

Support de cours

Formation Facebook pro



Écrit par André Debaisieux consultant formateur indépendant

Plan de cours

LA PREPARATION.....	3
Le comportement des Internautes sur Facebook.....	5
Conseil sur la création d'un statut.....	5
Page de profil et Page.....	9
Les différences.....	9
Préparez votre photo de profil.....	10
Préparez la page de couverture.....	1
Les photos (communication par l'image).....	3
Ce qu'il ne faut pas faire.....	5
Création de votre Compte de profil.....	6
Présentation de la page Fils d'actualités.....	7
Présentation de la barre de menu verticale de gauche.....	8
Présentation de la barre de menu Horizontal.....	9
Présentation de votre mur.....	9
Création de votre Page Pro.....	10
ETAPE N°2 : LE CHOIX DE LA PHOTO DE COUVERTURE ET DU BOUTON D'APPEL À L'ACTION	16
VOTRE PAGE EST DÉSORMAIS CRÉÉE ! QUELQUES CONSEILS D'UTILISATION...	18
Comment écrire du texte.....	21
Comment ajouter des photos.....	21
Comment gérer vos albums.....	22
Comment ajouter des vidéos.....	23
Comment ajouter lien d'article de site.....	23
Le comportement des Internautes sur Facebook.....	1
Conseil sur la création d'un statut.....	2
Insérer votre photo de profil.....	3
Insérez la page de couverture.....	4
Explication du « edgrank ».....	5
Optimisez les paramètres de votre page.....	6
Obtenir un nom d'url pour votre page.....	7
Obtenez des « J'aime » sur votre page.....	8
Inviter des amis.....	9
Mettre en place un onglet «Avis ».....	9
Le tableau de bord de Facebook.....	10
Liez votre Facebook à Twitter.....	11
Comment ajouter des liens de pages de votre site Internet.....	12
A PROPOS DE L'AUTEUR.....	13

LA PREPARATION

Pour la création d'un compte Facebook pro, il vous faut avoir un Mail et un téléphone portable pour valider rapidement votre compte

Une photo de profil au format 250 * 250 pixel

minimum Avoir une jolie bannière d'une taille de 850

*315 pixel Préparer vos informations à insérer dans la partie "A propos"

Vue d'ensemble

Informations sur la Page

Propriétaires de la Page

INFORMATIONS SUR LA PAGE

Catégorie	Entreprises et organisations : Formation
Nom	Flash-comet
Sous-catégories	Formation
Adresse web Facebook	www.facebook.com/flashcomet
Adresse	7, rue des genets, 31140 Montberon, Midi-Pyrenees, France
Date de début	Lancement en 2008
Brève description	Expert en Content Management System, spécialiste Joomla Expert Joomla, Virtuemart
Impressum	Informations Société Raison sociale: Flash-comet Création: 14 mars 2008 Forme juridique : entreprise individuelle Professio... Afficher la suite
Description de l'entreprise	Elus à la Mairie de Montberon : commission art, culture et communication Auteur du livre "Référencement d'un site Joomla" ch... Afficher la suite
Longue description	Formateur NTIC indépendant Partenaire de la Patrouille de France
Mission	Formateur NTIC indépendant
Fondation	Webdesigner Formateur Toulouse
Récompenses	Net d'or 2000, Net d'or 2001, Mention Special Nouvelle technologie (2008)
Produits	Joomla, wordpress E-commerce, référencement, Flash, Photoshop, Logiciels libres
Téléphone	06.30.00.91.44

Le comportement des Internautes sur Facebook

Les internautes visitent moins leurs pages le lundi matin que le mercredi après-midi ou le vendredi. En conséquence, vous pouvez dans la publication de votre page « pro » prévoir une date et heure.

Les postes qui sont lu ou pas

Trop de texte : rebute les visiteurs

Pas d'image : les internautes privilégie les informations avec photos

Ecrire trop souvent : cela donne un effet de spam sur le fil d'actualité

Faire de la promo : nous sommes tous submergés de promotions divers et variés, privilégiez des histoires

Conseil sur la création d'un statut

Soignez (vraiment) la qualité du contenu

Avant toute chose, qu'entend-on exactement par du contenu de qualité?

Bonne question! Un contenu intéressant se présente sous quatre formes:

Information. Que s'est-il passé? Exemple: le secrétaire d'État à la défense, Chuck Hagel, a déclaré qu'il était prêt à réexaminer le statut des transsexuels dans l'armée.

Analyse. Qu'est-ce que cela signifie? Exemple: Mother Jones explique pourquoi l'incident lors duquel la star de football uruguayenne, Luis Suárez, a mordu un joueur de l'équipe adverse posait de gros problèmes en termes d'hygiène.

Aide : Comment ça marche? Exemple : le site CENT explique comment envoyer un SMS d'urgence au 911 (le "15" américain)

Divertissement. Qu'est-ce qui leur passe par la tête? Exemple: chaque année deux églises de Vrontados en Grèce simulent une guerre des roquettes pour fêter Pâques.

Soyez surprenant

Un grand nombre de personnes et la majorité des entreprises ont une définition restrictive de ce qui est pertinent et intéressant pour leurs abonnés. Ils supposent à tort que leur abonnés ne s'intéressent qu'à un nombre restreint de sujets. Devrais-je exclusivement publier du contenu ayant trait à l'entrepreneuriat, l'innovation et la technologie ?

Soyez audacieux

La réussite sourit aux audacieux et il en va de même pour les posts intéressants, donc n'hésitez pas à exprimer vos sentiments et intentions. Par exemple, si vous pensez qu'il devrait y avoir plus de femmes PDG, partagez un article étayant votre point de vue. Vos abonnés vous ont volontairement suivis, il peuvent donc arrêter tout aussi volontairement s'ils n'aiment pas ce que vous partagez.

Soyez bref

Sur les médias sociaux, la concision vaut mieux que le bavardage inutile. Vous êtes chaque jour en concurrence avec des millions de posts. Les membres se font rapidement un avis et passent leur chemin si vous ne suscitez pas rapidement leur intérêt.

Selon notre expérience, la longueur idéale pour du contenu issu de la curation sur Google et Facebook est de deux ou trois phrases et de 100 caractères sur Twitter. La longueur idéale pour du contenu de votre création se situe entre 500 et 1 000 mots.

Soyez reconnaissant

Lorsque vous publiez du contenu dont vous êtes l'auteur, vos publications ne comportent pas forcément de liens, mais lorsque vous partagez du contenu, par définition vous utilisez des sources extérieures. Chaque post devrait donc contenir un lien renvoyant vers votre source. Ces liens permettent:

aux lecteurs d'en apprendre davantage sur la

source, d'envoyer du trafic vers la source

pour la remercier,

d'augmenter votre visibilité sur les sites Web et votre popularité vis-à-vis des blogueurs.

Soyez visuel

Une image graphique ou une vidéo de qualité jouent un rôle tout aussi important dans le succès d'un post que le texte. Voici plusieurs manières de le faire:

Associer un lien à votre contenu. Sur Google+ et Facebook, si vous associez un lien, une photo s'ajoutera automatiquement à votre publication. Faites attention à ce que la taille de ces photos ne soit pas trop petite par rapport à la taille maximale autorisée, auquel cas celles-ci apparaîtraient minuscules sur des appareils mobiles.

Faire une capture d'écran de la source, ou sauvegarder l'image, et l'ajouter manuellement à votre publication. Essayez d'obtenir une photo d'au moins 500 pixels de large. Soyez conscient du fait que dans ce cas, il est parfois délicat de savoir si votre usage de ces données est loyal (fair use) ou non, pour ce qui concerne le droit d'auteur (...).

Créer vos propres images graphiques à l'aide de Canva. Canva, une entreprise pour laquelle Peg et moi travaillons, fournit des modèles, images vectorielles, polices de caractères ainsi que des photos facturées 1 dollar à chaque utilisation.

Acheter une image sur une banque d'images en ligne telle que Fotolia, iStockphoto ou Stocksy.

Soyez organisé

Si votre publication sur Google+, Facebook ou LinkedIn est composée de plus de quatre paragraphes, utilisez une liste à puces ou numérotée. Cela facilite la lecture car l'information est organisée en de plus petits paragraphes et minimise l'effet

Soyez rusé

Lorsque que je tombe sur des posts dont le titre commence par: "Comment", "Le top 10 de ...", "Le meilleur de...", cela m'indique qu'ils vont être pratiques et utiles. Tweld a publié une liste de 74 titres percutants (reproduite dans le livre NDLR), parmi lesquels mes 10 titres préférés sont:

- Comment cartonner...
- Guide pratique pour...
- Le guide exhaustif pour...
- Les questions que vous devriez poser avant de ...

