

ASSOCIATION LOI 1901

MICROTEL Gagny 93 Club informatique



www.facebook.com/gagnymicrotel

facebook

Comment créer une page FACEBOOK



www.microtel-gagny.fr

MICROTEL - Stade Jean Bouin - 93220 GAGNY - ☎ 01.43.81.68.15 - infos@microtel-gagny.fr

Créer une page Facebook : le guide complet pour les débutants

Facebook vous permet de créer facilement une page pour rassembler tous les gens susceptibles d'être intéressés par votre projet. Voici un tutoriel pour la création de pages et des conseils pour prendre un bon départ avec votre première communauté.

• SOMMAIRE

- Pages Facebook : Pour qui ? Pourquoi ?
 - À quoi ça sert ?
 - Qui ça peut intéresser ?
 - Un système de votes
 - Business is business
- Création d'une page Facebook
- Premiers réglages, premiers posts
 - Se connecter à votre nouveau compte
 - Désigner les personnes responsables de la page
 - Afficher une photo de couverture
 - La console de gestion de la page
 - Quelques conseils pour vos premières publications

Il existe 2 types de comptes sur Facebook : les comptes de membres pour des personnes physiques (communément appelés « amis ») et **les Pages**. On s'intéresse ici à cette seconde catégorie.

Pages Facebook : Pour qui ? Pourquoi ?

Très bien, vous n'avez jamais pris le temps de vous intéresser aux pages Facebook et à leur intérêt. Voici quelques rappels élémentaires à connaître avant de se lancer.



À quoi ça sert ?

Les raisons sont multiples mais la motivation première sera la **recherche de visibilité**. En étant présent sur Facebook, on dispose d'abord d'une carte de visite virtuelle accessible quasiment à tous (plus d'un milliard de personnes à travers le monde).

Une même page Facebook peut être gérée par plusieurs personnes. Différents niveaux de contrôle de la communauté sont proposés. Nous abordons ce point un peu plus tard dans ce dossier.

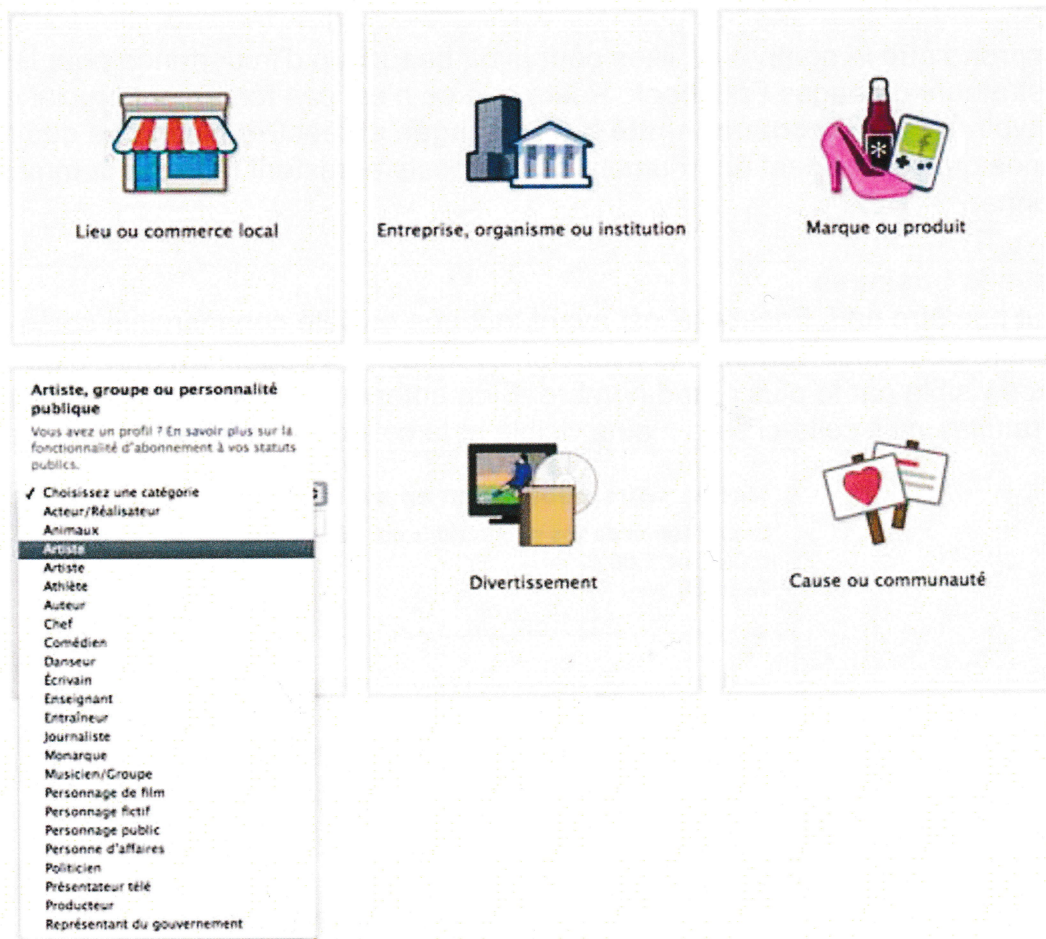
Une fois en ligne, une page Facebook va offrir un grand nombre d'outils à son propriétaire :

