



Connected
Stores
Paris

Découvrir et utiliser Facebook



Facebook est utilisé par plus d'un milliard de personnes dans le monde, ce serait dommage de ne pas en profiter !

Pourquoi créer une page Facebook pour votre marque / votre enseigne ?

- **Communiquer gratuitement** sur vos produits, actualités et événements.
- **Interagir** avec vos clients et prospects, développer votre **capital social** et **féderer votre communauté**.
- Vous faire connaître « **les amis de vos amis sont vos amis** ».

I- Créer un compte Facebook

Pour créer une page pour votre enseigne vous devez déjà avoir un compte Facebook personnel. Si vous n'en avez pas encore, créez-en un :

The image shows the Facebook registration page. At the top, there is a navigation bar 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 links for 'Garder ma session active' and 'Mot de passe oublié?'. The main content area is titled 'Inscription' and includes the text 'C'est gratuit (et ça le restera toujours)'. There is a promotional banner on the left for mobile access. The registration form consists of several fields: 'Prénom', 'Nom de famille', 'Adresse électronique ou numéro de mobile', 'Confirmer l'adresse électronique ou le numér...', and 'Nouveau mot de passe'. Below these are 'Date de naissance' fields (Jour, Mois, Année) and gender options (Femme, Homme). A green 'Inscription' button is at the bottom. Red arrows and numbers '1' and '2' are used as annotations: '1' points to the first five input fields, and '2' points to the 'Inscription' button.

Pour cela, suivez tout simplement les étapes 1 et 2. Ça y est vous êtes inscrit !

Quelle est la différence entre un compte et une page Facebook ?

- Votre compte (ou profil) est un espace personnel où vous partagez des photos et des statuts avec vos amis, votre famille, votre entourage proche.
- Votre page sert à communiquer sur votre entreprise.
- Sur votre compte, vous avez des amis et vous pouvez faire des demandes d'amis. Sur votre page, vous aurez des fans qui doivent aimer votre page pour vous suivre.

II- Créer une page Facebook

- Objectif : différencier votre compte personnel de votre page professionnelle.
- Cliquez sur < Créer une Page > depuis votre compte Facebook.



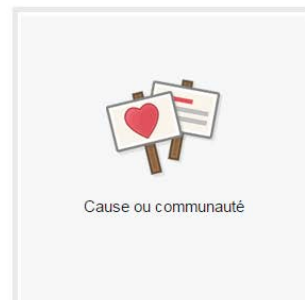
- Choisissez le type de page qui correspond à votre activité.

Créer une Page

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

Pages que j'aime

Pages que je gère



- Remplissez les différents champs :

Lieu ou commerce local

Shopping/Vente au détail ▼

Ma Boutique CoSto

Adresse

Ville

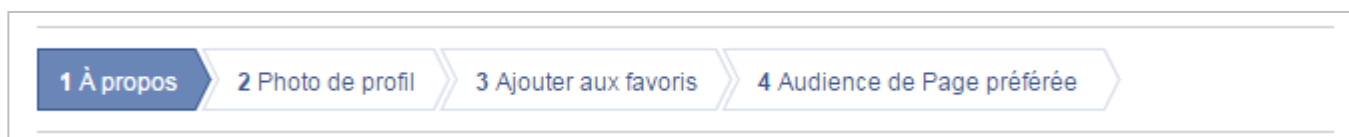
Code postal

Téléphone

En cliquant sur Démarrer, vous acceptez les conditions d'utilisation des Pages Facebook.

Démarrer

- Suivez les 4 étapes proposées par Facebook :



- Remplissez bien les champs suivants : description de l'entreprise, e-mail, site web, horaires et adresse.

- N'oubliez pas de mettre une photo de profil (ex: votre logo ou bien une photo de vous dans votre boutique).

- Une fois votre page créée, ajoutez une photo de couverture (logo, photo du magasin ou des produits...). L'image de couverture doit donner une bonne première impression !

III- Utiliser votre page Facebook :

- Quels types de contenus publier ? Vos offres, vos actualités, vos nouvelles collections. Surtout accompagnez vos contenus de photos.
- Créer des événements génère du trafic en magasin. Si vous créez un événement sur Facebook, vos fans pourront le relayer à leurs amis et ainsi de suite. Vous maximiserez votre impact.
- /! Facebook fonctionne par un système d'algorithme : plus vous postez, plus vous êtes visibles par vos fans.

Les outils :

Messages : conversations privées entre vous et vos interlocuteurs.