- Les règles pour ...
- Les étapes indispensables pour ...
- Les méthodes les plus utilisées pour ...
- Conseils pour ...
- Stratégies pour ...
- Ce que personne ne dit à propos de...

Soyez facile à trouver

Les hashtags sont une belle invention. Ils relient les posts de personnes se trouvant aux quatre coins de la planète et apportent une structure à un écosystème qui en est dépourvu. Ajouter un hashtag à un post revient à crier tout haut que le post est pertinent au vu de vos intérêts communs.

10. Soyez actif

Par "actif", nous entendons que vous publiiez entre trois et vingt posts différents par jour. Tant que vos posts sont bons, vous pouvez en publier davantage, mais si publiez deux mauvais posts par jour, c'est déjà trop.

Page de profil et Page

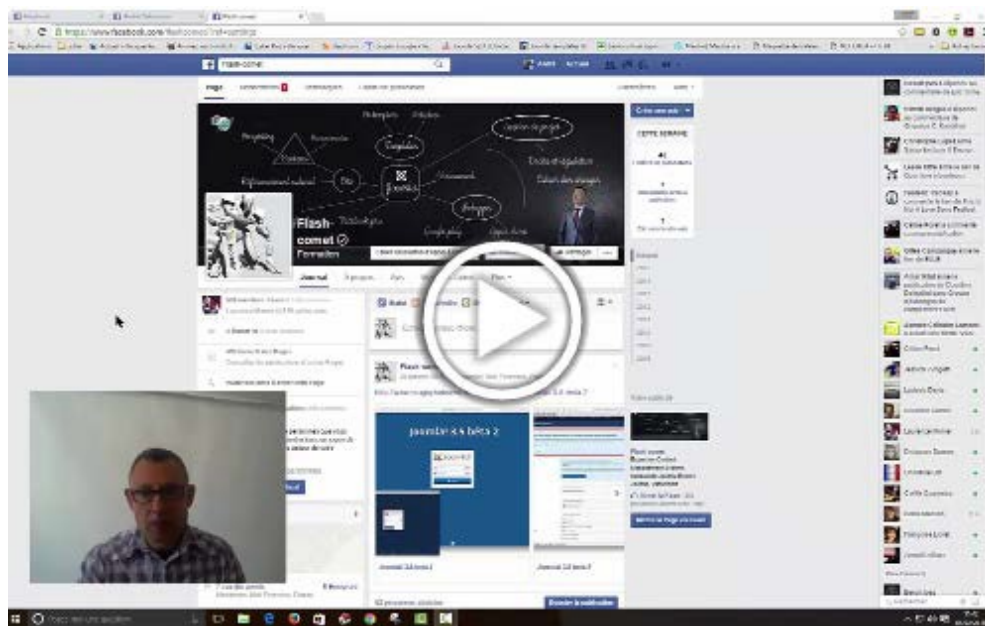
Les différences

Une **page de profil** est une page visible par les « amis » de Facebook.

Il faut avoir un compte Facebook pour visualiser les informations d'une **page de profil**.

Une **page pro** est une page public visible par tout le monde, les personnes qui cliquent sur « J'aime » sont abonnés par défaut à vos informations, elles apparaissent sur le fil d'actualités de vos « Fans »

Ce qu'il ne faut pas faire : créer une **page pro** sans avoir de page de profil associée



Préparez votre photo de profil

Photo de profil : vous avez décidé de communiquer à travers les réseaux sociaux, mettez en avant une photo de profil.



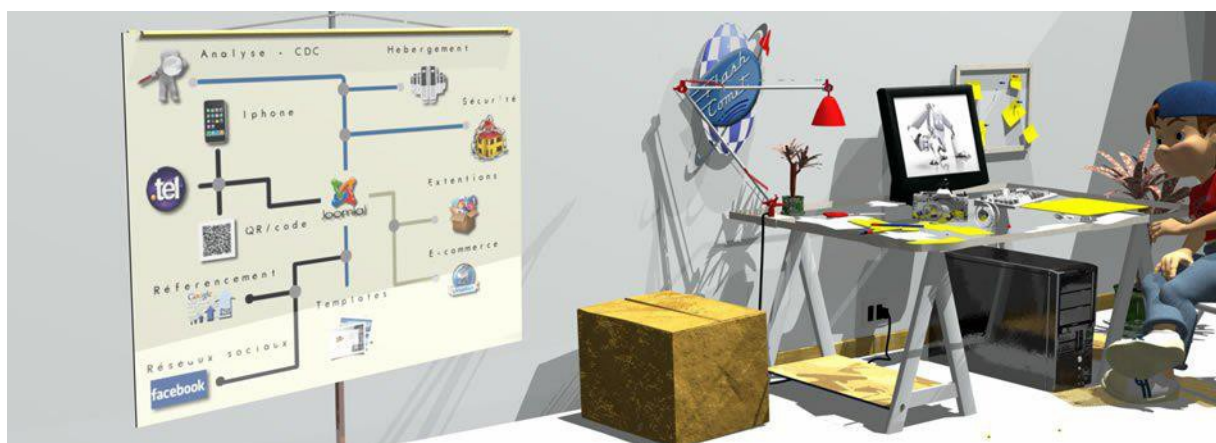
Photo de profil de votre page, dans ce cas vous pouvez mettre un logo, ne mettez pas la même image pour éviter toute confusion



Préparez la page de couverture

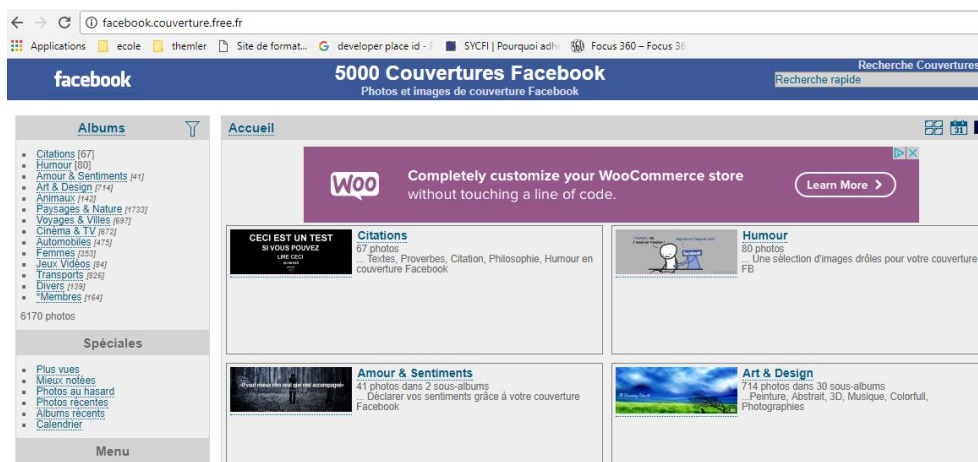


Mettez une bannière qui reflète votre entreprise, attention au droits à l'image, si vous récupérez des photos sur la toile.



Voici un lien pour obtenir des images de couvertures :

<http://facebook.couverture.free.fr/>



Les photos (communication par l'image)

Le sens de la photo : pensez à avoir une photo dont le sens part vers la droite et la gauche.



Couper vos informations ; couper une partie de l'image suggère la curiosité



Le nombre d'or 2 tiers 1 tiers ; le nombre d'or est une règle à respecter si vous voulez mettre en avant une information, le personnage ci-dessous est positionné à un tiers de la largeur de l'image.



Ce qu'il ne faut pas faire

Ne pas avoir une image de profil, les pages sans photos de profil ne suggère pas l'intérêt des internautes



Avoir une image trop exotique



Création de votre Compte de profil



Renseignez les informations ci-dessus, suivez les instructions des formulaires proposés, dans tous les cas, vous pouvez à tout moment modifier vos informations.



Présentation de la page Fils d'actualités

Pour accéder à cette page cliquez sur le symbole "F" à gauche en haut

Le page flux contient l'ensemble des informations saisie par vos « amis » ainsi que les news saisies dans les pages que vous avez « aimées ».

