

CADEAU BONUS POUR NOS CLIENTS ADHERENTS

Comment créer votre page face book entreprise en huit étapes :

Rejoindre les millions de marques présentes sur Facebook devrait être une priorité pour chaque petite entreprise. Facebook est un lieu de rencontre actif permettant de trouver des clients potentiels et d'entrer en contact avec eux. Connectez-vous directement à des utilisateurs, découvrez leurs habitudes et adapter vos publicités à votre public.

8 étapes pour créer votre page Facebook d'entreprise

Avant de pouvoir bénéficier de ces fonctionnalités, vous devez vous faire connaître grâce à une excellente page Facebook d'entreprise. Les réseaux sociaux sont une véritable passerelle vers une relation client durable. La nature informelle de Facebook vous permet de montrer le côté humain de votre entreprise. Dès que des gens commenceront à vous suivre en ligne, vous disposerez d'une source régulière de leads et de trafic. Vous trouverez ci-dessous un guide par étapes pour la mise en place de votre page Facebook d'entreprise.

1. Créez votre page Facebook d'entreprise

Pour commencer, vous devez disposer d'un compte personnel Facebook. Vous pouvez créer plusieurs pages d'entreprise, mais elles doivent toutes être liées à un seul compte personnel. Lorsque vous êtes connecté, cliquez sur le lien « Créer » (l'icône représentée par le signe plus « + ») dans le coin supérieur droit. Choisissez le bouton « Page » pour accéder à la section de création de votre page d'entreprise.

2. Renseignez les informations de votre page

Après avoir sélectionné « Page », votre page d'entreprise vide apparaîtra et à gauche se trouvera une fenêtre « Créer une page ». Commencez à renseigner les informations sur votre entreprise avec les champs suivants :

Créer un nom de page. Utilisez le nom de votre entreprise, de votre marque, de votre organisation ou un nom qui décrit la page.

Choisir une catégorie. Indiquez un type d'entreprise, d'organisation ou une rubrique qui reflète pertinemment votre page. Vous pouvez ajouter jusqu'à trois catégories.

Rédiger une description. Décrivez ce que fait votre entreprise et considérez cela comme une section « à propos de nous ». Plus important encore, dites à vos clients potentiels quels services ou produits vous fournissez. Soyez bref, la limite de caractères est de 255 caractères maximum.

3. Choisir les visuels de votre marque

L'image et les choix de marque peuvent dès le départ influencer sur la réussite ou l'échec d'une page d'entreprise. C'est pourquoi il est judicieux d'utiliser des visuels forts pour affirmer une personnalité et susciter un lien émotionnel. Attirez votre public avec des photos de profil et de couverture intéressantes.

Après avoir complété les informations de votre page, cliquez sur le bouton d'enregistrement et des cadres d'images apparaîtront dans la même fenêtre sous les renseignements de votre entreprise. Vous devrez choisir deux images : une photo de profil et une photo de couverture.

Votre photo de profil est l'endroit idéal où afficher le logo de votre entreprise afin d'obtenir les meilleurs résultats de recherche. Facebook modifie souvent les recommandations relatives aux photos, alors assurez-vous d'utiliser la taille la plus récente. Depuis septembre 2020, la taille recommandée pour la photo de profil de Facebook est d'au moins 170 x 170 pixels.

La photo de couverture offre une occasion unique de mettre votre marque sous le feu des projecteurs. Cliquez sur le bouton « Ajouter une photo de couverture » et utilisez l'image qui représente le mieux les activités de votre page d'entreprise. Si vous aimez votre culture d'entreprise, pourquoi ne pas prendre une photo de votre équipe en tenue de marque ? La taille recommandée pour une photo de couverture Facebook est d'au moins 1640 pixels de large par 856 pixels de haut.

Dès que vous avez ajouté une photo pour chaque case, cliquez sur le bouton bleu « Enregistrer ».

4. Ajouter des informations plus détaillées sur votre entreprise

Dans la fenêtre de gauche intitulée « Gérer la page », faites défiler vers le bas et sélectionnez « Modifier les informations ». Une fenêtre apparaîtra sur le côté droit de l'écran et vous pourrez ajouter des informations plus détaillées sur votre entreprise.

Si cela est applicable à votre entreprise, la fenêtre « Modifier les informations » vous permettra de renseigner de nombreuses informations sur votre entreprise. Voici les champs que vous pouvez choisir de remplir :

Créer un nom d'utilisateur. Ce nom d'utilisateur sert également d'URL personnalisée pour votre page Facebook professionnelle. Idéalement, il devrait ressembler à votre nom d'entreprise. Tout comme pour la création d'un nom de domaine, il est plus difficile d'obtenir une correspondance exacte si le nom de votre entreprise est trop courant.

Ajouter des coordonnées. Indiquez votre numéro de téléphone, votre adresse e-mail et/ou votre site web en fonction de la manière dont vous souhaitez que les clients contactent votre entreprise.

Ajouter le lieu où se situe votre entreprise. Le cas échéant, ajoutez l'adresse de votre entreprise, sa ville, son code postal et/ou des détails supplémentaires sur son emplacement.

Délimiter votre zone de service. Créez une liste des quartiers, régions ou villes où votre entreprise peut fournir des services ou des livraisons.

Choisissez vos heures d'ouverture. Indiquez aux clients les meilleurs jours et horaires pour contacter votre entreprise.