- il pourra échanger avec les personnes qui visitent sa page (messaging)
- il pourra voir ce qui intéresse le plus les gens (système de statistiques)
- il sera en capacité d'animer la page en publiant des nouvelles (statuts), des photos, des vidéos, des liens vers d'autres pages...
- il pourra partager de l'information avec d'autres membres de Facebook (amis ou pages)

En quelques instants, on dispose donc d'un kit gratuit et **prêt à l'emploi** pour créer, animer et faire grandir une communauté.

Qui ça peut intéresser ?

Si vous pensez pouvoir inscrire votre activité professionnelle et/ou personnelle dans les rubriques présentes sur la capture d'écran qui suit, vous êtes dans la cible du réseau social. Et comme vous le voyez, Mark Zuckerberg et son équipe ont ratissé large.



On a – presque – tous une bonne raison de se créer une page Facebook. Parce qu'on veut rassembler un maximum de personnes autour d'une même cause, autour de sa marque ou de sa boutique, autour de son activité culturelle...

De nos jours, tous les prétextes sont bons pour créer une page sur le réseau social : pour pleurer ensemble la disparition de Nelson Mandela, pour rechercher un enfant disparu et prévenir un maximum de gens, pour promouvoir [son site web](#), pour informer des amis (et des spectateurs potentiels) de la tenue d'un spectacle, pour rassembler les anciens élèves d'une promotion...

Derrière cet aspect apparemment ludique et plutôt convivial, la page Facebook est aussi un redoutable outil de communication d'une entité avec ses « clients ». N'oublions pas que des professionnels sont parfois aux commandes des pages que nous visitons.

Un système de votes



Avec plus d'un milliard de membres à son actif, Facebook a quelques arguments pour vous inciter à créer votre page. En effet, on pense – bien souvent à tort – qu'on va pouvoir facilement faire grossir sa communauté.

Avec ce fameux effet viral (les amis des amis des amis sont mes amis), on a l'impression qu'on va pouvoir toucher la Terre entière. Il se dit d'ailleurs que le réseau social a eu un impact sur la [Théorie des 6 poignées de main](#).

Si une personne est intéressée par votre activité ou votre marque, elle va pouvoir en devenir fan en « aimant » (ou « likant ») votre page. Ainsi seront-elles informées de vos dernières nouveautés.

On comprend que le nombre de likes peut avoir beaucoup d'importance pour les administrateurs de pages Facebook. Reste que ce n'est pas forcément crucial et qu'il vaut mieux avoir une **petite communauté bien engagée** et réactive plutôt que des millions de personnes qui se moquent éperdument de vos posts et restent fans par flemme de devoir se désabonner.

Business is business

Il ne faut pas être naïf, Facebook est avant tout une société commerciale cotée en bourse et qui va tout faire pour nous vendre des mises en avant de nos pages. En bref, plus vous payez, plus vous êtes visible par le plus grand nombre. Bien entendu, on peut tout à fait disposer d'une page gratuite, mais celle-ci sera moins visible et la collecte des fans plus laborieuse.

