

FORMATION
FACEBOOK
INSTAGRAM
Niveau 2

2023



Hémaphore[🎓]
Académie

Les réseaux sociaux en chiffres

1592653589793238462643
9716939937510582097494
2862089986280348253421
6513282306647093844609
5940812848111745028410
5596446229489549303819
5933446128475648233786
0914564856692346034861
3936072602491412737245
8174881520920962829254
9259036001133053054882
9519415116094330572703
2186117381932611793105
7996274956735188575272

InternauteS actifs sur les réseaux sociaux en France 2021



Nombre d'internautes France : 52,9 millions, 78,4% de la population (Médiamétrie : Audience Internet Global en France janvier 2021)

Nombre d'internautes actifs réseaux sociaux jour : 48 millions (Harris Interactive Social Life mai 2020. Français âgés de 15 ans et plus)

** Sources : Plateformes sociales Facebook, Snapchat, Harris Interactive Social Life

*** Français de plus de 18 ans qui regardent YouTube chaque mois (Médiamétrie : Audience internet vidéo 3 écrans)

FACEBOOK QUELQUES RAPPELS



Différences entre Page Perso & Page Pro

- Nombre de contacts : 5 000 vs illimité
- Statistiques sur vos posts
- Fonctionnalités supplémentaires : publicité, boutique ...



Page Professionnelle – Tour d’horizon

- Onglets
- Paramètres
- Messagerie et notifs
- ...

The screenshot shows the Facebook profile of 'Hémaphore', a business page. At the top, there is a large orange banner with the text 'VOUS GUIDER VOUS RÉVÉLER' and a 'Modifier' button. Below the banner is the profile picture, a lighthouse icon, and the name 'Hémaphore' with the handle '@hemaphore.fr' and the category 'Formation'. A navigation bar includes 'Accueil', 'Avis', 'Vidéos', 'Plus', 'Promouvoir', and 'Voir en tant que visiteur'. The main content area features a 'Créer une publication' section with options for 'Photo/Vidéo', 'Je suis là', and 'Humeur/Activité'. Below this are buttons for 'Créer', 'En direct', and 'Évènement'. A post from 'Hémaphore' is visible, dated '2j', with the text 'Les réseaux sociaux en infographies' and 'Crédits : E-Commerce Nation'. At the bottom, there are several social media sharing icons.

Textes, Images et Vidéos

- Visuel plus d'impact que le texte seul
- Format carré/vertical = mobile
- Vidéo = virale ++



Focus sur le format carré/vertical

- Les réseaux sociaux se consomment sur mobile
- Format plus visible, plus impactant
- Prend plus de place sur un smartphone



Penser à travailler son texte

- Aller à la ligne, espacer
- Utiliser des émoticons
- Gras sur les mots importants
- Identifier avec @
- Utiliser quelques # drôles ou populaires



Quelques outils



Piliapp.com



Liens

- Trafic vers votre site
- Image encore en paysage 😞
- Copier Url puis venir changer son texte



Le Routard  23 h · 

Son réseau de parcours cyclables permet d'en savourer toutes les subtilités, à son rythme et en toute tranquillité. 🚲



À propos de ce site web

ROUTARD.COM

L'Ardèche à vélo

Week-end Ardèche, Drôme. L'Ardèche est un département qui s'étire en...

  106

8 commentaires 17 partages

Un peu de veille sur Facebook dans votre secteur

- Quelles sont les tendances ?
- Les bonnes idées ?
- Les bonnes pratiques ?
- Les dernières actus ?

