

Facebook

Créer une page pour mon établissement


The Facebook logo, consisting of the word "facebook" in white lowercase letters on a dark blue rectangular background.

facebook

Préambule

Ancré dans un Web devenu participatif et social, les réseaux sociaux sont aujourd'hui des acteurs majeurs de l'Internet. Ils permettent aux individus de se constituer un réseau et de communiquer et d'échanger avec les différents contacts qui en font partie. Du site généraliste au site spécialisé on dénombre aujourd'hui un nombre important. Selon une étude (ComScore 2011), 81% des internautes français surfent sur des réseaux sociaux.

De part son rayonnement mondial et son audience qui en a fait l'un des premiers sites les plus consultés au monde, Facebook est l'acteur incontournable dans ce domaine, voici quelques chiffres :

	Chiffres et statistiques d'utilisation
Chiffres globaux	
<ul style="list-style-type: none">• 670 millions d'utilisateurs dans 213 pays à travers le monde, dont plus de 200 millions sur le continent européen (04/2011)• La moitié d'entre eux se connecte au moins une fois par jour• 200 millions d'utilisateurs utilisent en plus Facebook via leur téléphone mobile (04/2011)• Facebook est devenu aux USA le site le plus visité fin 2010 (devant Google)• 1,5 millions d'entreprises présentes sur Facebook• Plus de 5 milliards de photos mises en ligne	
Chiffres sur son utilisation en France	
<ul style="list-style-type: none">• La France est le 8^{ème} pays comptant le plus grand nombre d'utilisateurs (près de 22 millions en 04/2011)• Le taux de pénétration sur la population française atteint 34% (1 français sur 3 est sur Facebook)• Site connu par 97% des internautes français• 70% des utilisateurs français ont entre 13 et 34 ans	
Profil de l'utilisateur moyen de Facebook	
<ul style="list-style-type: none">• Il a 130 amis (contacts)• Il y passe 65 minutes par jour• Par mois, il devient fan de 4 pages, publie 25 commentaires, clique 9 fois sur le bouton « J'aime » et est invité à 3 événements.	

Sources : SocialBakers 2011, Facebook 2010, Skyscanner 2011.

Il existe tout un tas de bonnes raisons pour créer sa page Facebook, mais comme n'importe quel outil de marketing et/ou de communication, une réflexion préalable est nécessaire. Des réflexions sont à mener sur le contenu que l'on mettra à disposition des utilisateurs de Facebook, la ligne éditoriale que l'on souhaite adopter et il faut également réfléchir aux bénéfices que l'on souhaite en tirer. Il ne faut pas croire non plus que du fait que Facebook soit gratuit, mener une stratégie sur ce réseau social ne représente aucun coût. En effet, il y a un investissement humain plus ou moins conséquent nécessaire à l'animation de la page Facebook.

Si vous vous posez des questions sur l'opportunité de vous créer une page Facebook, je vous conseille de lire attentivement ce livre blanc « Facebook, y aller ou pas – et pour faire quoi ? » que vous trouverez joint à ce document. Il vous livre des arguments pour créer votre page Facebook, mais vous met également en garde sur de nombreux points.

Vous vous sentez désormais prêt à vous lancer, suivez donc attentivement les différentes étapes qui vous permettront de créer votre page Facebook.

1. Créer un profil Facebook

La fonction initiale de Facebook permettait aux individus de se créer un profil virtuel complété par des informations personnelles identifiables afin de se constituer un réseau fait d'amis et de connaissances. Par la suite, il y a eu l'apparition des « groupes » et des « pages ». En deux mots, le groupe permet de rapprocher des individus autour d'un thème commun. Les pages ont été créées pour permettre à des artistes, des marques ou des entreprises de disposer d'un espace où ils pouvaient communiquer en ce nom envers des « fans », c'est-à-dire des personnes ayant un profil Facebook qui « aiment » la page.