Mettez votre publication en avant

La promotion de vos publications est très simple. Elle ne coûte que 5,00 €.
[En savoir plus](#)

Audience

Personnes et leurs amis qui aiment votre Page [?]
 Personnes choisies par l'intermédiaire du ciblage [?]

Budget maximum

29 €

Personnes atteintes estimées

38 000 - 100 000 de 680 000

Votre budget et votre ciblage déterminent le nombre de personnes que votre publication atteindra.

Devise

(EUR) Euro ▼

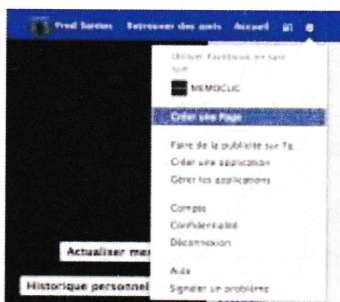
Plus d'options ▼

[?](#) [Stimuler la publication](#) [Annuler](#)

Une mise à jour de l'algorithme du réseau social intervenue le 1er décembre 2013 montre d'ailleurs que seuls **3 fans sur 100** voient réellement la publication d'une page. Il fut un temps où le « Reach » (nombre de fois qu'une publication de votre page est vue) atteignait 16 sur 100. Mais l'appétit financier de Facebook ne lui donnera pas envie de nous faciliter la tâche dans ce domaine.

Création d'une page Facebook

Contrairement à ce que vous pensez peut-être, mettre en place une page Facebook n'a rien de compliqué. On vous a récapitulé les principales étapes dans ce tutoriel en images.





Créer une page depuis votre profil

Quelques points essentiels à connaître :

- par défaut, le contenu publié sur une page Facebook est public
- les changements de nom sur Facebook sont toujours laborieux, veillez donc à choisir le bon dès le départ
- Facebook est tatillon sur les **noms** qu'on donne à nos pages. Pour notre exemple, il n'a pas apprécié qu'on joue sur les majuscules et minuscules pour donner un petit effet de

style. Évitez aussi les symboles du type ! ou ®, la mention de la marque Facebook, les dates ou des termes uniques trop génériques (par exemple « football » ou « france »), ça ne passera pas.

- Facebook est particulièrement chatouilleux avec les photos de nus. N'oubliez pas un instant mettre des clichés osés pour votre photo de profil ou photo de couverture, ça ne passera pas non plus et Facebook pourrait fermer votre page sans crier gare.
- même si l'incitation à la dépense est clairement perceptible, vous pouvez tout à fait disposer d'une page Facebook gratuite.

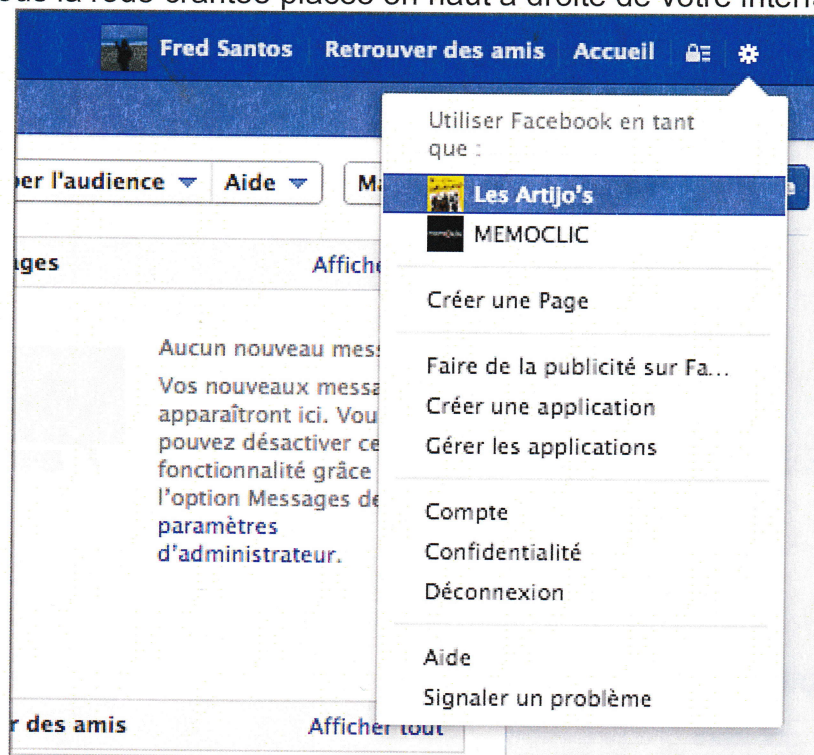
Premiers réglages, premiers posts

Maintenant que votre page est créée, découvrez les premiers réflexes à avoir. Être administrateur d'une page vous demande quelques connaissances. Voici les bases...