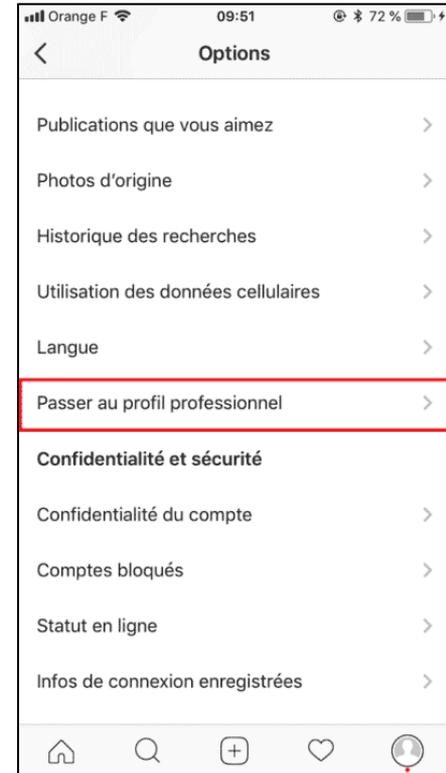


INSTAGRAM
QUELQUES
RAPPELS



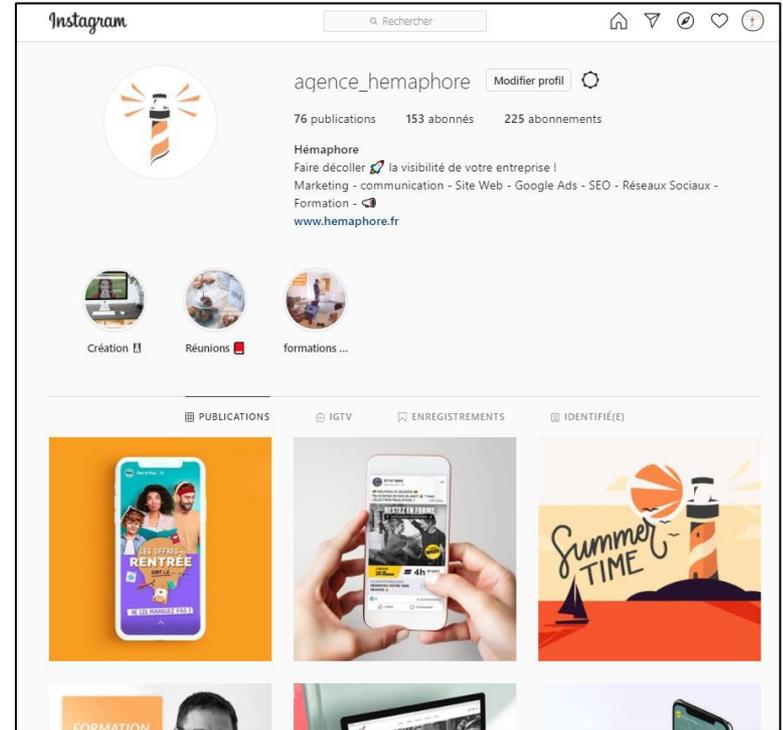
Compte Professionnel VS Compte Personnel

- Fonctionnalités supplémentaires
- Statistiques
- Boutons : itinéraire, appel, email
- Accès publicité



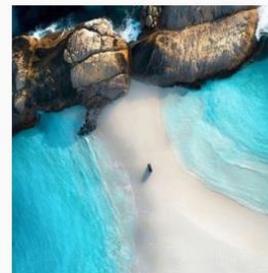
Compte Professionnel – Tour d’horizon

- Bio
- Onglets
- Paramètres
- Messagerie et notifs
- Des nouveautés depuis l’été 2020 !



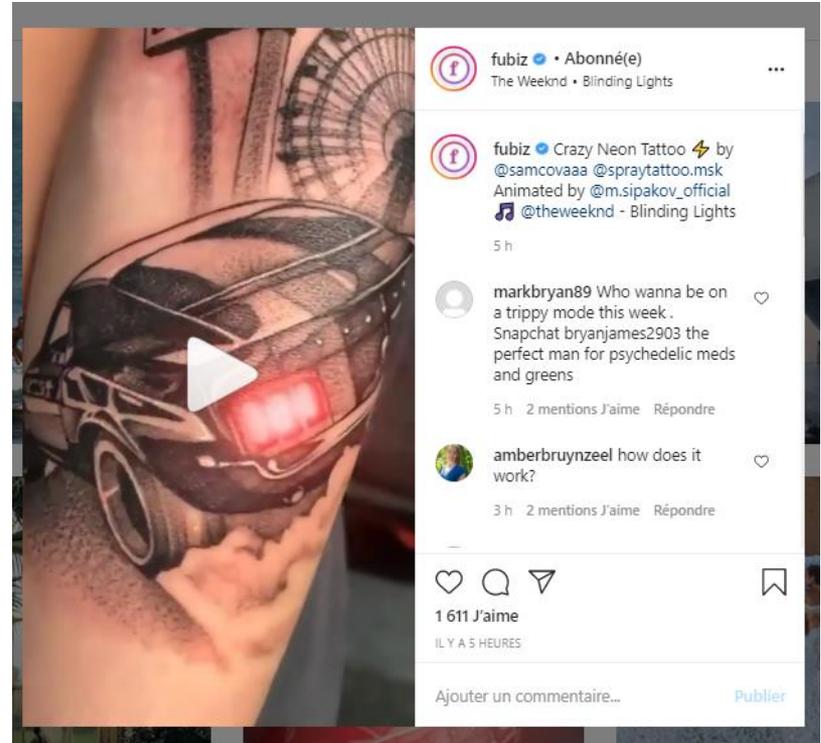
Les photos

- Publication de photos instantanées ou depuis notre galerie
- Mise en avant de #
- Retouche photo et apports de filtres
- Identification personnes / lieux / produits (boutique)



Les vidéos

- Publication de vidéos instantanées ou depuis notre galerie
- Mise en avant de #
- Apports de filtres
- Identification de lieux et personnes



Focus sur les

- Permet d'indexer les contenus et de booster la visibilité du post en question
- Bien choisir ses # (outil Insta)
- Utiliser des # populaires et plus précis
- Des # « permanents » et qui s'adaptent au contenu
- Environ 10 à 15 #
- Penser « localisation », « ce que je vois sur la photo », « contexte », « qui je suis », « ce que je propose », ...



Focus sur les # - Cas Pratique

- Quels # pourrait on mettre en avant sur ce post ?



Focus sur les # - Cas Pratique

- Quels # pourrait on mettre en avant sur ce post ?

