/fr>

La publicité sur Facebook peut être une solution afin de gagner en visibilité et en trafic sur votre page. L'important est de connaître votre cible, non seulement de votre page mais aussi celle de chaque article (qui peut différer). Mais également quel budget accordez-vous à votre campagne publicitaire. Les publications qui bénéficient d'un « boost » gagneront une visibilité notoire auprès des personnes qui rentrent dans les critères que vous aurez rempli au préalable.



Un espace 100% dédié au mariage au Printemps Haussmann - La Sœur de la Mariée

Haut lieu du shopping parisien, le Printemps Haussmann s'investit d'une nouvelle mission : offrir aux futures mariées et mariés un espace...

LASOEURDELAMARIEE.COM

BUDGET ET DURÉE

Budget total 👉

5,00 €

Personnes atteintes estimées 👉

1 100 - 2 800 personnes sur 830 000

Affinez votre audience ou augmentez votre budget pour atteindre plus de personnes qui comptent.

Durée 👉

1 jour | 7 jours | 14 jours

Difuser cette publicité jusqu'au 📅 18/1/2017

PAIEMENT

Devise

Euro

FIL D'ACTUALITÉ SUR BUREAU | FIL D'ACTUALITÉ SUR MOBILE

B4Wedding Sponsorisé 👍 J'aime la Page

Amis Parisiens : ceci est pour vous ! 😊



Un espace 100% dédié au mariage au Printemps Haussmann - La Sœur de la Mariée

Haut lieu du shopping parisien, le Printemps Haussmann s'investit d'une nouvelle mission : offrir aux futures mariées et mariés un espace...

146 personnes atteintes

Booster publication

⚙️ En cliquant sur Booster, vous acceptez les Conditions générales de Facebook. | Pages d'aide

Annuler **Booster**

Le blog du Modérateur vous indique [les tendances à suivre](http://www.blogdumoderateur.com/decryptage-facebook-ads-2016/) pour cette pratique ici :

<http://www.blogdumoderateur.com/decryptage-facebook-ads-2016/>

Vous disposerez ainsi d'une page [Facebook Business](#), afin d'accéder à la gestion de toutes vos campagnes publicitaires.

The screenshot shows the Facebook Ads Manager interface. At the top, there's a navigation bar with the Facebook logo, a menu icon, the text 'Gestionnaire de publicités', a search bar, and user information 'Thomas'. Below this, the user's name 'Thomas Lpz (75333943)' is displayed. The left sidebar contains navigation options: 'Campagne' (with a sub-option 'Objectif'), 'Compte publicitaire' (with a sub-option 'Créer'), 'Ensemble de publicités' (with sub-options 'Audience', 'Placements', 'Budget et calendrier'), and 'Publicité' (with sub-options 'Format', 'Page et texte'). The main content area is titled 'CAMPAGNE : Choisissez votre objectif' and includes links for 'Besoin d'aide pour votre objectif?' and 'Utiliser une campagne existante'. A red warning box states: 'Les outils publicitaires de Facebook peuvent ne pas fonctionner correctement lorsqu'un bloqueur de publicités est activé dans un navigateur web. Désactivez le bloqueur de publicités ou ajoutez l'URL de cette page web dans vos exceptions afin de pouvoir créer des publicités sans problème. Une fois le bloqueur de publicités désactivé, vous devrez rafraîchir votre page.' Below the warning, the question 'Quel est votre objectif marketing ?' is followed by a table of marketing objectives.

Sensibilisation	Considération	Conversion
<input checked="" type="checkbox"/> Notoriété de la marque	<input type="checkbox"/> Trafic	<input type="checkbox"/> Conversions
<input type="checkbox"/> Notoriété locale	<input type="checkbox"/> Interactions	<input type="checkbox"/> Ventes sur un catalogue produits
<input type="checkbox"/> Portée	<input type="checkbox"/> Installations d'app	<input type="checkbox"/> Visites en point de vente
	<input type="checkbox"/> Vues de vidéos	
	<input type="checkbox"/> Génération de prospects	

Instagram

En quelques chiffres



400 MILLIONS

d'utilisateurs actifs
chaque mois



80 MILLIONS

de photos uploadées
chaque jour



3,5 MILLIARDS

de j'aime
chaque jour

Un engagement plus important de la part des utilisateurs sur Instagram que sur Facebook.