Se connecter à votre nouveau compte

En créant une page, vous avez créé une nouvelle identité sur Facebook. Pour disposer de tous les droits qui reviennent au créateur que vous êtes, vous allez donc vous connecter avec ce nouvel identifiant. Vous pourrez à tout moment revenir à votre compte original, et basculer à loisirs vers les différentes pages de votre choix.

Cela se passera sous la roue crantée placée en haut à droite de votre interface Facebook :



Si vous utilisez un système d'exploitation intégrant Facebook en natif, la manœuvre sera particulièrement utile. Notamment si vous voulez publier rapidement du texte ou des photos.

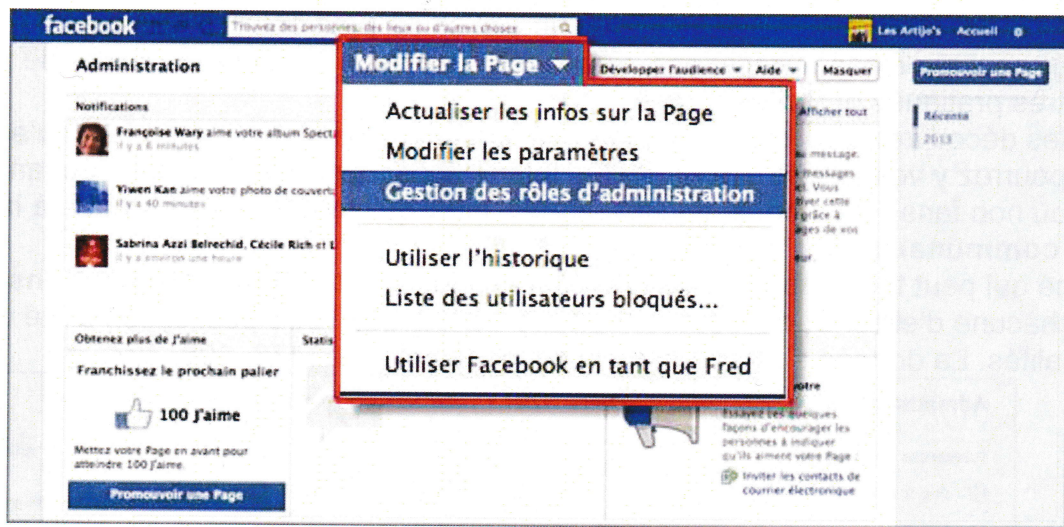
Désigner les personnes responsables de la page

Parce que vous avez créé cette communauté, vous en êtes le principal responsable. Vous êtes donc reconnu comme étant le créateur et l'administrateur de la page. Reste que si vous ne voulez pas à être le seul à animer ou modifier cet espace, vous pouvez octroyer des droits à d'autres personnes.

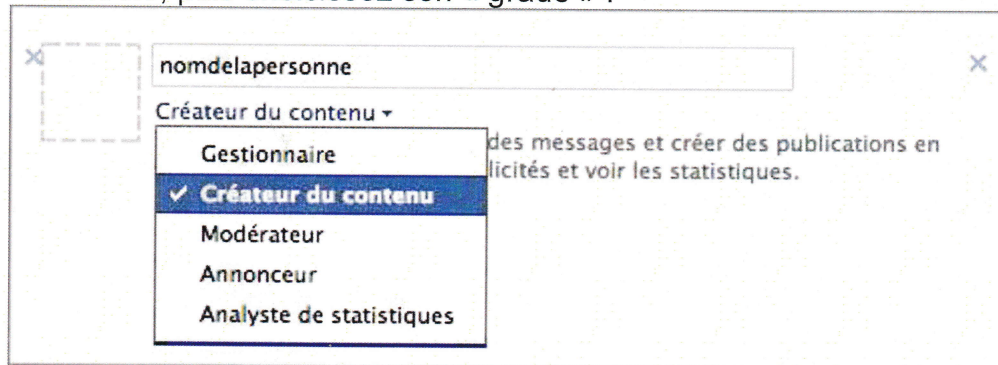
Il existe 6 types de « grades » :