[#MonumentValley](#) [#utah](#) [#etatsunis](#) [#paysagedumonde](#) [#photopaysage](#)
[#paysagedereve](#) [#aventure](#) [#beautedumonde](#) [#parcnational](#)
[#backpackeuse](#) [#voyagevoyage](#) [#autourdumonde](#) [#photodevoyage](#)
[#lesfrancaisvoyagent](#) [#passionvoyage](#) [#pleinlesyeux](#) [#leroutard](#)
[#boutdumonde](#) [#voyagedereve](#) [#lesroutards](#) [#voyageusedumonde](#)
[#instavoyage](#) [#decouvrirlemonde](#) [#voyageursdumonde](#)
[#voyagerautrement](#) [#surlaroute](#) [#visiterlemonde](#) [#partirloin](#) [#tourdumonde](#)
[#voyagerloin](#)



Les stories

- Contenu éphémère 24h
(possibilité de mettre une STORY à la une)



- Mix de photos et/ou de vidéos sous la forme d'un carrousel
- Inciter sa communauté à interagir : Avis, Messagerie, Quizz, ...
- Mise en avant d'une "histoire" de mon entreprise, de ma marque, d'un produit ... et renforce sa visibilité (Stories positionnées en haut du compte)

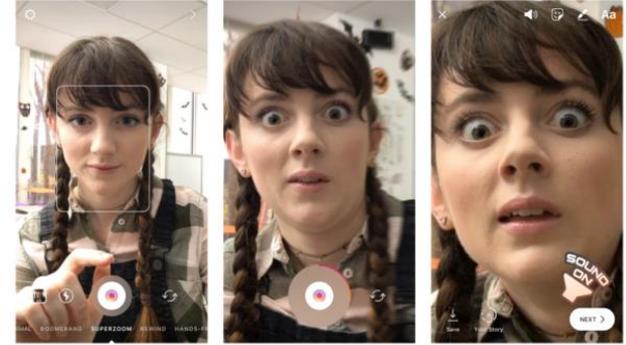


Les stories et leurs nombreuses fonctionnalités

Texte



Super Zoom



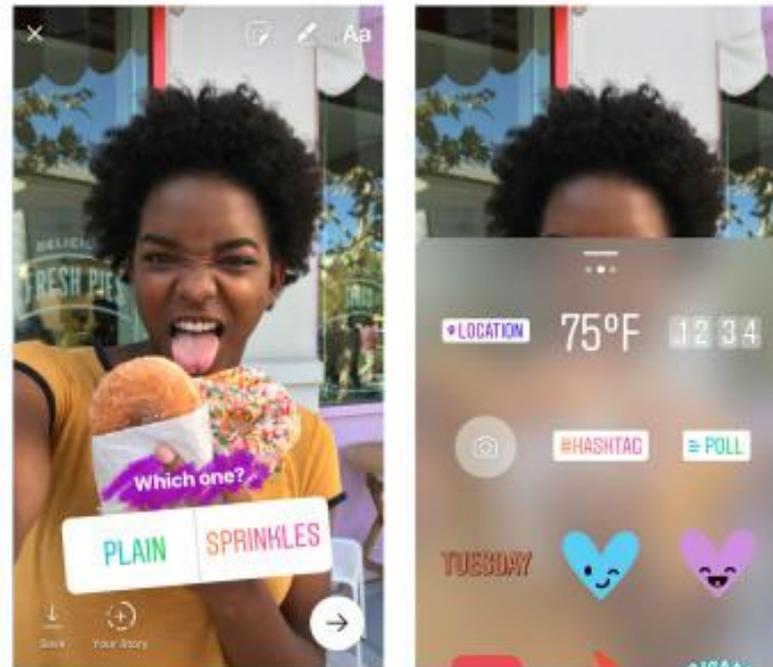
Boomerang



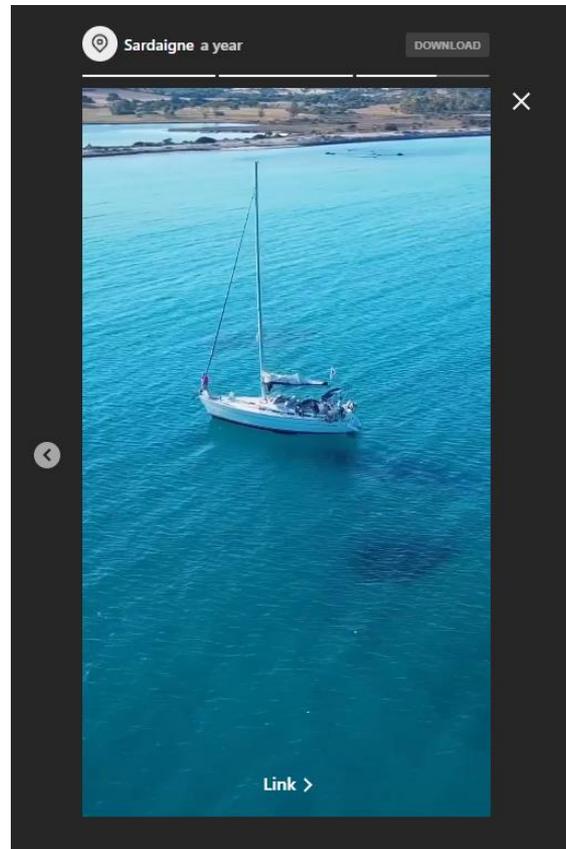
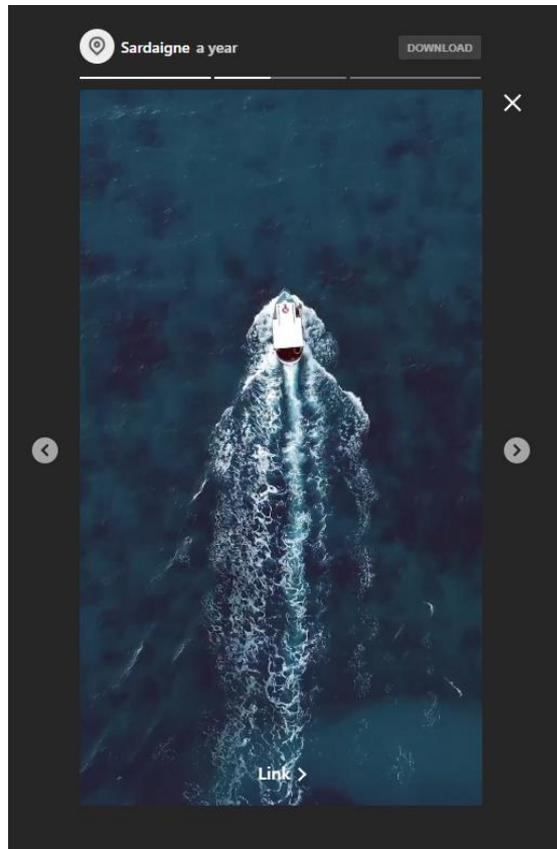
Stickers

Les stories et leurs nombreuses fonctionnalités

Et encore bien d'autres ...



Exemple de Story



Un peu de veille sur Instagram dans votre secteur

- Quelles sont les tendances ?
- Les bonnes idées ?
- Les bonnes pratiques ?
- Les dernières actus ?



Votre
Page /
Compte pro



Que publier sur sa Page pro ?



- Actus de votre blog
- Evènements
- Sondage
- Liens vers boutique/site
- ...



- Stories pendant un événement
- Coulisses
- Lieux avec #
- Univers graphique
- ...

Développer