Note : Pour faire la promotion de votre établissement, vous êtes obligés de créer une page. Si vous le faites par le biais d'un profil, vous ne respectez pas les conditions générales d'utilisation de Facebook qui interdisent l'utilisation d'un profil à des fins professionnelles, Facebook est susceptible de supprimer votre profil à tout moment.

Pour créer une page Facebook, il faut avoir un profil. Vous avez alors 3 possibilités :

- Vous possédez déjà un profil personnel Facebook et vous voulez créer une page à partir de celui.
 - Connectez-vous à votre compte Facebook et rendez-vous à cette page : <https://www.facebook.com/pages/create.php>
- Vous ne possédez pas de profil personnel Facebook, mais vous voulez vous en créer un et créer une page à partir de celui-ci.
 - Rendez-vous à cette adresse : <https://www.facebook.com/> et créez-vous un profil personnel directement depuis la page d'accueil.
 - Une fois celui-ci créé, connectez-vous et rendez-vous à cette page : <https://www.facebook.com/pages/create.php>
- Vous ne possédez pas de profil personnel Facebook, vous ne voulez pas vous en créer mais vous souhaitez disposer d'une page pour votre établissement.
 - Rendez-vous à cette adresse : <https://www.facebook.com/> et cliquez sur « Créer une page » sous le formulaire d'inscription comme vous pouvez le voir sur cette petite image.


Créer une Page pour une célébrité, un groupe ou une entreprise.







Note : Si vous décidez de ne pas créer votre page Facebook à partir d'un profil personnel (cas n°3), vous le créerez par un profil d'entreprise. La différence avec un profil personnel c'est qu'il vous servira uniquement à administrer votre page. Vous ne pourrez donc pas avoir d'« amis » et vous vous privez d'une opportunité pour diffuser votre page auprès de vos connaissances.

Dans chacun de ces 3 cas, vous arriverez à cette page qui lance le processus de création de la page.

2. Création de la page Facebook

Voici donc la page qui s'offre à vous. L'option la plus pertinente est de choisir « Lieu ou commerce local ».

 **Créer une Page**
Communiquez avec vos fans sur Facebook.

 Lieu ou commerce local	 Entreprise, organisme ou institution	 Marque ou produit
 Artiste, groupe ou personnalité publique	 Divertissement	 Cause ou communauté

Un petit formulaire apparaît alors une fois votre choix effectué, remplissez-le au plus juste.

Lieu ou commerce local
Rejoignez vos fans sur Facebook.