32%

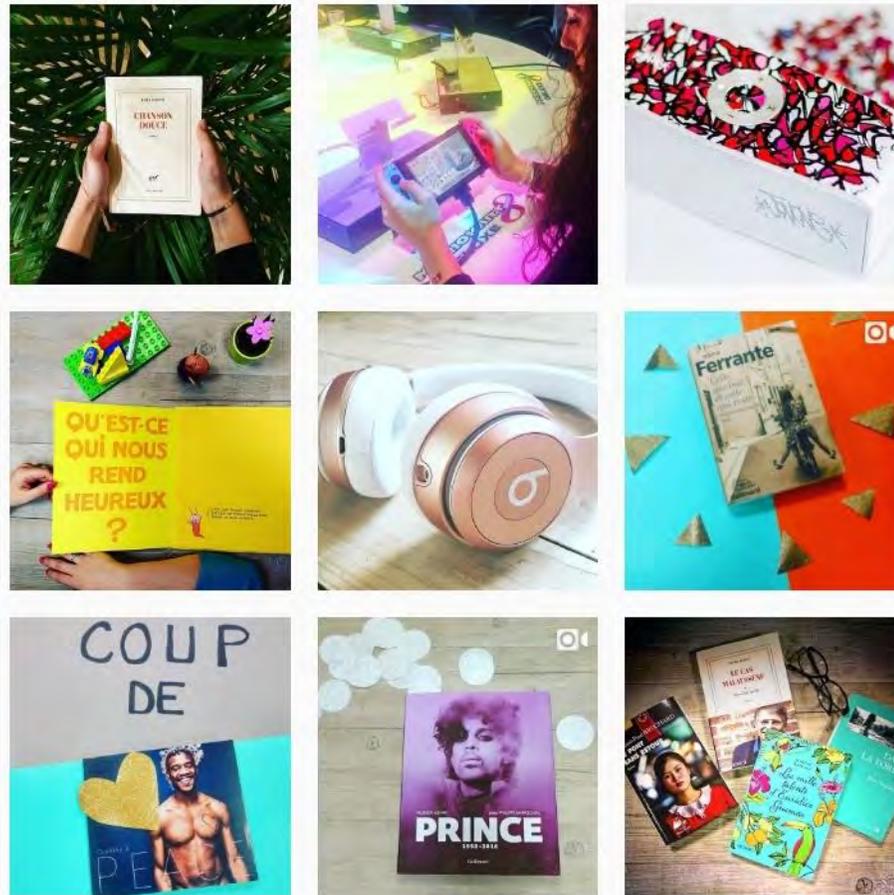
C'est la part des utilisateurs
Facebook qui échange
régulièrement avec une marque



68%

C'est la part des utilisateurs
Instagram qui échange
régulièrement avec une marque

Instagram est un réseau social concentré uniquement autour de la photo et de la vidéo.



Il permet la mise en avant de nouveaux produits, de diffuser les coulisses d'une entreprise, couvrir un événement et d'affirmer une proximité plus prononcée avec la communauté.