sa/ses
communautés



Comment développer sa communauté ?

- **PRODUIRE DU CONTENU DE QUALITE !**
- Publicité : campagne LIKES FB / TRAFIC Insta
- Jeux concours
- Inviter les personnes (Facebook)
- Campagnes email / Signatures
- En parler (magasin, salons, proches, ...)
- Le promouvoir sur d'autres réseaux
- Mettre en avant sur son site (footer, articles, ...)
- ...



La Publicité à Fans Facebook

- Audience ciblée avec des centres d'intérêt proches de votre activité (bien être, tourisme, cinéma ...etc)
- Audience qualitative susceptible d'interagir davantage avec votre page/posts
- Facilité pour s'abonner à la page : CTA d'abonnement
- Inciter les personnes à s'abonner, leur donner une raison
- Format qui n'existe pas sur Instagram :
> pub trafic vers son compte = moyen détourné

inspiré! Porte de Drômardèche Tourisme
Sponsorisé · 🌐

La #Drome des Collines, un #Territoire riche et authentique 🍷. Likez notre page pour suivre toutes les actus proches de chez vous 🕶️

inspiré!
PORTE DE DRÔMARDECHE
À la rencontre de la Drôme des Collines

Explorez !

Porte de Drômardèche Tourisme
Page officielle de l'office de tourisme Porte de... 👍

Jeu Concours

- Penser à ses objectifs (développer sa communauté, + d'interactions, notoriété, ...)
- Encadré (peu toléré) par Facebook et Instagram
- Souvent plus quantitatif que qualitatif
- Possibilité de partager (groupe) et sponsoriser pour toucher encore plus de monde et avoir plus de participants
- A utiliser avec modération



Bon à
savoir



Quand publier ?

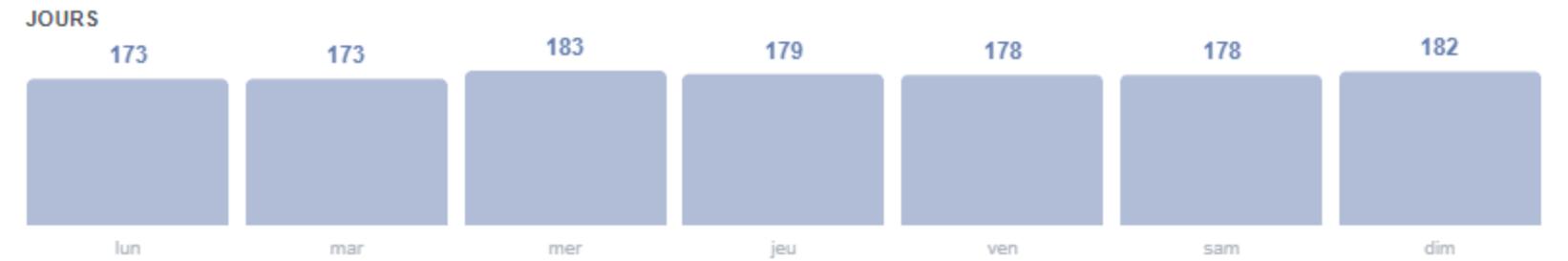
- Pas de règle précise
- Réflexion sur sa cible
- Tester plusieurs créneaux
- Mesurer les retours et (ré)orienter ses publications



