



ADVISO

conseil + stratégie Internet

FORMATION : INTRODUCTION AUX MÉDIAS SOCIAUX (FACEBOOK)

Par Marie Nicollet

Stratégie et Web Marketing



AVENIR D'ENFANTS
DES COMMUNAUTÉS ENGAGÉES

PLAN DE LA FORMATION



1. Facebook: état des lieux
2. “How-to”; créer une page Facebook
3. Comportements et usages
4. Guide des meilleurs pratiques
5. Comment mesurer sa performance?
6. Quelques “tips” simples et concrets pour démarrer



A stylized white figure composed of several rounded, geometric shapes: a small trapezoid at the top, a long horizontal bar with a pointed right end, a shorter horizontal bar below it, and two vertical bars at the bottom. The text "AVANT-PROPOS" is centered over the middle of the figure.

AVANT-PROPOS

QUI SUIS-JE?

MARIE NICOLLET



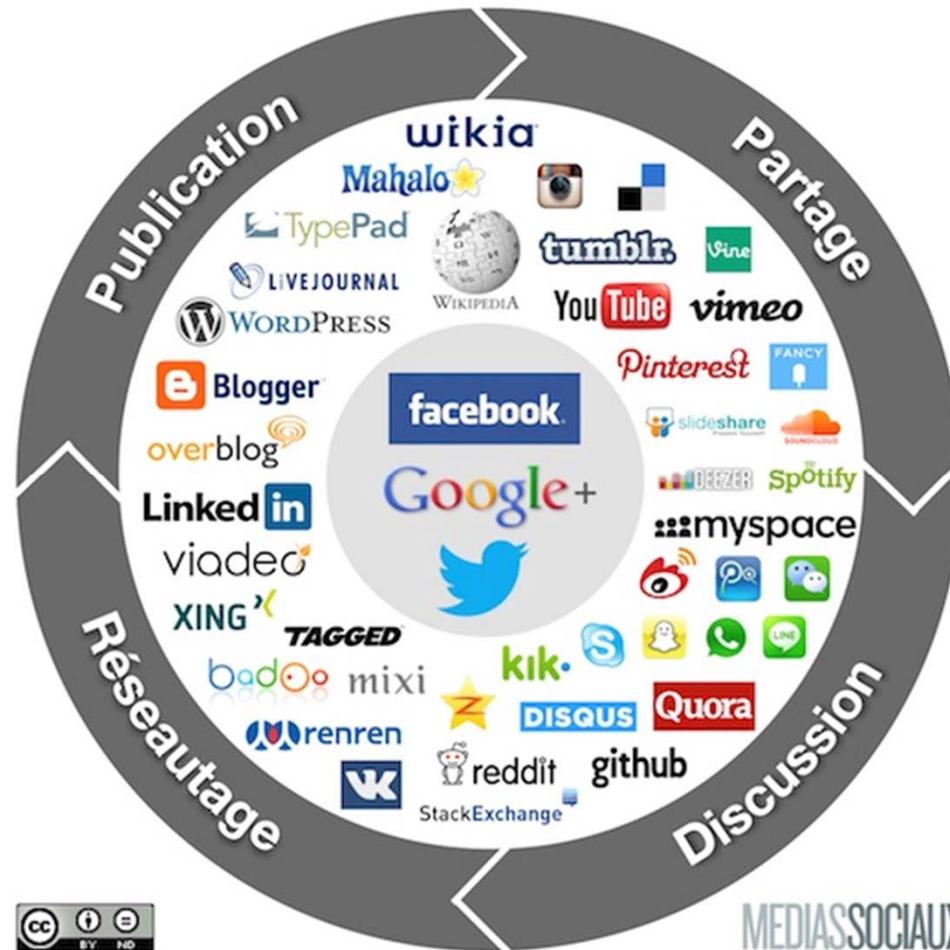
Grands Frères Grandes Soeurs
du Grand Montréal



A stylized white figure composed of several rounded, geometric shapes: a top head-like shape, a long horizontal bar for a torso, a shorter horizontal bar below it, and two vertical legs. The figure is centered on a solid blue background.

1. FACEBOOK, ÉTAT DES LIEUX

PANORAMA DES MÉDIAS SOCIAUX



MEDIASSOCIAUX.fr



TEMPS PASSÉ SUR LES MÉDIAS SOCIAUX

Average Time Spent per Day with Online Activities According to Internet Users in Canada, Q4 2012

hours and % share of total time

Social networking	1.21 (25%)
Online news	0.63 (13%)
Online TV	0.52 (11%)
Online radio	0.46 (9%)
Microblogging	0.43 (9%)
Blogging	0.29 (6%)

Note: numbers may not add up to 100% due to exclusion of "other" category

Source: GlobalWebIndex, "Digital 2013- A Global Analysis of How Consumers Spend Their Media Time," March 27, 2013