- le **gestionnaire** (il peut tout faire sur la page)
- le créateur de contenu (tout sauf gérer les rôles d'administration de la page, comprenez donner des droits aux autres)
- le modérateur (parfait pour répondre aux membres et supprimer les commentaires déplacés mais il ne peut pas créer de nouveaux contenus)
- l'annonceur (pour créer des publicités)
- l'analyste de statistiques (seulement pour voir les chiffres relatifs à la fréquentation de la page)

Pour donner ou changer les rôles de personnes sur la page, allez sur le menu **Modifier la page** puis **Gestion des rôles d'administration** :



Indiquez ensuite le nom de la personne à qui vous allez confier ces nouvelles responsabilités d'édition ou de contrôle, puis choisissez son « grade » :

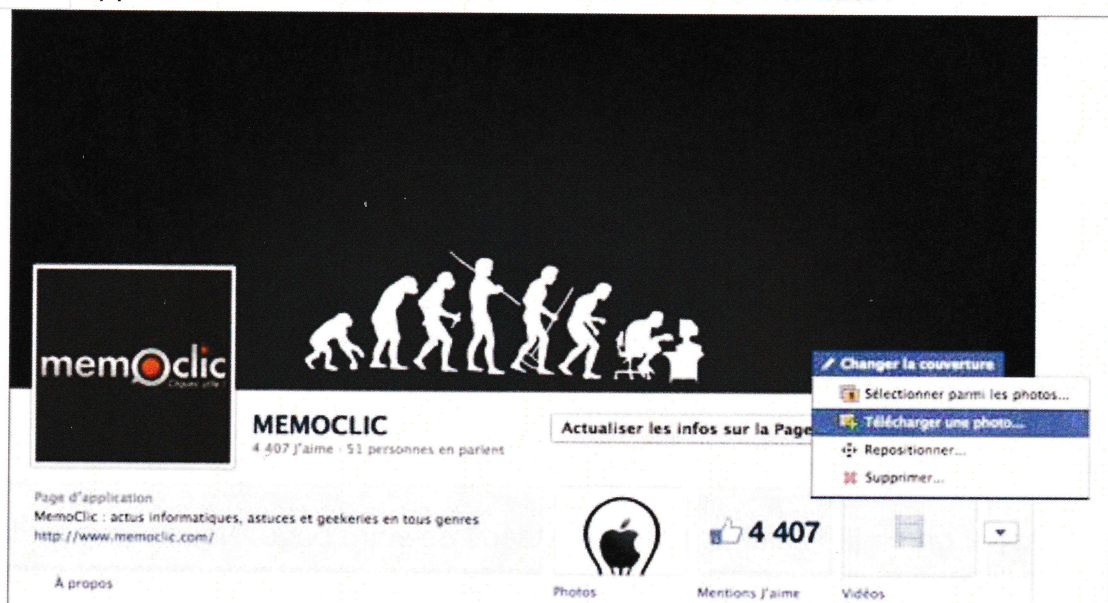


Afficher une photo de couverture

La première chose que vont voir les visiteurs de votre page sont les visuels. Ce seront donc les premiers éléments à mettre en place, avant même de vouloir communiquer sur votre page auprès de vos amis. Autant les faire arriver dans une pièce déjà peinte que sur un chantier. En ce qui concerne la photo de profil, vous l'avez déjà mise en place lors de la création de votre Page (voir tuto ci-dessus). Il vous restera à disposer votre photo de couverture.

Précisons que les dimensions idéales de la photo de couverture sont de **851 de largeur sur 315 de hauteur**. Les formats .jpg et .png sont recommandés.

Pour importer votre image, survolez la zone de couverture jusqu'à voir l'option **Changer la couverture** apparaître. Vous accéderez ensuite au menu contextuel :



La console de gestion de la page

C'est pas le tout d'avoir une page et des fans si on ne peut comprendre comment nos visiteurs interagissent avec nos publications. Facebook offre donc à tout gestionnaire de pages des outils très pratiques et faciles d'accès.

