

Les 5 conseils pour faire briller votre entreprise sur Facebook



Les entreprises présentes sur Facebook, le sont bien trop souvent de manière statique. Alors, comment utiliser au mieux les services proposés par le réseau social pour se distinguer ? Voici cinq conseils qui permettront à votre entreprise de briller sur Facebook.


Avec Jean-Noël
Chaintreuil

1. Choisir le bon moment

L'audience varie de façon significative d'un moment à l'autre de la journée, mais également en fonction des jours de la semaine. Il faut donc choisir avec soin son moment pour publier tel ou tel statut, en fonction du public visé. La durée moyenne d'un poste sur Facebook étant de 3 heures, la mise à jour n'est vue que par 1,5% de ceux qui aiment la page. Il faut considérer le réseau social comme une écluse : les vannes sont fermées et c'est compliqué d'avoir toutes les informations. La répétition permet ainsi de toucher plus de monde. Pour y parvenir, des outils de calcul d'audience existent, mais ils ne suffisent pas : il faut adapter son message à la cible et le faire de façon intelligente.

[\[LES AUTRES ARTICLES DE VOTRE BRIEFING ATLANTICO BUSINESS\]](#)

[Suivre @atlanticobiz](#)

 Like 15 people like this. Sign Up to see what your friends like.

2. Varier le contenu

Pour éviter justement de lasser les internautes, il est impératif de varier la manière dont sont diffusés les messages mais également les contenus en eux-mêmes. L'entreprise peut annoncer une nouvelle offre promotionnelle, parler de son équipe, poster des images ou même proposer aux utilisateurs des sujets non liés. Une entreprise commercialisant des bouées peut, par exemple, faire un point sur la météo des plages. Elle intéressera ainsi ses fans. Il ne faut pas non plus oublier que chacun est différent et personne n'est réceptif aux mêmes messages. Comprendre pourquoi les gens aiment l'entreprise est également une étape essentielle. L'objectif étant de ne pas se laisser submerger par la diversification des contenus et de s'y perdre.

3. Créer une ligne éditoriale et un ton cohérent

Ce point est intimement lié au précédent et l'exercice est difficile. Il s'agit de ne pas perdre des fans qui se lasseraient de voir toujours la même chose, tout en conservant l'identité et l'âme de l'entreprise. Ne pas oublier que le but premier d'une société, c'est de créer un acte d'achat. Ainsi, il faut veiller à rester authentique et clair. Chose qu'Oasis réussit très bien à faire. La marque reste colorée et rigolote tout en proposant des contenus inédits. Pour y parvenir, le marketing en temps réel est un outil à employer. Il permet de surfer

sur l'actualité et rebondir en permanence sur ce qu'il se passe. Les 3 Suisses ont par exemple repris la publicité de La Redoute qui a fait scandale et sur laquelle posait un homme nu. La société a mis en scène le même mannequin, cette fois vêtu d'un maillot de bain, en clin d'œil aux consommateurs.

4. Écouter les fans et répondre à leurs questions

C'est très important de répondre et d'être à l'écoute. Le problème que rencontrent certains consommateurs, c'est un sentiment de frustration, ils se sentent mis à l'écart. Y prêter la plus grande attention permet de gérer une bonne communication de crise. Il ne faut pas non plus négliger le côté « marque employeur » : lorsque l'on ne répond pas à quelqu'un, on crée une déception qui tend à dénaturer la marque et peut pousser les consommateurs – parmi lesquels de futurs salariés potentiels – à ne pas avoir envie de travailler avec elle. Il est conseillé de répondre directement parce que les fans peuvent eux aussi avoir un impact sur l'entreprise, avec le crowdfunding par exemple. PlayStation emploie deux personnes à plein temps pour s'occuper de ça.

5. La publicité, ça marche

Facebook propose différents outils pour se faire une campagne de publicité comme des spots, des statuts ou des postes de promotion. L'important étant de savoir utiliser tous les moyens de monétisation pour toucher son audience. Les formations et moyens que propose le réseau social sont efficaces et ne représentent pas nécessairement un coût important pour les entreprises disposant de peu de moyens. Il faut juste maîtriser les formats de publicité de Facebook afin de bien cibler les consommateurs, mais surtout de trouver des idées innovantes pour se démarquer et sortir du lot.