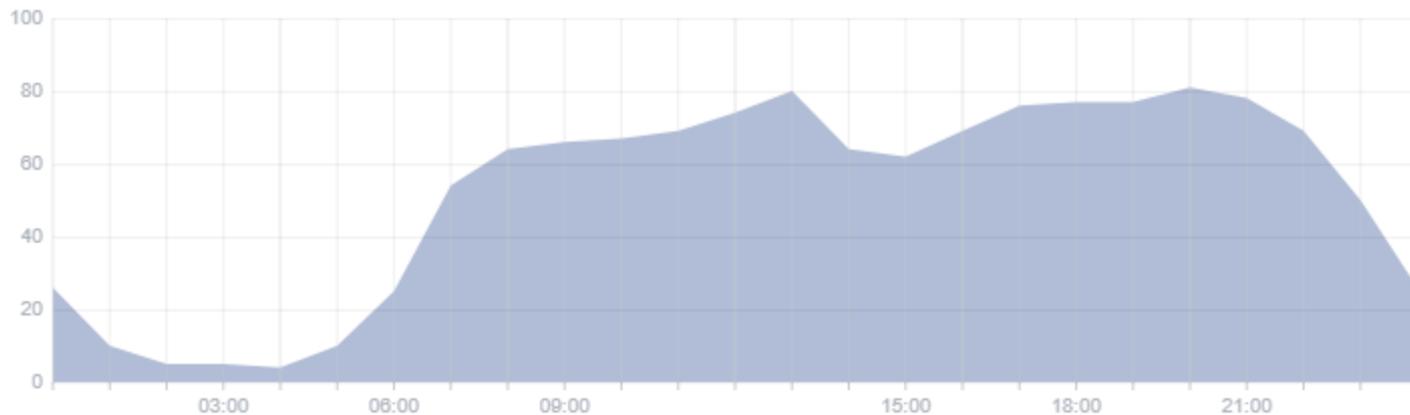
Quand mes fans sont en ligne ?

Un indicateur intéressant

(Stats > Publications)



HEURES



L'algorithme de Facebook - Fil d'actualités

Newsfeed Ranking Algorithm



News Feed
Visibility

=



Interest in
the Page

×



Post
Performance

×



Past Page
Performance

×



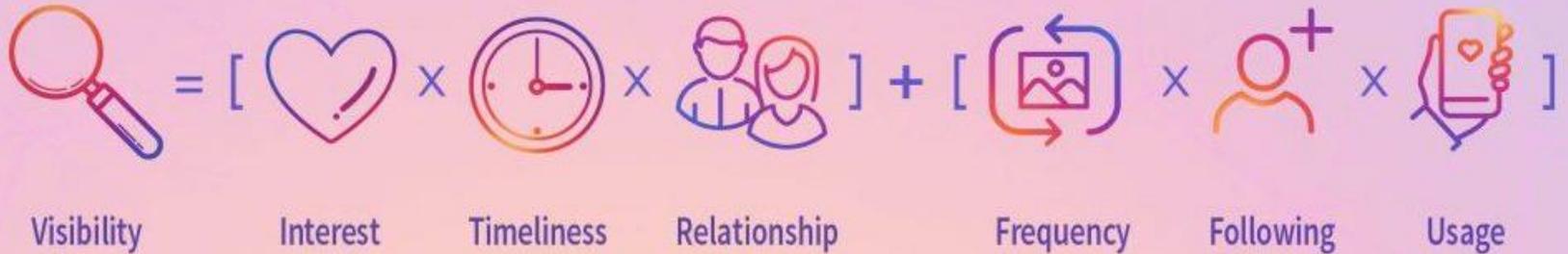
Type of
Content

×



Recency

L'algorithme d'Instagram

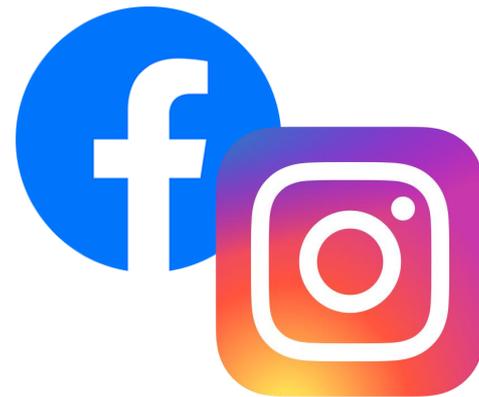


Trouver du
contenu
pertinent



Trouver du contenu à partager/produire

- Réfléchir à ses actus, la vie de l'entreprise
- Produits/services
- Evènements, salons, déplacement
- Utiliser des calendriers marketing (journée de ...)
- Veille sur ses partenaires/fournisseurs sur les réseaux
- S'inspirer (pas de plagiat)