Aménagement temporaire des services. Il s'agit d'une option utile lorsque vous ajoutez de nouveaux services ou que vous modifiez des services qui pourraient affecter les clients.

Ajouter plus d'informations. Vous pouvez choisir d'ajouter un lien vers votre politique de confidentialité, des mentions légales, des produits spécifiques ou des informations supplémentaires qui pourraient être utiles à votre entreprise.

Indiquer votre gamme de prix. Cela permet aux clients d'évaluer le budget potentiel pour les services ou les produits.

Lier d'autres comptes de réseaux sociaux. Ajoutez d'autres réseaux sociaux tels que Instagram, LinkedIn et Pinterest pour atteindre d'autres clients.

5. Ajouter un bouton d'appel à l'action

Concevoir votre page Facebook autour d'un appel à l'action (CTA) est un moyen intelligent de favoriser les conversions. Si tout sur votre page pousse subtilement les visiteurs vers un objectif, vous aurez de meilleures chances de conclure une affaire.

Cliquez sur l'option « Ajouter un bouton » sous la photo de couverture pour voir la liste des CTA. Choisissez parmi des options telles que :

Prendre RDV

Appeler

En savoir plus

Commander à manger

S'inscrire

Obtenir un devis

Envoyer un message

Regarder la vidéo

Jouer à ce jeu

Utiliser l'application

Acheter

Les CTA sont parfaits pour promouvoir les entreprises locales. L'aspect social du site motive les utilisateurs à agir lorsqu'ils voient ce que font leurs pairs. Imaginez des clients potentiels voir leurs amis faire un achat, commander de la nourriture ou télécharger votre application. Ils seront plus enclins à suivre votre page d'entreprise ou à agir directement.

6. Créer des reportages photo et vidéo

Remplissez votre profil avec des albums photo qui racontent une histoire sur les expériences que vous délivrez. Les photos de vos produits, de vos locaux et de vos expériences peuvent susciter des perspectives positives chez de nouveaux clients. Et le fait d'identifier des personnes ou des éléments clés sur vos photos favorise l'engagement des personnes qui aiment déjà votre entreprise.

Sous la section « À propos » de votre page Facebook, cliquez sur « Photos », puis sélectionnez l'option « Voir tout » pour ajouter des photos. Concentrez-vous sur les caractéristiques les plus attrayantes de votre entreprise. Et posez-vous les questions suivantes :

Avez-vous des infrastructures attrayantes ?

Votre décoration est-elle amusante, tendance, historique ou thématique ?

Quels sont vos produits exclusifs ou les articles de votre catalogue ?

Passez-vous beaucoup de temps à interagir avec vos clients ?

Avez-vous besoin de promouvoir des événements saisonniers ou votre image de marque ?

Vous pouvez utiliser les mêmes stratégies et publier des vidéos liées à votre activité.

7. Prévenir les clients, les amis et la famille

Pour bien démarrer votre profil d'entreprise, demandez à vos sympathisants d'aimer votre page. Encouragez vos clients à publier et identifier des photos qu'ils ont prises dans votre entreprise s'ils le désirent. Le fait que d'autres personnes créent des liens vers votre page met votre entreprise en avant, ce qui est le but ultime.

Pour finir, assurez-vous d'ajouter les boutons « J'aime » et « S'abonner » à votre site web et à vos profils en ligne. Après tout, vous voulez que tout le monde puisse montrer un peu d'amour à votre entreprise.

8. Choisir et adapter vos paramètres

Le fait de régler au plus vite vos paramètres peut vous aider à contrôler qui voit ou publie sur votre page. Cliquez sur le bouton « Paramètres » dans la barre latérale « Gérer la page » pour ouvrir un panneau d'options détaillées. À partir de ce tableau de bord, vous pouvez mettre en place des restrictions de visibilité, telles que l'âge ou le pays. Vous pouvez également décider du degré de liberté dont disposent les autres utilisateurs pour vous envoyer des messages ou identifier votre page dans leur média.

Parcourez tous les onglets de la barre latérale « Paramètres de la page » pour activer ou désactiver des fonctionnalités selon vos besoins. Voici quelques-unes des principales options :

Modération et filtre à injures

Messagerie

Modèles et onglets

Gestion et classement des commentaires

Notification de l'activité

Applications partenaires et association Instagram

Acceptation des paiements

Calendriers et prise de rendez-vous

Traduction automatique

La fonctionnalité « Rôles de la page » est particulièrement importante et intéressante. Si plusieurs de vos employés peuvent accéder à la page, vous pouvez leur attribuer des rôles afin de limiter leurs actions. Cette fonction est utile pour éviter des publications accidentelles ou des modifications sur la mauvaise page.

Commencer à promouvoir votre entreprise

Il y a encore beaucoup à apprendre avant de devenir un gourou du marketing sur Facebook. Le site propose d'innombrables options pour surveiller l'activité des abonnés ou cibler des publicités en fonction de leurs intérêts. Toutefois, la création d'une page Facebook d'entreprise est un bon point de départ pour atteindre de nouveaux publics. Franchir ce premier obstacle vous ouvrira un monde de nouvelles possibilités adaptées aux petites entreprises et au développement de leur image de marque.

Une forte présence sur les réseaux sociaux fait partie d'un plan de marketing en ligne bien planifié. Assurez-vous de rediriger le trafic de Facebook vers un site internet professionnel.

