

COMPRENDRE FACEBOOK ET Y PUBLIER DU CONTENU PERTINENT

Mardi 9 mars 2021

Visio GoToMeeting



VOCABULAIRE

► Où publie-t-on ?

- Compte personnel
- Groupe
- Page

► Que publie-t-on ?

- Un post ou publication
- Une story
- Un live
- Un évènement

► Comment réagit-on ?

- Réactions sous les posts :



- Commenter
- Partager

► Algorithmme

- Edgerank



1. CÔTÉ UTILISATEUR

- ▶ Le fil d'actualité est personnalisé avec un échantillon choisi par l'algorithme qui analyse notre comportement
- ▶ Objectif : que l'utilisateur reste le plus longtemps sur Facebook

2. CÔTÉ CRÉATEUR DE CONTENU

- ▶ **Les réseaux sociaux, une source d'informations non négligeable**
 - Facebook et Instagram sont liés et touchent des publics différents
 - Bien remplir ses informations
 - Mettre en avant des onglets pertinents
 - Photo ou vidéo de couverture qui donne envie
 - Répondre rapidement aux messages privés
 - Aimer et/ou Répondre aux commentaires
 - Répondre aux avis positifs et négatifs avec le nom de votre club

2. CÔTÉ CRÉATEUR DE CONTENU

- ▶ **De quelle manière une publication est-elle jugée par Facebook ?**
 - Analyse de l'affinité de l'utilisateur avec nos posts
 - Volume d'engagement de notre page
 - Notification à une partie de la communauté
 - Temps de réaction à la publication

La viralité d'une publication est liée à l'engagement des utilisateurs

2. CÔTÉ CRÉATEUR DE CONTENU

► Mettre en place une stratégie de contenu grâce aux statistiques

- Connaître son public et ses habitudes de connexion
- Connaître l'impact des publications pour proposer du contenu pertinent

The screenshot displays the Facebook Creator Studio interface. On the left, there is a Facebook logo and the text 'Le leader des réseaux sociaux'. The main section is titled 'Quand publier ?' and shows a calendar view with days of the week and time slots (9h, 15h, 18h). The days are: Lundi (checked), Mardi, Mercredi, Jeudi, Vendredi (checked), Samedi (checked), and Dimanche (checked). Below this is the 'Objectifs' section with three options: 'Construire' (une communauté et la fidéliser), 'Relayer' (du contenu comme vos articles de blog), and 'Mettre en avant' (vos produits et vos actions promotionnelles, des informations générales et la vie de l'entreprise). The 'Audience' section shows three key statistics: 'VISITEURS UNIQUES' (46 millions par mois, en France), 'TRANCHE D'ÂGE' (49% des visiteurs représentent la tranche 25-49 ans), and 'CHIFFRES CLÉS' (40 millions d'entreprises utilisent Messenger).

Conseils

- Publiez des contenus visuels : vidéos et images¹
- Misez sur des publications qui incitent à la réaction des internautes
- Utilisez la publicité en ligne Facebook Ads pour être visible²

1. La vidéo : type de post qui a le meilleur taux d'engagement / 2. car le reach Fb est de plus en plus faible

2. CÔTÉ CRÉATEUR DE CONTENU

- ▶ **Publier du contenu pertinent pour votre communauté**
 - Définir son public cible
 - Définir sa ligne éditoriale
 - S'organiser
 - Etre régulier
 - Calendrier éditorial
 - Programmer ses publications : Suite Facebook business
 - Publier du contenu de valeur
 - Photo, vidéo, lien avec un texte court et structuré visuellement
 - Stories et live
 - Valoriser sa communauté et créer du lien

2. CÔTÉ CRÉATEUR DE CONTENU

► Faire de la publicité sur Facebook

- Déconseille de booster une publication
- Stratégie forte et très ciblée pour avoir des retombées
- Coût

2. CÔTÉ CRÉATEUR DE CONTENU

► Focus « groupe »

- Pour adhérents ou sujet précis
- Facilite l'échange entre les membres

▶ **Astuces générales**

- Indiquer vos réseaux sociaux partout
- Faire des liens entre vos réseaux sociaux
- Utiliser le même pseudo

▶ **Conclusion**

▶ **Questions**

3. DÉFI

- ▶ Publier un post ET une (ou plusieurs) story(ies) sur l'activité de votre club ce week end et identifier la Ligue de Voile Nouvelle-Aquitaine



Ligue de Voile Nouvelle-Aquitaine



@VoileNAquitaine #VoileNA



@VoileNAquitaine #VoileNA



Ligue de Voile Nouvelle-Aquitaine

MERCI ET À MARDI 16 MARS À 16H30 EN VISIO
POUR EN SAVOIR PLUS SUR INSTAGRAM