159259

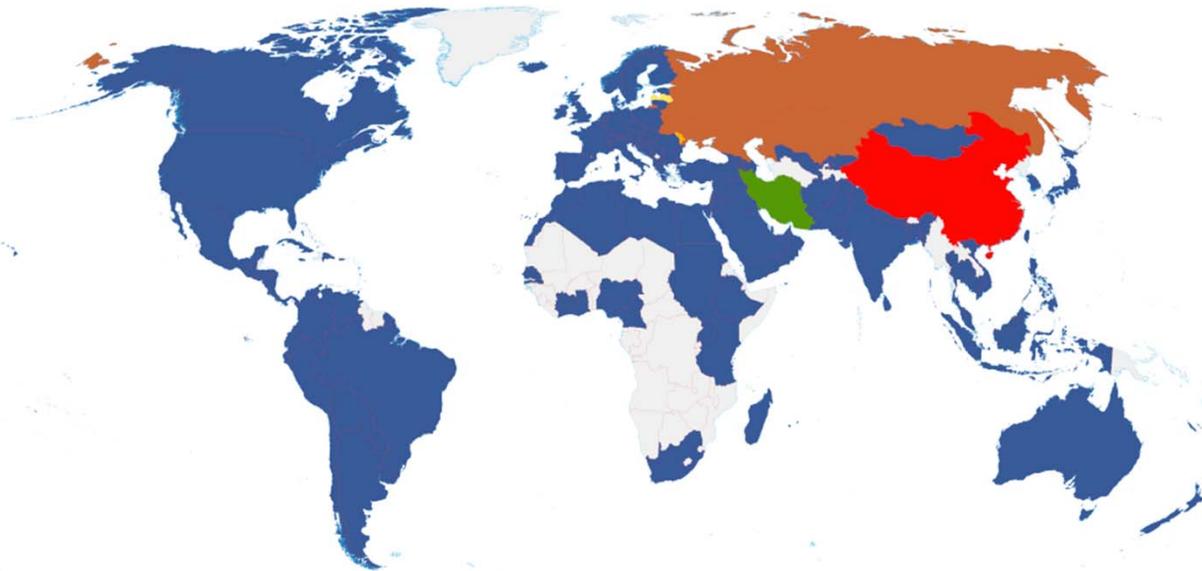
www.eMarketer.com



LES PLUS RÉPANDUS À TRAVERS LE MONDE

WORLD MAP OF SOCIAL NETWORKS

June 2013



■ Facebook ■ QZone ■ V Kontakte ■ Odnoklassniki ■ Cloob ■ Draugiem

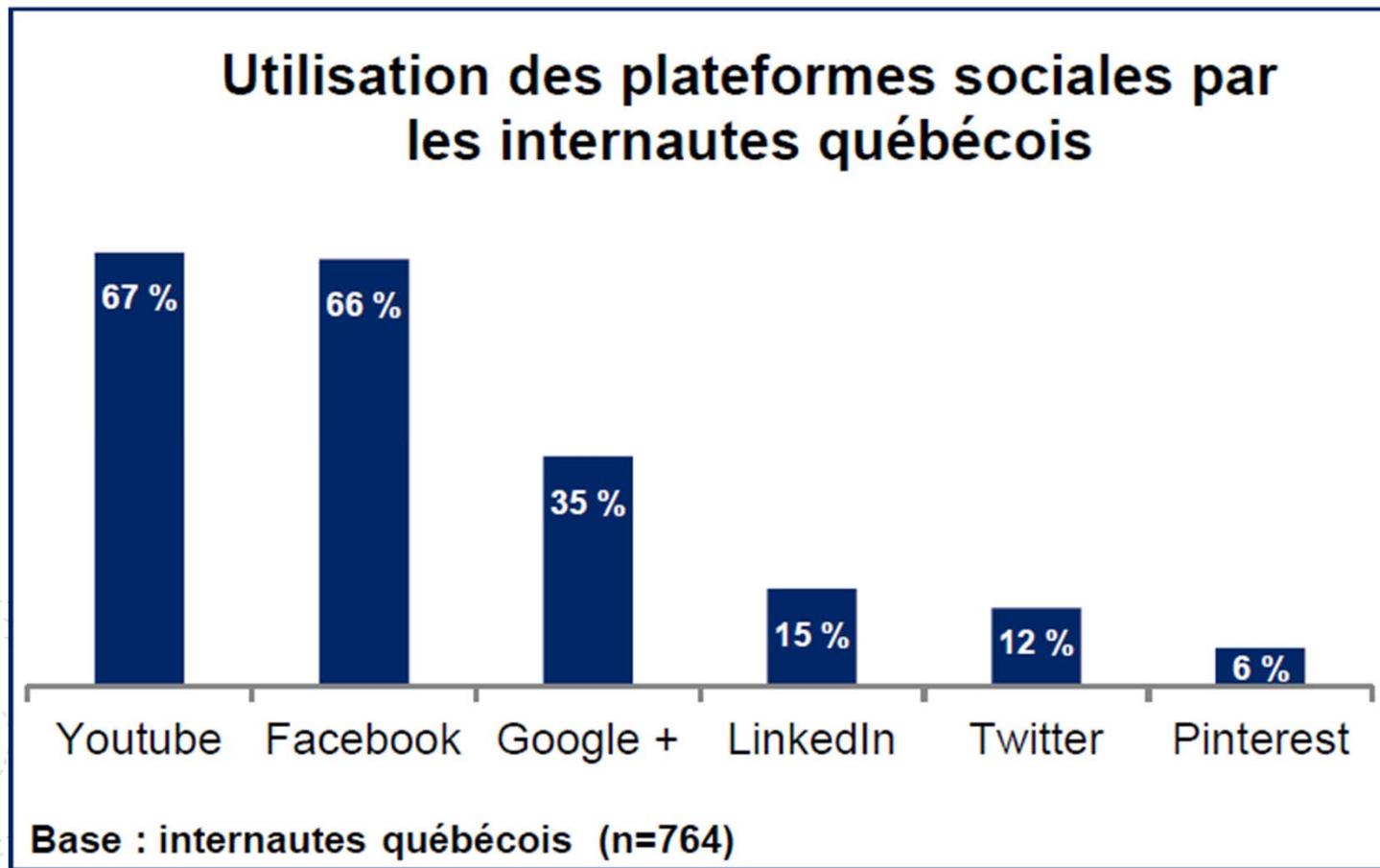
credits: Vincenzo Cosenza vincos.it

license: CC-BY-NC

source: Alexa



AU QUÉBEC : PLATEFORMES SOCIALES UTILISÉES



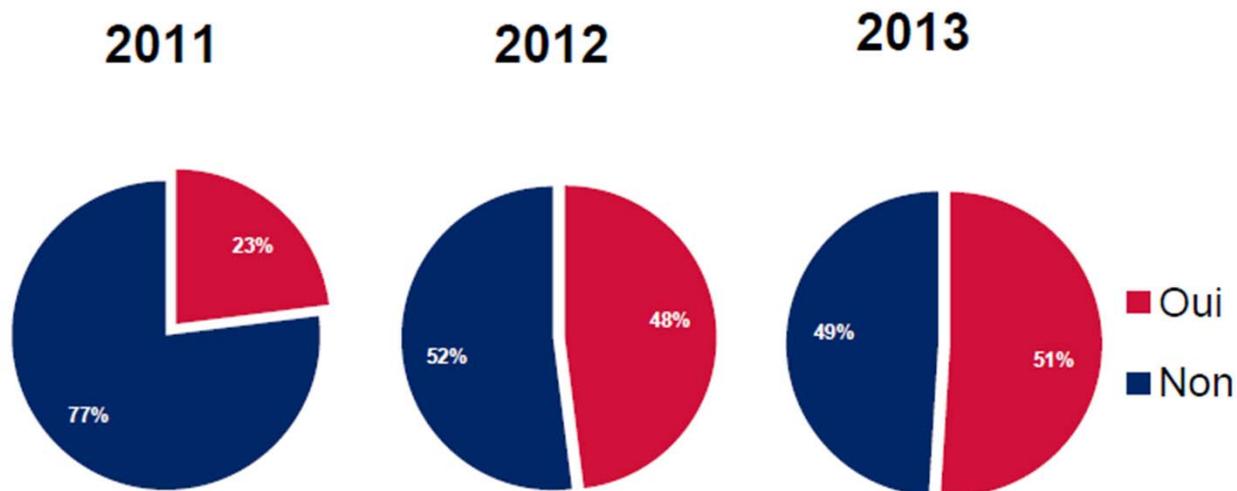
facebook

- Site de réseautage social en ligne basé sur un système d'amis/intérêts
- Basé sur le partage d'information (liens, textes, photos, vidéos)
- 2^e site le plus visité au monde
- 1,01 milliard de membres actifs
- 17 millions d'utilisateurs mensuels au Canada
- 219 milliards de photos sont actuellement stockées sur Facebook
- Nombre moyen d'amis : 230



AU QUÉBEC : SUIVI DES MARQUES

Proportion d'internautes ayant suivi des entreprises, des marques, des organisations ou des personnalités sur les médias sociaux



Base : internautes québécois (n=764 en 2013, 824 en 2012 et 806 en 2011)



LES ORGANISMES COMMUNAUTAIRES

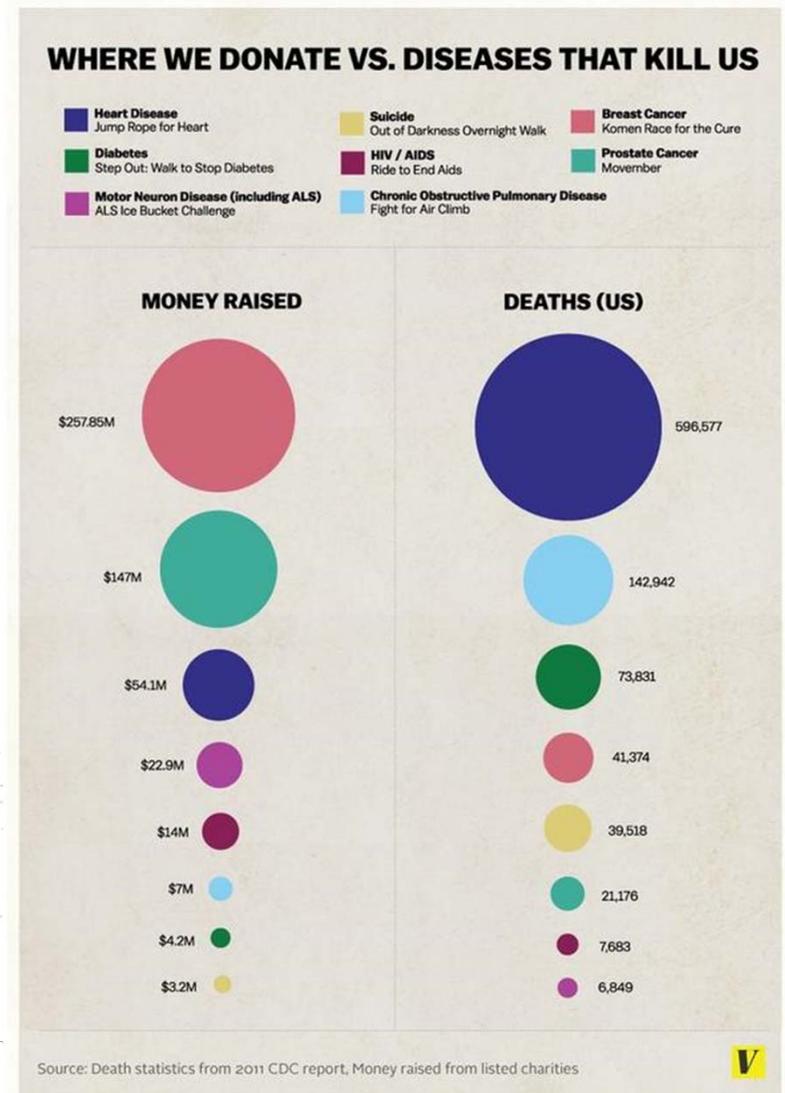
- Visibilité locale
- Evènements et ancrage dans la réalité
- Engagement et adhésion
- Moyens et ressources
- Pragmatique



LA FORCE DU MARKETING DANS L'ENGAGEMENT SOCIAL



+15 millions de personnes engagées

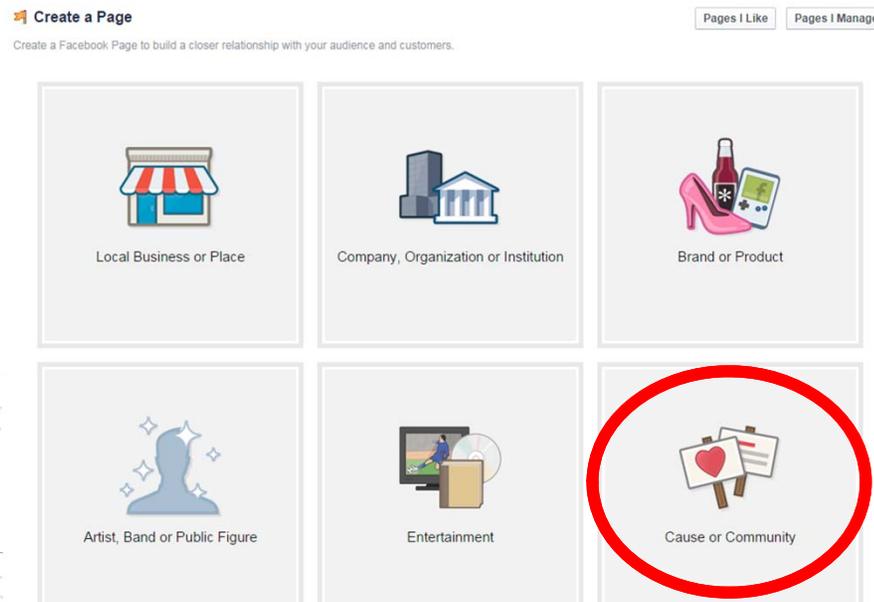


A stylized white figure composed of several rounded rectangular shapes, resembling a person or a character, centered on a solid blue background. The figure has a head, a long horizontal torso, and two legs.