Choisissez une catégorie

Entreprise ou lieu

Adresse

Ville/État

Code postal

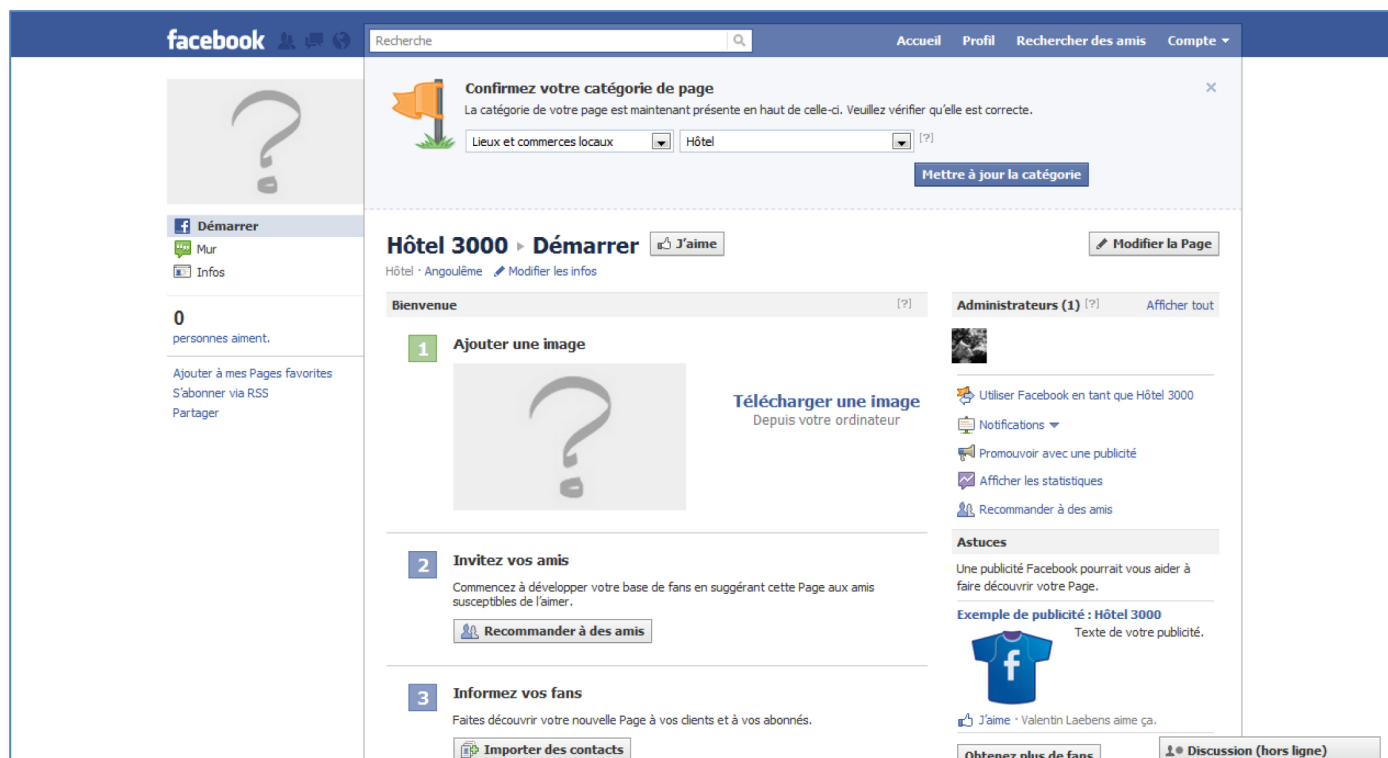
Téléphone

J'accepte les [conditions applicables aux Pages Facebook](#)

Note : Après validation, si vous avez débuté la création de la page sans avoir de profil Facebook, vous verrez apparaître une fenêtre dans laquelle on vous demande de recopier le code que vous lisez afin de prouver que vous n'êtes pas un robot. C'est à la suite de cela que l'on vous demandera de renseigner le formulaire pour vous créer un profil d'entreprise.

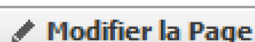
3. Remplir sa page Facebook

Après validation, la page est créée, vous arrivez alors à l'espace d'administration :



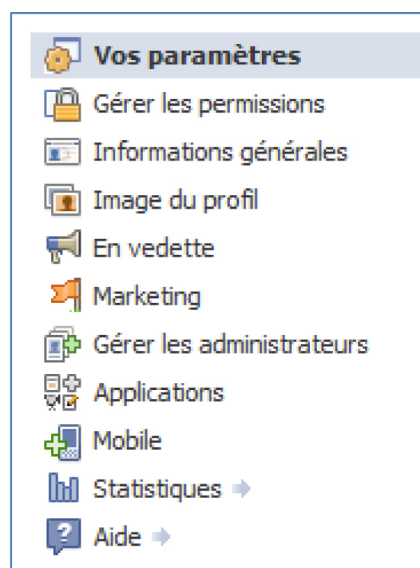
Voici la page sur laquelle vous arriverez. Elle vous donne 5 conseils à suivre pour débuter. Vous pouvez vous laisser guider et suivre ces conseils dans un premier temps, mais je vous suggère de vous rendre directement sur la page qui vous permettra de paramétrer entièrement votre page Facebook.

Pour cela, cliquez en haut à droite sur



Vous êtes alors au cœur de l'administration de votre page. C'est d'ici que vous pouvez tout contrôler à l'aide des nombreux onglets que vous voyez à gauche de la page.

