

ASTUCES DE PRO (ÉPISODE #2) : ANIMER SA PAGE FACEBOOK

Par : Perles & Co



Vous vous êtes enfin résolu à créer un compte professionnel sur les réseaux sociaux. Bravo, c'est un grand pas ! Mais lors de sa création, une question vous est naturellement venue à l'esprit : "Et maintenant, comment booster sa page Facebook professionnelle ?" Et vous avez tout à fait raison !

Dans cette nouvelle vidéo, Audrey vous propose ses conseils et ses astuces pour animer au mieux votre page Facebook. Vous aurez ainsi toutes les clés en mains pour accroître votre visibilité. (Attention, cette vidéo concerne les pages Facebook pro ayant déjà autour de la centaine de fans au minimum).

1. Bien comprendre Edgerank

Edgerank, késako ? C'est l'algorithme de Facebook qui régule la visibilité des publications dans le fil d'actualité d'un utilisateur. Ok, cela ne vous aide pas vraiment, alors on va essayer de vous expliquer...

Nous sommes des milliards d'inscrits sur Facebook, et des milliards et des milliards de contenus sont publiés chaque jour. Forcément le réseau social a dû mettre en place un algorithme pour gérer le flux de publications et donc forcément vous ne voyez pas la totalité des publications de vos amis, mais seulement 8 à 10% du contenu publié. Ce pourcentage, c'est ce qu'on appelle le taux de reach. Encore une expression barbare pour les non-initiés ? Pas du tout : il s'agit du pourcentage de personne atteinte par une publication (reach en anglais signifie atteindre en français).

Sur un compte Facebook pro, c'est la même chose : votre communauté ne voit que 7 à 8% de ce que vous publiez. Mais rassurez-vous il existe des astuces pour augmenter ce fameux taux de reach.

Pour comprendre comment est calculé le taux de reach, il faut comprendre comment fonctionne Edgerank :

- Il analyse l'intérêt de vos fans au quotidien pour vos pages Facebook : est-ce qu'une personne va commenter souvent vos contenus ? Va les liker souvent ? Va les partager souvent...? Cela permet de réguler tout ce qui est "faux fans", des faux comptes payés pour liker toute la journée des publications (et oui, cela existe, mais c'est aujourd'hui fortement pénalisé par Edgerank).



- Il analyse la performance de votre publication : attention la performance passée de vos publications (quand vous publiez, puis supprimez un contenu par exemple) est pris en compte par l'algorithme car Facebook enregistre absolument tout ce que vous faites. Et c'est très mauvais pour votre taux de reach.
- Il analyse le type de contenu : plus il est diversifié, plus il est varié, plus vous allez utiliser des fonctionnalités différentes de votre page, plus Facebook va vous encourager à toucher un nouveau public et aller au-delà des 8% de taux de reach.
- Il analyse la récurrence de vos publications : est-ce que vous avez un rythme de publication régulier ? De quand date votre dernière publication..?

Une fois que l'on sait tout ça, c'est parti pour augmenter son taux de reach !

2. Diversifiez vos publications

Souvent vous faites l'erreur de publier une photo ou une vidéo sans aller fouiller dans les fonctionnalités de votre page. Si vous prenez le temps de naviguer entre les différents onglets, vous allez vous apercevoir qu'il existe tout un tas de façons de publier sur Facebook. Et plus vous allez diversifier vos types de publications, meilleur sera votre taux de reach.

Sur Facebook, vous pourrez par exemple faire :

- Des carrousels : deux photos juxtaposées et/ou une vidéo que l'on peut swiper (faire glisser de gauche à droite).
- Des diaporamas.
- Des collections : une vidéo de présentation et plein de petites photos en dessous. Cela permet de prendre plus de place dans le fil d'actualité et forcément d'avoir un impact meilleur en termes de taux de reach.
- Des offres.
- Des événements.
- Des gifs...

Testez-les sur une semaine, sur un mois... vous verrez le résultat !

3. Consultez les Statistiques

On oublie souvent de consulter ses statistiques. Et là, on voit encore venir : "On n'a pas le temps, et en plus c'est plein de chiffres, c'est monotone, c'est pas très sexy à regarder, c'est compliqué à analyser, c'est inutile..." Détrompez-vous ! Il est important de savoir quand est-ce que vos fans sont disponibles pour venir liker et partager vos publications. Imaginez, si vous publiez une seule fois par semaine et cela tombe pile le jour où vos fans ne sont pas dispos, c'est la cata !

En plus, pour consulter ses statistiques, c'est tout simple. Il suffit d'aller dans l'onglet "statistiques" dans votre page Facebook pro et de consulter les jours les plus opportuns pour publier et vous apporter un bon taux de reach.

Petite astuce supplémentaire : si vous avez un site web, et que vous cherchez à vendre, n'hésitez à corréler les statistiques de la page Facebook avec les statistiques de la page web. Si vous publiez du contenu qui a vocation à vendre, mais quand vous redirigez vers votre site web, les gens ne sont pas disponibles pour sortir leur carte bleue et acheter vos créations, vous avez moins de chance d'atteindre votre objectif. En général, pour une telle action, privilégiez le soir puisque c'est à ce moment-là que les enfants seront au lit et les gens seront plus disponibles pour passer de petites commandes tranquillement dans leur canapé.

4. attention à l'Auto promotion

Si vous choisissez de publier une seule fois, voire deux fois, par semaine, ne faites pas que de l'auto promotion sur vos propres collections, sur vos propres bijoux... Pensez à différentes idées de publication, certaines marchent très très bien, comme :

- repartager de l'information de temps en temps,
- rentrer un peu dans vos coulisses,
- faire plaisir avec une petite blague, un proverbe, une citation, des petits jeux... C'est le genre de publication que vous pouvez faire avec Canva de manière très simple et super sympa graphiquement (voir épisode 1 des astuces de pro).

En moyenne, on dit que sur 3 publications par semaine, 1 seule peut être de l'autopromotion produit ayant vocation à vendre.

5. Une ligne éditoriale

Si vous êtes sur différents réseaux sociaux, il ne faut pas publier la même chose et surtout il ne faut pas le faire de la même façon. En effet, sur Facebook, Instagram ou YouTube, vos fans ne sont pas les mêmes et il va falloir trouver une ligne éditoriale adaptée à chacun. C'est là que l'analyse de vos statistiques peut vous aider : vous allez pouvoir examiner l'âge, la catégorie socio-professionnelle ou encore l'intérêt des personnes qui vous suivent pour ajuster vos contenus.

Il faut arriver à dégager un champ lexical, un style de phrases, trouver un ton qui vous appartient et qui correspond à vos différents fans.



N'oubliez pas non plus d'être bref en termes de longueur car, sur Facebook, au-delà de trois lignes, il faut cliquer sur "lire la suite" et le taux de reach sera moins bon.

Faites des tests, demandez à votre communauté ce qui lui plaît. N'hésitez pas aussi à utiliser des émoticônes, des hashtags pour rendre votre contenu plus ludique et intéressant.

Pour nous en tout cas, c'est quand même les contenus légers qui marchent le mieux. On ne sait pas pour vous, mais le soir, dans le canapé, lorsqu'on regarde notre fil d'actualité, on a envie de rire, de se détendre, de prendre plaisir... Alors soyez original et décalé (tout en restant dans la bienséance évidemment !), on a hâte de vous lire !