2. « HOW TO » :
CRÉER UNE PAGE FACEBOOK EN 3 ÉTAPES

CHOISISSEZ LA BONNE CATÉGORIE

- Profil vs. page vs. groupe
- Les classifications



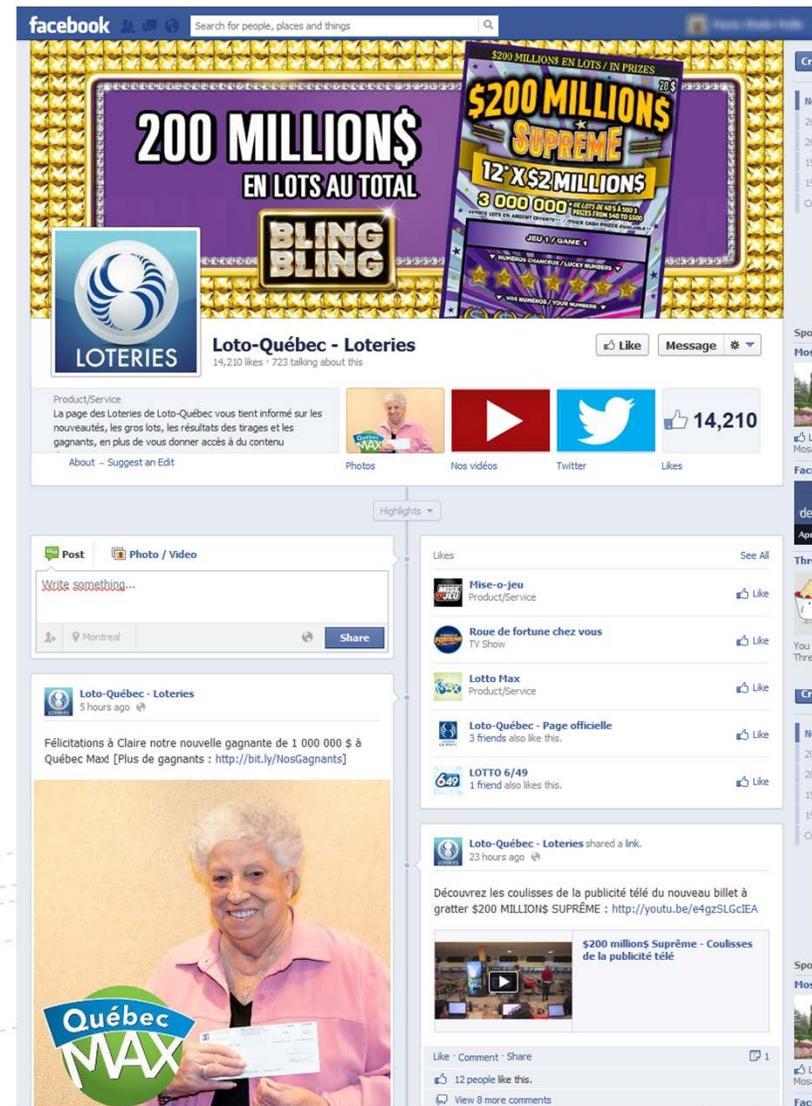
VOCABULAIRE DE FACEBOOK

- Profil personnel
 - Possible réglage des paramètres de confidentialité



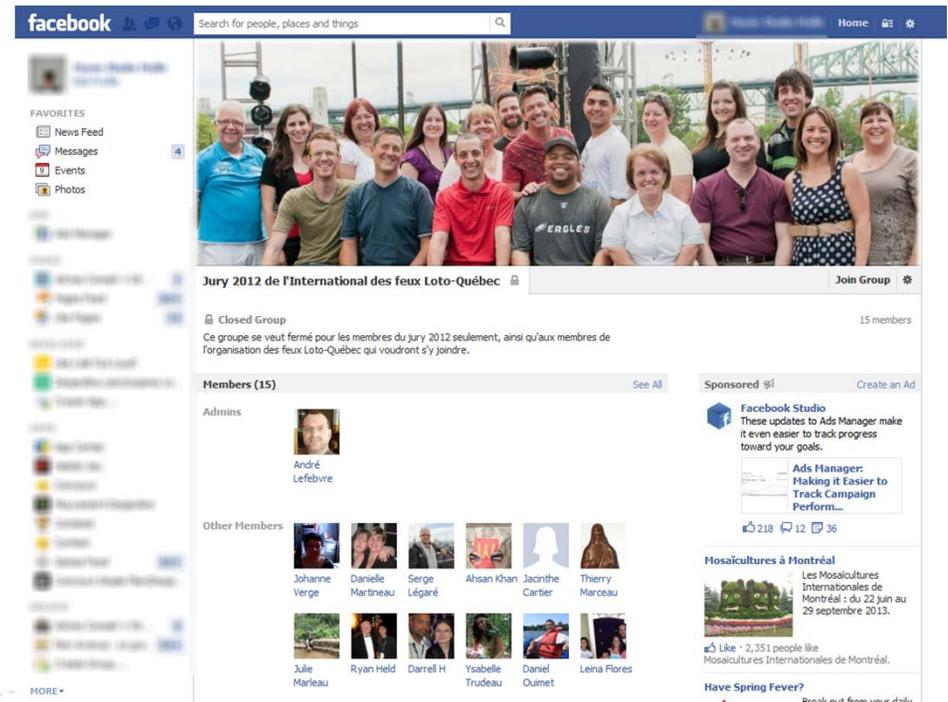
VOCABULAIRE DE FACEBOOK

- Page d'entreprise
 - Publique ou visible seulement pour les administrateurs



VOCABULAIRE DE FACEBOOK

- Groupe (privé/public)
 - Public
 - Fermé
 - Secret



ANATOMIE D'UNE PAGE FACEBOOK

The image shows a screenshot of the Loto-Québec Facebook page. At the top, there is a search bar and a navigation menu. The cover photo features a lottery advertisement for "200 MILLIONS EN LOTS AU TOTAL" and "200 MILLIONS SUPRÊME". Below the cover photo, there is a profile picture and the name "Loto-Québec - Loteries" with a "Message" button. A "Product/Service" section provides information about the page's content. The main feed contains several posts, including a congratulatory message for a winner of 1,000,000 \$, a link to a video about the new lottery ticket, and a link to a mobile app. The right sidebar shows a "Likes" list with names like "Hue-o-jus" and "Roue de fortune chez vous". The bottom of the page features a "Loterie et de pari sport avec votre téléphone intelligent" section and a "Loto-Québec à l'heure de la mobilité" section.



APPLICATIONS FACEBOOK

Pour les concours

Uniprix Concours Bonheur à Souhait J'aime

CONCOURS TVA
Bonheur à souhait!
uniprix

GAGNEZ SUR FACEBOOK
1 DES 20 CHÈQUES-CADEAUX AMERISPA
(d'une valeur de 100 \$) en répondant à notre Questionnaire zen!

REMPLISSEZ LE FORMULAIRE D'INSCRIPTION

Prénom :

Nom :

Courriel :

Adresse :

Ville :

Province : Ont. Qc.

Code postal (format: A0A 0A0) :

Téléphone (format: 123-456-7890) :

Sexe : Femme Homme

J'ai lu et j'accepte le règlement du concours

Je désire recevoir l'infolettre mensuelle d'Uniprix et autres communications occasionnelles sur les produits et services d'Uniprix et de ses partenaires. Il vous sera possible de vous désabonner en tout temps, en cliquant sur le lien prévu à cet effet qui se trouve au bas de tous nos envois courriel.

Pour l'image de marque

Green Giant One Giant Pledge Like

HOME DISCOVER RECIPES MAKE POSTCARDS

ONE GIANT PLEDGE

Let the Green Giant® be your wingman, and make healthy eating fun! Over the next 30 days, with a whole tool kit of support from the Green Giant, help create healthier eating habits. Take One Giant Pledge to eat and enjoy one more vegetable a day for 30 days!

TAKE THE PLEDGE

STAY ON TRACK WITH
THE TOOL KIT
Fun tools from your Giant wingman

FUN TIPS
Find inspiration and get veggie-packed meal ideas.
DISCOVER RECIPES
READ OUR BLOG
FOLLOW ON TWITTER

YOUR 30-DAY VEGGIE TRACKER
Need a little help keeping track of your progress with One Giant Pledge?
PRINT

CERTIFICATE OF COMPLETION
Personalize and print a certificate upon completion of the pledge.
PRINT



EXPLIQUEZ CLAIREMENT QUI VOUS ÊTES ET CE QUE VOUS FAITES

Set Up Test - Community

1 About 2 Profile Picture 3 Add to Favorites 4 Reach More People

Tip: Add a description and website to improve the ranking of your Page in search. Fields marked by asterisks (*) are required.

Add a few sentences to tell people what your Page is about. This will help it show up in the right search results. You will be able to add more details later from your Page settings.

*Tell people what your Page is about... 155

Website (ex: your website, Twitter or Yelp links)

Choose a unique Facebook web address to make it easier for people to find your Page. Once this is set, it can only be changed once.

http://www.facebook.com/ Enter an address for your Page ...

Is Test - Community a real organization, cause or event? Yes No
This will help people find this organization, cause or event more easily on Facebook.

Need Help?