Je vais vous détailler chacun d'entre eux :



- **Vos paramètres**

Vous permet de déterminer si vous publier des informations sous le nom de votre profil Facebook ou sous celui du nom de votre Page (donc votre établissement).

Vous permet de paramétrer les notifications qui vous seront adressés par e-mail lorsque quelqu'un interagis sur votre page (commentaire, publication, etc...).

- **Gérer les permissions**

Vous pouvez paramétrer des restrictions quant à la visibilité de votre page. Vous pouvez la rendre visible seulement aux administrateurs, la rendre invisible dans certains pays ou la rendre visible à partir d'un certain âge.

Ensuite, on vous demande ce que vous voulez voir affiché sur votre page, l'onglet par défaut (le plus souvent, le mur), vous délivrez également les autorisations de publier ou non à vos utilisateurs (textes, vidéos, photos).

Vous avez la possibilité de renseigner les termes à modérer et que vous ne souhaitez pas voir apparaître sur votre mur (insultes par exemple).

Enfin, c'est ici que vous avez la possibilité de supprimer définitivement votre page.

- **Informations générales**

Catégorie : Lieux et commerces locaux Hôtel [?]

Nom d'utilisateur : Votre Page doit avoir au moins 25 fans avant de pouvoir lui donner un nom comme adresse URL. [En savoir plus.](#)

Nom :

Adresse :

Ville :

Code postal :

Remarque : si vous ajoutez une adresse valide, les utilisateurs pourront voir et visiter votre page par les lieux Facebook.

Heures :

lundi	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="text" value="Horaires"/>	à	<input type="text" value="Horaires"/>
mardi	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="text" value="Horaires"/>	à	<input type="text" value="Horaires"/>
mercredi	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="text" value="Horaires"/>	à	<input type="text" value="Horaires"/>
jeudi	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="text" value="Horaires"/>	à	<input type="text" value="Horaires"/>
vendredi	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="text" value="Horaires"/>	à	<input type="text" value="Horaires"/>
samedi	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="text" value="Horaires"/>	à	<input type="text" value="Horaires"/>
dimanche	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="text" value="Horaires"/>	à	<input type="text" value="Horaires"/>

Spécifier deux plages horaires pour chaque jour.

Page très importante à remplir, c'est ici que vous indiquerez tous les renseignements concernant votre établissement. Pas de difficulté particulière pour remplir ce formulaire qui se présente comme le montre l'image précédente.

Donner une adresse exacte est important car ça permettra à Facebook de générer une carte sur laquelle on pourra vous géolocaliser. Pour la ville, tapez juste les premières lettres et choisissez la parmi les suggestions que vous fera Facebook.

Vous trouverez ensuite la rubrique « A propos de », songez à y mettre des mots-clés incisifs, le contenu de cette zone étant lue en premier par les moteurs de recherche.

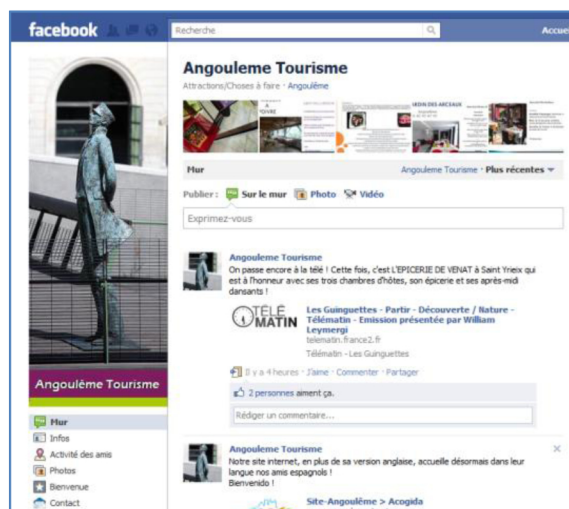
Ensuite remplissez les cases « Description », « Informations générales », vous pouvez donner une fourchette de gamme de prix, donner des indications sur le stationnement ou sur les transports en commun permettant d'accéder jusqu'à votre établissement.

