



Compte rendu de l'atelier

« Facebook, comment augmenter l'engagement de sa communauté ? »

Animé par Yannis – Office de Tourisme Loire Forez



Quelques chiffres clés pour débiter :

- 2 milliards d'utilisateurs (en janvier 2016) dont 33 millions d'utilisateurs en France
- 1 senior sur 2 utilise Facebook = il faut y penser. Ce n'est pas réservé aux jeunes : Tout le monde utilise Facebook.
- TOP 4 des centres d'intérêt des utilisateurs Facebook (*source : we like travel*)
 1. Tourisme
 2. Hôtels
 3. Camping
 4. Randonnée

Quelques conseils pour les paramètres d'une page : différence entre un profil et une page (le profil aide à animer une page)

1. Penser à compléter le « A propos » (surtout les horaires d'ouverture)
2. Activer les boutons d'action aussi appelés call-to-action (ex : réserver, téléphoner...)
3. Activer la fonctionnalité « avis » et répondre aux avis
4. Certifier la page en obtenant le badge « vérifier »
5. Créer un URL raccourci avec le @
6. Définir le rôle des personnes qui interviennent sur la page s'il y en a plusieurs
Une page doit être animée par un profil.
Admin : Tout type d'accès – Contributeurs : Apport de contenus
7. Messagerie : indiquer les horaires d'ouverture et paramétrer un répondeur

Quelques conseils pour développer l'engagement d'un fan :

L'engagement c'est quoi ?

Ce sont les personnes qui aiment, qui partagent et qui commentent les publications de votre page. De façon plus générale, les personnes qui interagissent avec votre page. Il est important de suivre les statistiques et d'observer les publications qui suscitent de l'engagement et celles qui ne provoquent pas de réactions. Vous pouvez le faire dans les modules de statistiques ou en observant les indicateurs en dessous des publications (le nombre de « like », de commentaires, de vues...).

Comment établir une stratégie sur Facebook ?

1. **Définir les objectifs marketings et se poser les bonnes questions.** Les objectifs sont-ils SMART (simple, mesurable, acceptable, réalisable, temporellement définis) Exemples : Je vais sur Facebook pourquoi ? Pour fidéliser ? Pour développer ma notoriété ?

2. **Définir les ressources humaines et financières, ainsi que les équipements à disposition** Un smartphone ? Qui fait de belles photos ? Conseil ++ : avant d'être sur un outil, il faut se demander si on a le temps et si c'est l'outil prioritaire.
3. **Etudier son audience ou connaître ses cibles:** sont-elles sur Facebook et quelles sont leurs attentes ? Toujours se demander si mon produit leur correspond.
4. **Mettre en place une stratégie de contenus** : miser sur la qualité et l'instant présent. Privilégier un type de contenu (promotionnel, informationnel, émotionnel...). Conseil ++ : Pour susciter l'intérêt sur Facebook, il faut un contenu authentique avec de l'expérience et de l'émotion
5. **Prendre en main son e-réputation** : répondre aux avis qu'ils soient positifs ou négatifs
6. **Mettre la main au portefeuille avec des publications sponsorisées** : Facebook payant quand est ce que j'en fais ? (Noël, St Valentin.. ?) Je vends quoi ? Avec une réduction ? Avec Facebook on peut cibler sa publicité (exemple : uniquement les lyonnais, les familles...) Budget à prévoir : 10€ / semaine. Conseil ++ : il faut évaluer le retour sur investissement
7. **Analyser les statistiques:** voir ce qui a fonctionné et à l'inverse ce qui n'a pas fonctionné
8. **Etablir un calendrier de publication** : A quelle fréquence je publie ? Pas la peine de publier tous les jours (3 à 6 publications max par semaine). Privilégier des publications le matin au levé, à la pause déjeuner, dans les transports, à l'heure du coucher. Conseil ++ : publier du mercredi à vendredi entre 18h et 22h (varie selon les cas)

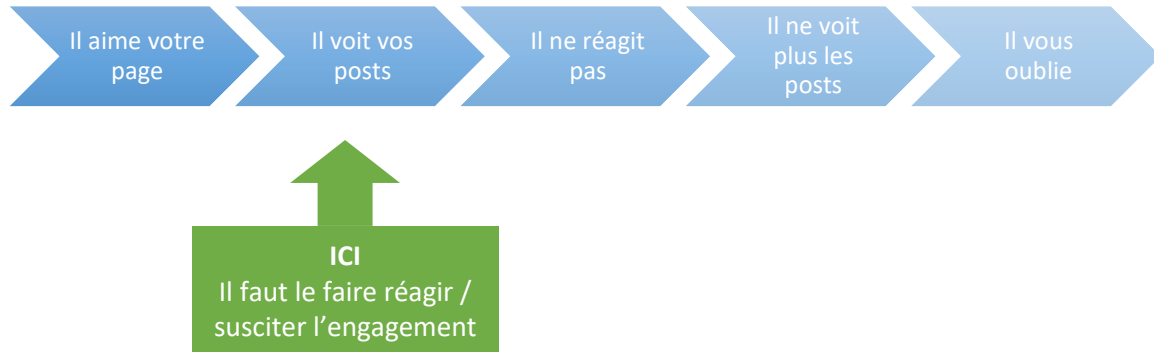
Quelques conseils au niveau du contenu :

Les bonnes pratiques de publications

- Privilégier l'humain autant que possible, mettre un visage derrière le produit
- Favoriser les publications avec des photos, de la vidéo, des panoramas et du live (le live ne pollue pas le fil d'actualité) et le 360. Soigner les photos ou vidéos de couverture
- Faire du live
- Créer de l'interaction avec la communauté
- Poser des questions simples (les gens vont discuter, échanger...)
- Soigner le rédactionnel : bref, direct et impactant
- S'exprimer avec le « je » (pas toujours possible)
- Aimer les avis postés et prendre le temps de répondre aux avis négatifs
- Faire une veille
- Penser à géolocaliser les publications
- Rendre le contenu authentique
- Soigner le rédactionnel
- Susciter l'émotion : éveiller la curiosité - Ex : de vieilles cartes postales pour parler du présent, les coulisses du métier par exemple, le quotidien
- Partager le quotidien
- Faire preuve d'humour - Ex : Oasis
- Humaniser les publications (ex : avec des propriétaires, les salariés de la structure...)
- Organiser des jeux concours (suffisant tous les 6 mois)
- Proposer du contenu en accord avec les centres d'intérêts de vos cibles. « Il ne suffit pas de parler, il faut parler juste » Shakespeare

- 3 publications par semaine. Ex : lundi, mercredi et vendredi à adapter selon les stats

Le cycle de vie d'un fan :



Conclusion :

Il ne faut pas se demander « Quel contenu je souhaite montrer à ma communauté Facebook ? » mais plutôt se demander « Quel contenu souhaite voir ma communauté Facebook ? »

Nb / Dernière information datant du 18/12/2017:

« Facebook s'attaque aux pages qui suscitent un engagement artificiel (vote, réaction, partage, commentaire, tag d'un ami...) »

Source : <https://www.blogdumoderateur.com/facebook-engagement-bait>