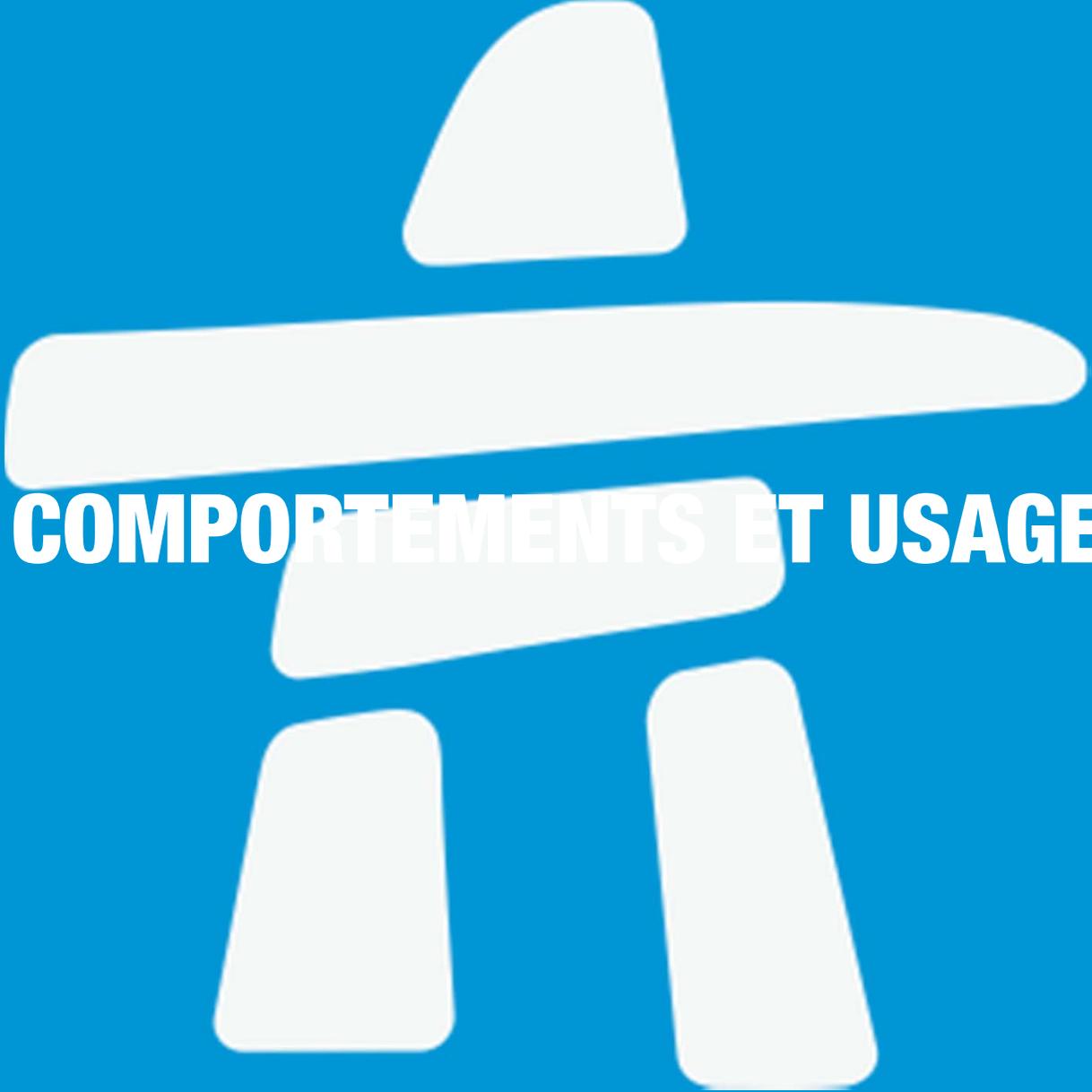
Save Info Skip



SOIGNEZ VOS VISUELS !

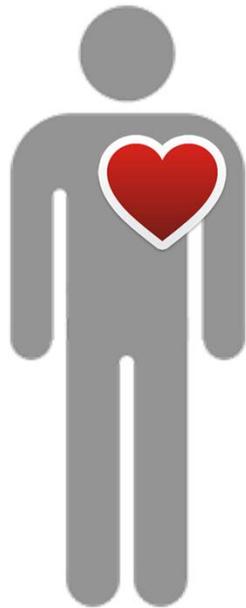
- Respectez les requis techniques
- Choisissez des visuels de qualité



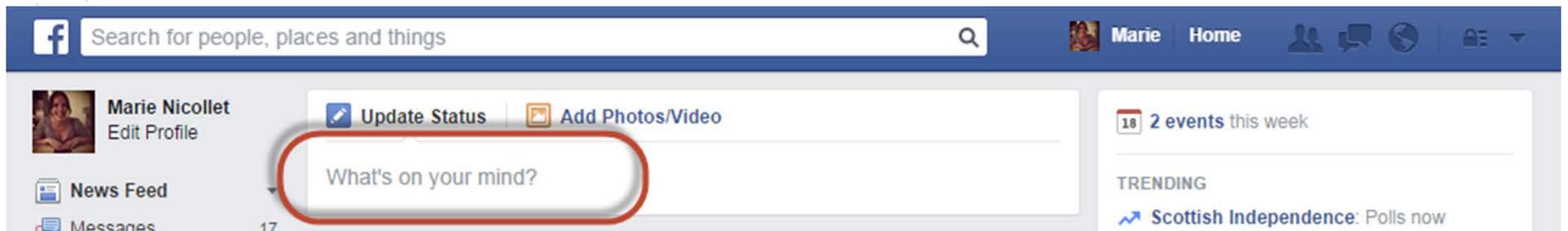
A stylized white figure composed of several rounded, geometric shapes: a top head-like shape, a long horizontal body, a shorter horizontal section below it, and two vertical legs. The figure is centered on a solid blue background.

3. COMPORTEMENTS ET USAGES

FACEBOOK : MÉDIA “INTIME”



- Expression
- Partage
- Emotion
- Experience
- Choix et préférences

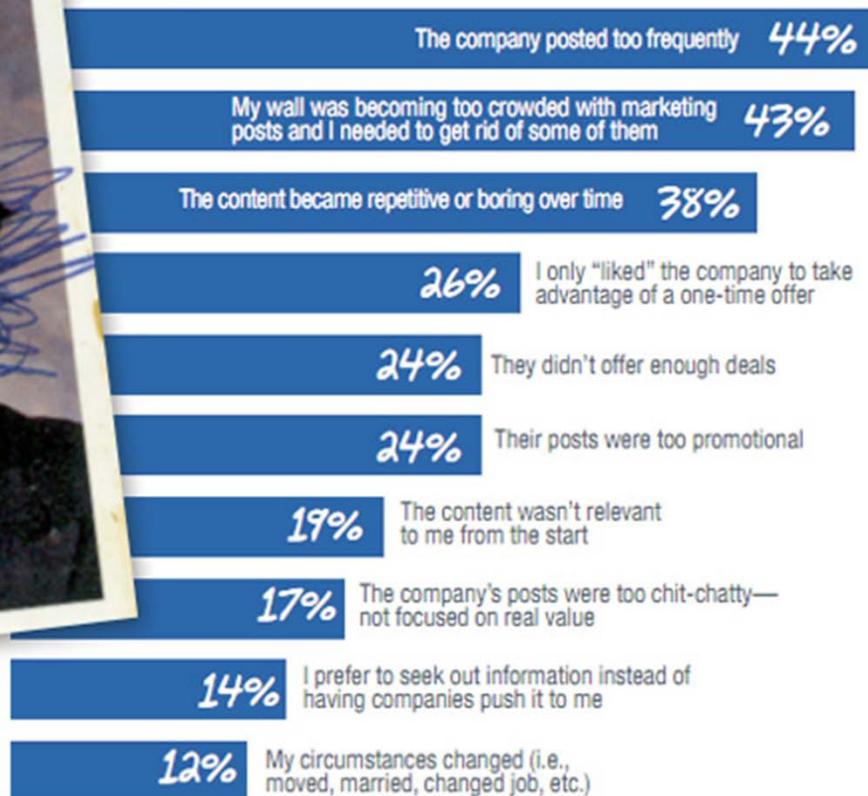


PENSEZ À VOS UTILISATEURS

Ils vont vous cacher si vous les ennuyer...



REASONS PEOPLE "UNLIKE" BRANDS ON FACEBOOK



UNE AUDIENCE ?

- Fans, followers, membres, etc.
- Vous êtes prêts à payer à un média pour qu'il vous y donne accès
- Les canadiens sur Facebook ont plus de 200 amis en moyenne



L'IMPORTANCE DE BÂTIR UNE AUDIENCE

- D'après vous, combien de vos fans voient vos publications?

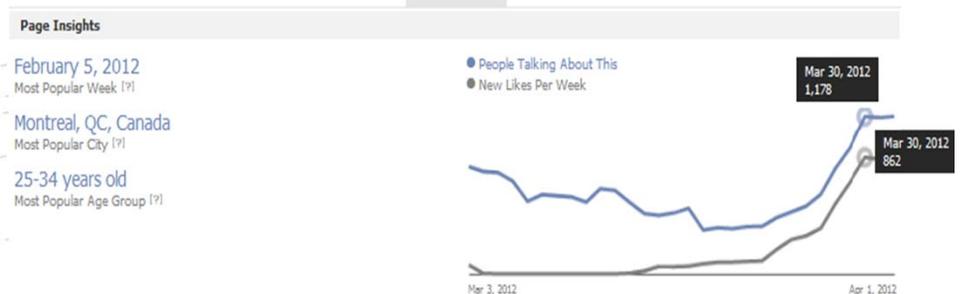
~~16%~~

of the 1,812 people who like your page saw this post.



L'IMPORTANCE DE L'ENGAGEMENT: LA QUALITÉ PLUTÔT QUE LA QUANTITÉ

- Un nombre important de fans ne sert à rien s'ils ne sont pas engagés et s'ils ne deviennent pas consommateurs ou ambassadeurs de vos produits



A stylized white figure composed of several rounded, geometric shapes: a top cap, a long horizontal body, a shorter horizontal section below it, and two vertical legs. The figure is centered on a solid blue background.

3. GUIDE DES MEILLEURES PRATIQUES

QUATRE ÉTAPES POUR BÂTIR UNE STRATÉGIE SUR LES MÉDIAS SOCIAUX

- Méthode POST (People + Objectives + Strategy + Technology)
 1. Quelles sont vos **cibles**, vos **ressources humaines**?
 2. Quels sont vos **objectifs**?
 3. Quelles **stratégies** allez-vous mettre en place?
 4. Quelle **technologie** supportera la stratégie dans l'atteinte des objectifs?



BÂTIR UNE STRATÉGIE SUR LES MÉDIAS SOCIAUX : LES GENS

- À l'interne :

- Quelles sont vos capacités internes?
- Qui s'occupera de la gestion quotidienne des commentaires? De la coordination entre les différents services? De la création de contenu?

- À l'externe :

- Quel est le public cible?
- Quel est son comportement en ligne?
- Sur quel réseau est-il?



BÂTIR UNE STRATÉGIE SUR LES MÉDIAS SOCIAUX : OBJECTIFS

- Quel est le principal objectif de la stratégie sociale?
 - Comment celui-ci vient-il s'inscrire dans la stratégie globale de communication?
 - Comment celui-ci vient-il s'inscrire dans la stratégie globale d'entreprise?
- Quels sont les objectifs secondaires qui seront supportés par la stratégie sociale?



LES 4 C DE LA GESTION DE COMMUNAUTÉ

- 1. Contenu :** Proposez du contenu de qualité, qui a de la valeur pour votre communauté
- 2. Contexte :** Offrez un contexte qui favorise les interactions et optimise la qualité des relations dans votre communauté
- 3. Connectivité :** Établir des relations personnalisées et des interactions efficaces et vous intéresser de près à vos cibles
- 4. Continuité :** Miser sur des relations durables. Être inventif et innovateur pour ne pas laisser sa communauté!