Organiser ses
publications &
optimiser son
temps



Le Plan Editorial pour ma stratégie de contenu

JOURS		FACEBOOK		INSTAGRAM	
		PUBLICATION	CONTENU A PREVOIR	PUBLICATION	CONTENU A PREVOIR
L	1				
M	2	MAGASIN	PHOTO DU MAGASIN EXT		
M	3				
J	4	VITRINE DU MOIS	2 A 3 PHOTOS	MONTAGE DE LA VITRINE	STORY 3 A 4 PHOTOS + BOOMERANG FIN
V	5				
S	6				
D	7				
L	8				
M	9	OPERATION 1 ACHETE/1 OFFERT	MONTAGE		
M	10				
J	11	MAGASIN FACILE ACCES	MONTAGE AVEC PLAN	NOUVELLE COLLECTION	3 A 4 PHOTOS PRODUITS
V	12				
S	13				
D	14				
L	15				
M	16	JOURNÉE DE LA MODE	VIDEO ÉQUIPE DRÔLE DÉFILÉ	JOURNÉE DE LA MODE	STORY AVEC STICKER GIF PHOTO
M	17				
J	18	VENTES PRIVEES DANS 10 JOURS	CRÉER EVENEMENT		
V	19				
S	20				

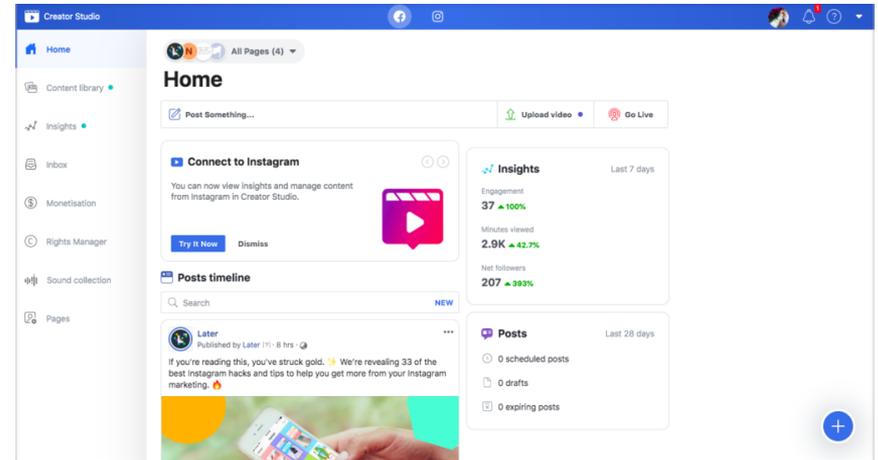
Pourquoi faire un plan éditorial ?

- Organiser ses publications
- Prévoir et anticiper le contenu à produire
- Intégrer des moments forts pour votre activité
(soldes, journée du patrimoine, fêtes de fin d'année, saint valentin, fête de la bière ...)
- Faire un plan mois par mois est suffisant



Creator Studio - Programmer ses publications

- Plateforme commune FB / INSTA
- Programmer et modifier
- Tableau de bord
- Outil natif Facebook