Les visiteurs ne voient que votre « mur »

The screenshot shows a Facebook news feed for the user André Debaisieux. The interface includes a search bar at the top, a navigation menu on the left with sections for Pages, Groups, and Applications, and a main feed of posts. The first post is from the page '3Dnatives' about a 3D printed bicycle named 'LUNA'. The second post is from 'Vanessa Dias' with a music video for 'Emma Louise - Jungle'. The right sidebar shows 'VOS PAGES' with 'Flash-comet' and statistics for the current week, and 'SUGGESTIONS DE GROUPES' with 'ARTISTES DE LA VILLE ROSE' and 'Incroyables Comestibles Midi-Pyrénées'.

Facebook interface showing the news feed (Fils d'actualités) for the user André Debaisieux. The page displays a search bar, navigation menu, and a list of posts from friends and pages.

Navigation Menu (Left):

- Pages: Flash-comet (5), Modelisation sket... (3), Montberon, impressions-3d.eu, Formation web de..., Actualité des Pages (20+), Pages que vous p..., Créer une Page, Créer une publicité
- Groupes: Groupe d'échanges... (2), Oh mais quelle se..., AP Formation, Gérer vos groupes, Créer un groupe, Chercher de nouv...
- Applications: Docs, Photos, Fil de jeux (20+)
- Amis: Flash-comet (1), Amis proches (3), Famille

Main Feed (Center):

- 3Dnatives** (Page): Hier, à 13:54 · Modifié · *
Et si on allait faire un tour de vélo imprimé en 3D ?
LUNA, le concept-bike imprimé en 3D
En août dernier, on vous présentait MORI, un vélo pliant imprimé en 3D entièrement pensé pour les femmes. Aujourd'hui, on part à la rencontre de Luna, un nouveau vélo futuriste et intelligent imaginé par...
3DNATIVES.COM
J'aime · Commenter · Partager · 19 · 3
- Vanessa Dias** (Ami): 3 h · 👤
Je pourrais l'écouter non stop!!!!
Emma Louise - Jungle [Official Music Video]
Music video for 'Jungle' by Emma Louise. The first single from Emma's debut EP - Full Hearts & Empty Rooms. Available from iTunes
<https://itunes.apple.com/au...>
YOUTUBE.COM
J'aime · Commenter · Partager
Vanessa Dias et 3 autres personnes aiment ça.
- Sandrine Sahuc** (Ami): C'est pas déjà le cas...?! Mdr
1 h · J'aime · 1
- Écrire un commentaire...

Right Sidebar (VOS PAGES):

- Flash-comet** (Page)
- Cette semaine: 1 Mention(s) J'aime la Page, 8 Portées de publications
- Publications récentes:
 - Le flat design et l'impression 3D <http://...>
82 atteints 5 engagements
Mettre cette publication en avant
 - Bonjour a tous et voila un nouveau ser...
184 atteints 7 engagements
Mettre cette publication en avant
- Vous n'avez rien publié depuis 16 jours
- 439 personnes aimant **Flash-comet** n'ont pas eu de nouvelles de vous depuis un moment.
Écrire une publication

SUGGESTIONS DE GROUPES:

- ARTISTES DE LA VILLE ROSE (et alentours)**
Jeanne Metais et 9 autres ami(e)s se sont inscrit(e)s
+ S'inscrire
- Incroyables Comestibles Midi-Pyrénées**
Manou Oshoette et François Maurer se sont inscrit(e)s
+ S'inscrire

Présentation de la barre de menu verticale de gauche



Visible unique dans la partie fil d'actualités, elle vous permet

d'accéder : A vos messages privés

A la gestion de vos

évènements Aux liens vers

vos pages pro Aux liens

vers vos groupes

Aux liens vers vos applications

Aux liens vers vos amis et la possibilité de les organiser

Présentation de la barre de menu Horizontal



Le bouton « F » vous permet d'accéder au fil d'actualités de facebook

Le moteur de recherche vous permet de rechercher une personne ou une page ou un thème avec un **Hashtag**.

Présentation de votre mur

Pour accéder à votre mur cliquez sur votre photo de profil (en haut au centre du menu vertical)

Sur votre mur apparait les informations que vous avez saisie et que vos amies ont partagés sur votre mur. C'est cette écran que vos visiteurs voient.



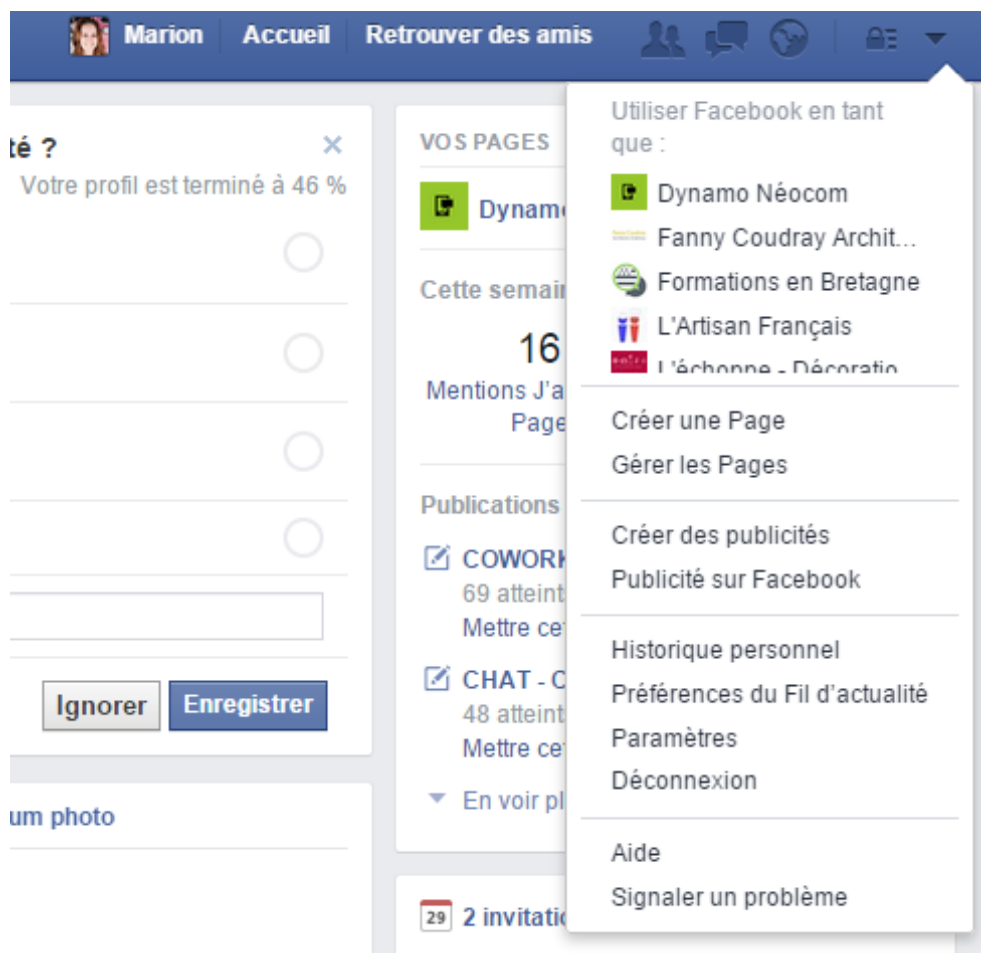
Création de votre Page Pro

Rendez-vous sur [Facebook](https://www.facebook.com). Connectez-vous ou créez un compte privé si vous n'en avez pas encore (bon à savoir : ce compte sera la passerelle pour ensuite créer votre page. Vous n'êtes donc pas obligé d'alimenter le compte privé).



The image shows the Facebook registration page. At the top, there is a blue header with the Facebook logo on the left and login fields on the right. The login fields include 'Adresse électronique ou téléphone' and 'Mot de passe', with a 'Connexion' button. Below the login fields are checkboxes for 'Garder ma session active' and a link for 'Mot de passe oublié?'. The main content area is divided into two sections. On the left, there is a promotion for the Facebook mobile app, featuring an image of a smartphone and the text 'Vous partez déjà ? Ne ratez plus rien ! Accédez à facebook.com sur votre téléphone mobile.' with a button 'Utiliser Facebook Mobile'. On the right, the 'Inscription' section is titled 'C'est gratuit (et ça le restera toujours)'. It contains several input fields: 'Prénom', 'Nom de famille', 'Adresse électronique ou numéro de mobile', 'Confirmer l'adresse électronique ou le numér.' (with a red error icon), and 'Nouveau mot de passe' (with a red error icon). Below these is the 'Date de naissance' section with dropdown menus for 'Jour', 'Mois', and 'Année', and radio buttons for 'Femme' and 'Homme'. A small text block below the date fields states: 'En cliquant sur Inscription, vous acceptez nos Conditions et indiquez que vous avez lu notre Politique d'utilisation des données, y compris notre Utilisation des cookies.' At the bottom of the registration form is a green 'Inscription' button.