Vous les découvrez dès lors que vous vous connectez à votre page en tant qu'administrateur. Vous pourrez y voir la liste des dernières interactions, derniers messages échangés avec des fans (ou non fans), un module de statistiques, ainsi qu'une **liste de nos amis à inviter dans notre communauté**.

Mais ce qui peut tout d'abord vous intéresser, c'est la **liste de vos publications** et le « Reach » pour chacune d'elles. Ci-dessous, le nombre de fois que votre publication a été vue sur un flux d'actualités. La donnée s'affiche dans la seconde colonne (478, 408, 297...)

The screenshot shows the Facebook page administration interface. At the top, there are navigation options: 'Administration', 'Modifier la Page', 'Développer l'audience', 'Voir les statistiques', 'Aide', and 'Masquer'. Below this, there are two main sections: 'Publications' and 'Messages'. The 'Publications' section lists several posts with their respective reach numbers: 478, 408, 297, 437, 288, and 396. Each post has a 'Stimuler la publication' button. The 'Messages' section shows a list of messages from users like Maciej and Carole. Below the publications, there are sections for 'Obtenez plus de J'aime', 'Statistiques', and 'Inviter des amis'. The 'Statistiques' section shows a reach of 772, which is a 161.7% increase from the previous week. The 'Inviter des amis' section shows a list of friends to invite, including Hervé, Mathieu, Ramez, and Cédric.

Si vous estimez ces chiffres un peu trop bas, Facebook ne perd pas le nord et vous « offre » ces **services** pour mettre en avant ces publications (option **Stimuler la publication**).

D'aucuns ne manqueront pas d'accuser Facebook de baisser volontairement le reach des publications pour vendre plus de prestations de ce type.

Reste à savoir si votre activité nécessite vraiment des investissements financiers. Et s'il n'est pas possible d'opter pour une solution gratuite et qui nécessitera un peu plus de travail et d'inventivité de votre part.

Quelques conseils pour vos premières publications

C'est fait, on a grossièrement fait le tour du propriétaire et des possibilités qui nous sont offertes. On peut désormais se lancer dans le grand bain avec nos premières publications. Ça peut par exemple commencer par un message de bienvenue aux premiers visiteurs de la page :

The screenshot shows a Facebook post from 'Les Artijo's' posted 12 hours ago. The post text reads: 'C'est fait, Les Artijo's sont sur Facebook ! Vous pourrez suivre ici les dernières actualités de la compagnie théâtrale de Clamart (92). Merci de nous suivre, on vous le rendra bien sur scène !!!'. Below the text are the interaction options: 'J'aime', 'Commenter', and 'Partager'.

Mais aussi par garnir les albums photos et vidéos de votre page. Nous sommes dans une société de l'image et les membres – et fans potentiels – seront naturellement attirés par des images.

Alors pour attiser leur curiosité, choisissez avec soin les visuels qui s'afficheront dans vos galeries, en prenant garde à ce que le premier de chaque album soit d'excellente qualité (c'est toujours le premier qui s'affiche dans les flux).

Donnez de vos nouvelles mais pas trop ! Une page morte n'a que très peu d'intérêt, une page trop active peut vite être considérée comme source de nuisance. Il vous faudra donc trouver le juste équilibre. 1 post par jour semble correct. Mais après tout dépendra de votre activité, de son actualité et du taux d'engagement de vos membres. Faites des tests et mesurez les interactions.

Découvrez quelle est la [meilleure heure pour poster sur Facebook](#)

Enfin, nous vous conseillons vivement de **faire preuve d'originalité sur votre page**. Relire la même information sur votre page alors qu'on la lu 10 fois avant sur d'autres pages n'a rien de bien engageant. Recherchez des liens **amusants** et ressources **utiles** sur le web et publiez-les sur votre page.

Enfin, si vous voulez doper un peu vos statistiques, n'hésitez pas à organiser des jeux-concours. Pour ça, il existe quelques outils qui vous simplifient la tâche, notamment [Agorapulse](#).

Lire la suite : <http://www.memoclic.com/1215-facebook/18297-creation-page.html#ixzz4UpXSEkIF>