Enfin vous pouvez entrer des moyens de contact direct, mail, site Internet et téléphone.

- **Image du profil**

C'est là que vous pouvez mettre l'image de profil qui apparaîtra en haut à gauche de votre page. Pensez à mettre une photo présentant l'établissement dans son ensemble et non un détail. Facebook restreint la largeur de l'image à 180 pixels mais ne fixe pas de limite en longueur. Vous pouvez ainsi y mettre une image longue qui offrira un plus grand visuel (exemple de l'image de profil de la page d'Angoulême Tourisme).

Conseil : Ceci est valable pour Facebook mais concerne tous vos contenus multimédia que vous souhaitez mettre en ligne. Bannissez les photos nommées de cette manière « DSN4560000.jpg » mais songez plutôt à les renommer en fonction de ce qu'elles représentent, par exemple « facade-hotel-angouleme.jpg ». Cela peut jouer pour votre référencement.



Vous pouvez en revenant à cet onglet changer l'image tant que vous le souhaitez.

- **En vedette**

Si vous créez tout juste votre page, cet onglet n'a pas de grand intérêt pour le moment. Sachez tout de même qu'il permettra de mettre en valeur les autres pages que vous « aimez », ainsi que le profil personnel de la personne qui s'occupe de cette page.

- **Marketing**

Les différents liens que vous propose cet onglet vous permettent de faire la promotion de votre page, et ce par divers moyens. Eh oui car vous avez créés votre page, il s'agit maintenant de conquérir des fans.



- Votre publicité sur Facebook

Vous permet de créer des publicités qui s'afficheront sur les pages des profils Facebook des membres du site. Facebook organise ses encarts publicitaires intelligemment et dans le cas d'un hôtel par exemple, il affichera une publicité sur les pages Facebook d'un internaute ayant fait au préalable une recherche sur les hôtels. Cette solution est payante, il faut donc préalablement réfléchir à l'opportunité ou non de se vendre de cette manière.

- Communiquer avec vos fans

Vous permet de conquérir des fans de vos pages. Vous pouvez envoyer des invitations à un fichier de contacts mails (format Excel) que vous devez charger sur Facebook, ou vous pouvez en envoyer à vos contacts personnels à partir de votre adresse mail.

- Un badge

Vous permet de créer à Badge à diffuser sur un blog par exemple. Cette fonctionnalité s'adresse aux personnes ou entreprise ayant déjà une très forte présence sur le Web.

- Un espace « J'aime » sur votre site Web

Ce lien vous renvoi sur une page en anglais. Vous pouvez générer ici quelque chose de très intéressant si vous possédez un site Internet, ce qu'on appelle une « Like Box », c'est-à-dire un encart que vous pouvez intégrer à votre site et qui informera les visiteurs du site que vous êtes présents sur Facebook et qui les invitera à devenir directement fan de votre page en les incitant à cliquer sur « J'aime ». Cette « box » peut intégrer vos dernières publications et la photo de quelque uns de vos fans. C'est un outil de promotion gratuit et efficace, il nécessite tout de même quelques légères connaissances en programmation HTML et une liberté dans l'organisation du contenu de son site Web.

- **Gérer les administrateurs**

Bien que vous ayez créé votre page à partir d'un profil unique, vous avez la possibilité d'y ajouter d'autres administrateurs, qui auront les mêmes pouvoirs sur la page Facebook. Cela peut-être par exemple l'un de vos employés ou collaborateur qui pourrait publier à son tour du contenu sur la page. La seule obligation est qu'ils aient eux-mêmes un compte Facebook.

- **Applications**

Les applications permettent d'enrichir le contenu d'une page Facebook. Par défaut, vous en avez 5 d'installées (Photos, Vidéos, Liens, Evènements, Articles) et ils s'affichent sur le côté gauche de votre page sous forme d'onglets. Vous pouvez si vous ne désirez pas les voir apparaître, les supprimer en cliquant sur la petite croix grise qui se trouve en face de chacune de ces applications.