Une fois que vous êtes connecté, rendez-vous en haut à droite de l'écran et cliquez sur la petite flèche bleue située à côté du cadenas. Cliquez ensuite sur « Créer une page ».



Choisissez ensuite l'une des 6 catégories présentées (pour les professionnels, le choix se réduit généralement aux deux premières catégories : « lieu ou commerce local » ou « entreprise, organisme ou institution »).

Renseignez les éléments demandés. PAS DE PANIQUE : en cas d'erreur ou de changement d'avis, tout pourra ensuite être modifié, amélioré ou supprimé. Cliquez ensuite sur « suivant » ou « enregistrer les informations ».

Créer une Page

Pages que j'aime

Pages que je gère

Créez une Page Facebook pour établir une relation plus étroite avec votre audience et vos clients.



A l'image de la capture d'écran ci-dessous, inscrivez un court texte de présentation, insérez l'URL (adresse Web) de votre site Internet, puis choisissez une URL personnalisée pour votre page Facebook.

Cliquez ensuite sur « suivant » ou « enregistrer les informations ».

Paramétrer Le Bar de l'Amitié

1 À propos 2 Photo de profil 3 Ajouter aux favoris 4 Audience de Page préférée

Conseil : ajoutez une description et un site web pour améliorer la position de votre Page dans les résultats de recherche. Les champs marqués d'un astérisque (*) sont obligatoires.

Écrivez quelques lignes pour décrire le sujet de votre Page. Cela permettra de faciliter sa recherche. Vous pouvez à tout moment ajouter des détails supplémentaires dans vos paramètres de Page.

49

Bienvenue sur la page Facebook du Bar de l'Amitié, bar-tabac-PMU à Tridoc en Garenne !
www.tridoc-bar.fr

www.tridoc-bar.fr

Choisissez une adresse web Facebook unique pour aider les gens à trouver votre Page. Une fois cette adresse définie, vous ne pouvez la changer qu'une seule fois.

<http://www.facebook.com>

Besoin d'aide ?

A présent, vous allez pouvoir choisir la « photo de profil ». **Cette photo doit être représentative de votre entreprise car elle apparaîtra sur chacune des publications que vous ferez à l'avenir.** L'idée est donc que vos visiteurs associent vos contenus à l'image de l'entreprise.

Cliquez sur « télécharger à partir de l'ordinateur » pour aller chercher votre image dans les dossiers de votre ordinateur.

Cliquez ensuite sur « suivant ».



Paramétrer Le Bar de l'Amitié

1 À propos 2 Photo de profil 3 Ajouter aux favoris 4 Audience de Page préférée

Bar

Télécharger à partir de l'ordinateur Importer d'un site web

Suiv.

La prochaine étape consiste à ajouter votre page à vos favoris, afin que celle-ci apparaisse dans la barre de gauche dans le menu d'accueil de Facebook (pour que vous puissiez la retrouver plus facilement).

Cliquez sur « ajouter aux favoris » puis sur « suivant ».

Paramétrer Le Bar de l'Amitié

1 À propos

2 Photo de profil

3 Ajouter aux favoris

4 Audience de Page préférée

FAVORIS


Fil d'actualité

Messages

Évènements

2

Ajoutez votre Page à vos favoris pour y accéder facilement à tout moment.

 Le Bar de l'Amitié

Ajouter aux favoris

Ignorer

La dernière étape n'est pas nécessaire dans un premier temps et elle fera l'objet d'un prochain article. Il s'agit du paramétrage de la campagne de publicité sponsorisée (le gagne-pain de Facebook présenté, donc, en bonne place).

Cliquez sur « ignorer » pour cette fois-ci.

Paramétrer Le Bar de l'Amitié

1 À propos

2 Photo de profil

3 Ajouter aux favoris

4 Audience de Page préférée

Dites-nous avec quelles personnes vous voudriez le plus entrer en contact. Tout le monde peut trouver votre Page, mais nous ferons de notre mieux pour la montrer aux personnes qui comptent le plus pour vous.

Lieux ⓘ Ajouter un pays, une région/département, une ville ou un code pc

Âge ⓘ 18 ▼ - 65+ ▼

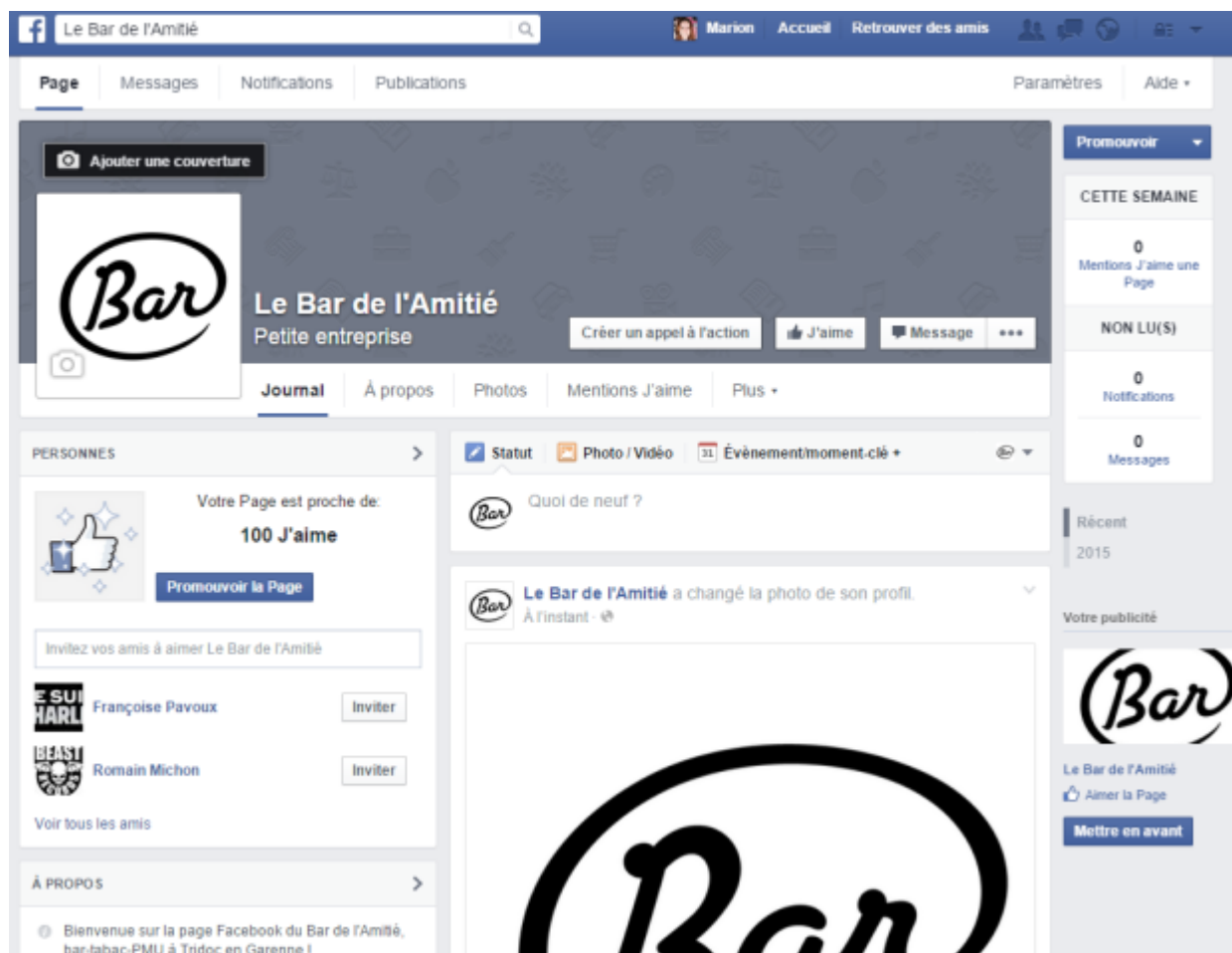
Sexe ⓘ Tout Hommes Femmes

Intérêts ⓘ Rechercher des centres d'intérêt | Suggestions | Parcourir

Ignorer

Enregistrer

Et voilà, vous avez votre page !