Notifications : messages d'alerte sur les activités sur votre page (mentions J'aime, commentaires...).

Statistiques : retrouvez les statistiques de votre page : mentions J'aime, portée des publications, etc.

Publications : retrouvez les publications que vous avez planifiées.

The screenshot shows the Facebook interface for the 'CoSto Organisation' page. At the top, there are navigation tabs: Page, Messages, Notifications, Statistiques, Publications, Paramètres, and Aide. The main content area features a blue cover photo with the text 'Le commerce de proximité connecté' and a profile picture of a smartphone with the 'CoSto' logo. Below the cover photo, there are buttons for 'Créer un appel à l'action', 'J'aime', and 'Message'. A navigation bar below the cover photo includes 'Journal', 'À propos', 'Photos', 'Avis', and 'Plus'. The 'Journal' tab is selected, showing a post titled 'Quoi de neuf ?' with a 'Statut' icon. A red box highlights the 'Statut', 'Photo / Vidéo', and 'Offre, événement +' options. A blue box highlights the 'Avis' tab. A red box highlights the 'Journal' tab. A red box highlights the 'Statistiques' tab. A red box highlights the 'Publications' tab. A red box highlights the 'Messages' tab. A red box highlights the 'Notifications' tab. A red box highlights the 'Page' tab. A red box highlights the 'Paramètres' tab. A red box highlights the 'Aide' tab. A red box highlights the 'Promouvoir' button. A red box highlights the 'CETTE SEMAINE' section, showing '10 Mentions J'aime une Page' and '292 Portées de publications'. A red box highlights the 'NON LU(S)' section, showing '0 Notifications' and '0 Messages'. A red box highlights the 'Récent' section, showing '2015' and 'Début'. A red box highlights the '308 mentions J'aime' rating.

Journal : vous y retrouvez toutes vos publications (statuts, photos...).

Photos : photos que vous avez publiées et celles où vous êtes identifié.

Publiez un statut, des photos, une vidéo !

Avis : notes entre 1 et 5 données par les personnes qui aiment votre page.

Programmer une publication :

Vous pouvez préparer une publication et différer sa publication sur votre page à une date différente. Vous pouvez ainsi préparer des publications qui seront publiées pendant vos congés ou à une heure de plus grande audience. Les publications programmées doivent être publiées entre dix minutes et six mois après leur création.

- Créez votre publication en haut du journal de votre page.
- Cliquez sur la flèche à côté de < Publier >.
- Sélectionnez < Planifier >.
- Sélectionnez la date et l'heure auxquelles vous souhaitez que la publication soit publiée.
- Cliquez sur < Planifier >.



Inviter des amis à aimer votre page :

Pour inviter vos amis à aimer votre page, vous devez utiliser votre compte personnel plutôt que la page de votre enseigne.

- Pour vérifier que vous utilisez bien votre compte personnel :

Cliquez sur la flèche dans l'angle supérieur droit.

Sélectionnez votre nom en dessous de l'option < Utiliser Facebook en tant que >.



Lorsque vous utilisez Facebook en tant que vous-même, vous pouvez inviter vos amis à aimer votre page. Depuis votre page :



Cliquez sur
< ... >
Puis sur
< Inviter des
amis >

- Sélectionnez les amis à inviter et cliquez sur < inviter >.

IV- Conseils

- **Invitez vos amis** et incitez vos clients actuels à aimer votre page Facebook.
- **Soyez réactif** : lorsque des personnes commentent vos publications, répondez-y rapidement. Maintenez le dialogue avec vos fans, posez-leur des questions.
- **Communiquez régulièrement** sur vos produits, vos fournisseurs, vos meilleurs clients, vos actualités (événement, promo, partenariat, nouvelle déco...).
- **Soyez visuel** : les publications avec des images sont plus commentées, partagées et attractives.
- Utilisez les **statistiques** pour analyser ce qui fonctionne le mieux sur votre page et voir quel type de publication a le plus d'impact (nombre de partages, mentions J'aime, commentaires). Adaptez votre stratégie en fonction de ces derniers.
- Vous avez aussi la possibilité pour quelques euros de **promouvoir une publication** ou de créer une **publicité** pour votre page afin de toucher un public plus large.
- Enfin, limitez votre nombre de publications à 3 par jour afin d'être visible mais ne pas agacer vos fans.



Retrouvez nous sur notre page Facebook CoSto:

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

Sur le groupe privé Commerçants CoSto:

<https://www.facebook.com/groups/CoSto/>

Et s'ûr: www.costo.paris