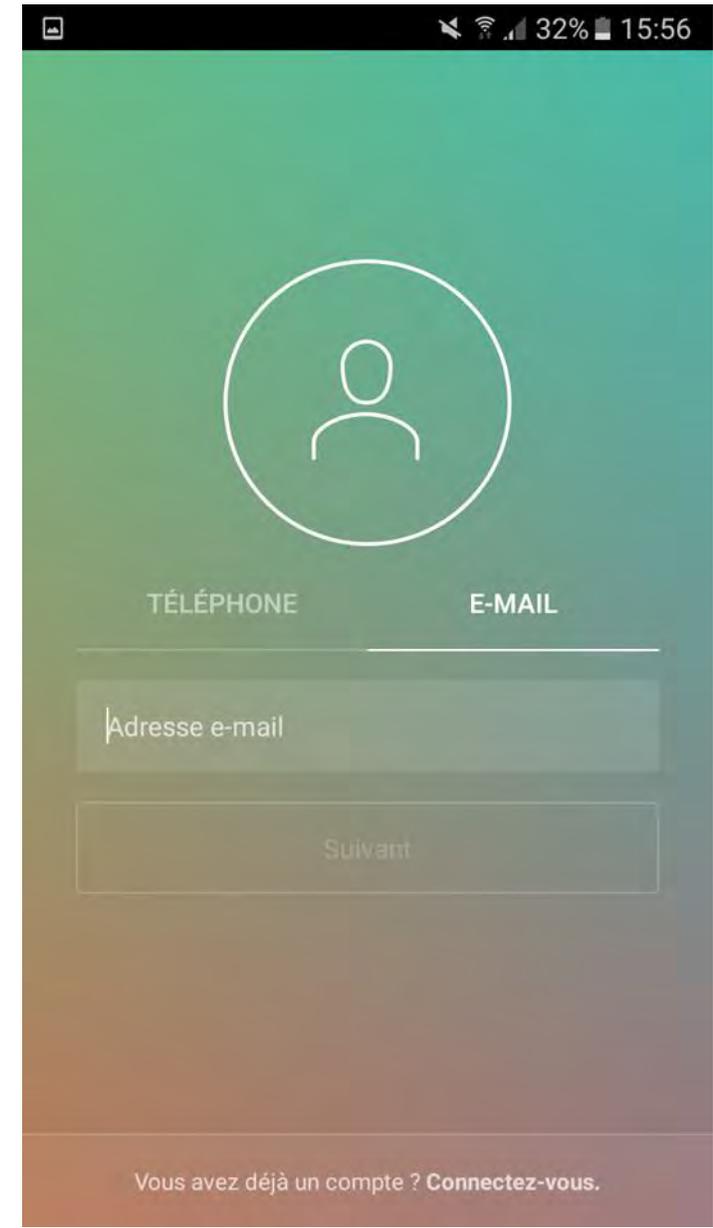


INSTALLER INSTAGRAM

L'utilisation privilégiée pour Instagram est avec un smartphone ayant une connexion Wifi ou 3G / 4G.

Depuis un téléphone portable, dirigez vous dans votre Store d'Application (l'exemple présent ici est effectué depuis un PlayStore Google)

Puis suivez les instructions pour l'obtention d'un compte.