ETAPE N°2 : LE CHOIX DE LA PHOTO DE COUVERTURE ET DU BOUTON D'APPEL À L'ACTION

Commencez par fermer tous les onglets qui peuvent automatiquement s'ouvrir, en cliquant sur « suivant » ou « ignorer » jusqu'à ce que cela cesse (« c'est insupportable ce truc ! »).

Vous allez désormais pouvoir choisir votre photo de couverture, c'est-à-dire la photo de fond.

Pour cela, repérez, juste au dessus de la photo de profil, le symbole de l'appareil photo et cliquez dessus. Sélectionnez ensuite « télécharger une photo » et choisissez une photo appropriée dans votre ordinateur. Vous pouvez recadrer la photo si besoin en la faisant glisser de haut en bas. Cliquez ensuite sur « enregistrer les modifications ».



Wahou c'est de plus en plus beau !! Mais ce n'est point fini...

Passons désormais au paramétrage du bouton d'appel à l'action, situé juste à côté du nom de votre page.

Cliquez sur le bouton « créer un appel à l'action ». Vous allez pouvoir inciter les visiteurs de la page soit à :

- acheter
- réserver maintenant
- vous contacter
- utiliser l'application
- jouer à un jeu
- s'inscrire
- regarder la vidéo

Je vous conseille de choisir en priorité « nous contacter » ou « acheter » (si vous avez une boutique en ligne).

Choisissez donc la catégorie désirée, puis insérez l'URL de votre site Internet dans les deux cases du dessous.

Si vous n'avez pas de site Internet, ne paramétrez pas le bouton d'appel à l'action. Vous continuerez de le voir, mais il ne sera pas visible pour les visiteurs de la page.

Cliquez sur « suivant » deux fois. Puis cliquez sur « créer ».

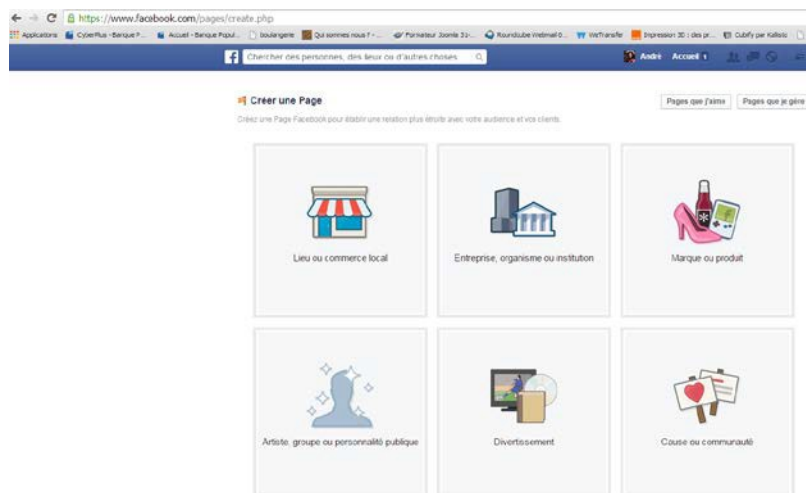


VOTRE PAGE EST DÉSORMAIS CRÉÉE ! QUELQUES CONSEILS D'UTILISATION...

Votre page est créée, c'est une première étape. **Désormais, il va falloir la faire vivre.** Voici quelques conseils pour vous aider à animer votre page :

- faites vivre votre page. Même si vous ne publiez pas tous les jours (et ce n'est pas une obligation !), **forcez-vous à publier régulièrement.** Rien de pire pour votre communication qu'une page qui ne vit pas, et dont la dernière publication remonte à plus de 6 mois ! Les visiteurs pourront se demander (légitimement) si votre entreprise existe encore. Attention donc à ce point essentiel.
- invitez les amis de votre compte privé à aimer votre page.
- ajoutez l'URL de votre page Facebook dans la signature automatique de vos mails ainsi que sur le site Internet de l'entreprise.
- adoptez un ton léger, proche de votre audience.
- faites participer vos fans, posez-leur des questions.
- une image vaut 1000 mots : n'hésitez pas à associer systématiquement une image, un lien ou une vidéo à vos publications.
- amusez-vous !

Vous venez de rejoindre la communauté des professionnels connectés ! Félicitations et à vous de jouer !



Une fois connecté avec votre compte de profil, tapez dans la barre d'adresse de votre navigateur l'adresse : www.facebook.com/page

Vous pouvez alors choisir une des options suivantes :

Les types de Pages sont organisés de la manière suivante :

Lieu ou commerce : les endroits avec une adresse physique

Entreprise, organisme ou association : toutes les tailles d'entreprises (grands groupes, PME, TPE, indépendants), les catégories générales, le secteur associatif

Marque ou produit : tout ce que l'on peut acheter, les

sites internet **Artiste, groupe**, personnalités publiques :

les professions **Divertissement** : les sports, médias, loisirs

Cause ou thème : les pages communautés

The image shows a screenshot of a Facebook page for the "Association des Parents de la Région de la Capitale". The page header includes the name of the association, a profile picture, and navigation tabs for "Accueil", "À propos", "Membres", "Photos", "Vidéos", "Pages", "Événements", "Groupes", "Pages liées", "Pages recommandées", "Pages similaires", "Pages de la région", "Pages de la ville", "Pages de la province", "Pages de la région", "Pages de la ville", "Pages de la province".

The main content area features a video player with a play button icon. Below the video player, there is a list of posts or updates, including a post from "Association des Parents de la Région de la Capitale" dated "Mercredi 14 mai 2014". The post text reads: "Bonjour à tous, nous avons le plaisir de vous annoncer que nous avons organisé un événement le 14 mai 2014. L'événement sera organisé par l'Association des Parents de la Région de la Capitale. L'événement sera organisé par l'Association des Parents de la Région de la Capitale. L'événement sera organisé par l'Association des Parents de la Région de la Capitale." Below this post, there is a "Partager" button and a "Commenter" button.

On the right side of the page, there is a "Live" section with a video feed showing a man wearing glasses and a plaid shirt. Below the live video, there is a "Partager" button and a "Commenter" button.

Comment écrire du texte

Saisissez votre texte dans cet écran puis publiez.

Vous pouvez ajouter un lien URL de site ou un lien youtube



Comment ajouter des photos

Vous pouvez insérer une photo de votre bibliothèque ou depuis votre ordinateur.



Comment gérer vos albums

Vous pouvez organiser vos photos dans des albums

The screenshot displays the Facebook Photos interface. At the top, navigation tabs include 'Journal', 'À propos', 'Photos', 'Amis 371', and 'Plus'. Below this, the 'Photos' section is active, with sub-tabs for 'Photos de vous', 'Vos photos', and 'Albums'. On the right, there are buttons for '+ Créer un album', 'Ajouter une vidéo', and an edit icon. The main content area features a 'Créer un album' button on the left and three album cards on the right:

- Vidéos**: 7 vidéos
- Photos du journal**: 71 photos
- Téléchargements mobiles**: 78 photos

Comment ajouter des vidéos

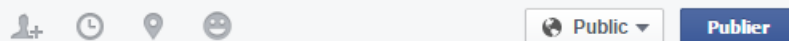
Vous pouvez uploader des vidéos depuis votre ordinateur



Comment ajouter lien d'article de site

Ajouter le lien URL provenant d'un site.

<http://www.flash-comet.com/formateur-joomla-wordpress-referencement/formateur-facebook-pro>



Le comportement des Internautes sur Facebook

Planifier la publication de votre page pro permet d'optimiser la publication de vos informations en effet vos informations auront plus de chance d'être vu un mercredi apres midi que le lundi matin



Conseil sur la création d'un statut

Racontez une histoire plutôt que de saisir des promotions, essayez d'être transparents et autant que faire ce peut de finir vos phrases par des questions (exemple : pas mal non ?, qu'en pensez vous ?...)