LES 4 C DE LA GESTION DE COMMUNAUTÉ

 **hgtvcanada** HGTV Canada
 The top 10 sun-loving plants #gardening <http://ow.ly/4ZqZh>
 22 May ☆ Favori ↻ Retweeter ↶ Répondre

 **La Parisienne**
 October 30

Nous savons que vous aimez déjà La Parisienne, mais qu'est-ce que vous aimez le plus de la marque?

Like · Comment · Share

👍 14 people like this. Top Comments ▾

 Write a comment... 

 **Nelly Graus** rapport qualité prix 😊
 Like · Reply · 🍌 5 · October 30 at 10:50am

 **France Asselin** Qualité, prix, senteur agréable et produit québécois !
 Like · Reply · 🍌 2 · October 30 at 11:00am

 View 12 more comments



ALL PHOTOS POSTED TO THE SKITTLES FACEBOOK PAGE WILL BE ELIGIBLE FOR THE GREATEST RAIN IN THE WORLD CONTEST. BY POSTING ANY PHOTOS TO THIS PAGE, YOU ARE CONSENTING TO SKITTLES USING YOUR PHOTOS IN THIS CONTEST.

Like Comment

 Skittles
 See that second Rainbow behind my BFF? He's saving that one for later.
 Like · Comment · Share · October 14

Album: Timeline Photos
 Shared with: Public

 **ING DIRECT Canada**

We're on the hunt for passionate Savers who love to share exciting news about ING DIRECT on Twitter, Facebook, blogs and forums. Does that sound like you? If so, you could be one of our new Orange Ambassadors! Sign up by clicking on the 'Ambassador' Tab.

🕒 dimanche, à 11:55 via ING DIRECT Canada · Partager

👍 11 personnes aiment ça.

ASTUCES

- Suivez le calendrier : Les fêtes, les vacances, les journées officielles, l'actualité, etc.
- Demandez aux gens de se tagger quand vous postez des photos des événements



LES #28JOURS LES PLUS LONG DE TA VIE



facebook

Trouvez des personnes, des lieux ou d'autres choses

Patrice Boudreault Accueil

Les 28 jours les plus long... Défi 28 jours

Créer une page

LES 28 JOURS LES PLUS LONGS DE TA VIE

Quoi?

- Pendant les 28 jours de février, je m'engage à ne pas consommer d'alcool.
- En février, un accès gratuit aux salles d'entraînement d'Énergie Cardio les jeudis et vendredis à partir de 17h.
- Une multitude de prix à gagner!

Pourquoi?

Pour aider la Fondation Jean Lapointe à financer le programme de prévention d'alcool et drogues en milieu scolaire. [En savoir plus](#)

Combien?

Un don de 1\$ par jour pendant 28 jours

28 JOURS SANS BOIRE, C'EST PAYANT!

Indique le nombre de consommations de chaque type que tu bois, en moyenne, dans une semaine.

Boire (05)	Vin (12)	Cocktail (05)	Bière (14)	ÉCONOMIES SUR 28 JOURS
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text" value="0\$"/>

Participe!

Montant du don pour la participation (Don min.: 28\$)

Mes économies (0\$) 28\$ Autre \$

Vos informations de paiement ne seront pas fournies à Facebook.

Paiements sécurisés

Nom sur la carte

Numéro de carte

Date d'expiration / Code de vérif. CVC

Adresse courriel

Pour obtenir ton reçu d'impôt :

Les 28 jours les plus long de ta vie

CALENDRIER DE SOBRIÉTÉ

JOURNÉES SANS BOIRE 0

Partage sur ton mur

BRAVO TU ES BON! CLIQUE DANS LE VERT SI TU N'AS PAS BU.

OUPS T'AS TRICHÉ! CLIQUE DANS LE ROUGE SI TU AS BU.

COMMENCE TES 28 JOURS!



LES #28JOURS LES PLUS LONG DE TA VIE

63 000\$

amassés en 28 jours

20 000



personnes en portée quotidienne
moyenne sur Facebook

53 000

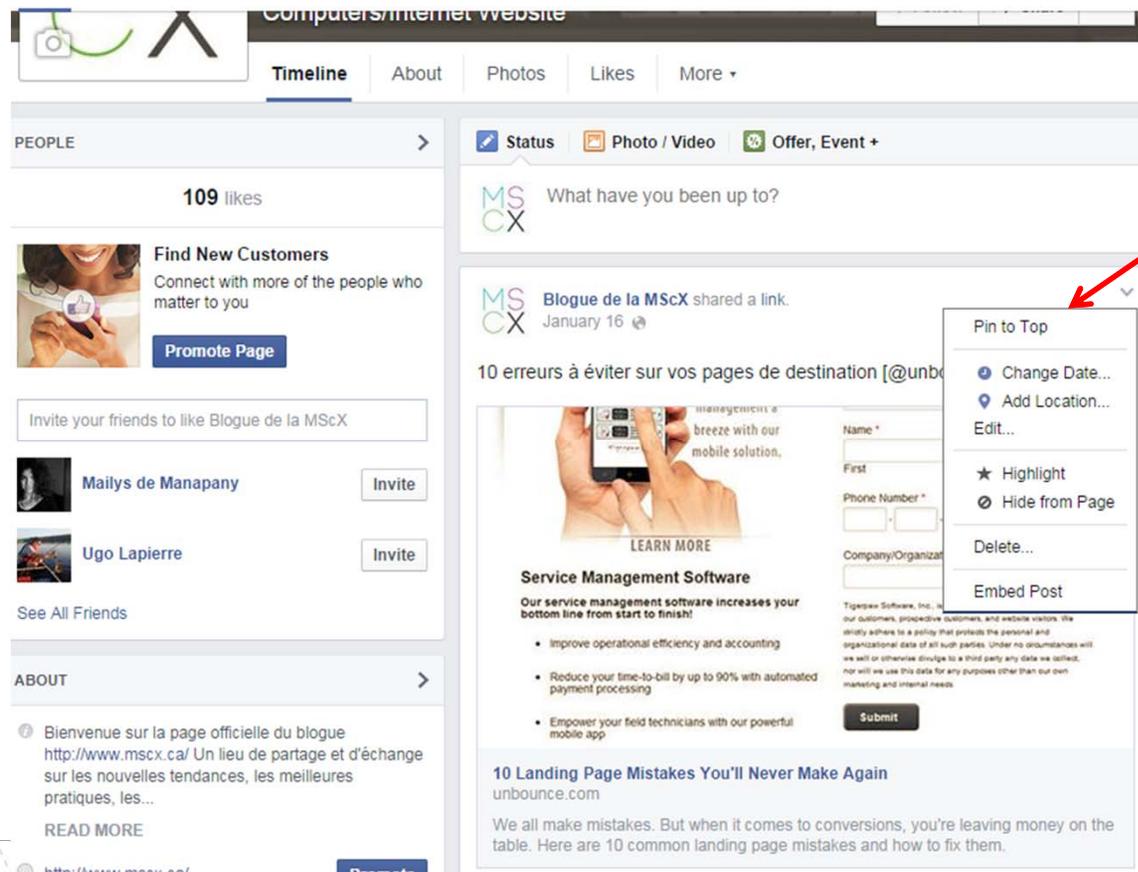


impressions quotidiennes en moyenne
sur Facebook



LES MEILLEURES PRATIQUES SUR FACEBOOK – METTRE DE L'AVANT

- Mettre de l'avant une publication



The screenshot shows a Facebook page for 'Blogue de la MSCX'. The page has 109 likes and a post from January 16. A context menu is open over the post, with a red arrow pointing to the 'Pin to Top' option. The menu also includes options like 'Change Date...', 'Add Location...', 'Edit...', 'Highlight', 'Hide from Page', 'Delete...', and 'Embed Post'. The post content includes a link to '10 erreurs à éviter sur vos pages de destination' and a section for 'Service Management Software' with a list of benefits.

LES BONNES PRATIQUES SUR FACEBOOK

- Intégrer des contenus visuels



Pringles added 5 new photos to the album Pringles Showcase.

Pringles Showcase
Fun to Eat

July 5 at 11:46am · Share

10,748 people like this.

View all 754 comments

Pringles
Pringles Pondering: Mr. P, mouth under the mustache? Or no mouth?

July 1 at 1:00pm via Publisher

2,819 people like this.

View all 789 comments



Red Bull
July 15, 2011

Just walking on water... <http://win.gs/qqvHJA>



Like · Comment · Share

32,597 3,839 110

Red Bull
July 9, 2011

Webber takes pole! Will he win again at Silverstone?

Like · Comment · Share

15,836 1,626



LES MEILLEURES PRATIQUES SUR FACEBOOK - CIBLER

- Cibler les publications

- Sexe
- Niveau de relation
- Niveau d'éducation
- Intérêts
- Âge
- Localisation géographique
- Langue



LES MEILLEURES PRATIQUES SUR FACEBOOK – ÉTABLIR DES RÈGLES

- Créer des règles d'utilisation de la page
 - Par une « note » ou une application tierce sur Facebook
 - Par une page sur le site Web pour les autres réseaux

David's ► Rules of the board / Règles de la page

Food/Beverages · [Edit Info](#)

Bienvenue sur votre communauté [David's](#). Toute l'équipe [David's](#) est très excitée à l'idée de discuter avec ses fans.

Ceci est votre page et nous vous encourageons à laisser vos commentaires, idées, photos, vidéos et liens de vos propres expériences ici. **De plus, nous veillerons au respect des règles de Facebook et retirerons tout commentaire inapproprié ou injurieux.** Seules les contributions ayant pour objet les sujets couverts sur cette page seront admises. Nous nous réservons le droit de supprimer les commentaires publiés à des fins commerciales ou publicitaires. Veuillez noter que les commentaires des fans ne reflètent pas les opinions de l'équipe [David's](#).



LES MEILLEURES PRATIQUES SUR FACEBOOK – MODÉRER

- Modérer mais ne PAS supprimer!
- Exceptionnellement : Masquer des commentaires sans que les utilisateurs ne s'en aperçoivent ou bannir une personne



Facebook Inc. · Public

I've been checking Safeway in Spruce Grove and Stony Plain, Alberta Safeways for the last two months and still nothing :(I hope to be able to use my coupon before it expires! I look in their juice isle, natural section and by the enery drinks, too...nothing!