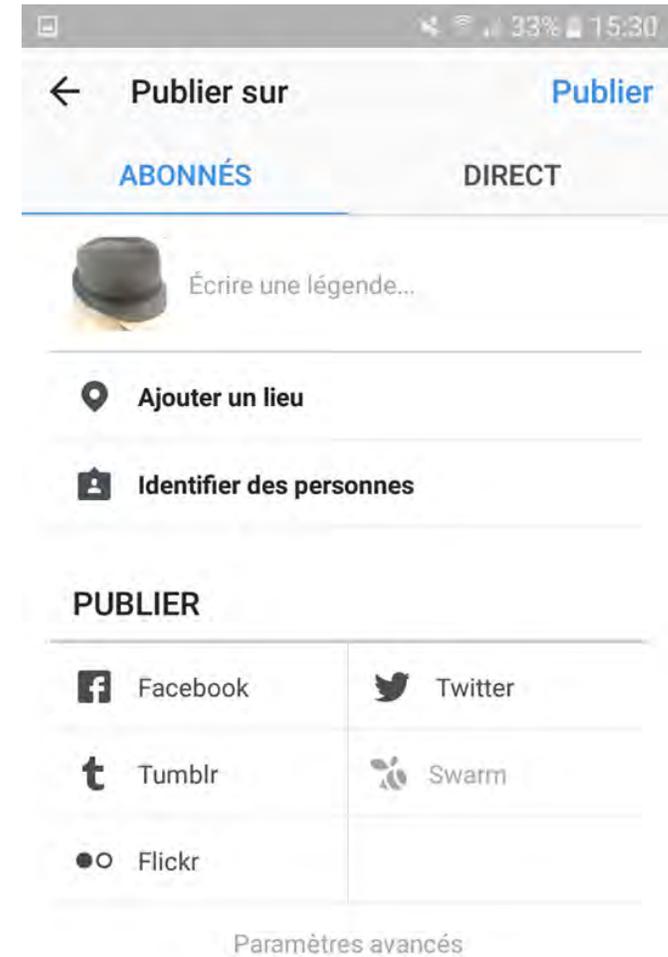
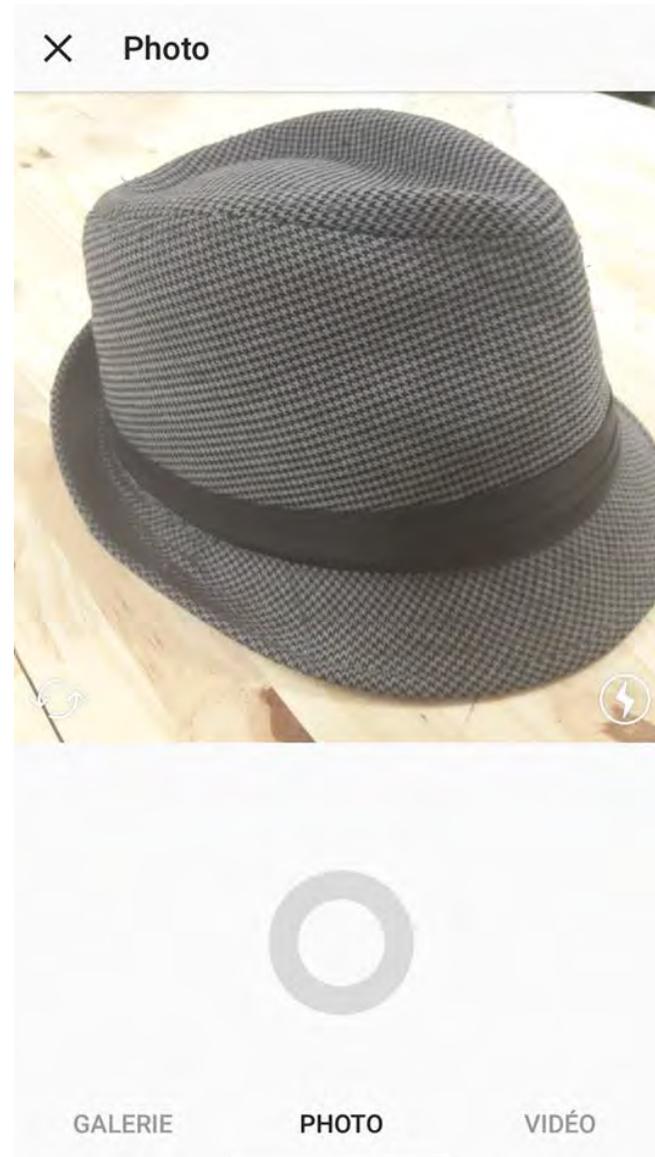


PUBLIER SUR INSTAGRAM

Utilisez votre smartphone pour prendre une photo, une vidéo, ou bien une photo de votre galerie (faisable aussi via un PC, disposant d'une webcam).

Ensuite choisissez vos hashtags, lieux, indentifications de personnes.

Puis choisissez également si vous souhaitez partager également sur d'autre réseaux sociaux dans le même temps.



L'utilisation de hashtags (#) permet la viralisation des publications afin de générer un trafic important.



Pour approfondir ce guide

Afin d'approfondir au mieux les points abordés dans ce guide, de nombreuses solutions existent :

- Les **MOOC** : Ces « Massive Open Online Courses » (ou Cours en Ligne Ouvert et Massif), vous permettent d'assister à des cours en ligne qui se finalisent par une épreuve finale. Si celle-ci est passée avec brio, vous obtiendrez une certification (Actuellement, les cours sont fermés, mais à suivre de près pour les réouvertures)
- Les **Certifications Réseaux Sociaux** : Les Réseaux Sociaux les plus connus se mettent désormais à effectuer leurs propres formations gratuites. Une certification, là encore, vous sera remise après réussite des épreuves.

Certification Facebook :

<https://www.facebook.com/blueprint>

Certification Twitter :

<https://twitterflightschool.com/>

Certification Google :

<https://www.google.com/partners/>