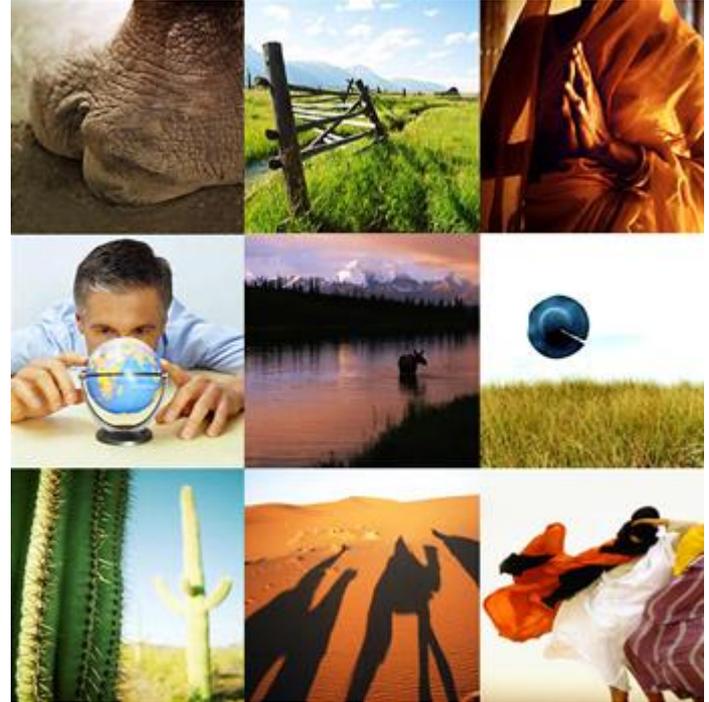


Création de visuels



Banques d'images gratuites et libres de droits

- **PIXABAY**
- **LOGOMKR (pictos)**
- **FLATICON**
- FREEPICK
- FLICKR
- PEXELS
- UNSPLASH



Pour des visuels rapides et efficaces



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

Quelques statistiques



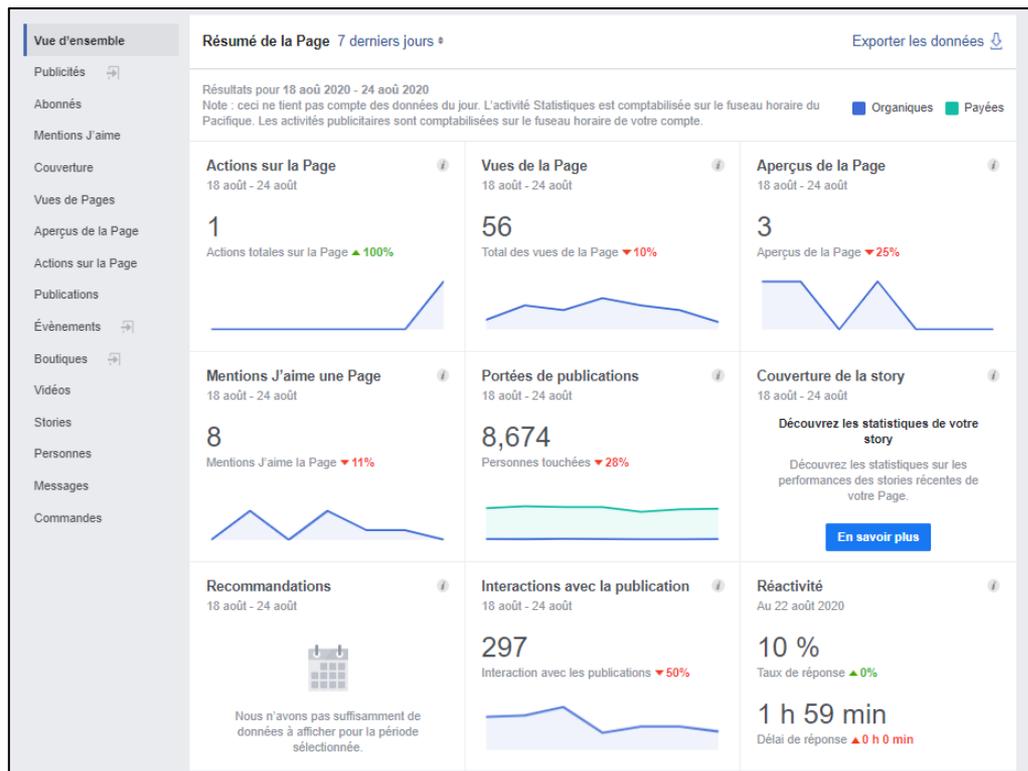
Statistiques Facebook sur les publications

- Couvertures = personnes uniques atteintes
- Interactions / Engagements
 - Clics sur la publication
 - Réactions, commentaires et partages ...

Publications	Couverture	Interaction
<input type="checkbox"/>  PARTEZ À L'AVENTURE 🤝👉 cet été avec Héli Événement ! Découv...	1718 Personnes touchées	75 Interactions avec la publication
<input type="checkbox"/>  On continue L'AVENTURE 🤝👉 ? Découvrez le circuit Hélico 🚁 P...	904 Personnes touchées	118 Interactions avec la publication
<input type="checkbox"/>  PARTEZ À L'AVENTURE 🤝👉 cet été avec Héli Événement ! Découv...	2118 Personnes touchées	77 Interactions avec la publication
<input type="checkbox"/>  Cet été, PARTEZ À L'AVENTURE 🤝👉! Envie de lier l'aventure et la c...	1737 Personnes touchées	131 Interactions avec la publication

Statistiques Facebook autour de la page

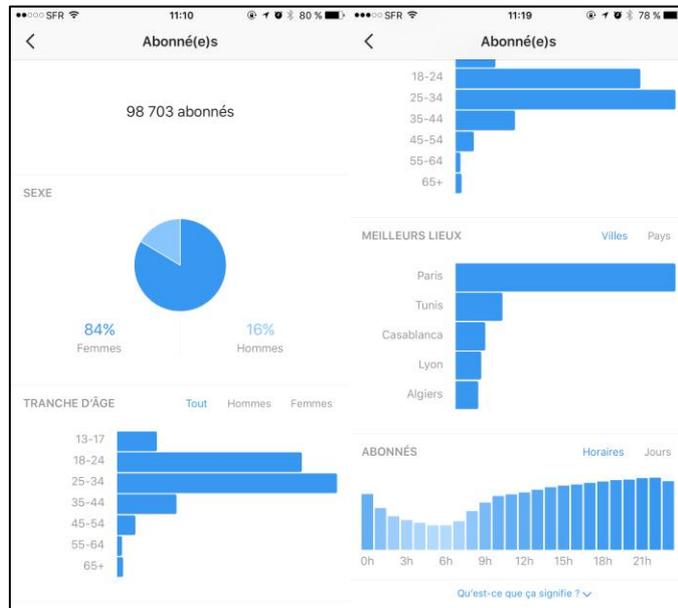
- Abonnés et mentions J'aime
- Vues de la page
- Audience (Personnes)
- ...



