

Apprendre à Créer, gérer et animer une page Facebook pour développer une entreprise.

Programme :

Partie 1 : Marketing

Le vocabulaire à connaître pour utiliser Facebook

Différence entre profil et page.

Pourquoi créer une page, ses limites.

Pré-requis à la création d'une page Facebook entreprise. Temps à passer, réactivité.

Nombre de pages possible. Les objectifs de la page Facebook

L'impact sur le référencement Google, Bing et Yahoo

Les principes de fonctionnement de FACEBOOK en général.

Comment fonctionne Facebook : le **Newsfeed Ranking Algorithm**

Evolution de l'algorithme de Facebook courant 2018. Se préparer à la mise à jour

Savoir utiliser les parutions Facebook pour optimiser le référencement d'un site et de la page elle-même dans Google.

Dimensions, rôles des photos de couverture et de profil : rythmes de changements.

La vidéo dans la photo de couverture.

Animer la page : Comment s'exprimer. Pourquoi et comment faire réagir les abonnés.

La notion de « conversationnel ». Faire réagir.

Les contenus. Images, vidéos, textes, liens, que privilégier ?

Les publications que les FACEBOOKIENS aiment

Fréquences de publications.

Ouvrir les commentaires à tous ou limiter ?

Réagir aux mauvais commentaires. Répondre aux commentaires agréables.

Supprimer les commentaires malveillants.

Les hashtags. Rôles et quantité.

Pourquoi les utilisateurs n'aiment plus une page.

Les erreurs à ne pas faire.

L'intégration de la page dans la stratégie de communication. Définir un plan de communication pour la page. Faire connaître la page au lancement de celle-ci

Ne pas se lancer sur les réseaux sans un site Web optimisé. Ne pas se tromper d'objectif, avoir 1000 fans sur Facebook, c'est bien. Avoir 1000 visiteurs sur le site de l'entreprise, c'est mieux : liaison page et site. Interaction page Facebook et site Internet

Partie 2 : Créer une page Facebook : Les différentes étapes.

Choisir les types de pages, les catégories.

Nommer la page pour séduire l'Internaute. Quand peut-on changer de nom.

Compléter les informations de la page pour intéresser les prospects et clients, Google : la rubrique « à propos », la « story », les mentions légales.

Ajouter un bouton. Changer les paramètres.

Gérer, créer, supprimer des onglets.

Publier et programmer un post. Publier un diaporama, une photo, une vidéo, un sondage.

Supprimer une publication, un commentaire.

Insérer un lien.

Savoir qui aime la page ou est abonné à la page (différence entre les deux)

Publier, aimer, partager en tant que page ou profil

La création d'une URL (adresse) Personnalisée

Gérer une page à plusieurs. Gérer les notifications.

Publier une offre d'emploi. Ecrire un article.

Diffuser en direct. Le badge réactivité. Le badge gris « page vérifiée ».

L'onglet boutique. Les statistiques.

La publicité sur Facebook.

Trouver les aides de Facebook. Exercices d'entraînement avec l'aide du formateur.

Supprimer une page.