3 août, à 14:19 · J'aime · Commenter

VS



Facebook Inc. · Public

I've been checking Safeway in Spruce Grove and Stony Plain, Alberta Safeways for the last two months and still nothing :(I hope to be able to use my coupon before it expires! I look in their juice isle, natural section and by the enery drinks, too...nothing!

3 août, à 14:19 · J'aime · Commenter



I came here!!! it says safeway all over winnipeg and what I think is ReXall??? pharmacy I'm going to check there today....

vendredi à 11:48 · J'aime



LES MEILLEURES PRATIQUES SUR FACEBOOK – LE TON

- KISS – *Keep it simple and stupid*

Mouvement Desjardins shared a link via WWF Canada français.
February 6

C'est la journée de la p'tite laine! Avez-vous la vôtre? Vous êtes invités à baissez le chauffage et enfiler une p'tite laine aujourd'hui, et pourquoi pas tout le reste de l'hiver! Vous pouvez aussi participer à la création d'un chandail en cyberlaine en partageant une photo avec le #ptitelaine

Journée nationale de la p'tite laine
sweaterday.ca

Baissez le chauffage et enfiler une p'tite laine aujourd'hui.

February 6
National Sweater Day

Like · Comment · Share

8 people like this.

cpa Devenir CPA
February 14

On a troqué le bleu CPA pour le rouge aujourd'hui 😊
Joyeuse Saint-Valentin!

Like · Comment · Share

39 people like this.

Pringles

Give us your flavor shout out!
10 juin, à 13:25 via Publisher

3 740 personnes aiment ça.

Afficher les 3 291 commentaires

Oasis

Quel fruit représente l'été pour vous?
22 juillet, à 09:48 · J'aime · Commenter

14 personnes aiment ça.

Afficher les 46 commentaires

LES MEILLEURES PRATIQUES SUR FACEBOOK – LE CONTENU

- Ne parlez pas uniquement de vous; ouvrez le dialogue sur l'industrie et ses enjeux
- Parlez de l'actualité des régions de votre communauté



LES MEILLEURES PRATIQUES SUR FACEBOOK – RÉPONDRE AUX COMMENTAIRES

- Répondre directement aux commentaires afin de créer une conversation



Tropicana
What's in your bowl this morning?
Like · Comment · Share · about an hour ago

16 people like this. Top Comments ▾

Melody Cheskiewicz Walters Oatmeal
Like · Reply · about an hour ago via mobile

Tropicana We sure love our Quaker oats! What did you add to your oatmeal, Melody?
Like · about an hour ago



Vive la bouffe
Joyeuse Halloween!
Quels sont vos bonbons d'enfance préférés?
Like · Comment · Share · 23 hours ago

53 people like this. Top Comments ▾

3 shares

Vé Dufort Lune de miel introuvable aujourd'hui... Et rocket
Like · Reply · 21 hours ago via mobile

Vive la bouffe Les lunes de miel sont populaires!!
Like · 1 · 2 hours ago

À ÉVITER

- Partager des photos qui mènent sur un autre site Web



- Images trop hors sujet ou pas en phase avec la période, votre positionnement, etc.



À ÉVITER

- La réponse aux commentaires peut devenir un enjeu important
- N'oubliez pas: tout ce que vous écrivez est public ! ... Ou continuez la discussion en privé.

 **emmaspizza** Emma's Pizza
[@jessekb](#) did not intend to make light of bullying. promise. sorry to anyone offended on that note. woman who didn't pay is still a dumbass.
6 hours ago

 **emmaspizza** Emma's Pizza
[@mercurie80](#) [@quellelove](#) a woman refused to pay for what she ordered and ate at my store, she is a dumbass. Why chime in when you don't know?
11 hours ago

 **emmaspizza** Emma's Pizza
[@Thoughtfuleats](#) I never mentioned names which hardly makes it a public berating. I'm wondering who asked you how to run my biz anyway? #MYOB
19 hours ago

 **emmaspizza** Emma's Pizza
where in 'substitutions are welcome' does it read it's free? Adding meatballs to a Pressed Veggie Sdwch is nasty and will cost u, dumbass.
13 Aug



DÉVELOPPER DES CAMPAGNES PUBLICITAIRES

- Les publicités : les annonces traditionnelles
 - Objectif : obtenir de nouveaux fans, utilisateurs ou participants
 - Permet un ciblage très précis

GROUPS

MORE ▾



Like · Comment · Share · 1 · 2 minutes ago ·

50% Off First Tobi Order.



Obsession sounds about right. You will want everything. Tobi can get you what you want.

402,116 people like Tobi.

Clorox. Innovation
clorox.ca



Clorox has reinvented spray cleaning. Check out The Smart Tube™ Technology Experience.



DÉVELOPPER DES CAMPAGNES PUBLICITAIRES

- Les publicités : les publications commanditées
 - Objectif : promouvoir un message ou augmenter l'engagement
 - Permet de valoriser une publication déterminée, avec un ciblage et une tarification identiques à ceux des annonces traditionnelles



L'Oreal Paris Canada · 687,041 like this
April 3 at 3:10pm · ✨

Have you redeemed the \$4 coupon for Healthy Look? Colour your hair for the chance to win a VIP trip to Toronto!
<http://bit.ly/ZIj2Ji>



Healthy Look Crème Gloss Contest
lorealpariscommunity.com

Sponsored

Create an Ad



Shirin Delsooz, Jean-Frédéric Bergeron Poudrier, and Simon Éthier like Lufa Farms.



Lufa Farms
Like



L'Oreal Paris Canada
Have you redeemed the \$4 coupon for Healthy Look? Colour your hair for the chance to win a...



Healthy Look Crème Gloss Contest

👍 50 💬 10 📄 3

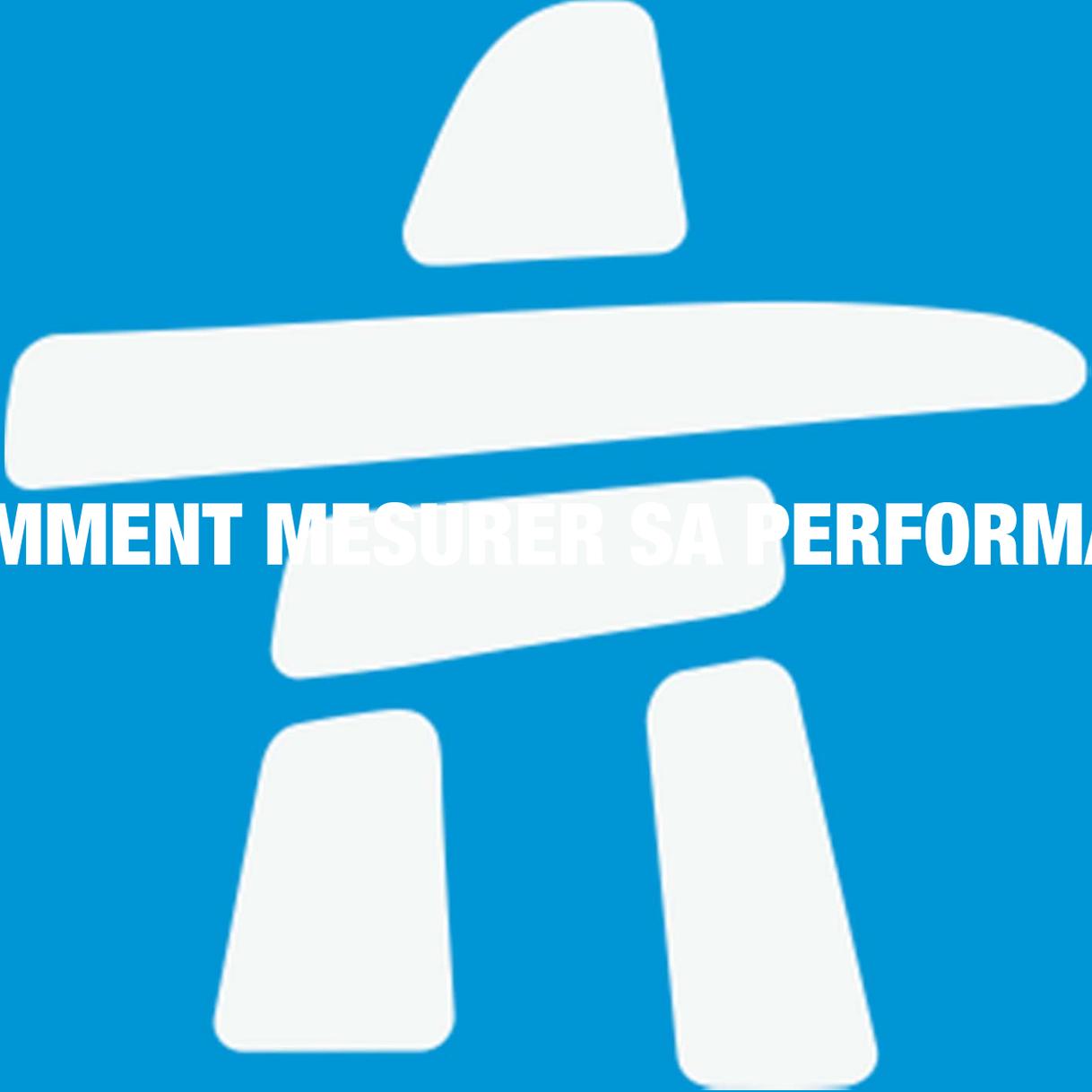


DÉVELOPPER DES CAMPAGNES PUBLICITAIRES

- Les publicités : promotion des publications
 - Objectif : accentuer la visibilité de publications déterminées
 - Seuls 16 % des fans voient vos publications sans promotion

The screenshot displays the Facebook advertising interface. A yellow banner at the top reads "Mettez votre publication en avant" (Promote your post) with the text "La promotion de vos publications est très simple. Elle ne coûte que 4,00 €." Below this, the "Audience" section is set to "Personnes et leurs amis qui aiment votre Page". The "Budget maximum" is set to 24,00 €, with an estimated reach of 12,6... A dropdown menu is open, showing budget options from 4,00 € to 240,00 €, each with an estimated reach range. The 24,00 € option is selected with a green checkmark. The background shows a partial view of a Facebook page with a "Maintenant" (Now) filter and a list of posts from Statigram, Tag'by, and GoodBarber.