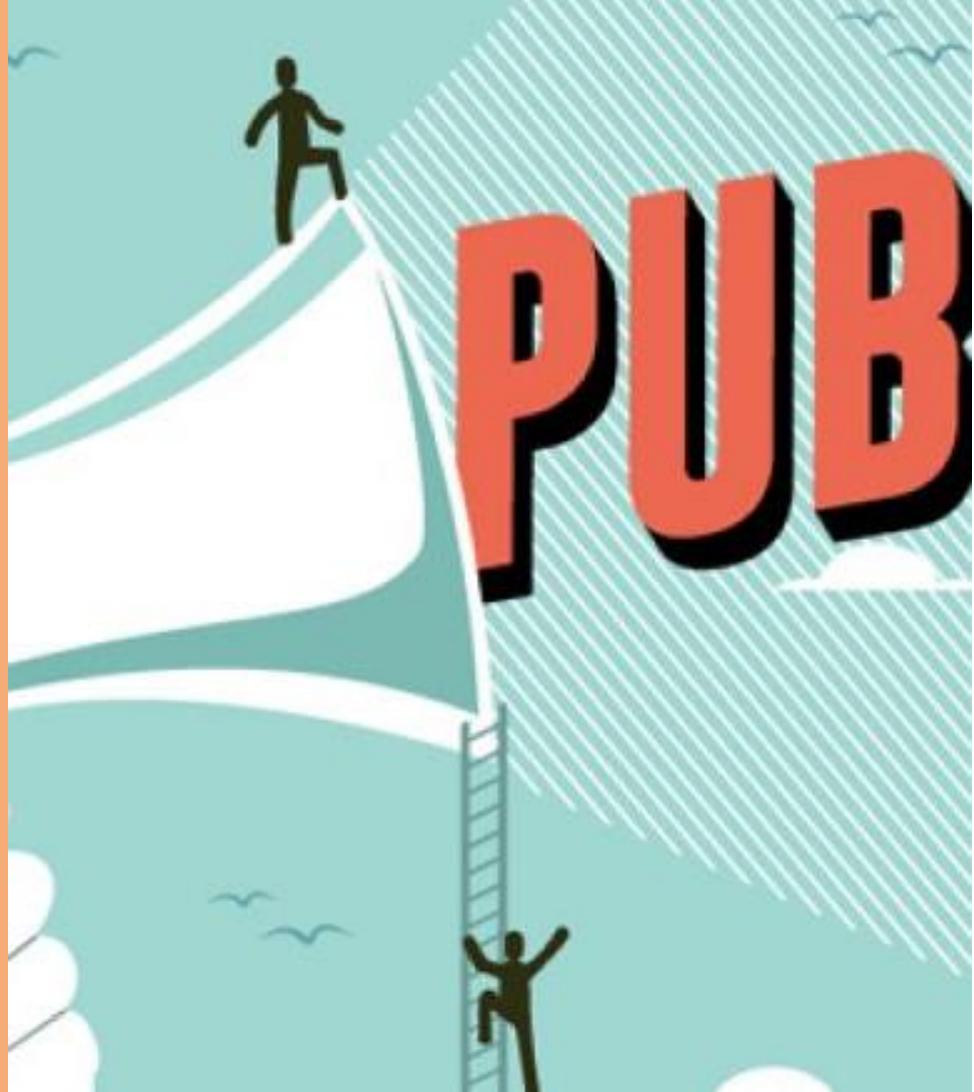
Stats Instagram

- Les impressions
- La portée
- Visites profil
- Interactions

- Clics vers site web
- Audience (> 100 abonnés)



INTRODUCTION A LA PUBLICITE



Pourquoi faire de la publicité ?

- Développer sa communauté (Facebook)
- Susciter de l'interaction autour de sa page/post
- Toucher plus de personnes
- Communiquer vers une audience ciblée
- Se faire connaître : notoriété, visibilité
- Obtenir des contacts
- Développer son activité (produits/services)



Les étapes importantes de la publicité

- Réfléchir à son objectif
- Qu'est ce que je recherche ?
- Booster ma communauté ? + de trafic ? Interactions ?

Choisir un objectif



Obtenir plus d'achats sur votre site web avec votre catalogue



Réaliser plus de ventes sur votre site web



Booster une publication



Obtenir plus de messages



Promouvoir votre Page



Obtenir plus d'appels



Encourager les visites en ligne



Obtenir plus de prospects

Les étapes importantes de la publicité

- Réfléchir à son message
- Qu'est ce que je souhaite raconter ?
- Quel est le message à faire passer ?
- Penser a visuel mais aussi au texte et boutons (CTA)



Une question après la formation ?



suivi@hemaphore.fr





MERCI DE VOTRE ATTENTION