 **André Debaisieux** a ajouté 2 nouvelles photos.
3 juillet · 

Grâce aux infos de Jean-Yves je suis passé de 1.8 à 8.55 juste en enlevant le condensateur de la prise du téléphone. trop fort.



J'aime · Commenter · Partager

 Bassel Arafat, Catherine Poulanges et Clélia Pergay aiment ça.

 Afficher 2 autres commentaires

 **Olivier Rossi** Ah ouais ? Bonne info
3 juillet, 16:45 · J'aime

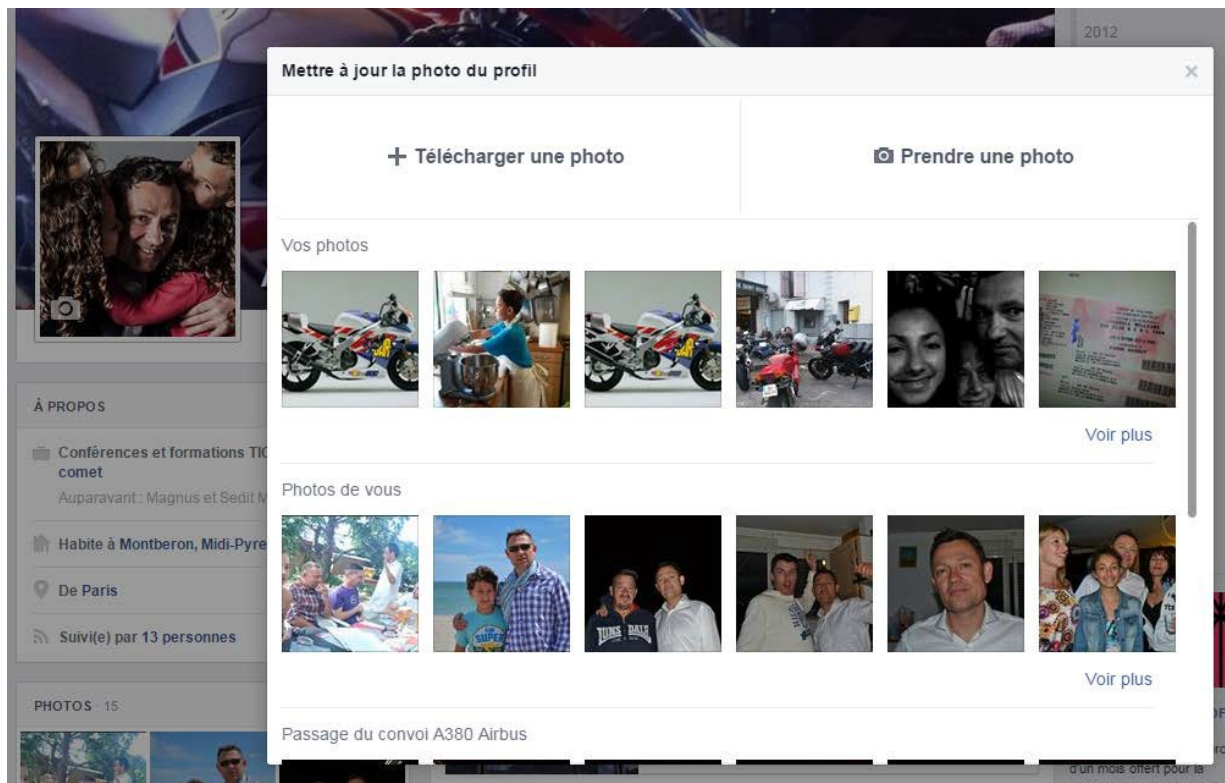
 **Richard Conquet** Ca et les dominos
3 juillet, 17:03 · J'aime

 **Richard Conquet** Rien ne surpasse les petits bonbons scotchlock
3 juillet, 17:05 · J'aime

 **André Debaisieux** Vincent:
en premier tu testes la vitesse de ta ligne adsl (chez moi 1,8 mo)
en deux tu démontes ta prise de telephone... Voir plus
4 juillet, 02:54 · J'aime

Insérer votre photo de profil

Après la préparation vu plus haut insérez une photo de profil, votre blog aura plus de chance d'être suivi.



Insérez la page de couverture

Même remarque que pour la photo de profil



Explication du « edgrank »

Le terme « EdgeRank » désigne l'algorithme qui détermine la visibilité des statuts Facebook partagés dans le fil d'actualités d'un utilisateur de Facebook.

Pour une marque qui anime une page Facebook promotionnelle, il est essentiel que les contenus partagés (liens, photos, vidéos, questions, évènements) s'affichent dans le fil d'actualités d'un maximum de membres :

Pour générer le maximum d'interactions permettant à des fans potentiels (amis d'amis) de voir s'afficher sur leur mur les publications avec lesquels leurs amis ont interagi (commentaires/likes)

Et ainsi recruter de nouveaux fans.

La portée « naturelle » maximale des publications partagées s'élève, selon Facebook, à 16% des abonnés d'une page Facebook. Théoriquement donc, seule une minorité des abonnés d'une page Facebook voit s'afficher les mises à jour en provenance de celle-ci.

Cette donnée est cependant variable : le taux d'affichage des statuts dépend étroitement du taux d'engagement des fans, c'est-à-dire de leur propension à interagir avec les publications (likes, partages, commentaires). Une page suscitant de nombreuses interactions pourra donc augmenter significativement la portée des contenus partagés.

Optimisez les paramètres de votre page

Page | **Activité** | Statistiques | Paramètres | Aide ▾

Promouvoir votre entreprise ▾

À propos de Flash-comet

Vue d'ensemble

Informations sur la Page

INFORMATIONS SUR LA PAGE	
Nom	Flash-comet
Adresse web Facebook	www.facebook.com/flashcomet
Catégorie	Entreprises et organisations : Formation
Sous-catégories	Formation
Adresse	7, rue des genets, 31140 Montberon, Midi-Pyrenees, France
Infos de début	Lancement en 2008
Heures	Pas d'horaires disponibles
Brève description	Expert en Content Management System, spécialiste Joomla Expert Joomla, Virtuemart
Impressum	Informations Société Raison sociale: Flash-comet Création: 14 mars 2008 Forme juridique : entreprise individuelle Professio... Afficher la suite
Description de l'entreprise	Elus à la Mairie de Montberon : commission art, culture et communication Auteur du livre "Référencement d'un site Joomla" ch... Afficher la suite
Longue description	Formateur NTIC indépendant Partenaire de la Patrouille de France
Mission	Formateur NTIC indépendant
Fondation	Webdesigner Formateur Toulouse
Gamme de prix	Spécifiez la gamme de prix
Récompenses	Net d'or 2000, Net d'or 2001, Mention Special Nouvelle technologie (2008)
Produits	Joomla, wordpress E-commerce, référencement, Flash, Photoshop, Logiciels libres
Parking	Spécifiez le type de parking disponible
Téléphone	06.30.00.91.44

CETTE SEMAINE

1
J'aime la Page


8
Portées de publications

NON LU(S)