Budget maximum	Portée estimée
4,00 €	2,1k - 3,9k
8,00 €	4,2k - 7,8k
12,00 €	6,23k - 11,57k
16,00 €	8,4k - 15,6k
24,00 €	12,6k - 23,4k
40,00 €	21k - 39k
59,00 €	31,5k - 58,5k
79,00 €	42k - 78k
160,00 €	83,3k - 154,7k
240,00 €	124,6k - 231,4k

A stylized white figure composed of several rounded, geometric shapes: a top cap, a long horizontal bar, a smaller horizontal bar below it, and two vertical legs. The figure is centered on a solid blue background.

4. COMMENT MESURER SA PERFORMANCE

MESURER LES RÉSULTATS – PORTÉE DES MESSAGES FACEBOOK

Vos 5 publications les plus récentes >

■ Portée
 ■ Clics sur la publication
 ■ Mentions J'aime, commentaires et partages

Publié	Publier	Genre	Ciblage	Portée	Fiançailles	Promouvoir
17/09/2013 10:07	 Nous sommes actuellement à la recherche d'un coordonnateur et d'un spécialiste pour le département Achat			1,4K 	55 3 	
14/09/2013 17:09	 Adviso dans les leaders de la croissance du magazine L'Actualité !			1,3K 	44 36  	
12/09/2013 11:23	 Gabrielle Provost fait un retour en arrière sur sa conférence à Las Vegas sur son article qui vise une meilleur			1,5K 	70 10  	
11/09/2013 09:39	 On fait un retour sur les dernières modifications apportées à Facebook qui prouvent l'utilité du design itératif d			1,8K 	108 5  	
09/09/2013 09:42	 Les nouveaux bureaux et nouvelles chaises sont arrivés au bureau! Vous pouvez remarquer que les couleur			1,4K 	202 27  	



MESURER LES RÉSULTATS – LES MOMENTS LES PLUS POPULAIRES

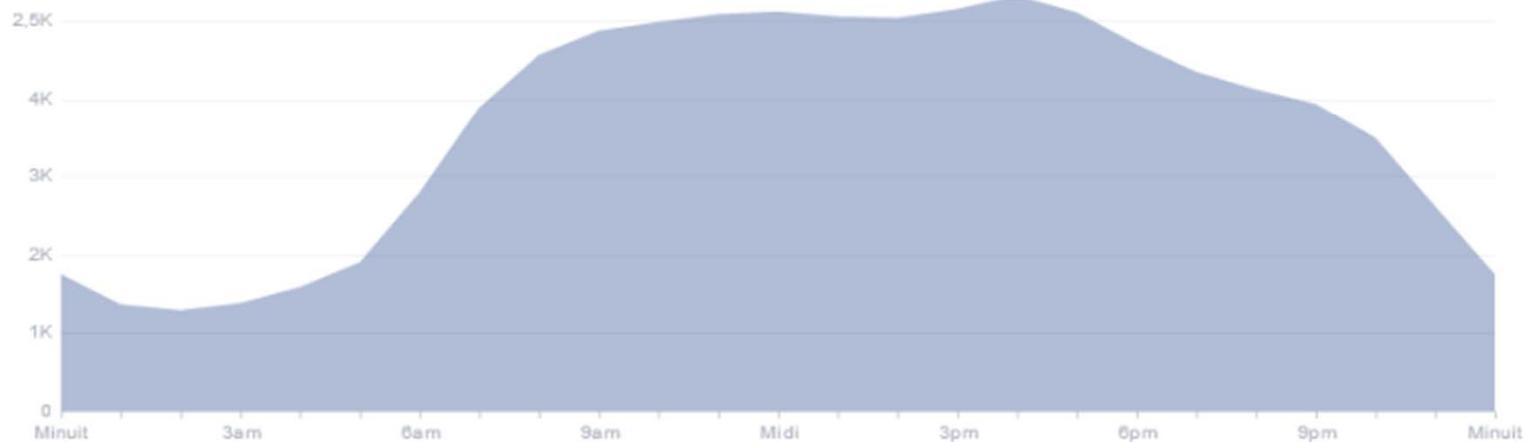
Days

Nombre moyen de vos fans ayant vu vos publications sur Facebook par jour de la semaine.

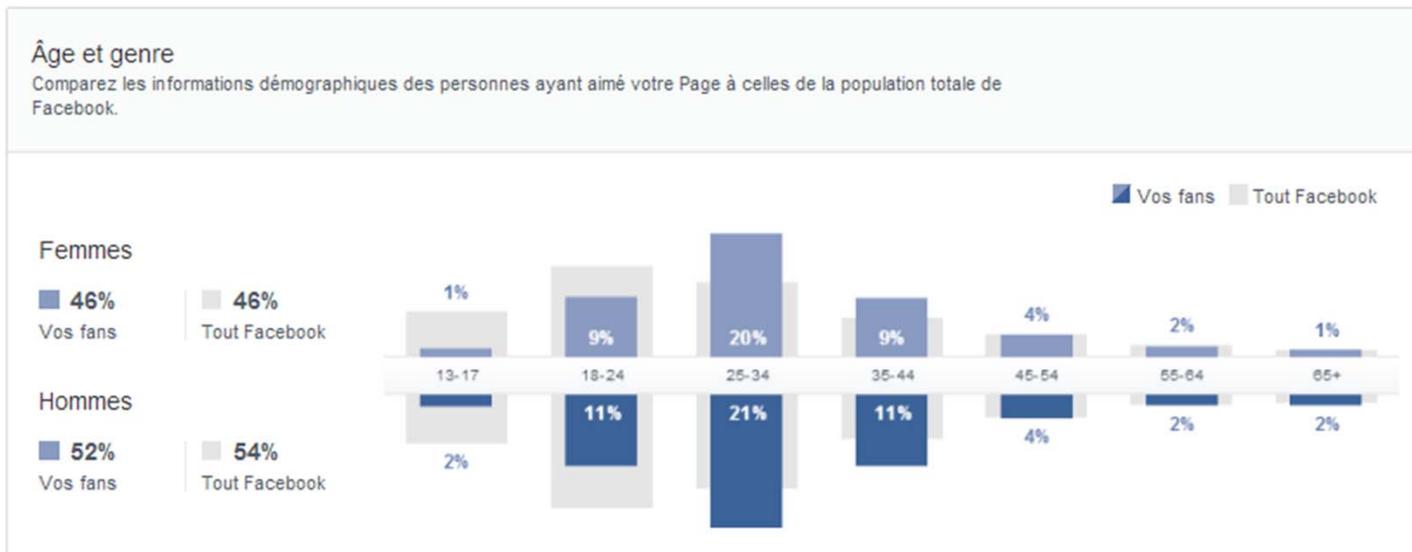


Fois

Le nombre moyen de vos fans qui ont vu des publications sur Facebook en une heure.



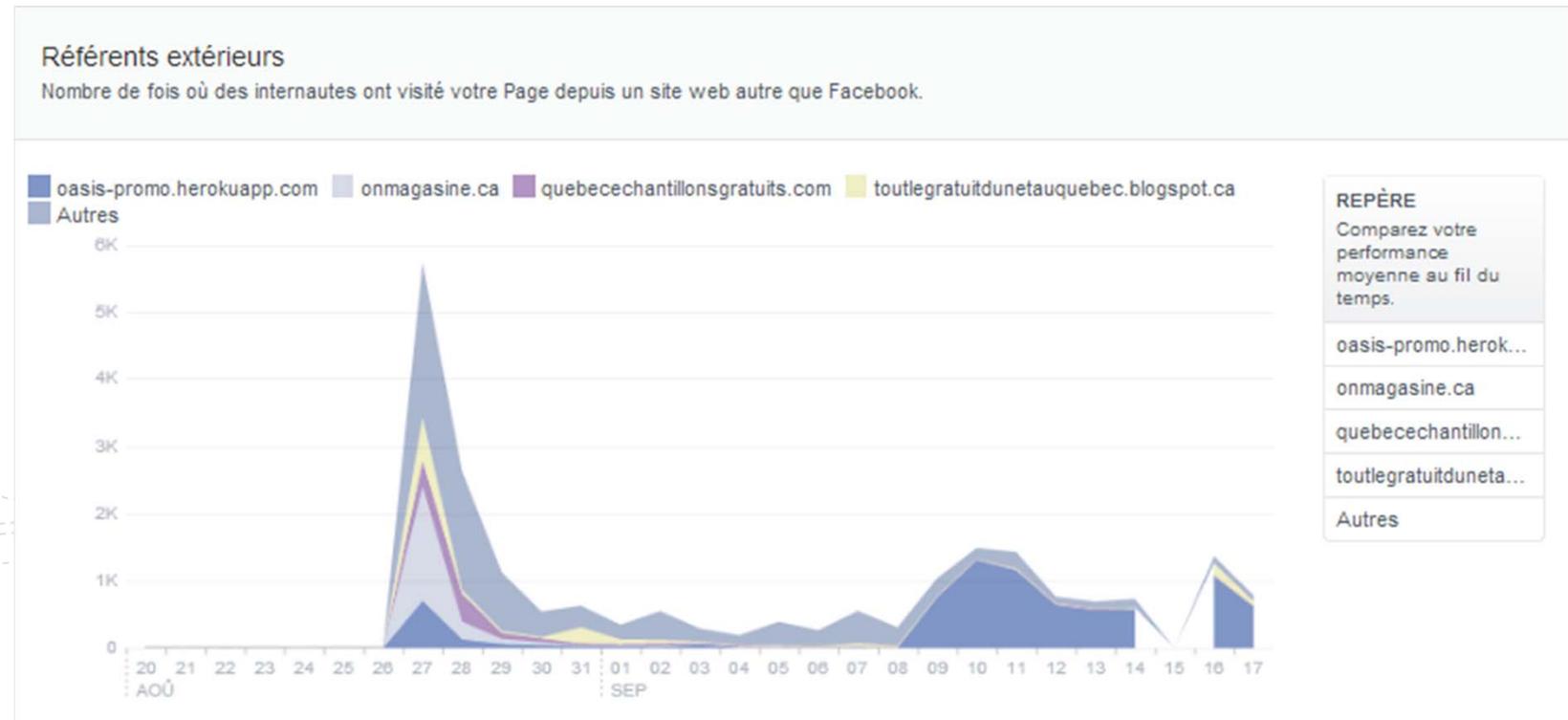
MESURER LES RÉSULTATS — DÉMOGRAPHIE



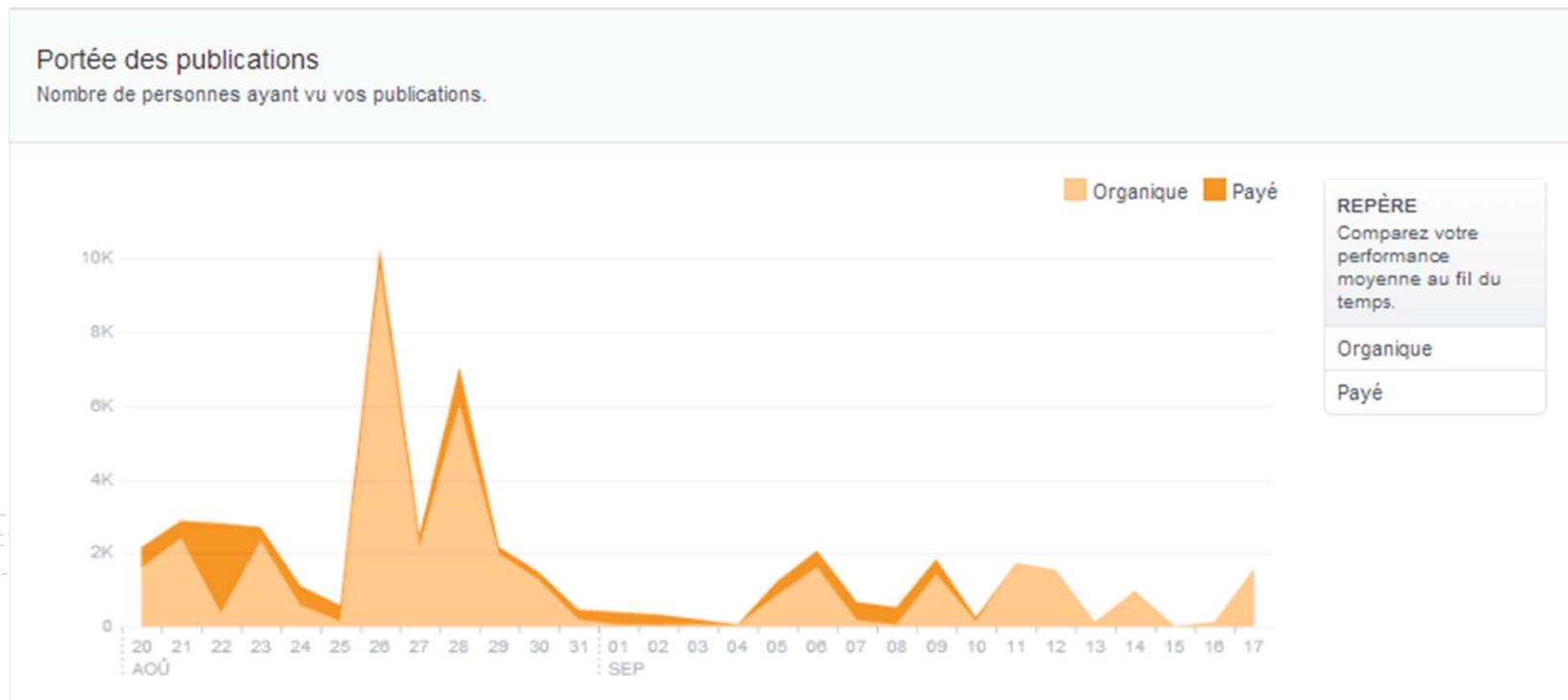
Géographie et langue
La position estimée des personnes qui aiment votre Page et leur paramètre linguistique par défaut.

Pays	Nombre de fans	Ville	Nombre de fans	Langue	Nombre de fans
Canada	4 485	Montreal, QC, Canada	2 312	Français (France)	3 695
Tunisie	1 685	Tunis, Qabis, Tunisia	793	Français (Canada)	1 849
France	427	Quebec, QC, Canada	436	Anglais (US)	1 459
Maroc	161	Sherbrooke, QC, Canada	169	Anglais (UK)	91

MESURER LES RÉSULTATS – RÉFÉRENTS EXTÉRIEURS



MESURER LES RÉSULTATS – PORTÉE DE LA PAGE



PRINCIPAUX INDICATEURS CLÉS DE PERFORMANCE FACEBOOK

- **Variation des abonnés**

- Nombre d'abonnés
- Nombre de nouveaux abonnés
- Nombre de désabonnements

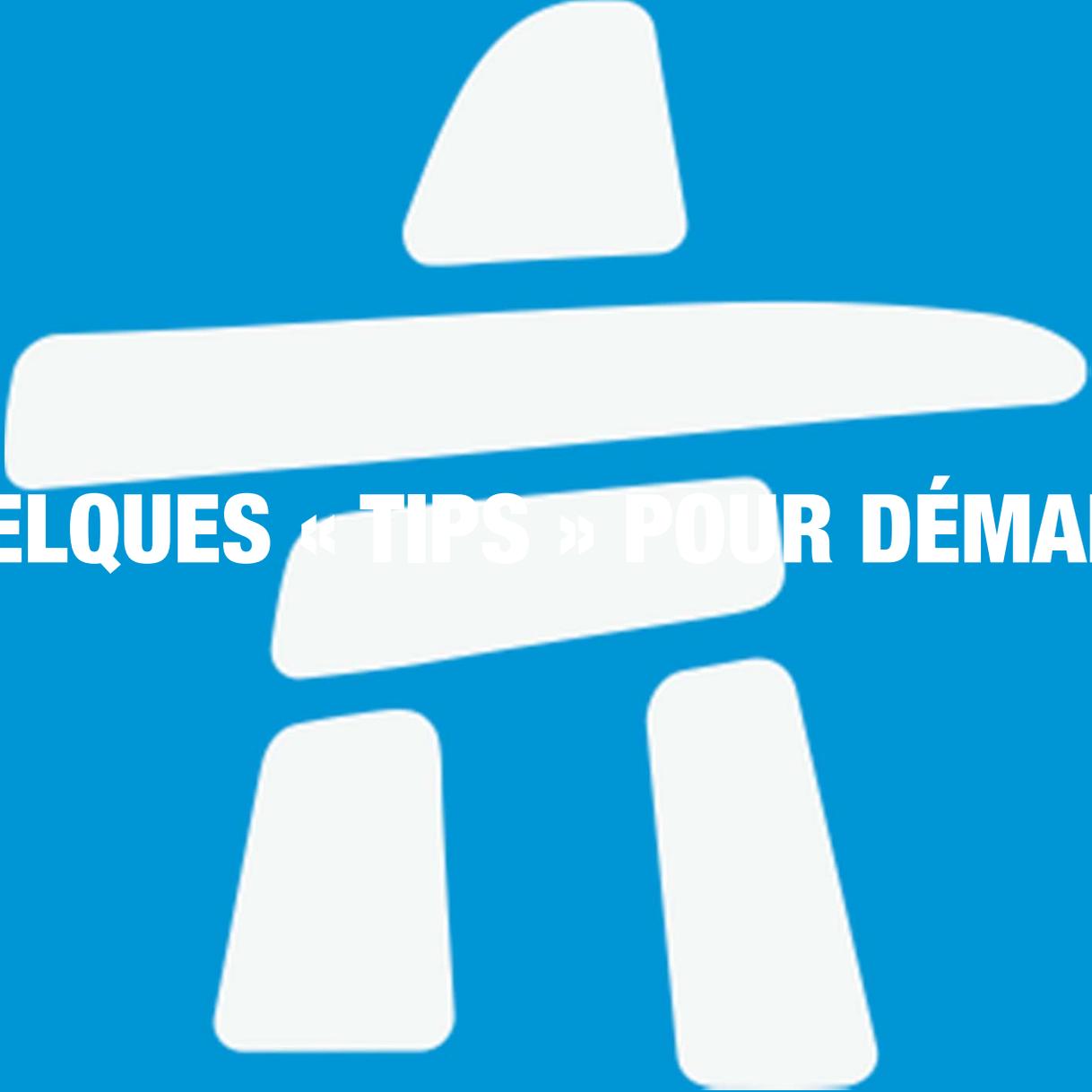
- **Métriques d'engagement**

- Nombre de « j'aime » sur les publications
- Nombre de commentaires sur les publications
- Nombre de partages sur les publications

- **Taux d'engagement**

- Nombre d'utilisateurs engagés quotidiennement/Nombre d'utilisateurs atteints quotidiennement



A stylized white figure composed of several rounded, geometric shapes: a top cap, a long horizontal bar, a smaller horizontal bar below it, and two vertical legs. The figure is centered on a solid blue background.

5. QUELQUES « TIPS » POUR DÉMARRER

POUR RÉSUMER

- Vos clients sont sur les médias sociaux
- Prenez le temps de parcourir les médias sociaux afin de vous imprégner de leur culture
- Gardez en tête que tout le monde n'a pas le même comportement : ciblez pour maximiser les résultats de vos campagnes
- Construisez votre stratégie étape par étape
- Rassemblez votre communauté autour des thématiques qui la concernent et prenez l'animation de communauté au sérieux
- N'ayez pas peur d'avoir recourt à des campagnes de publicités ciblées
- Mesurez afin d'adapter continuellement votre stratégie



CONTACT :

Marie Nicollet, Adviso
Head of Business Development

Courriel : mnicollet@adviso.ca