0
Notifications

5
Messages

Votre publicité



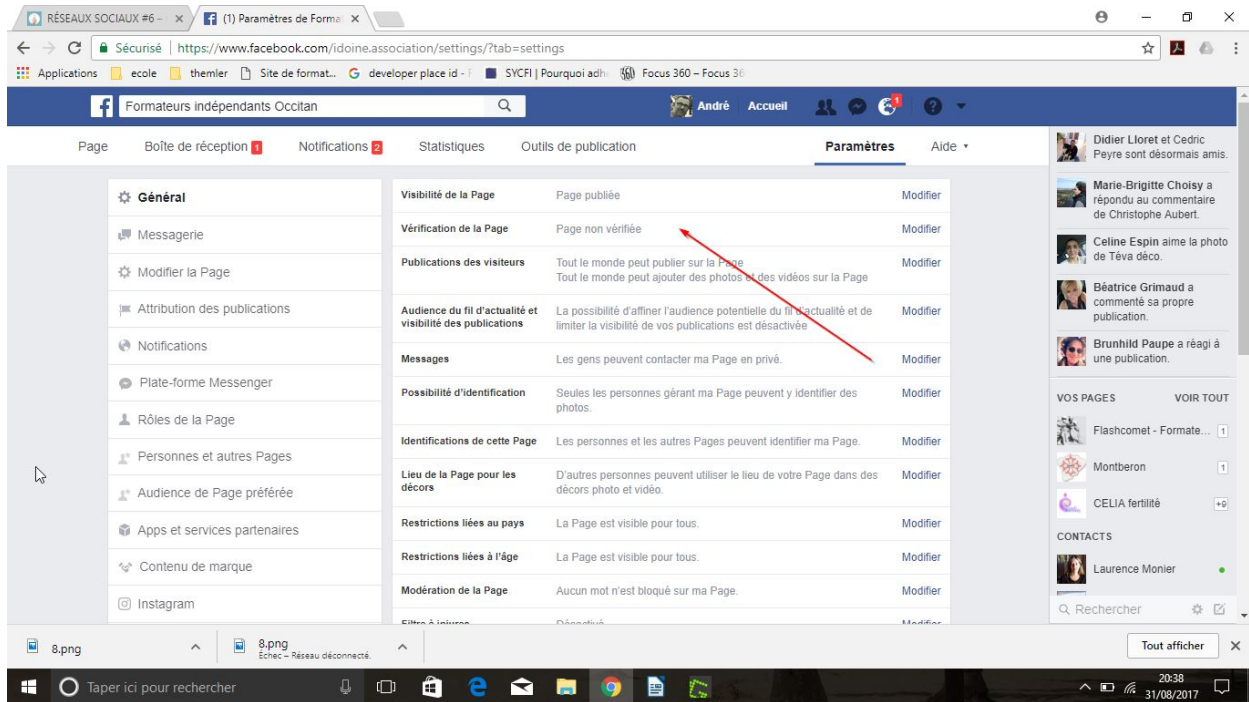
Flash-comet
Le flat design et l'impression 3D <http://flatfab.com/>

👍 4 🔄 1

Mettre en avant

Certifiez votre page

Allez dans « paramètre » et cliquez sur « Vérifier votre page »



Obtenir un nom d'url pour votre page

À propos de Flash-comet

Vue d'ensemble

Informations sur la Page

INFORMATIONS SUR LA PAGE

Nom	Flash-comet
-----	-------------

Adresse web Facebook

Vous pouvez à présent orienter les personnes vers www.facebook.com/flashcomet.
Changer d'adresse web [\(?\)](#)









Si il y a des mots cles dans votre adresse, ils doivent être séparés

par des point. www.facebook.com/garage.renault.carbonne

Obtenez des « J'aime » sur votre page

Inviter des contacts

Inviter les contacts de courrier électronique ×

	Téléchargez un fichier de liste de	Inviter des contacts
	Gmail	Inviter des contacts
	iCloud	Inviter des contacts
	Outlook.com (Hotmail)	Inviter des contacts
	Yahoo!	Inviter des contacts
	orange.fr	Inviter des contacts
	Windows Live Messenger	Inviter des contacts
	Autre service de courrier	Inviter des contacts








[En savoir plus](#)
*Un maximum de 5 000 contacts est autorisé.

[Annuler](#)

Inviter des amis

Invitez vos amis à aimer Flash-comet

Rechercher dans la liste d'amis | Rechercher tous les amis

-  Laurence Monier ✓ Aimée
-  Marie Santiago Inviter
-  Patricia Roques Invitation envoyée
-  Francois Chaney ✓ Invité
-  Mathilde Claudon ✓ Aimée
-  Jean Marc Duval ✓ Aimée
-  Margot Debaisieux ✓ Aimée


Fermer

Mettre en place un onglet «Avis»

4,9 ★ 4,9 sur 5 étoiles
22 avis



5 étoiles — 20
4 étoiles — 2
3 étoiles —
2 étoiles —
1 étoile —

AVIS DES AMIS

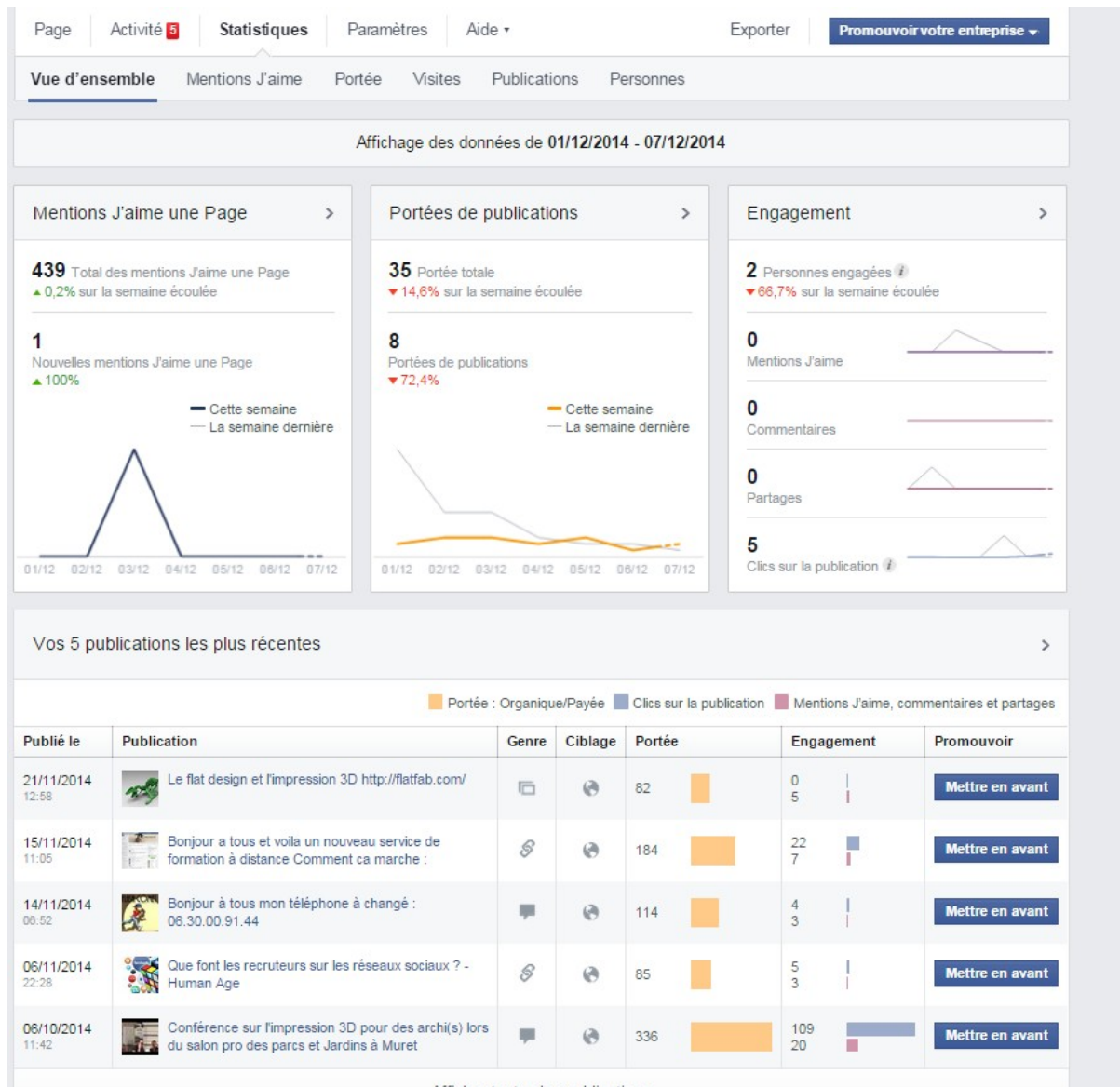
-  Karine Milhes — Très bonne formation. Merci
J'aime Commenter il y a environ 10 mois
-  Julie Baiera — Merci André pour la formation je suis super contente je vais pouvoir développer mon salon sur le net!!!!!!
J'aime Commenter il y a environ 5 mois
-  AP Formation Toulouse — AP Formation a le plaisir de compter André Debaisieux dans son équipe de formateurs. Pédagogue et expérimenté, André est toujours disponible pour répondre aux questions des stagiaires. AP Formation le remercie pour son professionnalisme, pour la qualité de ses interventions et de ses supports de cours.
J'aime Commenter il y a environ 4 mois
Mouton Sandrine et Carole Negre aiment ça.
Écrire un commentaire...

Afficher plus

NOTE | PLUS UTILES | PLUS RÉCENTS

-  Carole Negre — André est vraiment un excellent pédagogue ! Merci pour cette formation au "référencement". A bientôt.
J'aime Commenter il y a environ 2 mois
-  Flash-comet Merci Carole
15 octobre, 19:11 - J'aime
-  Carole Negre C'est normal ! c'était vraiment topissime ! 😊
16 octobre, 16:16 - J'aime
- Écrire un commentaire...

Le tableau de bord de Facebook



5 RAISONS (PRINCIPALES) D'ANALYSER LES STATISTIQUES DE VOTRE PAGE FACEBOOK

Avant toute chose, il convient de rappeler que les statistiques ne sont accessibles que pour les **pages Facebook**. Les **comptes Facebook** ne disposent pas de cette fonctionnalité (pour en savoir plus sur les pages Facebook, [cliquez ici](#)).

A quoi peut bien vous servir l'analyse de vos statistiques Facebook ?

- A connaître l'évolution du nombre de fans sur votre page, jour par jour.
- A savoir le nombre de personnes qui ont vu chacune de vos publications, et ainsi adapter votre stratégie de contenu en fonction de l'engagement (**engagement : mentions j'aime, commentaires, partages, interactions**).
- A connaître les heures auxquelles vos fans sont en ligne, et donc publier à ces heures privilégiées afin de multiplier la visibilité.
- A connaître l'âge moyenne de votre audience, afin d'adapter le contenu à la cible.
- A savoir d'où viennent vos fans (pays, villes).

Les statistiques de Facebook, c'est un peu l'usine à gaz... Donc déjà, en vous concentrant sur les points principaux cités ci-dessus, vous aurez une belle visibilité sur l'efficacité de votre page (cela explique la raison pour laquelle j'ai décidé de ne pas vous présenter l'ensemble des statistiques, mais seulement les principales) ! Allons voir comment ça marche, dans la pratique...

ACCÉDER AUX STATISTIQUES

Rendez-vous sur votre page Facebook.

Dans les onglets en haut de votre page, **cherchez l'onglet « Statistiques »** et cliquez dessus.

REMARQUE : les statistiques ne sont accessibles qu'à partir du moment où vous avez vos 25 premiers fans sur la page. Pour les autres, encore un peu de patience ...

(Cliquez sur les images pour les agrandir)



Une fois cet onglet ouvert, **repérez les différentes parties en haut :**

- Vue d'ensemble (la page sur laquelle vous êtes).
- Mentions j'aime.
- Portée.
- Visites.
- Publications.
- Personnes.



Cette première page est un récapitulatif des 5 autres onglets suivants. Pour une meilleure compréhension et lisibilité, **je vous recommande d'analyser vos statistiques onglet par onglet dans un premier temps, le temps de vous familiariser avec l'outil.** **Retenez bien :** Facebook est en perpétuelle évolution. Chaque jour connaît son lot de nouveautés. Aussi, il peut y avoir des différences entre le jour où je publie cet article et le jour où vous analysez les statistiques de votre page Facebook à partir de ce tutoriel. *N'hésitez pas à prendre contact avec moi si vous avez besoin d'aide.*

ONGLET « MENTIONS J'AIME »

Cet onglet présente l'évolution du nombre de fans sur la page. Vous connaissez ainsi jour après jour, le nombre de nouveaux fans (en bleu) et le nombre de « fans perdus » (en rouge).



ONGLET « PORTÉE »

Cet onglet présente :

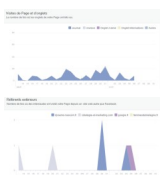
- L'évolution du nombre de personnes qui ont vu vos publications, jour après jour.
- L'évolution de l'engagement (interactions avec les publications : mentions « j'aime, commentaires, partages).
- Si vous avez une campagne de publicité en cours sur une ou plusieurs publications vous saurez également le nombre de personnes qui ont vu vos publications par le biais de cette publicité (« Payé »).



ONGLET « VISITES »

Cet onglet présente :

- La répartition des visites entre les différents onglets de votre page (journal, à propos, articles...).
- Provenance des visiteurs hors Facebook (site Internet, recherche Google, autres référents).



ONGLET « PUBLICATIONS »

Cet onglet est selon moi l'un des plus intéressants à étudier, car **il permet de mesurer l'impact réel de votre communication sur les réseaux sociaux**. Vous pouvez notamment :

- Savoir quand vos fans sont en ligne (jours et horaires privilégiés).



- Connaître le type de publication qui génère le plus d'engagement (photos, statuts, liens ?). Vous pourrez désormais adapter vos publications selon les préférences de votre communauté virtuelle.



- Visualiser un tableau récapitulatif qui présente une synthèse de l'engagement pour chacune de vos publications.



ONGLET « PERSONNES »

Enfin, le dernier onglet vous donne des informations au sujet de vos fans (âges, répartition hommes / femmes, provenance géographique). Cela peut s'avérer très utile pour en connaître plus sur votre cible et vous y adapter !



Liez votre Facebook à Twitter

https://www.facebook.com/twitter/

CyberPlus - Banque P... Accueil - Banque Popul... boulangerie Qui sommes nous ? - ... Formateur Joomla 31-... Roundcube Webmail 0... WeTransfer

Chercher des personnes, des lieux ou d'autres choses

André Accueil



André Debaisieux
Lié à Twitter (en tant que flashcomet)
Modifier les paramètres · Annuler le lien à Twitter

- Statuts
- Photos
- Liens
- Vidéo
- Articles
- Évènements

N'oubliez pas – Seules les publications Facebook avec un paramètre de confidentialité Public sont republiées sur Twitter. En savoir plus sur vos paramètres de confidentialité.

[Enregistrer les modifications](#) [Annuler](#)

Liez vos Pages à Twitter

Modelisation sketchup 3D
Lié à Twitter (en tant que flashcomet)
Modifier les paramètres · Annuler le lien à Twitter

Support de cours
Lié à Twitter (en tant que flashcomet)
Modifier les paramètres · Annuler le lien à Twitter

Montberon
Lié à Twitter (en tant que flashcomet)
Modifier les paramètres · Annuler le lien à Twitter

Comment ajouter des liens de pages de votre site Internet

Ouvrez votre page pro en tant que profil

Ouvrez un nouvel onglet de votre navigateur et ouvrez la page **likebox**

https://developers.facebook.com/docs/plugins/like-box-for-pages?locale=fr_FR

Indiquez l'adresse de votre page dans le champ « Facebook

page url » Personnalisez votre box, cliquez sur le bouton «

get code » Sélectionnez l'onglet « Iframe »

Copiez le code , collez le dans votre site

Product Docs

Connexion

Sharing

- Web
- iOS
- Android
- Custom Stories

Modules sociaux

- Bouton J'aime (web)
- Like Button (iOS)
- Like Button (Android)
- Share Button
- Send Button
- Embedded Posts
- Bouton S'abonner
- Feed Dialog
- Comments
- Activity Feed
- Recommendations Feed
- Encart J'aime**
- Facepile
- Best Practices

Liens vers les applications

Jeux

Like Box

The Like Box is a special version of the Like Button designed only for Facebook Pages. It allows admins to promote their Pages and embed a simple feed of content from a Page into other sites.

Facebook Page URL:

Width:

Height:

Color Scheme:

Show Friends' Faces

Show Posts

Show Header

Show Border

Retrouvez-nous sur Facebook

Flash-comet

J'aime Vous aimez.

Vous et 438 autres personnes aimez Flash-comet.

Module social Facebook

Get Code

A PROPOS DE L'AUTEUR

Indépendant depuis 2008, il dispense les formations qu'il met au point et assure des conférences sur les nouvelles technologies. Spécialisé dans le Web la E-communication, les nouvelles technologies et l'impression 3D.

Expert CMS Joomla, il maîtrise toutefois Spip, Wordpress, Prestashop, Google, les réseaux sociaux et enfin le monde des Smartphones et ses applications.

Il a reçu plusieurs prix: "une mention dans la catégorie Talent de l'innovation technique et technologique", un Net d'or en 2001 pour le site "patrouille de France" et un Net d'or en 2000 pour le site "Cyber bébé"

Son site : <http://www.flash-comet.com>

Sa page Facebook : <https://www.facebook.com/flashcomet>

Remerciement & sources

Merci à tout les stagiaires, élèves et centres de formations qui ont contribué à la réalisation de ce support.

Sources: Wikipedia, le journal du net, flash-comet.com, joomla.fr, et Google



André Debaisieux
andre@debaisieux.com